

## Internet-markkinointi innostaa suomalaisia suuryrityksiä

11.11.2004 17:09 — Tuomas Karvonen

Suomen suurimmat markkinoijat aikovat lisätä panostuksiaan digitaaliseen markkinointiin vuonna 2005. Tämä selviää HKKK:n ja Hankenin Suoramarkkinointi-instituutin DiViA-tutkimushankkeen koostamassa digimarkkinoinnin barometrissä.

Digitaalisten markkinointikanavien käyttö kasvaa vahvasti www:n osalta. Mobiili- ja digi-tv-panostuksiin on odotettavissa maltillisempaa kasvua. Sähköpostisuoran käytössä yritykset kertovat radikaaleista leikkauksista. DiViA - tutkimushanke kysyi elo-lokakuussa Suomen suurimpien yritysten markkinointipäätäjiltä markkinointipanostusten nykytasoa ja vuoden 2005 trendejä.

**Www koetaan toimivaksi** Alustavien tulosten mukaan yritykset aikovat kasvattaa panostuksiaan digitaalisissa markkinointikanavissa. Vahvimmin kasvu tulee näkymään www-markkinoinnissa. Jo nyt 55 prosenttia vastanneista yrityksistä pitää www-sivuja erittäin tärkeänä markkinointikanavana, ja 69 prosenttia yrityksistä ilmoittaa www-sivujen olevan erittäin tärkeässä roolissa vuonna 2005. Tutkimuksen toteuttaneen DiViA-projektin johtaja **Mika Raulas** toteaa tulosten kertovan siitä, että yritykset ovat kokeneet www:n toimivan hyvin, joten siihen kannattaa investoida lisää. Kyselyyn vastanneet yritykset (80 kappaletta) suuntaavat panostuksiaan www:ssä banneri- ja hakukonemainontaan. Kun yhdeksän prosenttia vastaajista kertoi bannerimainonnalla olleen merkittävä rooli tänä vuonna, vuonna 2005 vastaava luku on 16 prosenttia. Www:n rooli koetaan yrityksissä merkittävämmäksi kuin muiden digitaalisten markkinointikanavien. **Sähköpostilla paikkansa asiakaspalvelussa** Yleisesti ottaen kaikkien digitaalisten markkinointikanavien ja -tapojen käytön ilmoitetaan kasvavan. Merkittävän poikkeuksen tekee kuitenkin sähköpostin käyttö suoramainonnassa. 41 prosenttia vastaajista ilmoitti, ettei ole käyttänyt sähköpostia suoramainontaan. Vuonna 2005 sähköpostisuoran käyttö vähenee entisestään sillä 66 prosenttia vastaajista ilmoittaa, ettei käytä sitä. Sen sijaan sähköpostin käyttö asiakaspalvelussa ja asiakkaiden tilaamien uutiskirjeiden lähettämisessä tulee

---

kasvamaan. Tutkimuksesta vastaavan väitöskirjatutkija **Jari Vesasen** mukaan kehitys vastaa hyvin kansainvälistä trendiä. Yritykset haluavat karttaa roskapostittajan leimaa, mutta ovat samalla todenneet, että sähköpostilla voi olla merkittävä rooli asiakassuhteen hoidossa. **Mobiilimainonta laahaa** Mobiilimarkkinointi kasvaa, mutta Suomi pysyy tällä saralla edelleen peräkamarin poikana. 6,4 prosenttia vastaajista oli käyttänyt mobiilimarkkinointia siinä määrin, että piti sitä tärkeänä. Vuonna 2005 luku on 7,6 prosenttia. Digi-tv:n käyttö markkinointiin on ollut käytännössä olematonta. Kiinnostus sitä kohtaan kasvaa, mutta merkittäviä käytännön sovelluksia vastaajat eivät vuonna 2005 vielä ilmoita toteuttavansa. Tutkimusraportti julkaistaan kokonaisuudessaan joulukuun alussa.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2004/11/11/internet-markkinointi-innostaa-suomalaisia-suuryrityksia/200415869/66>