

Suurilla verkkomedioidella on omat yleisönsä

13.1.2006 14:19 — Tuomas Karvonen

Suurimpien suomalaisten verkkomedioiden yleisöt eivät yksittäisillä viikoilla juurikaan ole päällekkäisiä, paljastaa TNS Gallupin analyysi.

Esimerkiksi Suomen kaksi suurinta sivustoa, Msn ja Mtv3 tavoittivat etusivuillaan viime viikolla 793 000 ja 745 000 eri käyttäjää, joista vain 128 000 oli vierailut molemmissa. Siten pelkästään näiden kahden suurimman portaalin etusivuilla tavoitettiin yhteensä yli 1,4 miljoonaa nettokontaktia.

Vastaavasti myös suurimpien b-t-b-verkkomedioiden yleisöt ovat yksittäisillä viikoilla vain lievästi päällekkäisiä. Esimerkiksi Kauppalehti Online tavoitti viime viikolla noin 120 000 käyttäjää, Inoa.fi 91 000 ja Yritystele 86 000, mutta ainoastaan 1235 käyttäjää oli käynyt kaikissa näissä kolmessa ja runsaat 26 000 käyttäjää vähintään kahdessa näistä, jolloin nämä kolme verkkomediaa tavoittivat viikossa yli 270 000 nettokontaktia.

Kauppalehden yleisö menee eniten päällekkäin Arvopaperin kanssa, jonka viime viikon käyttäjistä 37 prosenttia oli vierailut myös Kauppalehti Onlinessa. Seuraavina päällekkäisen yleisön osuuksissa olivat Talous-Sanomien ja Talouselämän verkkopalvelut - edellisen käyttäjistä 32 prosenttia ja jälkimmäisen 29 prosenttia oli käynyt saman viikon aikana myös Kauppalehti Onlinessa.

Tilanne toinen autosivustoissa

Huomattavasti enemmän päällekkäisyyttä havaittiin eri autosivustojen käyttäjäkunnissa. Nettiauton verkkosivuilla vieraili viime viikolla noin 260 000 käyttäjää, joista määrällisesti eniten yhteisiä käyttäjiä oli suurimmilla sivustoilla Mtv3.fi, Suomi24.fi ja Msn.fi, mutta prosentuaalisesti eniten päällekkäisyyttä Nettiauton kanssa oli autosivustoilla Bongaa.com, Overdrive.fi, Autotalli.com, GTI Magazine ja Tuulilasi.

Samalla tavoin työpaikka- tai asuntoilmoituksia verkosta etsivät vierailevat yhden viikon aikana tyypillisesti useammassa saman toimialan verkkopalvelussa, jolloin esimerkiksi Etuovi.comin viime viikon kävijöistä noin

kolmannes oli vierailut myös Oikotie.fi:ssä.

TNS Gallup analysoi verkkomedioiden päällekkäisyyttä uuden WebTrack-jälkikäsitteilyohjelman avulla. Sen tiedot on kerätty TNS Metrix -mittausjärjestelmällä eri verkkopalvelujen käyttäjistä.

Päällekkäisyyden laskenta perustuu mittausjärjestelmän evästiedostoon, jonka hylkää keskimäärin kolme prosenttia Suomen internet-käyttäjistä. Evästeen hylänneiden käyttäjien osuus kuitenkin lisätään käyttäjätilastoihin estimoimalla heidän määränsä sivulatausten perusteella.

22.12.2005: Marraskuussa internetissä yli kolme miljoonaa suomalaista

20.12.2005: Palvelu web-yleisöjen

nettolaskentaan

12.12.2005: NetAnttilalla neljänneksen

kasvu kävijöissä

9.12.2005: Nettimatkatoimisto liiti yli

tavoitteiden

25.8.2005: Internet kiilasi tärkeimmäksi tiedonlähteeksi vaihtoautokaupassa

Tuomas Karvonen

<http://www.digitoday.fi/viihde/2006/01/13/suurilla-verkkomediolla-on-omat-yleisensa/20063561/66>