

Kirjakaupan nettivieras ostaa harvoin

24.1.2007 12:31 — Tuomas Karvonen

Verkkokaupan hyvä tunnettuus tai suuri käyttäjämäärä ei aina korreloi verkkokaupankäynnin volyymin kanssa, kertoo Taloustutkimuksen Web & Mobile Tracking -tutkimus.

Kun osassa verkkokaupoista ostoksia oli tehnyt puolen vuoden aikana vierailleista jopa yli puolet, monessa ostopäätökseen päätyi selvästi alle kymmenen prosenttia. Moni verkkokauppa näyttäisikin palvelevan kuluttajia enimmäkseen tuotetiedon tarjoajana ennemmin kuin ostopaikkana, Taloustutkimus ynnää. Tutkituille verkkokaupoille laskettiin ostajien osuus vierailijoista -tunnusluku, joka ilmaisee, kuinka suuri osa sivustolla puolen vuoden aikana vierailleista oli myös ostanut sieltä ainakin kerran tuona aikana. Esimerkiksi tutkituilla nettikirjakaupoilla ostaneiden osuus kävijöistä oli kymmenestä viiteentoista prosenttia. Ainakin kahdeksan kymmenestä vierailijasta vieraili siis näissä verkkokaupoissa ostamatta niistä puolen vuoden aikana mitään. Parhaimmillaan ostajien osuus kävijöistä -tunnusluku nousi yksittäisellä verkkokaupalla 40-50 prosentin paikkeille. Parhaan ostoprosentin verkkokauppojen joukosta löytyvät muun muassa CDON, H&M ja Veikkaus. Ulkomaisten Amazonin ja eBayn tunnusluvut ovat suurin piirtein samalla tasolla kuin kotimaistenkin verkkokauppojen. Esimerkiksi Amazonissa puolen vuoden aikana käyneistä joka neljäs on päätenyt ostamaan jotakin - kääntäen siis kolme neljästä vain selasi tuotetietoja. **Tuoli kannattaa koeistua** Verkon rooli tiedonhaku- ja ostopaikkana vaihtelee hyvin paljon riippuen tuoteryhmästä. Erilaisia matka- ja pääsylippuja internetin käyttäjät ostavat jo mieluummin internetistä kuin muualta, kun taas kosmetiikkaostoissa internetin käyttäjätkin suuntaavat mieluummin perinteiseen kauppaan kuin internetiin. Huonekaluhankinnoissa peräti kolme neljästä etsii mielellään tuotetietoa netistä, mutta ostotapahtuman lähes kaikki hoitaisivat lopulta mieluiten perinteisessä liikkeessä. Taloustutkimus tutki loppuvuodesta 2006 laajalti suomalaisten internetin käyttäjien verkko-ostamista osana Web & Mobile Tracking -tutkimusta. Internet-paneelitutkimuksen vastaajina oli noin neljä tuhatta internetiä viikoittain käyttävää suomalaista.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2007/01/24/kirjakaupan->

[nettivieras-ostaa-harvoin/20071913/66](#)