

## Yhteisöllisyys leviää verkon joka kolkkaan

24.9.2007 15:55 — Tuomas Linnake  
[tuomas.linnake@digitoday.fi](mailto:tuomas.linnake@digitoday.fi)

2ndhead selvitti elo-syyskuussa TNS Gallupilla verkon roolia kuluttajien arjessa. Tutkimuksen mukaan on jo aika unohtaa erottelu perinteisten verkkopalvelujen ja web 2.0 - palvelujen välillä. Mutta esimerkiksi verkkokauppojen tulisi ryhdistäytyä.

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat 15-64-vuotiaat suomalaiset internet-käyttäjät. Tutkimus komppaa hyvin Gartnerin juuri julkistamaa tutkimusta kuluttajien luomasta verkkosisällöstä. Siinä varoiteltiin perinteisiä medioita aktiivisten verkkokuluttajien luomasta uhasta. TNS Gallupissa kannustetaan nykyisiä verkkopalveluja syleilemään sosiaalisuutta.

- Tutkimus nosti esille kuluttajien itse tuottaman sisällön merkityksen. Web 2.0 -ominaisuuksien ja sosiaalisten mediaelementtien avulla voidaankin houkutella palveluun asiakkaan liiketoiminnalle keskeisiä kohderyhmiä. Tämä koskee kaikkia kuluttajille suunnattuja verkkopalveluita, ei pelkästään perinteisiä yhteisöpalveluita, korostaa Business Unit Director **Ismo Tenkanen** TNS Gallupista.

- Perinteinen jako normaaleihin sivustoihin ja yhteisö sivustoihin on tarpeeton. Suomessa on ehkä havaittavissa sitä, että asia on ymmärretty liian suppeasti. Eli, että web 2.0 -sisältö olisi vain yhteisösaittien omaisuutta, Tenkanen pohtii.

Ismo Tenkanen nostaa esimerkiksi suomalaiset verkkokaupat. Ulkomaisiin verrattuna aika harvassa kaupassa on huomioitu yhteisöllisiä aineksia esimerkiksi mahdollistamalla käyttäjien tekemät arviot tai pisteytykset tuotteista.

### Verkkomusiikki ja -videot kiinnostavat kasvavasti

Tutkimuksen mukaan viisi prosenttia suomalaisista internet-käyttäjistä tuottaa sisältöä verkkoon, 25 prosenttia kommentoi muiden käyttäjien luomaa sisältöä ja 56 prosenttia seuraa sitä.

---

Kuluttajien verkkopalveluiden käyttö suuntautuu tällä hetkellä eniten uutisten lukemiseen verkosta, jota vähintään kerran kuukaudessa tekee neljä viidestä internet-käyttäjistä. Verkon osto- ja myynti-ilmoituspalveluiden tai verkkohuutokauppojen seuraaminen on myös erittäin yleistä. Viihdeutispalveluita seuraa verkosta 58 prosenttia.

Nettivideo- tai netti-tv-sisältöjä seuraa kuukausittain jo 40 prosenttia vastanneista. Tulevaisuudessa aiotaan erityisesti ladata ja kuunnella musiikkia verkosta, mutta myös katsella enemmän nettivideo- ja tv-sisältöä. Tämä ei välttämättä ole pois uutisten verkkolukemisesta, Ismo Tenkanen uskoo.

- Suomessa verkon käyttötunnit ovat kuitenkin suhteellisen alhaalla verrattuna moneen muuhun maahan. Verkkomusiikki ja -videot voivat kyllä olla pois muusta mediakäytöstä. On todennäköistä, että verkon käyttötunnit tulevat kasvamaan Suomessa vielä.

Tenkasen teesiä tukee myös se, että lähes viikoittain eri verkkomediat tekevät kaikkien aikojen ennätyksiä TNS Metrix -mittauksissa.

## **Tulevaisuuden muovaajat näyttävät tien**

2ndheadin teettämässä tutkimuksessa käytettiin ensi kertaa verkkopalveluiden yhteydessä TNS:n globaalia FutureView business solution -tutkimusratkaisua, joka luokittelee kuluttajat viiteen ryhmään. Näistä ryhmistä merkittävin on Tulevaisuuden muovaajat, jotka ovat uusien ideoiden puolestapuhujia, levittävät sanaa uutuuksista ja ovat tiennäyttäjiä markkinoilla.

Tulevaisuuden muovaajat ovat internet-aktiivisuudessa jopa kaksi-kolme kertaa keskimääräistä internet-käyttäjää aktiivisempia. Heitä on tutkimuksen mukaan yksitoista prosenttia kaikista internet-käyttäjistä. He käyttävät selvästi muita useammin internetiä matkapuhelimen välityksellä sekä kuuntelevat ja lataavat musiikkia ja nettivideoita internetistä muita useammin.

Tulevaisuuden muovaajat lukevat uutisia verkosta useita kertoja päivässä ja aikovat tulevaisuudessa lisätä keskustelufoorumille kirjoittamista sekä niiden lukemista. Suhteellisesti eniten heitä on musiikkipalveluiden ja verkkolehtien lukijoiden keskuudessa, urheilupalveluiden lukijoista suhteellisesti vähiten.

2ndhead on osa SanomaWSOY-konsernin sähköisen viestinnän liiketoimintaryhmää SWelcomia. ITviikko on puolestaan osa SanomaWSOY-konsernia.

---

<http://www.digitoday.fi/viihde/2007/09/24/yhteisollisyys-leviaa-verkon-joka-kolkkaan/200723516/66>