

## Mihin googlaaja-ryhmään sinä kuulut?

1.4.2008 09:00 — Timo Poropudas  
[timo.poropudas@sanoma.fi](mailto:timo.poropudas@sanoma.fi)

Hakukoneen taitava huvikäyttäjä on mainostajan unelma-asiakas. Sen sijaan taitava täsmähakija suorastaan vierastaa sekä hakusivujen mainoksia että sponsoroituja tuloksia.

**Hakukone on suurimmalle osalle** internetin käyttäjistä tärkeä apuväline suurissa ostoksissa. 61 prosenttia sanoo etsivänsä tietoa hakukoneella ennen suuria ostoksia. 57 prosenttia hakee myyntipisteitä ja 43 prosenttia kommentteja tai keskusteluita. 52 prosenttia sanoo saavansa internetistä yleishyödyllistä tietoa ostopäätösten tueksi.

Tämä selviää mediatoimisto Dagmarin laajassa, 630 osanottajan paneelitutkimuksessa, internetin käyttäjät jaetaan viiteen segmenttiin hakukoneiden käytön perusteella.

Googlega ei ole kunnan kilpailijaa suomalaisten hakukoneena. 72 prosenttia sanoo käyttävänsä Googlea päivittäin tai lähes päivittäin. Lähes puolella on Google selaimen aloitussivuna. Seuraavaksi käytetyin on Eniro.fi, jota 36 prosenttia ilmoittaa käyttävänsä vähintään muutaman kerran kuukaudessa.

**Satunnaisia hakijoita** on selvityksen mukaan 14 prosenttia. Tämä ryhmä edustaa parhaiten keskivertosuomalaista. Ryhmässä on naisia vähän yli puolet. lähtään ryhmän jäsenet ovat useimmiten 30-50-vuotiaita.

Tämä ryhmä, joka suhtautuu kaikkein kielteisimmin google-mainontaan, käyttää harvimminkin internetiä ja hakukonetta. Ryhmä on myös tyytymättömin hakutuloksiin ja kokee hakemisen vaikeaksi. Ryhmän jäsenet eivät myöskään hae netistä lisätietoa muiden medioiden mainonnan perusteella eivätkä käytä nettiä ostopäätöstensä tueksi.

**Tarvehakijoiksi** tutkimus luokittelee viidenneksen käyttäjistä. Ryhmä on selkeästi naisvaltaisin ja vanhin. Lisäksi korostuu asuminen Suur-Helsingin alueella.

---

Jäsenet käyttävät hakukonetta toisiksi harvimmin, mutta he ovat tyytyväisiä käyttäjiä, jotka löytävät vastauksia kysymyksiinsä. Hakujen käyttö on yksisanaista eikä tuloksia käytetä ostopäätösten tueksi. Käyttäjät eivät välttämättä erota sponsoroitua linkkiä aidosta hakutuloksesta.

**Taitava täsmähakija** edustaa 17 prosenttia tutkituista. Tämä on miesvaltainen, nuorien nörttien porukka. Yli 40 prosentilla on akateeminen koulutus. Kaksi kolmasosaa heistä on miehiä.

Ryhmän jäsenet pitävät itseään taitavina hakukoneen käyttäjinä, jotka rajaavat hakujaan usealla sanalla. He käyttävät hakukoneita muita useammin ja tuntevat Googlen eri palvelut. Hakukoneet ovat heillä puhtaasti hyötykäytössä. Ryhmä arvostaa luonnolliset hakutulokset sponsoroituja korkeammalle ja suhtautuu google-mainontaan varauksella.

**Vertaileva ostopäätöshakija** -ryhmään kuuluu neljännes vastaajista. Ryhmän jäsenistä kaksi kolmesta on naisia.

He tekevät hakuja ostopäätöstensä tueksi, kokeilivat useita hakuja sana kerrallaan, kirjoittavat verkko-osoitteita hakukenttään ja pitävät Googlea kotisivunaan. He ovat myös kaikkein mainosmyönteisimpiä netin käyttäjiä, jotka pitävät sponsoroituja linkkejä luotettavina ja hyödyllisinä hakutuloksina.

**Taitavien huvikäyttäjien** ryhmään kuuluu myös neljännes. He kokeilevat aktiivisesti ja tekevät hakuja myös huvikseen. Tässä ryhmässä on 57 prosenttia miehiä. Ryhmästä 79 prosenttia koostuu 20-49 vuotiaista. He ovat Google-faneja, joilla on kaikkein useinten Google kotisivunaan. He myös pitävät sponsoroiduista linkeistä ja lukevat mainoksia useimmin kuin muut vaikka eivät niitä klikkaisikaan. Ryhmä saa hakukimmokkeita myös muusta mediasta.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2008/04/01/mihin-googlaaja-ryhmaan-sina-kuulut/20089083/66>