

## Fiksu kauppias vakoilee nettipalstoilla

2.4.2008 07:05 — Petri Korhonen  
[petri.e.korhonen@sanoma.fi](mailto:petri.e.korhonen@sanoma.fi)

Viisas kauppias käy joka päivä netin keskustelupalstoilla luotaamassa eri kuluttajaryhmien täsmätunnelmia, sanoo mainosguru. Koko kansaa on turha enää yrittää tavoitella.

**Kuluttaja löytää aina kauppiaan**, mutta toisinpäin homma on muuttunut yhä vaikeammaksi. Ainakaan valistuneelle ja netissä asioita vertailevalle asiakkaalle kauppias ei pysty enää sanelemaan mitään vaikkapa omasta brändistään.

- Hän päättää ihan itse tai verkosta lukemansa kuluttajapalautteen perusteella, uskooko hän brändiin vai ei, sanoo mainostoimisto PHS:n toimitusjohtaja **Petri Uusitalo**.

**Tätä eivät** kaikki kauppiaatkaan ole vielä tajunneet. Suomessa tehdään yhä liian paljon mahdollisimman yleispätevää, ylhäältä saneltua ja kaikkia kansanryhmiä miellyttämään pyrkivää mainontaa, kun paremmin toimisi suora eri asiakkaiden kanssa keskustelu.

- Kannattaisi uskoa, ettei kaikkia kuluttaja enää voi tavoittaa kerralla. Koko kansalle suunnattu viesti jää aina liian laimeaksi, koska koko kansan käsitys on hajoamassa erilaisiksi ostajaryhmiksi, Uusitalo väittää.

Vähittäiskauppa 2008-seminaarissa puhuneen Uusitalon mielestä suomalaisetkin asiakkaat ovat päivittymässä kuluttaja 2.0 -muotoon.

Enää ei ole olemassa Hangosta Utsjoelle ylettyvää yhtenäistä kuluttajien massaa, joka ostaisi aina samoja tavaroita.

**Viesti saa huoletta** mennä ohi suurelta yleisöltä, jos se toimii sille yhdelle oikealle kohderyhmälle, jota kauppias haluaa liikkeeseensä kutsua.

- Uuden sukupolven kuluttaja ei välttämättä tyydykään siihen, mitä kauppa on päättänyt hänelle tarjota tai mitä kauppa on hyllyynsä saanut. Verkkokaupat ovat tuoneet joka tuoteryhmiin paljon valinnanvaraa, ja kuluttaja osaa hakea ostoksensa mistä haluaa, sanoo Uusitalo.

---

**Siksi kuluttajan kuuntelu** ja mielenliikkeiden aistiminen on entistään tärkeämpää. Tähän ei aina tarvita kalliita ja hitaita markkinatutkimuksia, vaan ruohonjuuritasolla ajan hengen aistimiseksi riittää aktiivinen verkonseuranta.

Petri Uusitalon mielestä kauppiaan kuin kauppiaan pitää ryhtyä käymään säännöllisesti keskeisillä verkon keskustelupalstoilla sekä kuluttajien vertailu- ja arvostelusivustoilla.

- Neuvoisin, että oman alan nettipalstoja pitää seurata vähintään kerran viikossa, mieluiten vaikka joka aamu. Siellä on paljon turhaa, mutta myös oikeata asiakaskentän ääntä jota ei missään muualla pysty kuulemaan niin helposti, sanoo Uusitalo.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2008/04/02/fiksu-kauppias-vakoilee-nettipalstoilla/20089253/66>