



***Vaikuttajamarkkinoinnin
pulssikysely 2021***

[#pinghelsinki](#)



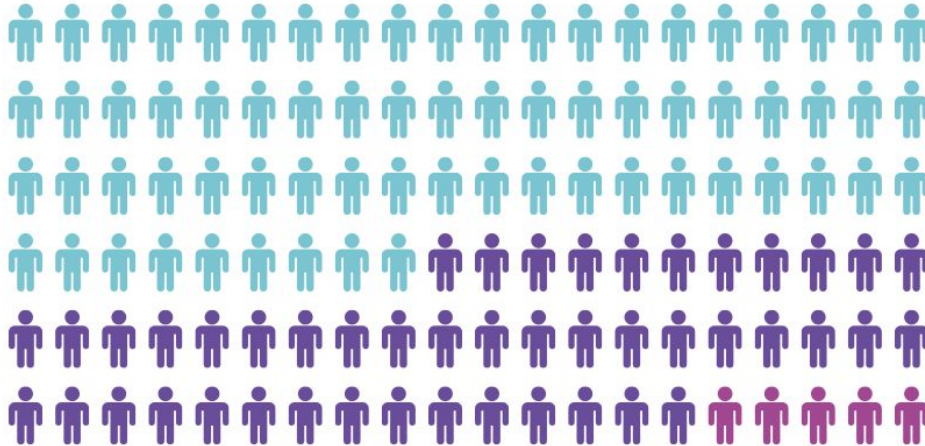
Näin kysely tehtiin

- Kysely toteutettiin touko-kesäkuussa 2021 verkkokyselynä
- Kysely tehtiin nyt neljättä kertaa
- Vastaajien määrä on yhteensä 80
- Kysely on tehty yhteistyössä Suomen markkinointiliiton, Marketing Finlandin ja IAB Finlandin kanssa



Vaikuttajamarkkinoinnin käyttö 2021

Oletteko käyttäneet tai kokeilleet vaikuttajamarkkinointia osana tuotteen tai palvelun markkinointia?



Kyllä, olemme käyttäneet 58%

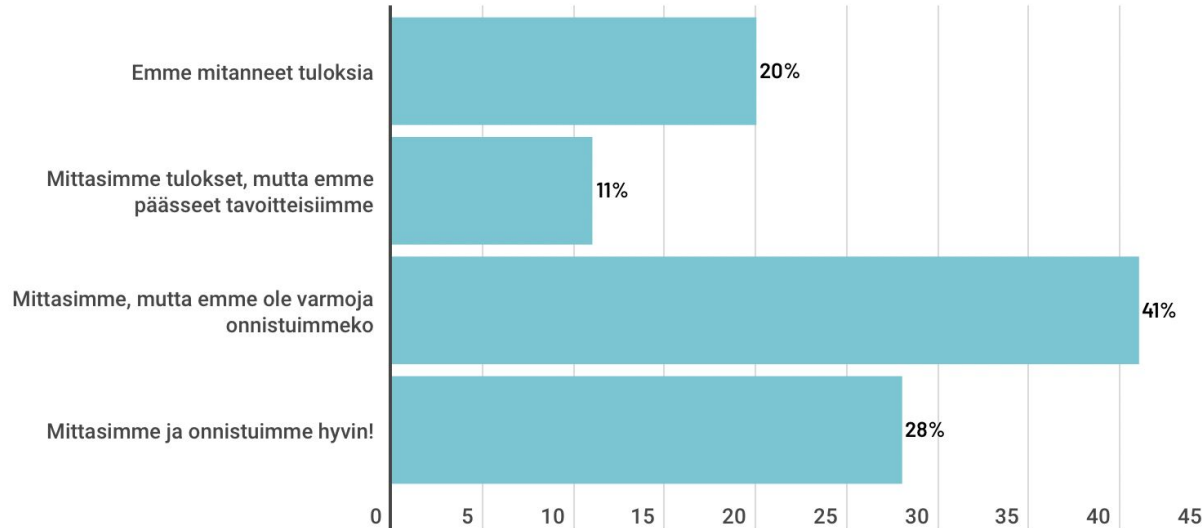
Emme ole vielä, mutta olemme harkinneet/aiomme käyttää tulevaisuudessa 39%

Emme ole käyttäneet, emmekä aio myöskään tulevaisuudessa 4%



Vaikuttajamarkkinoinnin tulosten mittaaminen 2021

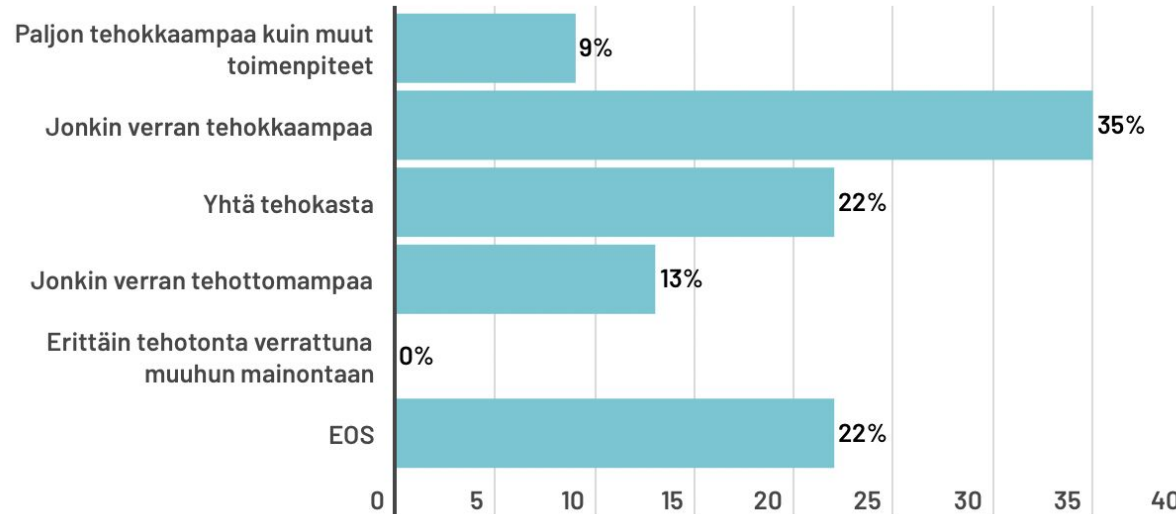
Mittasitteko tuloksia, miten meni?





Kokemukset kustannus-hyötysuhteesta 2021

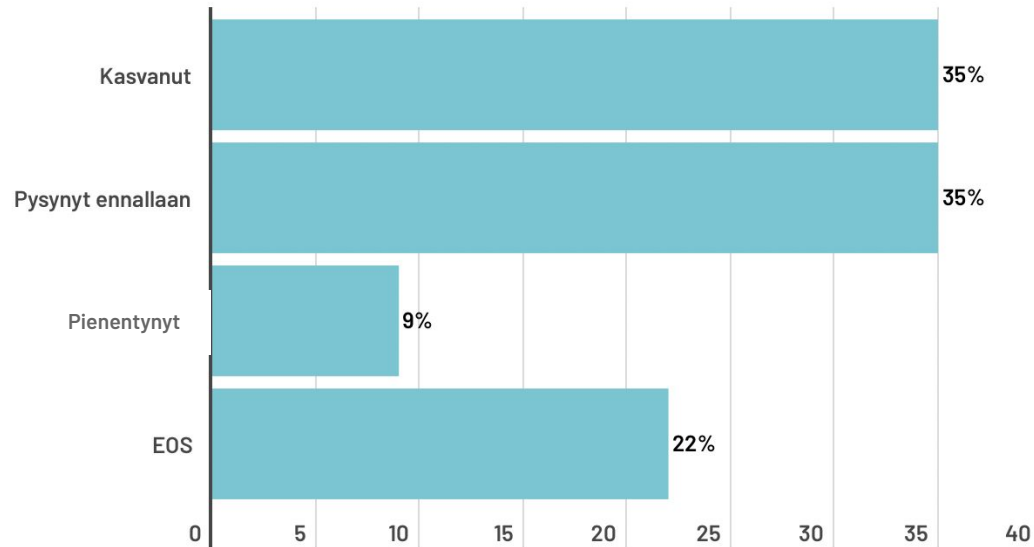
Mikä oli kokemuksenne kustannus-hyötysuhteesta verrattuna muuhun mainontaan?





Vaikuttajamarkkinoinnin budjetointi 2021

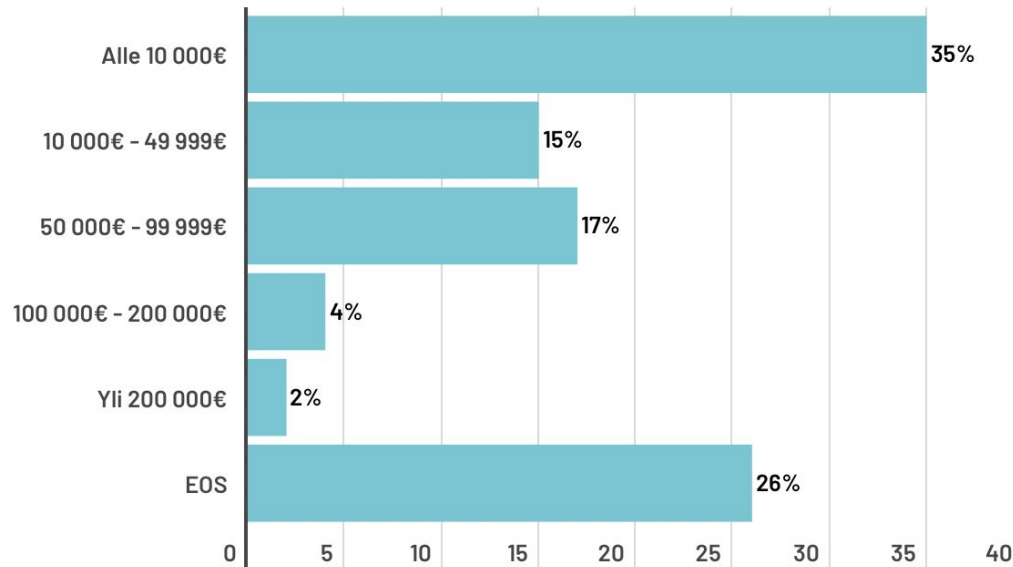
Millainen vuoden 2021 vaikuttajamarkkinoinnin budjetinne on verrattuna viime vuoteen?





Vaikuttajamarkkinoinnin budjetointi 2021

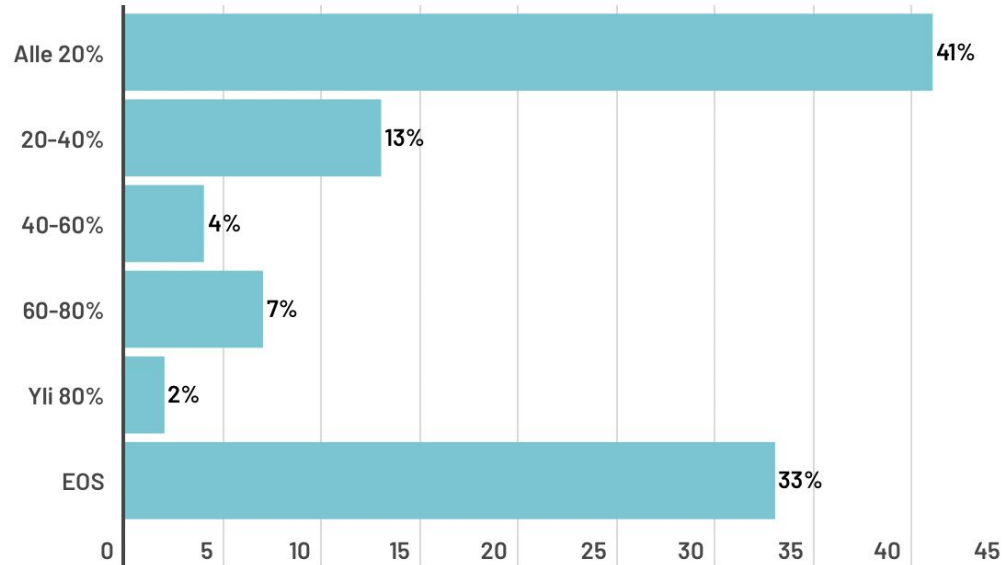
Paljonko vaikuttajamarkkinoinnin budjetinne on vuodelle 2021?





Vaikuttajamarkkinoinnin budjetointi 2021

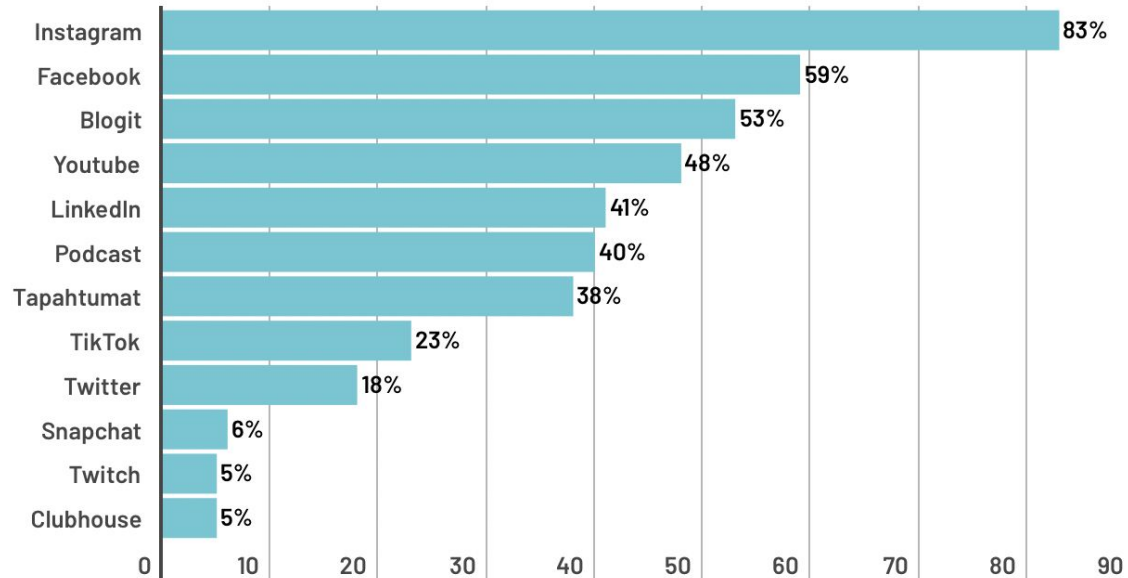
Kuinka suuri osuus se on markkinointibudjetistanne?





Instagram edelleen suosituin, TikTok merkittävässä nousussa

Meidän tuotteillemme ja palveluillemme toimivat/toimisivat parhaiten seuraavat vaikuttajien kanavat:





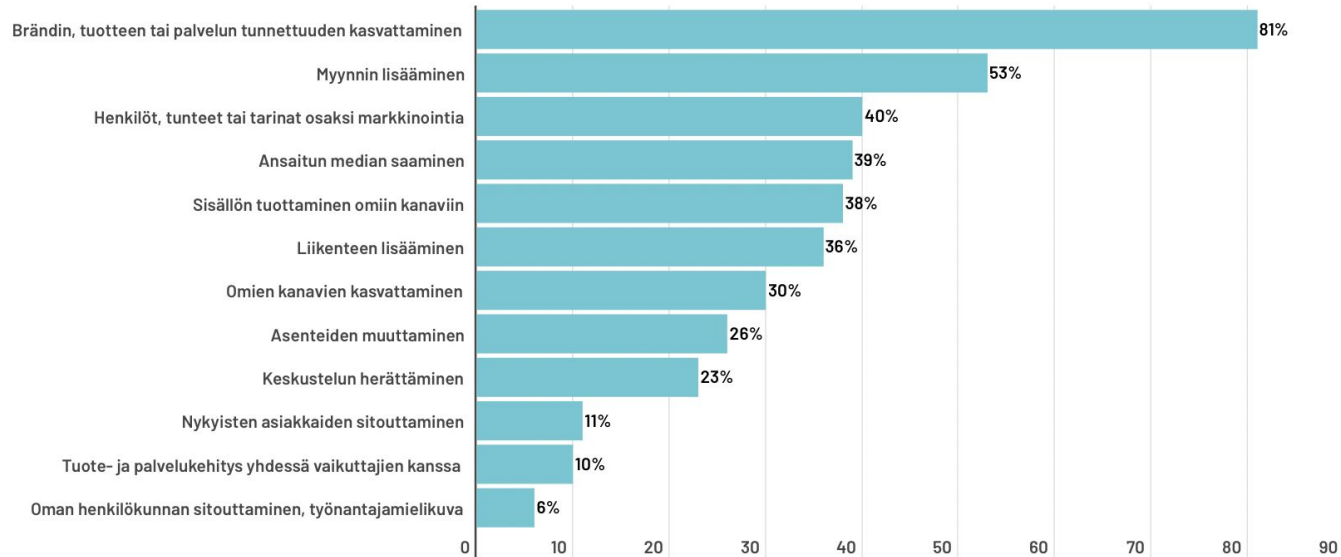
Vaikuttajamarkkinoinnin käyttötavat

1. Brändin tuotteen tai palvelun tunnettuuden kasvattaminen
2. Myynnin lisääminen
3. Henkilöt, tunteet tai tarinat osaksi markkinointia
4. Ansaitun median saaminen
5. Sisällön tuottaminen omiin kanaviin



Vaikuttajamarkkinoinnin käyttötavat 2021

Mihin käytätte/käyttäisitte vaikuttajamarkkinointia?

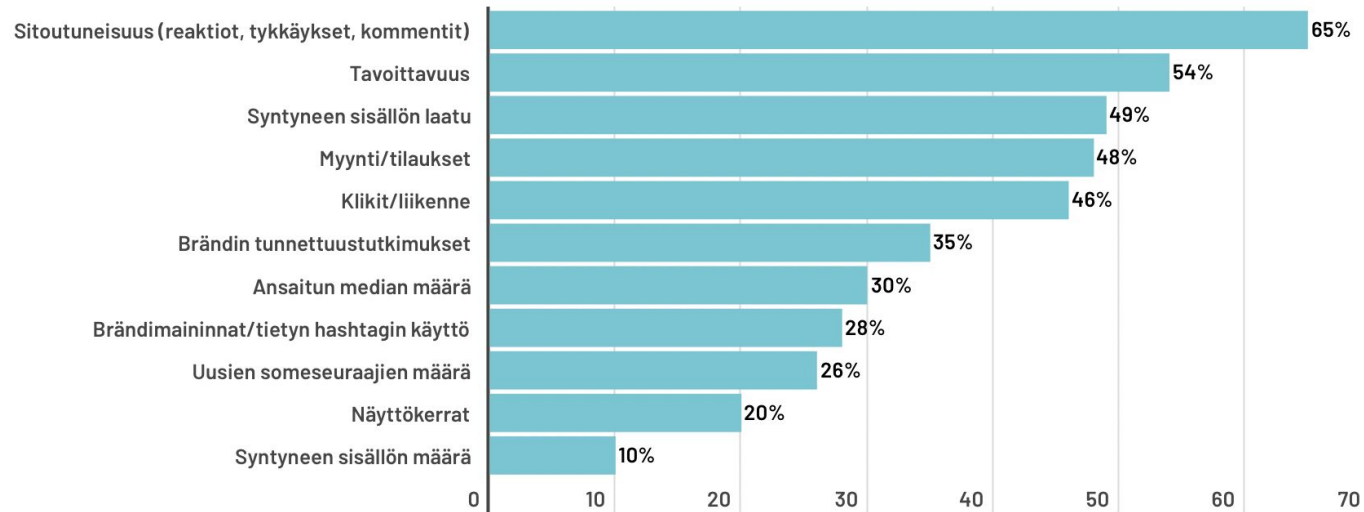




Vaikuttajamarkkinoinnissa mitataan eniten sitoutuneisuutta, tavoitavuutta sekä sisällön laatua.

Vaikuttajamarkkinoinnin mittaaminen 2021

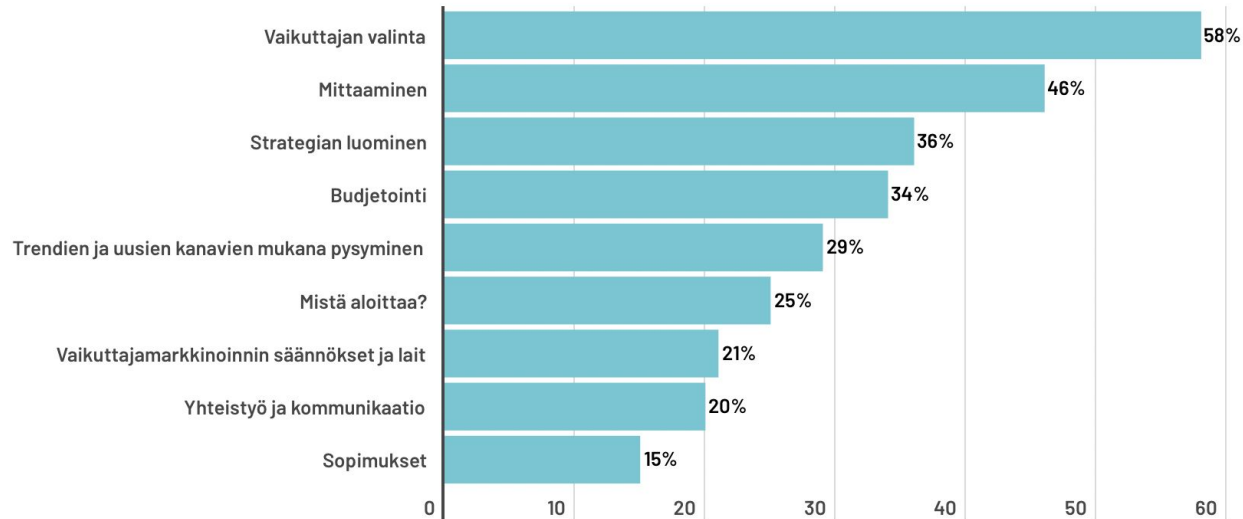
Mitkä ovat tärkeimmät mittarit vaikuttajayhteistyössä?





Vaikuttajamarkkinoinnin haasteet 2021

Mitkä ovat vaikuttajamarkkinoinnin suurimmat haasteet?



Vaikuttajan valinnassa laatu korvaa määrän

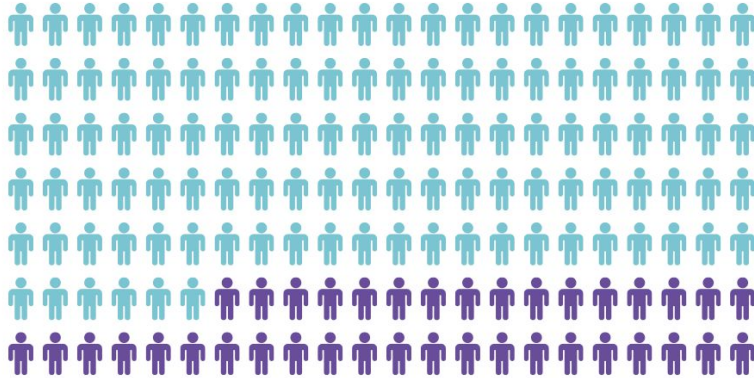
1. Sisältöjen laatu
2. Kohdeyleisö
3. Arvot
4. Asiantuntijuus
5. Oikeat merkinnät
6. Seuraajamäärä
7. Hinta





Taustatiedot

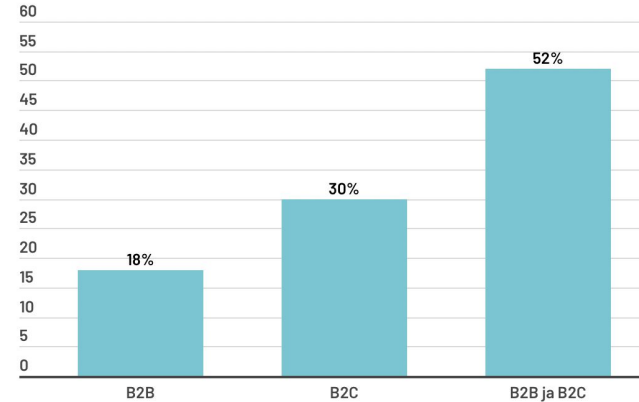
Edustatko markkinoijaa vai toimistoa?



Markkinoijaa 75%

Toimistoa 25%

Yrityksesi kohderyhmä?

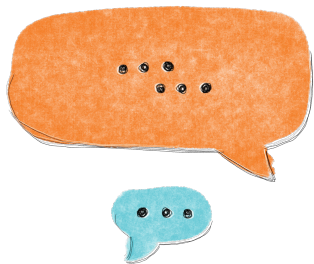




Taustatiedot

Yrityksen koko?





Tuottaa **hyvää ja autenttista sisältöä**, joka **puree seuraajiin enemmän kuin brändin oma sisältö.**

Onnistuneita pitkäkestoisia kampanjoita on ollut ilo seurata, yhden postauksen yhteistyöt (kun yhdellä vaikuttajalla koko ajan niitä) eivät taas kiinnosta ihmisenä eikä viestijänä.

Parhaiten vaikuttaja markkinointi on tuonut uusia asiakkaita, myyntiä ja näkyvyyttä yrityksellemme. **Hauska ja rento sisältö, mikä auttaa kuluttajaa** ja tuo arkeen helpotusta!

Hyötyinä **mahdollisuus aivan uuteen yleisöön**. Hankaluutena oma tieto asiasta - ei mitään kokemusta ja alku pelottaa.

