Lama ei näy digimediassa

Epävarma taloustilanne vähentää yritysten markkinointipanostuksia perinteiseen mediaan, mutta ei pysäytä digimedian kasvua. Kuluttajat käyttävät yhä enemmän verkkoa ja sähköisiä medioita, joten myös yritykset siirtävät markkinointinsa painopistettä niiden suuntaan. Sähköisten markkinoiden palveluntarjoajilta odotetaan tuloksellisuutta ja kohtuullista hinnoittelua.

Sähköiset hakemistot ovat muun digitaalisen median rinnalla saamassa yhä suurempia panostuksia suomalaisyritysten markkinointiviestinnässä. Mainostajien Liiton tekemän selvityksen mukaan yritykset keskittyvät jatkossa perinteisen median sijasta digimediaan saadakseen näkyvyyttä niissä kanavissa, joista kuluttajat etsivät tietoa.

- Nykyinen taloustilanne näkyy sähköisten markkinoiden käytössä, mutta markkinoiden kasvu jatkuu siitä huolimatta. Mainonnan painopiste siirtyy yhä enemmän verkkoon ja sähköisiin medioihin, ja asiakkaat vaativat palveluntarjoajilta kohtuullista hintatasoa ja tuloksellisuutta, sanoo sähköisen median ratkaisuja tarjoavan Directa Oy:n toimitusjohtaja Ville Komppa.

- Sähköiset hakemistot täydentävät muuta yritysten käyttämää verkkomainontaa. Valitsemalla hakemistoyrityksistä oikean palveluntarjoajan, voi saada kylkiäisenä myös huomattavasti kohentunutta näkyvyyttä myös muissa verkon hakukoneissa. Tämä on asiakkaalle lisäarvoa josta voisi hyvin periä lisämaksua, mutta ainakin Directalla se sisältyy mediapalvelun hintaan.

Kilpailu asiakkaista on kiristymässä myös sähköisillä markkinoilla, ja osa alan toimijoista tulee jatkossa menettämään markkinaosuuttaan. Komppa näkee kilpailun positiivisena asiana etenkin asiakkaiden ja kuluttajien näkökulmasta.

- Kilpailu on hyvästä ja tervehdyttää aina hinnoittelua. Meillä tuleva hintakilpailu on otettu huomioon jo aiemmin ja hintataso on pidetty hyvin kilpailukykyisenä.

Hinnoittelu nostaa hakemistojen kärkeen

Sähköisten hakemistomarkkinoiden koko on Suomessa useita kymmeniä miljoonia euroja, kun mukaan ei lasketa kansainvälisiä hakukoneita tai numeropalveluita. Directa Oy on kuuluu yhdessä Fonectan ja Eniron kanssa alan suurimpiin toimijoihin. Directa tavoittelee kolmasosaa koko sähköisestä hakemistomarkkinasta Suomessa.

Toimitusjohtaja Ville Komppa listaa tukevan aseman saavuttamisen syiksi asiakasmäärän kasvun, uudet mediapalvelut sekä edullisen hinnoittelun alan muihin toimijoihin verrattuna. Directan mediahinnat ovat vain noin puolet merkittävimpien kilpailijoiden vastaavien tuotteiden hinnoista, Komppa sanoo.

Hakemistojen kävijämäärissä suuria eroja

- Directan verkkopalvelu on tällä hetkellä TNS-Metrixin mukaan Suomen käytetyin b2b-hakemisto. Viikolla 5 palvelussa vieraili yli 273 000 eri käyttäjää. Kilpailevien hakemistojen kävijämäärät jäävät lähes puolta alemmalle tasolle. Erot käyttäjämäärissä ovat siis merkittäviä. Palveluiden kävijämäärät korreloivat suoraan mainostajien saamaan näkyvyyteen. Mitä enemmän palvelussa on kävijäliikennettä, sitä halvemmaksi mainonnasta maksettu kontaktihinta per mainoksen nähnyt kävijä muodostuu. Directan lähin tavoite on saavuttaa verkkopalvelussaan 350 000 viikkokävijän raja.

Lisätietoja:

Directa Oy
Toimitusjohtaja Ville Komppa
p. 09 23100435