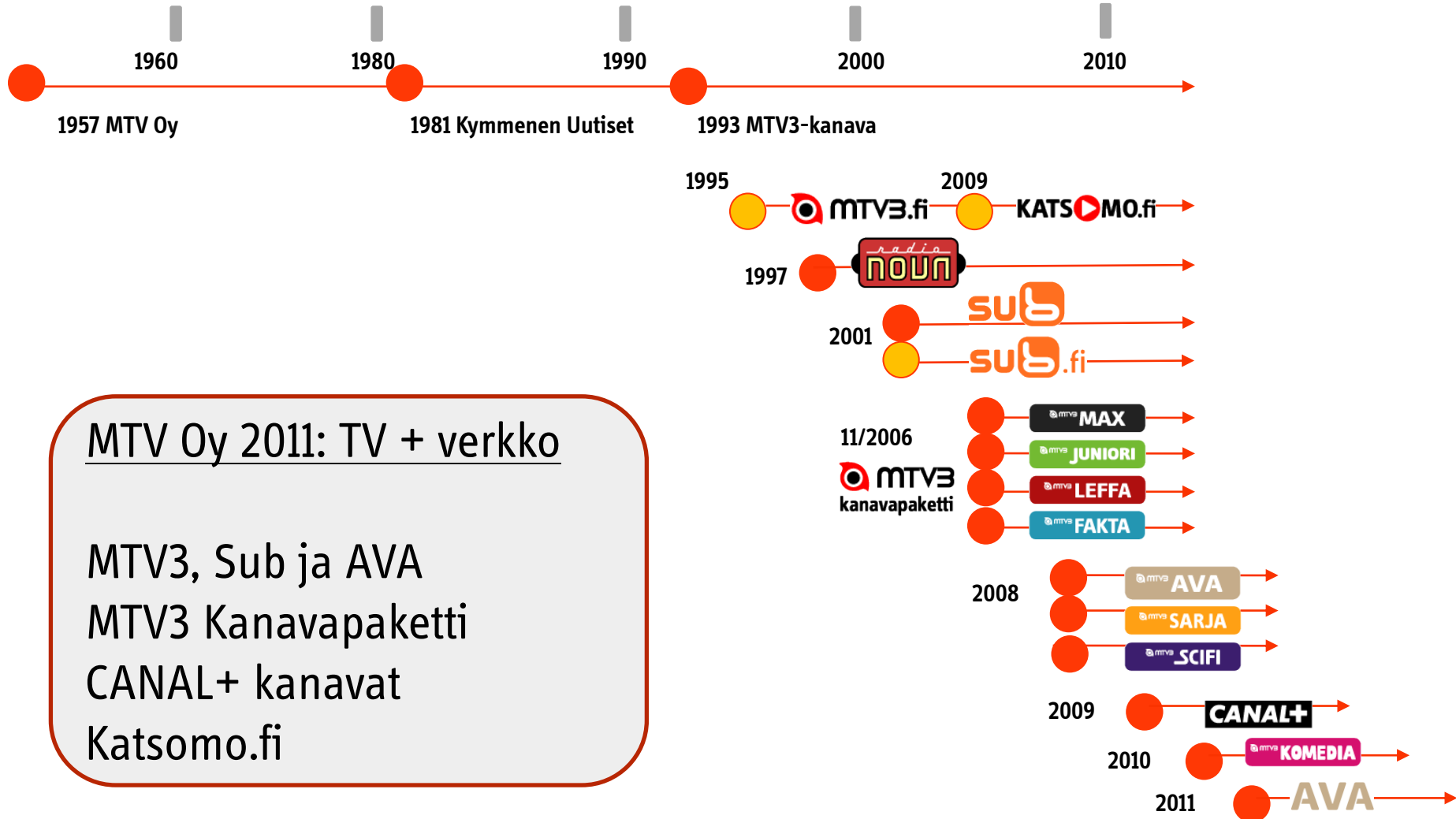


Tutkimustiedon hyödyntäminen

muodin
HUIPULLE

MTV Oy, Taina Mecklin 7.4.2011

MTV MEDIA: 50 vuodessa monikanavaisiksi sähköiseksi mediataloksi



Tapoja kuunnella asiakasta



Tutkimustiedon hyödyntäminen MTV Oy:ssä

- Eri tapoja kuunnella asiakasta
 - jatkuva käyttäytymisen seuranta → mitä tekee
 - kyselytutkimus (jatkuva---ad hoc) → mitä ajattelee
 - kvalitatiivinen tutkimus → miksi tekee & ajattelee
- Jatkuva käyttäytymisen seuranta
 - verkkosaittien trafiikkimittaukset
 - sosiaalisen median keskustelut
 - paneelitutkimukseen perustuva TV:n katselutieto

Miten katselutieto muodostuu?



jne.

"TV-taloudet Suomessa"

-kirjekysely, 4 kertaa/v

Lähetyspäiväkirjat

ohjelmien ja mainosten esitysajat



Tietojenkäsittely,
painotus



Katselutieto

-ed. päivältä noin klo 8-9
-tallennekatselu 7 vrk
päästä

Paneeliperheitä 1 100

-2 300 henkilöä
-Suomi pienoiskoossa
-katselu kotona 365 pv/v



Kanavien katselu

-minuutti minuutilta
-ketkä katsovat (läsnäolonäppäin)
-kanavatunnistus (audio+tunnus)

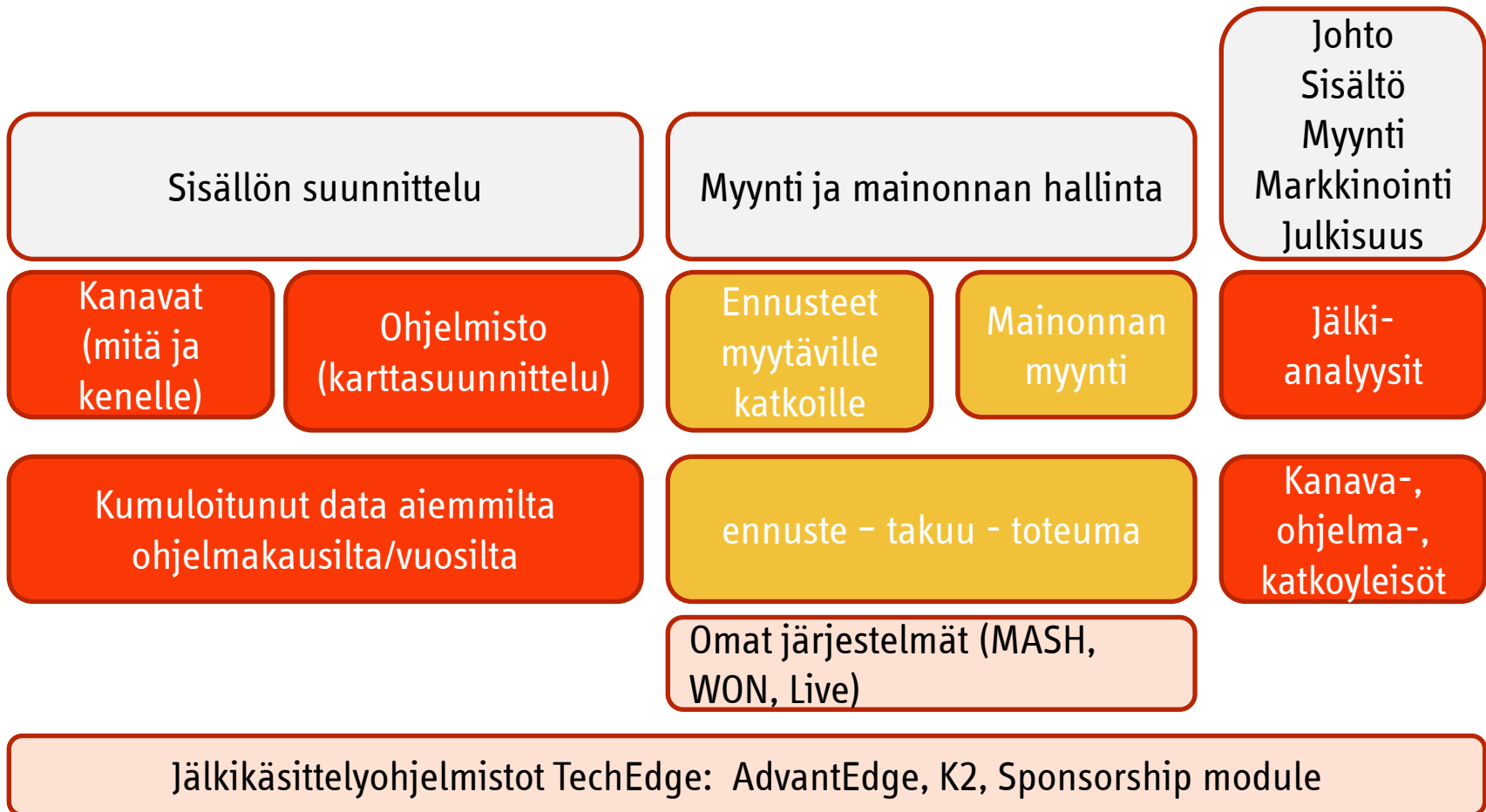
Katselutietoa
hyödynnetään
joka päivä



Jatkuvan tiedon hyödyntämisen A & O

- Tieto on oikeaa
- Tarkasteltavissa joustavasti
- Helpot työkalut tiedon käsittelyyn...
- ...jotka ovat laajalti/vapaasti tietoa tarvitsevien käytössä
- Tiedon linkittäminen muihin tutkimustietoihin esim. omien kohderyhmien kautta

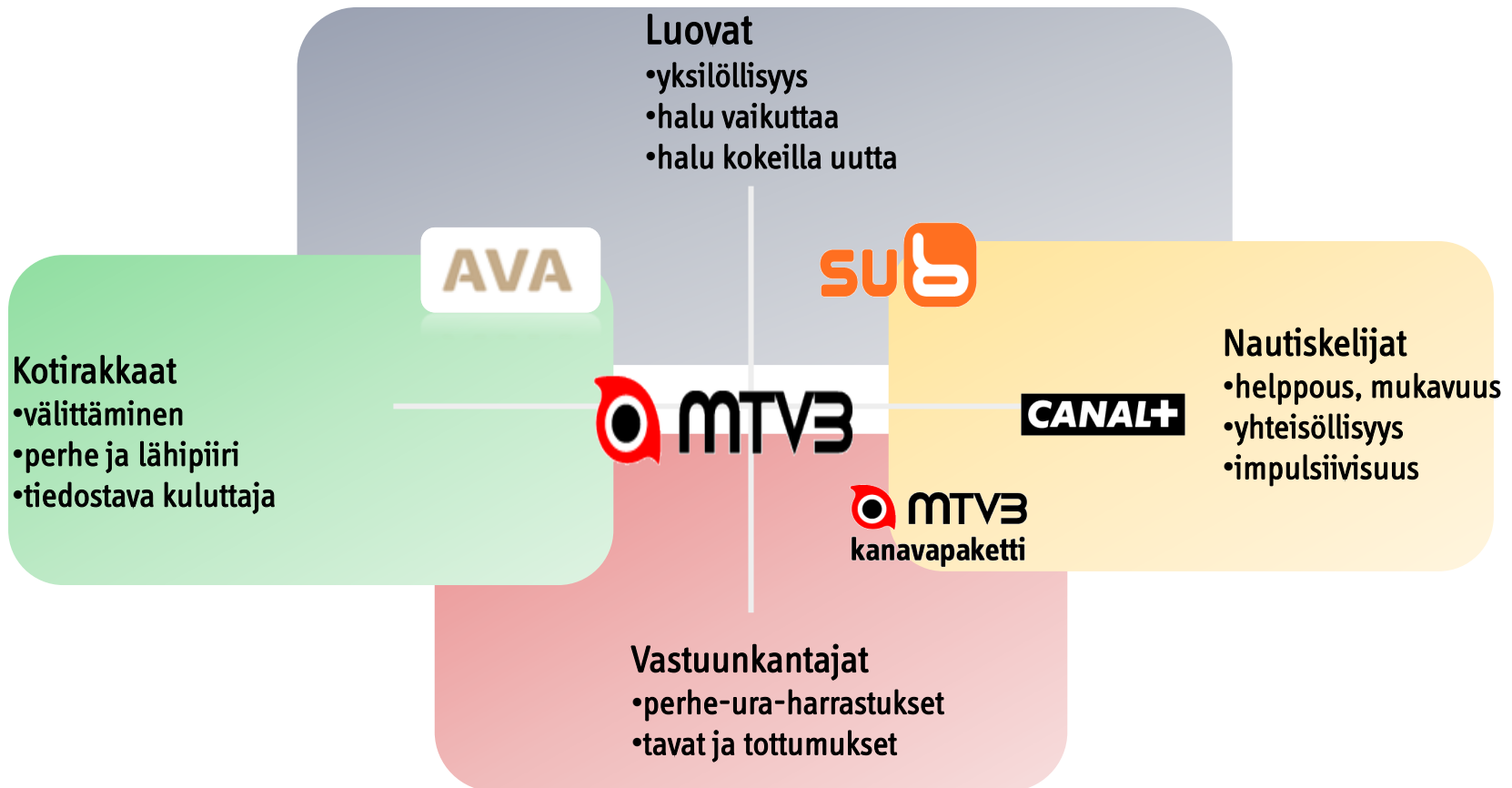
TV-mittaritutkimuksen tuottaman tiedon hyödyntäminen MTV Oy:ssä





Kaikille kaikkea? Positiointi

MTV MEDIAN kanavat tavoittavat kaikki



A cartoon illustration of a man with grey hair, a long nose, and a wide-eyed, questioning expression. He is wearing a green jacket over a black shirt. A large white speech bubble is positioned to his right, containing the text 'Jatkoa vai ei?'. The background is a solid light blue color.

*Jatkoa
vai ei?*

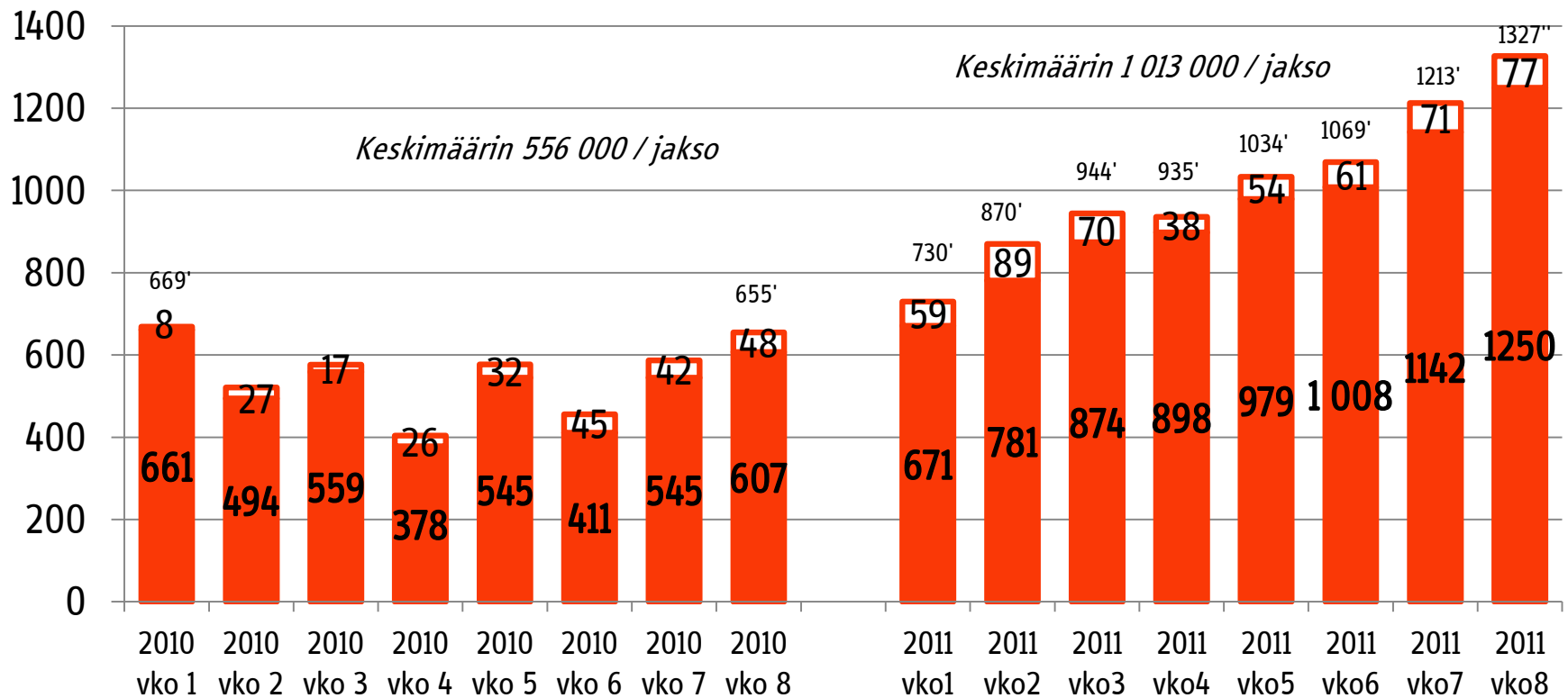
Ohjelmapäätöksissä huomioitava

- Ohjelma osana kanavan ohjelmatarjontaa
- Kanavan tavoitteet: katseluosuus, katsojamäärä, profiili
- Ohjelman "elinkaari" tai katselu kauden aikana
- Muut katseluun vaikuttavat tekijät (kilpailu, kausivaihtelu)
- Laadullinen tieto (tunnettuus, kiinnostavuus, palaute)

MTV3: Putous

Keskikatsojamäärä '000, 10+ vuotiaat

□ Tallenne ■ la 19.30



MTV MEDIA

Lähde: Finnpanel TV-mittaritutkimus, AdEdge



Putous palaa ensi vuonna

"Kumpi oli ensin kana vai minä?"

