

GOLF KESKUSMAINONTA



KULUTTAJA-
PROFIILIT

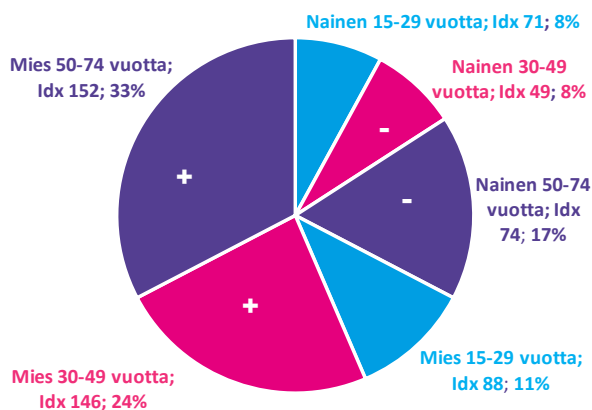
MEDIATEKO



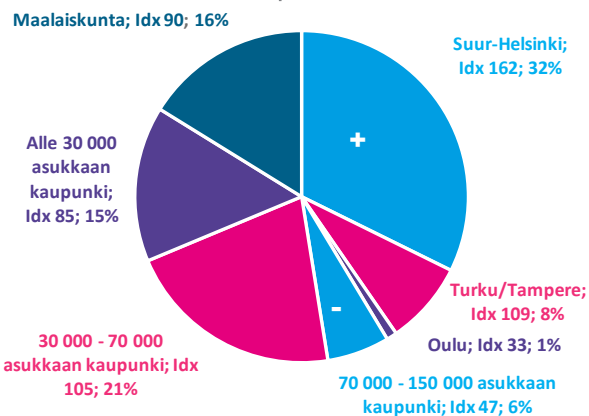
Golfaajat

Lähde: TNS Atlas 2017

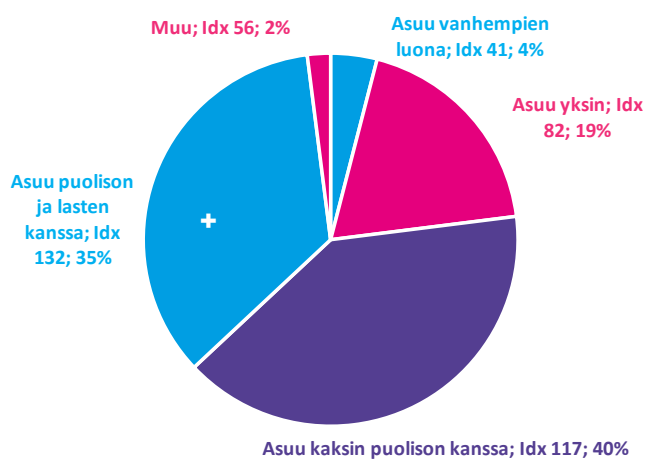
Ikä (Index; %)



Asuinalue (Index; %)



Elämänvaihe (Index; %)



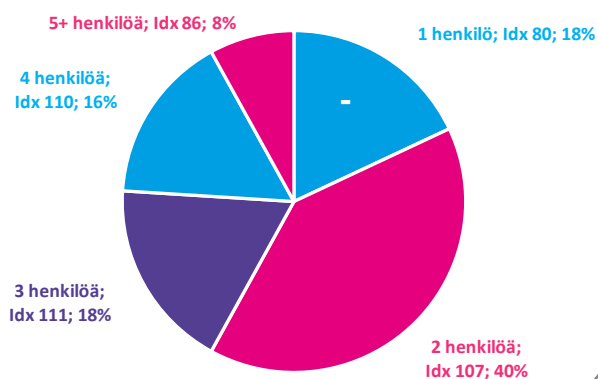
+: korostuu koko väestöön nähden, -: alikorostuu koko väestöön nähden
Lähde: TNS Atlas 2017



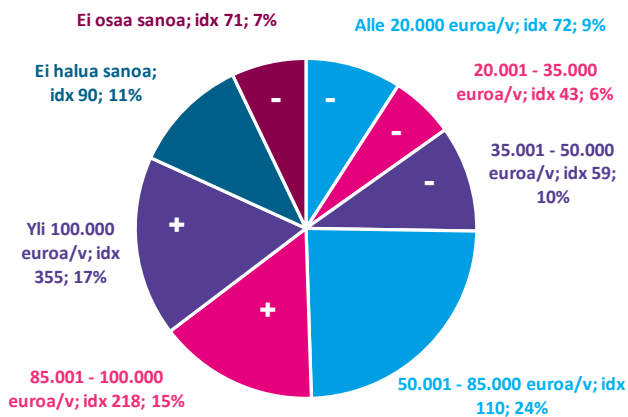
Golfaajat

Lähde: TNS Atlas 2017

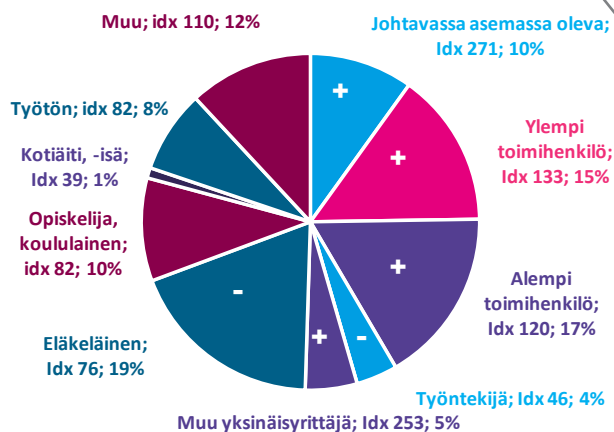
Ruokakunnan koko (Index; %)



Talouden tulot (Index; %)



Asema (Index; %)



+: korostuu koko väestöön nähden, -: alikorostuu koko väestöön nähden
Lähde: TNS Atlas 2017



Golfaajat

Lähde: TNS Atlas 2017

OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

- + Kokeilevat uusia tuotteita aiemmin kuin ystävänsä (Idx 163; 31 %)
- + Raha on paras menestyksen mittari (Idx 145; 21 %)
- + Merkki on laadun tae (Idx 141; 29 %)
- + Ostavat usein uusia tuotemerkkejä kokeillakseen niitä itse (Idx 133; 26 %)
- + Ihmiset tulevat kysymään heiltä neuvoa ennen kuin he ostavat uusia asioita (Idx 129; 25 %)
- + Käyttävät mielellään enemmän rahaa saadakseen parempaa laatua (Idx 128; 59 %)

KESTOKULUTUSHYÖDYKKEET

- + Huollattavat autonsa aina merkkikorjaamossa (Idx 171; 52 %)
- + Haluaisivat, että tulevaisuuden kotinsa olisi ns. älykoti (kodissa olisi esim. paljon itseohjautuvia laitteita) (Idx 165; 40 %)
- + Teknisiä laitteita ostaessa valitsevat usein kalliin mallin (Idx 159; 35 %)
- + Mikäli mahdollista, varustaisivat kotinsa viimeisimmällä tekniikalla (Idx 139; 43 %)
- + Heistä on mukava ostaa uusia laitteita ja vempaimia (Idx 128; 44 %)

SUHTAUTUMINEN RUOKAAN JA JUOMAAN + TERVEYTEEN

- + Ovat kiinnostuneita viineistä (Idx 156; 57 %)
- + Seuraavat ruokatrendejä (Idx 141; 28 %)
- + Heistä on mukava kokeilla uusia juomia (Idx 137; 65 %)
- + Ostaessaan elintarvikkeita kiinnittävät huomiota enemmän merkkiin kuin hintaan (Idx 135; 43 %)
- + Pyrkivät kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin ja täydentävät usein ruokavaliotaan syömällä ravintolisiä, superruokia tai funktionaalisia elintarvikkeita (Idx 132; 29 %)
- + Käyvät säännöllisesti terveystarkastuksissa, vaikka vointi olisi hyvä (Idx 124; 28 %)

MINÄKUVA, PERSOONALLISUUS JA MOTIVAATIO

- + Haluavat, että heillä on työelämässä valtaa ihmisten ja resurssien suhteen (Idx 151; 47 %)
- + Pitävät riskien ottamisesta (Idx 143; 45 %)
- + Haluaisivat jonain päivänä perustaa oman yrityksen (Idx 143; 36 %)
- + Näkevät työnsä enemmän urana kuin pelkkänä työnä (Idx 140; 45 %)
- + Ovat täysin tyytyväisiä elintasoonsa (Idx 137; 62 %)
- + Työskentelevät mieluummin ryhmässä kuin yksin (Idx 136; 39 %)
- + Nauttivat elämästä eivätkä huolehdi tulevaisuudesta (Idx 129; 58 %)



Golfaajat

Lähde: TNS Atlas 2017

ULKONÄKÖ JA PUKEUTUMINEN

- + Urheiluvaatteissa ja -jalkineissa tuotemerkki on hintaa tärkeämpi (*Idx 169; 32 %*)
- + Merkkituote parantaa imagoa (*Idx 166; 30 %*)
- + Heille on tärkeää, mitä vaatemerkkejä käyttävät (*Idx 151; 27 %*)
- + Pukeutuvat mielellään viimeisimmän muodin mukaisesti (*Idx 149; 17 %*)
- + Käyttävät ainoastaan arvostettuja kosmetiikka- ja hoitotuotemerkkejä (*Idx 138; 24 %*)
- + Valitsevat pääasiassa vaatemerkkejä, jotka tunnetaan hyvästä laadustaan (*Idx 136; 51 %*)
- + On tärkeää pysyä nuorekkaan näköisenä (*Idx 132; 47 %*)

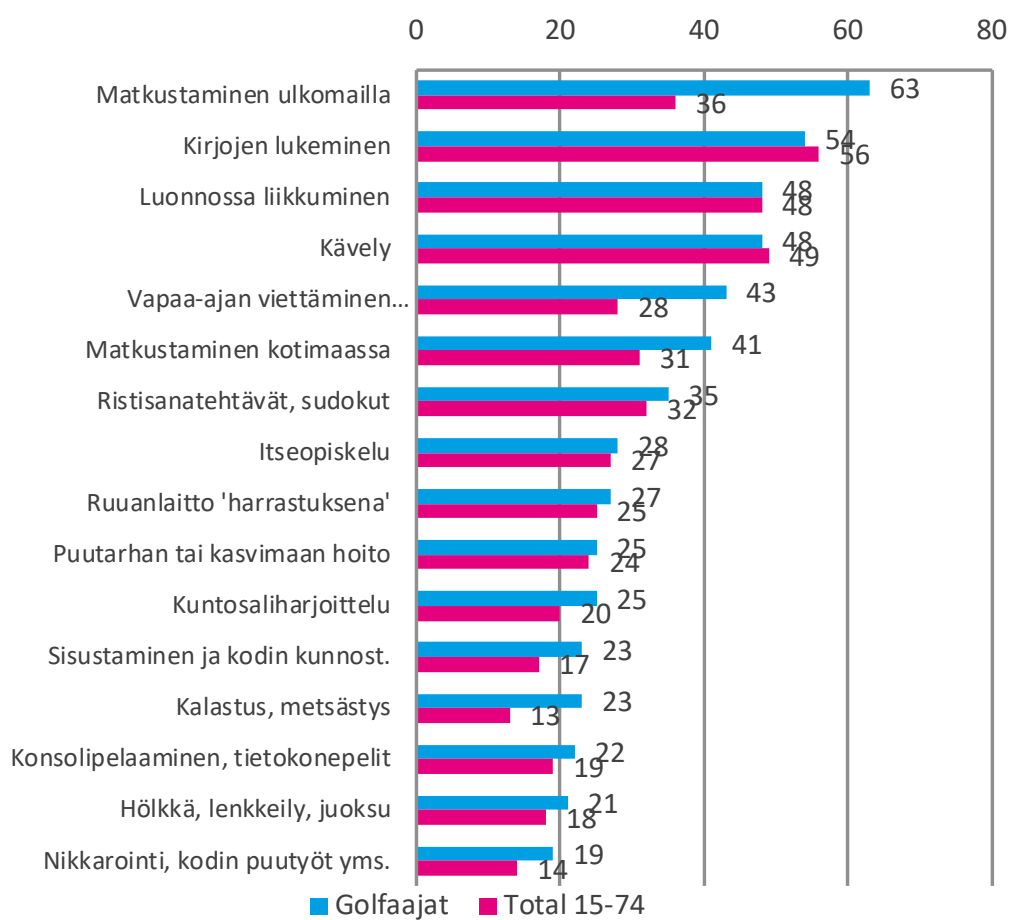
SUHTAUTUMINEN MEDIOIHIN JA MAINONTAAN

- + Kommentoivat usein katsomiaan televisio-ohjelmia sosiaalisessa mediassa (esim. Twitter, Facebook) (*Idx 167; 13 %*)
- + Voisivat maksaa sanomalehtien verkkosisällöistä tai -palveluista (*Idx 141; 28 %*)
- + Sanomalehti on tärkeä osa heidän päiväänsä (*Idx 128; 69 %*)
- + Perinteinen tv:n katselu on vähentynyt, kun katsovat ohjelmia yhä useammin maksullisista tv-palveluista (esim. Netflix, HBO, Viaplay, Elisa Viihde) (*Idx 126; 40 %*)
- + Kuuntelevat usein radiota matkalla kauppaan (*Idx 126; 71 %*)
- + Muiden verkossa jakamat kommentit tai arviot vaikuttavat heihin (*Idx 126; 42 %*)
- + Pitävät ajatuksesta, että käytettävissä on laaja valikoima televisiokanavia (*Idx 125; 73 %*)
- + Radio on tärkeä osa heidän päiväänsä (*Idx 123; 62 %*)
- + Käyttävät nykyään internetiä enemmän älypuhelimella tai tabletilla kuin pöytäkoneella tai kannettavalla (*Idx 123; 55 %*)



Golfaajat

Harrastukset/kiinnostuksenkohteet





Kauppakatu 12, 70100 KUOPIO
Hilda Flodinink aukio 2 A 1, 00300 HELSINKI
www.mediateko.fi

MEDIATEKO