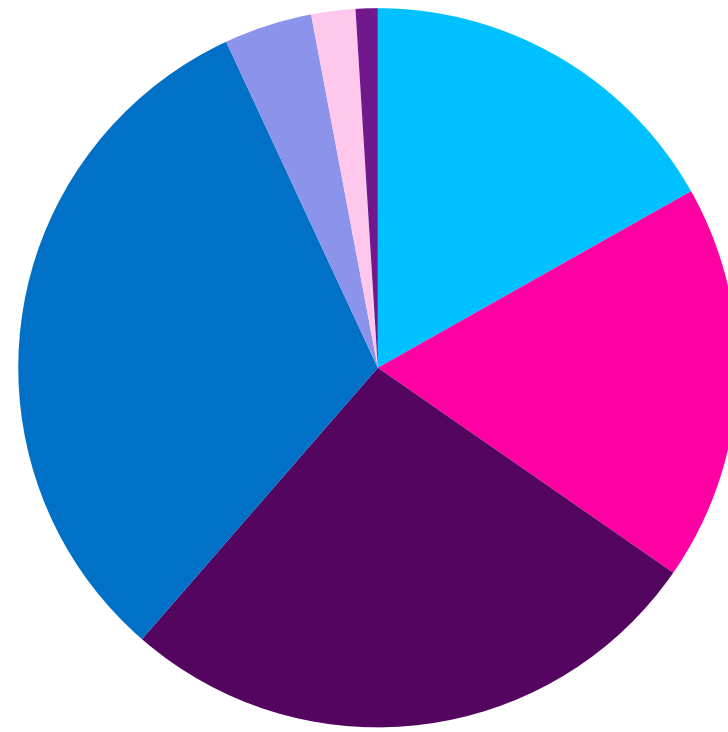


Kohderyhmä- profili

Hiihtokeskusmainonta

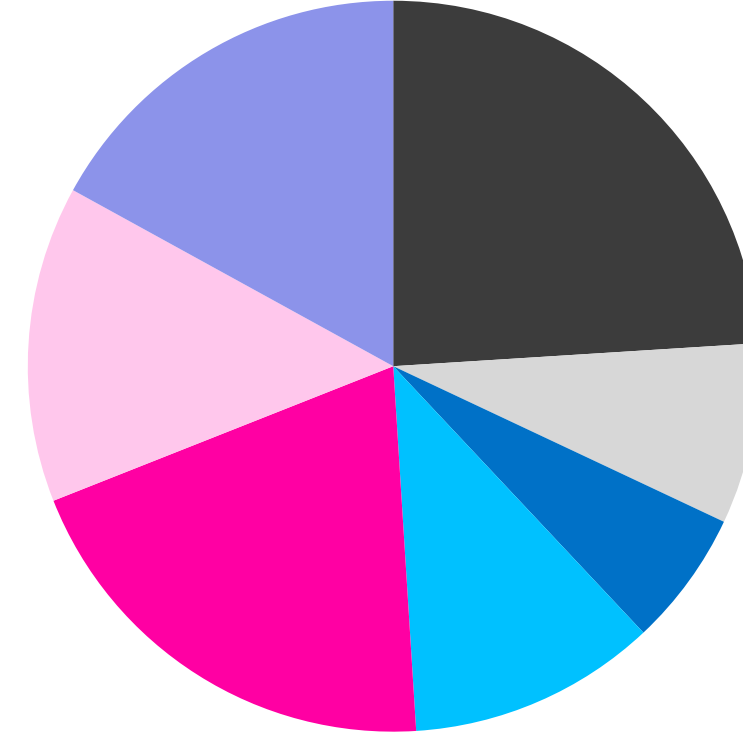


Kohderyhmätietoa



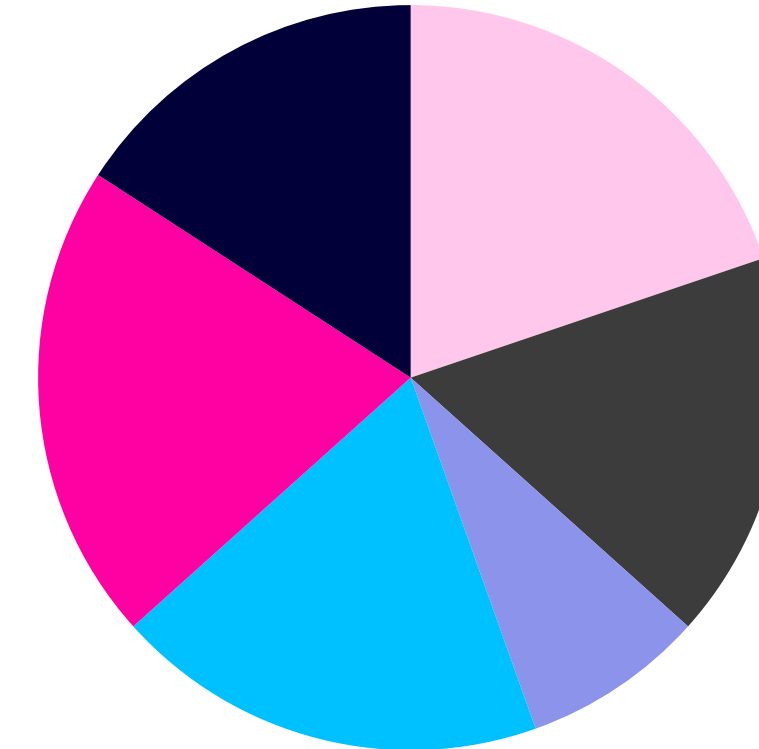
Elämänvaihe

- Asuu kotona vanhempien luona 18 % (idx 192)
- Asuu yksin 18 % (idx 68)
- Asuu kaksin puolison kanssa 27 % (idx 77)
- Asuu puolison ja lasten kanssa 31 % (idx 131)
- Yksinhuoltaja 4 % (idx 111)
- Muu 2 % (idx 104)
- Ei halua sanoa 1 % (idx 135)



Asuinalue

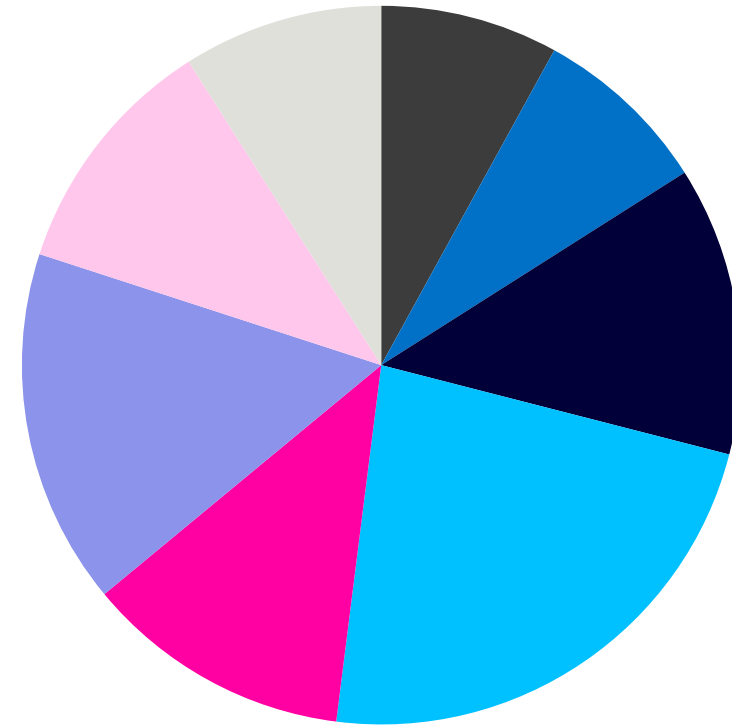
- Suur-Helsinki 24 % (idx 121)
- Turku/Tampere 8 % (idx 94)
- Oulu 6 % (idx 146)
- 70 000-150 000 asukkaan kaupunki 11 % (idx 84)
- 30 000-70 000 asukkaan kaupunki/kunta 20 % (idx 97)
- Alle 30 000 asukkaan kaupunki 14 % (idx 79)
- Maalaiskunta 17 % (idx 105)



Ikä

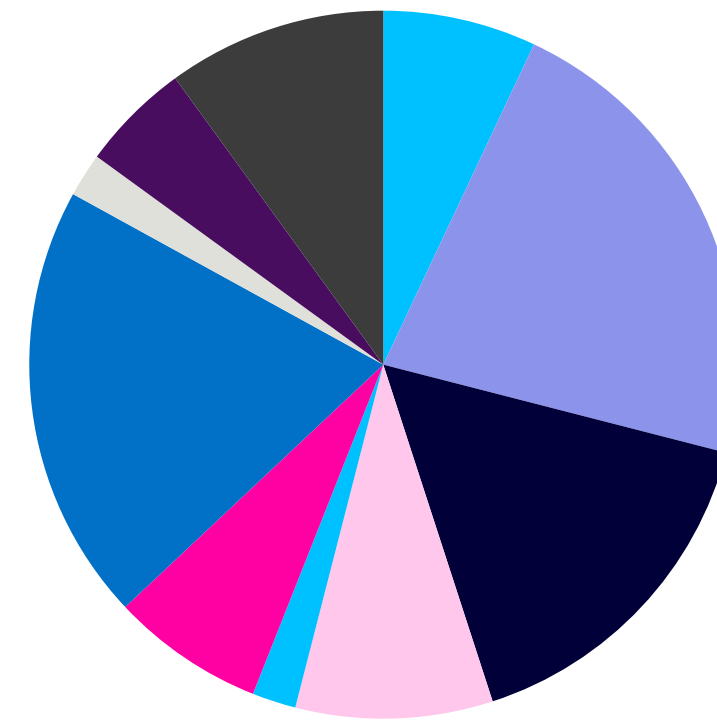
- N15-29 vuotta: 20 % (idx 175)
- N30-49 vuotta: 17 % (idx 106)
- N50-74 vuotta: 8 % (idx 34)
- M15-29 vuotta: 19 % (idx 165)
- M30-49 vuotta: 20 % (idx 126)
- M50-74 vuotta: 16 % (idx 72)

Kohderyhmätietoa



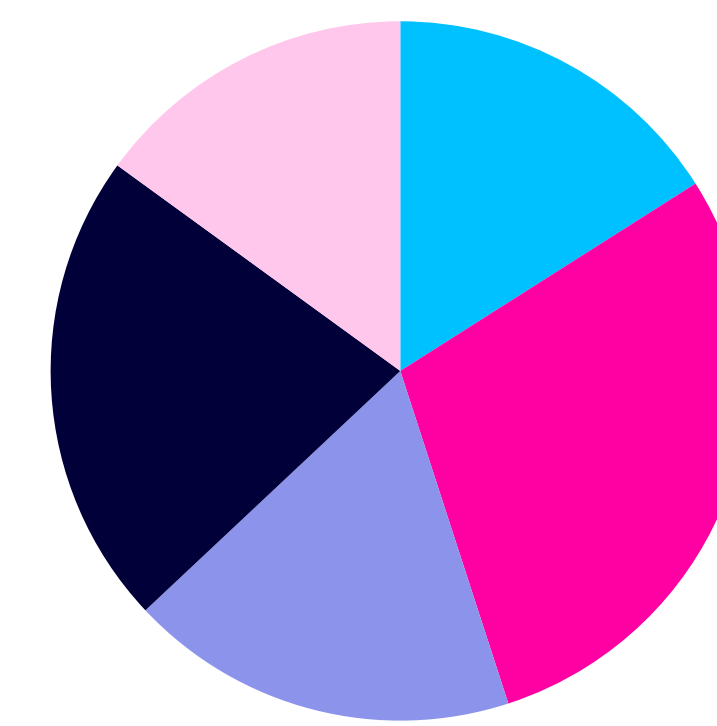
Talouden tulot euroa/v

- Alle 20.000: 8 % (idx 65)
- 20.001 - 35.000: 8 % (idx 58)
- 35.001 - 50.000: 13 % (idx 76)
- 50.001 - 85.000: 23 % (idx 99)
- 85.001 - 100.000: 12 % (idx 139)
- Yli 100.000: 16 % (idx 225)
- En halua sanoa: 11 % (idx 104)
- Ei osaa sanoa: 9 % (idx 120)



Asema

- Johtavassa asemassa oleva: 7 % (idx 173)
- Ylempi toimihenkilö: 22 % (idx 161)
- Alempi toimihenkilö: 16 % (idx 111)
- Työntekijä: 9 % (idx 77)
- Muu yksinäisyrittäjä: 2 % (idx 112)
- Eläkeläinen: 7 % (idx 29)
- Opiskelija/koululainen: 20 % (idx 186)
- Kotiäiti- /isä 2 % (idx 107)
- Työtön: 5 % (idx 73)
- Muu: 10 % (idx 96)

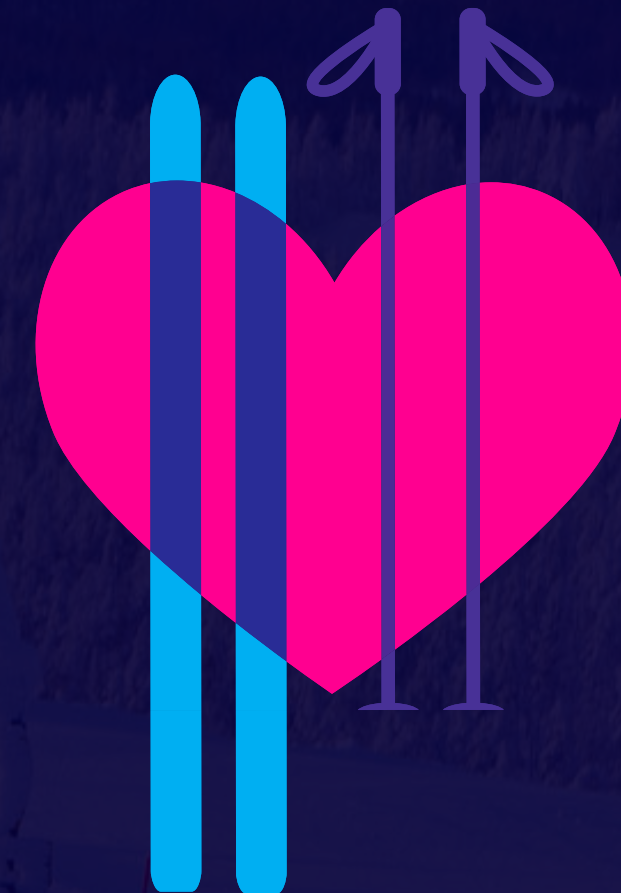


Ruokakunnan koko

- 1 henkilö: 16 % (idx 62)
- 2 henkilöä: 29 % (idx 78)
- 3 henkilöä: 18 % (idx 119)
- 4 henkilöä: 22 % (idx 161)
- 5+ henkilöä: 15 % (idx 188)

Ostokäyttäytyminen

- 29%** Ostan usein uusia tuotemerkkejä kokeillakseni niitä (idx131)
- 35%** Ihmiset tulevat kysymään minulta neuvoa ennen kuin he ostavat uusia asioita (idx 153)
- 32%** Seuraan ruokatreendejä (idx 147)
- 32%** Kaupassa kulutan yleensä enemmän kuin olin suunnitellut (idx 119)
- 75%** Laadukkaista tavaroista kannattaa maksaa enemmän (idx 111)
- 39%** Seuraan autoalan kehitystä ja viimeisimpiä uutuuksia (idx 144)
- 41%** Teknisiä laitteita ostaessa valitsen usein kalliin mallin (idx 158)



24% Pukeudun mielelläni viimeisimmän muodin mukaisesti (idx 169)

62% Pidän ulkonäöstäni huolta (Idx 131)

32% Urheiluvaatteissa ja -jalkineissa tuotemerkki on hintaa tärkeämpi (idx 146)

78% Minusta on mukava kokeilla uusia ruokia (idx 115)

57% Olen seikkailijaluonne (idx 156)



Poimintoja huomioarvotutkimuksesta 2018–2024

Lähde: Feedback huomioarvotutkimukset 2018-2024, N=15 641



Lähde: Kantar Mind kuluttaja Y2022 ja Feedback huomioarvotutkimukset 2018-2024

Tehdään yhdessä
kampanjoita, jotka
osuvat suomalaisten
sydämiin

VERKKOKAUPPA

