

SOSIAALISEN MEDIAN VAIKUTTAVUUDEN SEURANTA

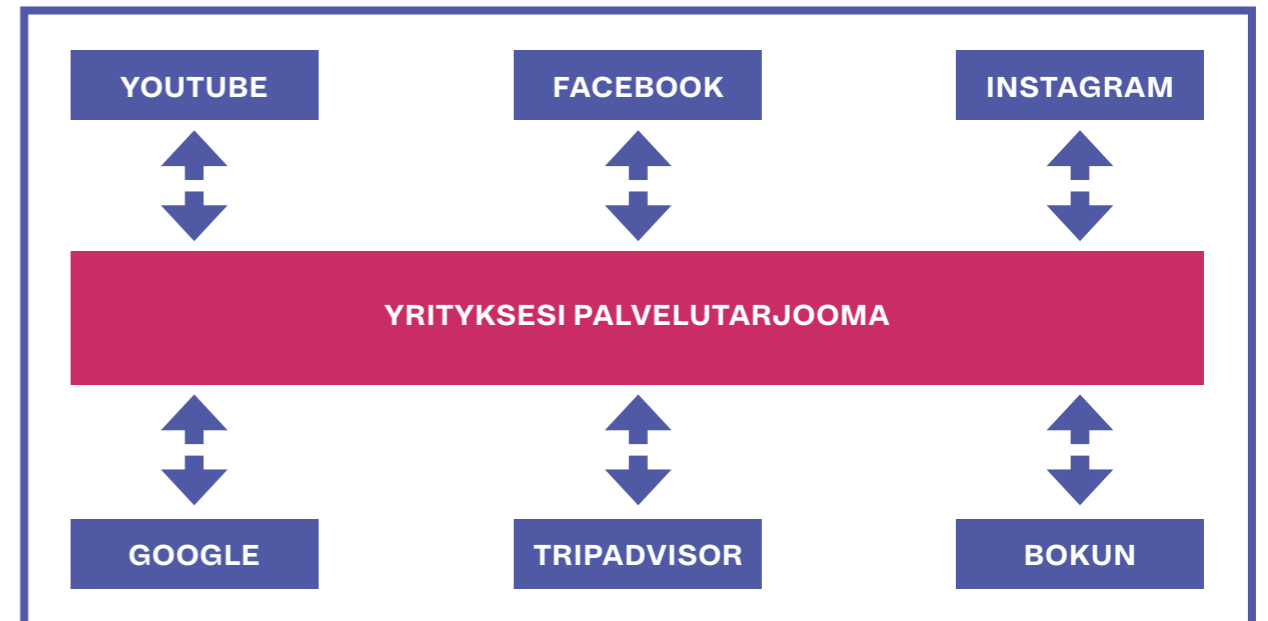
NETTI ON MUUTTANUT OSTOKÄYTTÄYTYMISTÄMME

52% matkustajista kertoo sosiaalisessa mediassa jaetun sisällön vaikuttavan heidän matkasuunnitelmiinsa.

76% matkailijoista jakaa verkossa materiaalia lomistaan. Tästä johtuen on tärkeää, että yritykset ovat tietoisia siitä, mitä heistä puhutaan internetissä.

80% matkailijoista todennäköisesti varaa matkan sellaiselta yritykseltä, joista heidän kaverinsa ovat tykänneet tai joiden julkaisuja nämä ovat jakaneet.

95% matkailijoista lukee ennen matkan varaamista keskimäärin seitsemän arvostelua ja käyttää niiden lukemiseen noin 30 minuuttia aikaa.



SOSIAALINEN MEDIA				VARAUSKANAVAT (täytä soveltuvin osin)			
	FACEBOOK	INSTAGRAM	GOOGLE	BOOKING	HOTELS	TRIPADVISOR	BOKUN
NÄYTTÖKERRAT Kappalemäärä							
SEURAAJAT Kuinka monta seuraajaa sivulla on?							
TYKKÄÄJÄT Kuinka monta tykkääjää sivulla on?							
ARVOSTELUT Kuinka monta pos. / neg. arvostelua olette saaneet?							
TAVOITE							
KIINNOSTAVUUSTASO Sivusi vs. keskiarvo							
KATSELUT Hakutulossivulla ja majoituspaikan sivulla							
VARAUKSET							
ARVIOT Esim. sijainti, siisteys, mukavuudet ja palvelut							
KONVERSIO Kuinka moni katselukerta johti varaukseen?							

Lähde: Luvut netin ostokäyttäytymisen muutoksista / Suomen digimarkkinointi