

# SUGAR HELSINKI

**Vastuullisesta valinnasta kiinnostavin  
vaihtoehto kuluttajille -  
*miten PR & vaikuttajamarkkinointi  
liittyvät siihen?***

S U  
G A  
R

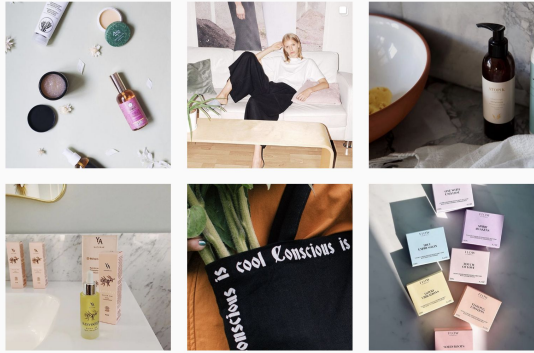
## Miten kulutustottumuksia muokataan ja miten löydetään täydellinen brand match?

Selvitimme, miten Suomen merkittävimmät bloggaajat, tubettajat ja someinfluencerit valitsevat yritykset, joiden kanssa tekevät yhteistyötä ja millaisista aiheista he ja heidän seuraajansa ovat kiinnostuneita juuri nyt.

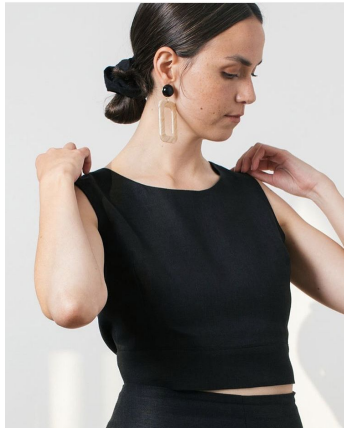
Kuvasto, jota järjestöt ja yritykset nyt käyttävät puhuessaan ilmastokriisistä ja paremmista vaihtoehdoista, ei inspiroi kuluttajia muokkaamaan omia kulutustottumuksiaan.



Jos vastuullisuus näyttäisi tältä, useampi voisi löytää vastuullisempien tuotteiden pariin. Kuvasto, joka inspiroi kuluttajia todennäköisemmin tekemään ostopäätöksiä:



atelierlah

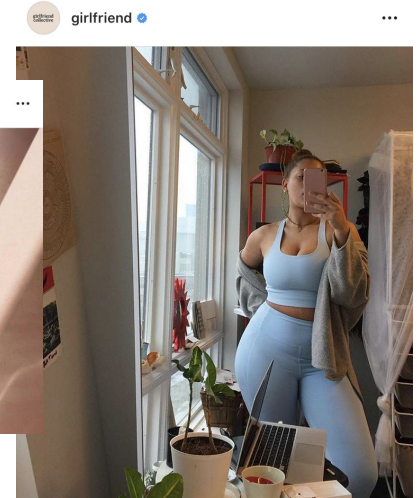


rumeurlabel

**DON'T BUY THIS JACKET**



mossafinland



girlfriend

**IT'S LIKE MILK, BUT MADE FOR HUMANS.**



# S U G A R

1. **Vastuullisten valintojen tekeminen on oltava houkuttelevaa & haluttavaa**
2. **Viestien on tultava houkuttelevilta tahoilta**

# Miksi vaikuttajilla on väliä?



Suurin osa merkittävistä vaikuttajista on milleniaaleja tai puhuttelee heitä.

Milleniaalit ovat nyt maailman laajin kuluttajaryhmä.

Lähde: Financial Times 2019

S U  
G A  
R

# Sugar Helsingin kysely lähetettiin 41 vaikuttajalle ja saimme 33 vastausta!

Lähetimme kyselyn vaikuttajille, jotka tekevät merkityksellistä ja innostavaa sisältöä ja jotka tavoittavat relevantteja yleisöjä.

# S U G A R

## Muutamia kyselyyn vastanneita vaikuttajia:

Hanna Gullichsen / @hannagullichsen

Sita Salminen / @sitasalminen, @asmrsita

Miisa Rotonen / @mmiisas

Sara Vanninen / Tickle your fancy

Nata WTD / @natawhitetrash

Joonas Pesonen / @pesojoonas

Mikko Toiviainen / @kalenterikarju

Susanna Vento / @susanna\_vento

Julia Thuren / @juliaihminen

Tuija Pehkonen / @tuijapehkonen

Kriselda Mustonen / @kriselda, @yesgirlofficial

Ida Hanhiniemi / @ida365

+ 21 muuta vaikuttajaa





mmiisas

Seurataan ▾ ...

1 196 julkaisua **432k** seuraajaa 131 seurannassa

**mmiisas**

👤 Internet kid from Finland

✉ business inquiries: johannes.laakio@splayone.com

📺 latest video

[youtu.be/NMZeSVHod4U](https://youtu.be/NMZeSVHod4U)

Seuraajat: monajippy, dashingdesigners, emmakkari + 156 muuta

**Esimerkiksi Helsingin Sanomien kokonaislevikki (digi+painettu) n. 330 000 (vs. @mmiisas 432 000 seuraajaa)**



natawhitetrash

Seurataan ▾ ...

8 078 julkaisua **20,5k** seuraajaa 1 353 seurannassa

**Natalia Salmela**

IRL native living in the digital world ☐

CEO & Blogger

@satokausikalenteri 🍌

@ysistaviiteen 🗣️

nata@wtd.fi

[wtd.fi](https://wtd.fi)



sitasalminen

Seurataan ▾ ...

1 525 julkaisua **87,1k** seuraajaa 482 seurannassa

**ASMR Sita Sofia**

👤 27-vuotias vloggaaja | 🗣️ @pokspodcast

📖 Esikoiskirja @munlupa 28.11.2019

✉ sitasalminen.contact@gmail.com

📺 Uusin video

[youtu.be/vx5FuhfN6SM](https://youtu.be/vx5FuhfN6SM)



6 192 julkaisua **45,6k** seuraajaa 895 seurannassa

**SARA TICKLE**

🌙 life | good vibes | photography

• sara.tickle@gmail.com

[saratickle.com](https://saratickle.com)



hannagullichsen

Seurataan ▾ ...

7 065 julkaisua **24,2k** seuraajaa 708 seurannassa

**Hanna Gullichsen**

Nälkäinen kokki. ☐🗣️👤 #hannagkokkaa

Yhteisö kranttujen lasten ruokkijoille @kylmanakki

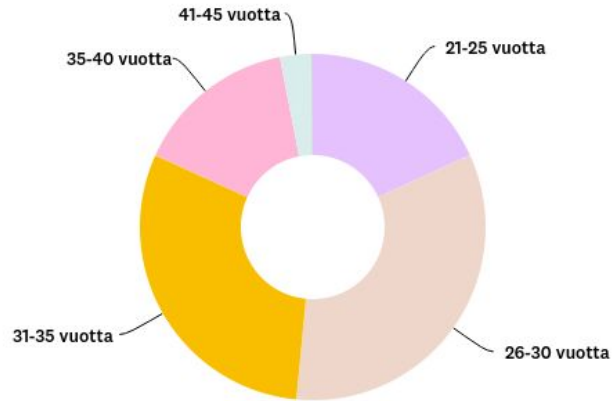
Yhteydenotot hanna.gullichsen@gmail.com

[hannag.fi](https://hannag.fi)

# Vaikuttajakysely

Kyselyyn vastasi 33 Suomen merkittävimpiin lukeutuvaa vaikuttajaa

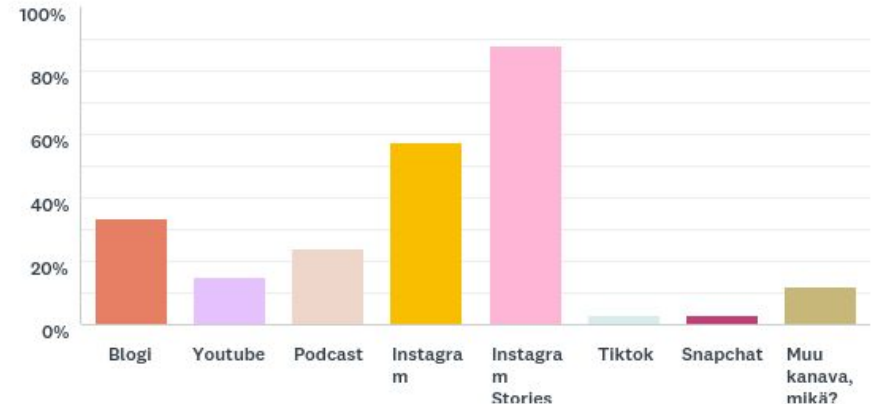
**Kyselyyn vastanneiden vaikuttajien ikä:**



**Kyselyyn vastanneiden pääkanava:**

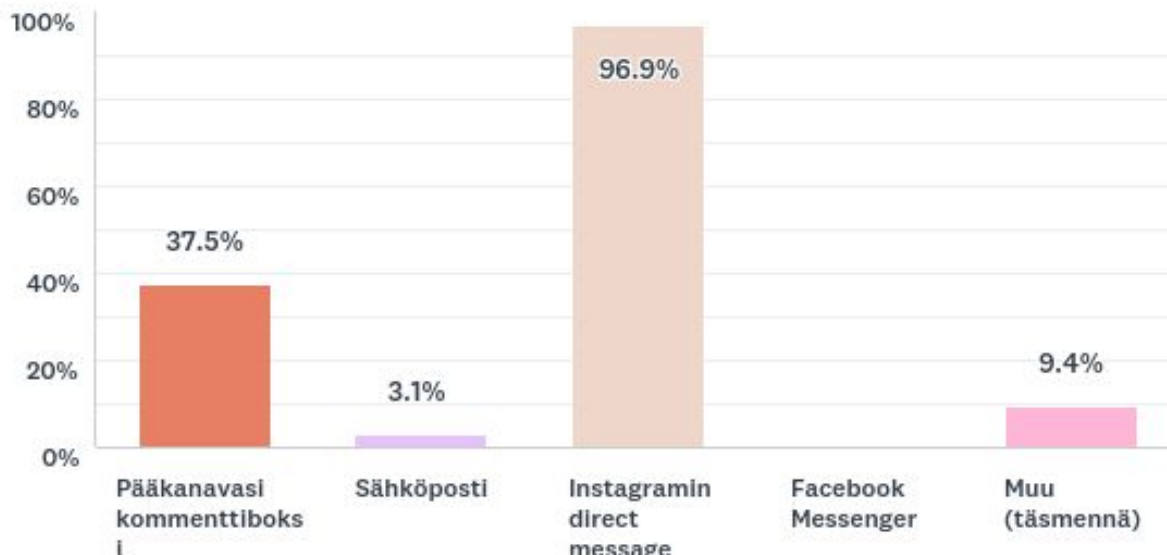
Instagram (42,4%), blogi (36,4%), Youtube (18,2%)

**Mitä kanavia käytät aktiivisesti pääkanavasi lisäksi?**

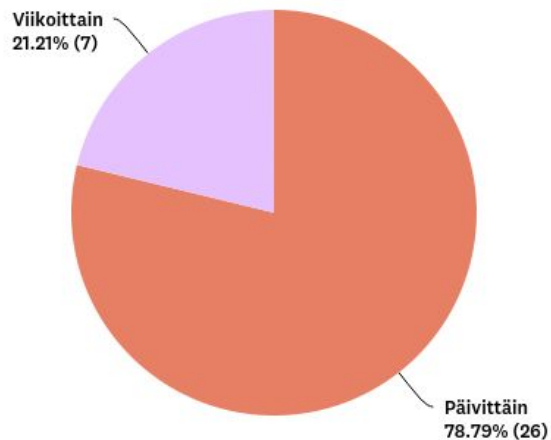


## Missä kanavissa saat eniten kommentteja seuraajiltasi?

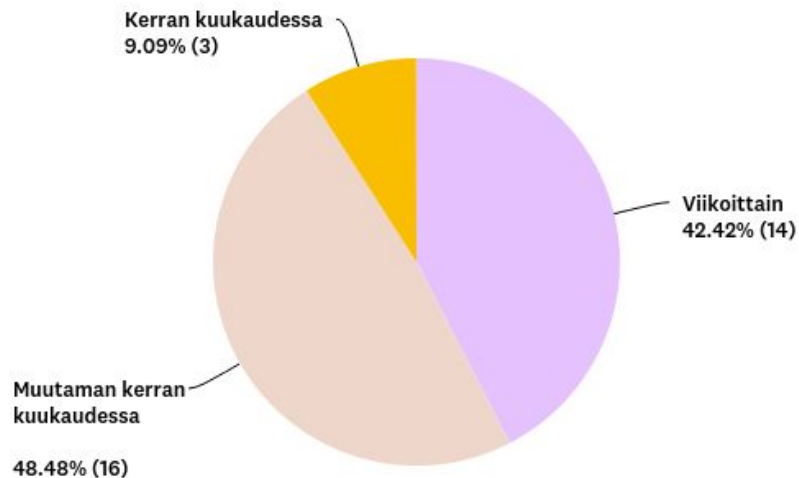
Tämä kannattaa huomioida kun suunnittelee yhteistyötä; palaute ja keskustelut käydään henkilökohtaisesti Instagramin yksityisviesteissä. Kysy, millaista palautetta vaikuttaja sai ja millaisiin kysymyksiin hän vastasi.



## Kuinka usein saat yrityksiltä yhteistyöehdotuksia, kutsuja tilaisuuksiin tai tiedotteita?



## Kuinka usein vastaat myöntävästi yrityksiltä saatuihin yhteistyöehdotuksiin, kutsuihin tai tiedotteisiin?



S U  
G A  
R

# Tapahtumat ja ansaittu näkyvyys

Miten erottua muista yrityksistä?

Kyselyn perusteella tärkein syy osallistua PR-tapahtumaan ovat tärkeysjärjestyksessä:

1. Kiinnostava brändi
2. Kiinnostava ohjelma
3. Uuden tiedon oppiminen
4. Mahdollinen yhteistyö ko. brändin kanssa.

Ansaittua näkyvyyttä puolestaan annetaan todennäköisimmin yrityksille, joiden arvot vastaavat vaikuttajan omia arvoja. Pienet ja kotimaiset yritykset nostetaan myös herkemmin ilman palkkiota omalla kanavalla esille.

# S U G A R

**79 %** kyselyyn vastanneista sanoo, että suosituimpien postausten joukossa on kaupallisia yhteistyöpostauksia. Kun vaikuttaja tekee työnsä hyvin, sisällön suosioon ei vaikuta negatiivisesti se, että sisällöllä on kaupallinen sponsori.

## Kaupallinen yhteistyö

Arvot korostuvat myös kumppaneiden valinnassa

Kysyimme, millä perusteella vaikuttajat valitsevat yhteistyökumppanit ja top 3 perustetta olivat:

1. Positiiviset kokemukset ko. tuotteesta/palvelusta
2. Tuotteen palvelun ominaisuudet miellyttävät
3. Brändi on vaikuttajan oman arvoasteikon mukaan vastuullinen

Top 3 syytä kieltäytyä kaupallisesta yhteistyöstä yrityksen kanssa ovat:

1. Arvot eivät kohtaa vaikuttaja oman arvomaailman kanssa
2. Tuote josta ei pidä -> autenttisuus! On todella tärkeää, että vaikuttaja on päässyt tutustumaan tuotteeseen etukäteen
3. Yrityksellä on huono maine

S U  
G A  
R

# Sisältö: Mistä aiheista saat eniten toiveita seuraajiltasi?

Arvot korostuvat myös kumppaneiden valinnassa

- **Henkilökohtaiset aiheet (78%), vastuullinen kuluttaminen (47%), reseptit (47%)** ja muut aiheet, mm: arkiset, ei liian siloitellut postaukset, hyvinvointi & mielenterveys, vastuullisuus & ekoelämä, raha & talous, arkivinkit esim.

vegaaniruokavalioon, ajankohtaiset tuotevinkit

- 62% kyselyyn vastanneista on alkanut tehdä viimeisen 6kk aikana sisältöä **vastuullisista teemoista**, 38% vastanneista **ilmastonmuutoksesta ja ympäristöasioista** ja 41% **hyvinvointiin liittyvistä teemoista**

S U  
G A  
R

# Vastuullisten valintojen tekeminen on oltava houkuttelevaa & haluttavaa

Yrityksillä on mahdollisuus tehdä vastuullisista valinnoista kiinnostavaa

1. **Jos teet asioita hyvin, kerro siitä johdonmukaisesti**
2. **Kun tiedät, että jossain on parantamisen varaa, ole rehellinen ja kerro, mitä olette tekemässä asian eteen**
3. **Vastuullisuus ei ole erillinen osa yrityksen markkinointia**



S U  
G A  
R

# Viestien on tultava houkuttelevilta tahoilta

Näin löydät brand matchin vaikuttajayhteistyöhön

1. **Älä osta pelkkää mainostilaa**
2. **Seuraa keskustelua. Onko vaikuttaja puhunut brändillenne tärkeistä aiheista kanavissaan aiemminkin?**
3. **Onko vaikuttaja nostanut brändiä kanavissaan esille ansaitusti? Käykö vaikuttaja brändisi järjestämissä pr-tilaisuuksissa? Seuraako vaikuttaja somekanaviasi?**
4. **Kirkasta tavoitteet**
5. **Jätä tilaa sattumille! Tarttumalla ajankohtaisiin puheenaiheisiin on mahdollista nousta edelläkävijäbrändiksi**

Conscious  
is cool

Sugar Helsinki  
[www.sugarhelsinki.com](http://www.sugarhelsinki.com)

[ida@sugarhelsinki.com](mailto:ida@sugarhelsinki.com)  
[saana@sugarhelsinki.com](mailto:saana@sugarhelsinki.com)

S U  
G A  
R

**LISÄÄ MAAILMASTAMME**  
**[www.sugarhelsinki.com](http://www.sugarhelsinki.com)**

IG: [@sugarhelsinki](https://www.instagram.com/sugarhelsinki)

BLOG: [www.sugar-universe.com](http://www.sugar-universe.com)