



Rapport:

Men var är brudarna?

En studie om användandet av mobilsajter.

Web Service Award 2010

Rapport: Men var är brudarna? En studie om användandet av mobilsajter

Inledning

Web Service Award (WSA) har under november 2009 genomfört besöksundersökningar av ett urval mobilsajter. Syftet har varit att analysera och se hur mobila sajter uppfattas av besökare, vilka som besöker sajterna samt vilka telefoner, operativsystem och läsare de har. Undersökningen är en del i WSA:s löpande studier av webbplatser, intranät och organisationerna bakom.

Kriteriet för studien var att de utvalda webbplatserna är mobilanpassade. Studien bygger på svaret från 3 448 respondenter på mobilsajterna: mobil.unt.se, mobil.dn.se, mobil.mil.se, mobil.svenskfast.se och mobil.idg.se. Detta gör studien till den största och mest omfattande i sitt slag i Sverige.

Respondenterna fick svara på ett antal frågor i en femgradig skala. I skalan betyder 5 att påståendet stämmer helt med respondenternas uppfattning och 1 att det inte stämmer alls. Dessa frågor redovisas i temperaturdiagrammen i rapporten. Blått är andelen positiva (5+4) och de röda fälten är andelen negativa (1+2). I bilderna har andelen 3 neutraliserats.

I rapporten hänvisas även till slutsatser från de genomförda Web Service Indexundersökningar som WSA har genomfört på den svenska marknaden sedan år 2000.

Stockholm, januari 2010

Pierre Du Rietz

VD/Chefsanalytiker, Web Service Award AB

Sammanfattning

Var är kvinnorna på de mobila sajterna?

Undersökningarna visar att det framförallt är män i yrkesverksam ålder som surfar på de undersökta mobilsajterna. Hela 91 % är män! Frågan man bör ställa sig är varför det bara är 9 % kvinnor. Det är inte förvånande att det är personer i yrkesverksam ålder (26-40 år) som surfar via mobilen eftersom det krävs både en dyrare mobiltelefon och ett abonnemang som ekonomiskt tillåter att man surfar. Detta förklarar däremot inte varför kvinnor inte besöker mobilsajterna. Frågan är hur man kan locka fler kvinnor att surfa via mobilen. Skillnaden mellan könen borde inte vara så stor med tanke på att det ungefär är lika många kvinnor som män som använder internet.

Mobilen avgör!

Mobilen påverkar i stor grad hur besökarna uppfattar mobilsajterna. iPhone-användarna skiljer sig från övriga mobilmärken. iPhone är den mest använda mobilen bland surfarna. De har en så stor andel som 32 %. De har större krav på hur mobilsajten ska fungera. Det är ett mycket klart samband mellan om den mobila sajten är anpassad efter iPhone, så att de kan använda sajten som de är vana vid, och hur de uppfattar den.

Besökarna vill ha mer!

Något som är väldigt tydligt är att besökarna vill ha mer innehåll på mobilsajterna. Det är ett av de viktigaste områdena för hur besökarna upplever mobilsajten. Besökarna vill ha samma mängd information som de får via den vanliga webbplatsen. De till och med efterfrågar videoklipp och mer bilder.

1. Besöksprofil

Var är kvinnorna? Färre än var tionde besökare är kvinna!

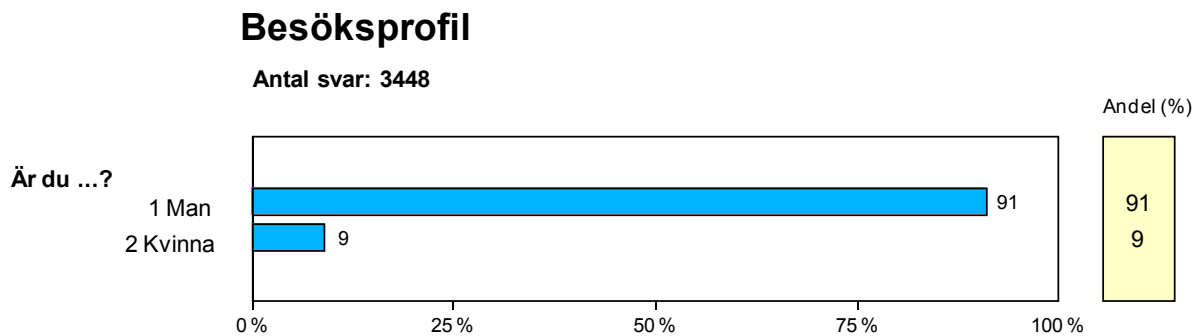


Bild 1: Andel män och kvinnor i %

De undersökta mobilsajterna besöks framför allt av män. I snitt för mobilsajterna är det hela 91 % män och bara 9 % kvinnor. Detta är en mycket större andel än för vanliga webbplatser där fördelningen mellan könen är mycket mer jämn.

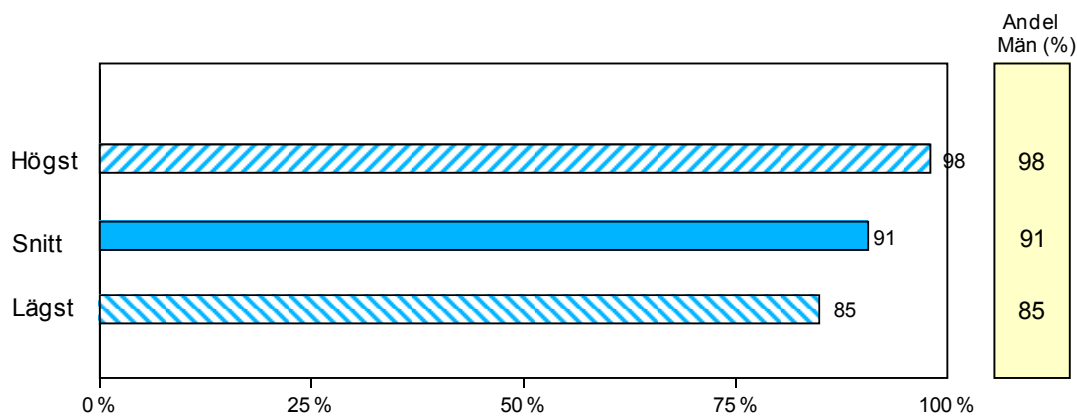


Bild 2: Andel män i %, jämfört med mobilsajt med högst andel och lägst andel

Spannet på andelen män är från 98 % på den sajt med störst andel till 85 % män hos den med lägst. Med andra ord är det väldigt få kvinnor som använder de mobila sajterna. Frågan är förstås vad det kan bero på? Beror det på marknadsföringen eller bristen på marknadsföring av mobilsajterna? Hur presenteras mobilsurfandet av operatörerna? Vilka signaler sänder man? Helt klart är det att det finns en oerhört stor potential att få ännu fler att besöka de mobila sajterna, om man även gör mobilsurfandet mer attraktivt för kvinnor.

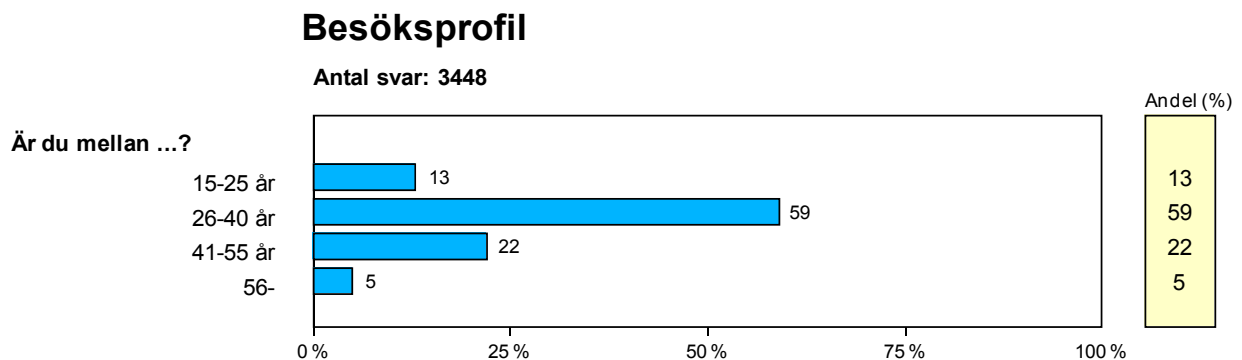
Yngre och äldre har inte kommit ut ännu.

Bild 3: Åldersfördelningen bland respondenterna i %

Flest personer som använder de mobila sajterna finns i åldersgruppen 26-40 år, med andel av 59 %. Sedan är det ett hopp ner till 41-55 år med 22 %. De yngre, 15-25 år, har en andel på 13 % och det är så få som 5 % av totalpopulationen som är 56 år eller äldre.

Ålder (%)

	15-25 år	26-40 år	41-55 år	56 år-
Högst	33	57	32	30
Snitt	13	59	22	5
Lägst	7	43	7	1

Tabell 1: Åldersspannet i undersökningen fördelat på Snitt, Högst och Lägst andel (%).

Undersökningen visar att det framförallt är män i yrkesverksam ålder som besöker de mobila sajterna. Troligen är de mer teknikintresserade och mer öppna för att testa nya metoder att nå information.

Könsfördelningen på de mobila sajterna ligger i linje med hur det var på internet för 15 år sen och till och med något lägre. Enligt en rapport från TradePoint¹ vintern 1997 var andelen kvinnor som använde internet endast 15 % vintern 1996.

Att potentialen för mobilsurfandet är stort och att en ökning bör ske bland kvinnor kan även ses i jämförelsen med internetanvändningen i stort. Under första kvartalet 2009 var användning av Internet bland alla kvinnor i Sverige 89 % och bland män 90 %².

¹ Se även "Mannens respektive Kvinnans Internet", april 1999, Eva-Maria Jacobsson, Report number: TRITA-NA-D9906,CID-48

² Källa Statistiska centralbyrån (SCB Enheten för Investeringar, FoU och IT (ES/IFI)

Lojala besökare, 95 % besöker sidorna en eller flera gånger i veckan

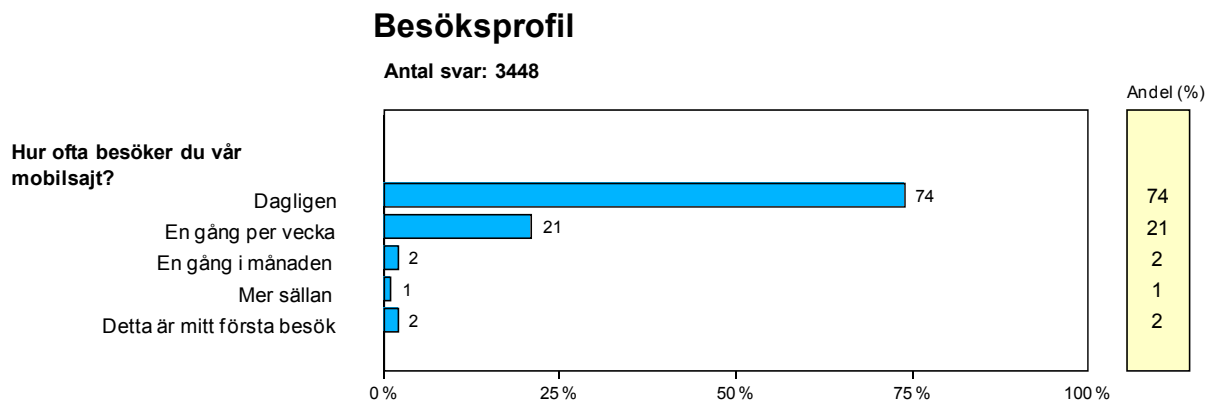


Bild 4: Besöksfrekvensen bland respondenterna i %

Rent generellt är personerna i undersökningen inne ofta på sajterna. Hela 95 % besöker i snitt mobilsajterna en eller flera gånger i veckan. Spridningen är dock ganska stor mellan de olika mobila sajterna, se tabell 2 nedan.

Besöksfrekvens (%)

	Dagligen	En gång per veckan	En gång per månad	Mer sällan	Förstagångs besökare
Högst	80	40	22	15	7
Snitt	74	21	2	1	2
Lägst	38	18	1	0	1

Tabell 2: Besöksfrekvens på mobil sajterna i undersökningen.

2. Teknisk/mobildata

I undersökningen samlade vi även in tekniska data om besökarna. Frågorna behandlade vilket mobilmarke de har, vilket operativsystem samt med vilken browser de besökte de undersökta mobilsajterna.

iPhone dominerar bland besökarna av mobilsajterna.

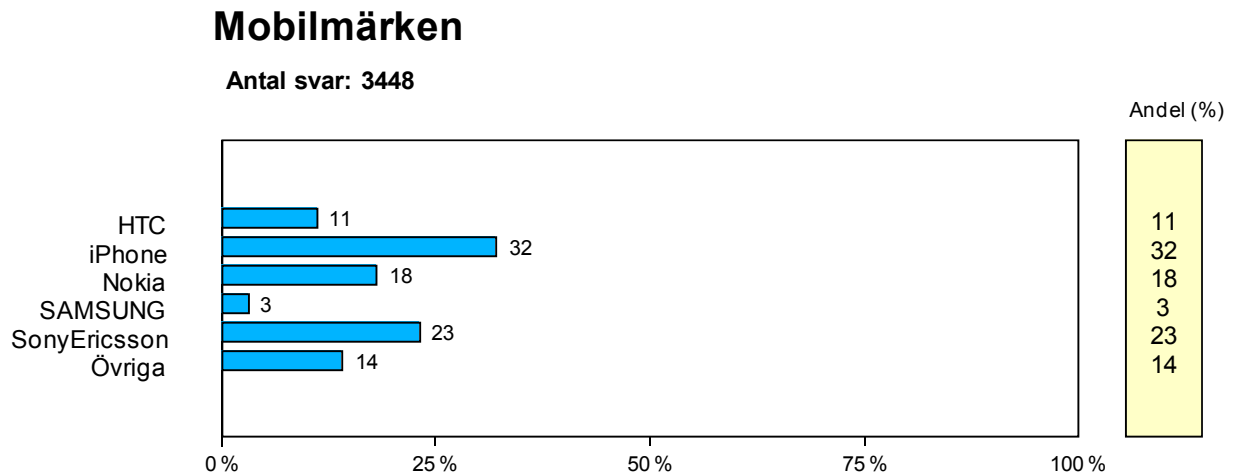


Bild 5: Mobiltelefon bland respondenterna i %

På alla de undersökta mobila sajterna förutom en är iPhone det vanligaste mobilmärket. Nästan var tredje respondent (32 %) har en iPhone. Detta tyder på att iPhone-användarna surfar mer än användare som har andra mobilmärken.

Från iPhone är det ett hopp på nästan 10 procentenheter till SonyEricsson, som används av 23 % av användarna. Därefter följer Nokia med 18 % och HTC med 11 % av besökarna.

Över hälften surfar med safari.

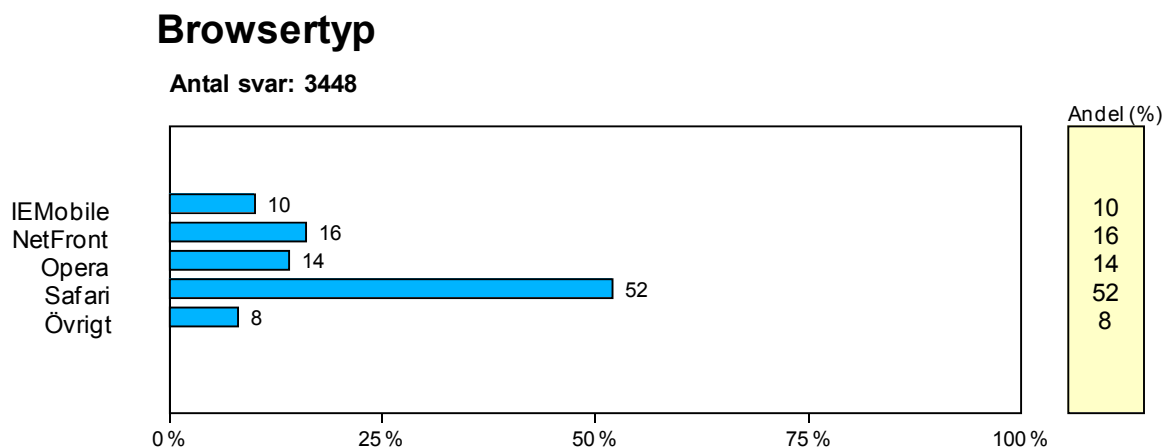


Bild 6: Andelen browsertyp respondenterna i %

Den absolut vanligaste browsern för de undersökta mobilsajterna är Safari med en andel på hela 52 %. Därefter är hoppet ner till näst vanligast ordentligt stort. NetFront har 16 % av besökarna och Opera 14 %.

iPhone-användarna är bättre på att uppdatera sitt operativsystem.

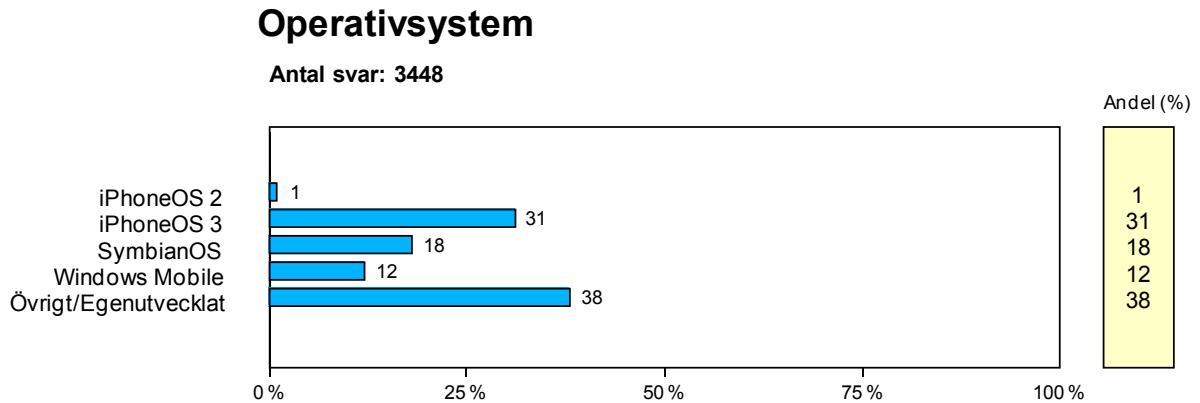


Bild 7: Typ av operativsystem bland respondenterna i %

Den största definierbara gruppen av operativsystem är iPhone OS 3 med 31 % av användarna. Efter det följer Symbian med 18 %. Gruppen övrigt/egenutvecklat är störst med 38 %.

Vid en djupare nedbrytning på version av operativsystem så ser vi att de flesta användare av andra operativsystem än iPhone OS, inte har den senaste versionen. De som har iPhone OS som operativsystem verkar ha betydligt lättare att uppdatera sina telefoner, alternativt att användarna är mer intresserade av att göra det eftersom den största andelen av dem har den senaste versionen.

3. Hur uppfattar besökarna de mobila sajterna?

De viktigaste³ områdena att arbeta med för att öka andelen nöjda besökare är designen av den mobila sajten samt att se till att besökarna får den information de vill ha. Det är även viktigt att sajten går snabbt att öppna/ladda ner.

Dessa är inte samma prioriterade områden som vi ser i undersökningarna av vanliga webbplatser, där de viktigaste områdena är navigering följt av anpassad information och tydlighet/förståelse.

Användarvänlighet

I undersökningen ställdes två frågor om användarvänlighet; Navigering, att det är lätt att hitta det man söker på mobilsajten och Nedladdning, mobilsajten går snabbt att öppna/ladda ned.

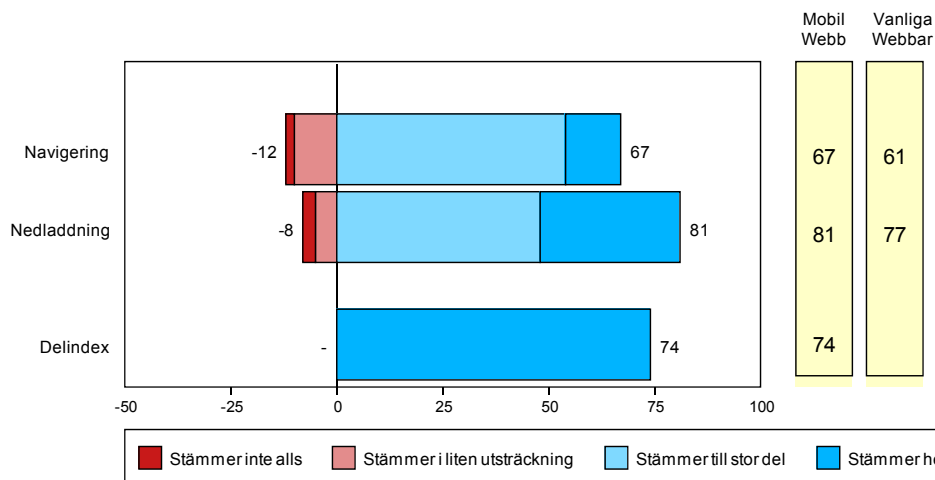


Bild 8: Besökarna uppfattning inom användarvänlighet, i %

I snitt tycker 12 % av respondenterna att det är svårt att hitta på sajterna, men trots detta är det inte den frågan de prioriterar högst. Det skiljer sig markant från vanliga webbplatser där just den här frågan har högsta prioritet.

Rent generellt tycker besökarna att sajterna går snabbt att öppna/ladda ner. 81 % tycker att de är snabba och 8 % att de är tröga. Här finns en stor skillnad mellan de olika sajterna men framför allt hur besökare med olika mobiler uppfattar sajterna.

Inom området är det framför allt gruppen som använder iPhone som är mest kritiska. Det är ett mycket klart samband mellan om den mobila sajten är anpassad efter iPhone, så att de kan använda sajten som de är vana vid, och hur man uppfattar den. Här bör de ansvariga för mobilsajterna se över hur deras sajter fungerar för iPhone. Vi ser inte samma tendens för de andra mobilmärkena. De som har andra mobilmärken är rent generellt mer nöjda med tekniken.

³ Vikten är framtagen via en regressionsanalys. Den genomförs genom att frågorna viktas mot en sammanfattande fråga om besökarnas totala uppfattning om den mobila sajten.

I undersökningarna finns öppna frågor där besökarna får skriva om de har något mer de vill säga om mobilsajten. När dessa svar bryts ner på mobilmärke så blir det ännu tydligare hur viktig anpassningen för iPhone är. De kommentarer som görs runt tekniken kommer till största delen från dem. Det som sticker ut för iPhone-användarna är att de påpekar att de vill kunna minska och förstora texten, att den är anpassad för att klicka med fingrarna och kunna ändra storlek på bilderna. För andra mobiler med pekskärm är de kommentarerna mer om klickbarheten på sajten.

Röster från besökarna

”Det som irriterar mig mest är att alla länkar är väldigt små. Använder man iPhone där man trycker med fingrarna är det helt enkelt lätt att missa.” iPhone-användare

”det vore smidigt om inte bara rubrikerna på förstasidan var klickbara. Om även efterföljande text var klickbar är det lättare att träffa rätt.” Nokia-användare

”Svårt att klicka på länkar ibland. Bättre om man kan klicka på hela artikelsummeringen för att komma till en artikel.” SonyEricsson-användare

”Storleken på bilder måste kontrolleras bättre på iPhone-sidorna så att man slipper scrolla i sidled” iPhone-användare

Information

Inom området information fick respondenterna svara dels på om anpassningen av informationen, fick de den information de ville ha, och om tydligheten, är informationen lätt att förstå.

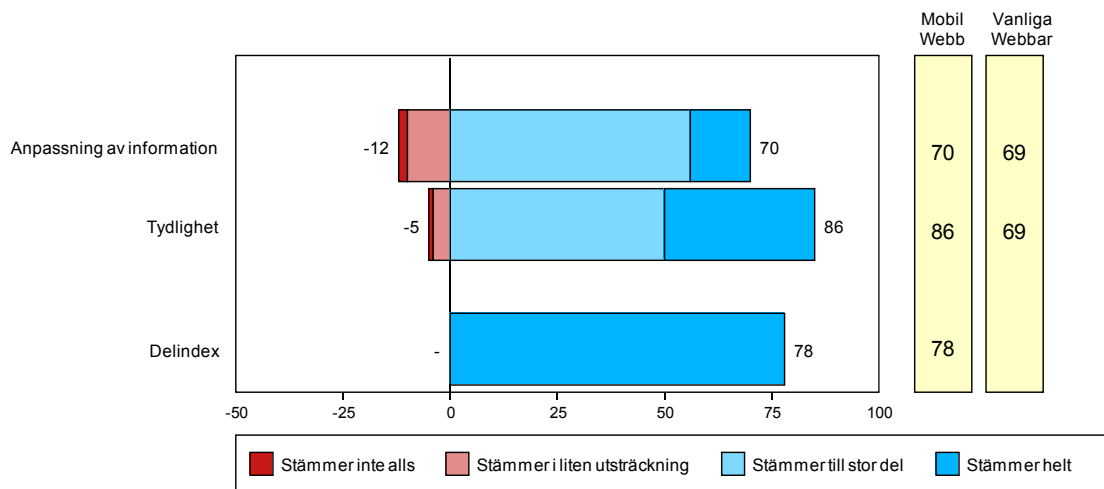


Bild 9: Besökarna uppfattning inom området information, i %

Att besökarna får den information de vill ha, är en av nyckelfrågorna och här tycker 12 % av de tillfrågade att de inte får den information de ville ha. Undersökningarna visar tydligt på att besökarna är mycket intresserade av att få mer information på den mobila sajten. Det är mycket vanligt i de öppna svaren att besökaren skriver att de saknar information som man vet finns på den vanliga webbplatsen. T.ex. vill man på en tidning kunna läsa alla ledare, kommentarer från besökarna samt

få djupare information. Det verkar i vår kontakt med ansvariga för de mobilsajterna funnits en tro på att man måste begränsa utbudet för mobilen. Detta är enligt vår studie helt fel.

Röster från besökarna

"Gärna med artiklar med video. Läser när jag pendlar med buss till arbetet och det är trevligt att få information som strömmande video." HTC-användare

"Fler nyheter på mobilsidan. Nu är utbudet snålt om jag jämför med "riktiga webben"." iPhone-användare

"Jag vill att all info från vanliga webben ska finnas på mobilwebben." iPhone-användare

Design

Frågan om designen är tilltalande är har en mycket stor vikt på de mobila sajterna. Det är tvärtemot vad vi ser när vi genomför regressionsanalyser på material från vanliga webbplatser.

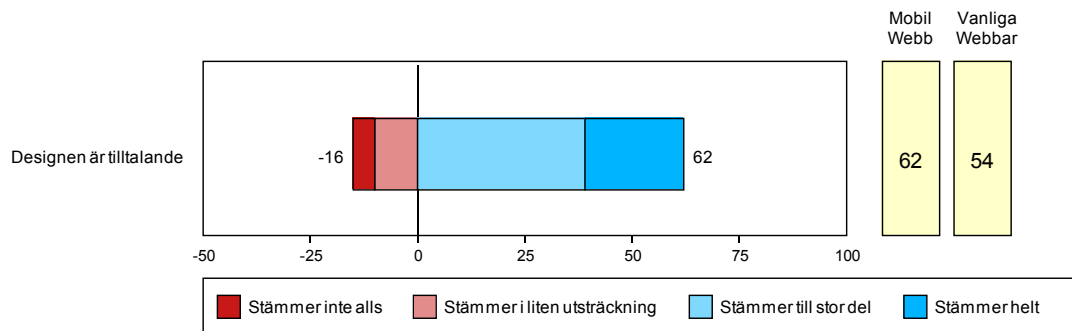


Bild 10: Besökarna uppfattning om designen av mobilsajterna, i %

Även i den här frågan ser vi i undersökningen en klar skillnad i svaren utifrån vilken typ av mobiltelefon användaren har. iPhone-användarna är den grupp som är mest negativa till hur de uppfattar designen på de mobila sajterna. Det mobilmärke som i vår undersökning har flest besökare som är nöjda med designen är HTC-användarna.

Det är onekligen viktigt att anpassa sajterna till iPhones funktionalitet för att öka andelen nöjda besökare. Det tydligt att det är just iPhone som sticker ut mest bland mobilerna och att det är viktigt att de kan surfa på mobilsajter med samma funktionalitet de är vana vid. Om trenden är den att allt fler mobiler tar efter iPhones upplägg och funktionalitet kommer detta att bli allt viktigare även för att möta besökare av andra mobiler i framtiden.

Röster från besökarna

"Ibland hänvisas dock bilder och resultat till länkar som inte går att hitta i mobilversionen utan endast på den riktiga sajten. Hade även varit kul att se fler bilder till artiklarna samt att man skulle kunna förstora dem." iPhone-användare

4. OM WEB SERVICE AWARD

Web Service Award (WSA) är ett undersökningsföretag som specialiserat sig på undersökningar om internet och internetanvändandet. Sedan år 2000 genomförs Web Service Indexmätningar som visar vad Sveriges Internetanvändare anser om kvaliteten på svenska företags, myndigheters och organisationers webbsatsningar. Närmare 150 webbplatser har deltagit i mätningarna under 2009. Under hösten 2009 så genomför WSA en pilotstudie av mobilsajter som redovisas här i rapporten. I januari 2010 lanserar WSA sin nya produkt - Indexundersökningar av mobilsajter.

WSA har genom åren genomfört olika typer av undersökningar av webbplatser och intranät vilket ger en stark kunskap om trender inom webbplatsutveckling, besökares behov och diverse fallgropar. WSA har arbetat fram både metodik och tekniska lösningar för att på effektiva sätt utvärdera och presentera resultat av utvärderingar av webbplatser.

På WSA:s webbplats kan du läsa mer om de goda exemplen från tidigare års bästa webbplatser i WSA:s mätningar . Där hittar du även information om Web Service Awards produkter och tjänster: www.webserviceaward.com.

RAPPORT: Men var är brudarna? En studie om användandet av mobilsajter

Producent: Web Service Award AB
Saltmätargatan 5
S-113 59 Stockholm

Förfrågningar: Pierre Du Rietz, VD/Chefsanalytiker
Tfn: 08-673 68 20
Mobil: 070-544 07 77
e-post: pierre@webserviceaward.com
Twitter: @PierreDuRietz

Åsa Jonsson, Senior advisor
Tfn: 08-673 68 36
Mobil: 070-536 03 66
e-post: asa@webserviceaward.com
Twitter: @sayonsson

Om du citerar ur denna publikation, var god uppge:

Källa: Web Service Award, Rapport: Men var är brudarna? En studie om användandet av mobilsajter