

KIA-index topp 100 sajter - årstillväxt till april 2009

2009-05-28, Hans Nordlov, hans.nordlov@gmail.com, 0706-419141

Sammanfattning av några resultat

Årstillväxt av räckvidd som unika besökare

Största procentuella ökningen: Devote med +180 procent följd av AlltförFöräldrar, BlogLovin, Finest, AlltomStockholm

Största absoluta ökningen: Blogg nätverk med +549 000 unika besökare följd av Eniro, Hitta, Bilddagboken, TV4 nätverk

Största procentuella tappet: Playahead med -62 procent följd av Lunarstorm, Ticnet, AlltomBarn, MimersBrunn

Största absoluta tappet: Lunarstorm med -243 000 unika besökare följd av Playahead, Passagen, Blocket, Ticnet

Tillväxtmönster för nyckeltalen

Räckvidd som unika besökare: 75% av sajterna ökar, 25% tappar - mycket stort span - totalsnitt ca 25% ökning

Frekvens som besök per besökare: 40% av sajterna ökar, 60% tappar - mycket litet span - totalsnitt ca -3% - dvs nästan ingen förändring - den sajt som lyckas öka frekvensen från 2 till 3 skulle få 50% fler besök och 50% större annonsinventarium samt kunna erbjuda 50% högre annonsfrekvens riktad mot en mer trogen målgrupp

Engagemang som sidor per besök: 40% ökar, 60% backar - ett måttligt span - totalsnitt ca 5% minskning - många sajter tappar rejält trots att räckvidden ökar - kan bero på införande av Ajaxteknik och minskat intresse för att erbjuda många sidvisningar

Undersökningens upplägg

Topp 100 sajterna (unika besökare) på KIA-index under april (vecka 14-17)

Mätning av tillväxt genom jämförelse med data för samma sajter i samma period året innan

Jämförelse sker av KIA-index primära nyckeltal (räckvidd, frekvens, engagemang) och i viss mån av de sekundära nyckeltalen (trafik, volym) vilka är en funktion av de primära nyckeltalen

16 sajter exkluderas från tillväxtmätning då de saknar kompletta data

Ett par sajter med extrem tillväxt har tagits med trots att de saknar data för ett år

Nätverk ingår ej – med undantag av Blogg och TV4 Nya Medier nätverk eftersom deras delsajter i huvudsak ej finns redovisade separat

De tre primära nyckeltalen som redovisar sajts grundläggande egenskaper

Räckvidd som unika besökare

Frekvens som besök per besökare

Engagemang som sidor per besök

De två sekundära nyckeltalen som är en funktion av de primära nyckeltalen

Trafik som besök = Räckvidd x Frekvens

Volym som sidor = Räckvidd x Frekvens x Engagemang

De sekundära nyckeltalen visar vad två eller tre primära nyckeltal åstadkommer tillsammans vilket är praktiskt. Men viktig information går förlorad om man ej har koll på de primära nyckeltalen var för sig som innehåller "hela sanningen".

16 sajter av topp 100 saknar kompletta data för beräkning av tillväxt april 2009 jämfört med april året innan och saknas därför i de flesta resultaten

rang topp 100		räckvidd unika besökare 1000-tal	frekvens besök per besökare	trafik besök 1000-tal	engagemang sidor per besök	volym sidor 1000-tal
1	MSN.se	4 727	5,8	27 531	2,2	59 957
2	Hotmail	4 432	4,9	21 624	6,4	139 157
5	Messenger	2 981	6,3	18 717	1,6	30 737
21	SvenskFast	650	1,6	1 064	6,1	6 500
24	SL	476	1,6	757	8,1	6 106
35	Stayfriends	281	1,1	319	7,5	2 377
40	King.com	239	3,2	761	16,9	12 827
44	AllaBolag	207	1,5	302	10,7	3 234
51	Kenzas	189	3,6	686	1,2	835
54	AllaBolag	171	1,5	250	11,2	2 787
60	mobil.aftonbladet	158	3,5	552	3,5	1 929
77	Nyheter24	121	1,3	158	10,5	1 660
84	Stylesearch	114	1,2	142	4,1	587
91	Improveme	105	1,8	189	3,1	580
92	DagensPS	102	2,4	244	4,3	1 046
93	Matklubben	99	1,3	127	5,9	745

Räckvidd

Topp 20 som ökat mest - räckvidd - procent

rang här	rang topp 100 unika		Unika besökare 1000-tal	ändring -1 år	
				unika 1000-tal	%
1	37	Devote	273	175	180
2	49	AlltförFöräldrar	195	111	134
3	96	Bloglovin (28 veckor)	98	53	118
4	58	Finest	161	86	116
5	32	AlltomStockholm	300	144	92
6	50	Recept.nu	191	72	60
7	80	NyTeknik	119	44	59
8	71	Sportnik	137	50	57
9	59	Tyda	161	57	55
10	65	theLocal (48 veckor)	145	50	54
11	31	AllaAnnonser	300	100	50
12	63	PCförAlla.idg.se	147	48	49
13	9	Blogg (nätverk)	1 724	549	47
14	43	BytBil	215	68	46
15	29	Kanal5	311	96	45
16	94	NSD	99	30	44
17	95	Gamereactor	98	29	42
18	67	ByggaHus	140	40	40
19	86	Sweclockers	109	30	37
20	18	TV.nu	717	192	37

Topp 20 som ökat mest - räckvidd - absolut

rang här	rang topp 100 unika		Unika besökare 1000-tal	ändring -1 år	
				unika 1000-tal	%
1	9	Blogg (nätverk)	1 724	549	47
2	6	Eniro	2 803	329	13
3	7	Hitta	2 692	225	9
4	10	Bliddagboken	1 393	223	19
5	11	TV4 nya medier (nätverk)	1 258	199	19
6	18	TV.nu	717	192	37
7	37	Devote	273	175	180
8	16	DI	972	175	22
9	14	Tradera	1 167	160	16
10	32	AlltomStockholm	300	144	92
11	49	AlltförFöräldrar	195	111	134
12	31	AllaAnnonser	300	100	50
13	29	Kanal5	311	96	45
14	13	DN	1 182	96	9
15	58	Finest	161	86	116
16	28	ICA	371	75	25
17	50	Recept.nu	191	72	60
18	43	BytBil	215	68	46
19	3	Aftonbladet	4 222	59	1
20	12	SVT	1 236	57	5

Räckvidd

Topp 20 som tappat mest - räckvidd - procent

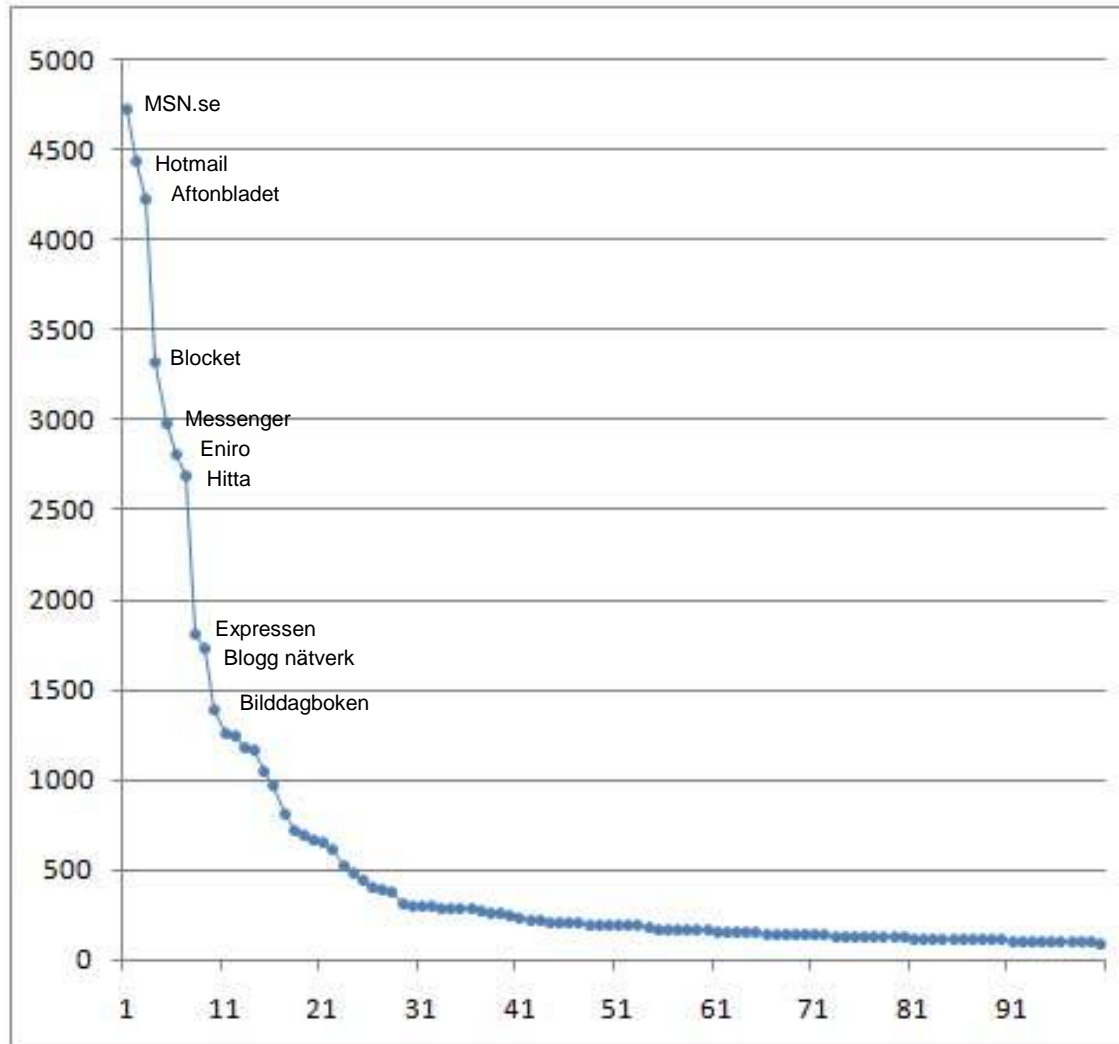
rang här	rang topp 100 unika		Unika besökare 1000-tal	ändring -1 år	
				unika 1000-tal	%
1	68	Playahead	140	-232	-62
2	48	Lunarstorm	195	-243	-55
3	41	Ticnet	231	-138	-37
4	57	AlltomBarn	163	-73	-31
5	98	MimersBrunn	94	-38	-29
6	83	Resdagboken	115	-44	-28
7	22	Passagen	611	-205	-25
8	89	DalarnasTidningar	107	-32	-23
9	62	AlltomMat	154	-45	-23
10	23	Spray	519	-109	-17
11	99	Bovision	93	-14	-13
12	74	Monster	128	-16	-11
13	82	MinHembio.com	115	-14	-10
14	70	Telia Nöje	138	-15	-10
15	61	E-kontakt	157	-17	-10
16	27	Pricerunner	384	-40	-9
17	76	ONOFF	126	-13	-9
18	56	Hamsterpaj.net	166	-17	-9
19	53	Leta	184	-17	-9
20	66	121.nu	142	-13	-8

Topp 20 som tappat mest - räckvidd - absolut

rang här	rang topp 100 unika		Unika besökare 1000-tal	ändring -1 år	
				unika 1000-tal	%
1	48	Lunarstorm	195	-243	-55
2	68	Playahead	140	-232	-62
3	22	Passagen	611	-205	-25
4	4	Blocket	3 317	-166	-5
5	41	Ticnet	231	-138	-37
6	23	Spray	519	-109	-17
7	57	AlltomBarn	163	-73	-31
8	62	AlltomMat	154	-45	-23
9	83	Resdagboken	115	-44	-28
10	27	Pricerunner	384	-40	-9
11	98	MimersBrunn	94	-38	-29
12	89	DalarnasTidningar	107	-32	-23
13	53	Leta	184	-17	-9
14	56	Hamsterpaj.net	166	-17	-9
15	61	E-kontakt	157	-17	-10
16	74	Monster	128	-16	-11
17	70	Telia Nöje	138	-15	-10
18	99	Bovision	93	-14	-13
19	82	MinHembio.com	115	-14	-10
20	66	121.nu	142	-13	-8

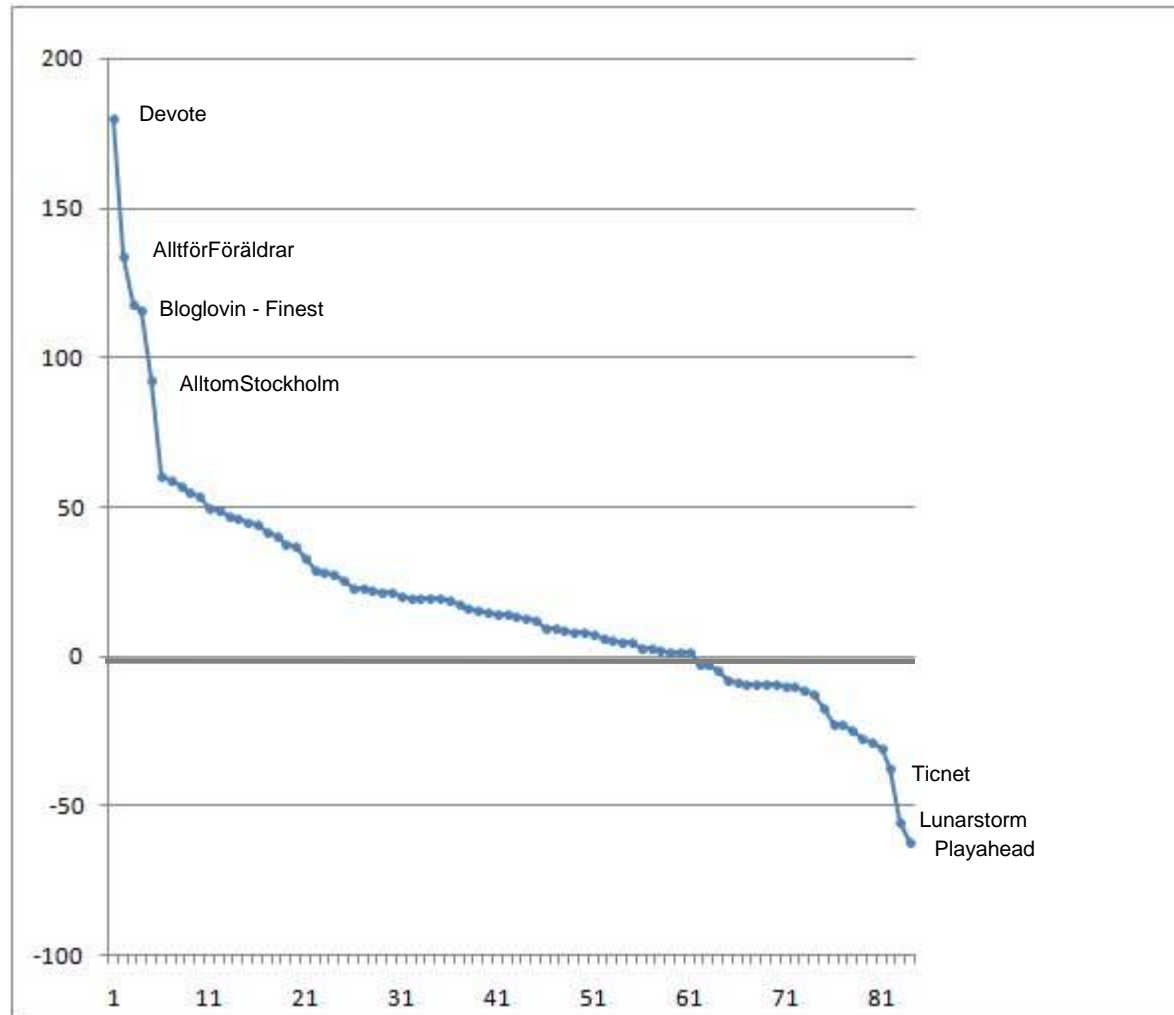
Räckvidd

Räckvidd som unika besökare (1000-tal) – fördelning över alla 100 i topp sajterna



Räckvidd

Procent årstillväxt i antal unika besökare – fördelning över 86 sajter med kompletta data



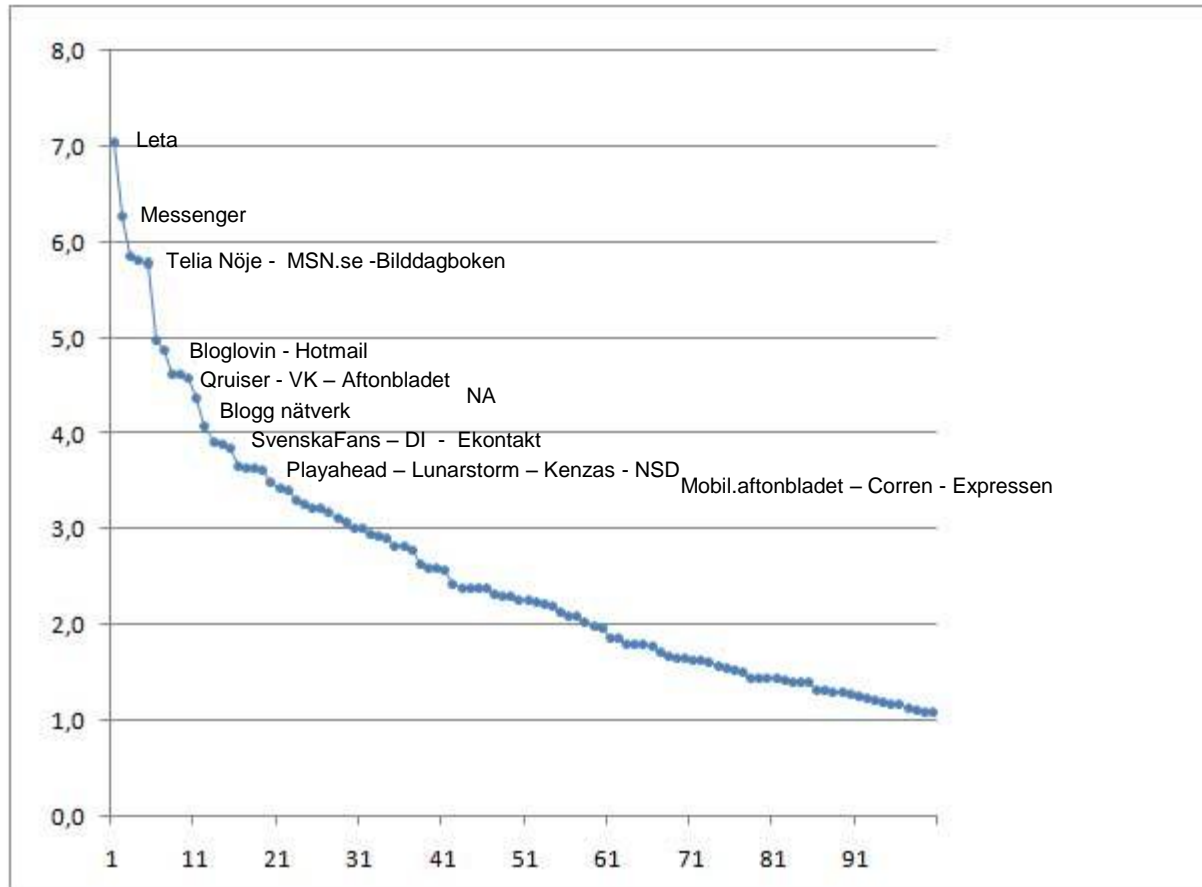
Frekvens

Topp 20 som ökat mest - frekvens - procent

rang här	rang topp 100 unika		Frekvens besök per besökare	ändring -1 år	
				absolut	%
1	73	NA	4,4	1,1	32
2	89	DalarnasTidningar	2,9	0,5	21
3	9	Blogg (nätverk)	4,1	0,7	19
4	72	TV3	1,7	0,3	19
5	4	Blocket	3,2	0,4	14
6	94	NSD	3,6	0,4	14
7	29	Kanal5	2,2	0,2	12
8	10	Bilddagboken	5,8	0,6	11
9	45	FotbollsKanalen	3,2	0,3	10
10	26	GP	3,1	0,3	9
11	96	Bloglovin (28 veckor)	5,0	0,4	9
12	63	PCförAlla.idg.se	1,5	0,1	8
13	11	TV4 nya medier (nätverk)	2,4	0,2	7
14	58	Finest	2,2	0,1	6
15	12	SVT	2,4	0,1	6
16	38	SvenskaFans	3,9	0,2	5
17	55	HD	2,6	0,1	5
18	23	Spray	3,3	0,1	4
19	53	Leta	7,0	0,3	4
20	81	ComputerSweden.idg	1,9	0,1	4

Frekvens

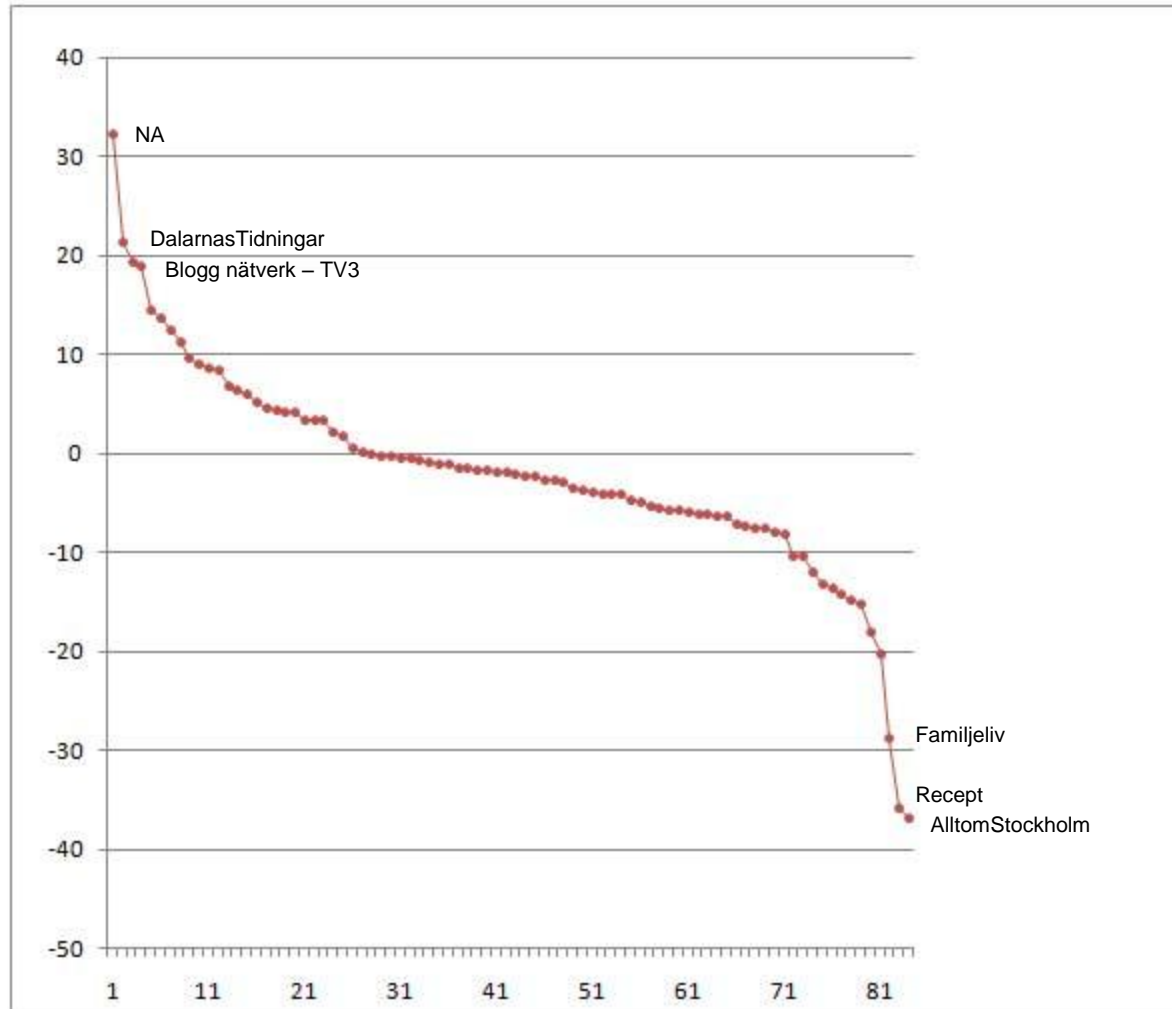
Frekvens som antal besök per besökare – fördelning över 100 i topp sajterna



70 procent av sajterna med mindre än tre besök per vecka skulle ha mycket att vinna på en ökad frekvens.

Frekvens

Procent årstillväxt i antal besök per besökare – fördelning över 86 sajter med kompletta data



Väldigt få sajter har ökat mer än 10% - väldigt marginella förändringar - ökning av totala trafiken som besök sker främst genom höjning av räckvidd som unika besökare – men inte nämnvärt genom höjningen av frekvensen

Engagemang

Topp 20 som ökat mest - engagemang - procent

rang här	rang topp 100 unika		Frekvens sidor per besök	ändring -1 år	
				absolut	%
1	30	Sydsvenskan	4,3	1,6	57
2	50	Recept.nu	11,4	3,8	50
3	99	Bovision	8,2	2,7	50
4	43	BytBil	14,8	4,9	49
5	42	IDG startsida	3,9	1,3	47
6	88	Qruiser	42,2	11,5	37
7	89	DalarnasTidningar	4,5	1,1	32
8	72	TV3	4,0	1,0	32
9	41	Ticnet	7,9	1,8	31
10	81	ComputerSweden.idg	2,1	0,4	26
11	18	TV.nu	4,6	0,9	25
12	78	UNT	4,2	0,8	25
13	45	FotbollsKanalen	4,2	0,8	23
14	79	RIXFM	3,7	0,7	22
15	20	SvD	4,1	0,6	16
16	63	PCförAlla.idg.se	2,5	0,3	15
17	33	SF	8,0	1,0	14
18	17	E24	4,1	0,4	12
19	75	VK	3,8	0,3	9
20	12	SVT	8,2	0,6	8

Engagemang

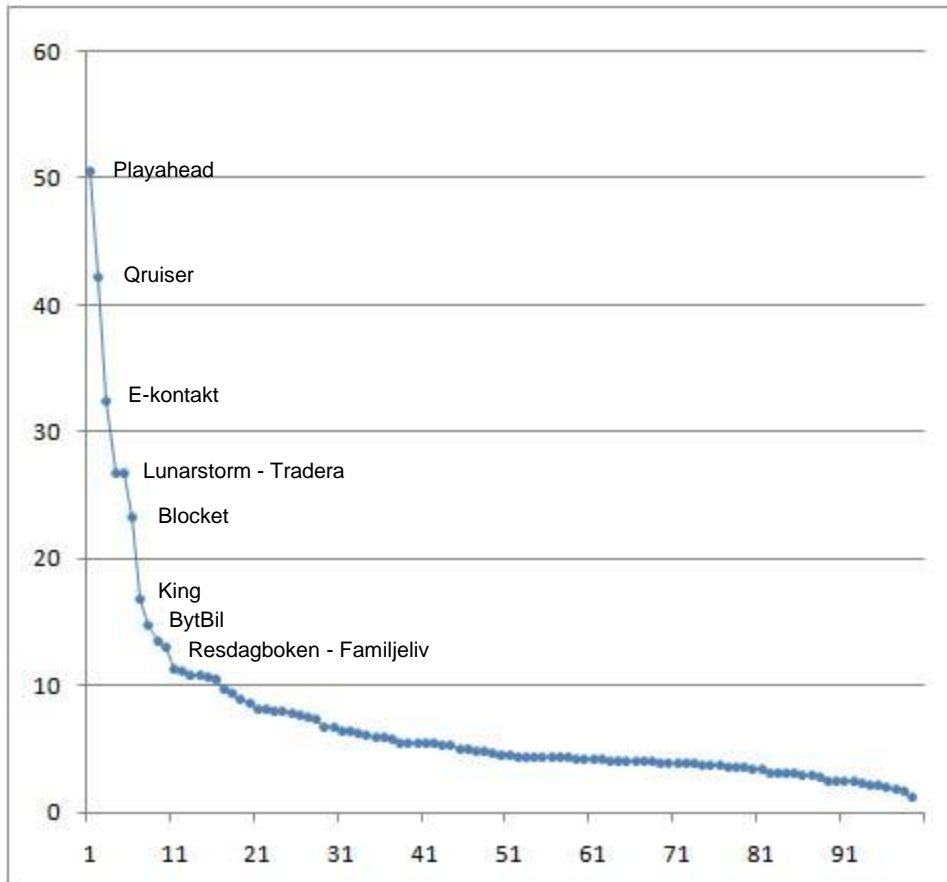
Topp 20 som tappat mest - engagemang - procent

rang här	rang topp 100 unika		Engagemang sidor per besök	ändring -1 år	
				absolut	%
1	49	AlltförFöräldrar	3,0	-14,6	-83
2	31	AllaAnnonser	2,1	-2,8	-57
3	58	Finest	5,0	-6,1	-55
4	32	AlltomStockholm	2,3	-1,3	-36
5	59	Tyda	4,1	-2,2	-35
6	39	Familjeliv	13,1	-6,1	-32
7	56	Hamsterpaj.net	8,9	-3,6	-29
8	80	NyTeknik	3,2	-1,2	-28
9	64	Stureplan	3,0	-1,1	-27
10	95	Gamereactor	7,7	-2,9	-27
11	36	Jesper	8,7	-3,1	-26
12	67	ByggaHus	4,0	-1,4	-26
13	6	Eniro	4,2	-1,4	-25
14	47	Tasteline.com	4,7	-1,4	-23
15	15	Hemnet	9,7	-2,8	-22
16	48	Lunarstorm	26,8	-7,5	-22
17	71	Sportnik	5,4	-1,4	-21
18	68	Playahead	50,6	-9,3	-15
19	22	Passagen	5,5	-1,0	-15
20	34	Laget	7,3	-1,2	-14

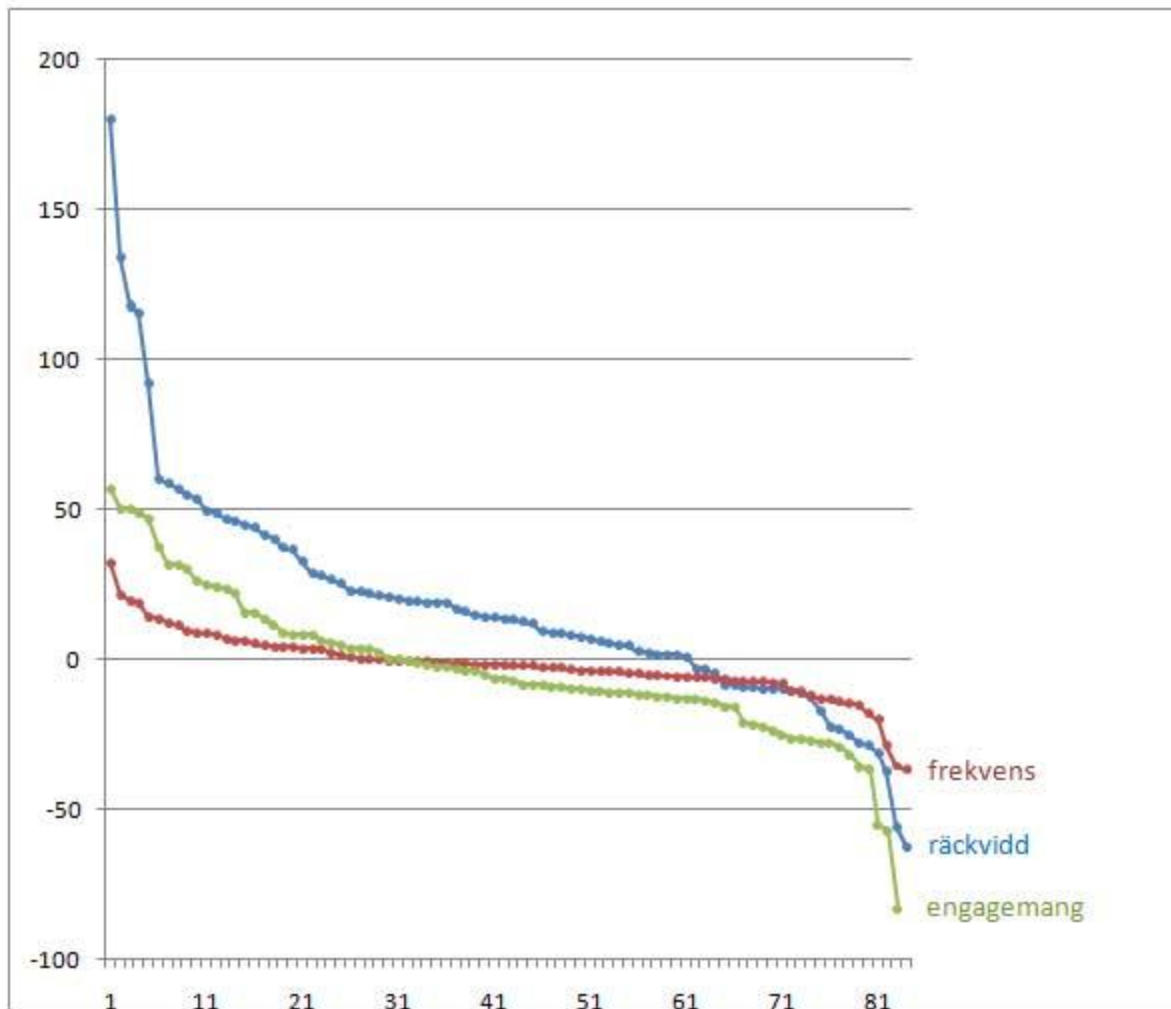
Många sajter tappar rejält med engagemang samtidigt som räckvidden ökar. Kan bero på övergång till Ajax teknik – samt att man ej längre ser samma värde i att tävla om mest sidvisningar

Engagemang

Engagemang som antal sidor per besök – fördelning över alla 100 i topp sajterna



Hög prio på räckvidd – men ej på frekvens



Såväl annonsinventarium som annonseffekt är primärt beroende av

$\text{räckvidd} \times \text{frekvens} = \text{besök}$

Frekvens borde därför ses som ett nästan lika viktigt mått som räckvidd.

Varför gör medierna då så litet för att öka frekvensen?

Räckvidd: 75% ökar / 25% tappar - mycket stort span - totalsnitt ca 25% ökning

Frekvens: 40% ökar / 60% backar - mycket litet span - totalsnitt ca 3% minskning (dvs nästan ingen förändring)

Engagemang: 40% ökar / 60% backar - ett måttligt span - totalsnitt ca 5% minskning