



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	7.4.2003
Tekijä(t)	Annika Sahlstedt	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	110
Otsikko	MUSIIKKI MIELIKUVIEN VÄLITTÄJÄNÄ MAINONNASSA CASE: VALIO		
Ohjaaja(t)	KTT Rami Olkkonen		

Tiivistelmä

Mainonta on keskeinen osa yritysten markkinointiviestintää. Musiikki on paljon käytetty tehokeino mainonnassa, etenkin silloin, kun ostokehotusten sijaan halutaan vaikuttaa kuluttajien mielikuviiin ja tunteisiin. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on kuvata musiikin hyödyntämistä yrityksen mainonnassa sekä tutkia niitä mielikuvia, joita mainosmusiikilla pyritään välittämään. Empiirisen tarkastelun kohteeksi on valittu Valion mainonnassaan käyttämää musiikkimateriaalia. Teemahaastattelun avulla tutkitaan musiikin osuutta ja asemaa Valion mainonnassa ja kuuntelututkimuksella selvitetään, miten kuluttajien mielikuvat Valion mainosmusiikista kohtaavat yrityksen tavoitemielikuvat. Tutkimuksen osaongelmia ovat: 1. Millä tavoin musiikkia hyödynnetään ja mikä on musiikin osuus Valion mainonnassa? 2. Minkälaisia mielikuvia Valion mainosmusiikilla pyritään välittämään? 3. Miten kuluttajien käsitys Valion mainosmusiikista kohtaa yrityksen tavoitteen?

Kaksiosaisen tutkimuksen ensimmäinen osa perustuu Valion viestintäpäällikön Satu Säilän teemahaastatteluun, jonka avulla tutkittiin Valion yritysidentiteettiä ja tuotteiden profilointia. Lisäksi kartoitettiin musiikin merkitystä yrityksen mainonnassa sekä niitä mielikuvia, joita musiikin toivottiin tuotteista ja yrityksestä välittävän. Erityisesti perehdyttiin kolmen tuotteen - Valiojugurtin, Valiomaidon ja Polarjuuston - mainosmusiikkeihin. Tutkimuksen toinen osa sisälsi kvantitatiivisen tutkimuksen ominaispiirteitä. Harkinnanvaraisella opiskelijaotoksella teetetyssä kuuntelututkimuksessa testiryhmänä toimivat Turun kaupparakorkeakoulun markkinoinnin opiskelijat. He vastasivat tutkimuslomakkeen kysymyksiin mainosmusiikinäytteitä kuunneltuaan. Tutkimuslomake sisälsi sekä spontaanien vastausten osuuden, että attribuuttivertailun, jossa tutkittiin sitä, miten hyvin tiettyyn mainosmusiikkiin yhdistettäväksi tarkoitetut mielikuva-attribuutit tunnistettiin.

Tutkimuksesta saatujen tulosten mukaan Valion mainonnassa käytetään musiikkia monipuolisesti. Yrityksessä ymmärretään musiikin käytön mahdollisuudet ja musiikin hyödyntämistä pyritään edelleen kehittämään. Usealla Valio-tuotteella on monivuotinen musiikkiteema ja musiikin kykyyn välittää mielikuvia ja luoda tuotteelle jatkuvuutta uskotaan vahvasti. Valion mainosmusiikki sävelletään usein alusta alkaen tuotemaailma ja mainonnan tavoitteet huomioon ottaen. Kuuntelututkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että mainosmusiikilla voidaan välittää mielikuvia ja että Valion tapauksessa välittyvät mielikuvat ovat myös pitkälti toivotun mukaisia. Polarjuuston musiikki osoittautui tutkituista mainosmusiikeista onnistuneimmaksi niin spontaaneissa vastauksissa kuin attribuuttivertailun puolellakin. Yleisesti ottaen Valion tavoitemielikuvat ja mainosmusiikin testiryhmälle välittämät mielikuvat näyttivät kohtaavan hyvin.

Asiasanat	Mainosmusiikki, mainonta, musiikki, mielikuva, Valio
Muita tietoja	