

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2023

Iida Kosunen

Opas evästeiden maailmaan

— Case: Tagomo Digital Oy Ltd



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketalous

2023 | 22 sivua

lida Kosunen

Opas evästeiden maailmaan

- Case: Tagomo Digital Oy Ltd

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda opas evästeiden maailmaan. Evästeiden roolia digimarkkinoinnin kokonaisuudessa voi olla vaikea hahmottaa, joten oppaan tarkoitus on avata evästeseurantaan liittyviä käsitteitä. Tarkoitus on, että oppaan luettuaan lukija ymmärtää, mitä evästeet ovat ja mihin tarkoituksiin niitä käytetään.

Työn teoriaosuudessa perehdyttiin erilaisia verkkolähteitä ja asiantuntija-artikkeleita hyödyntäen evästeisiin ja kartoitettiin niiden historiaa, nykyisiä käyttötarkoituksia sekä tulevia muutoksia evästeseurantaan.

Työ toteutettiin toimeksiantona yritykselle Tagomo Digital Oy Ltd ja työn tavoitteena oli luoda yrityksen asiakkaille opas evästeiden maailmaan, jossa kerrotaan evästeistä käytännönläheisesti esimerkkien avulla. Oppaan tarkoitus on tulla yritysasiakkaiden hyödynnettäväksi ja sen voi ladata omalle laitteelleen toimeksiantaja yrityksen verkkosivuilta.

Asiasanat:

Evästeet, digimainonta, digimarkkinointi, kolmannen osapuolen evästeet, ensimmäisen osapuolen evästeet, ensimmäisen osapuolen data.

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Bachelor of Business Administration

2023 | 22 pages

lida Kosunen

Guidance to the world of web cookies

— Case: Tagomo Digital Oy Ltd

Keywords:

Cookies, digital advertising, digital marketing, third-party cookies, first-party cookies, first-party data

Käytetyt lyhenteet tai sanasto	5
1 Johdanto	6
2 Evästeet	7
2.1 Miten evästeitä käytetään	7
2.1.1 Käyttötarkoitus	8
2.1.2 Voimassaoloaika	9
2.2 Evästeiden historia	9
2.3 Lainsäädäntö evästeiden ympärillä	10
3 Evästeet osana digimainontaa	12
3.1 Ensimmäisen osapuolen evästeet	12
3.2 Kolmannen osapuolen evästeet	12
3.3 Mainonnan kohdentaminen	13
4 Tulevat muutokset evästeseurannassa	15
5 Opas evästeiden maailmaan	17
6 Yhteenveto	19
Lähteet	21

Käytetyt lyhenteet tai sanasto

GDPR	Yleinen tietosuojalaki, joka astui voimaan vuonna 2018.
Ensimmäisen osapuolen evästeet	Yrityksen itsensä asettamat evästeet verkkosivuille. Vaikuttavat yleensä sivuston toimivuuteen sekä kerättyä dataa voidaan hyödyntää esimerkiksi sivuston analytiikassa ja uudelleenmarkkinointiyleisöjen luomisessa.
Kolmannen osapuolen evästeet	Jonkin ulkopuolisen tahon asettamia evästeitä. Ulkopuolinen taho voi hyödyntää kerättyä dataa käyttäjän seurantaan sekä mainonnan kohdentamiseen.
Direktiivi	Yleinen lainsäädäntöohje, joka ohjaa yhdenmukaiseen toimintaan ja tavoitteisiin.
Konversio	Kertoo kuinka moni esimerkiksi mainonnan nähnyt käyttäjä aktivoituu yrityksen haluamalla tavalla. Konversio voi olla esimerkiksi yhteydenottolomakkeen täyttö, soitto- tai sähköpostipainikkeen klikkaaminen tai somekanavan seuraaminen.

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on luoda opas, joka johdattaa lukijan evästeiden maailmaan. Oppaan tarkoitus on avata lukijalle eri evästetyyppejä ja niiden käyttötarkoituksia. Opinnäytetyö toteutetaan toimeksiantona Tagomo Digital Oy:lle. Työssä pyritään perehtymään verkkosivustoilla käytettäviin evästeisiin ja evästeseurantaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti, jotta laajan kokonaisuuden hahmottaminen olisi helpompaa. Tarkoitus on tarkastella yleisellä tasolla evästeiden käyttö- sekä seurantatapoja. Tavoite on selvittää, mitä hyötyä evästeistä on ja mihin tarkoituksiin niitä voidaan käyttää.

Evästeet ovat olleet suuri puheenaihe viime vuosien aikana kuluttajien tietosuojan takia ja tarkoituksena onkin selvittää, mitä tietoja evästeet keräävät käyttäjistä ja miten tietoja käytetään. Teoriaosuudessa tarkoituksena on tutustua myös evästeiden historiaan; miksi ja mihin tarkoitukseen ne alun perin luotiin ja selvittää millaisia lainsäädännöllisiä seikkoja evästeisiin liittyy. Työssä tullaan myös perehtymään lähivuosina evästeseurannassa tapahtuviin muutoksiin ja pohditaan, kuinka ne tulevat vaikuttamaan kuluttajien seurantaan ja mainonnan kohdentamiseen jatkossa, myös mainostajien ja yritysten näkökulmasta.

Toimeksiantajalle Tagomo Digital Oy:lle tullaan luomaan opas, jonka tarkoitus on toimia oppaana yrityksen asiakkaille. Oppaan tarkoitus on avata evästeisiin liittyviä keskeisiä käsitteitä sekä tarkastella niiden erilaisia käyttötarkoituksia. Oppaan on tarkoitus tulla saataville yrityksen verkkosivuille, josta asiakas voi ladata sen omalle laitteelle. Tavoitteena on johdattaa lukija evästeiden maailmaan käytännönläheisesti esimerkkien avulla ja opastaa siinä, miten yritys voi omalta osaltaan vaikuttaa mainonnan kohdentamiseen jatkossa esimerkiksi keräämällä yritykselle omaa asiakastietorekisteriä.

2 Evästeet

Evästeet ovat pieniä tekstitiedostoja, joita selain tallentaa käyttäjän päätelaitteeseen, kuten tietokoneelle, puhelimeen tai tablettiin. Evästeet sisältävät yksilöllisen, nimettömän tunnisteen, jonka avulla voidaan esimerkiksi tunnistaa ja laskea sivustolla vierailevat käyttäjät. Evästeiden tarkoituksena on analysoida ja kehittää palveluja kuluttajaa paremmin palvelevaksi sekä tarjota käyttäjille kohdennettua mainontaa. (GDPR.EU).

Evästeet eivät vahingoita käyttäjän päätelaitetta, eivätkä ne lue muita tietoja laitteen kiintolevyiltä tai levitä viruksia. Evästeet voivat tallentaa tietoja verkossa toimivan palvelun käytön tai sivustolla vierailun aikana. Käyttäjä voi joko hyväksyä kaikki evästeet, vain osan niistä tai hylätä evästeet kokonaan. Evästeet voi hyväksyä tai hylätä verkkovierailun alussa, sen aikana tai evästeasetuksia voi muokata myöhemmin selaimen asetuksista. (GDPR.EU).

2.1 Miten evästeitä käytetään

Digimarkkinoinnin maailmassa verkkosivustojen evästeillä on tärkeä rooli, kun halutaan tarjota asiakkaille henkilökohtaisia kokemuksia. Evästeet mahdollistavat mm. verkkosivuston sujuvan toiminnan ja nopean asioinnin kyseisellä sivustolla. Ne helpottavat käyttäjän sivustokokemusta, sillä ne muun muassa muistavat kirjautumistiedot, jolloin palveluun ei tarvitse kirjautua joka kerta uudestaan. Ne muistavat myös asettamiasi mieltymyksiä sivustolla esimerkiksi valitsemasi kielen tai kaupungin. Evästeet ovat myös tehokas digimarkkinoinnin väline ja mahdollistavat kohdennetun mainossisällön näyttämisen oikealle kohderyhmälle. (Kovala 2022).

Evästeitä voidaan jaotella niiden käyttötarkoituksen, voimassaoloajan tai niiden alkuperän mukaan. (Traficom).

2.1.1 Käyttötarkoitus

Evästeillä on erilaisia käyttötarkoituksia. Käyttäjän ei ole pakko hyväksyä kaikki sivuston tarjoamia evästeitä, mutta osa evästeistä vaikuttaa suoraan sivuston toimintaan ja sen käytettävyyteen. (Traficom).

Välttämättömillä evästeillä mahdollistetaan käyttäjälle sivujen helpon käytettävyyden kannalta tärkeitä toiminnallisuuksia, kuten esimerkiksi lomakkeiden lähettäminen, kirjautumistietojen tai ostoskorin sisällön muistaminen verkkokaupoissa. Välttämättömien evästeiden tarkoitus on tehdä käyttäjälle sivustokokemuksesta mahdollisimman helppoa ja vaivatonta. Välttämättömät evästeet ovat tavallisesti ensimmäisen osapuolen eli kyseisen verkkosivuston asettamia ja sivuston toimivuuden kannalta ne suositellaan hyväksymään. (Traficom).

Mieltymys- eli personointievästeillä on mahdollista muistaa esimerkiksi käyttäjän tekemät valinnat kielen ja fonttikoon suhteen tai mistä kaupungista käyttäjä haluaa esimerkiksi säätiedotuksen. Näiden evästeiden avulla on myös mahdollista seurata millä sivuilla käyttäjä on käynyt ja mitä sisältöjä käyttäjä on katsellut ja näyttää tämän perusteella aiempiin kiinnostuksen kohteisiin perustuvaa sisältöä. (Traficom).

Analytiikkaevästeet ovat evästeitä, jotka keräävät tietoja käyttäjän toiminnasta verkkosivustolla. Analytiikkaevästeiden avulla pystytään esimerkiksi näkemään, vieraileeko käyttäjä sivustolla ensimmäisen kerran vai onko kyseessä palaava vierailija. Evästeiden avulla nähdään myös, millä välilehdillä käyttäjä on vierailut ja mitä tuotteita hän on katsellut. Analytiikkaevästeitä pystytään käyttämään tehokkaasti esimerkiksi palveluiden ja sivuston kehittämiseen. (Traficom).

Markkinointi- ja sosiaalisen median evästeillä voidaan kerätä tietoa käyttäjän kiinnostuksen kohteista verkkokäyttäytymisen perusteella ja näyttää käyttäjälle tämän perusteella kohdennettua mainossisältöä. Tällaisilla evästeillä mahdollistetaan eri sosiaalisen median alustoilla julkaistujen sisältöjen

näyttäminen, tykkäys- ja jakotoiminnot. Evästeet saattavat liittyä myös esimerkiksi sosiaalisen median alustan tunnusten käyttämiseen kirjautumisessa tai julkaisujen kommentoinnissa. (Traficom).

2.1.2 Voimassaoloaika

Istuntokohtaiset evästeet tallentuvat käyttäjän päätelaitteelle vain sivuston tai palvelun käytön ajaksi ja ne poistuvat laitteelta, kun selain suljetaan.

Istuntokohtaisilla evästeillä voidaan mahdollistaa esimerkiksi ostosten teko verkkokaupassa tai jokin muu toiminnallisuus, jonka toteuttamiseksi sivuston tarvitsee muistaa käyttäjän toimintaa koskevia tietoja lyhytaikaisesti. (Traficom).

Pysyvät evästeet tallentuvat käyttäjän päätelaitteelle pidempiaikaisesti, ne eivät poistu automaattisesti. Pysyvillä evästeillä on sivuston määrittämä voimassaoloaika, joka määrittää kuinka kauan ne säilyvät käyttäjän päätelaitteella. (Traficom). Evästeitä säilytetään, kunnes niiden voimassaoloaika päättyy tai käyttäjä poistaa ne manuaalisesti. (Viestijät).

Pysyvien evästeiden avulla voidaan esimerkiksi muistaa pidempiaikaisesti käyttäjän mieltymyksiä sivuston ulkoasun tai kielivalinnan suhteen. Pysyvien evästeiden avulla on myös mahdollista muistaa kirjautumiseen käytettävät tunnukset tai tunnistaa onko käyttäjä vierailut sivustolla aiemmin. Evästeet keräävät myös muun muassa tietoa siitä, missä sivuston osissa käyttäjä on vierailut. (Traficom).

2.2 Evästeiden historia

Ennen evästeitä internetin toimivuus ei ollut yhtään niin käytännöllistä kuin nykypäivänä. Ennen evästeseurantaa, jokainen verkkovierailu oli täysin anonymi tapahtuma ja esimerkiksi verkkosivuille palaavia käyttäjiä ei voitu tunnistaa. Vuonna 1994 Netscape Communicationsin verkkoselaimen ohjelmoija Louis ”Lou” Montulli esitteli maailmalle HTTP evästeet. Evästeiden alkuperäinen tarkoitus oli yksinkertainen – niiden avulla verkkokauppasivustoilla

ostoksia tekevien asiakkaiden oli mahdollista tallentaa tuotteet virtuaaliseen ostoskoriin. Tämä oli ensimmäinen tapaus internetin historiassa, jossa verkkosivuston tiedot voitiin tallentaa luotettavasti käyttäjän tietokoneelle. (Kukulka 2021).

Verkkosivustojen käyttäjät nauttivat yksilöllisen seurannan tuomasta mukavuudesta ja selauskokemuksen helpottumisesta. Nopeasti myös mainostoimistot alkoivat hyödyntää kolmannen osapuolen evästeitä käyttäjiensä seuraamiseen ja mainonnan kohdentamiseen. Selaimet oli asetettu automaattisesti hyväksymään kolmannen osapuolen evästeet ja niiden hylkääminen ei ollut mahdollista, joten käyttäjien seurannalle ei ollut mitään rajoituksia. (Kukulka 2021).

Nopeasti evästeiden käyttöönoton jälkeen heräsi kysymyksiä käyttäjien yksityisyydestä internetissä. Kun tiedostettiin, että evästeet keräävät käyttäjistä dataa ja tietoja, käyttäjät esittivät huolensa siitä mihin kerättyjä tietoja käytettiin. (Kukulka 2021).

2.3 Lainsäädäntö evästeiden ympärillä

Evästeitä on käytetty osana mainonnan kohdentamista ja verkkosivujen toimintaa jo 1990-luvulta lähtien. Vuosien varrella evästeseuranta on herättänyt huolta käyttäjien tietoturvasta. Vuonna 1997 julkaistiin ensimmäinen direktiivi eli ohjeistus, joka kehotti kolmannen osapuolen evästeiden estämiseen verkkoselaimilla. (Kukulka 2021).

Direktiivi on Euroopan unionin asettama lainsäädäntöohje, joka ei tule voimaan sellaisenaan vaan ennemminkin ohjaa jokaisen jäsenmaan sisäistä lainsäädäntöä. Jokainen jäsenmaa päättää itse, miten se toteuttaa direktiivin asettamat ohjeistukset ja tavoitteet omassa lainsäädännössään. (Laki24).

Vuonna 2000 julkaistiin toinen RFC-direktiivi, jossa täsmennettiin kuinka ja milloin mitäkin evästetyyppiä tulee käyttää. Vuonna 2002 julkaistiin sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi, joka velvoittaa verkkosivustoja ilmoittamaan

käyttäjilleen siitä, mitä tietoja seurataan. Käyttäjillä tuli olla mahdollisuus estää evästeseuranta niin halutessaan. (Kukulka 2021).

Aiempien direktiivien rinnalle astui lopulta vuonna 2011 voimaan evästelaki. Kyseinen evästelaki tunnetaan myös nimellä direktiivi 2009/136/EY. Laissa todettiin, että on laitonta sijoittaa kolmannen osapuolen evästeitä käyttäjän laitteelle, ilman käyttäjän antamaa suostumusta. (Kukulka 2021).

Vuonna 2018 evästeseuranta koki ison muutoksen, kun yleinen tietosuojalaki GDPR astui voimaan. Jotta toimija noudatti GDPR:n mukaisia säännöksiä, evästeiden asettajan tuli muun muassa ilmoittaa käyttäjille selkästi, mihin evästeitä käytetään, mitä tietoja kerätään, vastaanottaa käyttäjän suostumus ennen evästeiden käyttöä sekä sallia käyttäjille sivuston käyttö, vaikka he kieltäytyisivät evästeiden käytöstä ja lisäksi tehdä evästeiden poistosta yhtä helppoa kuin niiden hyväksymisestä. (GDPR.EU). Mikäli kävijä kieltäytyi evästeseurannasta, ei käyttäjästä voitu kerätä tietoja eikä käyttäjää voitu seurata. Käyttäjille tämä tarkoitti vapautta päättää omista tiedoistaan ja oikeutta kieltäytyä tietojen keräämisestä. (Kukulka 2021).

Käyttäjien tietoturvaan sekä evästeseurantaan liittyvien rajoitusten takia monet selaimet ovat jo vuosia sitten luopuneet kolmannen osapuolen evästeiden käytöstä (esim. Mozilla ja Safari). Vuonna 2020 maailman käytetyin verkkoselain Google Chrome ilmoitti luopuvansa kolmannen osapuolen evästeistä selaimessaan. Viimeisimpien tietojen mukaan siirtymä kolmannen osapuolen evästeiden poistumiseen tapahtuisi vuoden 2024 aikana. (Bump 2022).

3 Evästeet osana digimainontaa

Evästeitä on olemassa kahdenlaisia ja niitä käytetään kokonaisvaltaisesti ja tehokkaasti hyödyksi digimainonnassa. Evästeillä voi olla kaksi alkuperää, ensimmäinen osapuoli tai kolmas osapuoli. Alkuperällä tarkoitetaan sitä, miltä taholta evästeet ovat peräisin. Ensimmäinen osapuoli tarkoittaa sivustoa, jolla käyttäjä vierailee kyseisellä hetkellä. Kolmas osapuoli on ulkopuolinen taho, joka asettaa evästeet käyttäjän selaimeen, kun hän vierailee eri sivustoilla. (Traficom).

3.1 Ensimmäisen osapuolen evästeet

Ensimmäisen osapuolen evästeet tulevat suoraan siltä verkkosivulta, jolla käyttäjä parhaillaan vierailee. Ensimmäisen osapuolen evästeet vaikuttavat usein huomattavasti sivuston toimivuuteen ja helppoon käytettävyyteen.

Evästeiden tarkoituksena on säilyttää käyttäjän aiemmin tekemät sivustoasetukset kuten esimerkiksi käyttäjän tekemät kielivalinnat tai kirjautumistiedot. (Denic 23.8.2021). Evästeiden avulla sivusto muistaa myös esimerkiksi käyttäjän ostoskorin sisällön kyseisellä sivulla. (Lianatech 2021). Näin käyttäjän ei tarvitse tehdä valintoja joka kerta uudelleen, kun tämä vierailee tietyllä sivustolla. (Denic 23.8.2021).

Ensimmäisen osapuolen evästeet on mahdollista estää tai poistaa jälkikäteen selaimen asetuksista. Evästeiden hylkääminen tai poistaminen vaikuttaa yleensä sivuston käytettävyyteen ja voi heikentää sitä. (Lianatech 2021).

3.2 Kolmannen osapuolen evästeet

Kolmannen osapuolen evästeet eroavat ensimmäisen osapuolen evästeistä siten, että jokin muu ulkopuolinen taho, esimerkiksi mainostaja, asettaa ne käyttäjän selaimeen samalla, kun tämä vierailee eri verkkosivustoilla. Yleisimpiä

kolmannen osapuolen tahoja on esimerkiksi Google Analytics ja sosiaalisen median pikselit. Käyttäjä voi esimerkiksi vierailta verkkokaupassa X ja sosiaalisen median seuranta pikseli saattaa asettaa käyttäjän selaimen evästeen, jolloin seuraavan kerran, kun käyttäjä vierailee kyseisen sosiaalisen median alustalla, tämä näkee yrityksen X mainontaa. (Kovala 2022).

Kolmannen osapuolen evästeet keräävät käyttäjästä esimerkiksi seuraavia tietoja: millä verkkosivustoilla käyttäjä vierailee ja mitä tuotteita käyttäjä katselee. Näiden tietojen avulla evästeet osaavat asettaa käyttäjän sopivaan kohderyhmään ja näyttää käyttäjälle kohdennetusti mainontaa. (Bstr 2021).

3.3 Mainonnan kohdentaminen

Kohdennetulla mainonnan tarkoitetaan mainontaa, jota voidaan kohdentaa tietyille kohdeyleisölle esimerkiksi käyttäjän kiinnostuksen kohteiden tai mieltymysten perusteella. Kohdennetun mainonnan tarkoitus ei ole tavoittaa mahdollisimman laajaa yleisöä, vaan ennemminkin tarkoitus on löytää yleisö, joka luultavimmin on kiinnostunut ostamaan yrityksen tuotteita tai palveluita. (Folcan).

Oikein kohdennettu mainonta mahdollistaa yritykselle tehokkaan keinon tavoittaa heille tärkeät kohderyhmät siellä missä he ovat. Yritys voi tarjota personoitua mainontaa - samaistumispuolelleen kohdeyleisölleen, jolloin mainoksen vastaanottava henkilö todennäköisemmin reagoi ja aktivoituu mainokseen yrityksen haluamalla tavalla eli konvertoituu. (Folcan).

Konversio voi olla esimerkiksi yhteydenottolomakkeen täyttö, erilaisiin kilpailuihin tai arvontoihin osallistuminen, soitto- tai sähköpostipainikkeen klikkaaminen tai somekanavan seuraaminen (Ilomäki).

Kohdennetun mainonnan hyötyjä yritykselle on oikean kohdeyleisön löytäminen, jolloin mainonnasta tulee kustannustehokasta. Kohdennetun mainonnan avulla yritys saavuttaa ne yleisöt, jotka ovat osoittaneet kiinnostusta yrityksen

tarjoamia tuotteita tai palveluita kohtaan jo etukäteen ja ovat näin ollen potentiaalisimpia asiakkaita konvertoitumaan. Kohdennetun mainonnan avulla yritys voi luoda personoitua mainontaa jokaiselle kohdeyleisölle ja näyttää heitä kiinnostavaa sisältöä. Kohdennetun mainonnan avulla voidaan myös helposti mitata mainonnan tuloksia ja löytää oikeat keinot ja kanavat mainossisällön jakamiseen. (Folcan).

4 Tulevat muutokset evästeseurannassa

Evästeseuranta tulee lähivuosina kokemaan suuria muutoksia. Muutokset koskevat suurimmilta osin kolmannen osapuolen evästeitä ja niiden poistumista maailman suurimmasta verkkoselaimesta Google Chromesta. Google Chrome hallitsee lähes 70 % maailman selainmarkkinoista. Muutokset tulevat vaikuttamaan selaimen toimintaan, käyttäjien seurantaan ja mainonnan kohdentamiseen. (Lianatech 2021). Muutokset evästeseurannassa eivät sinänsä ole mikään uusi juttu, verkkoselaimet kuten Safari ja Mozilla Firefox ovat poistaneet evästeet selaimistaan jo vuosia sitten. (Denic 18.8.2021).

Syynä kolmannen osapuolen evästeiden poistumiselle on kasvava huoli käyttäjien tietoturvasta ja yksityisyydestä internetissä. Käyttäjät vaativat suurempaa yksityisyyttä tiedoilleen ja he haluavat itse päättää mitä tietoja haluavat jakaa yritysten ja organisaatioiden kanssa. (Schulman 2022). Nykyisten GDPR asetusten mukaan verkkosivujen tulee avoimesti ilmoittaa mitä asiakasdataa kerätään, miten se säilötään ja jaetaanko sitä eteenpäin esimerkiksi kolmansille osapuolille. (Lianatech 2021).

Tällä hetkellä huomattava osa digitaalisesta markkinoinnista perustuu juuri kolmannen osapuolen evästeisiin ja miten niiden avulla kohdennetaan mainontaa ja seurataan kävijöitä verkkovierailujen aikana (Denic 18.8.2021). Tulevat muutokset tulevat viemään pohjan sellaiselta digimainonnalta, johon mainostajat ovat pitkään tottuneet (Bump 2022).

Kohdennettu mainonta ja käyttäjien seuranta tulee muuttumaan ja hetken aikaa suurin osa verkkosivujen kävijäliikenteestä tulee olemaan tunnistamatonta sekä mainonnan tulosten mittaaminen tulee vaikeutumaan. Jatkossa mainostajien tulee löytää uusia toimenpiteitä ja keinoja mainonnan kohdentamiseen ja tulosten mittaamiseen. Muutokset tarkoittavat kuitenkin pohjimmiltaan sitä, että data tulee olemaan laadukkaampaa sekä läpinäkyvämpää. (Denic 18.8.2021).

Käynnissä on suuri digitaalisen markkinoinnin murros (Schulman 2022). Käyttäjät dataa tullaan jatkossa keräämään käyttäjän suostumuksen perusteella, mikä todennäköisesti lisää käyttäjien tyytyväisyyttä ja turvallisuudentunnetta.

Yritysten toiminta ja tiedon kerääminen muuttuu läpinäkyvämmäksi ja yrityksen oman datan ja asiakasrekisterin kerääminen sekä hyödyntäminen nousee entistään tärkeämpään rooliin mainonnan kohdentamisessa ja kävijöiden seurannassa. (Lianatech 2021).

5 Opas evästeiden maailmaan

Toimeksiantajalle luodussa oppaassa tarkoitus on johdatella lukija evästeiden maailmaan. Oppaan tavoitteena on avata lukijalle evästeiden käyttöön liittyviä syitä sekä työssä tullaan avaamaan evästeisiin liittyviä käsitteitä käytännönläheisten esimerkkien avulla.

Opas luotiin käyttämällä hyödyksi erilaisia verkkolähteitä sekä asiantuntija artikkeleita aiheesta sekä hyödynnettiin teoriaosuudessa kerättyjä tietoja. Kerätyistä tiedoista luotiin käytännönläheinen opas, jossa olennaiset tiedot tuodaan esille. Oppaassa kerrotaan lukijalle mitä evästeet ovat ja mihin niitä käytetään.

Oppaassa kerrotaan millaisia evästeitä verkkosivustot käyttävät ja kerrotaan ensimmäisen osapuolen ja kolmannen osapuolen evästeiden keskeiset erot.

Syy, miksi opas luotiin, on tulevat evästeseurannan muutokset. Käyttäjien seuranta sekä mainonnan kohdentaminen johon mainostajat sekä kuluttajat ovat vuosien aikana tottuneet tulee muuttumaan huomattavasti lähitulevaisuudessa, sillä maailman käytetyin verkkoselain Google Chrome tulee poistamaan kolmannen osapuolen evästeet näillä näkymin vuoden 2024 aikana. Oppaassa tullaan kertomaan tulevista evästeseurannan muutoksista ja kerrotaan, miten ne tulevat vaikuttamaan mainostajien tulevaisuuteen jatkossa.

Oppaan on tarkoitus tulla ladattavaksi yrityksen verkkosivuille. Oppaalla halutaan tuoda tietoisuutta evästeistä ja tulevista muutoksista. Tarkoitus on saada lukija pohtimaan evästeseurantaa osana kokonaisvaltaista digimarkkinointia. Tavoite on myös saada lukija oivaltamaan, miksi evästeitä käytetään, mitä muutoksia evästeseurantaan on tulossa ja miten ne tulevat vaikuttamaan jokaisen mainostajan työhön jatkossa.

Tarkoitus on saada lukija ymmärtämään, miksi oman datan eli ensimmäisen osapuolen datan kerääminen on tärkeää ja miksi data kannattaa säilyttää ja pitää se ajan tasalla. Oppaassa kerrotaan käytännön toimia, joilla mainostaja

voi varmistaa onnistuneen mainonnan kohdentamisen myös jatkossa ja kerrotaan, miksi ensimmäisen osapuolen datan kerääminen on ensisijaisen tärkeää.

Opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa on sovittu, ettei opasta evästeiden maailmaan julkaista tämän opinnäytetyön liitteenä. Opas toimitetaan toimeksiantajayritykselle Tagomo Digital Oy:lle. Sen tarkoitus on tulla yrityksen verkkosivuille ladattavaksi tiedostoksi asiakasyritysten käyttöön.

6 Yhteenveto

Opinnäytetyön tavoitteena oli perehtyä verkkosivustoilla käytettäviin evästeisiin ja evästeseurantaan kokonaisvaltaisesti ja luoda toimeksiantajayritykselle opas evästeiden maailmaan, joka auttaa yrityksen asiakkaita hahmottamaan, mitä evästeet ovat ja miten niitä käytetään osana digimarkkinointia. Evästeiden kokonaisvaltaista vaikutusta voi olla haastava hahmottaa, joten oppaan tarkoitus on tutustuttaa lukija niihin käytännöllisten esimerkkien avulla.

Työ toteutettiin hyödyntämällä mahdollisimman laajasti ja monipuolisesti eri verkkolähteitä opinnäytetyön teoriaosuudessa. Teoriassa avataan evästeiden käsitettä sekä kerrotaan mihin niitä käytetään. Teoriassa avataan myös erilaisia evästetyyppejä sekä tarkastellaan niiden käyttötarkoituksia ja voimassaoloaikoja.

Teoriaosuudessa perehdyttiin myös evästeiden historiaan, mitä varten ne alun perin on luotu ja minkälaisia muutoksia ja rajoituksia evästeseurantaan on tullut, kun kuluttajien tietoisuus yksityisyydensuojasta on kasvanut vuosien varrella. Yksityisyydensuojan myötä evästeseurantaa on tiukennettu erilaisilla direktiiveillä sekä lainsäädännöllä. Viimeisimpänä vaikuttavana tekijänä evästeseurannalle on ollut vuonna 2018 voimaan tullut yleinen tietosuojalaki GDPR.

Muutokset evästeseurannassa antavat kuluttajille enemmän valtaa päättää, mitä tietoja yritykset sekä mainostajat saavat kerätä kuluttajista esimerkiksi markkinointia tai analytiikkaa varten. Kuluttajilla on nykyään myös mahdollisuus kieltäytyä seurannasta kokonaan, mikä vaikeuttaa mainostajien asemaa jatkossa.

Työn tuloksena luotiin toimeksiantajayritykselle opas evästeiden maailmaan. Oppaan sisältö ja rakenne suunniteltiin toimeksiantajayrityksen edustajan ohjeistuksen mukaan niin, että se palvelee yrityksen asiakkaita mahdollisimman hyvin. Opasta varten perehdyttiin eri verkkolähteisiin kuten esimerkiksi asiantuntijoiden kirjoittamiin artikkeleihin. Aiheen ajankohtaisuuden vuoksi

luotettavaa tietoa tuntui olevan haastava löytää, koska tällä hetkellä voidaan vain arvailla ja spekuloida tulevien evästeseurantaan liittyvien muutosten vaikutuksia digimarkkinoinnin tulevaisuuteen.

Oppaassa kerrotaan toimeksiantajayrityksen asiakkaille tulevista muutoksista sekä neuvotaan, miten tuleviin muutoksiin pystyy varautumaan jo etukäteen. Kolmannen osapuolen evästeiden poistumisen jälkeen ensimmäisen osapuolen evästeiden merkitys tulee kasvamaan entisestään ja yrityksen itsensä keräämä asiakasdata tulee olemaan avainasemassa mainonnan kohdentamisessa sekä käyttäjien seurannassa.

Opas on toimitettu toimeksiantajan käyttöön, mutta sitä ei julkaista tämän opinnäytetyön liitteenä. Oppaan on tarkoitus tulla ladattavaksi toimeksiantajan verkkosivuille.

Lähteet

Bstr. 2021. Kolmannen osapuolen evästeet eivät markkinoinnin hyödynnettävissä - Mitä sitten? Viitattu 19.5.2023.

<https://bstr.fi/blogi/kolmannen-osapuolen-evasteet/>

Bump, P. 2022. The Death of the Third-Party Cookie: What Marketers Need to Know About Google's 2023 Phase-Out. Viitattu 18.5.2023.

<https://blog.hubspot.com/marketing/third-party-cookie-phase-out>

Denic, A. 23.8.2021. Evästeiden ja datan ABC: Mitä on 1. 2. ja 3. osapuolten data, ja mitä markkinoijan pitäisi tietää evästeistä? Viitattu 28.5.2023

<https://www.kalevamedia.fi/yrityksille/2021/08/23/evasteiden-ja-datan-abc-mita-on-1-2-ja-3-osapuolten-data-ja-mita-markkinoijan-pitaisi-tietaa-evasteista/>

Denic, A. 18.8.2021. Miksi 3. osapuolen evästeiden katoaminen on markkinoijalle pikemminkin siunaus kuin kiusa. Kaleva Media. Viitattu 28.5.2023

<https://www.kalevamedia.fi/yrityksille/2021/08/18/miksi-3-osapuolen-evasteiden-katoaminen-on-markkinoijalle-pikemminkin-siunaus-kuin-kiusa/>

Folcan. Kohdennettu mainonta. Viitattu 18.5.2023.

<https://folcan.fi/kohdennettu-mainonta/>

GDPR.EU. Cookies, the GDPR, and the ePrivacy Directive. Viitattu 19.5.2023.

<https://gdpr.eu/cookies/>

Ilomäki, K. Mikä on konversio ja miten mittaat sitä? Viitattu 24.5.2023.

<https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/mika-konversio>

Kovala, T. 2022. Pähkinänkuoressa: kolmannen osapuolen evästeet ja niiden häviäminen. Viitattu 19.5.2023.

<https://www.biit.fi/hub/blogi/kolmannen-osapuolen-evasteet-ja-niiden-haviaminen/>

Kukulka, M. 2021. What are browser cookies? The history of cookies in digital advertising. Viitattu 1.5.2023.

https://newprogrammatic.com/blog/what-are-browser-cookies-in-digital-advertising/#The_early_history_of_cookies

Laki24. Eu lainsäädäntö: asetukset, direktiivit ja muut säädökset. Viitattu 19.5.2023.

<https://laki24.fi/eu-lainsaadanto-asetukset-direktiivit-ja-muut-saadokset/>

Lianatech. 2021. Kolmannen osapuolen evästeet loppuvat – Näin valmistaudut muutokseen digimarkkinoinnin työkalujen avulla. Viitattu 19.5.2023.

<https://www.lianatech.fi/tutustu/blogi/kolmannen-osapuolen-evasteet-loppuvat-nain-valmistaudut-muutokseen-digimarkkinoinnin-tyokalujen-avulla-infograafi.html>

Schulman, L. 2022. Markkinointipäätäjä, mitä teet, kun kolmannen osapuolen evästeiden tuki päättyy? Viitattu 19.5.2023.

<https://www.salesforce.com/fi/blog/2022/evastemuutosten-vaikutukset-markkinoijalle.html>

Traficom. Evästeet. Viitattu 28.5.2023.

<https://www.traficom.fi/fi/toimintamme/saantely-ja-valvonta/evasteet?toggle=Ev%C3%A4steiden%20tyyppiej%C3%A4>

Viestijät. Evästekäytäntö. Viitattu 28.5.2023.

<https://viestijat.fi/evasteet/>