

Praćenje korišćenja novih medija - 2012





FONDACIJA ZA OTVORENO DRUŠTVO, SRBIJA
OPEN SOCIETY FOUNDATION, SERBIA



USAID
OD AMERIČKOG NARODA

Ova konferencija je realizovana zahvaljujući građanima SAD u okviru programa podrške medijima Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID). Izneti stavovi pripadaju isključivo autoru i ne predstavljaju zvaničan stav USAID-a.

I FAZA – CATI istraživanje

- Veličina reprezentativnog uzorka građana Srbije 12+ je 2014
- Prikupljanje podataka od 8. do 24. septembra 2012. godine

II FAZA – fokus grupe

- 4 grupe u Beogradu
- Mladi od 12-29 godina, koriste Internet najmanje 2h dnevno, poseduju smart telefon i povezuju se na internet preko mobilnog
- Prikupljanje podataka od 22. i 23. oktobra 2012. godine

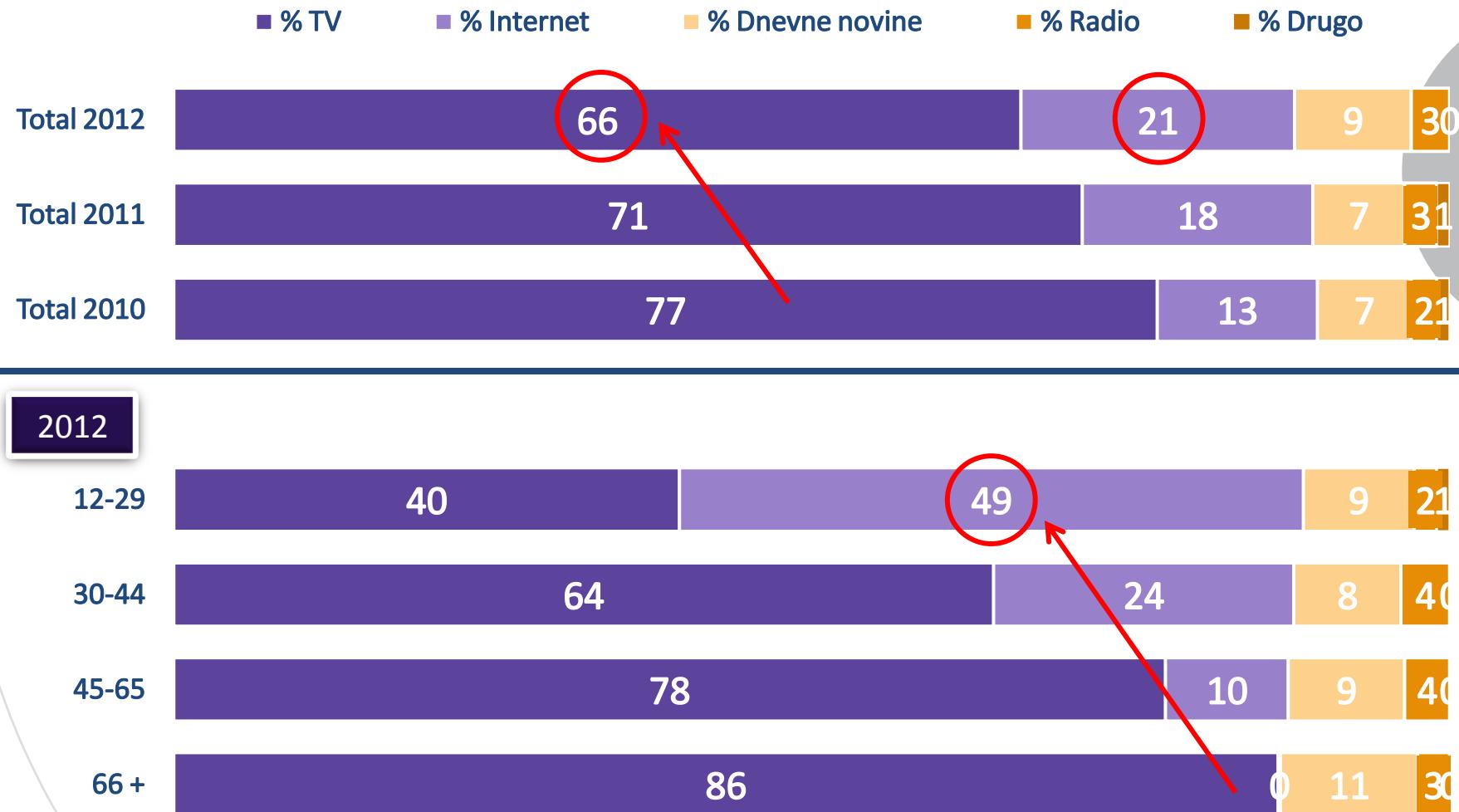
III FAZA – CAWI Online istraživanje

- Ukupan broj ispitanika 313
- Mladji heavy internet korisnici, 12-35 godina
- Prikupljanje podataka od 10. do 21. oktobra 2012. godine

Uopšteno o medijima

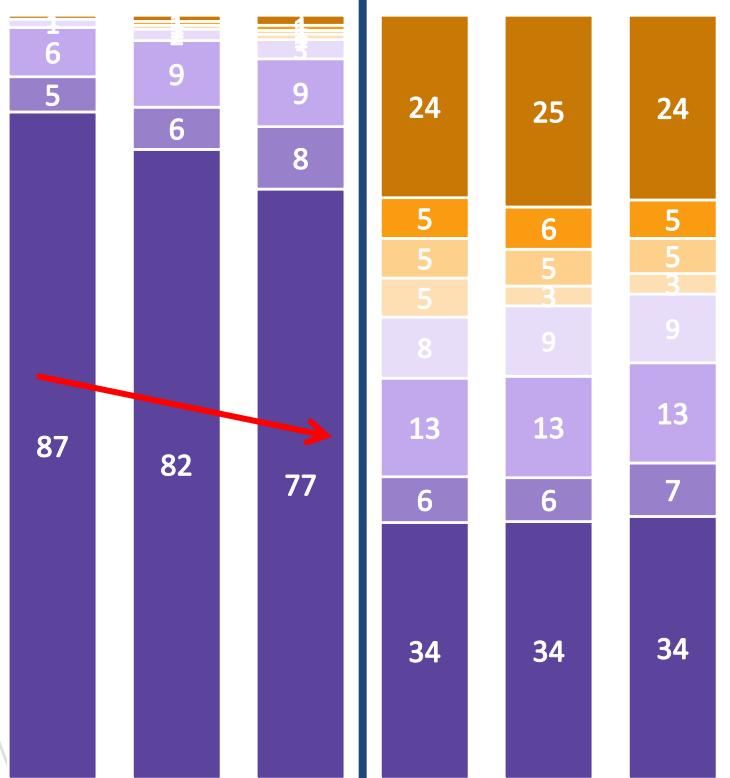
Baza: Ukupna ciljna populacija

Koji medij najčešće koristite za informisanje uopšte?



Baza: Ukupna ciljna populacija

- % Svaki dan
- % 2 -3 puta nedeljno
- % Nekoliko puta mesečno
- % Manje od jednom mesečno

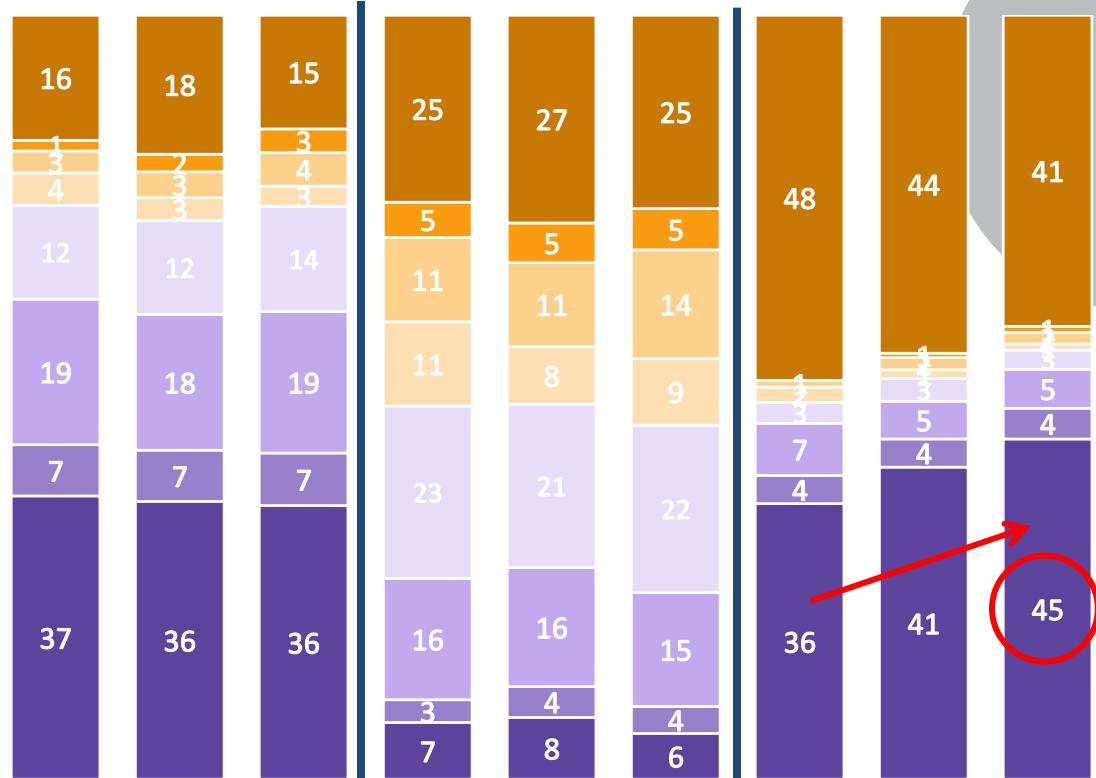


Gledate TV

Slušate radio

Koliko često pratite određene medije? Koliko često...

- % 4 - 6 puta nedeljno
- % jednom nedeljno
- % Jednom mesečno
- % Nikada



Čitate dnevne novine
(bar prelistavanje)

Čitate magazine (bar
prelistavanje)

Koristite Internet

Koliko često...? – 'Digital natives' (12-29)

Baza: Ljudi starosti između 12 i 29 godina (26% ukupne populacije) - 2010

Baza: Ljudi starosti između 12 i 29 godina (26% ukupne populacije) - 2011

Baza: Ljudi starosti između 12 i 29 godina (26% ukupne populacije) - 2012

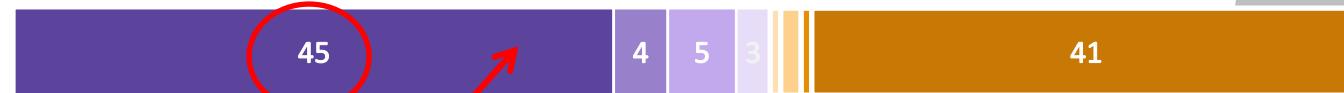
- Svaki dan
- Nekoliko puta mesečno

- 4 - 6 puta nedeljno
- Jednom mesečno

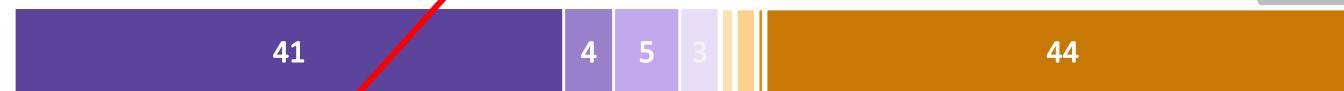
Koliko često pratite određene medije? Koliko često...

- 2 - 3 puta nedeljno
- Manje od jednom mesečno
- Jednom nedeljno
- Nikad

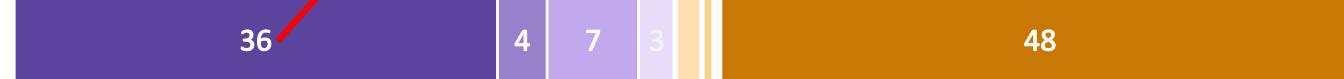
Koristite internet (Ukupna populacija) - 2012



Koristite internet (Ukupna populacija) - 2011



Koristite internet (Ukupna populacija) - 2010



Koristite internet ('Digital Natives') - 2012



Koristite internet ('Digital Natives') - 2011



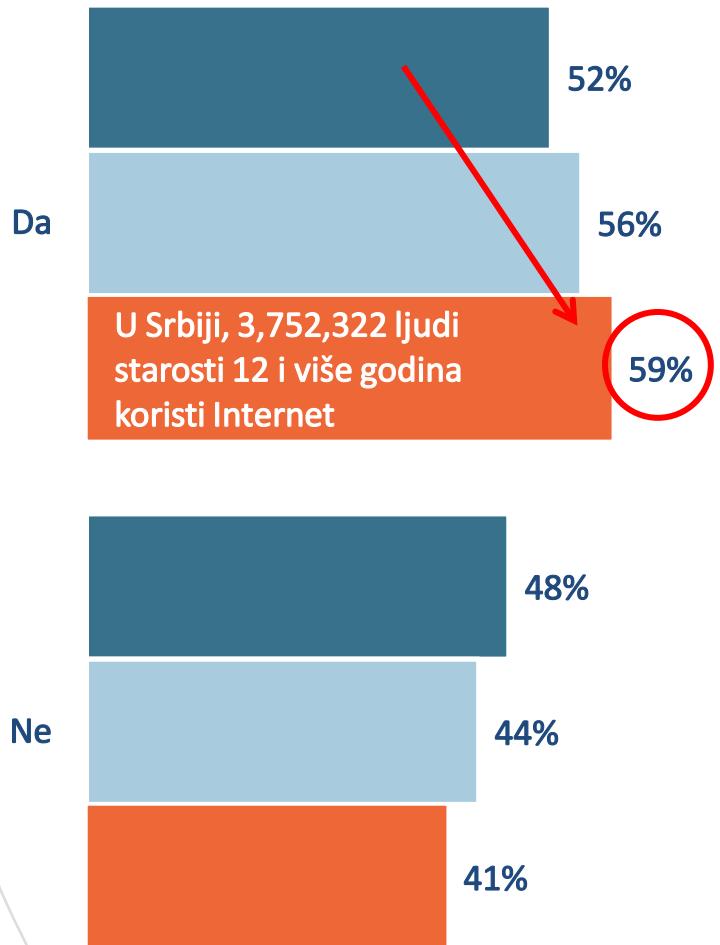
Koristite internet ('Digital Natives') - 2010



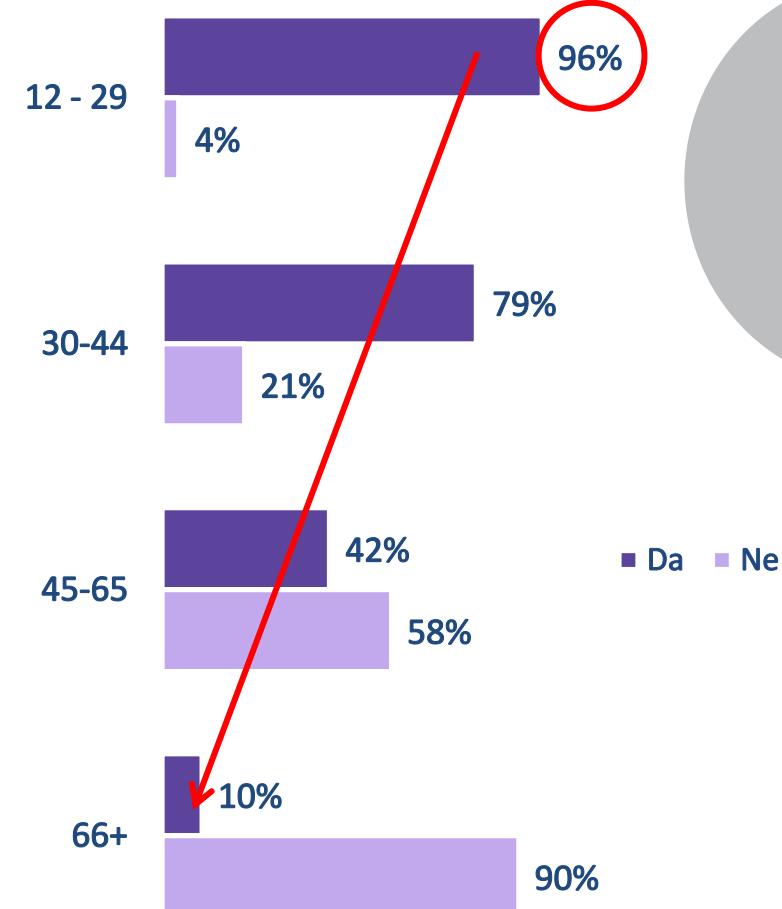
Internet

Baza: Ukupna ciljna populacija

Sada ćemo govoriti o Internetu. Da li bar povremeno koristite Internet, bez obzira da li je to na poslu, kod kuće ili na nekom drugom mestu?

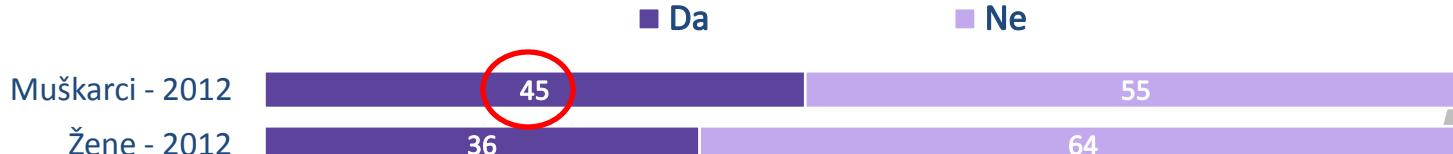


2012
→

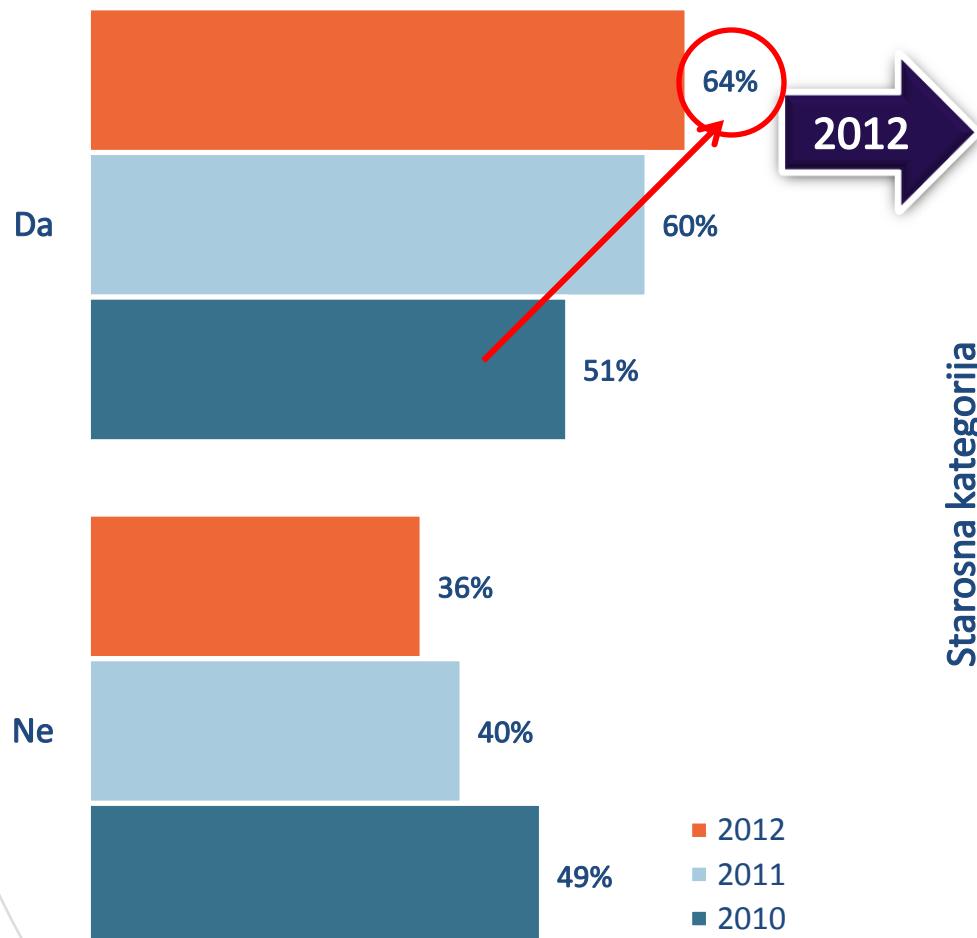


Base: 'Heavy' korisnici Interneta (41% ukupne populacije) - 2012

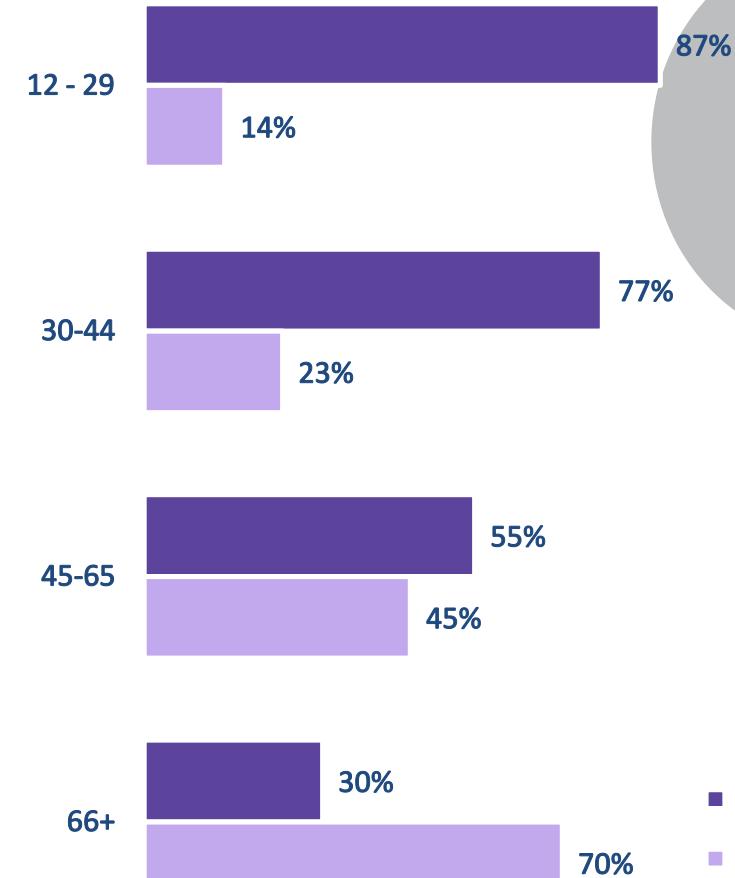
Sada čemo govoriti o Internetu. Da li bar povremeno koristite Internet, bez obzira da li je to na poslu, kod kuće ili na nekom drugom mestu?



Baza: Ukupna ciljna populacija



Da li u svom domaćinstvu imate pristup Internetu?



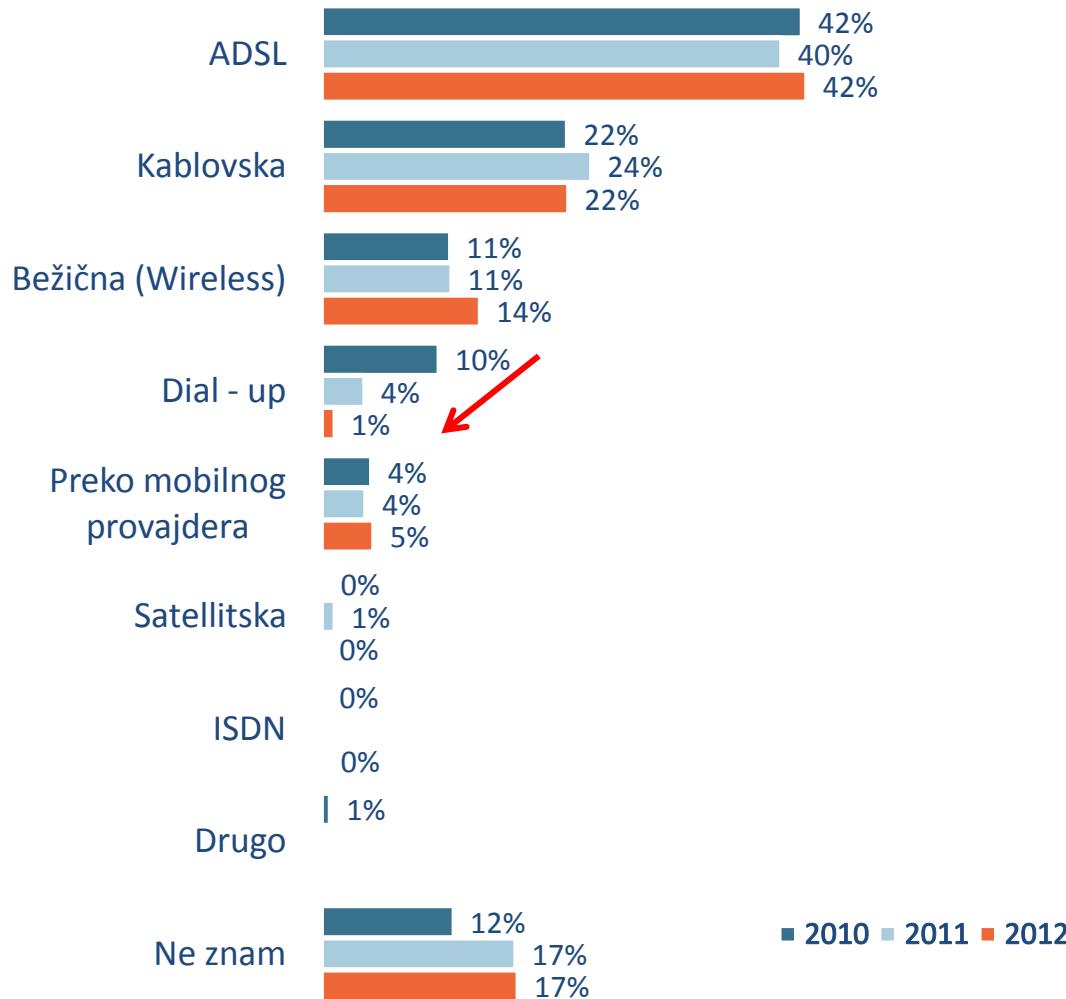
Vid Internet konekcije u domaćinstvu

Višestruki odgovori; Baza: Oni koji imaju Internet konekciju u svom domaćinstvu (51% ciljne populacije) – 2010

(56% ciljne populacije) – 2011

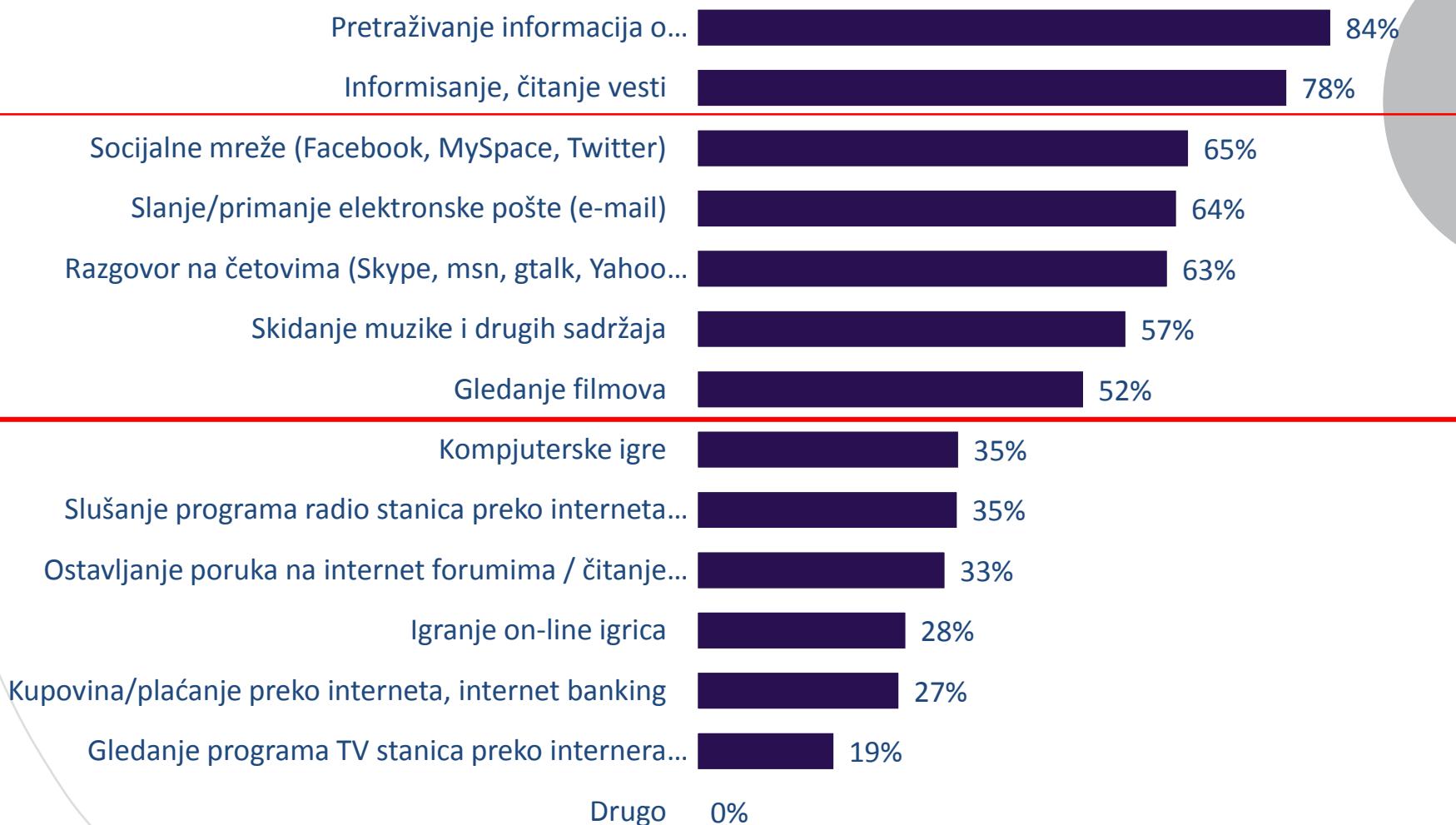
(59% ciljne populacije) – 2012

Na koji način se preko računara u Vašem domaćinstvu pristupa Internetu?



Višestruki odgovori; Baza: korisnici Interneta - 2012
(59% ciljne populacije)

Za koje od sledećih stvari koristite Internet?



Učestalost upotrebe Interneta preko mobilnog telefona (GPRS, EDGE, 3G, Wireless)

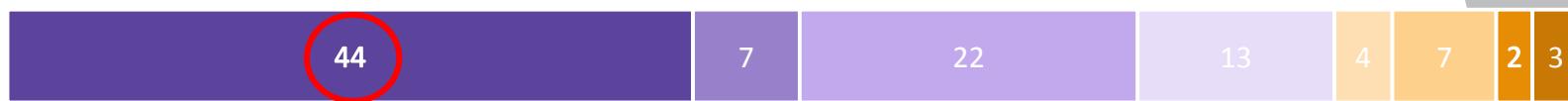
Baza: Korisnici Interneta – 2012 - (22% ciljne populacije)

*Koliko često koristite Internet preko mobilnog telefona
(GPRS, EDGE, 3G, Wireless)?*

- % Svaki dan
- % 2 -3 puta nedeljno
- % Jednom u dve nedelje
- % Manje od jednom mesečno

- % 4 - 6 puta nedeljno
- % Jednom nedeljno
- % Jednom mesečno
- % Nikad

Total



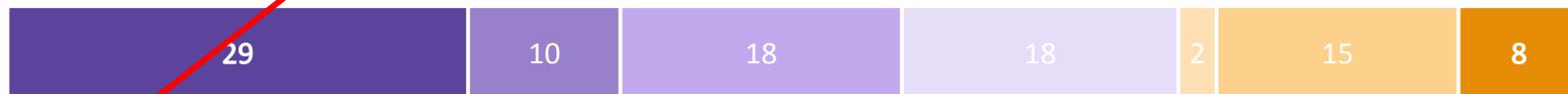
12-29



30-44



45-65



66 +



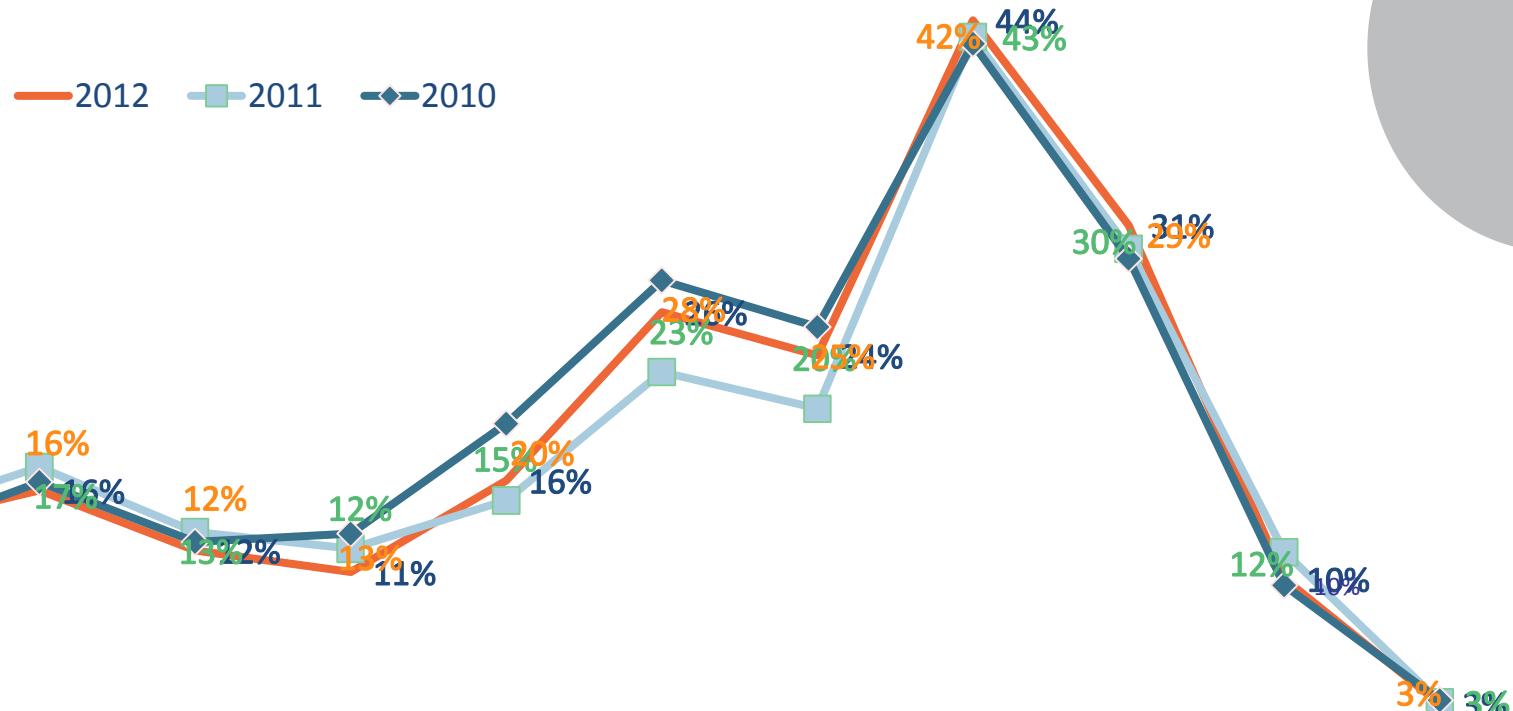
Baza: korisnici Interneta

(52% ciljne populacije) - 2010

(54% ciljne populacije) – 2011

(56% ciljne populacije) - 2012

Kada govorimo o jednom Vašem tipičnom radnom danu i Vašim navikama u korišćenju Interneta, u kojim od sledećih termina obično posećujete Internet sajtove? Ovde ne mislimo na slanje i primanje elektronske pošte, niti na razmenjivanje poruka putem Interneta (četovanje)

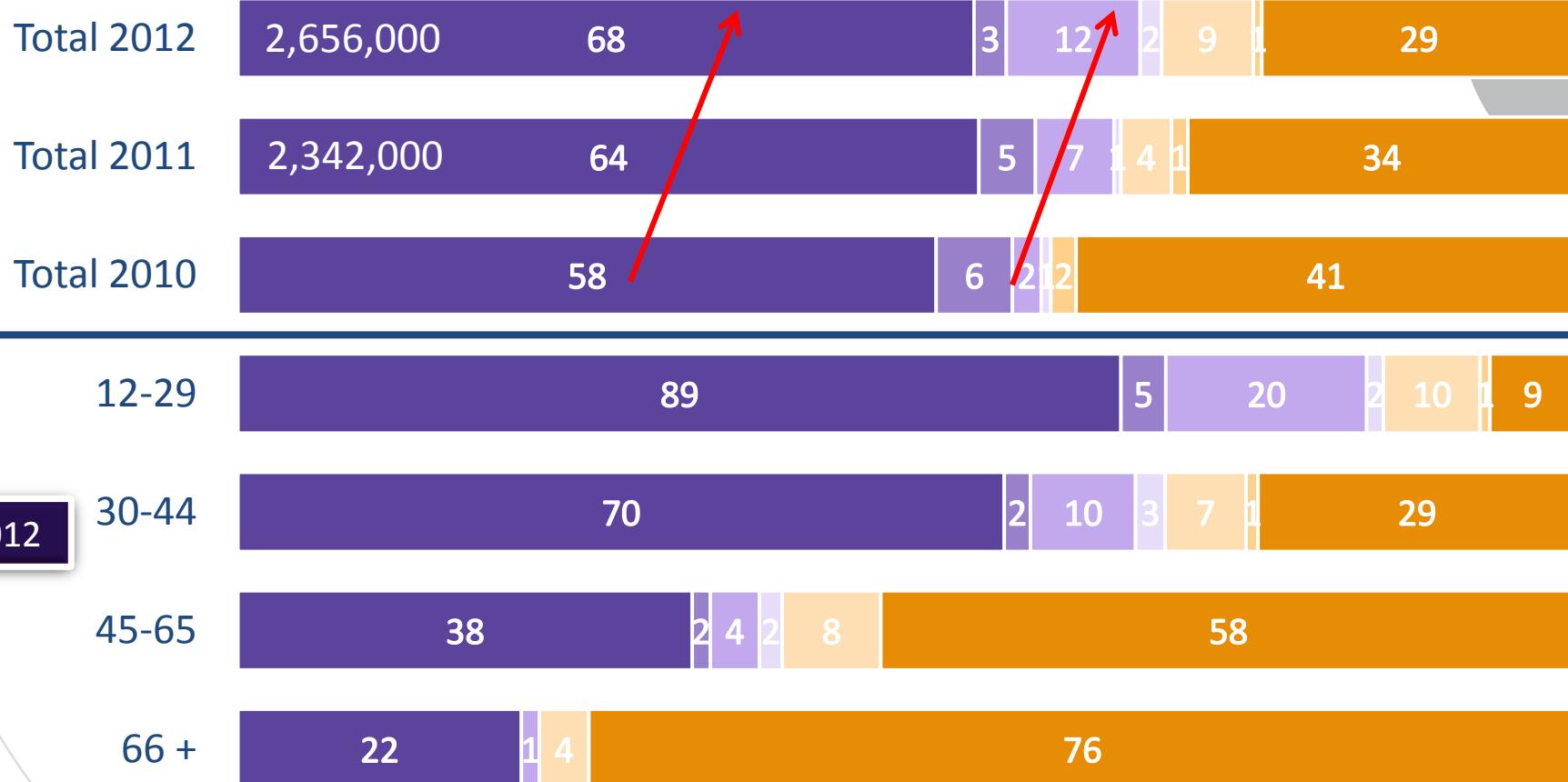


From
06:00 to
08:59 From
09:00 to
09:59 From
10:00 to
11:59 From
12:00 to
13:59 From
14:00 to
14:59 From
15:00 to
16:59 From
17:00 to
18:59 From
19:00 to
19:59 From
20:00 to
21:59 From
22:00 to
23:59 From
00:00 to
01:59 From
02:00 to
05:59

Baza: Svi Internet korisnici,
 52% ciljne populacije – 2010
 56% ciljne populacije – 2011
 59% ciljne populacije – 2012

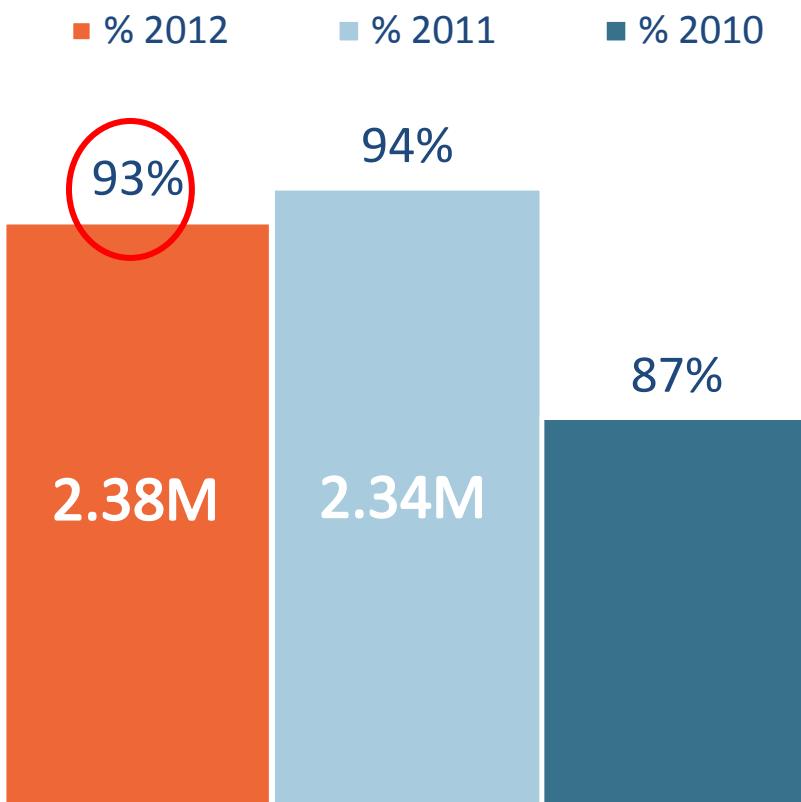
Na kojim socijalnim mrežama imate otvoren profil?

■ % Facebook ■ % My Space ■ % Twitter ■ % LinkedIn ■ % Google+ ■ Drugo ■ Nijedno



2012

Baza: Oni koji imaju otvoren profil na nekoj socijalnoj mreži (32% ciljne populacije) – 2010
(34% ciljne populacije) – 2011
(42% ciljne populacije) – 2012

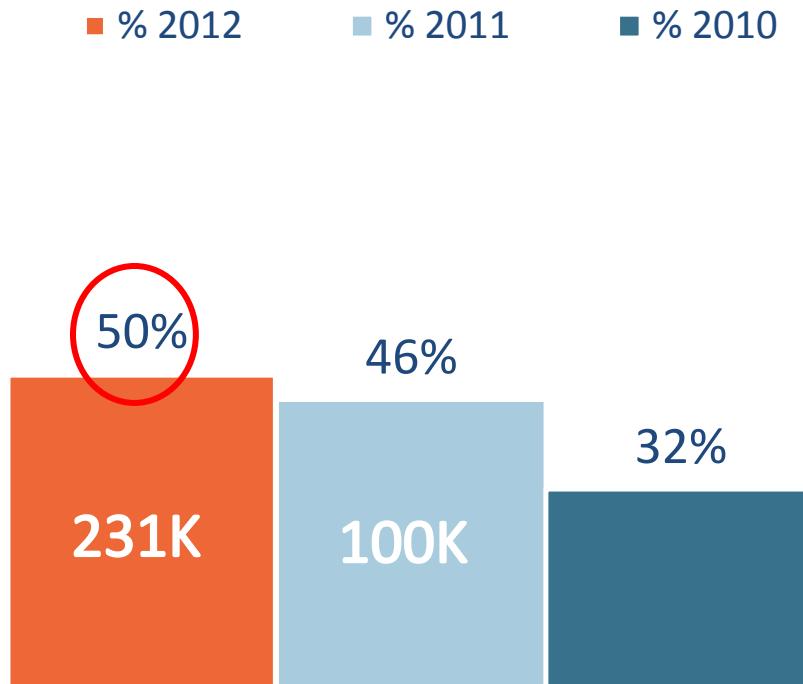


Na kojim socijalnim mrežama ste aktivni, odnosno, koje socijalne mreže posećujete najmanje 3 do 4 puta nedeljno?



- 68% svih Internet korisnika ima profil na Facebook-u
 - tj. 40% ukupne populacije građana Srbije starosti 12 i više godina
 - tj. 2,564,000 ljudi (2,342,000 u 2011 godini).
- Više od 90% svih korisnika FB-a u Srbiji je aktivno.

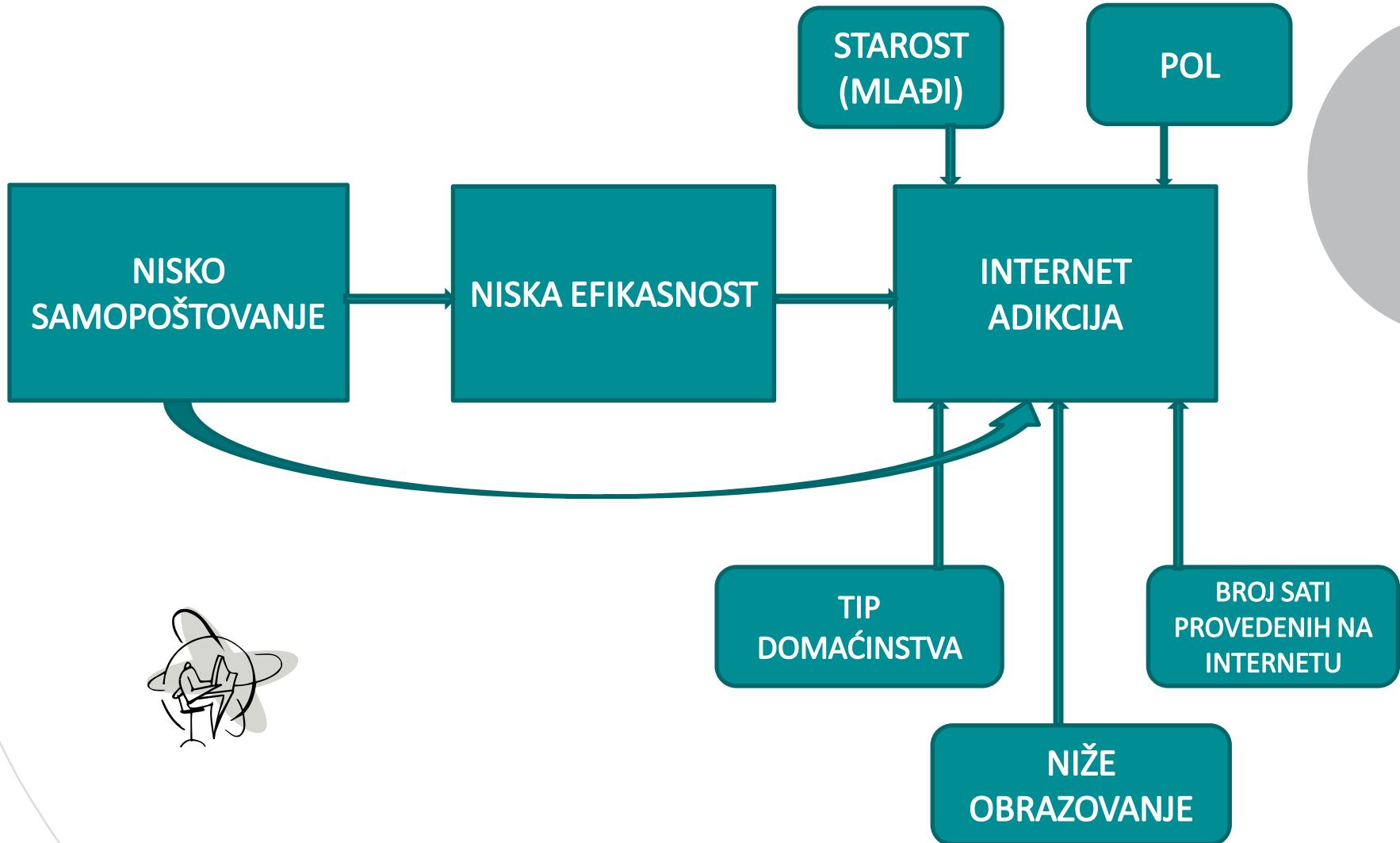
Baza: Oni koji imaju otvoren profil na nekoj socijalnoj mreži
(32% ciljne populacije) – 2010
(34% ciljne populacije) – 2011
(42% ciljne populacije) – 2012



Na kojim socijalnim mrežama ste aktivni, odnosno, koje socijalne mreže posećujete najmanje 3 do 4 puta nedeljno?



- 12% svih Internet korisnika ima profil na Twitter-u
 - tj. 7% ukupne populacije građana Srbije starosti 12 i više godina
 - tj. oko 465,000 ljudi (220,000 u 2011 godini).
- 50% Twitter naloga u Srbiji je aktivno.



REALNI AKTIVIZAM

MLADI KORISNICI INTERNETA
(DO 30)
8.2

KORISNICI INTERNETA (30+)
7.7

VIRTUELNI AKTIVIZAM

MLADI KORISNICI INTERNETA
(DO 30)
8.6

KORISNICI INTERNETA (30+)
9.3

*NIŽI PROSEČNI SKOR NA SKALAMA - VIŠI AKTIVIZAM

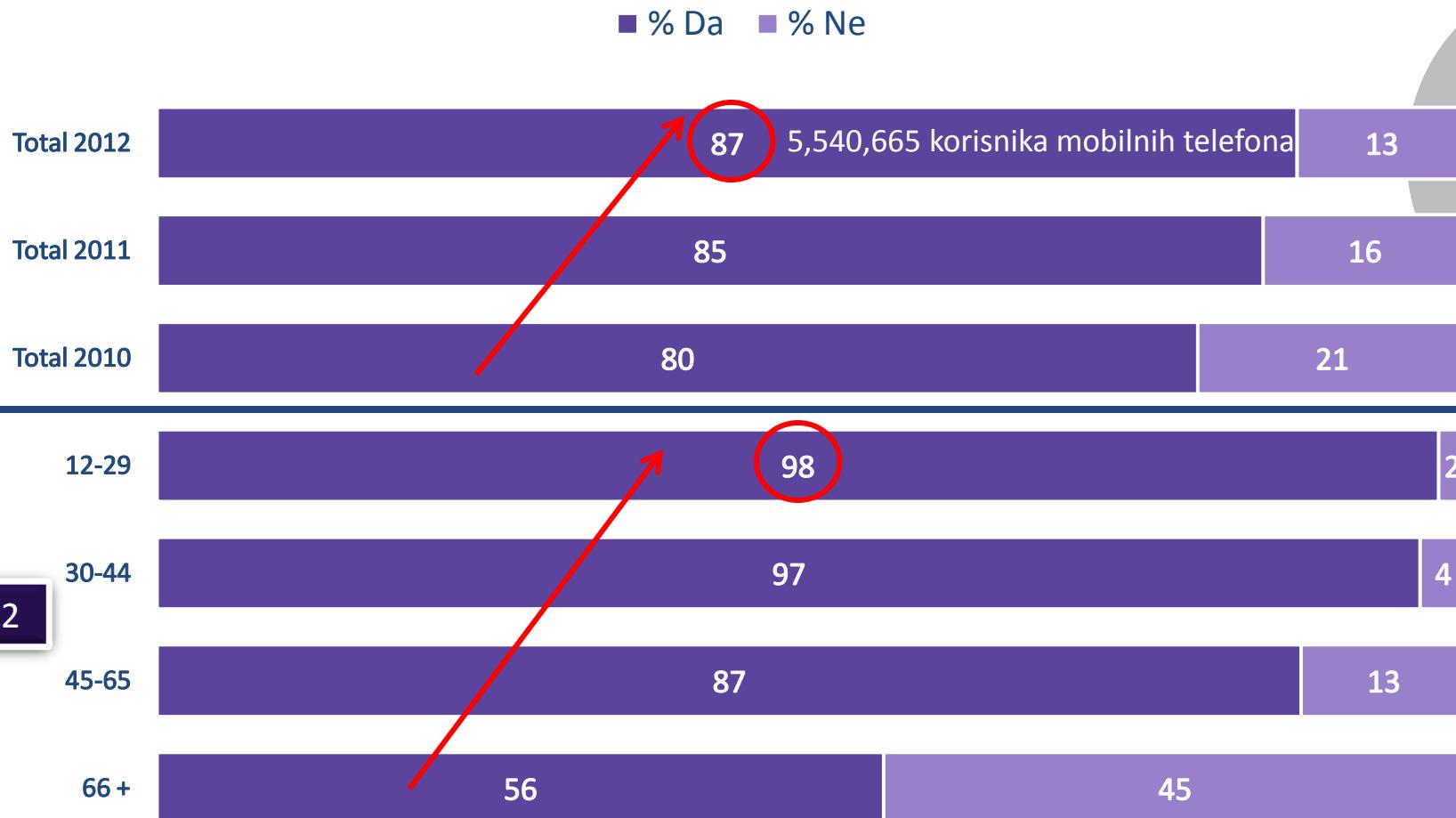


TIP AKTIVIZMA – VIRTUELNI/ REALNI	% DA Mladji od 30 godina	% DA Godina 30+
R. Otvoreno sam izražavao svoje mišljenje o političkim i društvenim pitanjima	46	65
R. Ubedjivao sam druge ljudе da glasaju ili da se uključe u neku drugu akciju	29	38
R. Nosio majcu, bedž sa sloganom –slikom koja podržava ideju za koju se zalažem	23	19
R. Potpisao peticiju	39	59
R. Učestvovao u okupljanjima da podržim ideju za koju se zalažem	39	51
V. Otvoreno sam izražavao svoje mišljenje o političkim i društvenim pitanjima (blog, statusi na Facebook-u, komentari)	24	14
V. Ubeđivao sam druge ljudе da glasaju ili da se uključe u neku društveno korisnu akciju.	18	11
V. Promenio fotografiju ili status na Facebook-u da podržim ideju za koju se zalažem.	27	9
V. Potpisao “on line” peticiju	17	12
V. Uključio se u grupe na internetu da podržim ideju za koju se zalažem.	49	20

Mobilni telefoni

Baza: Ukupna ciljna populacija

Da li imate mobilni telefon?



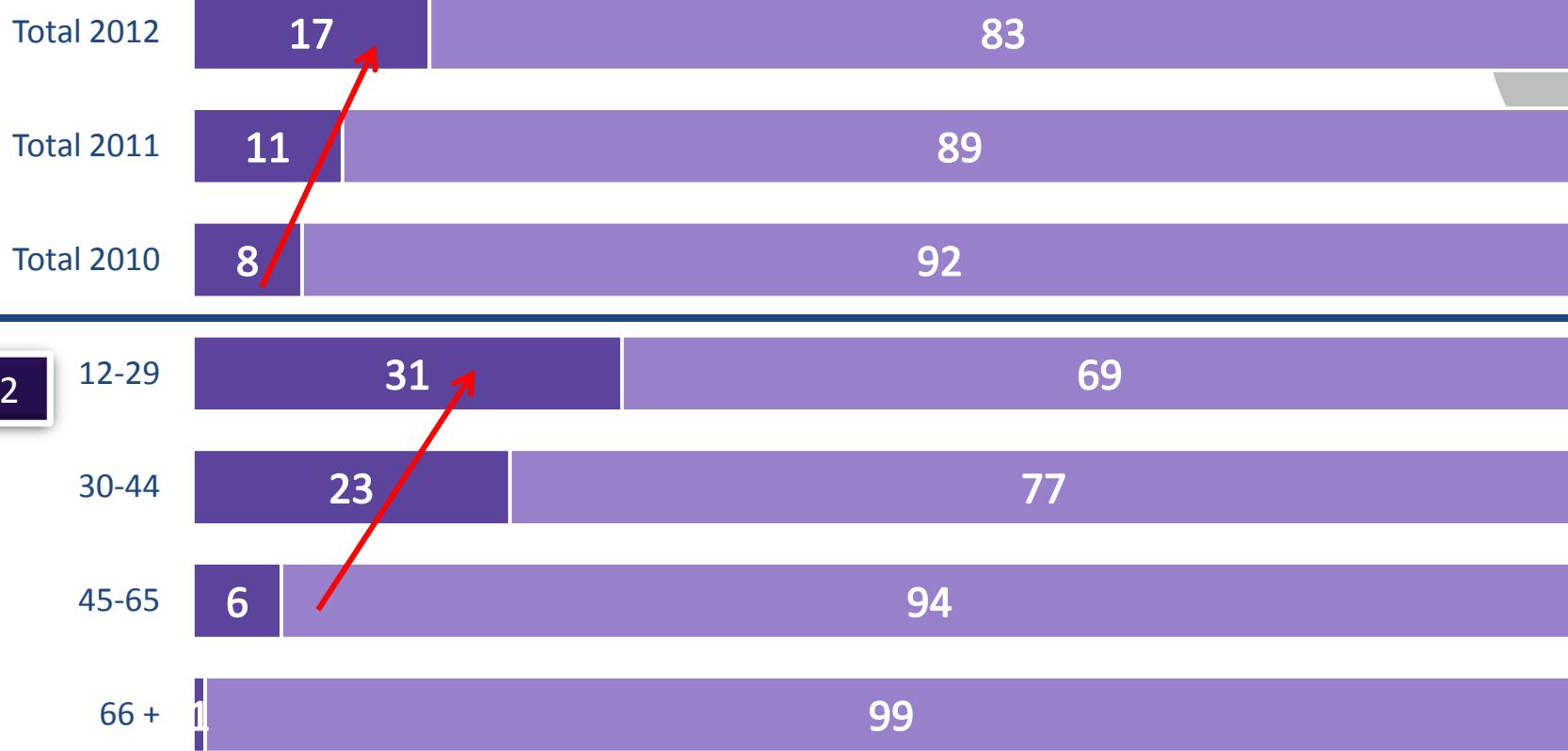
2012

Baza: Oni koji imaju mobilni telefon
(80% ciljne populacije) - 2010
(85% ciljne populacije) – 2011
(87% ciljne populacije) - 2012

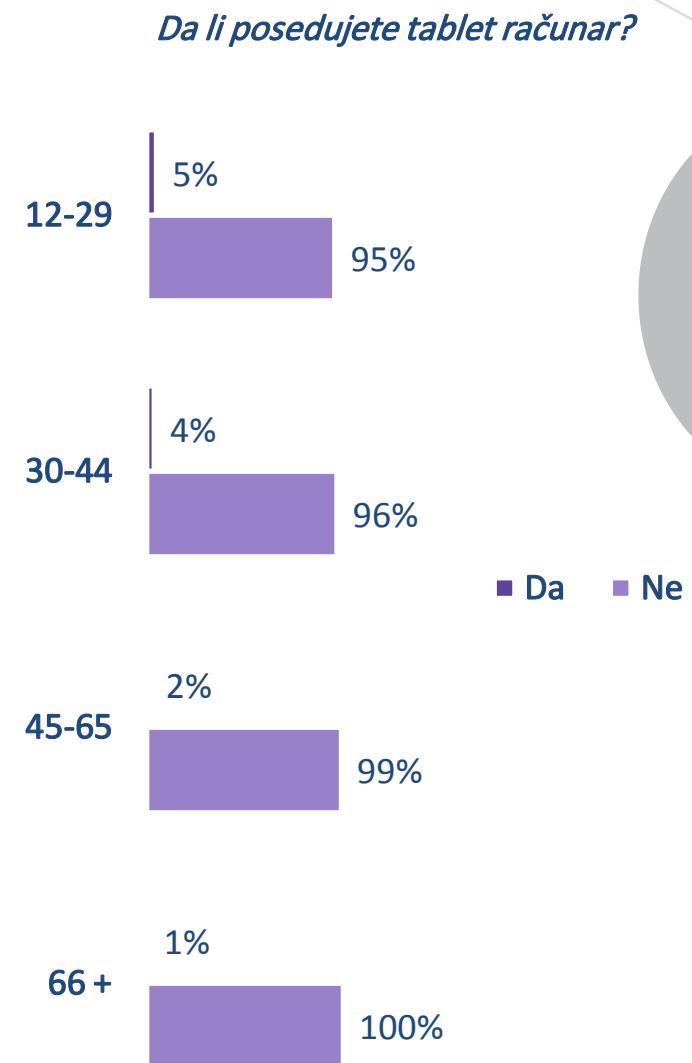
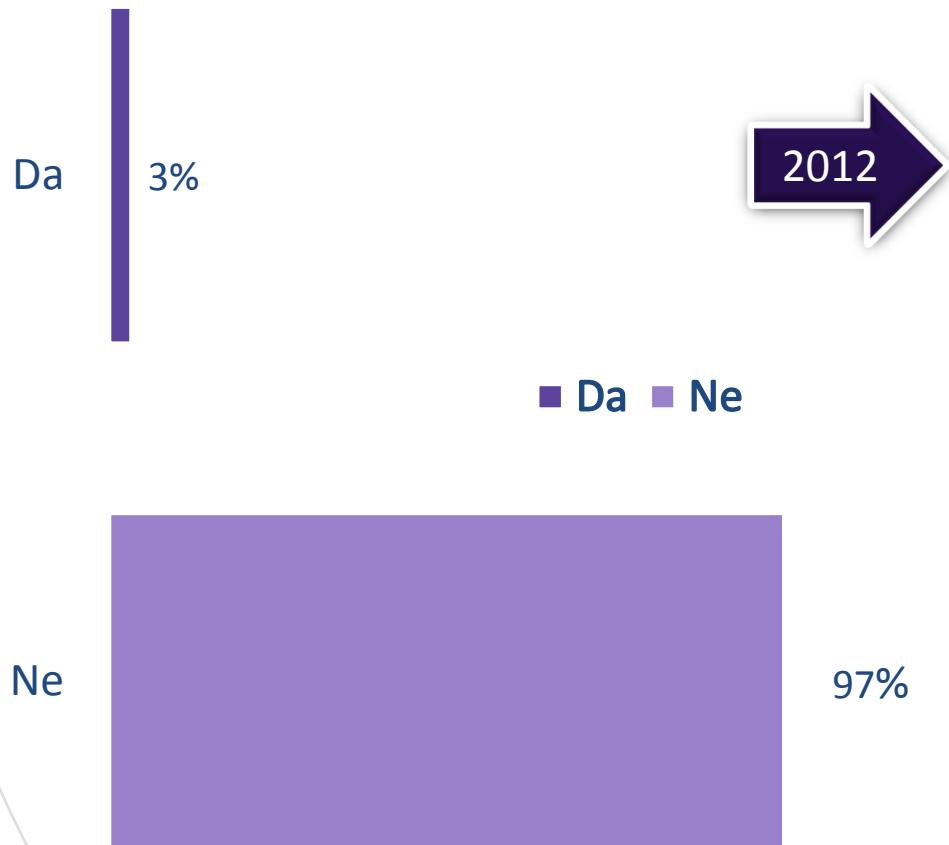
Da li imate Smart telefon?

■ % Da ■ % Ne

15% populacije poseduje Smart telefon



Baza: Oni koji poseduju mobilni telefon
(87% ciljne populacije) - 2012



Navike i životni stil – Mediji - FGD

Muzika

- Domaći rep posebno popularan kod učenika osnovnih i srednjih škola (Beogradski sindikat, Prti BG)
- Stariji (preko 18) imaju šarolik ukus („*sve živo, od svačeg pomalo*“), ali uglavnom preferiraju rok i pop (posebno stari domaći)
- Stariji Beerfest ili Exit

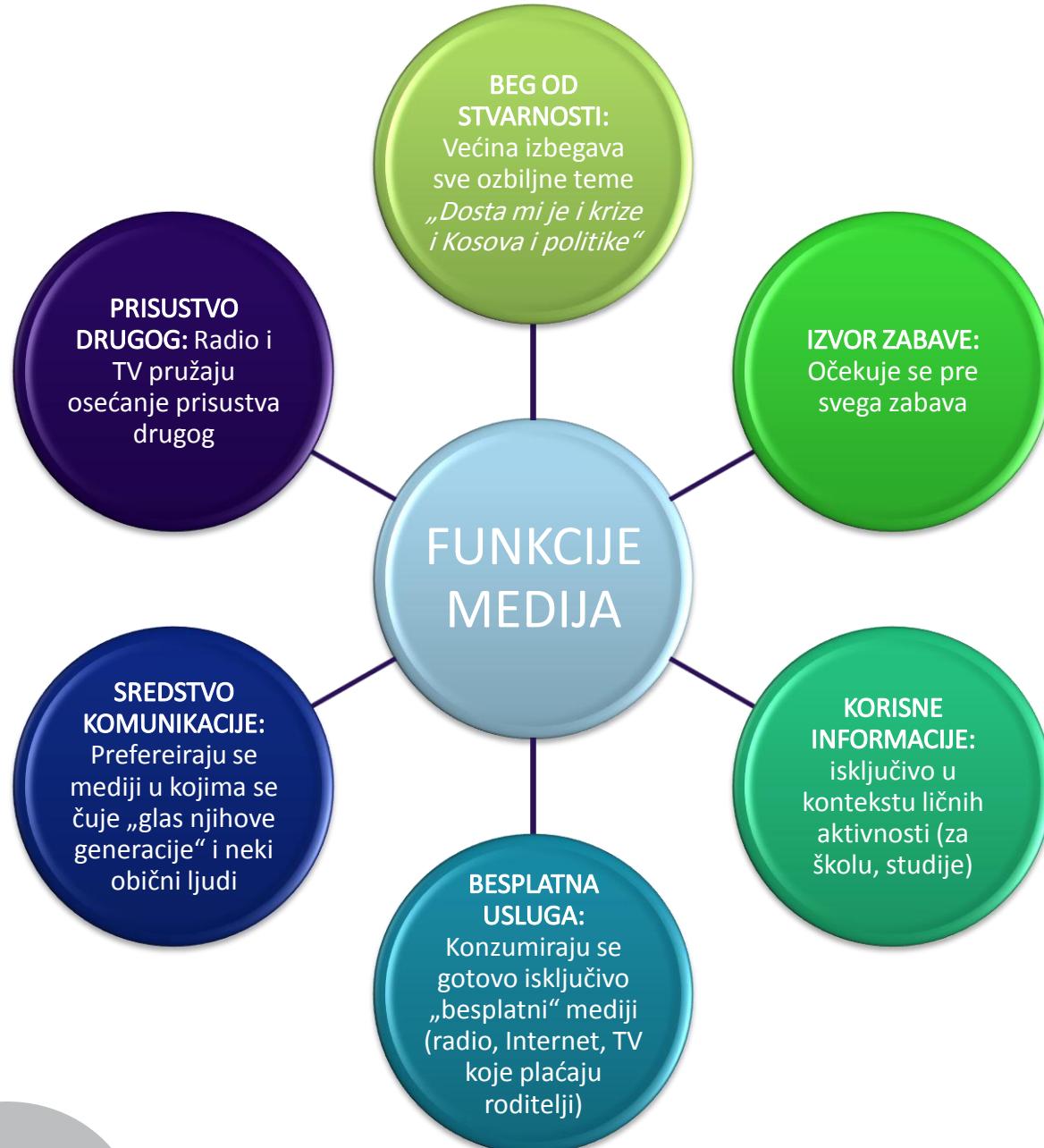
Filmovi

- Akutelni holivudski filmovi
- Komedije
- Horor
- Akcioni
- Retko drame
- Mladići izbegavaju ljubavne „ženske“ filmove
- Retko idu u bioskop, pozorište još ređe

Knjige

- Naučna fantastika
- Istorijski romani
- Bestseleri (1000 čudesnih sunaca, Lovac na zmajeve)
- Ozbiljni pisci (Hese, Dostojevski)
- Eventualno se čita lektira

Šta mladi traže od medija – ne traže vesti u ‘užem smislu’



Mediji koji gube na značaju kod mlađih: radio, TV, print

TV

- Sve ređe se gleda
- Ujutru za servisne informacije, uveče pred spavanje
- Uglavnom stihiski
- Ciljano: sport, Slagalica, Ivan Ivanovic, serije
- Sadržaj nije namenjen mlađima: nedovoljno muzike osim Granda, bave se poznatima a ne njima, mlađima, previse politike
- Sve manje značajan jer se preferirani sadržaj (serije i filmovi) skida sa Interneta

RADIO

- Učestala konzumacija
- Prvenstveno u pokretu: u prevozu, kolima, šetnji
- Ponekad preko Interneta, ali domaće stanice
- Prvenstveno se sluša zbog muzike (kada dosadi playlista)
- Prilagođeniji mlađima od TV-a jer je ŽIVOTNIJI: uključenja slušalaca, duhovitiji, opušteniji, nema striktnih pravila kao TV, nema toliko „ozbiljnih informacija“

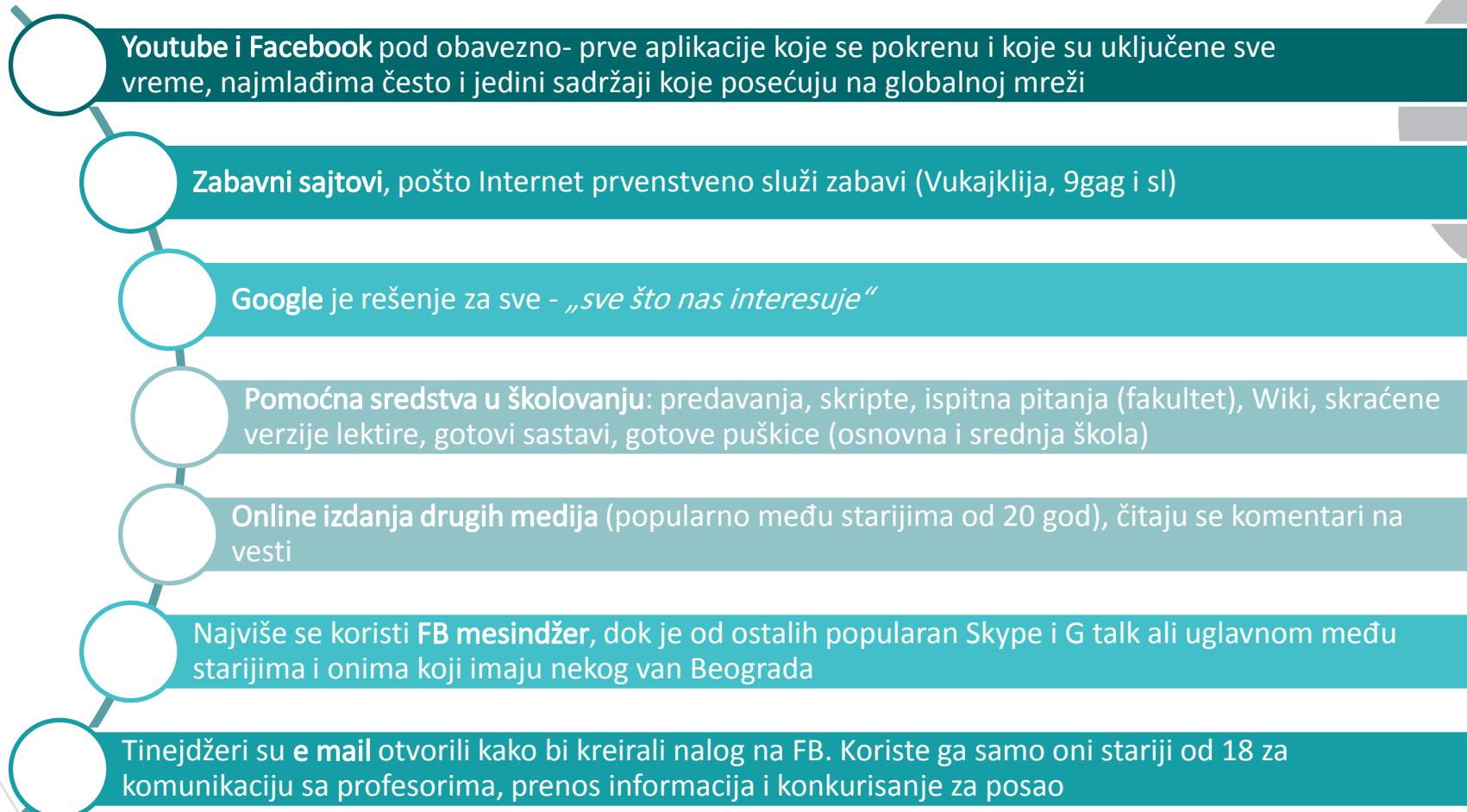
PRINT

- Najveće mane: nije besplatno niti dovoljno aktuelno (sve je na internetu)
- Dnevne novine se prelistavaju ukoliko ih kupe roditelji i to samo sport, zabava, horoskop, crna hronika, politika se preskače
- Čitaju se samo velika slova
- Stariji posećuju online izdanja
- Časopisi nisu prilagođeni mlađima: ili su za „klince“ ili za „odrasle“, prviše su skupi

Nove tehnologije - FGD

Za mlade: Internet = društvena mreža

- Upotreba računara se uglavnom izjednačava sa Internetom, izuzev kada su u pitanju igrice.
- Najčešće od **2 do 5 sati** dnevno provedu na Internetu i tom prilikom posećuje se...



I još...Online filmovi i serije ili skidaju se preko torrenta, Online igrice (Igrajmo se, Box10), Sajtovi sa popustima (veoma popularni među devojkama)

▪ Facebook je gotovo jedina socijalna mreža u upotrebi među mladima

- ⇒ Većina poseduje jedan „pravi profil“ i jedan ili više lažnih koji su u funkciji igranja igrica i praćenja aktivnosti osoba koje su blokirale pravi profil učesnika

Mlađi (učenici) su najaktivniji:

- ⇒ Veliki broj kontakta: imaju preko 500 prijatelja i većinu ih znaju iz škole
- ⇒ Često menjaju profil slike, kače statuse, aktivno lajkuju i prate lajkove na svojim postovima
- ⇒ Intenzivno chatuju
- ⇒ Igraju igrice
- ⇒ Svaki razred ima svoju grupu u kojoj razmenjuje informacije, osnovne škole imaju svoje „tračara stranice“ po uzoru na seriju Gossip girl

Stariji (preko 18 godina):

- ⇒ Manje prijatelja (uglavnom samo one koje poznaju, do 200)
- ⇒ Ređe upadate-uju svoj profil
- ⇒ Nisu sve vreme online na chatu i imaju posebne liste za osobe sa kojima žele da chatuju
- ⇒ Imaju grupe koje prate

Bez obzira na uzrast većina ima sistem prihvatanja poziva za prijateljstvo

Ukoliko su u pitanju nepoznate osobe prihvataju se one sa kojima imaju zajedničke prijatelje

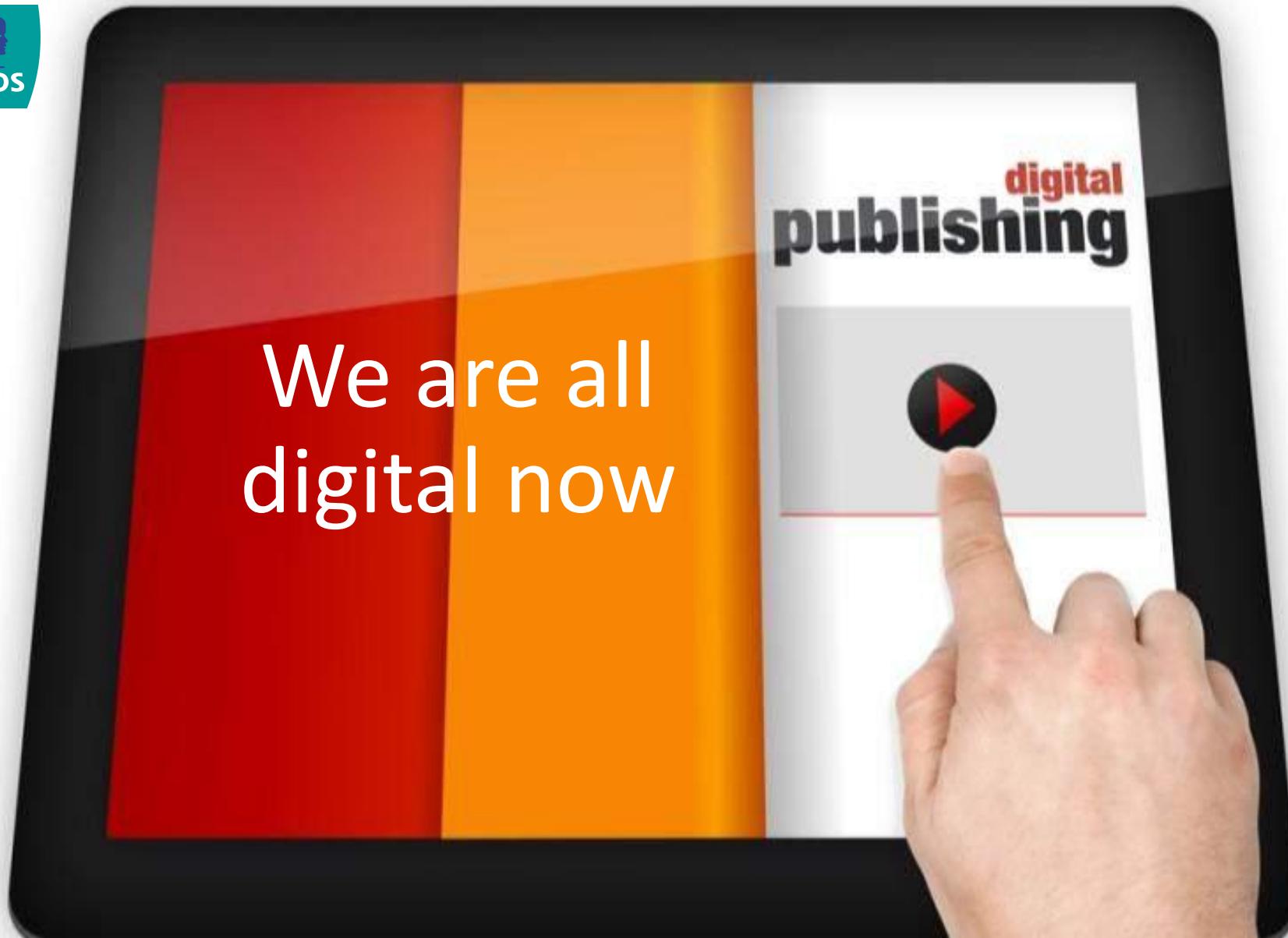
Čiji profili deluju uverljivo i

Koji su suprotnog pola i prijatne spoljašnosti

Retki kontakti sa nepoznatima, a veoma retka upoznavanja uživo

Mobilni telefon: medij broj 1 mlađe generacije

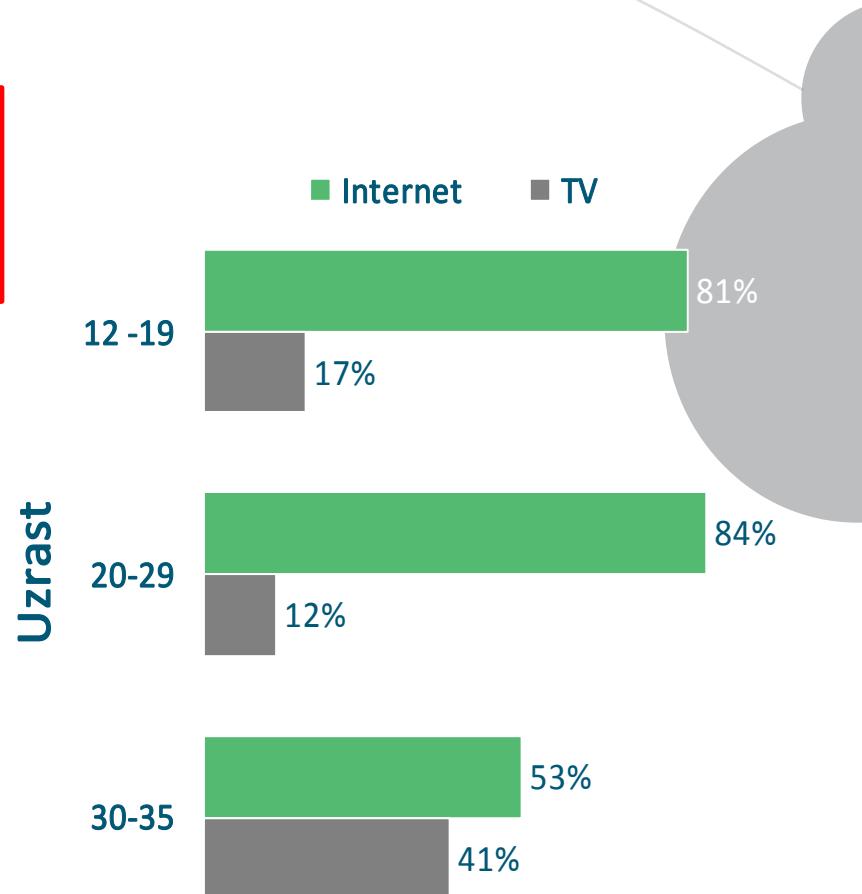
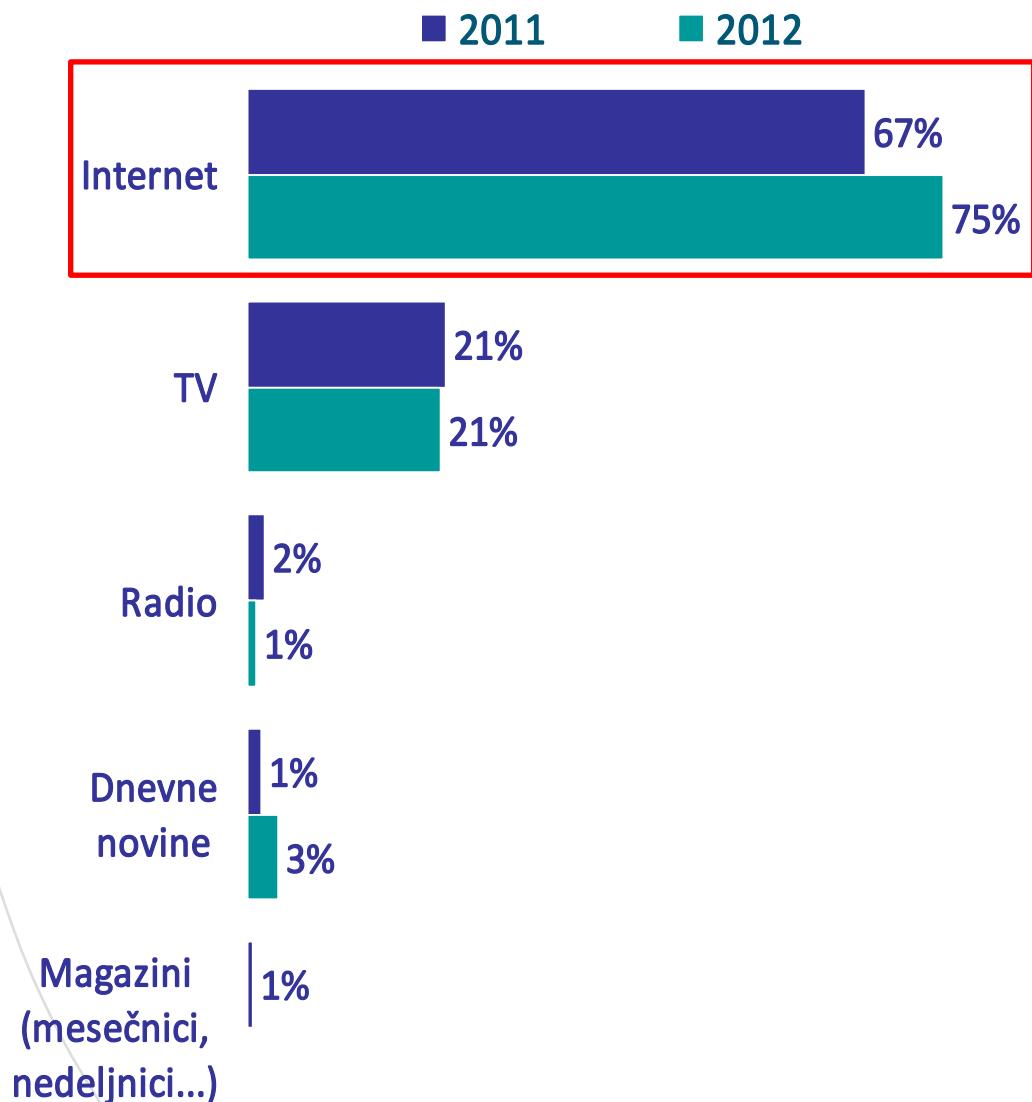
- Jedini medij za koji su absolutno svi rekli da ne mogu da zamisle svoj život bez njega
- **BUDNO STANJE = MOBILNI TELEFON U RUCI**
 - ⇒ Nikada se ne gasi (samo ton kada se mora) „*Pa kad bih bila nedostupna roditelji bi pomislili da sam umrla.*“
 - ⇒ Uvek je u ruci ili neposrednoj blizini, proverava se na svakih par minuta („*evo dok smo ovde ja sam krišom poslao dve poruke*“), čak i na času
 - ⇒ Koristi se i u toku interakcije licem u lice („*sedimo u kafiću, ali kuckamo za to vreme*“)
 - ⇒ Mlađi preferiraju SMS, stariji pozive
 - ⇒ U potpunosti je zamenio fiksni telefon
- **Sve češća upotreba Interneta preko mobilnog telefona**
 - ⇒ Besplatni wi-fi kad god postoji mogućnost, internet mobilnog operatera po potrebi
 - ⇒ U upotrebi i aplikacije za besplatan sms-ove (viber, chat), ali nije zamenilo sms jer nema dovoljan broj prijatelja smart telefone



We are all
digital now

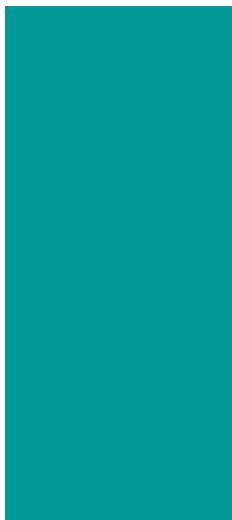
digital
publishing

Glavni izvor informacija

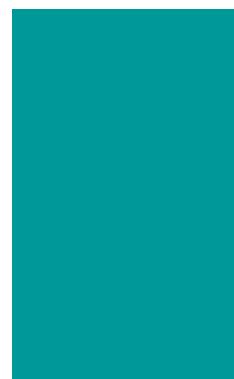


Upotreba medija – svaki dan

98%



71%



30%



23%



5%



Koristite Internet

Gledate TV

Slušate radio

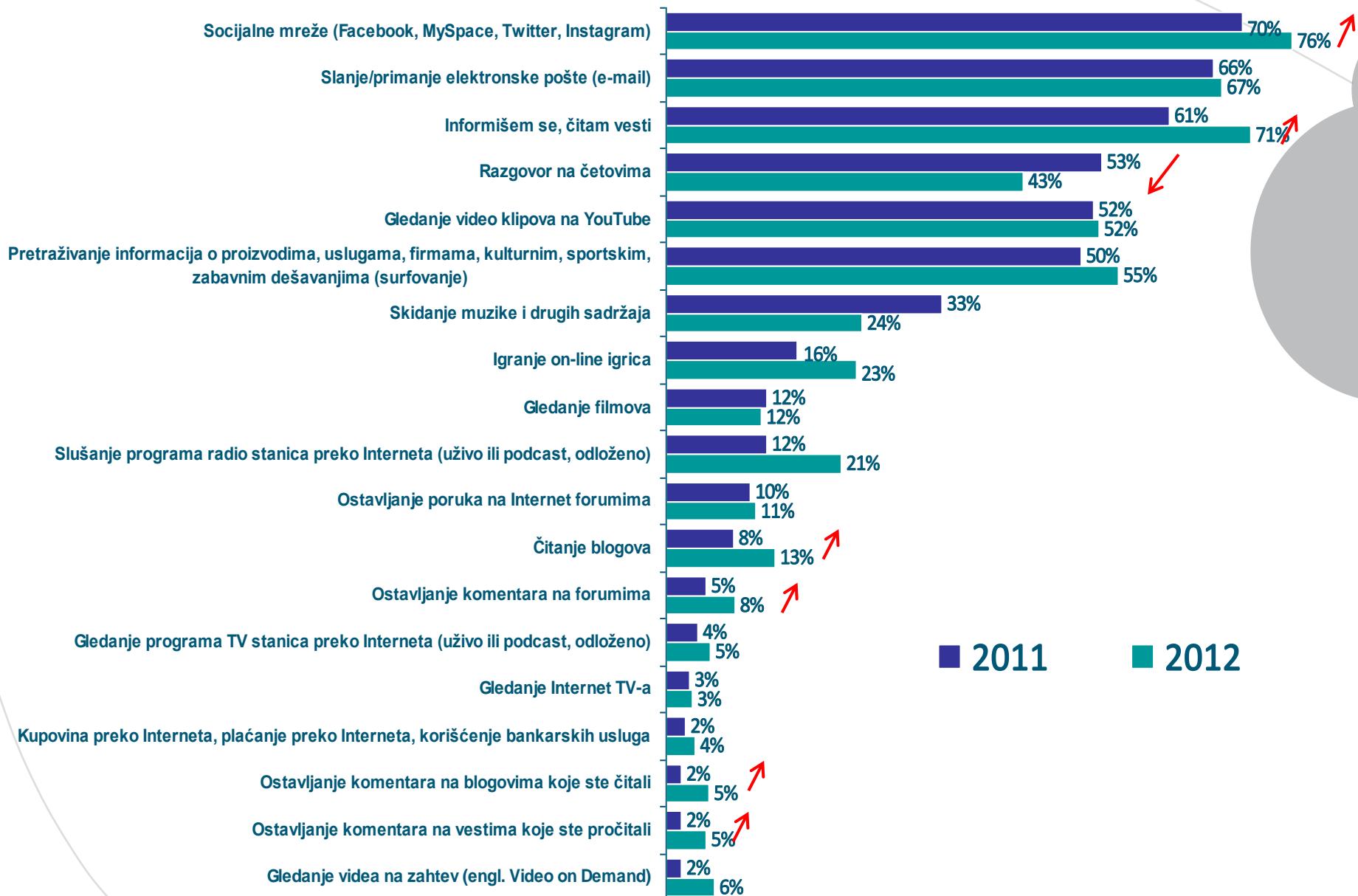
Čitate dnevne
novine - makar
prelistate

Čitate časopise -
makar prelistate

Baza: svi ispitanici

Koliko često koristite Internet, bez obzira na to da li ga koristite kod kuće, na poslu ili na nekom drugom mestu?

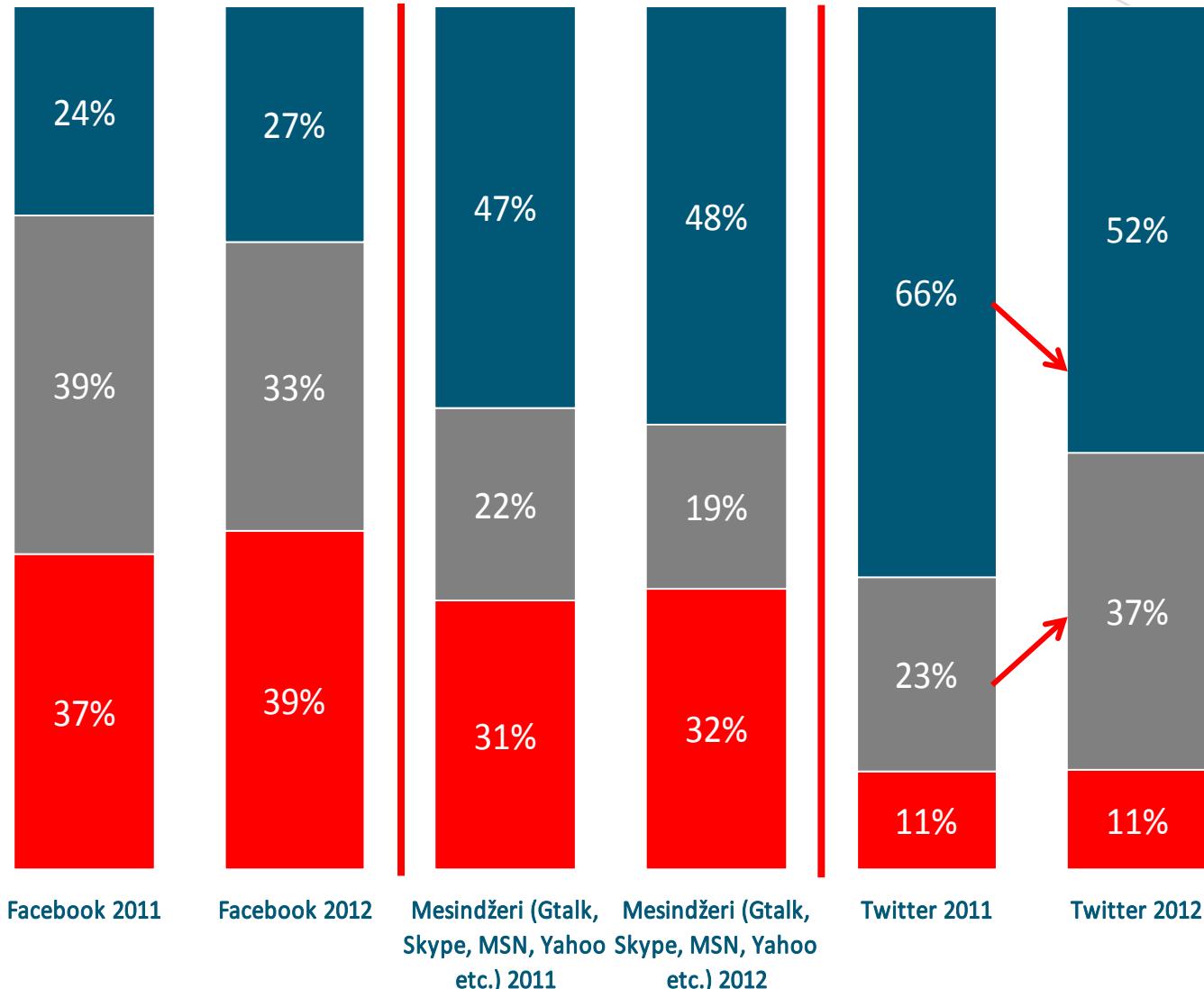
Navike korišćenja Interneta → Interaktivnost raste!!!



Baza: svi ispitanici
Koliko često koristite Internet za svaku od sledećih aktivnosti?

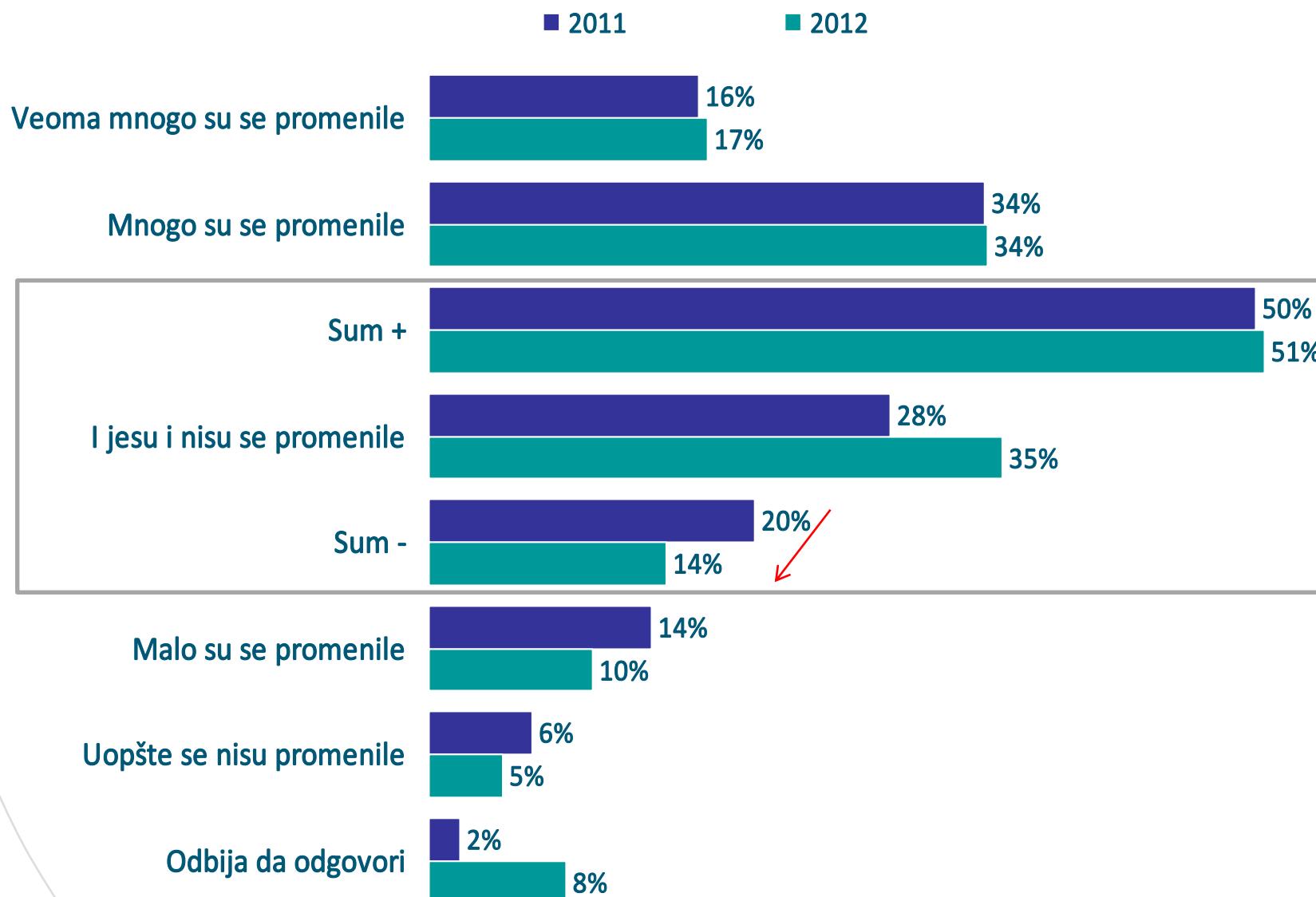
Način na koji koriste Facebook i IMs

- Uključujem ga (ulogujem se) samo po potrebi, kada hoću da saznam nešto ili stupim u kontakt sa nekom osobom
- Uključen je (ulogovan sam) samo ponekad, bez nekog posebnog pravila kada se to dešava
- Uključen je (ulogovan sam) sve vreme dok je i računar uključen



Baza: Oni koji koriste Facebook / Mesinzer / Twitter
Šta od sledećeg najbolje opisuje način na koji koristite Facebook, Internet messengers, MSN, Gtalk, Skype, Yahoo i Twitter?

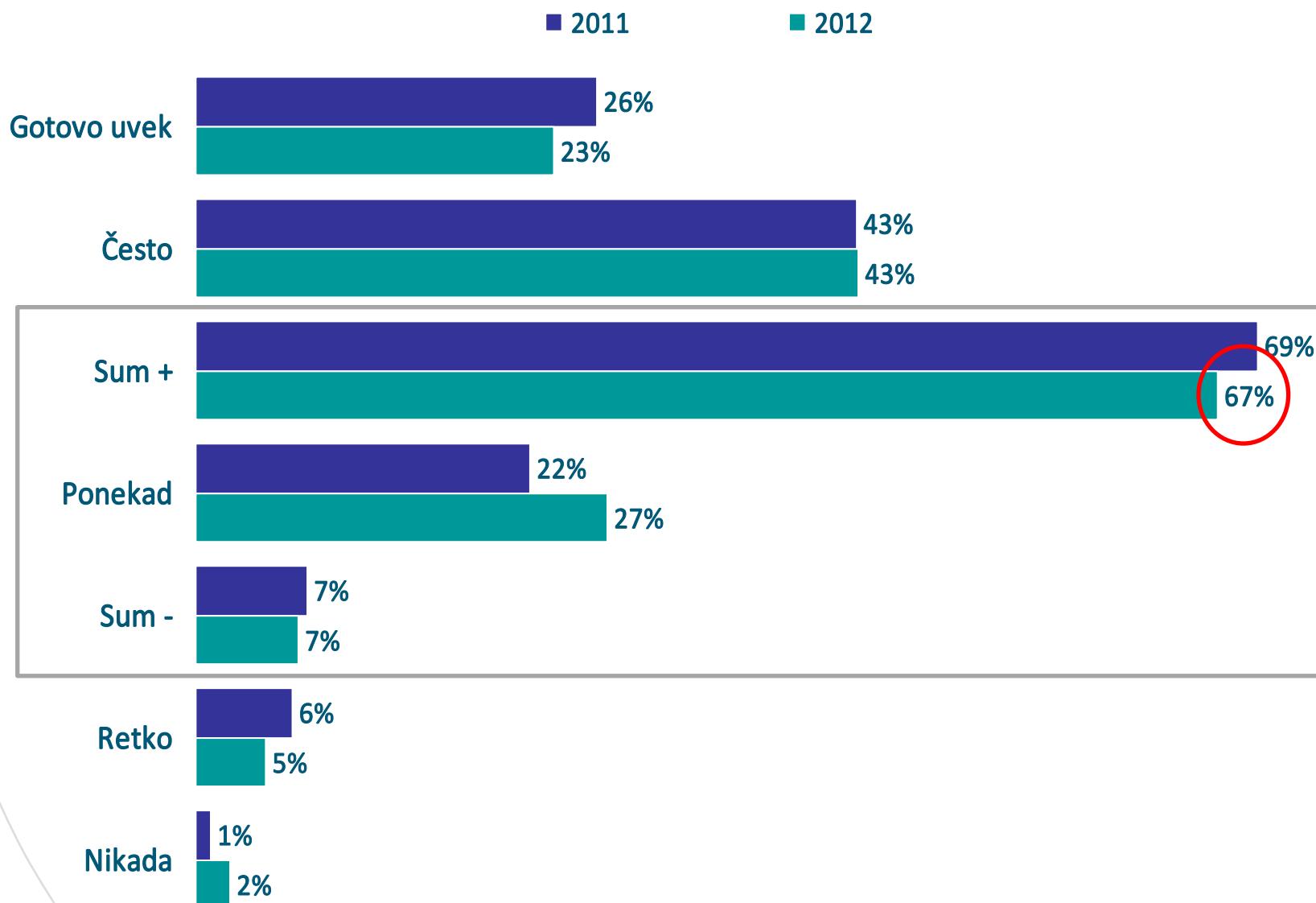
Da li su se Vaše životne navike promenile pod uticajem Interneta?



Baza: svi ispitanici

Kada razmislite o sopstvenim navikama korišćenja Interneta i načinu na koji Internet utiče na Vaš svakodnevni život, da li biste rekli da su se Vaše životne navike promenile pod uticajem Interneta...?

Ostajanje na Internetu duže nego što je planirano



Baza: svi ispitanici

Koliko često Vam se dešava da ostanete na Internetu duže nego što ste nameravali?

Šta su "novosti"?



- Mlađi ljudi su više zainteresovani za zabavu, a stariji za politiku, ekonomiju i servisne informacije
- Muškarce više zanimaju sport i unutrašnja politika, a žene turizam, kultura i dnevna dešavanja

Baza: svi ispitanici

Kada želite da se informišete o aktuelnim događajima putem Interneta, iz kojih sve oblasti tražite vesti i informacije?

Različiti načini informisanja preko Interneta

■ Svaki dan
■ Nekoliko puta mesečno

■ 4–6 puta nedeljno
■ Jednom mesečno i ređe

■ 2–3 puta nedeljno
■ Nikada

■ Jednom nedeljno

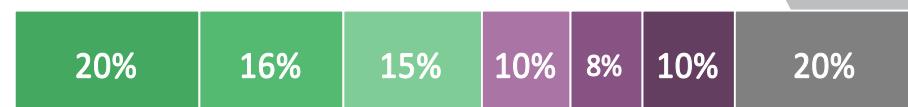
Sami odlazite na Internet stranice koje objavljaju vesti



Kliknete na link ka vestima koji neki Vaš prijatelj postavi na Facebook



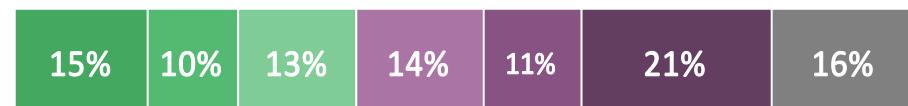
Kliknete na link ka vestima koji postavi neka medijska kuća koju pratite na Facebook-u



Kliknete na link koji Vam neka osoba pošalje preko chat-a



Kliknete na link koji Vam neka osoba pošalje preko e-maila



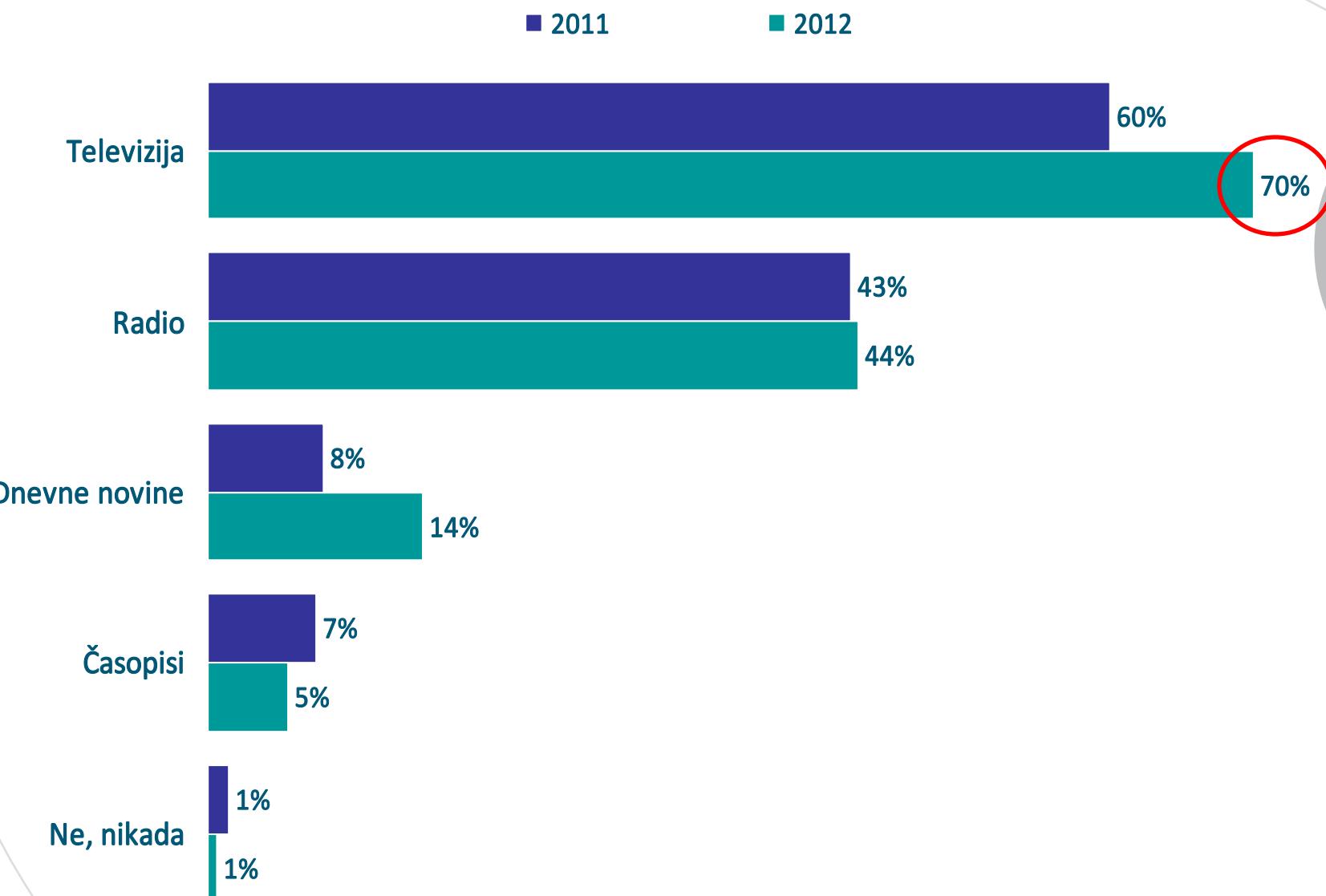
Kliknete na link ka vestima koji neka osoba koju pratite postavi na Twitter



Kliknete na link ka vestima koji postavi neka medijska kuća koju pratite na Twitteru



Upotreba drugih medija uz upotrebu Interneta

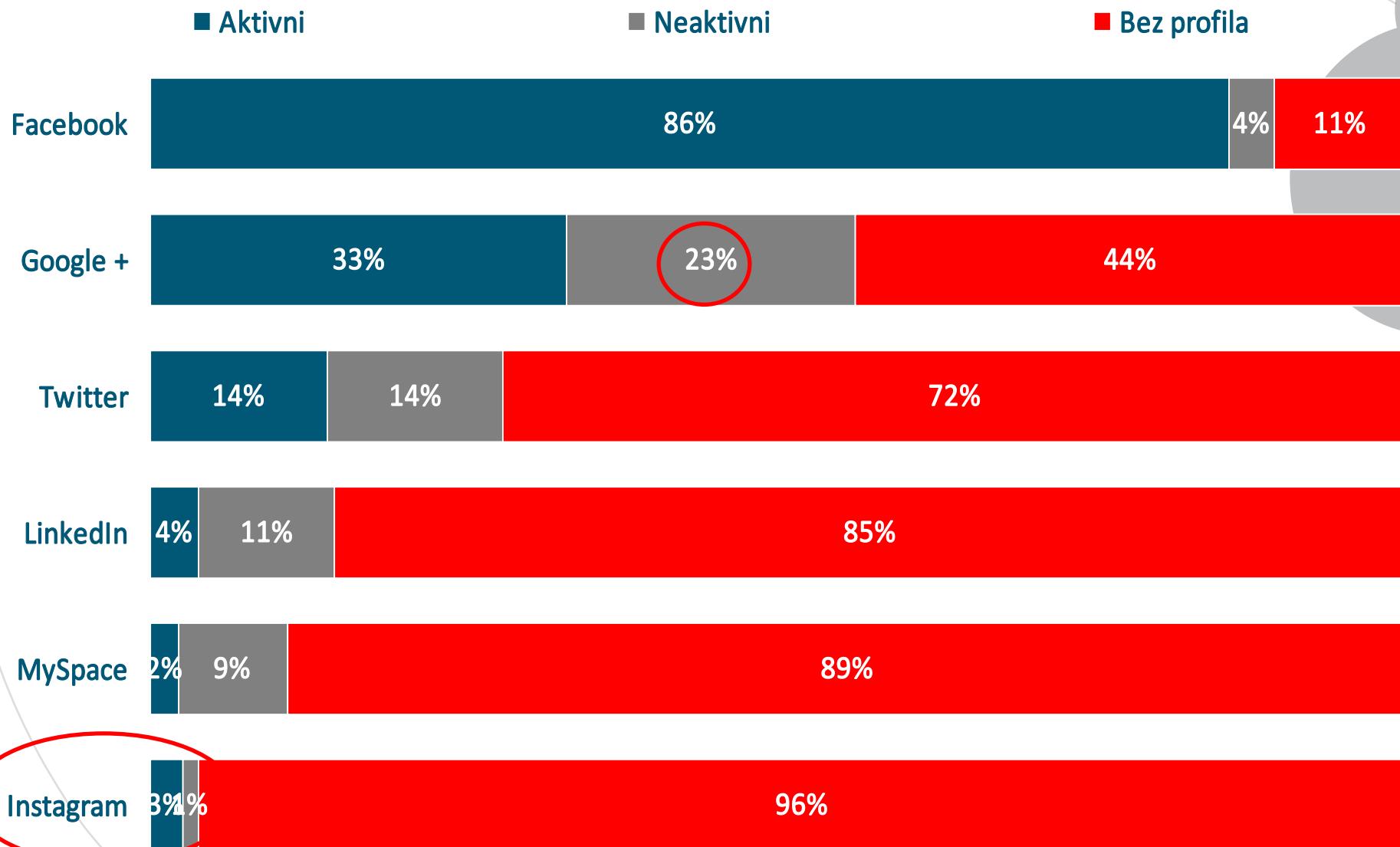


Baza: ispitanici, višestruki odgovori

Da li Vam se dešava da u isto vreme dok koristite Internet, konzumirate neki drugi medij?

Koji medij najčešće konzumirate dok ste na Internetu?

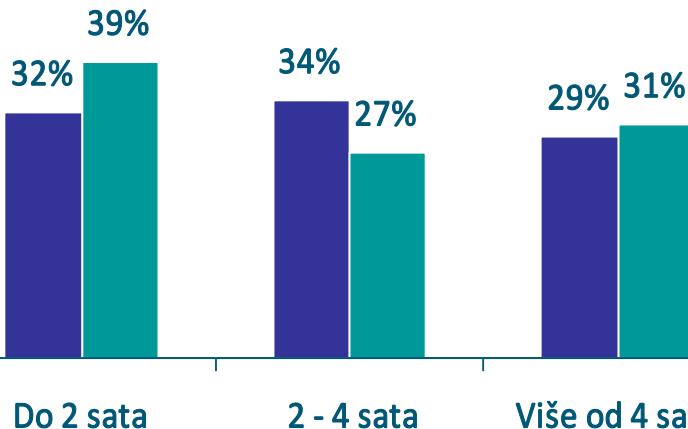
Profili na društvenim mrežama i aktivnost



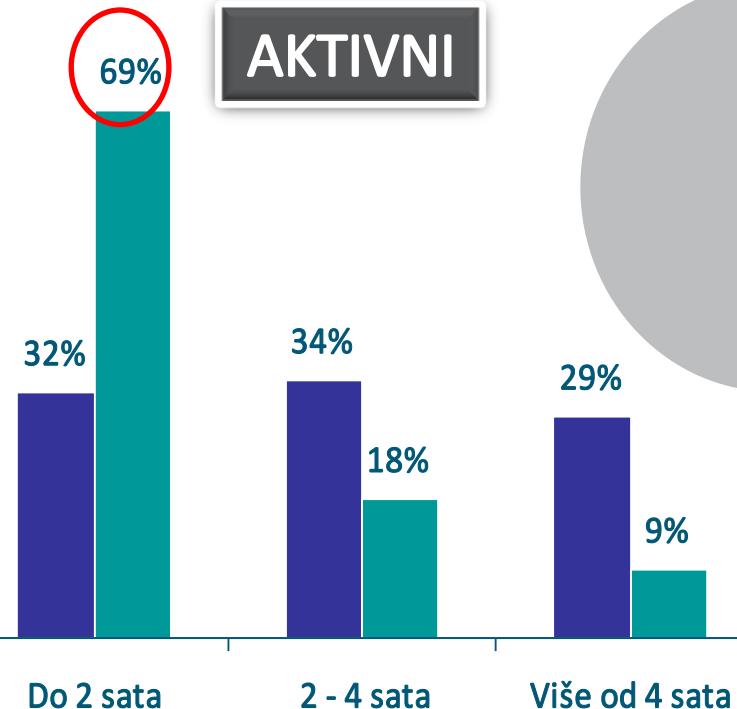
Koliko ste vremena dnevno ulogovani na Facebook-u?

■ 2011 ■ 2012

ULOGOVANI



AKTIVNI



2011.: Prosек: 218 minuta

2012.: Prosек: 251 minuta

2011.: Prosек: 125 minuta

2012.: Prosек: 109 minuta

Broj Facebook prijatelja...

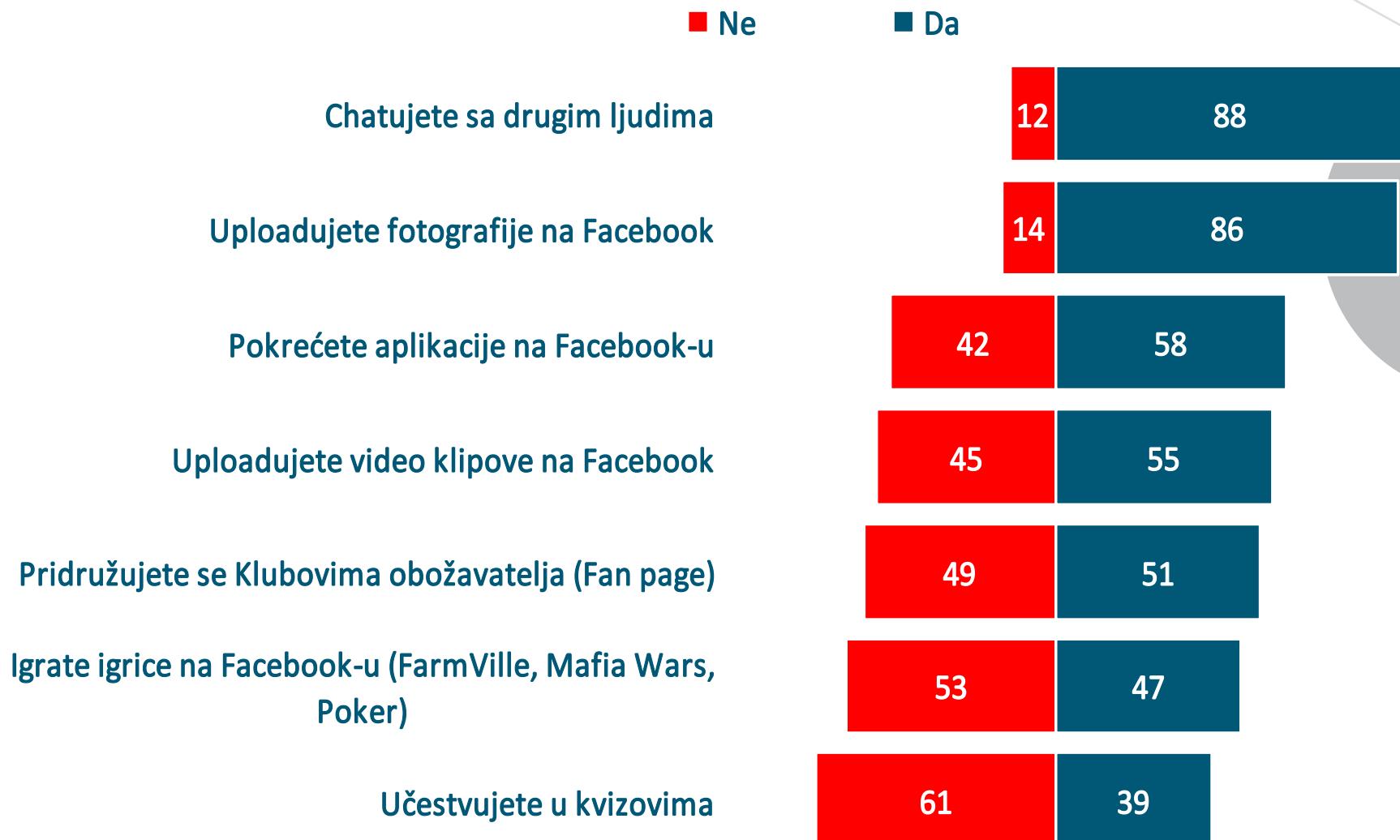
■ 2011 ■ 2012



- Život mladih na socijalnim mrežama je veoma intenzivan
- Oni provode oko 4 sata dnevno ulogovani na Facebook-u, dok su aktivni skoro 2 sata. Vreme tokom kojeg su aktivni je kraće nego 2011. godine
- U proseku, ljudi imaju oko 400 FB prijatelja, dok intenzivno komuniciraju sa 30-ak njih (oko 8%)
- Broj FB prijatelja je u visokoj negativnoj korelaciji sa uzrastom – mlađi imaju više prijatelja od starijih
- Mlađi ljudi intenzivno komuniciraju sa više ljudi u poređenju sa starijima
- Mlađi češće prihvataju za prijatelje ljudе koje nisu sreli nikada ranije

Baza: Oni koji koriste Facebook profil (89% svih Internet korisnika)
Koliko Facebook prijatelja...

Aktivnosti na Facebook-u

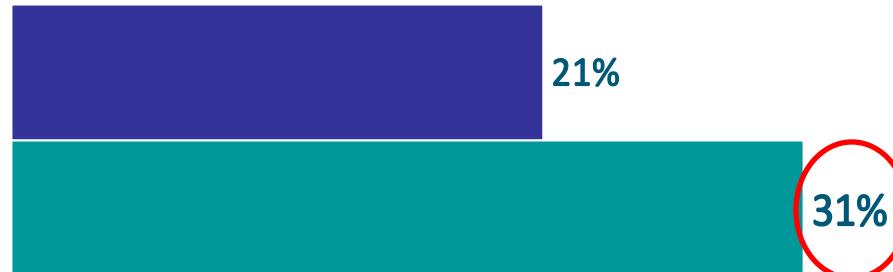


Baza: Oni koji imaju profil na Facebook-u (89% svih Internet korisnika)
Šta sve od sledećeg radite na Facebook-u?

Upotreba Twitter-a – učestalost i intenzitet

■ 2011 ■ 2012

Češće i intenzivnije danas



Jednako često i
intenzivno



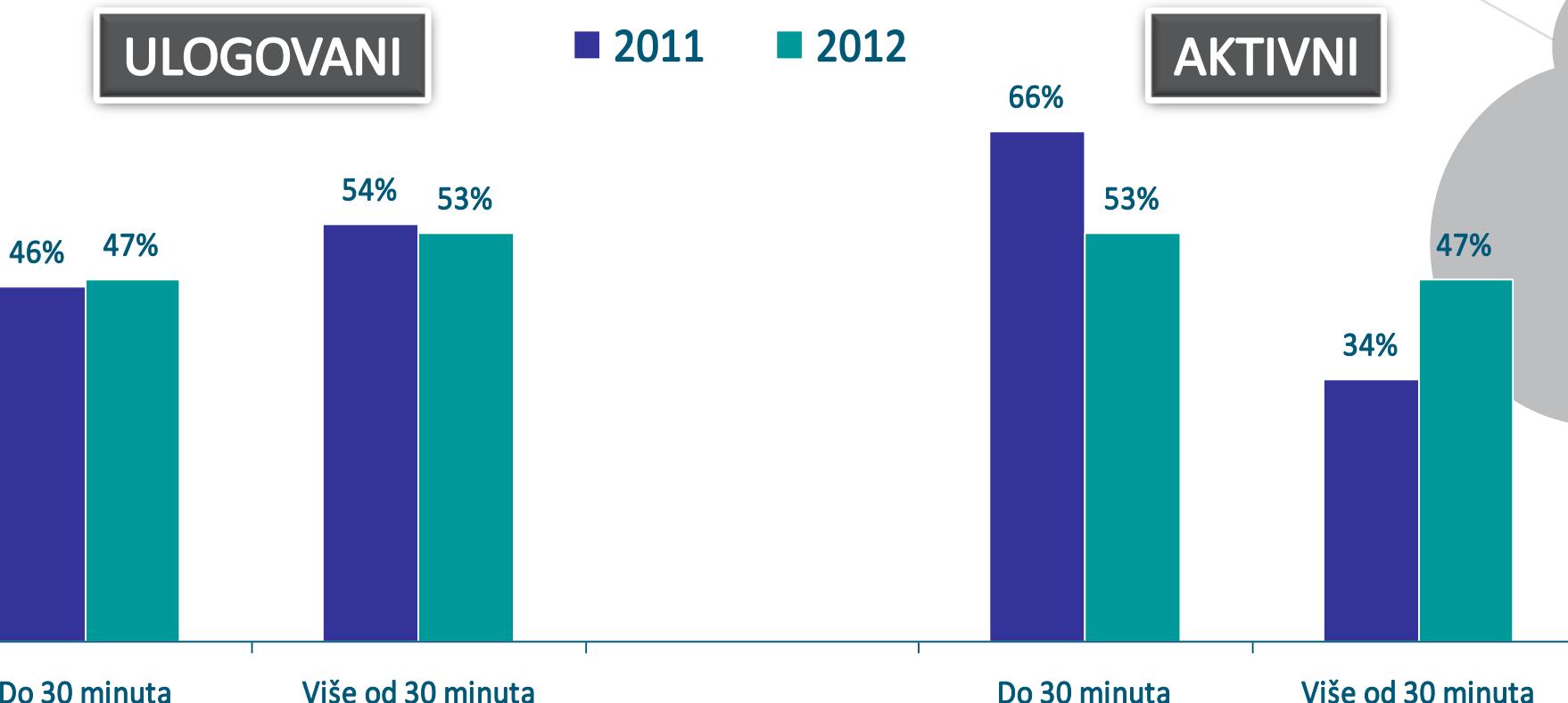
Pre godinu dana sam
češće i intenzivnije
koristio/la Twitter nego
što to činim danas



Baza: Oni koji imaju profil na Twitter-u (28% svih Internet korisnika)

Da li biste rekli da sada intenzivnije i češće koristite Twitter nego pre godinu dana ?

Koliko vremena dnevno provodite na Twitter-u?



2011.: Prosek: 89 minuta

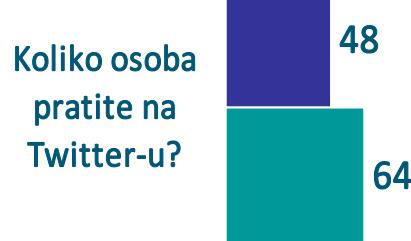
2012.: Prosek: 90 minuta

2011.: Prosek: 29 minuta

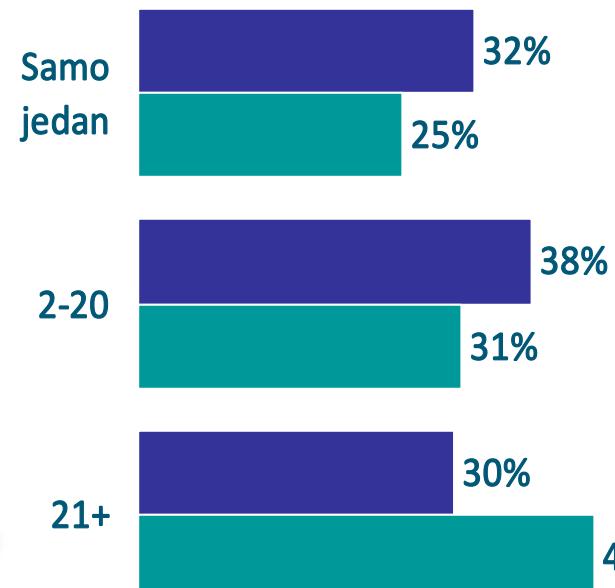
2012.: Prosek: 45 minuta

Aktivitet na Twitter-u

■ 2011 ■ 2012



■ 2011 ■ 2012

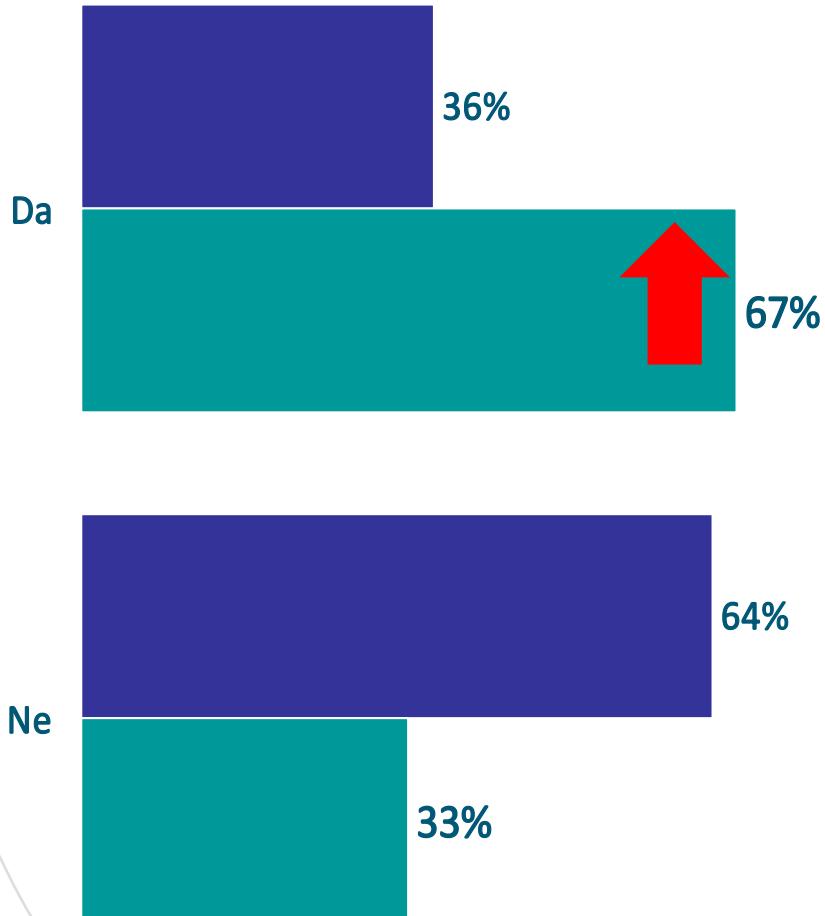


Baza: Oni koji imaju profil na Twitter-u (28% svih Internet korisnika)
U proseku, koliko vremena dnevno ste... na Twitter-u?

Praćenje poznatih osoba na Twitter-u

■ 2011

■ 2012

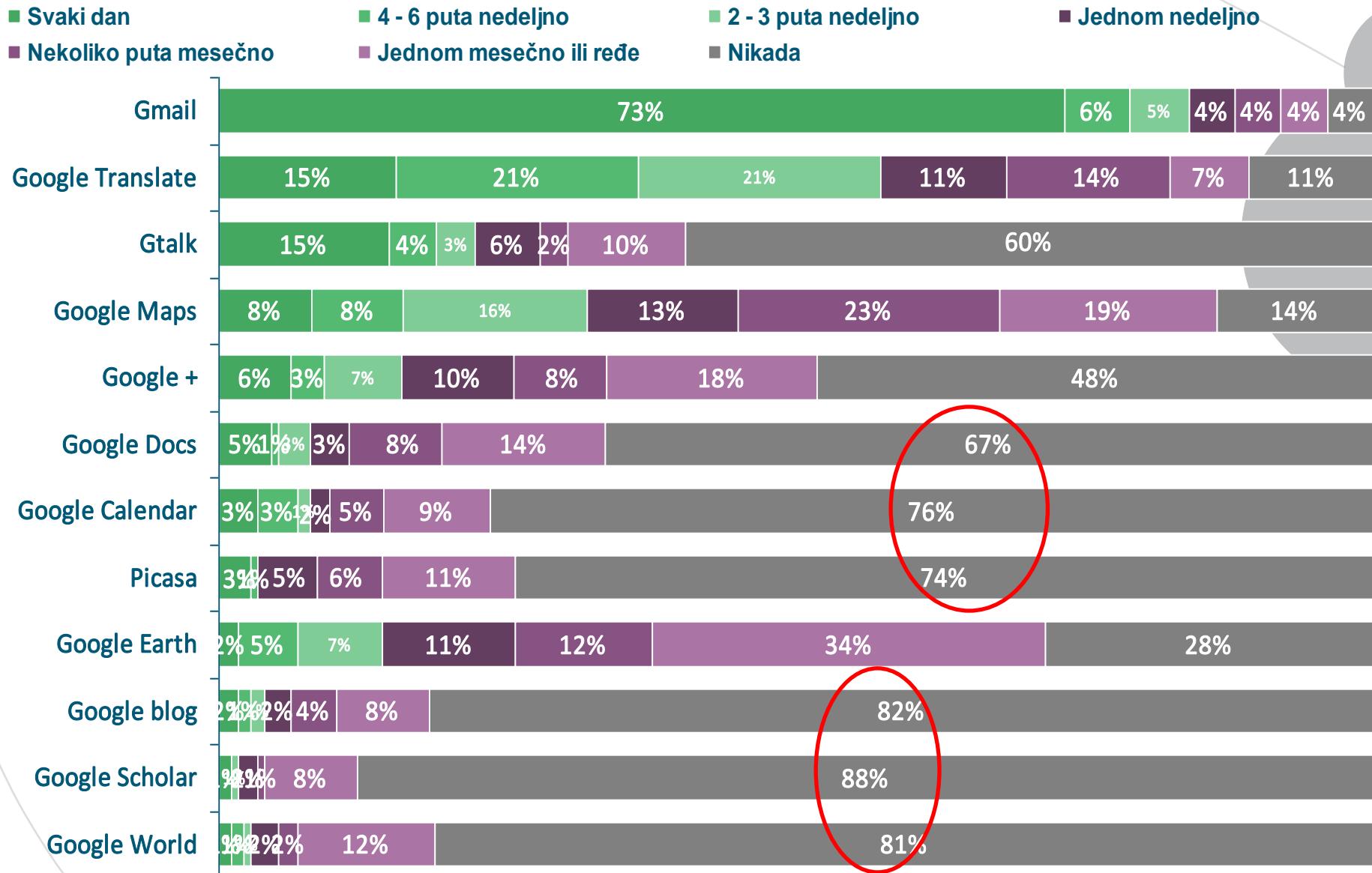


Koje poznate osobe pratite na Twitter-u?



Baza: Oni koji imaju profil na Twitter-u (28% svih Internet korisnika)
Koje poznate osobe pratite na Twitter-u?

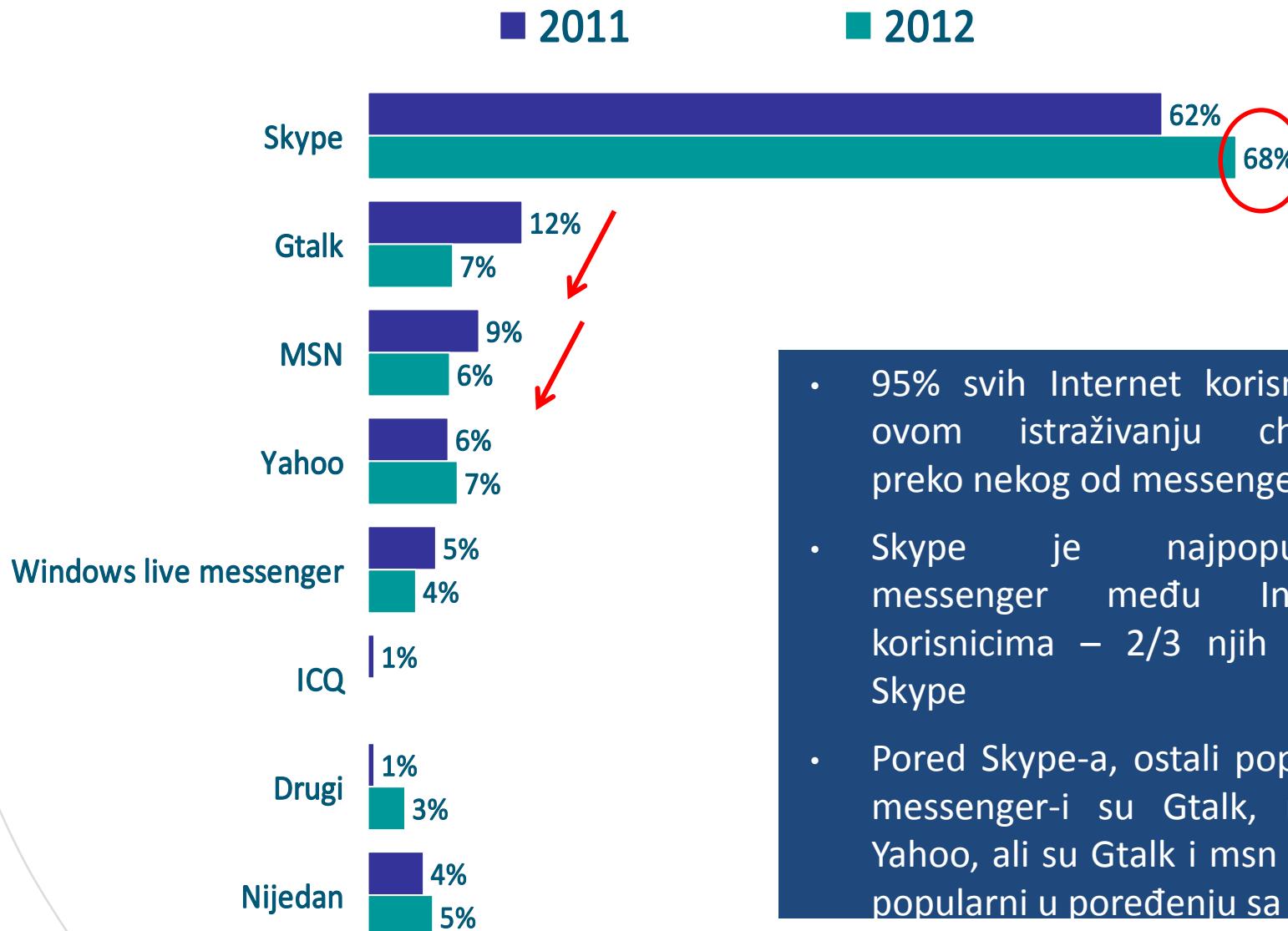
Mogućnosti koje pruža Google - upotreba



Baza: Oni koji imaju nalog na Google-u (67% svih Internet korisnika)

Koliko često koristite sledeće mogućnosti koje Google pruža?

Upotreba messenger-a – najčešće



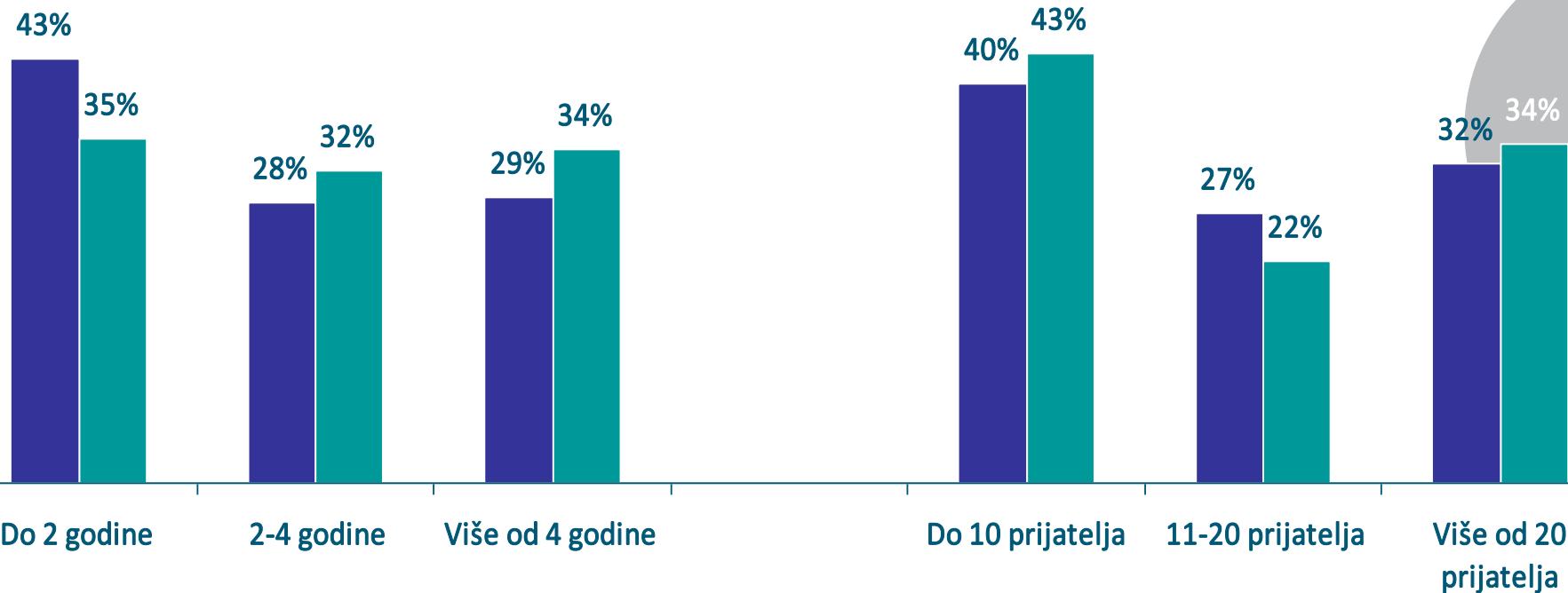
■ 2012

- 95% svih Internet korisnika u ovom istraživanju chat-uje preko nekog od messenger-a
- Skype je najpopularniji messenger među Internet korisnicima – 2/3 njih koristi Skype
- Pored Skype-a, ostali popularni messenger-i su Gtalk, msn i Yahoo, ali su Gtalk i msn manje popularni u poređenju sa 2011

Koliko dugo... ?

Koliko prijatelja imate na messenger-u...

■ 2011 ■ 2012



2011.: Prosek: 37 meseci

2012.: Prosek: 43 meseca

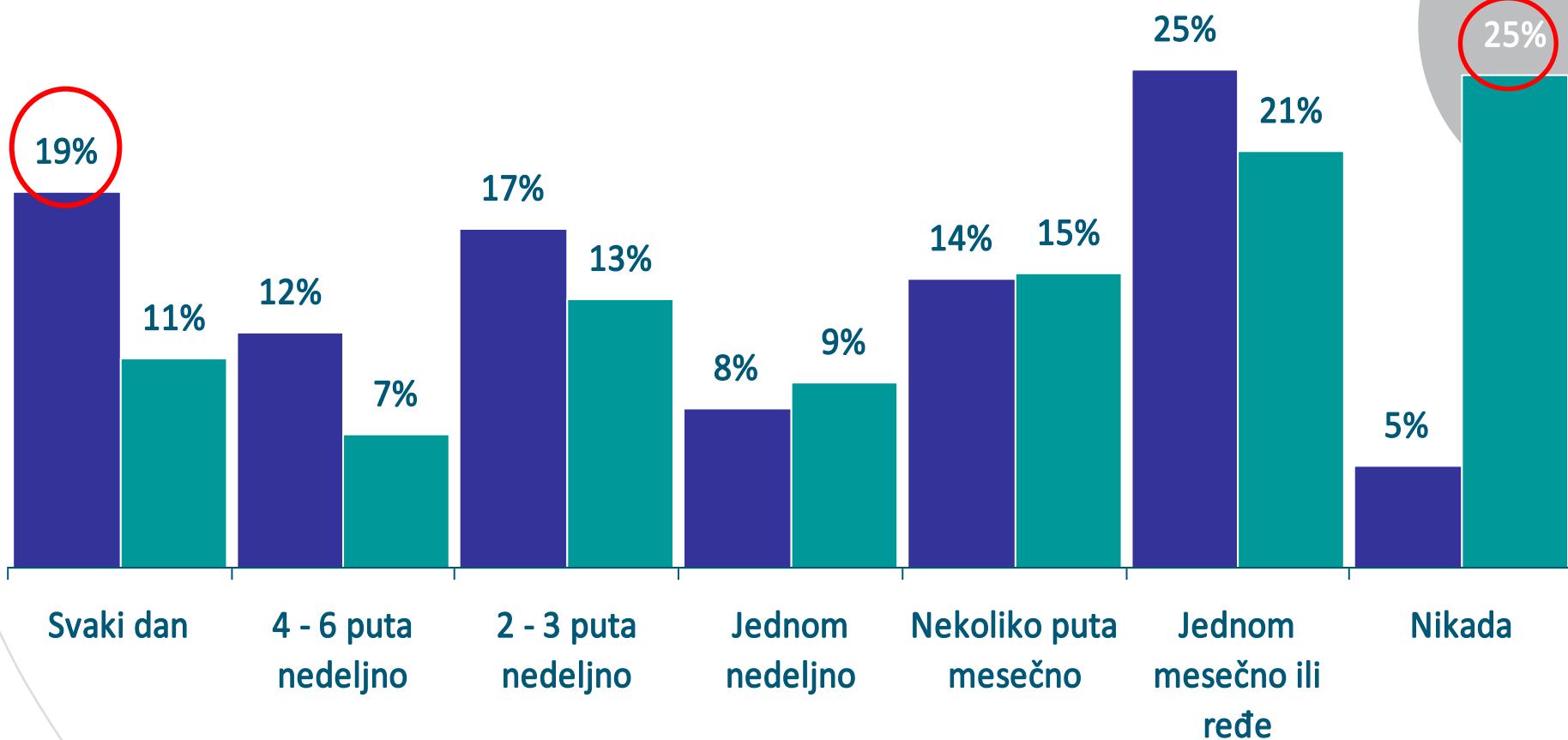
2011.: Prosek: 25 prijatelja

2012.: Prosek: 28 prijatelja

Chat ili poziv/video poziv prema nekom drugom korisniku messenger-a

■ 2012. Chat

■ 2012. Pozivi ili video pozivi

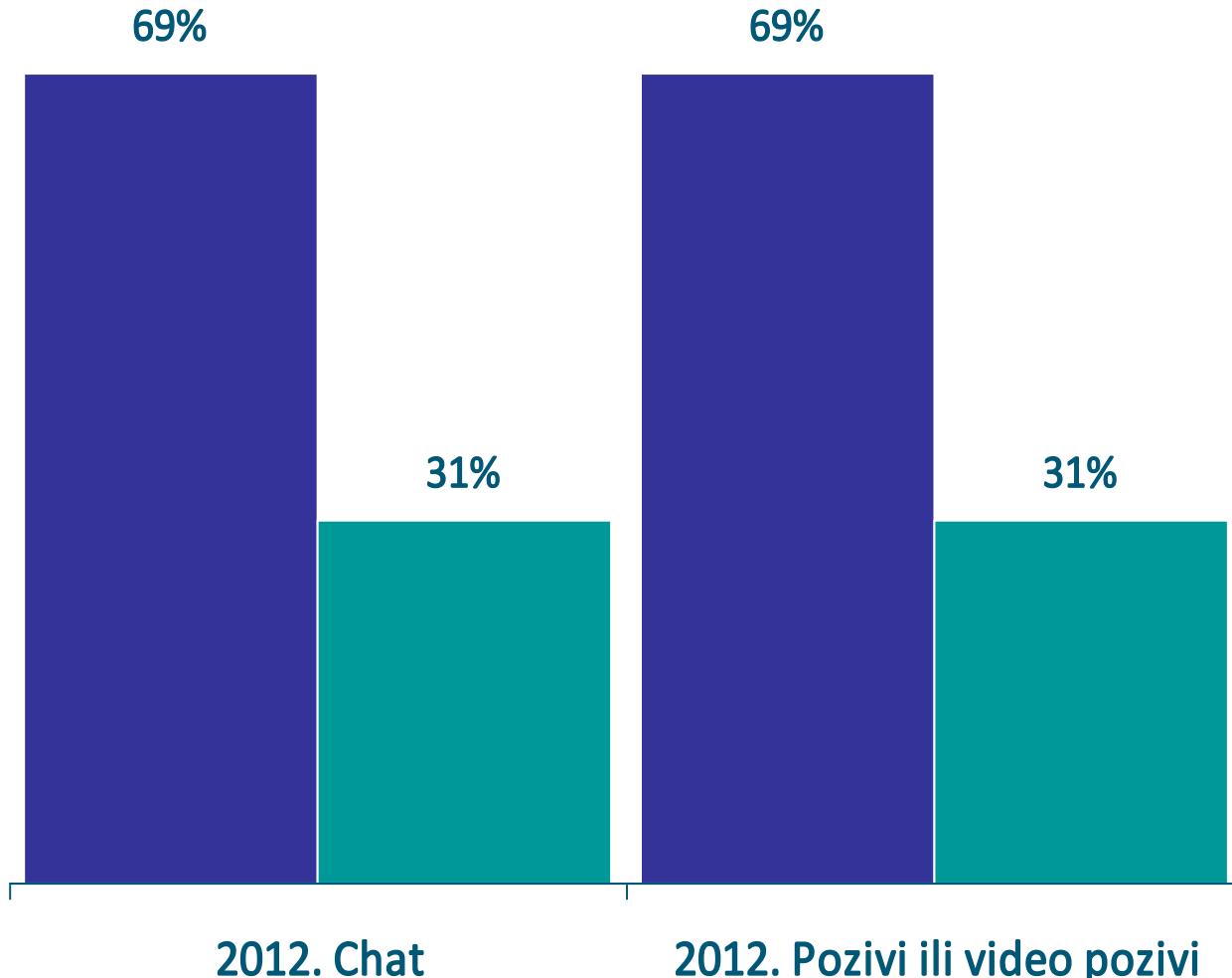


Baza: oni koji koriste bilo koji messenger (96% svih Internet korisnika)

Koliko često chat-ujete preko messenger-a? Koliko često obaljivate pozive ili video pozive prema nekom drugom korisniku messenger-a?

Sa kim najčešće chatujete ili se čujete/vidite preko messenger-a?

- Sa rođinom, prijateljima ili drugovima koji ne žive u mom gradu
- Sa ljudima sa kojima se relativno često viđam



Baza: oni koji koriste bilo koji messenger (96% svih Internet korisnika)

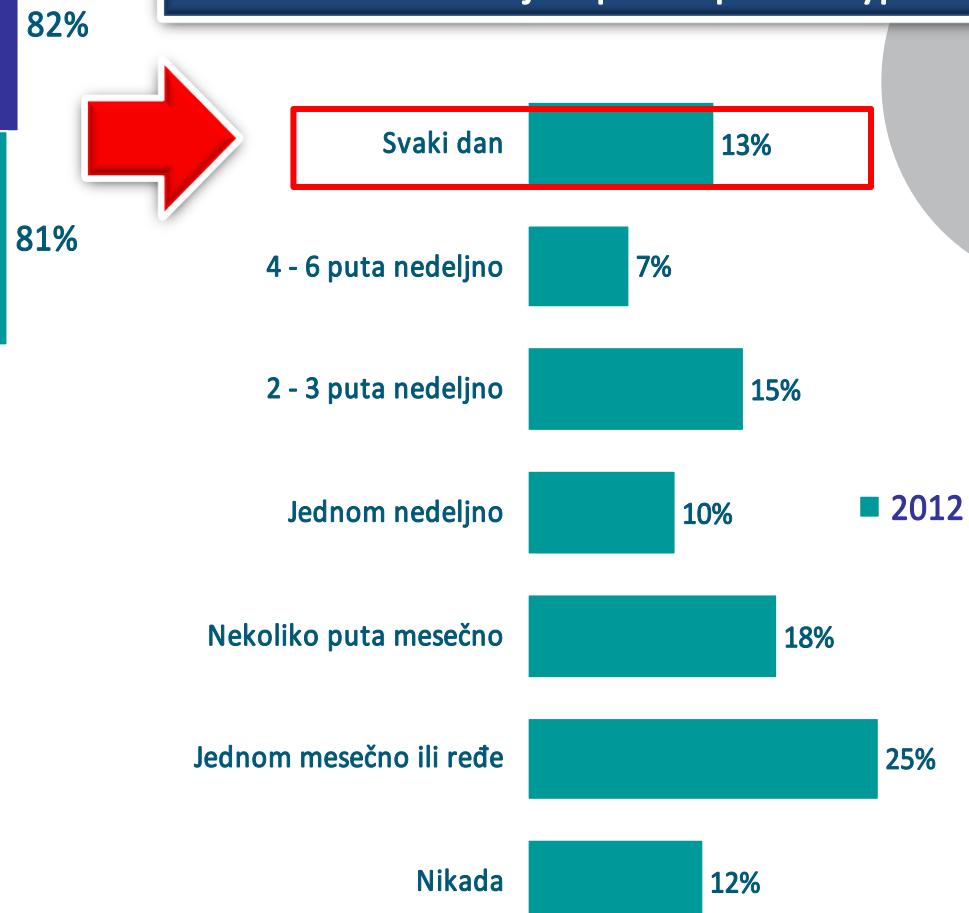
Sa kim najčešće chatujete ili se čujete/vidite preko messenger-a?

Nalog na Skype-u – posedovanje i učestalost poziva preko Skype-a

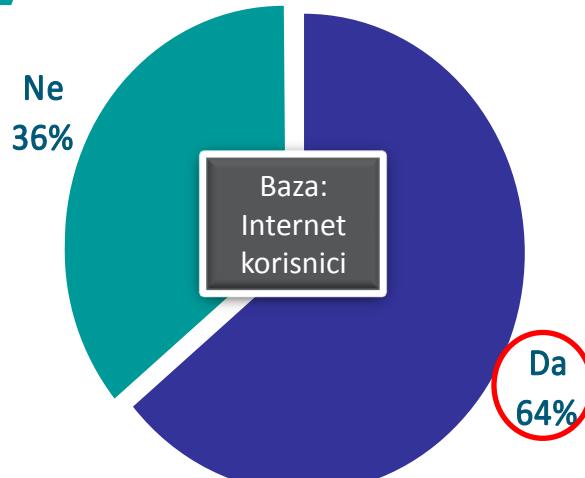
■ 2011 ■ 2012



Koliko često obavljate pozive preko Skype-a?



Upotreba Youtube-a



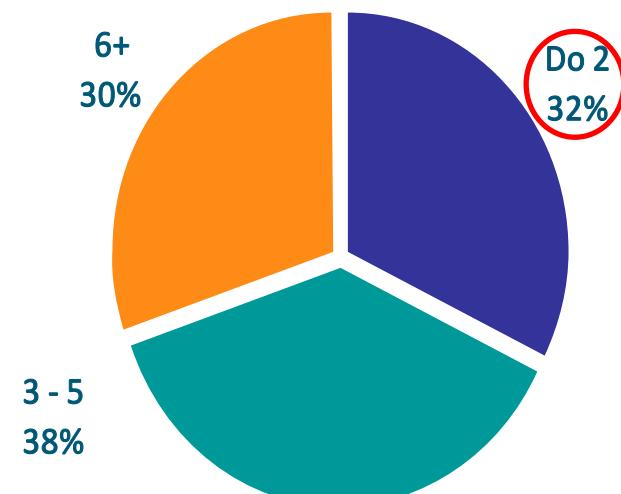
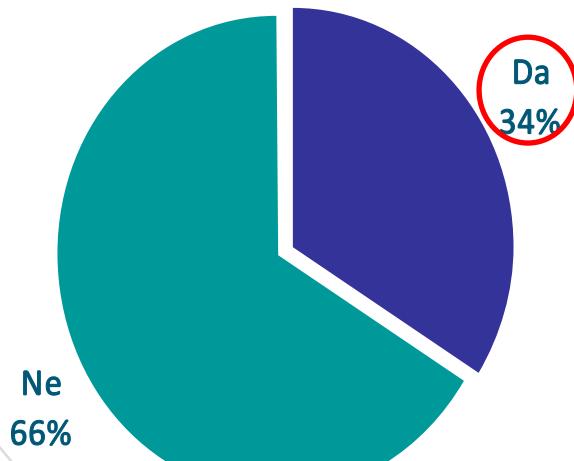
Da li imate kreirane sopstvene
playliste na YouTube-u?

Baza: Internet korisnici koji imaju YouTube (64% ciljne populacije)

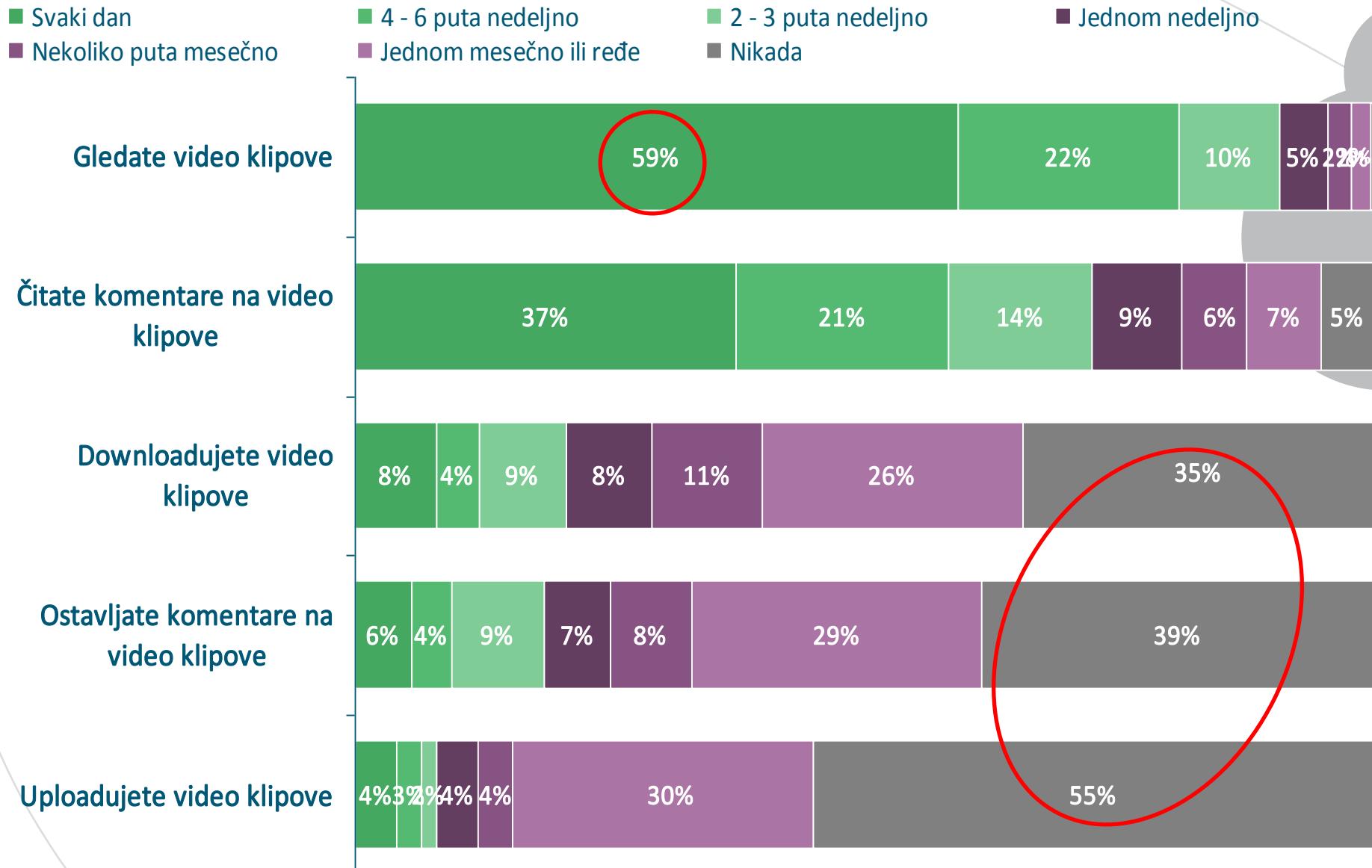
- 2/3 svih Internet korisnika posećuje YouTube.
- 1/3 posetilaca YouTube-a ima kreirane sopstvene liste
- 60% posetilaca YT gleda video klipove, dok skoro 40% njih čita komentare
- Više od polovine posetilaca YT nikada nije uploadovalo video na YT, a skoro 40% njih nije nikada ostavilo komentar
- Najčešće se gledaju muzički klipovi i smešni klipovi

Koliko kreiranih svojih playlista
imate na YouTube-u?

Baza: Internet korisnici koji imaju playliste na YouTube-u (34% ciljne populacije)

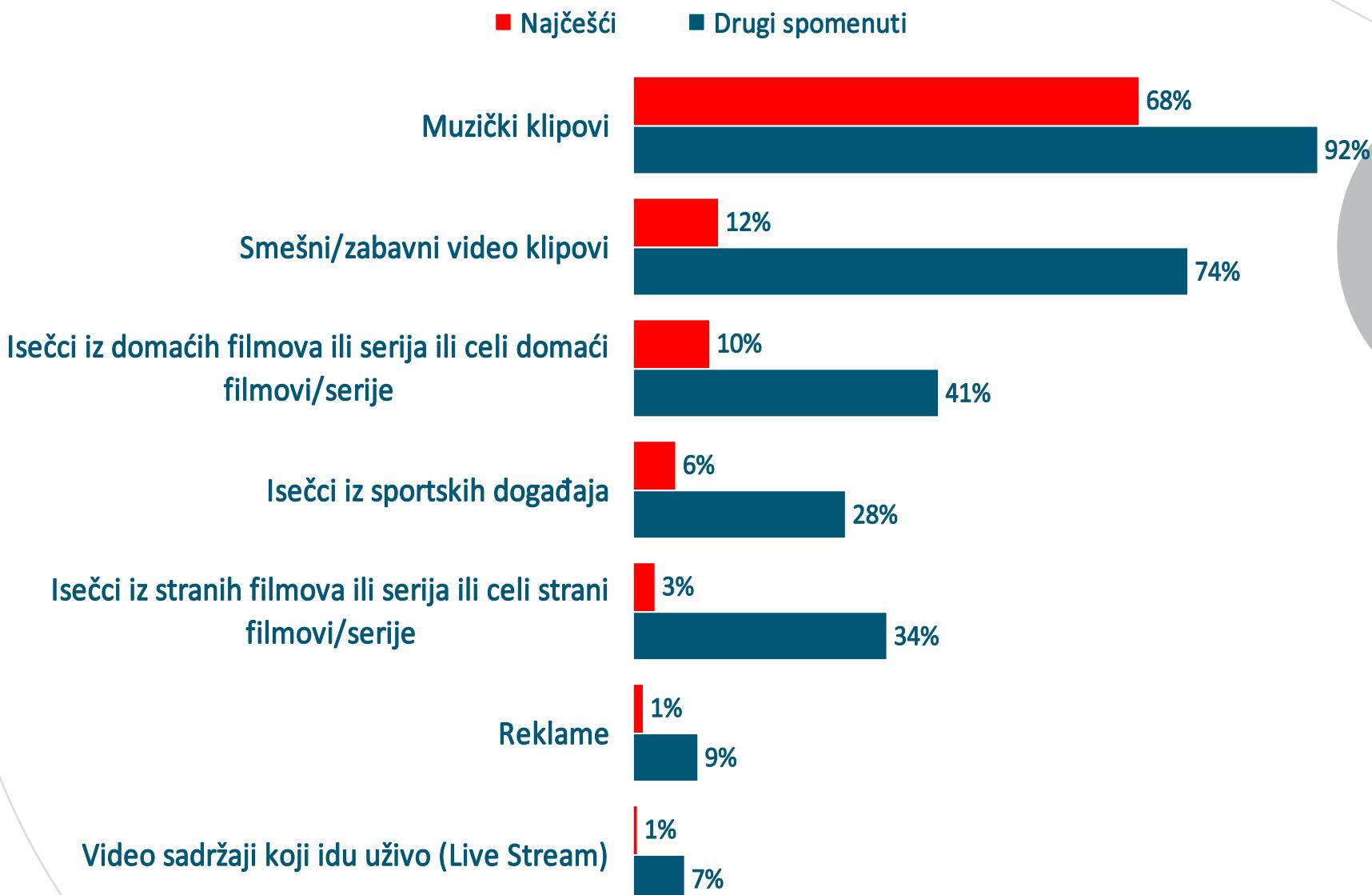


Upotreba Youtube-a



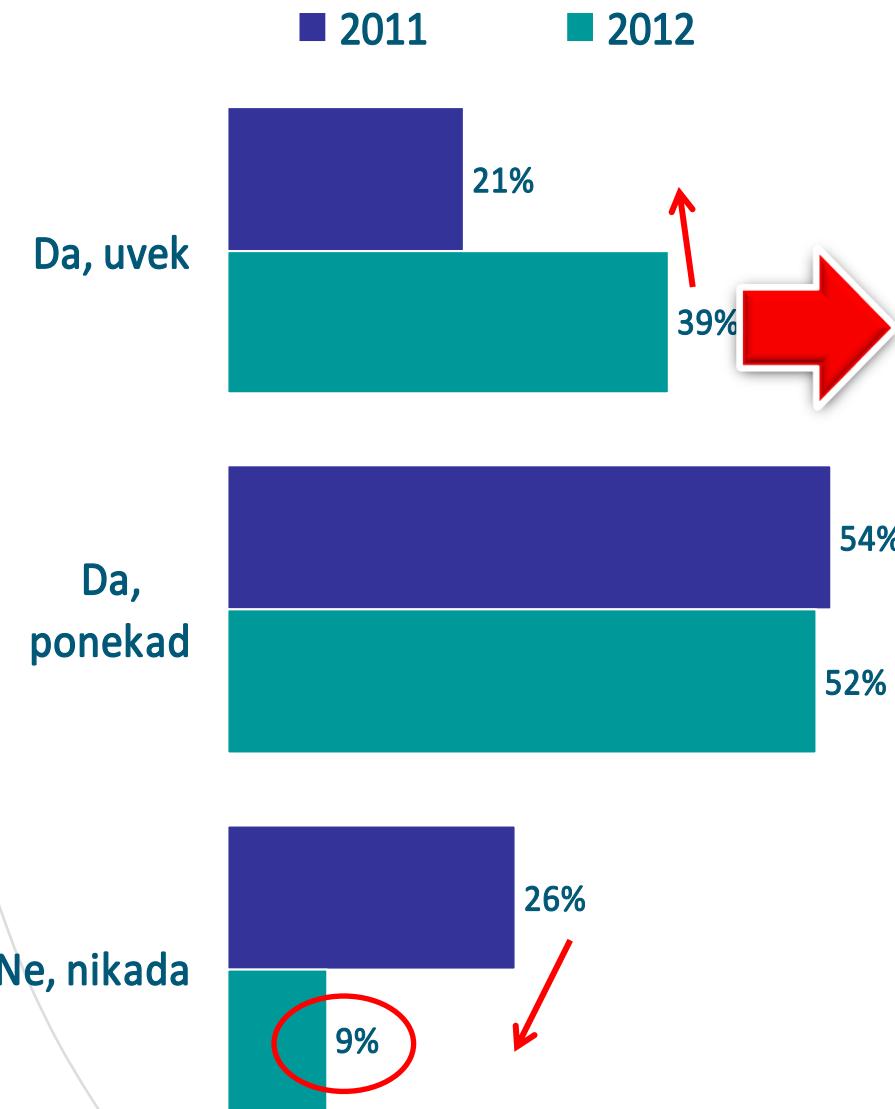
Baza: oni koji imaju nalog na Youtube-u (64% svih Internet korisnika)
Koliko često...

Sadržaj koji se najčešće gleda na YouTube-u

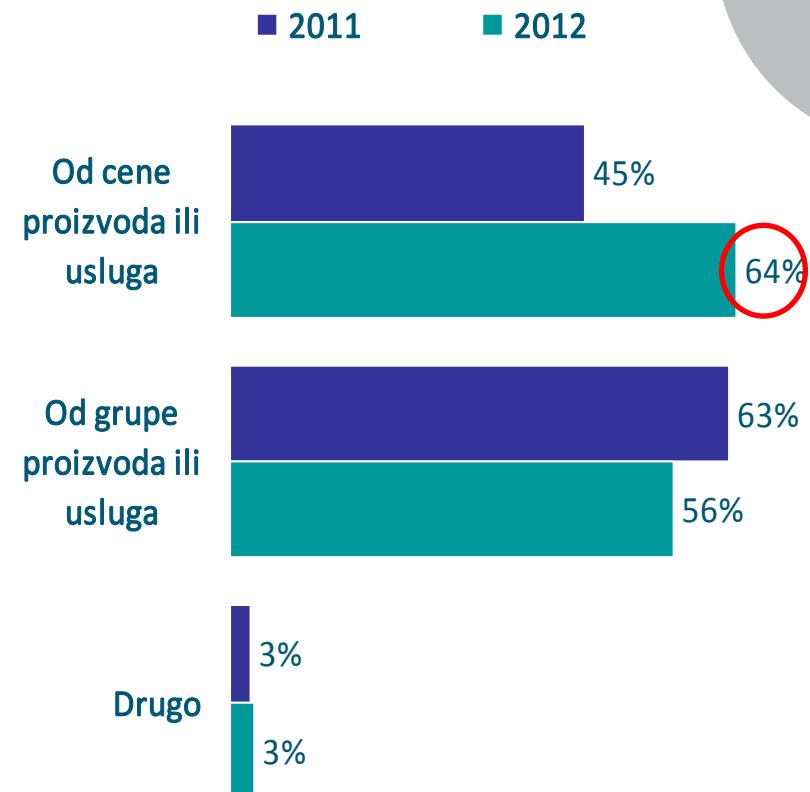


Baza: oni koji imaju nalog na YouTube-u (64% svih Internet korisnika)
Koje vrste video sadržaja najčešće gledate na YouTube-u? (do 3 odgovora)

Pretraživanje Interneta pre kupovine –> ULOGA INTERNETA DRAMATIČNO RASTE!!!



Od čega zavisi da li ćete pretraživati informacije o nekom proizvodu na Internetu pre kupovine?

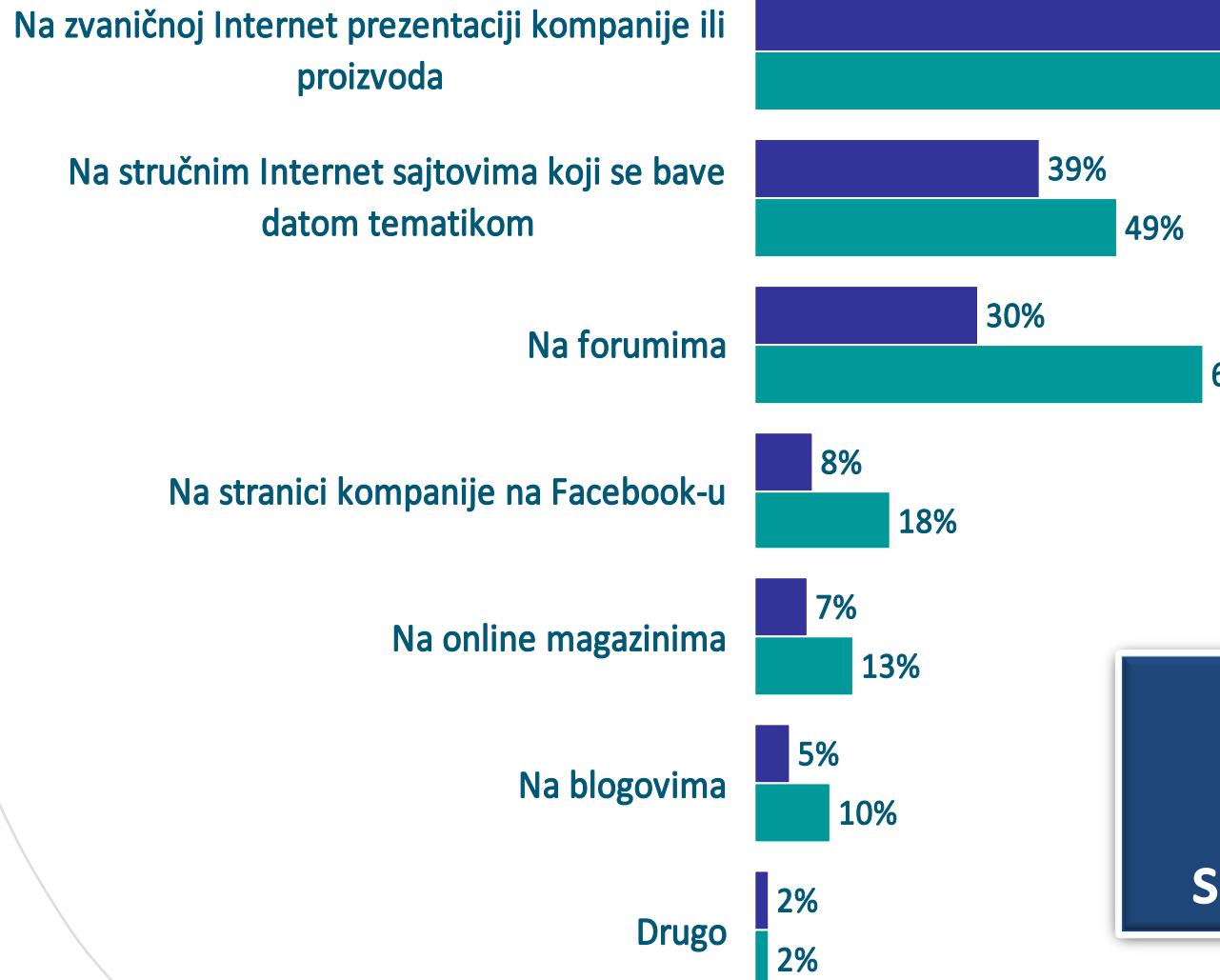


Gde se traže informacije o proizvodima?

Baza: oni koji prvo pretražuju Internet kako bi prikupili informacije o proizvodima (91% svih Internet korisnika)

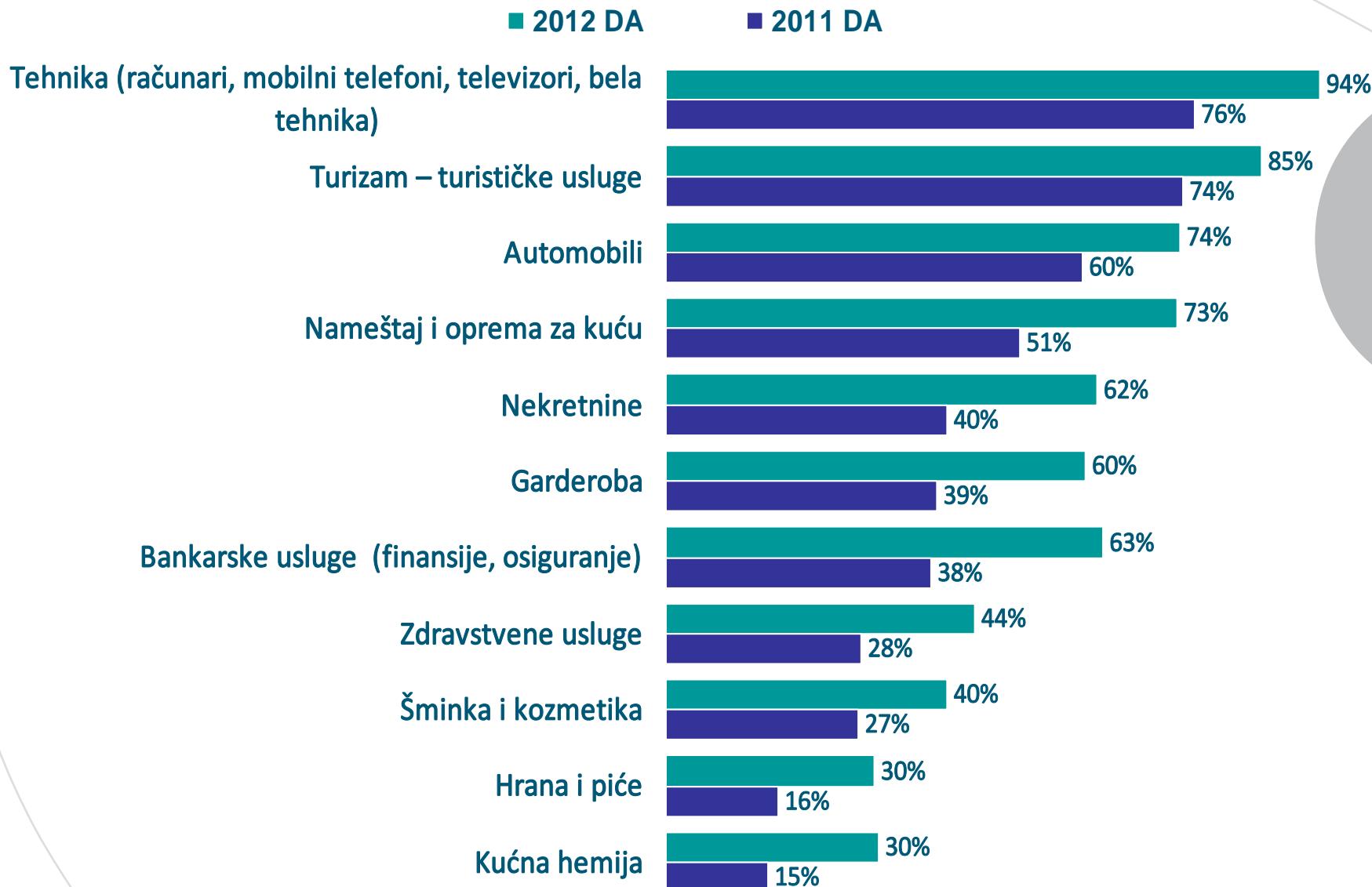
Gde, odnosno na kojim sve sajtovima se informišete o proizvodima i uslugama koje nameravate da kupite?

■ 2011 ■ 2012



Pretraga je
detaljnija i
seobuhvatnija!!!

Koji proizvodi se kupuju putem Internet pretrage?



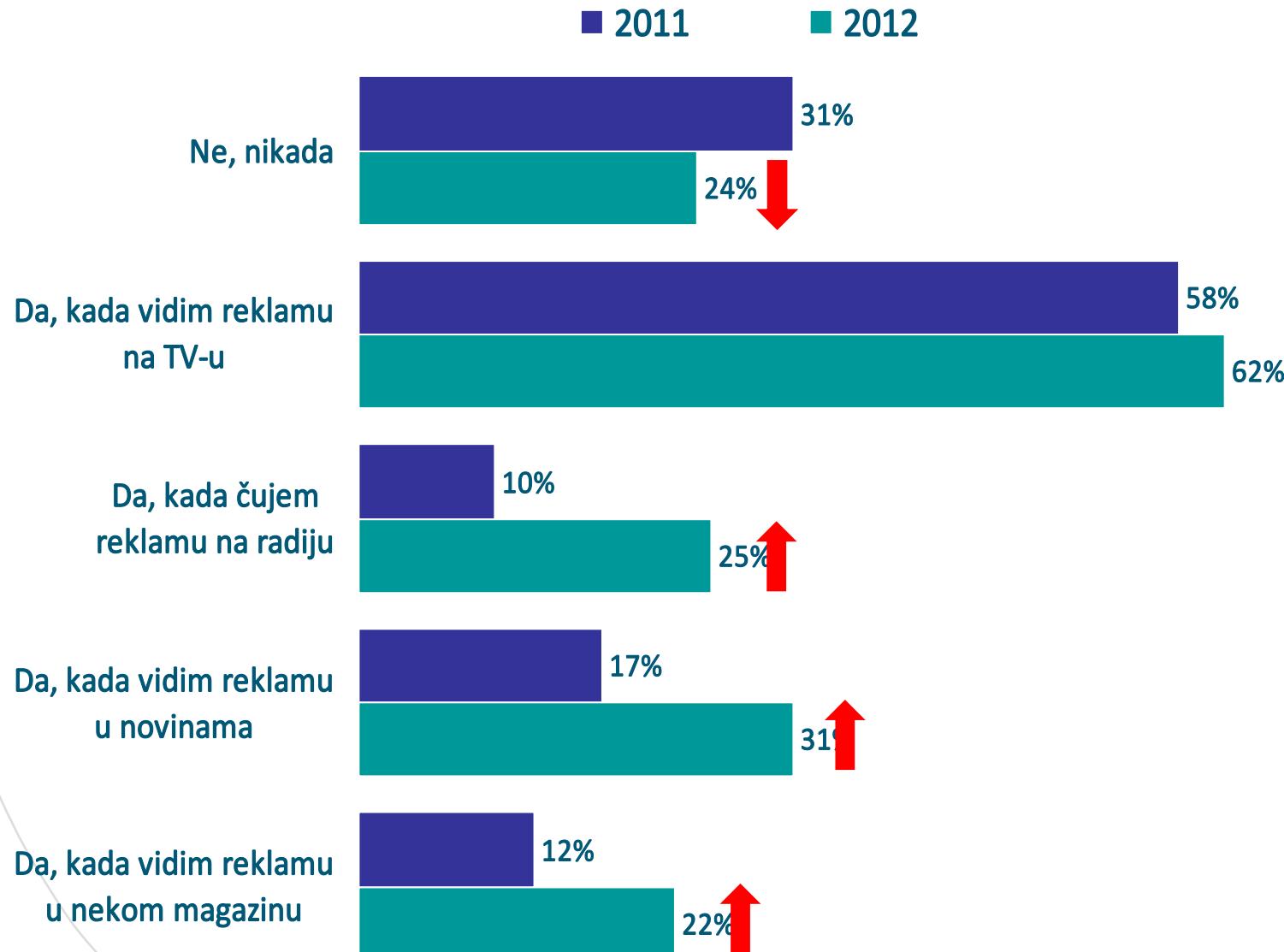
Baza: svi ispitanici

Za svaku od njih mi recite da li ste pre kupovine pretraživali informacije na Internetu.

Da li druge reklame u medijima utiču na Internet pretragu?

Baza: svi ispitanici

Da li Vam se nekada dešava da čujete reklamu na nekom mediju, na primer televiziji ili radiju, ili pročitate u štampi, i da se nakon toga dodatno informišete o tom proizvodu preko Interneta?



Konzumiranje medija preko mobilnog telefona

■ Ssvaki dan ■ 4-6 puta nedeljno ■ 2-3 puta nedeljno ■ Jednom nedeljno ■ Ređe od jednom nedeljno ■ Nikada ■ Nemam tu opciju na telefonu

Pristupanje socijalnim mrežama (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)

33% | 7% | 8% | 6% | 11% | 23% | 12%

Pretraživanje Interneta preko GPRS, EDGE, 3G (Surfovanje)

32% | 7% | 9% | 6% | 16% | 19% | 10%

Provera e-mailova

28% | 7% | 7% | 6% | 12% | 26% | 15%

Informisanje preko Interneta (čitanje vesti, servisnih informacija)

27% | 9% | 9% | 6% | 14% | 25% | 10%

Slušanje muzike preko mp3 player-a (ili nekog drugog player-a)

20% | 16% | 13% | 8% | 22% | 16% | 7%

Slušanje FM radija

11% | 6% | 12% | 9% | 24% | 30% | 9%

Slušanje radija preko Internet-a

6% | 3% | 4% | 5% | 11% | 45% | 27%

Gledanje video sadržaja

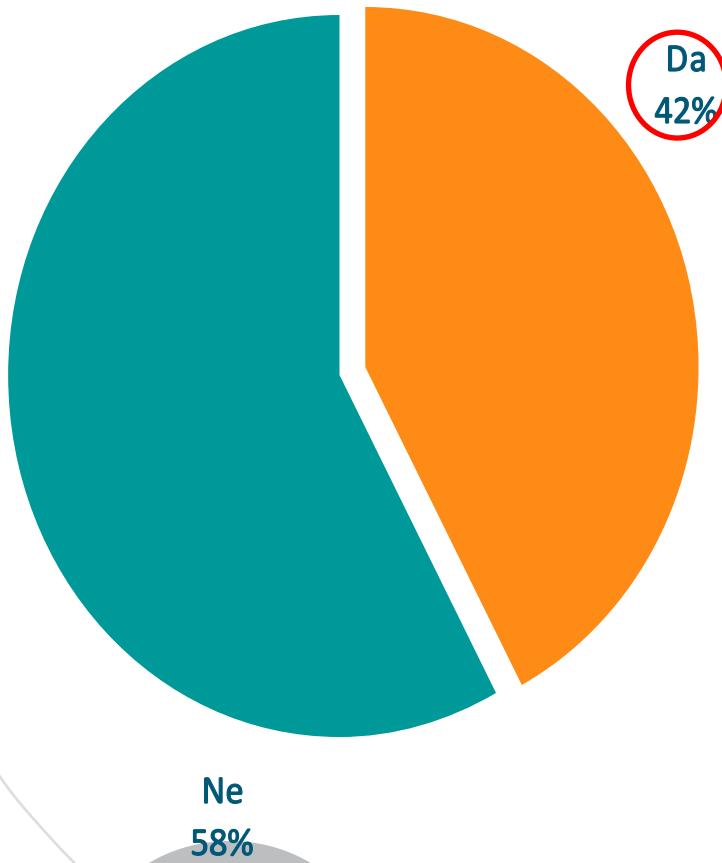
5% | 2% | 7% | 42% | 41%

Baza: svi ispitanici

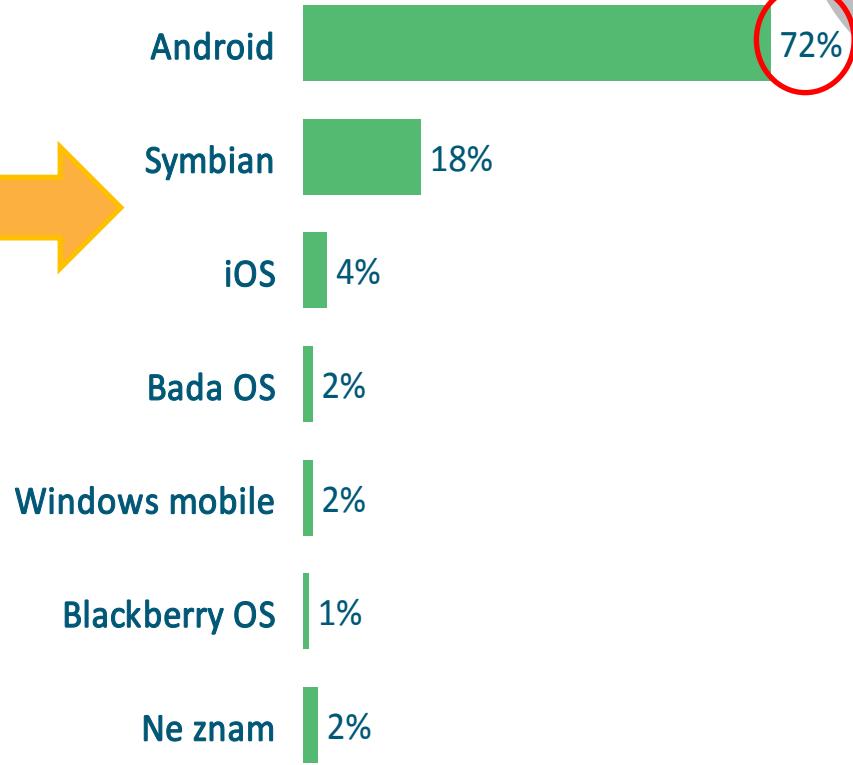
Koliko često koristite mobilni telefon za sledeće aktivnosti?

Posedovanje i operativni sistem Smart Phone-a

Da li imate Smart Phone?

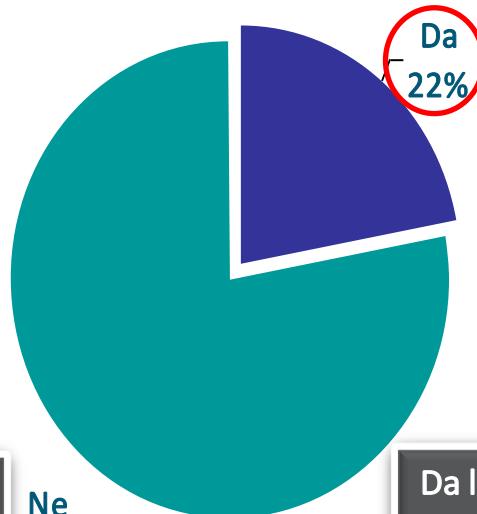


Koji operativni sistem ima Vaš 'pametni' mobilni telefon (Smart Phone)?



Kupovina Smart Phone-a

Baza: Internet korisnici koji nemaju Smart Phone (58% ciljne populacije)



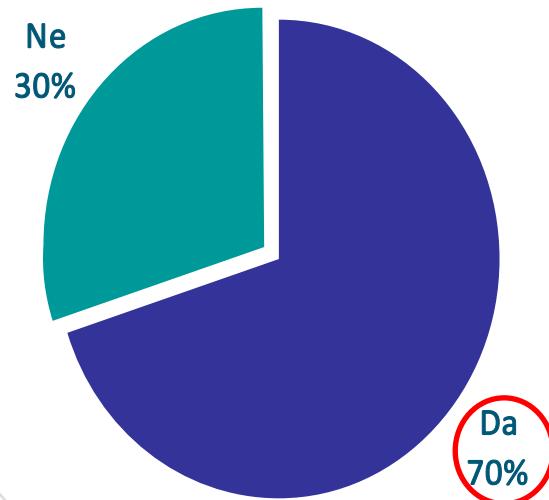
Da li imate ideju koju marku telefona biste želeli da kupite?

Ne
78%

Da li imate ideju koju marku telefona biste želeli da kupite?

Da
22%

Baza: Internet korisnici koji planiraju da kupe Smart Phone (13% ciljne populacije)

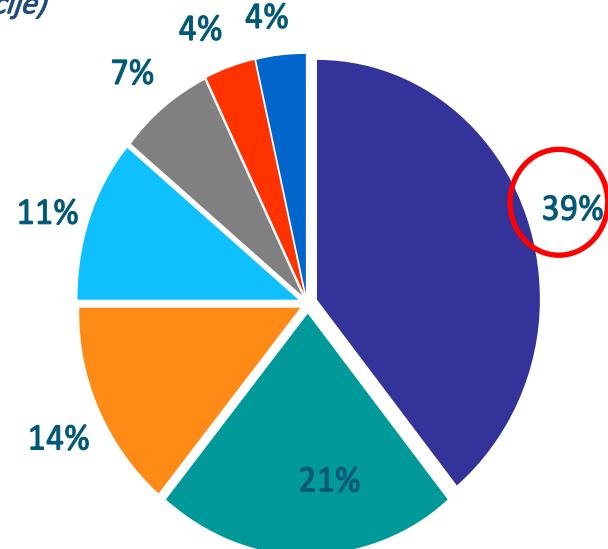


Da
70%

Ne
30%

Baza: Internet korisnici koji su potencijalni Smart Phone kupci, a imaju ideju koju marku telefona bi želeli da kupe (9% ciljne populacije)

- Samsung
- Nokia
- Iphone
- htc
- Huawei
- LG
- Drugo

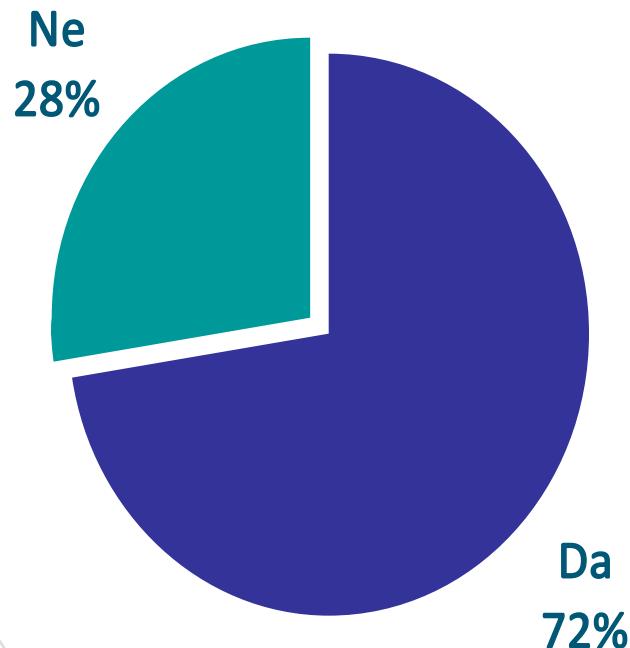


39%

Operativni sistem na Smart Phone-u

Da li Vam je važno koji operativni sistem je instaliran na Smart Phone-u koji nameravate da kupite?

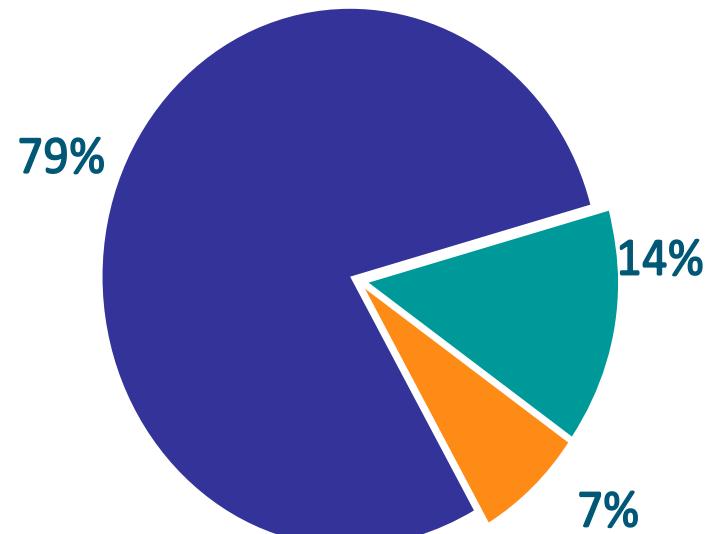
Baza: Internet korisnici koji planiraju da kupe Smart Phone (13% ciljne populacije)



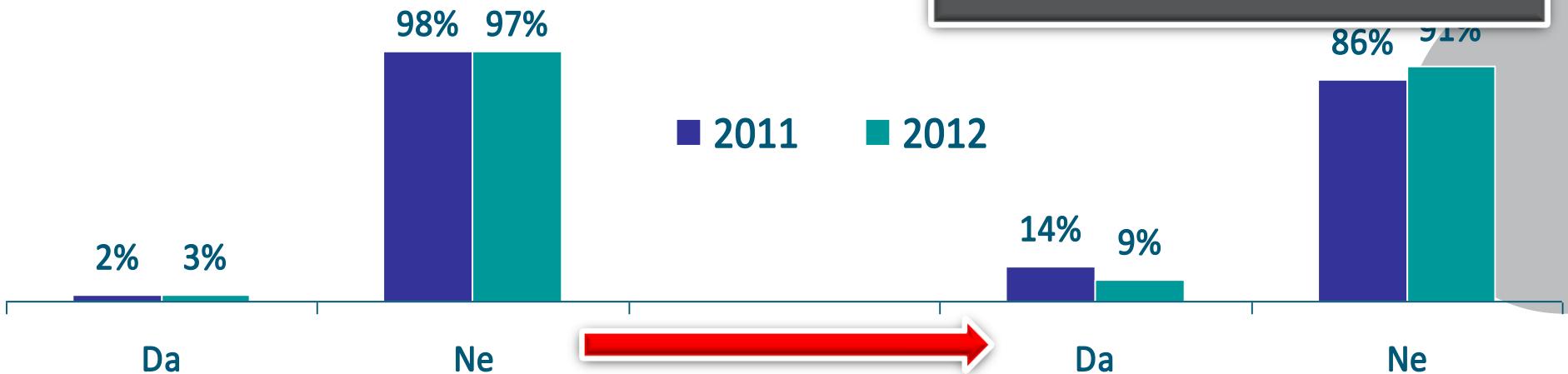
Koji operativni sistem za mobilne telefone Vi lično smatrate najboljim?

Baza: Internet korisnici koji su potencijalni Smart Phone kupci, a imaju ideju koju marku telefona bi želeli da kupe (9% ciljne populacije)

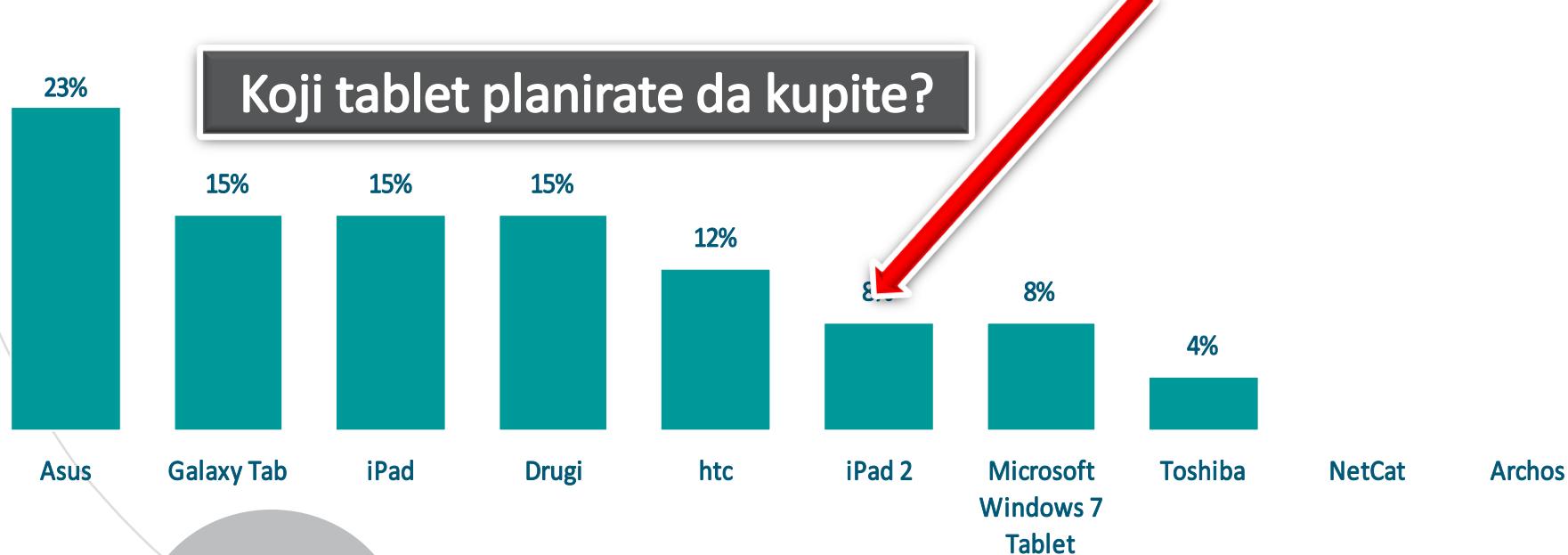
■ Android ■ Windows mobile ■ iOS - Apple



Da li posedujete tablet?



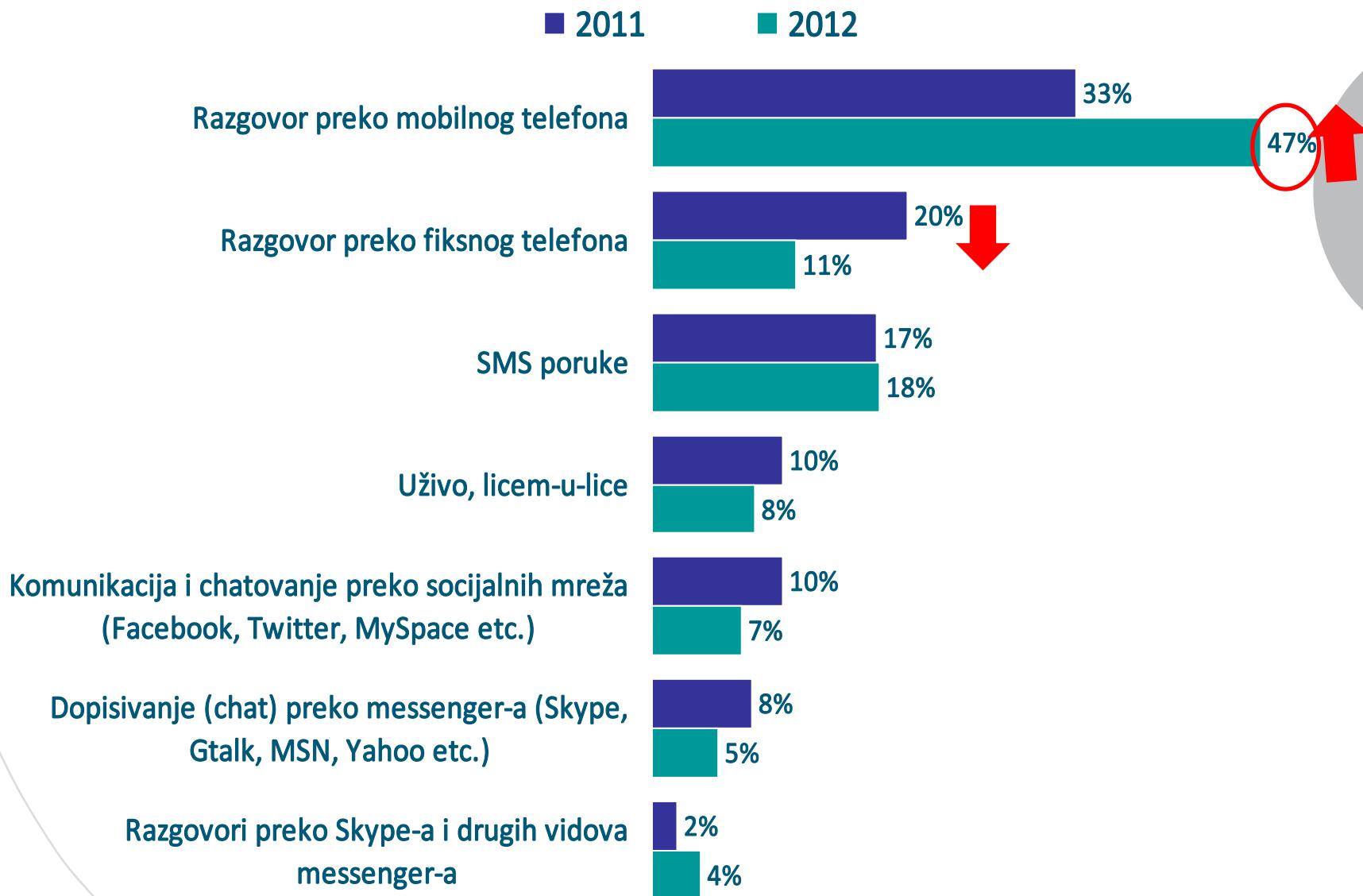
Da li u narednih 6 meseci planirate da kupite tablet?



Način komunikacije

Baza: svi ispitanici

Kada razmislite o načinu na koji Vi lično komunicirate, koji od sledećih načina je dominantan, odnosno najčešće korišćen?



Trenutno



Mobilni telefon

Internet

Radio

TV

Novine

U budućnosti



Mobilni + Internet

Ostali mediji sve više gube na značaju

Budućnost

integracija medija i uređaja u jedan (senzora i touch screen-ova) prelazak na holograme i 3D projekcije; Svi će pratiti trendove; sve će zavisiti od finansijske situacije;



Ima li
pitanja?



Hvala!