

PanMedia Western

MEDIA - MARKETING - DIGITAL

Always On - Akkor miért lennének off?

A mindig elérhető fogyasztók

Ritter Ádám

PanMedia Western

- Életünk egyre nagyobb része zajlik az internet világában, egyre inkább segíti, kitölti életünket az online tér
- Természetesen ez nem mindenkit érint egyenlő mértékben
- Van egy csoport, akinek mindennapjait mindennél jobban áthatja



AlwaysON® – mindig elérhető fogyasztó kutatás

- A **PanMedia** és a **PM Digital** exkluzív kutatása Magyarországon
- A kutatás *kvantitatív* bázisát a **Millward Brown TGI** adatbázisa képezi
 - 14.000 fő/év megkérdezése
 - fogyasztói profil és attitűd-vizsgálat
- A kutatás *kvalitatív* részét ugyancsak a Millward Brown végezte
 - egy online felületen történő, moderált “párbeszéd” a célcsoport tagok között
 - 3 nap, 20 fő, offline módon rekrutált, mindig elérhető fogyasztók
- A kutatás által használt szegmentációs módszert először a **Forrester Research, Inc.** használta
 - 60 Acorn Park Drive, Cambridge, MA 02140 United States

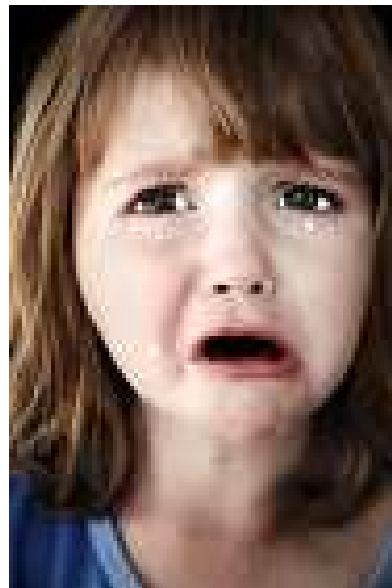
Mindig Elérhető Fogasztók = Always On®

- Több olyan eszköze van, amivel online csatlakozik
- Naponta többször is felcsatlakozik
- Több helyszínről is felcsatlakozik



Milyen lenne számukra az élet net nélkül?

„Ha nincs net,
olyan, **mintha
nem lenne élet**”

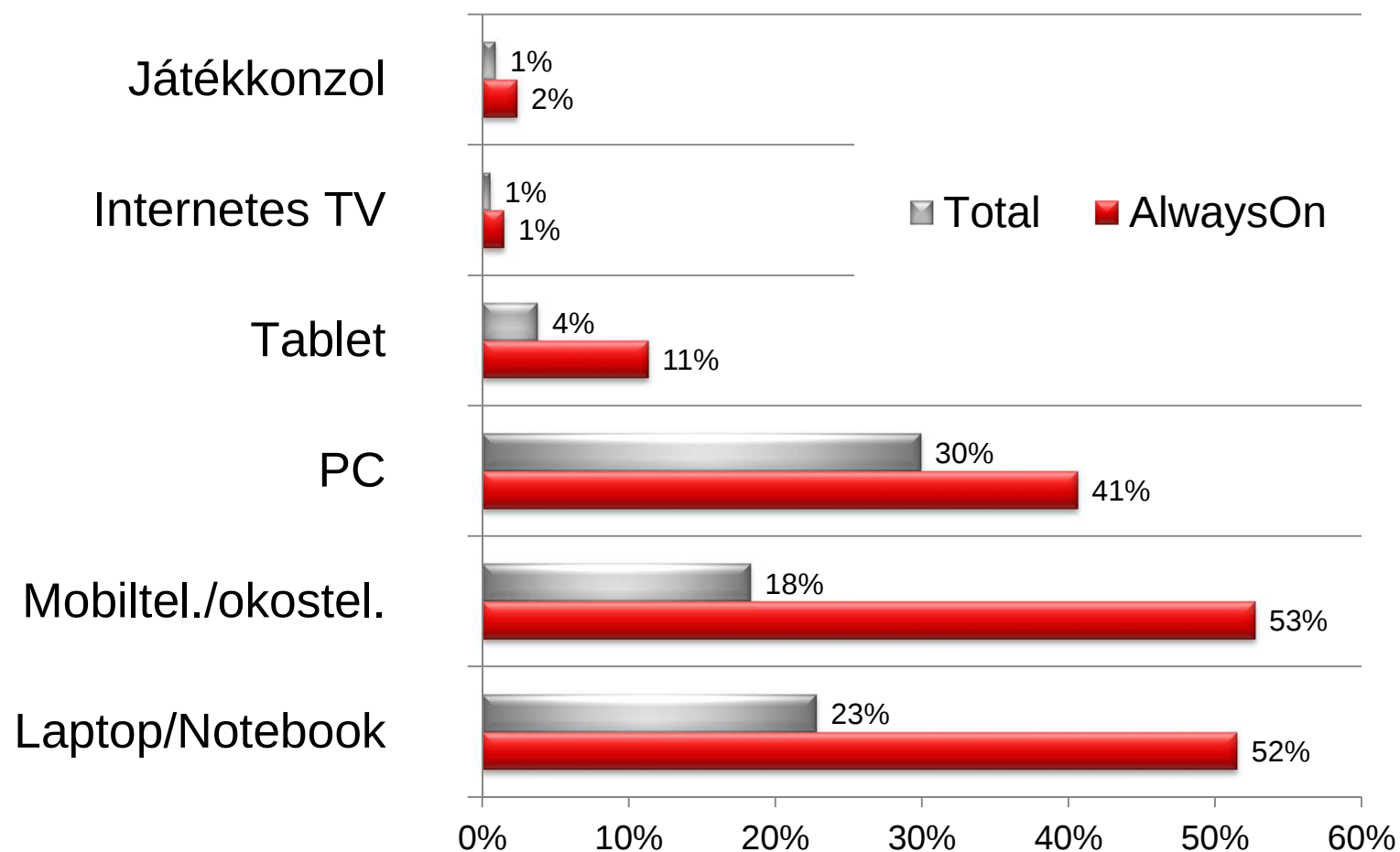


„Ha nincs net, ...akkor
**hiányt és dühöt
szoktam érezni, mintha
a "szabadságomtól"
fosztanának meg.**”

„Lehet kicsit túlzok, de
**kábé olyan lenne,
mintha nem lenne
víz!**”

„...úgy érzem, mintha a
világból **kizárnának**,
mintha egy sötét
szobában lennék ...”

Milyen eszközről internetezik - rendszeresen



Netezés otthon

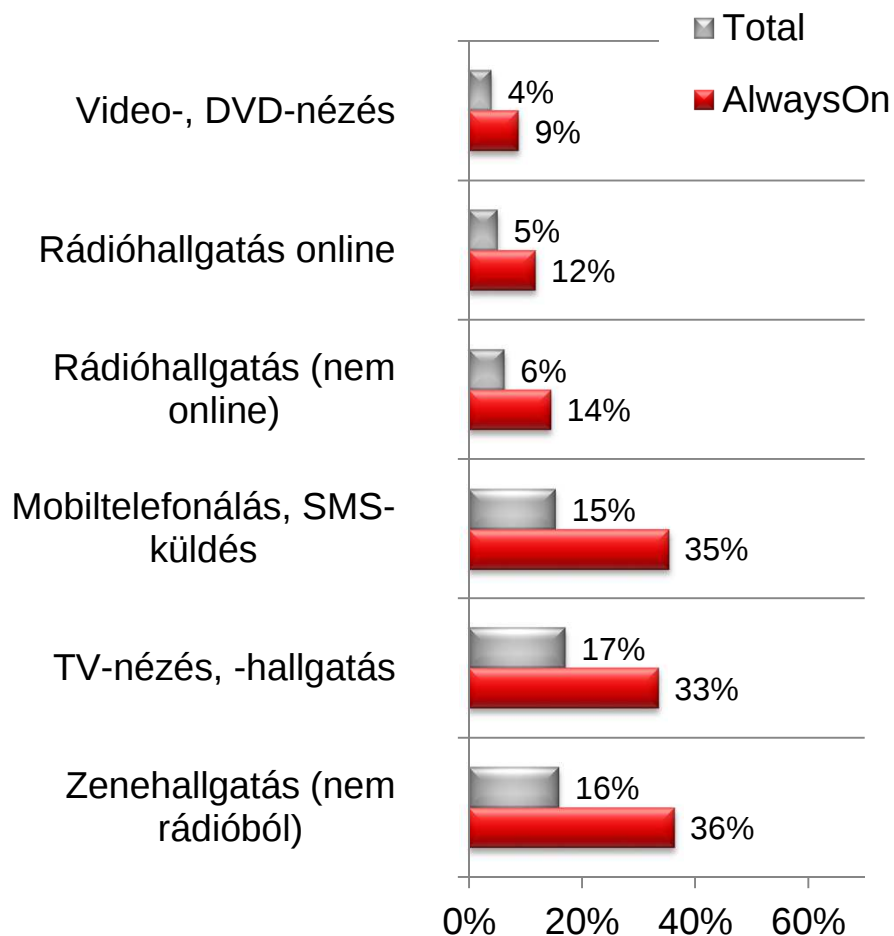
„Ébredéskor mondjuk én is szoktam, **hamarabb nézem meg az időjárást neten**, minthogy kinéznék az ablakon. =)”

„Este **lefekvés előtt szintén megnézem** a leveleimet, a fontosabb oldalakat, hogy jött e valami, mindezt az ágyban teszem. :)”

„Régebben a **laptopomat kapcsoltam be itthon**, mostanában már nem teszem olyan gyakran, hanem **helyette az okostelefont** használom. Ez sokkal kényelmesebb, igaz kisebb felületen látom a dolgokat, de gyorsabb és nekem így is tökéletesen megfelel.”



Internetezés közben végzett tevékenységek



Televíziózás közben végzett tevékenységek



Netezés útközben és a munkahelyen

- **Útközben**

- Unaloműzés, „addig is netezek”
- Ha épp felmerül egy kérdés/probléma, amire gyorsan választ kell találniuk



- **Munkahelyen**

- Munkavégzés
- Szünet /menekülő út a munkában



Viszonyulás a képernyőkhöz

Televízió

- Közönyös vagy **negatív érzelmi viszonyulás**, melynek oka a kevésbé megválasztható műsorkínálat, és a sok **reklám**
- A netről letöltött vagy stream-elt tartalom laptopon/ PC-n történő fogyasztása teljesen **kiválthatja a klasszikus tévézést** (sorozatnézés, filmnézés),
- Akinek van TV-je, gyakran **háttérként** használja, amikor otthon van: TV-zés közben gyakran neteznek laptopon, mobiltelefonon

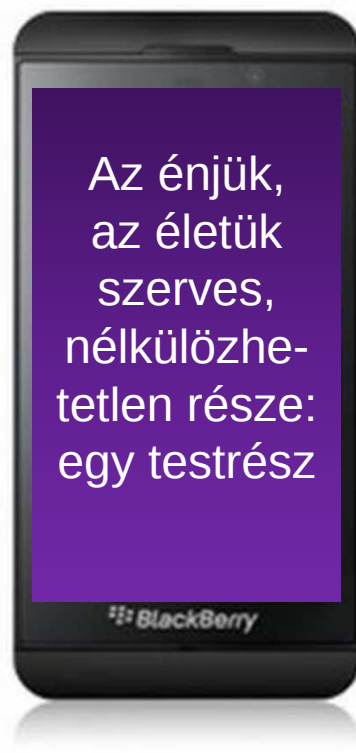
PC, laptop (számítógép)

- Pozitív érzelmi viszonyulás
- Hosszabb, kényelmesebb, tervezett netezésre használják
- Legfőbb **előnye a mobillal szemben a**
 - Nagyobb képernyő
 - Kényelmes billentyűzet
 - Esetleg gyorsabb internet

Tablet

- Még ismeretlen a legtöbb résztvevő számára
- Akinek nincs tapasztalata vele, gyakran nem látja az előnyeit, nem különül el funkcionálisan számára a mobiltelefontól

A MOBIL



A MOBIL

„Nekem a telefonom nagyon fontos eszköz az életemben, mindenhova magammal viszem és szinte egész nap a kezemben van. Egyszer **összetört januárban, hát én zokogtam.** Én szeretem a telefonom.:-)”

„olyan megnyugtató érzés hogy van bármikor netem, amikor csak akarom”



„Teljes szimbiózisban vagyunk. :) Ha lemerül, elveszítem a komfortérzetemet. Túlzás nélkül még a WC - re is magammal viszem :) Ő a titkárom: naptár bejegyzések, jegyzetek, tennivalók, levelezések, Egyszóval **minden.** :)”

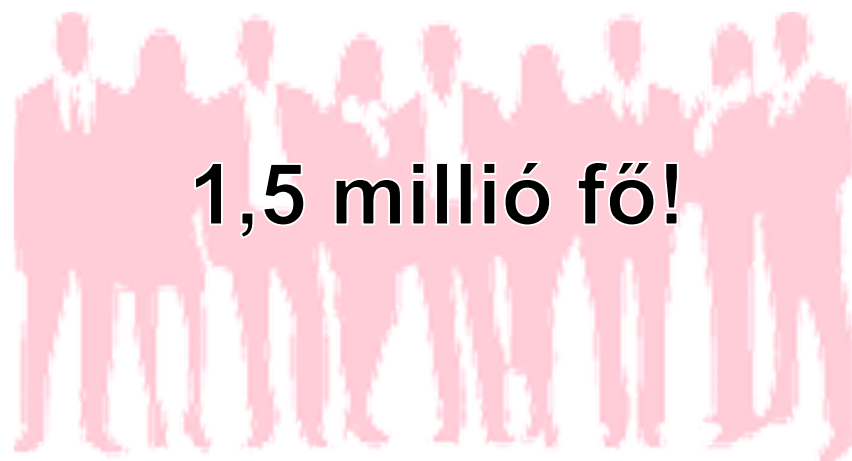
„én a mosdóban is chatelek ha éppen úgy jön ki”

„a mobilom nélkül **nem igen tudok létezni.** :)”

„ellopása egy darab a szívemből.....”

„Rosszul érzem magam, ha **otthon marad** a telefonom. Mintha kimaradnék valamiből. Vagy például nagyobb biztonságban érzem magam.

Miért fontosak ők?



1,5 millió fő!

- ABC1 státusz: 50% vs 33%
- Top 2 költési kategóriákon belüli arányuk
 - Hajápolás: 22% vs 13%
 - Arcápolás, dekorkozmetikum: 11% vs 6%
- Autó magánhasználatra
 - 1 db: 48% vs 39%
 - 2db: 7,5% vs 3,9%
- Top 3 költési kategóriákon belüli arányuk
 - Lábbeli: 22% vs 12%
 - Kabát, dzseki: 13% vs 7%
 - Egyéb ruha: 13% vs 8%
- Hetente 10 ezer Ft feletti élelmiszer költés: 21% vs 16%
!!!!

Egyedülálló 48%-ban!

„Mindig elérhető fogyasztók” Magyarországon (fő)



2013
674 ezer



2014
838 ezer

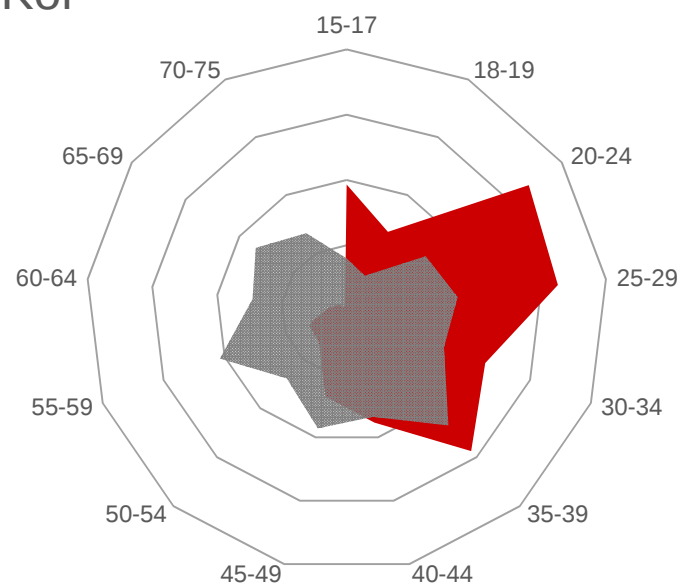


2015
1.012 ezer

Ha már ilyen fontosak, kik is ők?

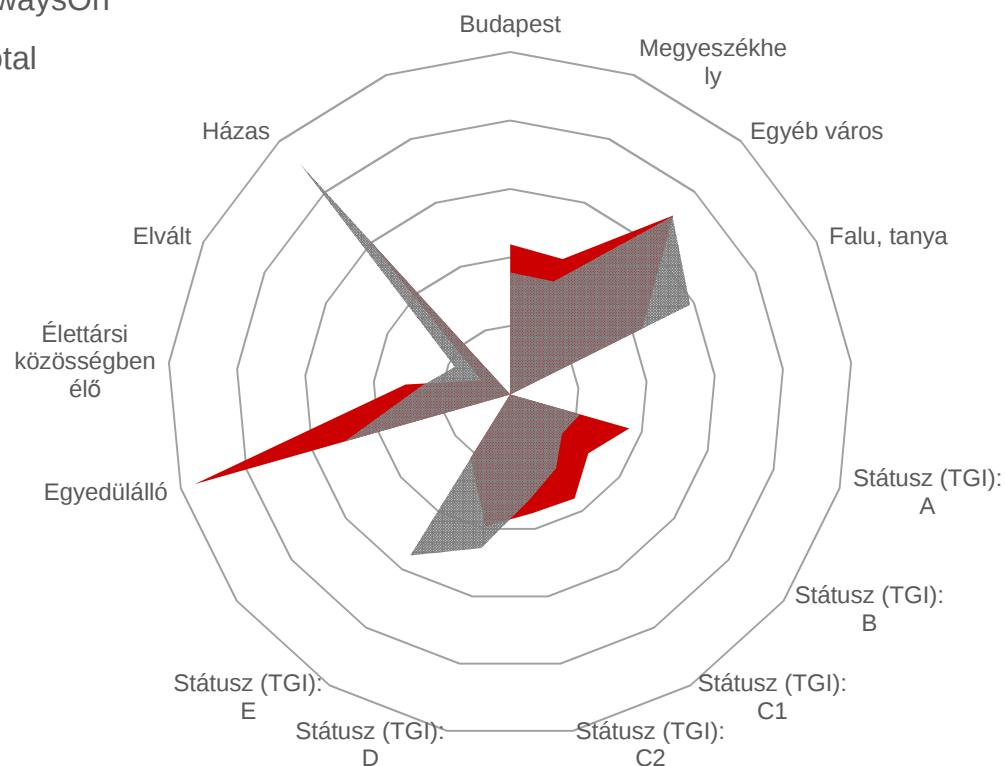
- Közel 1,5 millió fő Magyarországon!
- A technológiai fejlődés miatt ez csak pillanatnyi állapot!

Kor



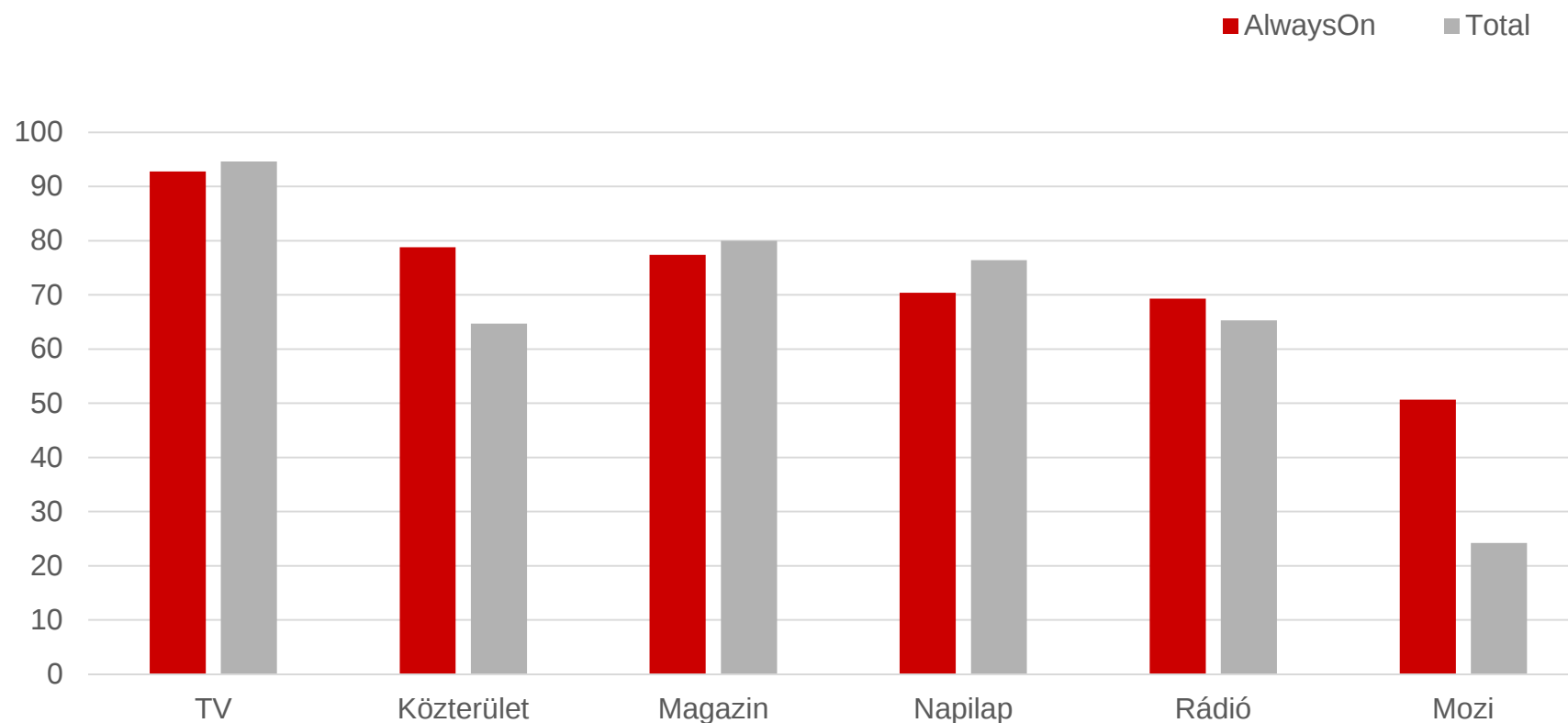
■ AlwaysOn

■ Total



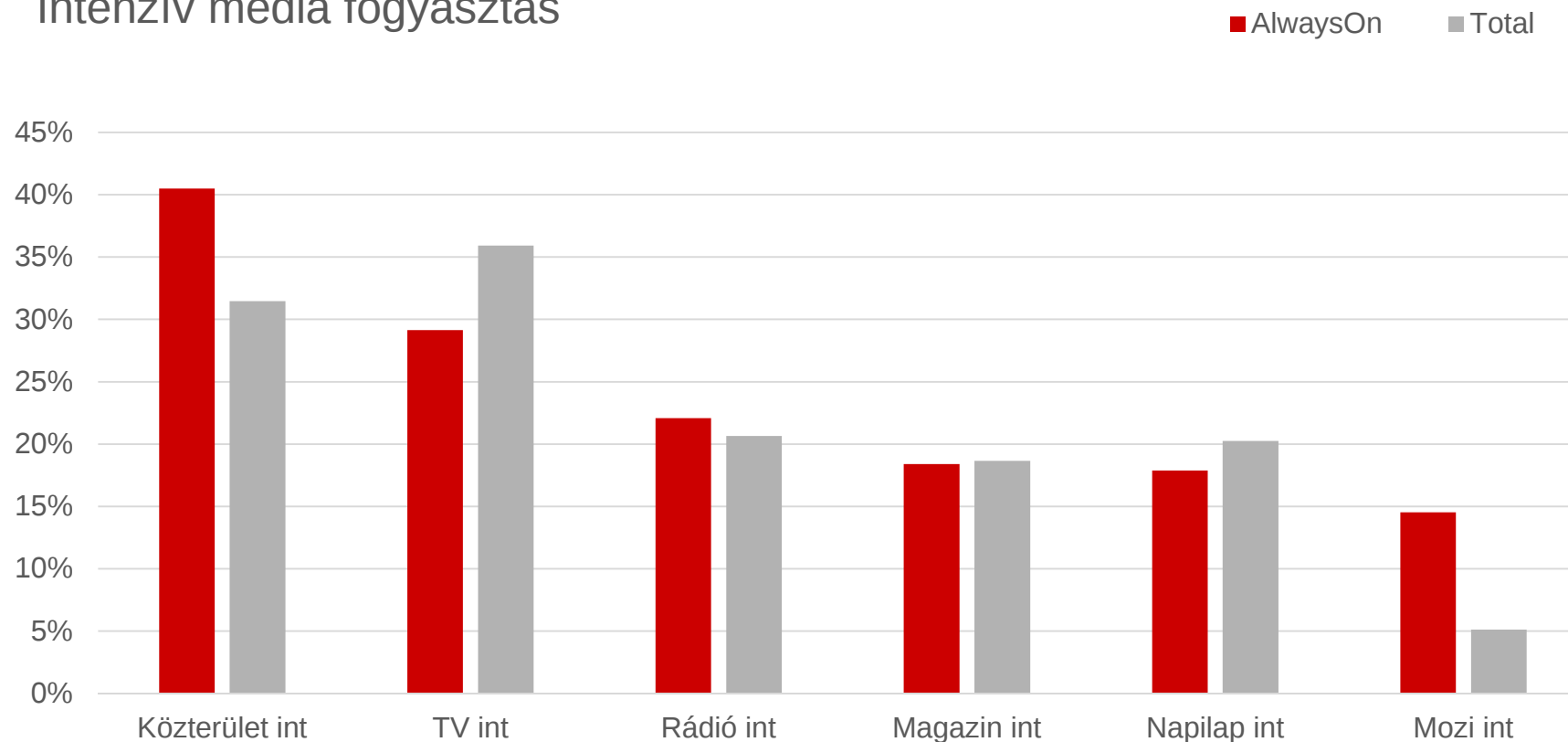
Offline média fogyasztásuk? Van ilyen?

Elérés



Offline média fogyasztásuk intenzitása?

Intenzív média fogyasztás



Miért is ne lennének off?

Tanulságok /1.

Kreatív

- A mindig elérhető fogyasztókra jellemző, hogy figyelmük szerteágazó, fragmentálódik, így egyre csökken az az idő, ami rendelkezésre áll ahhoz, hogy hassunk rájuk
- Ráadásul rendkívül igényesek és válogatósak
- A reklám milyensége/minősége meghatározó; óriási jelentősége van a szerethető kreatívnek
- Sokkal inkább hajlandóak a megosztásra, interaktivitásra

Tanulságok /2.

Médiatervezés

- A mindig elérhető fogyasztókat hagyományos módon, reach & frequency típusú tömegkampányokkal egyre nehezebb elérni
- A médiatervezésbe újabb aspektusokat kell bevonni, pl. tartalom alapú médiatervezés, relevancia alapú tervezés stb.
- Az „online” felületek mainstream médiaként alkalmazhatók esetükben, az offline válik kiegészítővé
- Mobil, mobil, mobil!
- Komplex megközelítés szükségessége
- A médiatervezői szakértelem és a fogyasztók ismerete felértékelődik



Ritter Ádám

ritter.a@panmedia.hu



Legal clause

- All concepts, proposals and research data included in this presentation and in it's attachements are intellectual property of PanMedia Western Kft. and/or PM Digital Kft. (H-1145 Budapest, Laky Adolf u. 25.) (the „Proprietors”) and may not be used or published without the prior written consent of the Proprietors.
- All financial conditions, discounts, fees and any other relating data or information (the "Information") which are included in this presentation and in it's attachements are strictly confidential, and may not be disclosed to third parties without the prior written consent of Proprietors.