



# A Z generáció viszonya a hirdetésekhez és hirdetésblokkolókhoz

Baranyi-Fenyő Georgina

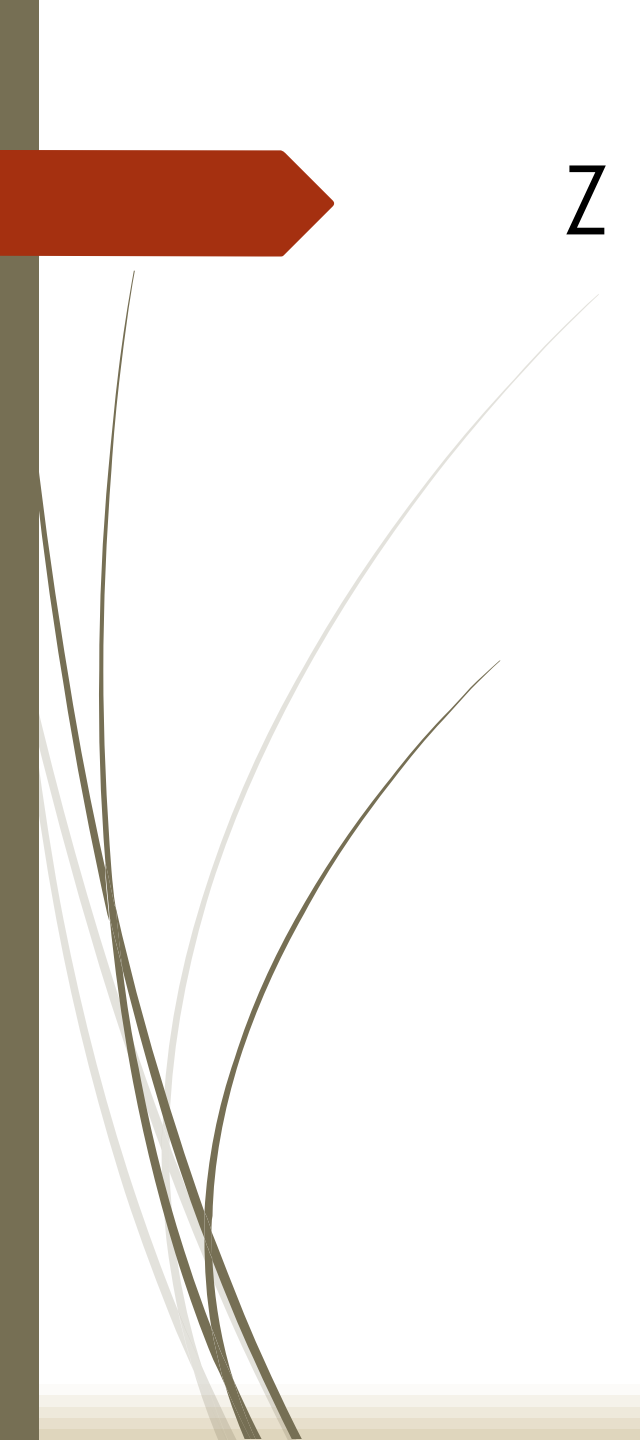
Bernschütz Mária Ph.D



# Kutatások



- Foglalkozni kell vele!!!
- Magyarország? Több kutatási eredmény
  - Nem könnyű mérni -> nem tudják, mit csinálnak, azt gondolják blokkolják
  - IAB Hungary 13,5% -> IT affinisek köre?
- Nem vizsgálják életkori sajátosságokat
  - Nem mindegy, melyik korosztály hogyan viszonyul a hirdetésblokkoláshoz
    - Z generáció?



# Z generáció

- A jövő vásárló ereje
- Más és új internethasználati szokások
- Olyan oldalakat látogatnak, ahol...
  - Igénytelen és zavaró hirdetések -> megoldás kell
- 1995-2010
- 14-21 évesek
- Kérdőív: 600 fő, főként budapestiek, főként 21 év (de minden korosztály nagyjából arányosan)



# Z generáció és hirdetésblokkolás

- 63,7% ismer, 53,5% használ blokkolót(15,7% mobilon is)
- Honnan? Szájhagyomány
- Nem túl bonyolult -> egy kattintás...
  - 54% csak böngésző általit használ, 20% böngésző általit is
- Bannervakság
  - Nem használnak HB-t -> 40,1% nem veszi észre
  - 51,6% - egyáltalán nincs rá hatással a hirdetés



# Z generáció és hirdetésblokkolás

- De akkor miért kezdik el használni?
  - Könnyű hozzáférni, de valami indíték is kell...
  - „Trash” oldalak -> globálisan blokkol
  - Idegesítő -> blokkolót h. 73,7%-a és blokkolót nem h. 87,8%-a
  - Zavaró -> blokkolót h. 67%-a és blokkolót nem h. 85,7%-a

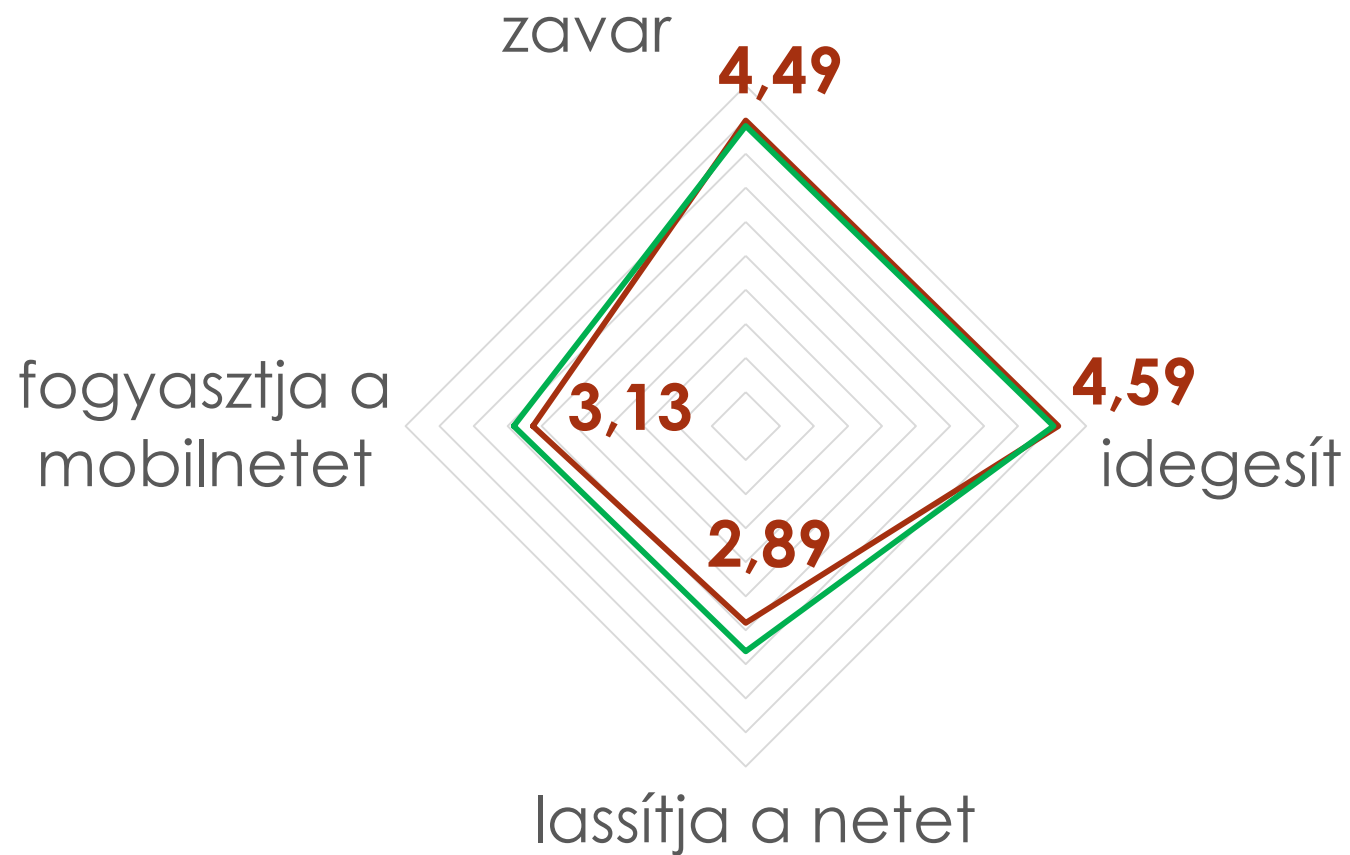


# A vizsgált típusok

Fontos, hogy a jellemző leírás befolyásolhatja a választ!

- Billboard banner
- Popup banner
- Skyscraper
- Interstitial -> 45% szerint a legkevésbé elfogadható...
- Pointer
- Full-page overlay

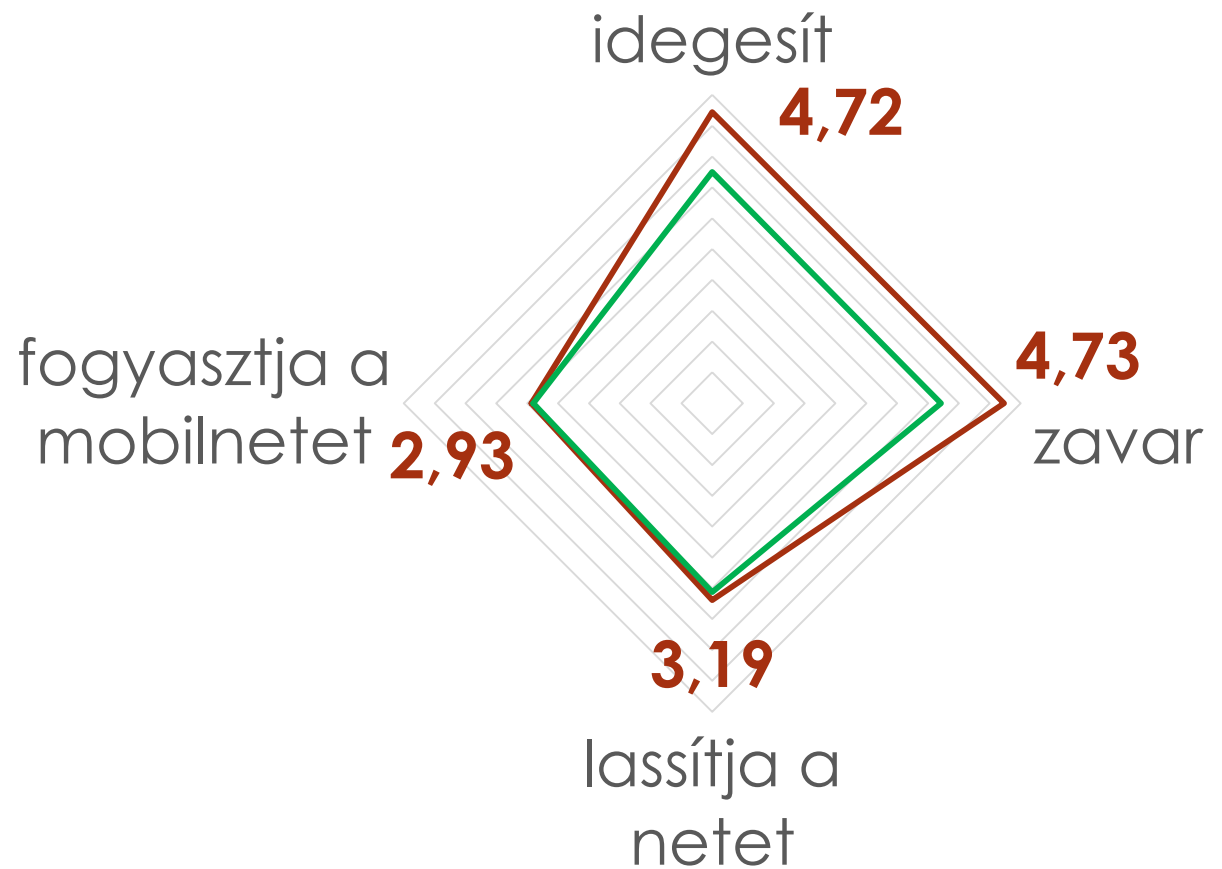
# A legkevésbé elfogadható banner típus miért nem OK?



**Használ blokkolót**

**Nem használ  
blokkolót**

# Főként azért használok/ használnék blokkolót, mert a banner...



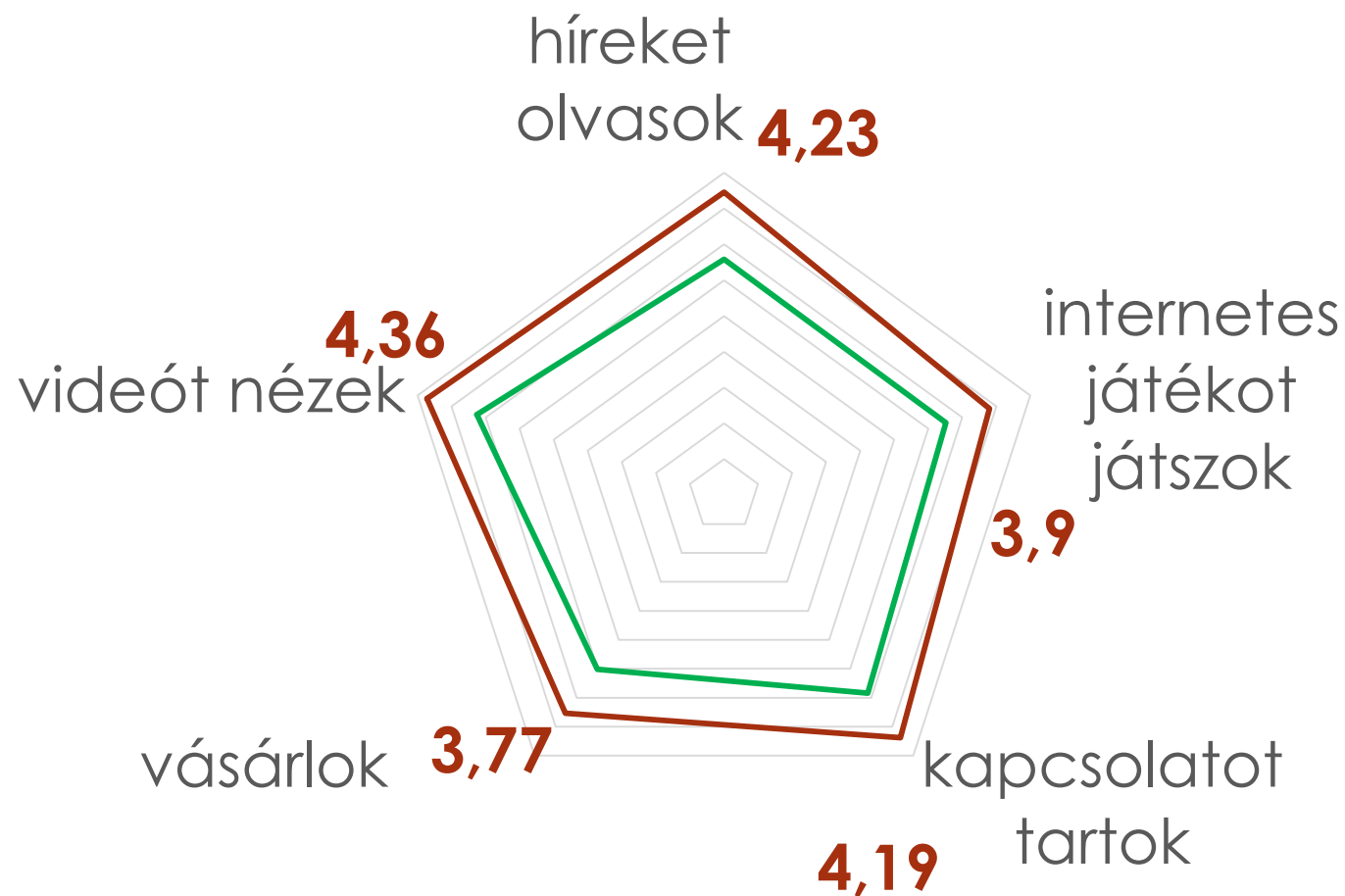
**Használ blokkolót**

**Nem használ  
blokkolót**

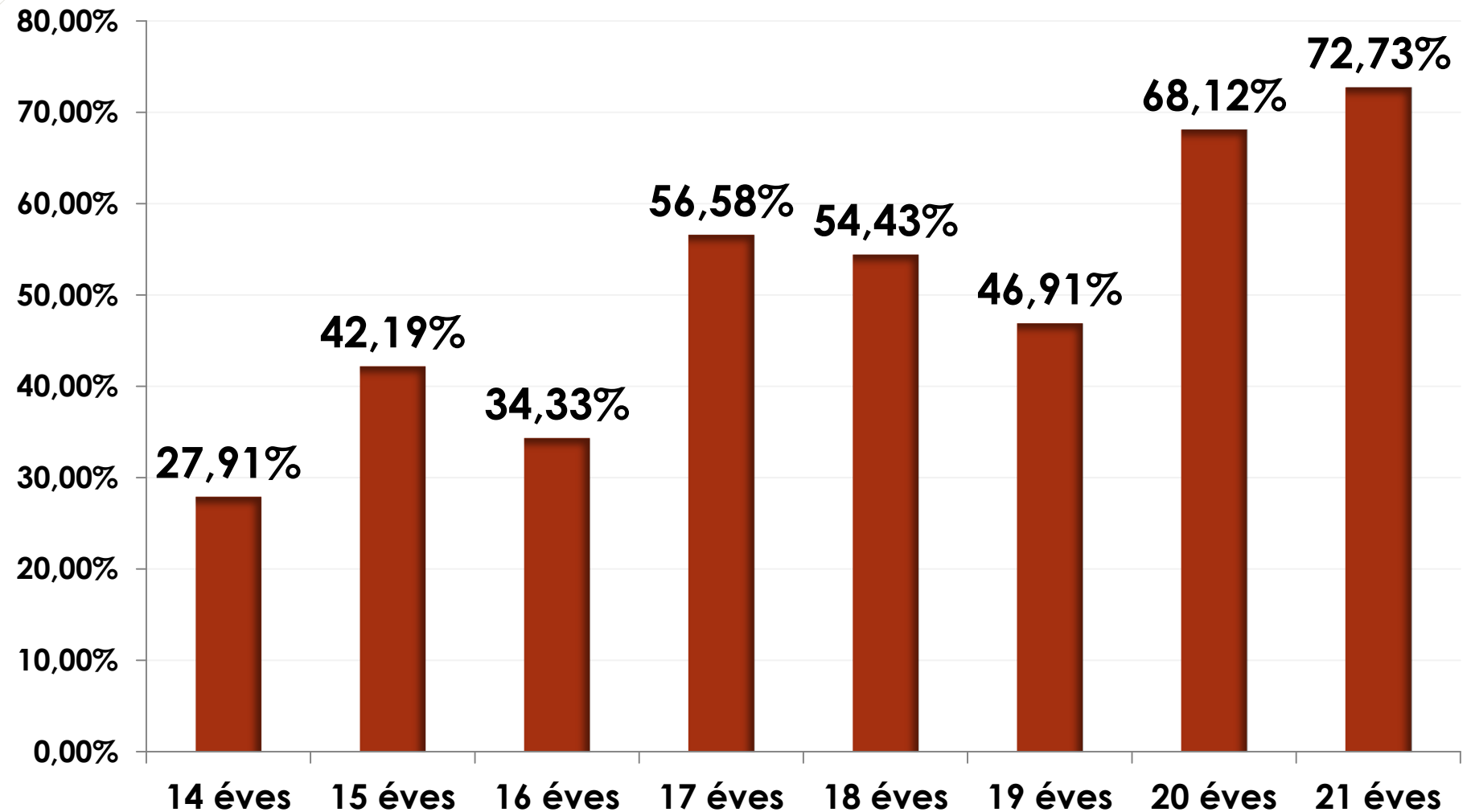
# A blokkoló hasznos azon az oldalon, ahol...

**Használ blokkolót**

**Nem használ  
blokkolót**



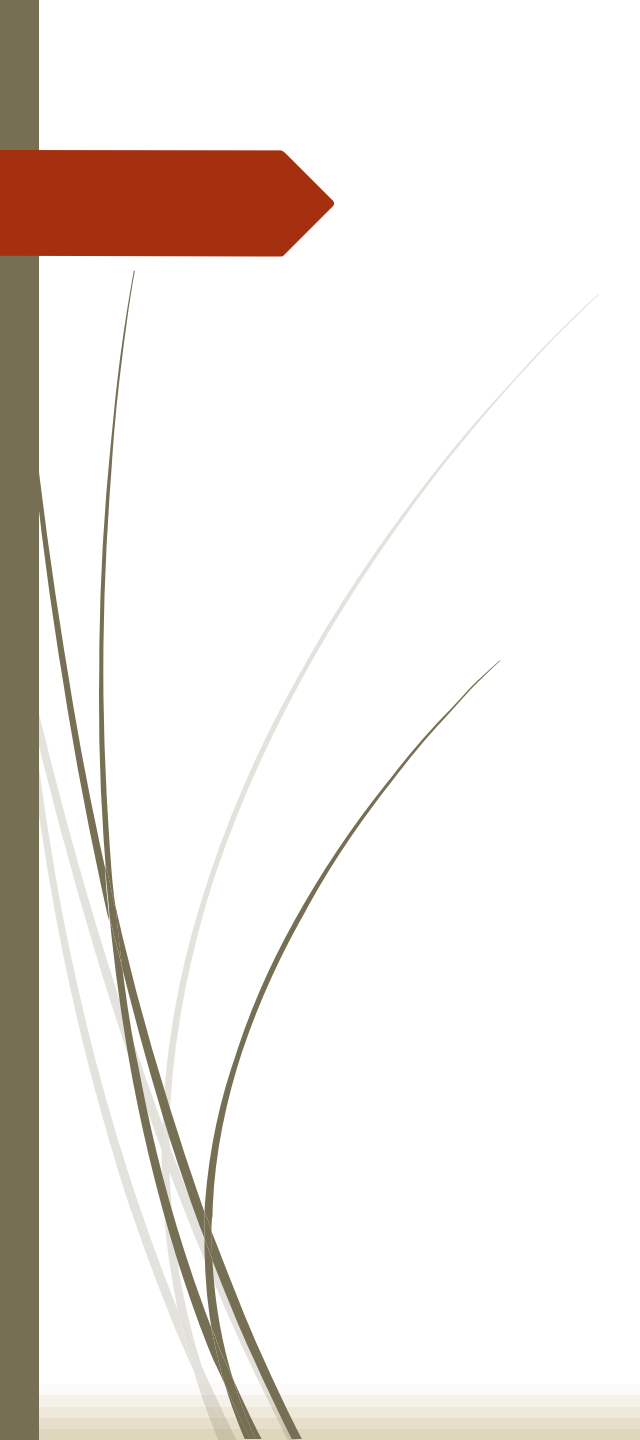
# A blokkoló használatának kor szerinti eloszlása





# Mit (nem) lehet tenni?

- Nem meggyőzhető  
    ➤ 58,8% <-> 2,8%
- Nem fizetnének  
    ➤ 86,7% <-> 10,8%
- Visszafordíthatatlan? Megállítható?
  - Mi elfogadható?
  - Banner? (Ne legyen... De legyen...)
- További kutatások



# KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

Baranyi-Fenyő Georgina

[fenyo.georgina@gmail.com](mailto:fenyo.georgina@gmail.com)

0670/ 377 33 01