

VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ a VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ
VÝVOJ SOFTWARE
MEDIAN, Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9
tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101
[http: //www.median.cz](http://www.median.cz), e-mail: median@median.cz

Oficiální partner
KANTAR MEDIA GROUP pro ČR

Média v přirozeném světě

Miloš Staněk
MEDIAN









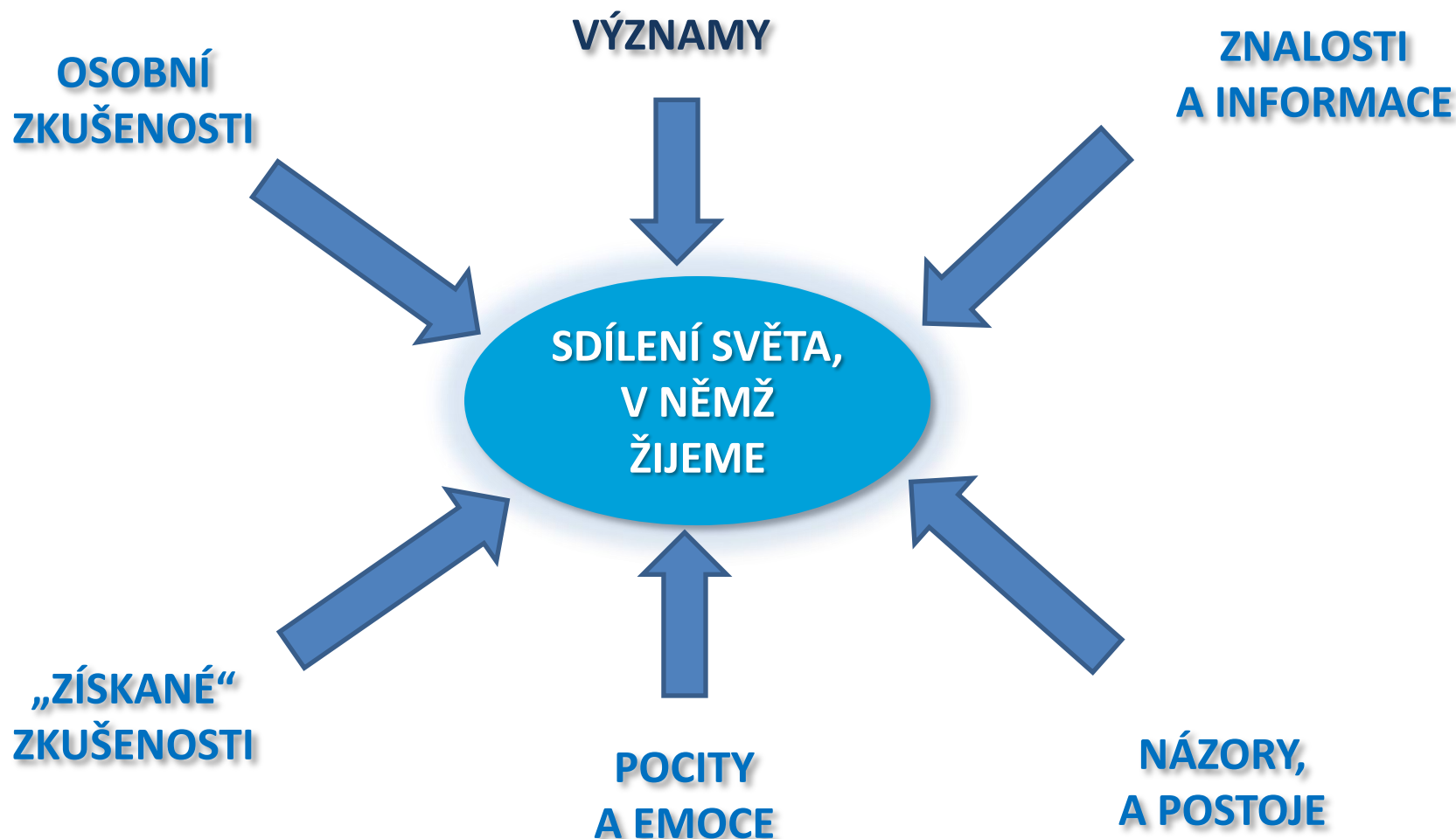




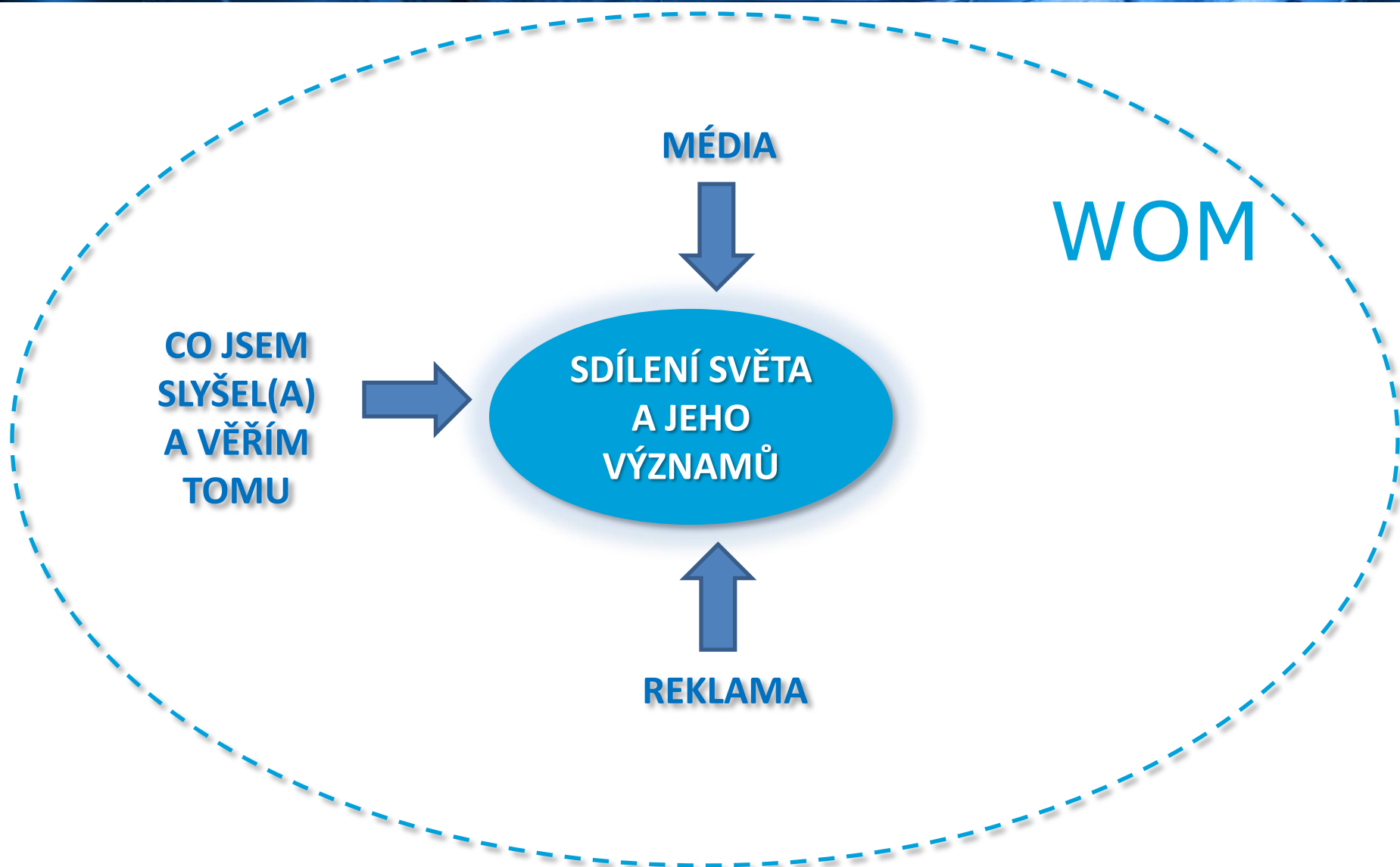




Proč si „šeptáme“ , jak vzniká WOM?



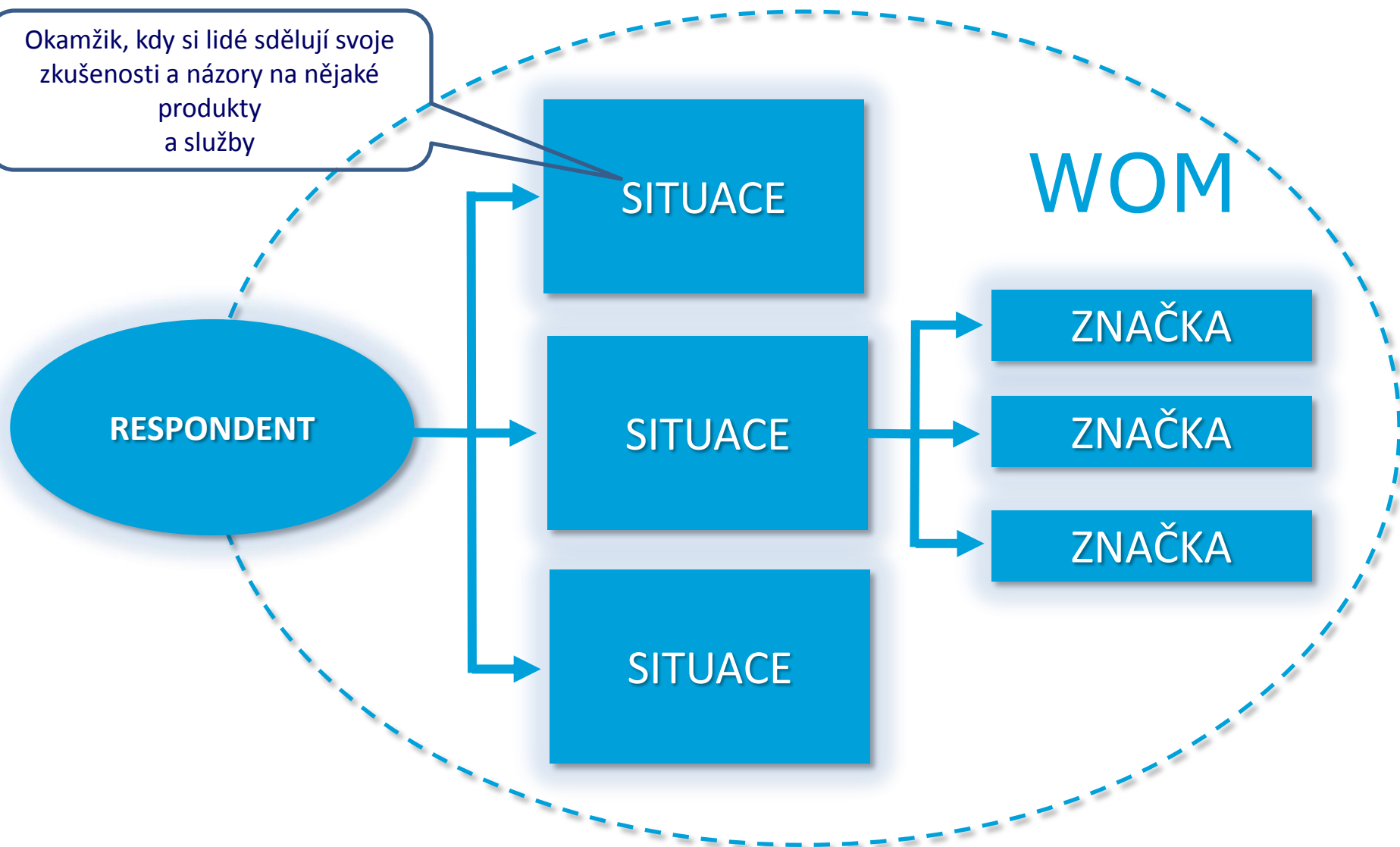
Co ještě vstupuje do WOM?



- WOM = moderní koncept
- Výzkum:
 - Studie, jak WOM vzniká
 - Obecné segmentace
 - Důraz na Internet (Facebook apod.)
- Nový přístup MEDIAN:
 - Inspirace v USA:
 - Od roku 2008 – „měření“ šeptandy
 - Vlastní přístup:
 - Vývoje dotazníku, pilotáž

Náš výzkum MML-WOM:

Okamžik, kdy si lidé sdělují svoje zkušenosti a názory na nějaké produkty a služby



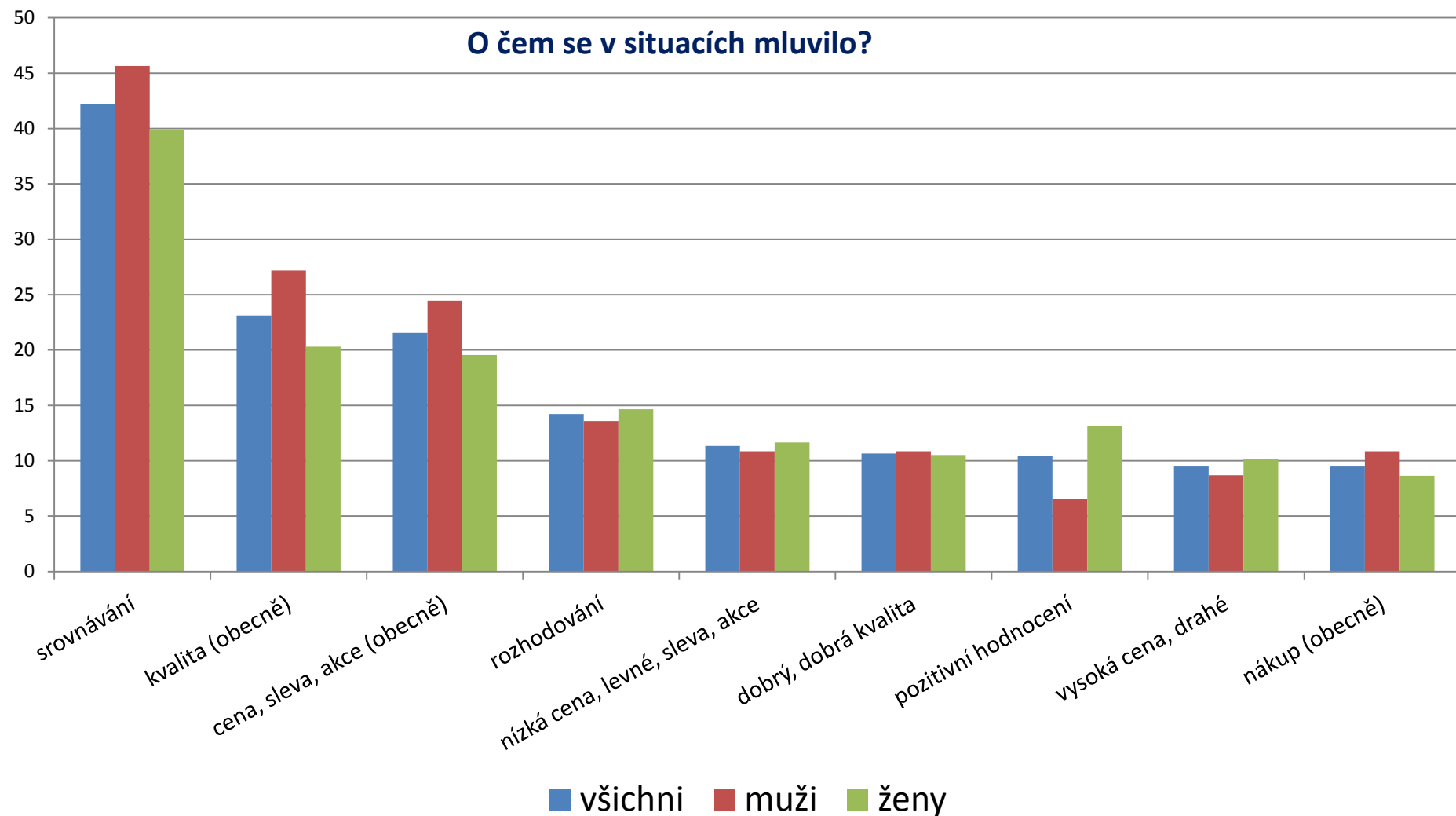
Všechny situace z uplynulých 24 hodin:

- **Kdekoliv** během dne (doma, v práci, na ulici, v kavárně...)
- **Kdykoliv** během dne (ráno, během oběda, odpoledne...)
- Prostřednictvím **všech prostředků** komunikace mezi lidmi

A tyto situace detailně popisuje z hlediska:

- O kterém produktu / značce / službě se mluvilo
- O jakou šlo konkrétně informaci
- Kdo o produktu / značce / službě / firmě mluvil
- Kdo všechno byl přítomen a poslouchal dané informace
- Důvěryhodnost informací
- Odkud byly informace čerpány

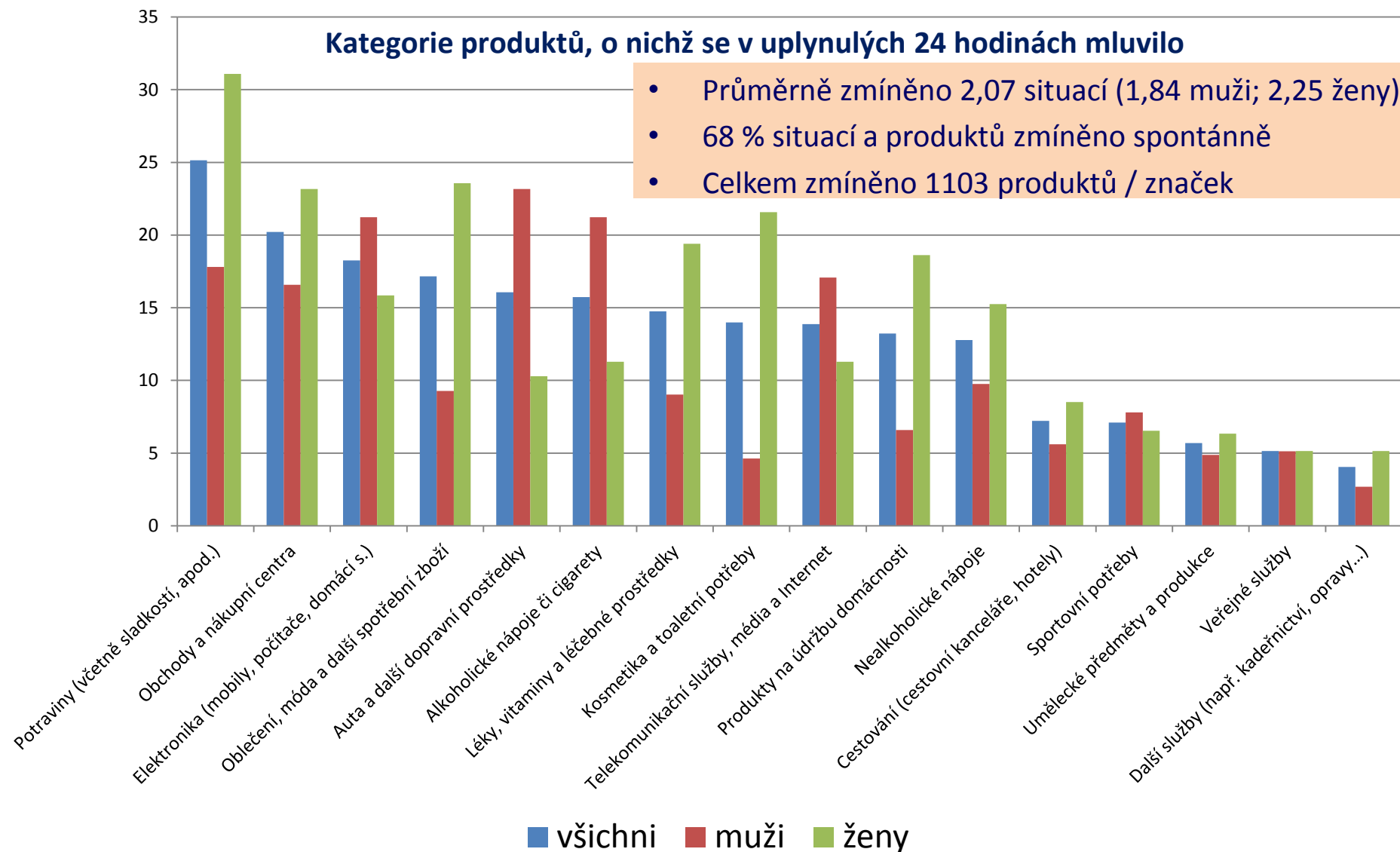
Výsledky, leden 2012



Výsledky, leden 2012

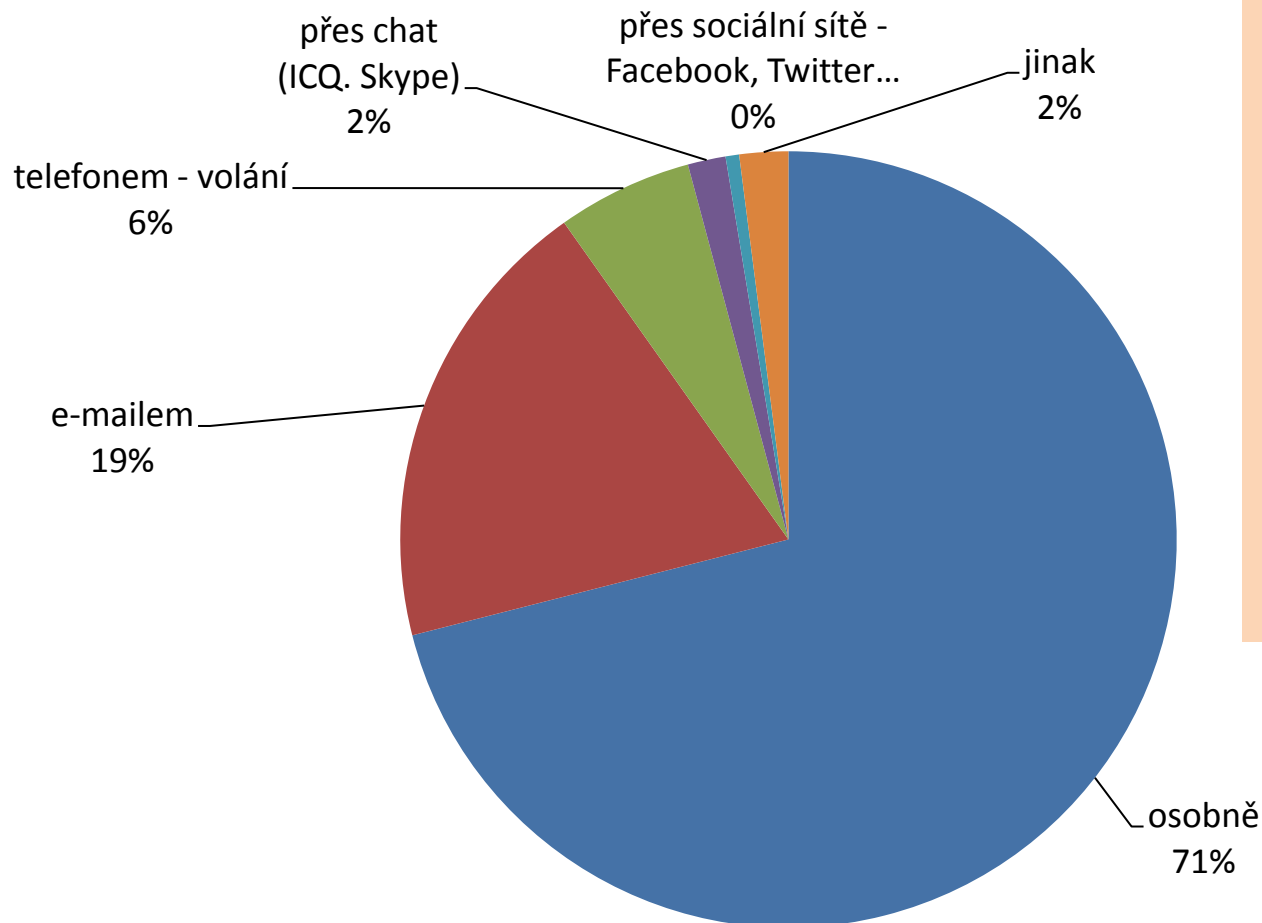
Kategorie produktů, o nichž se v uplynulých 24 hodinách mluvilo

- Průměrně zmíněno 2,07 situací (1,84 muži; 2,25 ženy)
- 68 % situací a produktů zmíněno spontánně
- Celkem zmíněno 1103 produktů / značek



Výsledky, leden 2012

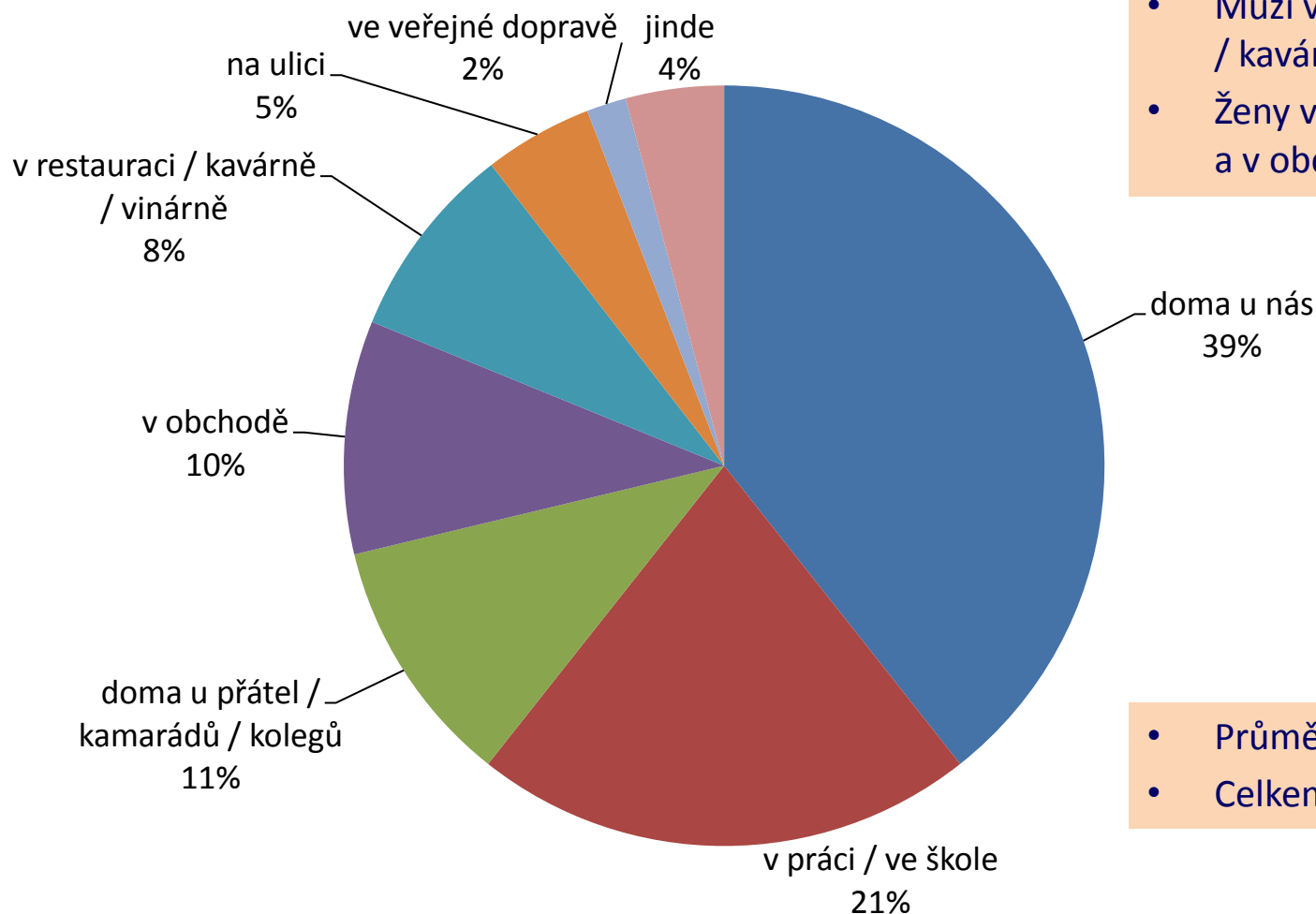
Jakým způsobem se odehrávala komunikace?



- Stejně pro muže i ženy
- Podíl internetových situací mírně stoupá ve věkové skupině 20 – 40 let, avšak celkové poměry zůstávají stejné
- Podobné výsledky jako v USA = jen 10 % WOM se děje přes Internet

Výsledky, leden 2012

KDE se odehrávala komunikace?

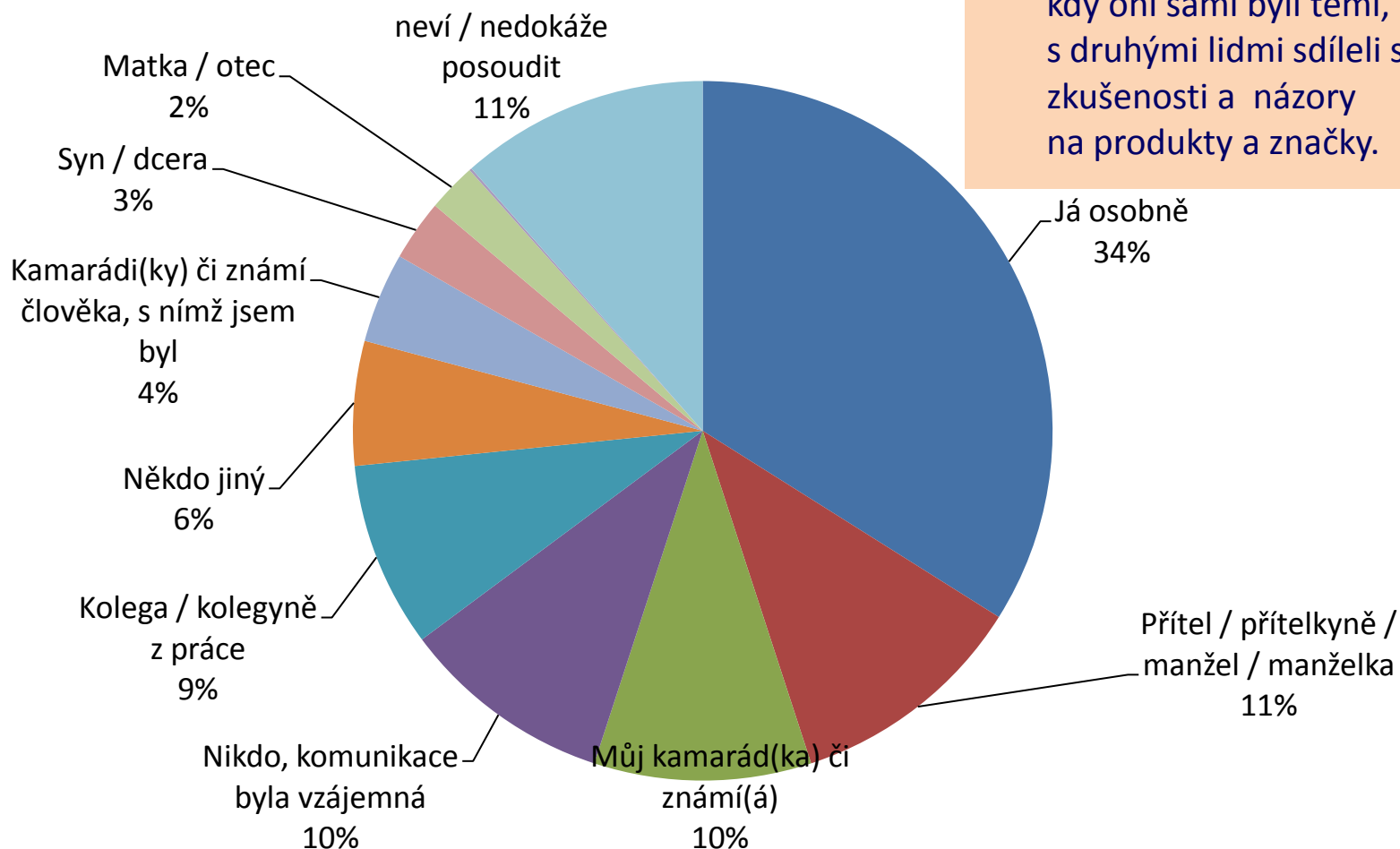


- Muži více v restauraci / kavárně / vinárně
- Ženy více doma a v obchodě

- Průměrně 2,85 osob.
- Celkem 2580 osob

Výsledky, leden 2012

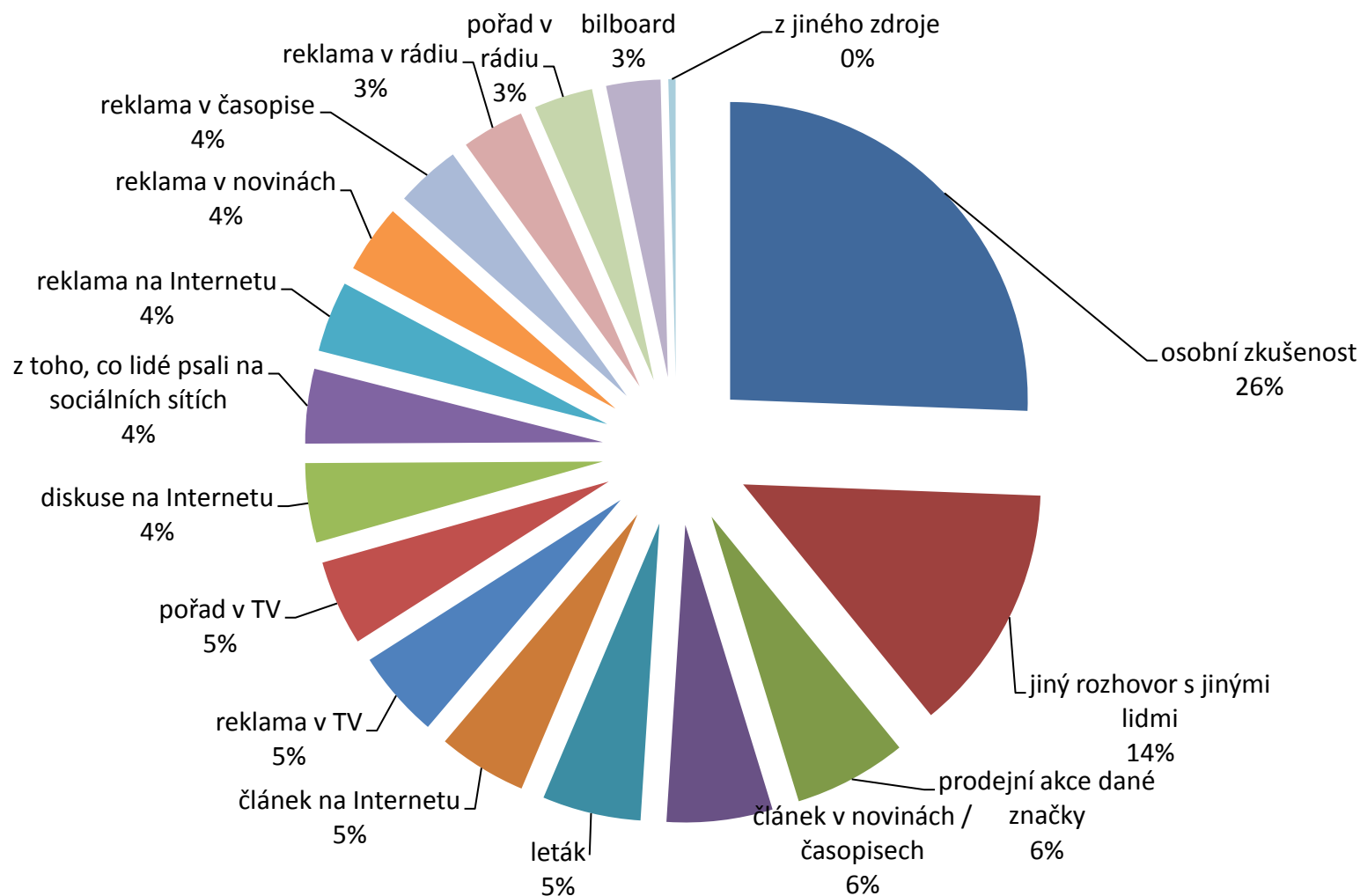
KDO sděloval názory o produktech, značkách?



- 70 % respondentů zažilo za posledních 24 hodin situaci, kdy oni sami byli těmi, kdo s druhými lidmi sdíleli svoje zkušenosti a názory na produkty a značky.

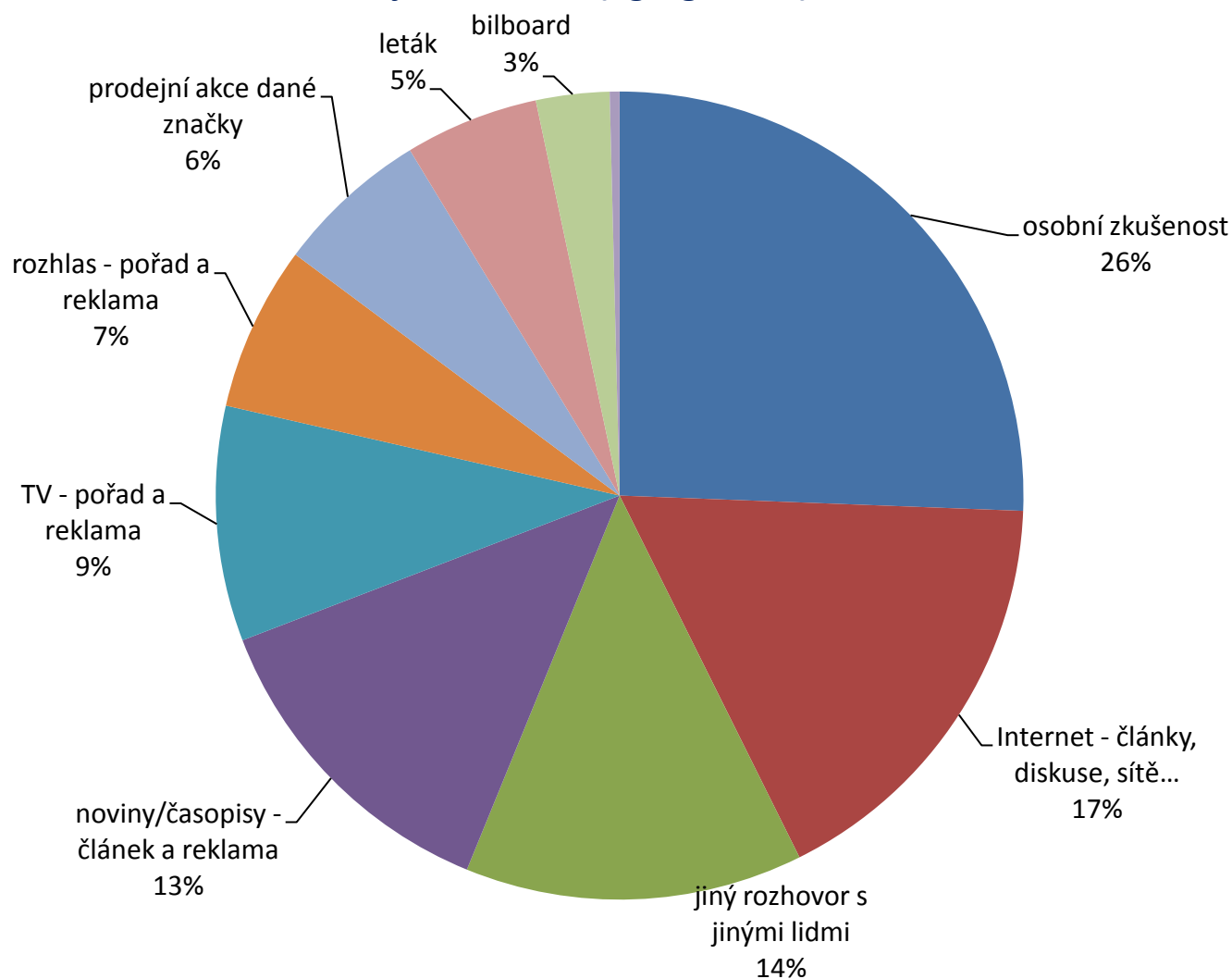
Výsledky, leden 2012

Zdroje informací (podrobně):



Výsledky, leden 2012

Zdroje informací (agregované):



- Média nekonzumujeme
 - Ale média jsou součástí našeho přirozeného světa
 - Zůstáváme normální 😊
-
- Přibývají nová
 - K nim se vztahujeme a využíváme je
 - Ale přestože někteří s některými tráví spoustu času
 - Radši sdílíme svět jako v „době předmediální“

Děkuji za pozornost!!!