

Sporočilo za medije – za takojšnjo objavo

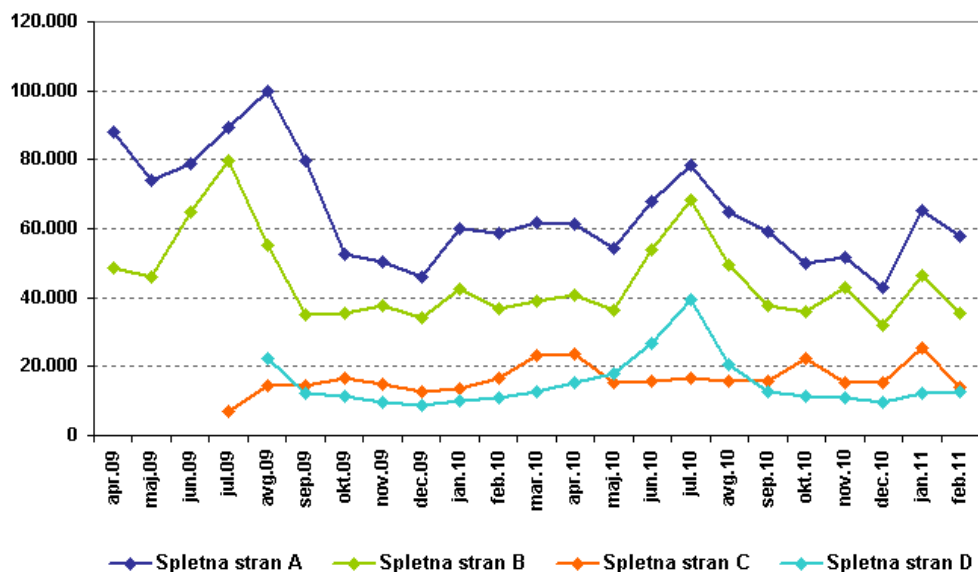
Kam na poletni dopust? Slovenski uporabniki spleta iščejo odgovor v »last minute« ponudbah.

Ljubljana, 11. april 2011

Podatki MOSS kažejo, da 28 % slovenskih uporabnikov spleta vsaj mesečno če ne pogosteje na spletu brska za turističnimi informaciji. Takih, ki za tovrstnimi ponudbami brskajo vsaj nekajkrat letno pa je po MOSS že 65 %.

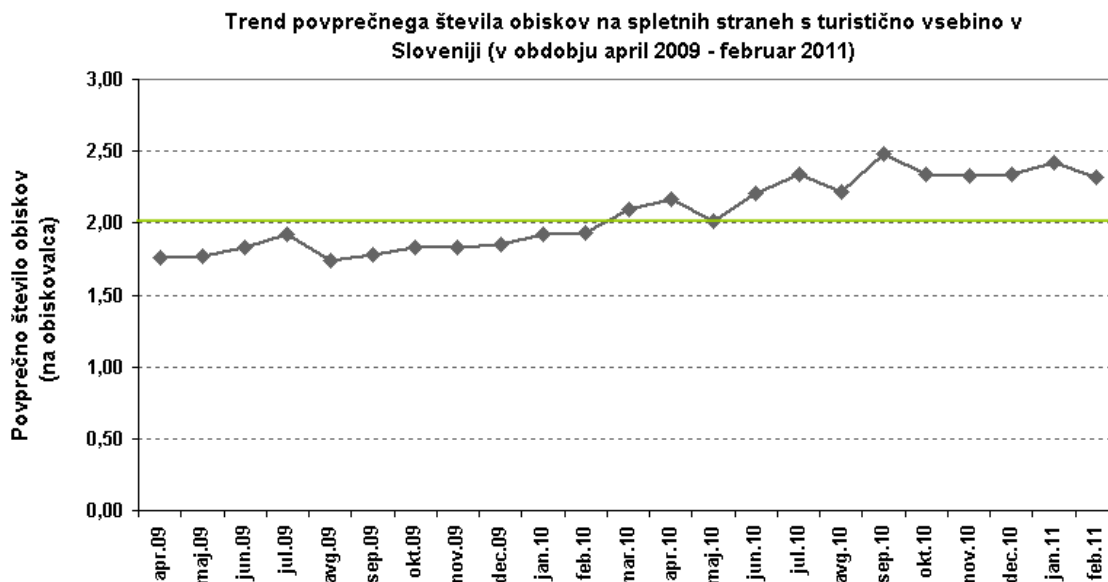
Analiza obiskanosti v projektu MOSS sodelujočih spletnih strani s turistično vsebino razkriva, da Slovenci o ponudbah za poletno dopustovanje najraje razmišljamo tik pred zdajci, ko so najbolj aktualni t.i. »last minute« aranžmaji.

Število obiskovalcev spletnih strani s turistično vsebino
(v obdobju april 2009 - februar 2011)



** Spletni strani C in D sta se meritvi MOSS pridružili julija 2009 oziroma avgusta 2009.

Po podatkih MOSS smo poleti 2010 sicer beležili nekoliko nižjo obiskanost spremljanih spletnih strani v primerjavi s poletjem 2009, kar verjetno lahko pripišemo tudi vplivu recesije in z njo povezanim manjšim povpraševanjem. Kljub temu pa velja, da med ciljnimi skupinami, ki ostajajo aktivni obiskovalci spletnih strani s turistično vsebino, lojalnost (povprečno število obiskov na obiskovalca) v času narašča.



Raziskava MOSS poteka pod okriljem **Slovenske oglaševalske zbornice – SOZ**, v obdobju 2009/2011 pa jo **izvaja družba Valicon iz Ljubljane s podizvajalcem podjetjem Gemius**.

Dodatne informacije:

Zoran Savin, IO SP MOSS, zoran.savin@sonce.net

Vesna Zakarič, vodja projekta MOSS, Valicon, vesna.zakaric@valicon.net

Petra Prelog, vodja projekta na SOZ, petra.prelog@soz.si, tel.: 01 439 60 57