



Optimizacija akcij na internetu
www.iprom.si

SPOROČILO ZA JAVNOST

Internet dobro ukoreninjen v vsakdan slovenskega uporabnika

30 odstotkov časa, namenjenega spremljanju medijev, slovenski uporabniki interneta med tednom preživimo ob uporabi spletnih medijskih vsebin

LJUBLJANA, 26. 10. 2011 – Podjetji iPROM in Valicon sta od konca julija do sredine septembra letos izvajali spletno raziskavo o medijski potrošnji med slovenskimi uporabniki interneta. Izsledki raziskave kažejo, da le-ti v delovnem tednu v povprečju 30 odstotkov svojega medijskega časa namenijo internetnim medijskim vsebinam. V splošnem na internetu porabimo več časa, vendar nekaj manj kot polovico tega časa namenimo različnim storitvam, kot so branje in pošiljanje elektronske pošte, trenutno sporočanje in uporaba socialnih omrežij. Še vedno pa na internetu največ brskamo po spletnih straneh, saj za to znotraj časa na internetu porabimo 39 odstotkov časa. Branju in pošiljanju elektronske pošte ter komunikaciji prek storitev trenutnega sporočanja namenimo 18 odstotkov in skoraj enak delež (17 odstotkov) časa porabimo za uporabo Facebooka, Twitterja in drugih socialnih omrežij. Med vikendom je uporaba nekoliko nižja in tudi delež porabe spletnih medijskih vsebin se nekoliko zmanjša.

»Internet je več kot le medij in njegova uporaba se s tega vidika razlikuje od ostalih medijev, s katerimi smo ga primerjali. Sedaj z mobilno komponento postaja dnevni spremljevalec, od jutra do večera, vsak dan. Vedno bolj pa tudi opažamo, da se med slovenskimi uporabniki interneta širi t. i. medijska večopravnost. Ne gre za novost, a intenzivnost tega pojava se povečuje, predvsem med uporabniki pametnih mobilnih telefonov in tabličnih računalnikov,« je dejal Matjaž Robinšak, direktor raziskav v družbi Valicon. »Predvsem mladi so tisti, ki hitreje spreminjajo navade medijske potrošnje in s tem vplivajo na nov način uporabe interneta na splošno.«

»Pozornost uporabnika interneta je ob klasičnih metodah spletnega oglaševanja vse težje pridobiti. Zato v iPROM-u skladno z razvojem spletnih medijev in njihove uporabe razvijamo nove, napredne in inovativne pristope na področju digitalnega komuniciranja, ki z modularno združitvijo različnih načinov podajanja informacij prek različnih naprav v »zgodbo« nadgrajujejo klasično spletno oglaševanje,« je povedal Simon Cetin, direktor podjetja iPROM. »Dosegati cenovno opravičljive rezultate na področju digitalnega trženja s klasičnim oziroma »ročnim« zakupovanjem oglasnega prostora na spletnih medijih v današnjem okolju praktično ni več možno. To je danes eden izmed največjih izzivov vseh, ki se ukvarjamo z digitalnim komuniciranjem.«

Med delovnim tednom slovenski spletni uporabniki poleg interneta dnevno največ časa namenijo poslušanju radia (32 odstotkov), spremljanju rednih televizijskih programov namenijo 20 odstotkov svojega medijskega časa, z 9 odstotki sledi gledanje DVD-jev in videa.

Medijska poraba se med vikendom spremeni, predvsem v korist televizije. A kljub temu internet s 23 odstotki ostaja med prvimi tremi medijskimi vsebinami. Poslušanju radia je namenjenega 29 odstotkov časa, spremljanju rednega TV-programa pa 26. Pri tem ni upošteevano, koliko tega časa uporabniki namenijo aktivnemu spremljanju medija in koliko pasivnemu.

	delež časa porabljenega v povprečnem dnevu		delež uporabnikov interneta, ki uporabljajo	
	delovni		delovni	
	teden	vikend	teden	vikend
redni TV program	20%	26%	91%	88%
DVD in video	9%	15%	52%	53%
dnevni časopis	4%	4%	68%	54%
revije	3%	4%	59%	51%
radio	32%	29%	75%	65%
internet (medijske vsebine)	31%	23%	95%	87%

Prikaz 1: Delež porabe po posameznih medijih glede na celotno medijsko porabo v povprečnem dnevu od ponedeljka do petka in med vikendom ter delež uporabnikov, ki uporabljajo posamezno vsebino v delovnem tednu in med vikendom (Vir: iPROM, Valicon, spletna raziskava, 22. 7. – 10. 9. 2011)

Opomba: Posameznik lahko istočasno uporablja več medijev, bodisi aktivno bodisi pasivno. Izračunan je delež med vsemi porabljenimi minutami na vseh medijih. Rezultati se nanašajo na vzorec uporabnikov interneta. Vzorec je utežen.

	delež časa porabljenega v povprečnem dnevu		delež uporabnikov interneta, ki uporabljajo	
	delovni		delovni	
	teden	vikend	teden	vikend
spletne strani	39%	38%	95%	93%
spletne video novice	9%	9%	71%	61%
spletne zabavne video vsebine	10%	12%	71%	62%
spletna televizija	1%	3%	11%	11%
email in IM	18%	14%	86%	76%
spletne strani mobilno	5%	5%	46%	33%
socialna omrežja	17%	19%	61%	59%

Prikaz 2: Delež porabe po posameznih spletnih medijskih vsebinah in storitvah glede na celotno porabo interneta v povprečnem dnevu od ponedeljka do petka in med vikendom ter delež uporabnikov, ki uporabljajo posamezno vsebino ali storitev v delovnem tednu in med vikendom (Vir: iPROM, Valicon, spletna raziskava, 22. 7. – 10. 9. 2011)

Opomba: Posameznik lahko istočasno uporablja več medijev, bodisi aktivno bodisi pasivno. Izračunan je delež med vsemi porabljenimi minutami na vseh medijih. Rezultati se nanašajo na vzorec uporabnikov interneta. Vzorec je utežen.

O podjetju Valicon

Družba [Valicon](#) je ena od vodilnih družb za trženjsko svetovanje in raziskovanje na območju jugovzhodne Evrope. Družba je nastala aprila 2007 z združitvijo podjetij CATI iz Slovenije in Prizma Istraživanja iz Hrvaške. Valicon je specializiran za majhne trge, naročniku prilagojene rešitve, napredno metodologijo in poglobljen vpogled v naročnikovo področje delovanja. VALICON svojim naročnikom nudi svoje storitve na celotnem območju nekdanje Jugoslavije, prek izbranih partnerjev pa tudi v drugih državah jugovzhodne Evrope.

O podjetju iPROM

iPROM je vodilna spletna oglaševalska agencija, ki svojim naročnikom zagotavlja pripravo, organizacijo in izvedbo izključno takšnih spletnih oglaševalskih akcij, ki prinašajo merljive in vidne rezultate. Širok nabor edinstvenih tehnoloških in medijskih rešitev (iPROM PagePeel, iPROM Video, iPROM Media, iPROM Central, iPROM Mobile, iPROM Social, iPROM Search, iPROM Direkt, iPROM AD Server) omogoča izvedbo najboljše in najzahtevnejših marketinških strategij, njihovo optimizacijo in končen uspeh.

Podjetje je zavezano neodvisnosti od medijev, saj le tako zagotavlja najširši medijski nabor – od oglaševanja na vsebinskih spletnih medijih, medijih s spleta 2.0 do virusnega oglaševanja in oglaševanja v iskalnikih. iPROM sledi trem osnovnim merskim standardom IAB: serviranje oglasov, video oglaševanje in obogateni spletni oglasi.

Dodatne informacije:

Simon Cetin

Naslov: iPROM, d. o. o.
Marjekova 4
1000 Ljubljana

Tel.: 01/ 51 10 782

Faks: 01/ 51 10 783

E-pošta: simon.cetin@iprom.si

Spletna stran: www.iprom.si