



14ο συνέδριο

infocom world 2012 infocom media

Μια ματιά στα social media από την πλευρά των χρηστών τους...

Άννα Καραδημητρίου

General Manager of Ad Hoc & Online Research

Οι έρευνες



Συνεχής Πανελλήνια
έρευνα για το
internet

15.000 συνεντεύξεις
τον χρόνο



Online έρευνα

Χρήστες social
media,
15+ ετών,
Πανελλαδικά

401 συνεντεύξεις

Οκτώβριος, 2012

[illegible]

Η σχέση με τις μάρκες

ΣΤΙΣ 4 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ

ο Mark Zuckerberg δημοσίευσε :



This morning, there are more than one billion people using Facebook actively each month.

If you're reading this: thank you for giving me and my little team the honor of serving you.

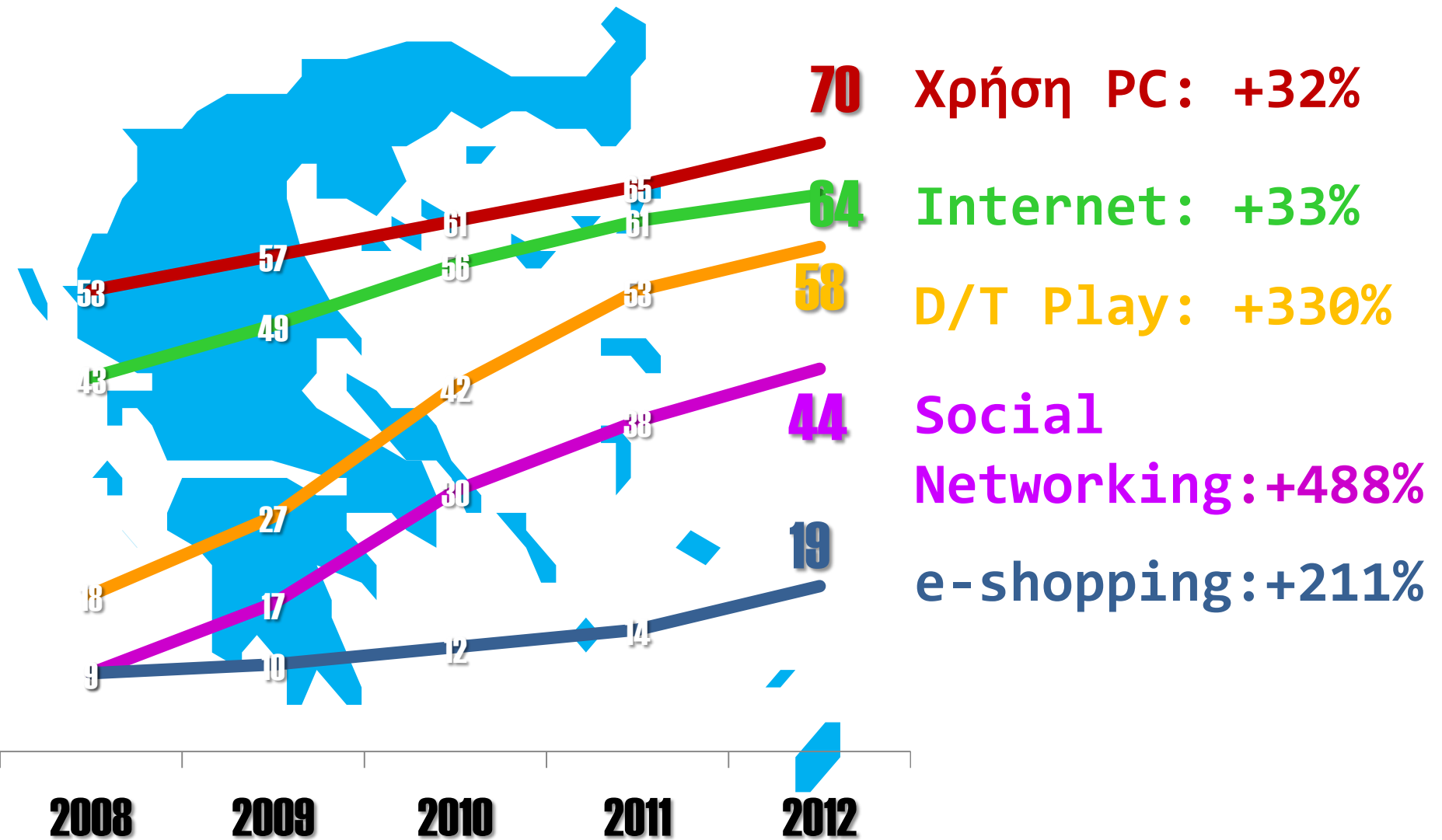
Helping a billion people connect is amazing, humbling and by far the thing I am most proud of in my life.

I am committed to working every day to make Facebook better for you, and hopefully together one day we will be able to connect the rest of the world too.

Η μεγαλύτερη «χώρα» του κόσμου



Στην Ελλάδα, μέσα σε 5 χρόνια:



Σχεδόν 1 στους 2 έλληνες χρησιμοποιούν site κοινωνικής δικτύωσης, με σαφή την πρωτοκαθεδρία του Facebook

facebook

44% των Ελλήνων το έχουν επισκεφτεί την τελευταία εβδομάδα

8 στους 10 σε καθημερινή βάση

Ξοδεύοντας αθροιστικά πάνω από μια ώρα μέσα σε μια τυπική ημέρα

■ Λιγότερο από 15 λεπτά
■ 31 - 60 λεπτά
■ 1,5 με 2 ώρες

■ 15 - 30 λεπτά
■ 60 - 90 λεπτά
■ 3+ ώρες



Μέσος Χρόνος: 88'
(Γυναίκες: 99' Ηλικίες 15-24 ετών: 104')

Πηγή: FOCUS BARI, Online έρευνα για τα social media (n=401), Οκτώβριος 12



25 October near Athens

Η αλήθεια είναι ότι όταν έχω 10 λεπτά ελεύθερα, τα περνάω και τα 45 στο Facebook.

Like · Comment · Share



Ο ρόλος & οι δραστηριότητες

Με «αρχηγό» το Facebook,
τα social media σημαίνουν:

Ενημέρωση για τα
πάντα-βασική για
τους νέους

Πολυποίκιλη
έκφραση-εκτόνωση-
«πλάκα»

Ατομική &
παρεϊστική-
μοίρασμα

Απρόσωπη &
Προσωπική

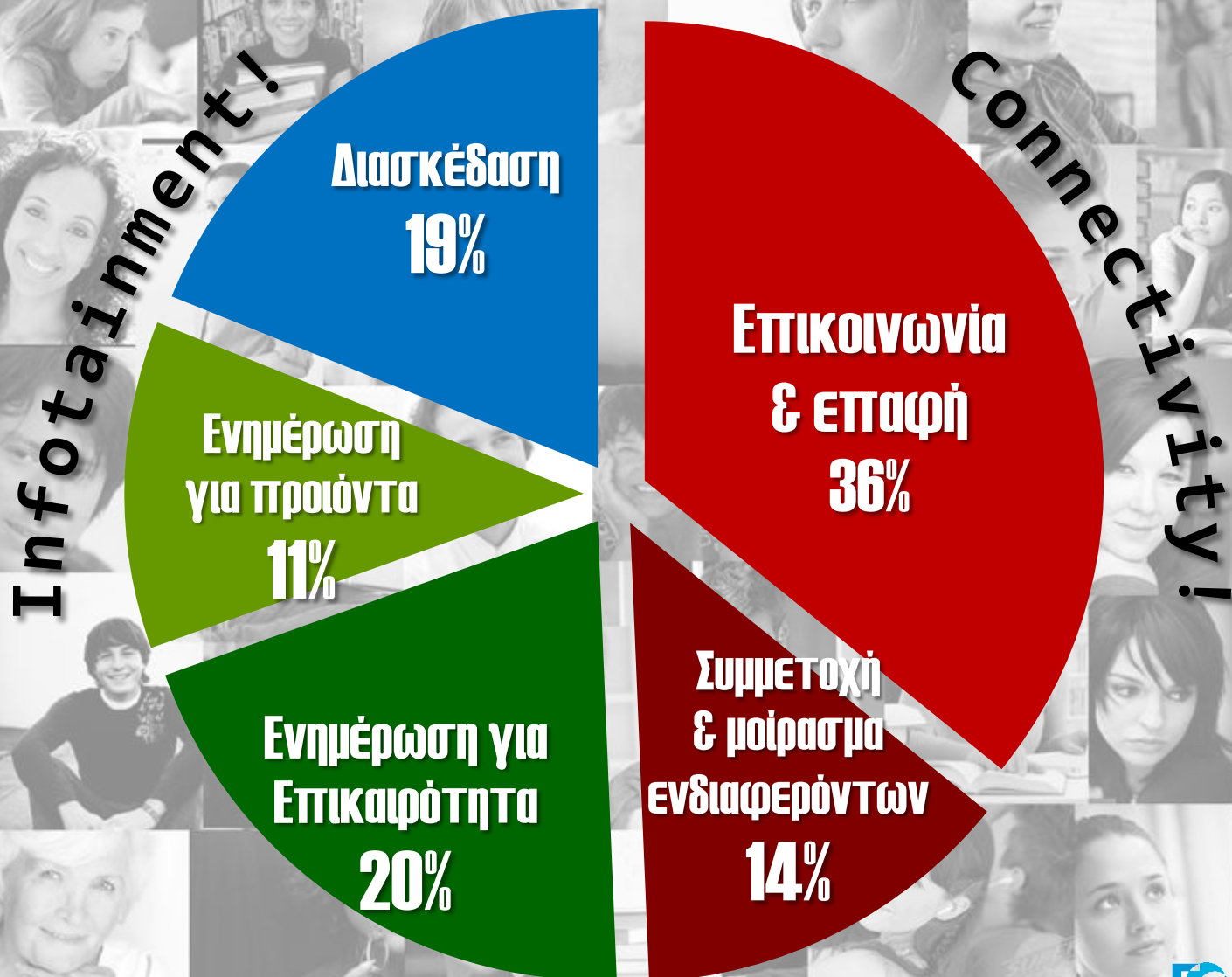
Άμεση-απλή-
εύκολη

Επικοινωνία
-επαφή

facebook

Κοινωνική δικτύωση «ισορροπεί» μεταξύ connectivity & infotainment

Μέσο % σημαντικότητας κάθε παραμέτρου



Με βασικότερες τις δραστηριότητες connectivity (TOP 5)

■ ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ 1 ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ

■ 1 ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ

Διαβάζουμε δημοσίευση

72

23

Σχόλια σε δημοσίευση άλλων 42

42

Αναζήτηση ατόμου 38

44

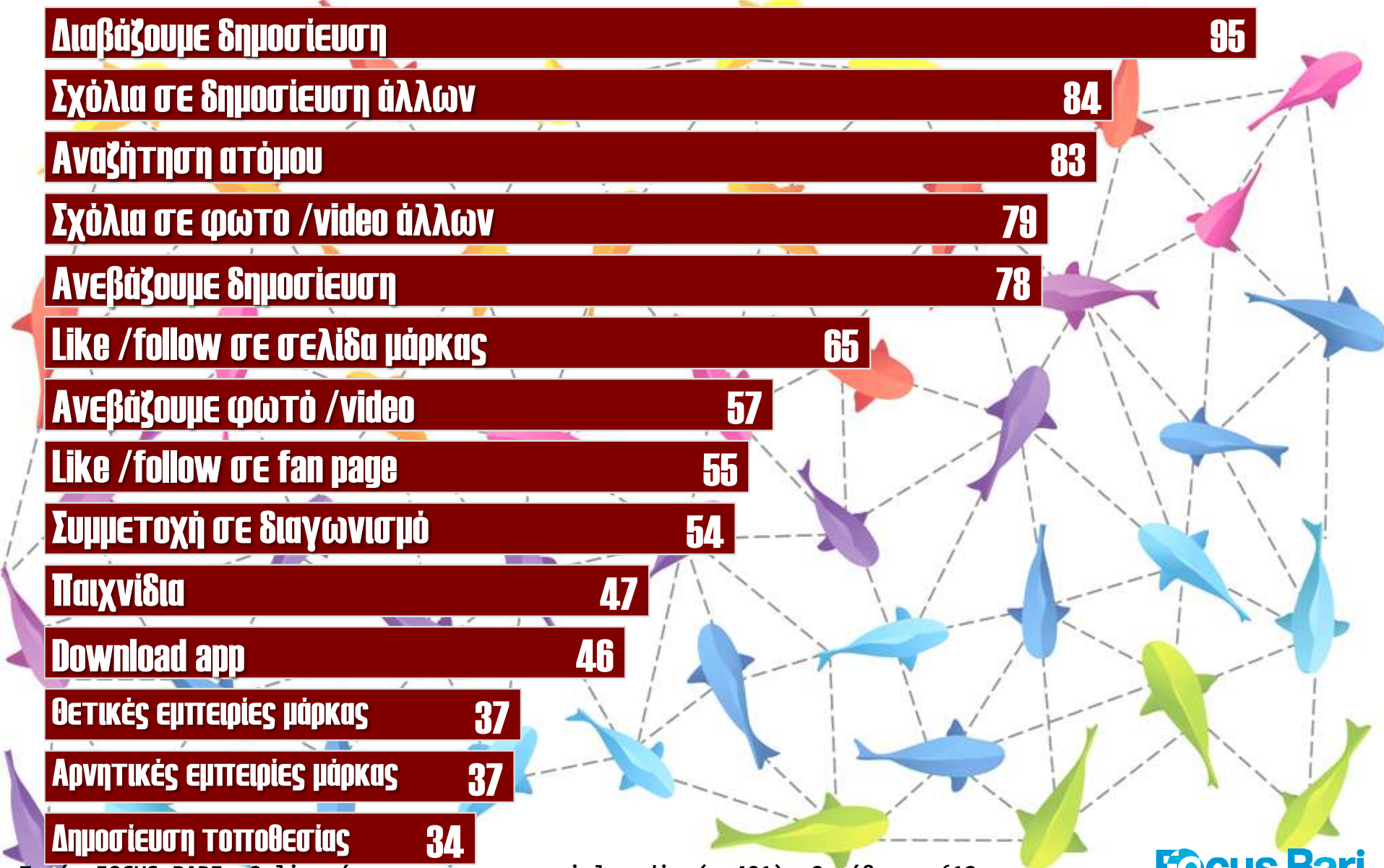
Σχόλια σε φωτο /video
άλλων 36

42

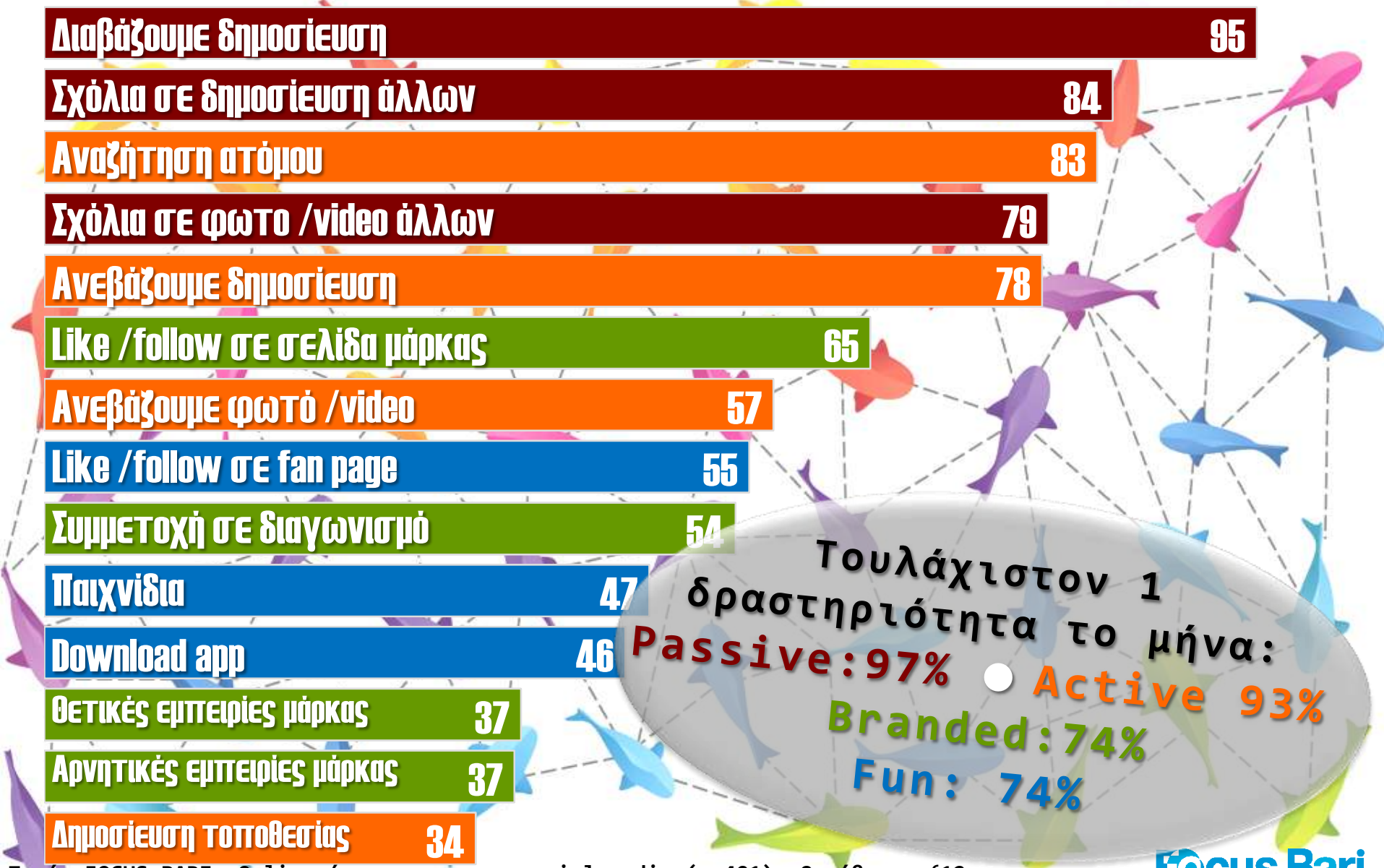
Ανεβάζουμε δημοσίευση 37

41

... Που συμπληρώνονται με δραστηριότητες infotainment



Επικοινωνούμε (pro-active ή re-active), διασκεδάζουμε, αλληλεπιδρούμε με μάρκες



Social Media Strategy

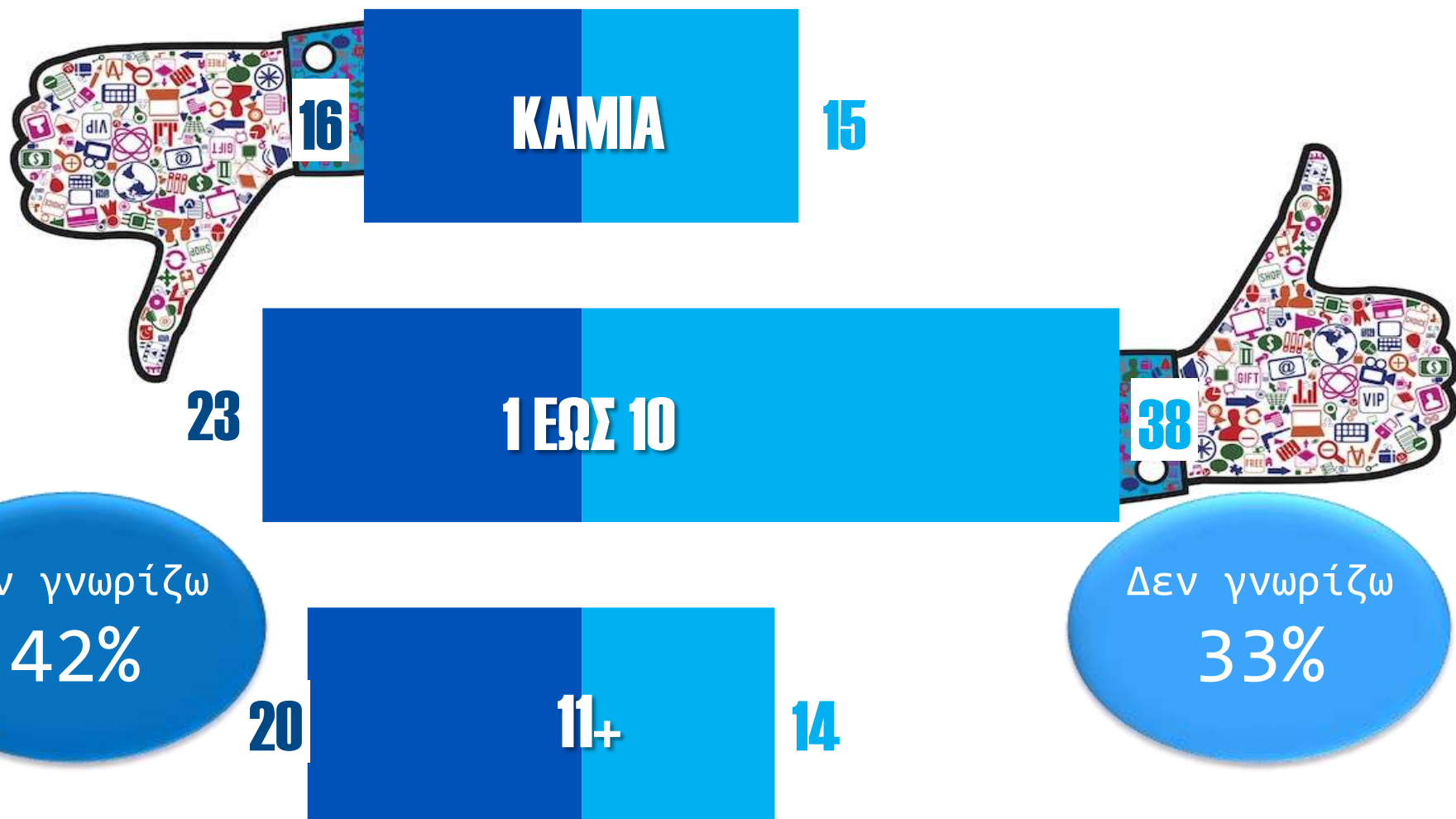
Η σχέση με τις **μάρκες**

Και τελικά, πόσες μάρκες ακολουθούμε, κάνουμε like, υποστηρίζουμε ενεργά;

■ LIKE

■ Συμμετοχή

%



Οι λόγοι «υποστήριξης» μιας μάρκας:

Συμμετοχή σε διαγωνισμούς για δώρα & κουπόνια

78

Πρόσβαση σε εκπτώσεις και προσφορές

72

Ενημέρωση για νέα προϊόντα / υπηρεσίες

56

Εκδήλωση υποστήριξης στη μάρκα

47

Ενημέρωση για δραστηριότητες της μάρκας

44

Συμμετοχή σε ενέργειες που αρέσουν

41

Ενημέρωση για την εταιρία

36

Μοιραστώ τη γνώμη

23

Από σύσταση

21



Στο δια ταύτα... **Η εδραίωση των social media
είναι γεγονός**

**Καλύπτει πολύπλευρες
ανάγκες των καταναλωτών**

**Στην πράξη,
αποτελούν touch point με τις
μάρκες**

**...και είναι στο χέρι μας να τα
εκμεταλλευτούμε
«ακούγοντας» τους &
πηγαίνοντας από τη δική τους
πλευρά**



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ...

Αλλά, πάνω από όλα, ευχαριστώ
τα μέλη της FocusOnline που συμμετείχαν στην
στην **αποκλειστική έρευνα** για την infocom 2012

Άννα Καραδημητρίου

Γενική Διευθύντρια Ad hoc ερευνών

Focus Bari