

Raport

Święta w oczach Internautów: o marketingu, wydatkach na prezenty i Wigilii.

IMAS International w przedświątecznym badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów, co sądzą o terminie rozpoczęcia świątecznego marketingu. Czy uważają, że firmy podejmują działania sprzedażowe za wcześnie, a może wręcz przeciwnie - za późno? Ciekawi byliśmy także, jakie planują wydatki na prezenty świąteczne i jaka ich część zostanie przeznaczona na zakupy dokonane przez Internet. Na koniec, poprosiliśmy o spontaniczne wskazanie, kogo ze znanych Polaków chętnie gościliby przy wigilijnym stole. Zapraszamy do zapoznania się z opiniami reprezentatywnej grupy internautów na temat kilku kwestii związanych z nadchodzącymi Świętami Bożego Narodzenia.

IMAS International Sp. z o.o.
Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej

Data przygotowania raportu: 3 grudnia 2008 r.
Data przeprowadzenia badania: 20-24 listopada 2008 r.



Większość Internautów uznaje świąteczne działania marketingowe i promocyjne za przedwczesne. Najchętniej woleliby, aby rozpoczynały się na początku grudnia.

Ponad 80% badanych uważa, że wszelkie formy promocji i działań marketingowych przed Świętami Bożego Narodzenia **rozpoczynają się za wcześnie**. Tylko 2% ankietowanych wolałoby wcześniejsze promocje, natomiast 18% deklaruje, że ich czas jest właściwy.

Czy uważa Pan(i), że związane ze Świętami Bożego Narodzenia działania marketingowe firm i sklepów są obecnie rozpoczynane...

Podstawa: wszyscy respondenci



Wśród respondentów, którzy woleliby, aby promocje świąteczne rozpoczynały się później, **zdecydowana większość (ponad 68%) uważa początek grudnia za najlepszy czas na rozpoczęcie bożonarodzeniowych działań marketingowych**, a 12% godzi się na rozpoczynanie ich dopiero tuż przed samymi świętami, czyli w drugiej połowie grudnia.

Kiedy Pana(i) zdaniem jest odpowiednia chwila na rozpoczęcie tych działań?

Podstawa: jeśli respondent uważa, że działania marketingowe są rozpoczynane za wcześnie



O IMAS International

IMAS International (www.imas.pl) od 1994 roku zajmuje się profesjonalnymi badaniami rynku i opinii społecznej w Polsce. Od 2005 roku realizuje badania przez Internet, m.in. wśród uczestników internetowego panelu badawczego IMAS OnLine (www.imasonline.pl).

Internauci planujący zakup prezentów świątecznych deklarują, że wydadzą na nie średnio 487 zł. Prawie 22% z nich przeznaczy w tym roku większą sumę pieniędzy na zakupy przez Internet niż przed rokiem.

88% ankietowanych zadeklarowało chęć kupna prezentów bożonarodzeniowych, a tylko 3,5% stwierdziło, że nie obdaruje swoich najbliższych w tym roku.

Czy zamierza Pan(i) kupić w tym roku prezenty gwiazdkowe swoim najbliższym?

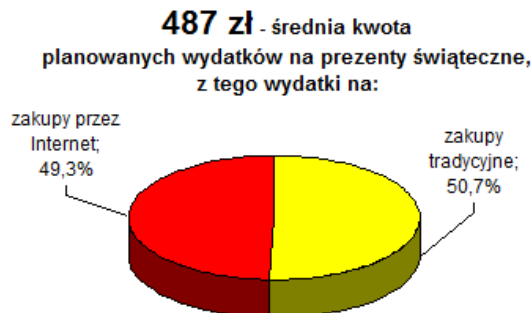
Podstawa: wszyscy respondenci



Ile wydadzą Internauci? 30% jeszcze tego nie wie, a pozostali deklarują, że na zakup prezentów w tym roku planują przeznaczyć średnio 487 zł, z czego średnio 240 zł zostanie przeznaczonych na zakupy przez Internet. Stanowi to blisko połowę ich wydatków przeznaczonych na ten cel.

Jaką sumę pieniędzy zamierza Pan(i) przeznaczyć na zakup prezentów gwiazdkowych?

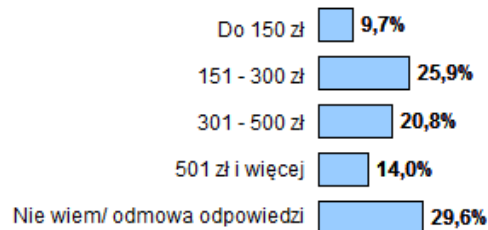
Podstawa: Jeśli respondent zamierza kupić prezenty i deklaruje konkretną kwotę



Najwięcej respondentów - blisko 26% - deklaruje, że na prezenty wyda od 151 do 300 zł, 21% robi prezenty w przedziale od 301 do 500 zł, a 14% - droższe. Poniżej 150 PLN wyda tylko niecałe 10% respondentów, natomiast prawie 30% nie zdecydowało się jeszcze jaką kwotę przeznaczy na podarki dla najbliższych.

Jaką sumę pieniędzy zamierza Pan(i) przeznaczyć na zakup prezentów gwiazdkowych?

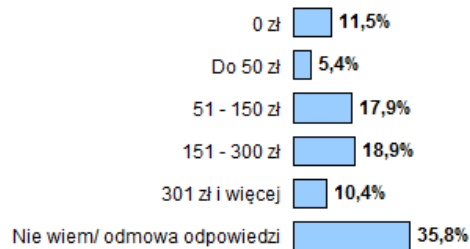
Podstawa: Jeśli respondent zamierza kupić prezenty



Jeśli chodzi o wydatki na zakupy przez Internet, to 5,4% wyda kwotę do 50 zł, 18%: zamówi towary o wartości od 51 do 150 zł, 19%: 151 - 300 zł, a ponad 10% zakupi prezenty o wartości powyżej 300 zł. **Niewiele, bo tylko ok. 11 % użytkowników Internetu deklaruje, że nie wyda ani złotówki na zakup prezentów świątecznych przez Internet.**

Jaką kwotę z planowanej sumy pieniędzy na prezenty gwiazdkowe zamierza Pan(i) wydać na prezenty kupowane przez Internet?

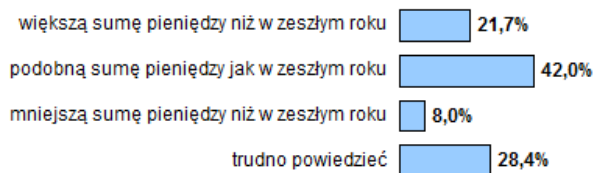
Podstawa: Jeśli respondent zamierza kupić prezenty



Porównując wielkość swoich zakupów świątecznych dokonywanych przez Internet do tych sprzed roku, większość osób szacuje, że będą one podobnej wielkości, jak przed rokiem. **Ale już co piąty Internauta deklaruje przeznaczenie większej kwoty w porównaniu do roku ubiegłego.** Tylko 8% ankietowanych wyda w tym roku mniej na prezenty gwiazdkowe przez Internet.

Czy w tym roku przeznaczy Pan(i) na zakup prezentów gwiazdkowych przez Internet:

Podstawa: Jeśli respondent zamierza kupić prezenty

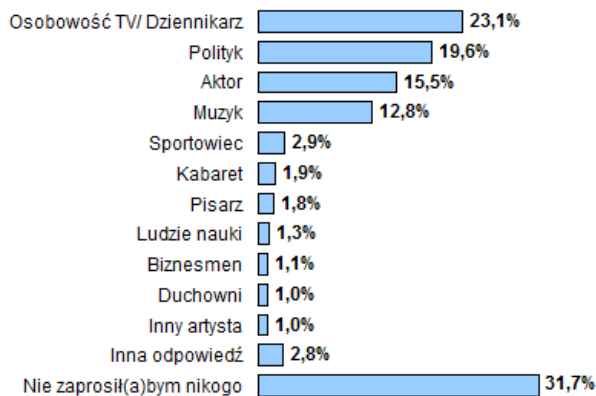


Gdyby Internauci mieli zaprosić na Święta kogoś ze znanych, żyjących Polaków, najchętniej zasiedliby do wigilijnego stołu z osobą, którą znają z telewizji. Spośród wszystkich spontanicznie wskazywanych osób, najczęściej wymieniany jest Donald Tusk.

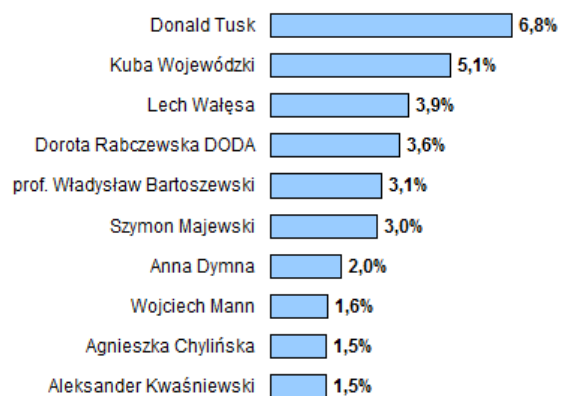
IMAS International poprosił respondentów o otwarte, spontaniczne wskazanie, kogo - ze znanych i żyjących obecnie Polaków - zaprosiliby do wigilijnego stołu. **Okazało się, że najczęściej wymieniane są dziennikarze i prowadzący programy telewizyjne (23,1%).** Dwie pierwsze pozycje w tym gronie zajmują naczelnicy showmani stacji TVN, czyli Kuba Wojewódzki (5,1%) oraz Szymon Majewski (3,0%).

Kogo ze znanych żyjących obecnie Polaków (ze świata polityki, biznesu, gwiazd estrady, TV lub radia, itp.) chętnie gościł(a) by Pan(i) przy swoim wigilijnym stole?

Wyniki pogrupowane w kategorie
Podstawa: wszyscy respondenci



10 najczęściej wymienianych osób
Podstawa: wszyscy respondenci



Drugą co do popularności grupą osób są politycy. Prawie 20% ankietowanych chciałoby zjeść kolację wigilijną z zawodowym politykiem, najpopularniejszym wśród nich (ale także w całości odpowiedzi) okazał się **Donald Tusk (blisko 7% spontanicznych wskazań)**. Kolejnym często wymienianym politykiem był nasz były prezydent **Lech Wałęsa (3,9%)** oraz **prof. Władysław Bartoszewski (3,1%)**. Obecny prezydent **Lech Kaczyński** uzyskał 1,3% odpowiedzi i znalazł się na 13 pozycji w tym rankingu.

Kolejne 13% respondentów do towarzystwa podczas Wigilii zaprosiłoby muzyków, przede wszystkim Dorotę Rabczewską (3,6%) znaną wszystkim jako Dodę oraz Agnieszkę Chylińską (1,5% wskazań), której nowe oblicze mamy możliwość obserwować w gronie jury jednego z programów rozrywkowych. Do tego grona w dalszej kolejności dołączyli: Kasia Kowalska, Kasia Nosowska i zespół Feel.

Jeżeli chodzi o sportowców najbardziej popularni okazali się Robert Kubica i Adam Małysz, w przypadku kabaretów - Ani Mru Mru, a najczęściej zapraszane pisarki to polska noblistka Wisława Szymborska oraz podróżniczka i pisarka Beata Pawlikowska.

Podsumowując, wskazując na konkretne osoby polscy Internauci spontanicznie zaprosiliby najchętniej na Wigilię obecnego premiera, który zyskał prawie 7% głosów. Kolejne miejsce w rankingu znanych osób, z którymi nasi respondenci podzieliliby się opłatkiem zajmują: Kuba Wojewódzki (5,1%), Lech Wałęsa (3,9%), DODA (3,6%), prof. Władysław Bartoszewski (3,1%) i Szymon Majewski (3,0%).

Należy podkreślić, że najczęściej udzielaną odpowiedzią na to pytanie było „Nie zaprosił(a)bym nikogo”, większość ankietowanych odpowiadała, że są to święta rodzinne i zamierzają spędzić je tylko w gronie najbliższych.

Źródło: Badanie Omnibus-Online (IMAS International) przeprowadzone przez Internet w dniach 20-24 listopada 2008 roku na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu ważonej próbie n=560 osób w wieku 18 – 54 lat. Dobór do próby losowo-kwotowy.

O IMAS International

IMAS International specjalizuje się w badaniach prowadzonych przez Internet

IMAS International pragnie zaoferować Państwu możliwość przeprowadzenia badań wśród użytkowników Internetu w Polsce. Zachęcamy Państwa m. in. do zamieszczenia swoich pytań w wielotematycznym badaniu Omnibus-Online realizowanym przez Internet.

Czym jest Omnibus-Online?

Omnibus to zwyczajowa nazwa na wielotematyczne badanie, w którym respondentom zadawane są pytania przygotowane przez różnych klientów. Omnibus-Online realizowany jest przez Internet, wśród zarejestrowanych uczestników panelu IMAS OnLine (→ www.imasonline.pl). Badanie prowadzone jest każdorazowo na reprezentatywnej próbie 500 użytkowników Internetu w wieku od 18 do 54 lat.

Dlaczego Omnibus-Online?

- minimalne koszty - a jednocześnie bez rezygnacji z jakości, które daje badanie na dużych, reprezentatywnych próbach,
- szybkość - dane są gotowe już po tygodniu od uruchomienia badania,
- możliwość załączania elementów audio i video,
- realizowany co miesiąc pozwala na obserwowanie zmian zachodzących w czasie.

Badanie Omnibus-Online pozwala na szybki wgląd w problem, natomiast do pogłębionej analizy wymagane jest przygotowanie kompleksowego projektu pod potrzeby klienta.

Przykładowe zastosowania

- sprawdzenie stopnia zainteresowania produktem,
- pozyskanie opinii na temat własnych produktów i porównanie ich do konkurencji,
- szybki test pomysłu na produkt we wczesnej fazie projektowania, a potem sprawdzanie w kolejnych etapach przygotowania.

Badanie realizowane jest raz w miesiącu. Szczegółowy harmonogram znajduje się poniżej.

Grudzień 2008	
Zamknięcie kwestionariusza (ostateczny termin przesyłania pytań *)	10.12 (śr), do godz. 12:00
Programowanie kwestionariusza i przygotowanie próby respondentów	11-12.12 (czw-pt)
Realizacja badania	13-17.12 (so-śr)
Wyniki (dane)	19.12 (pt) do końca dnia

Od stycznia 2009	
Zamknięcie kwestionariusza (ostateczny termin przesyłania pytań *)	Drugi poniedziałek miesiąca do godz.12:00
Programowanie kwestionariusza i przygotowanie próby respondentów	wtorek-środa
Realizacja badania	czwartek-poniedziałek
Wyniki (dane)	środa do końca dnia

*) pytania przesyłane na adres omnibus-online@imas.pl

Więcej o Omnibusie-Online znaleźć można pod adresem: www.imas.pl/omnibus-online.dhtml

IMAS International Sp. z o.o.
(www.imas.pl) - działająca na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju.

Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak też za granicą – w Europie, Azji, Ameryce, Afryce.

Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb.

Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe.

Potrzebujesz więcej informacji?

Aby otrzymać pomoc w ustaleniu warunków badania, terminów i kosztów skontaktuj się z Marcinem Piwowarczykiem:

marcin.piwowarczyk@imas.pl
+48 71 339 04 31

Aby dowiedzieć się więcej o ofercie badawczej IMAS odwiedź naszą stronę:

www.imas.pl