



Digital Connected Consumer

2011. március 30.





Ki a Digital Connected Consumer?

A Digital Connected Consumer

3

Alapvető fogyasztói szokások változnak meg akkor, amikor valaki aktívan kezdi el használni az internetet.

A hagyományos csatornákon túl:

Gyártók weboldalai

Árösszehasonlító oldalak

Közösségi oldalak hatásai

Fórumok: „Ismeretlenek” véleménye

A vásárlás tényének megosztása

Tapasztalatok megosztása

- közösségi oldalakon (poszt/like)

- fórumokon

**Információ-
gyűjtés**

**Vásárlási,
fizetési
szokások**

**Tapasz-
talatok
megosztása**

Online áruházak

Vásárlói közösségek

Aukciós portálok...

A Digital Connected Consumer tanulmány

A felmérés célja: a lakosság digitális világ jelenségeihez fűződő viszonyulásának, a használat körülményeinek, a fogyasztói szokások megváltozásának feltárása.

Adatfelvétel időpontja: 2011. január.

Adatgyűjtés módszere: önkitöltős online kérdőív

Célcsoport: 18-49 éves, legalább hetente internetezők

Minta nagysága: 1500 fő

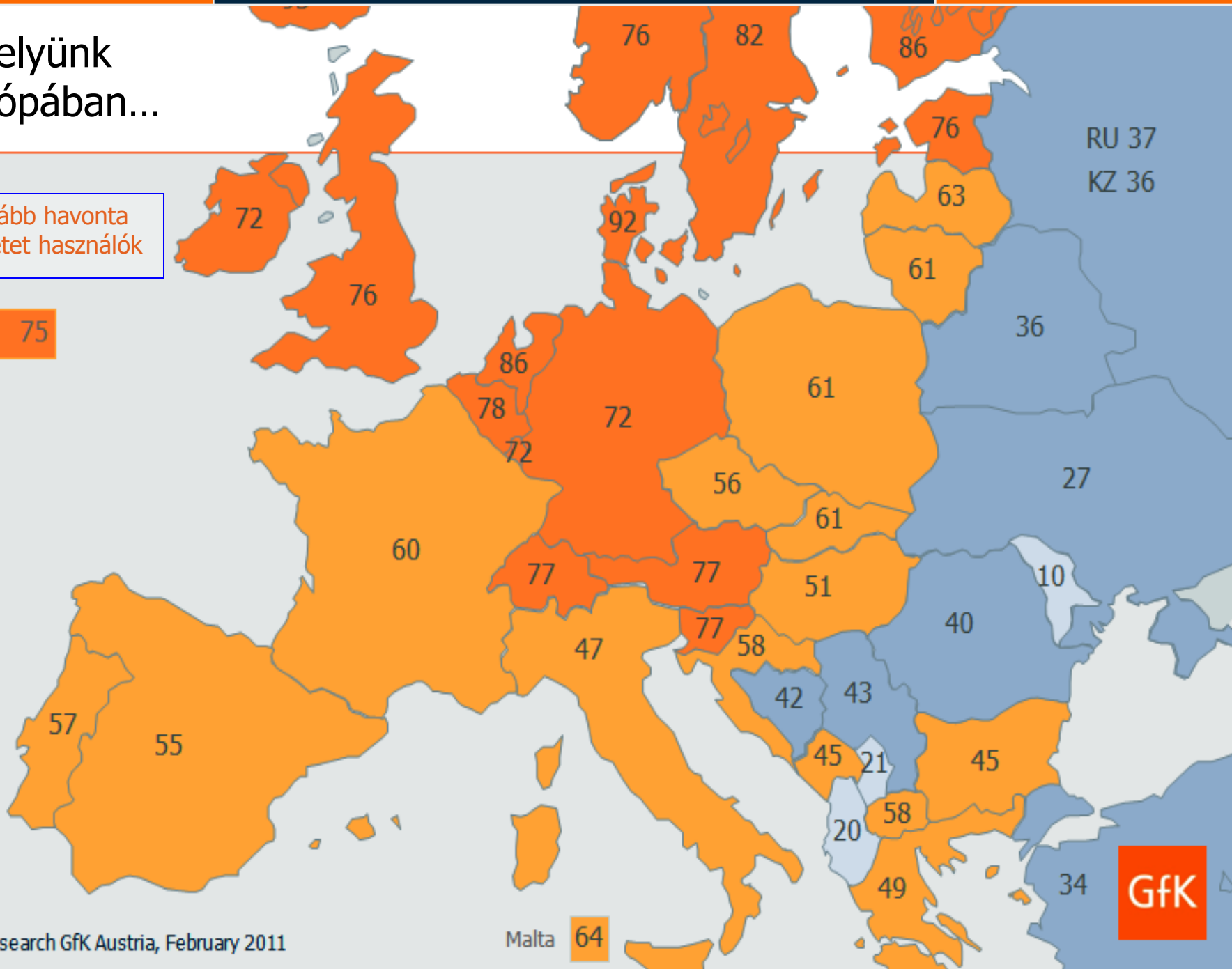
Gyakoriság: Legalább évente ismétlődő



A helyünk Európában...

Legalább havonta internetet használók

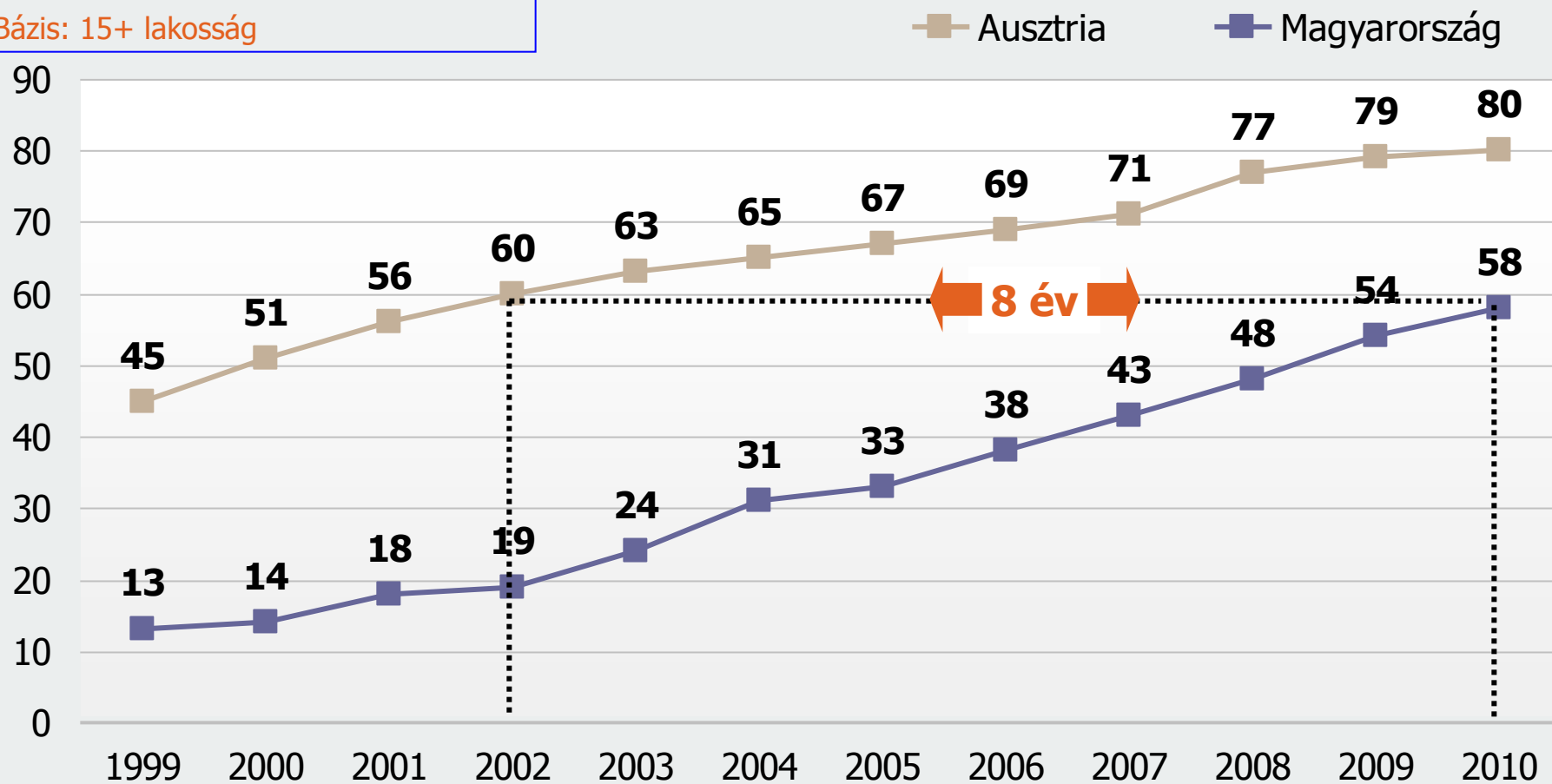
USA: 75



... és a növekedési dinamizmus

Internet hozzáféréssel rendelkezők, %

Bázis: 15+ lakosság



Digitális attitűd

7

Az információforrás miatt szükséges számára a net, de fél is tőle, emiatt távolságtartó, szigorúbb szabályozást szeretne

1.120.000 fő

Az Internet, mint tartalom, kommunikációs eszköz és a kapcsolódó technológia egyaránt érdekli

Kb. 230.000 fő

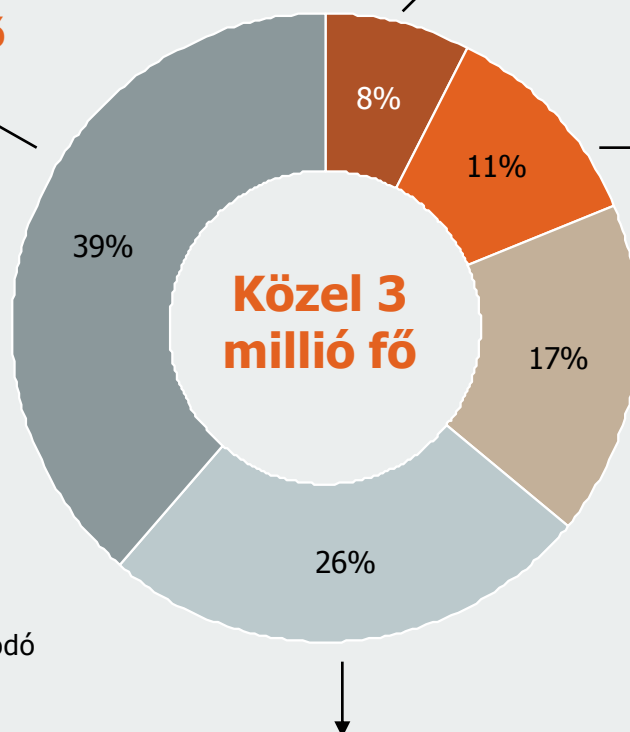
Az Internet, főleg mint kommunikációs eszköz fontos a számára

Kb. 320.000 fő

A technológia jobban érdekli, mint a tartalom

490.000 fő

- Megszállott
- Neten lógó
- Kütyümániás
- Célzottan tájékozódó
- Bizalmatlan



Az Internet csak mint információforrás fontos a számára

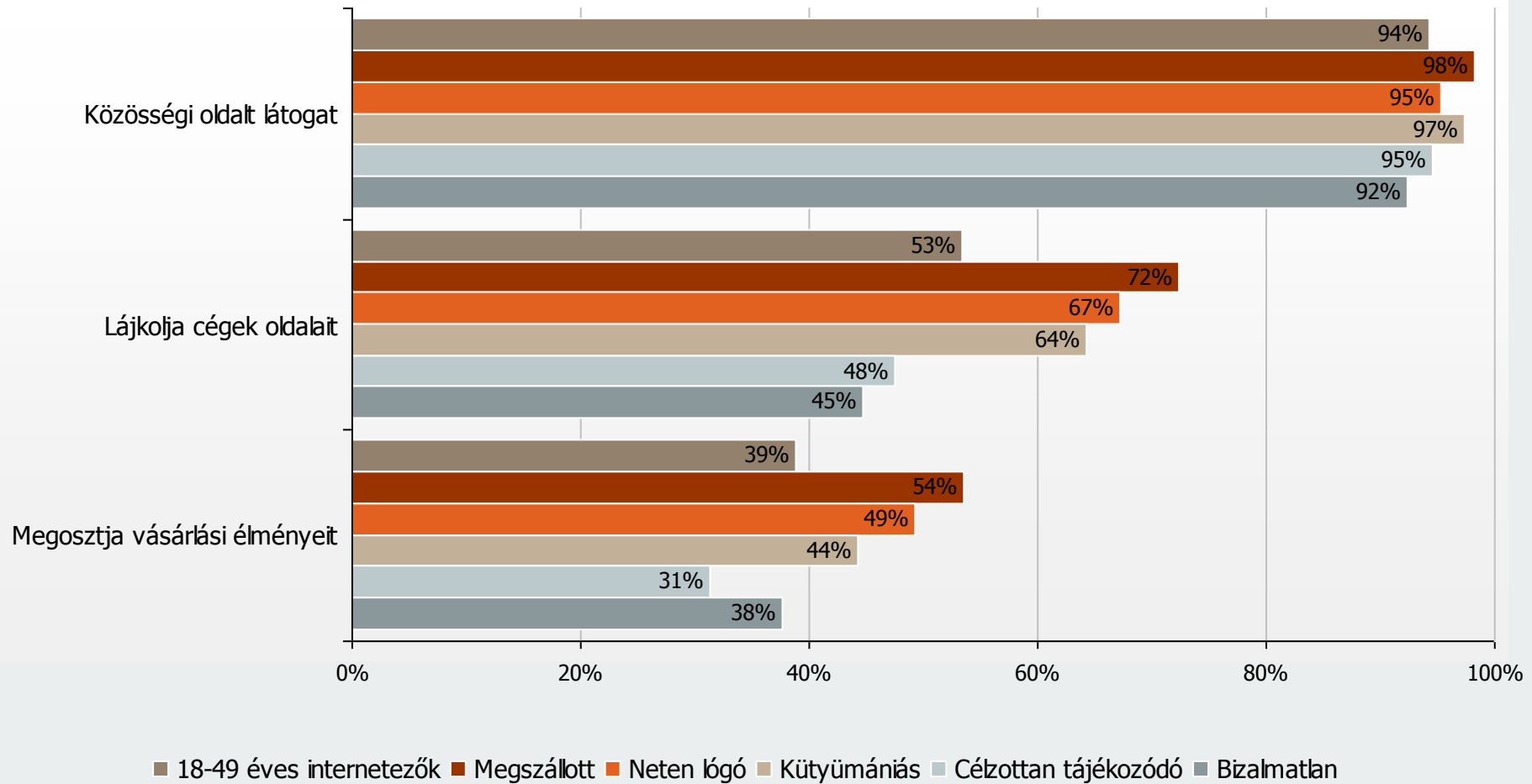
750.000 fő

A glowing, three-dimensional cube is the central focus, featuring a map of Europe on its side. The cube is illuminated from above, creating a bright, radiating effect. The background is a warm, orange-toned map of Europe, with light rays emanating from behind the cube, suggesting a sunrise or a powerful light source. The overall aesthetic is modern and digital.

Átalakuló fogyasztó

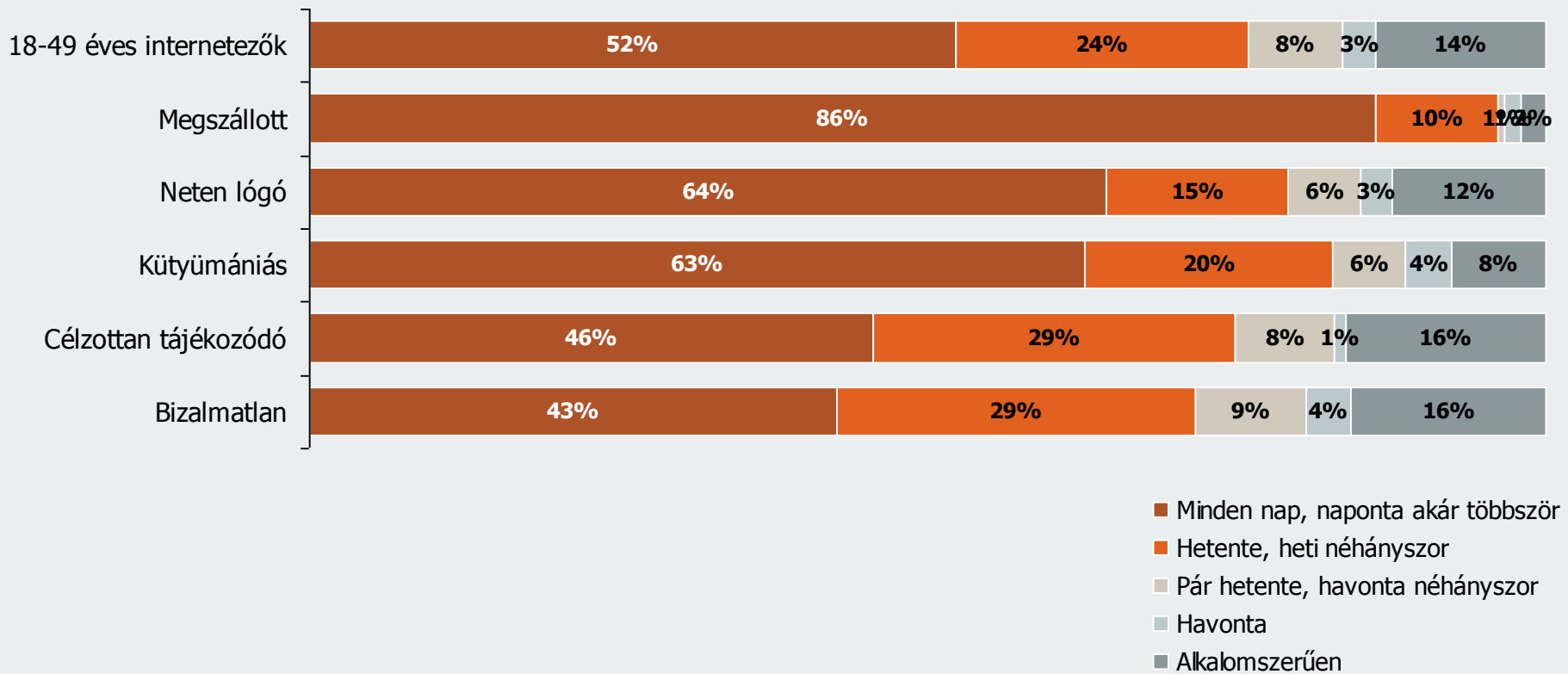
A közösségi fogyasztó

9



Közösségi oldalak – szinte mindenki

10



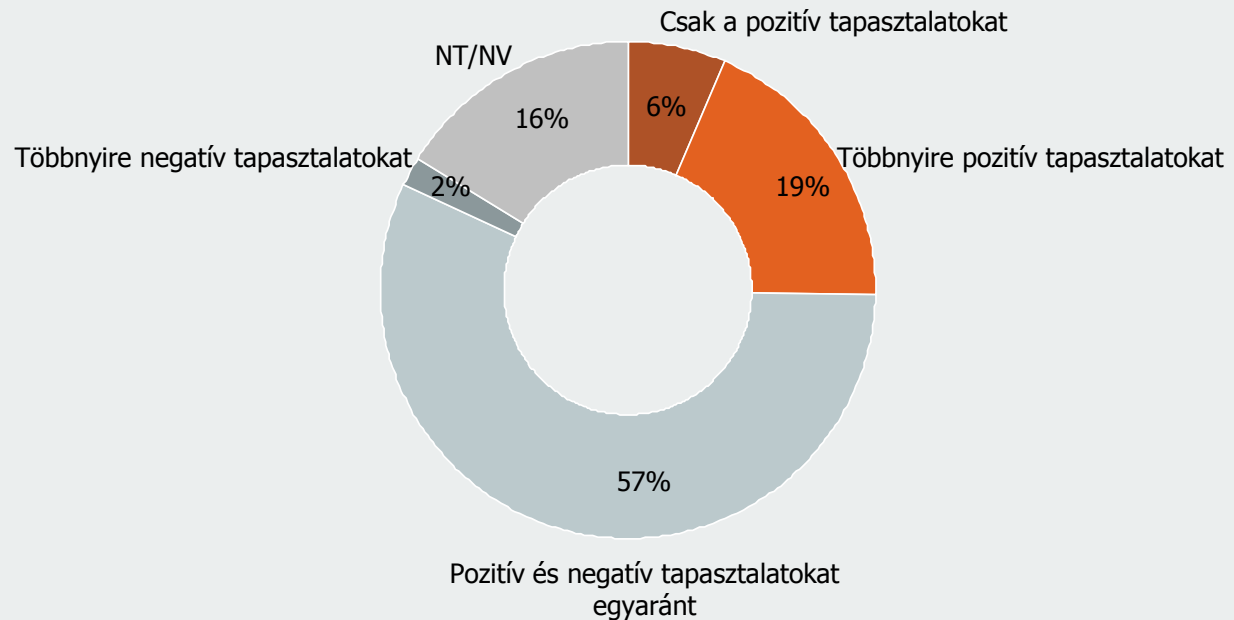
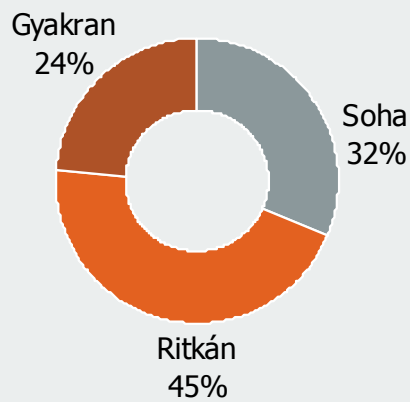
Bázis: az egyes tevékenységeket legalább alkalomszerűen végzők

A közösségi oldalon megosztott tapasztalatok

11

Milyen gyakran oszt meg közösségi site-on szolgáltatással, vásárlással kapcsolatos információkat?

Bázis: közösségi site-ot legalább alkalmyszerűen látogatók, n=1413

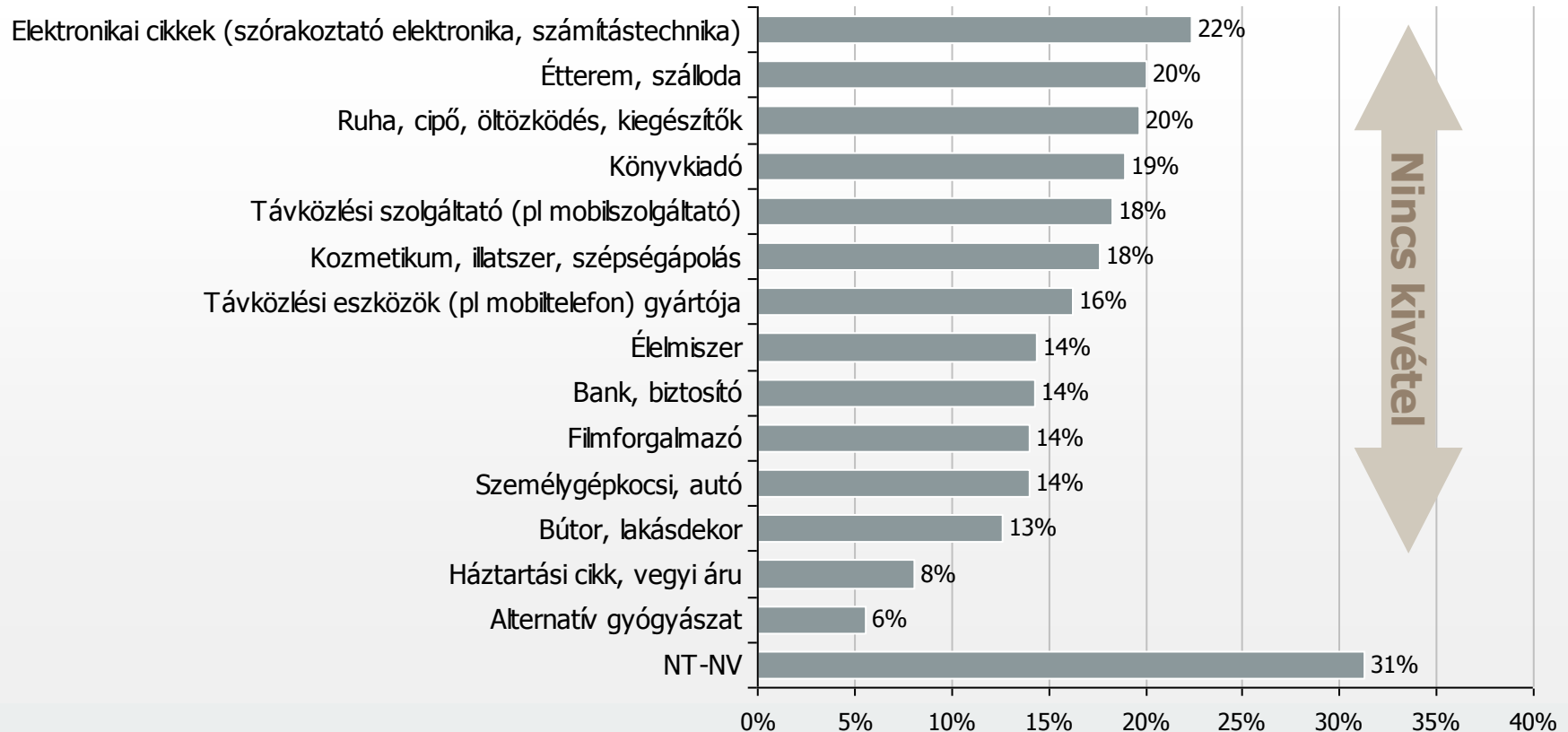


Bázis: akik megosztották közösségi oldalon vásárlói / szolgáltatás igénybevételével kapcsolatos tapasztalatukat

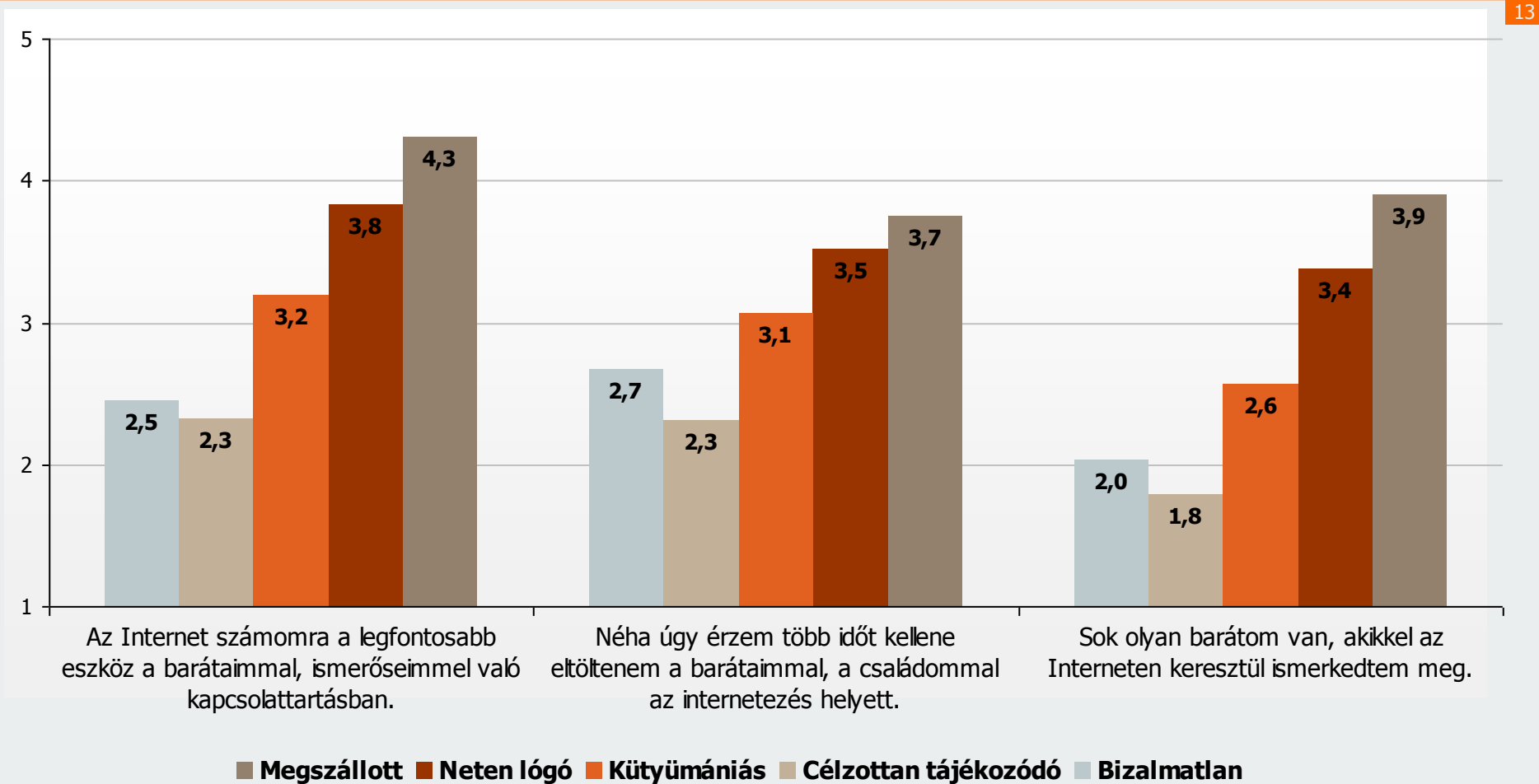
Milyen tapasztalatokat oszt meg általában?

Kiket látjuk?

12



Vélemények

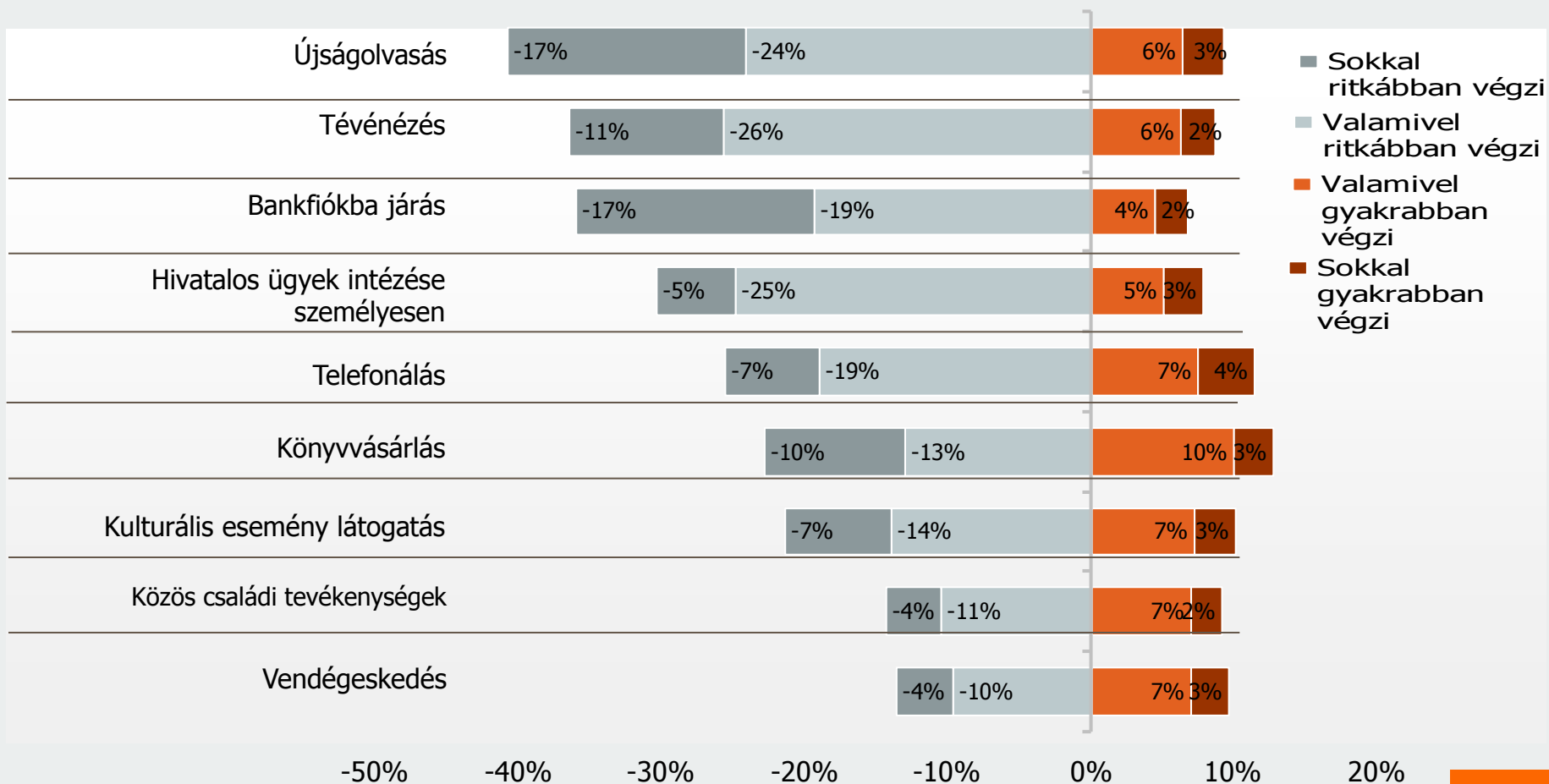


Átlagértékek ötfokú skálán
(1=egyáltalán nem ért egyet, 5=teljesen egyetért)

Az Internet hatása az egyes tevékenységek végzési gyakoriságára

Of2. Ahhoz képest, amikor Ön még nem netezett, Ön most többet vagy kevesebbet végzi-e a következő tevékenységeket az Internetezés miatt?

14



Bázis: legalább másféle éve rendszeresen netezők, n=1462



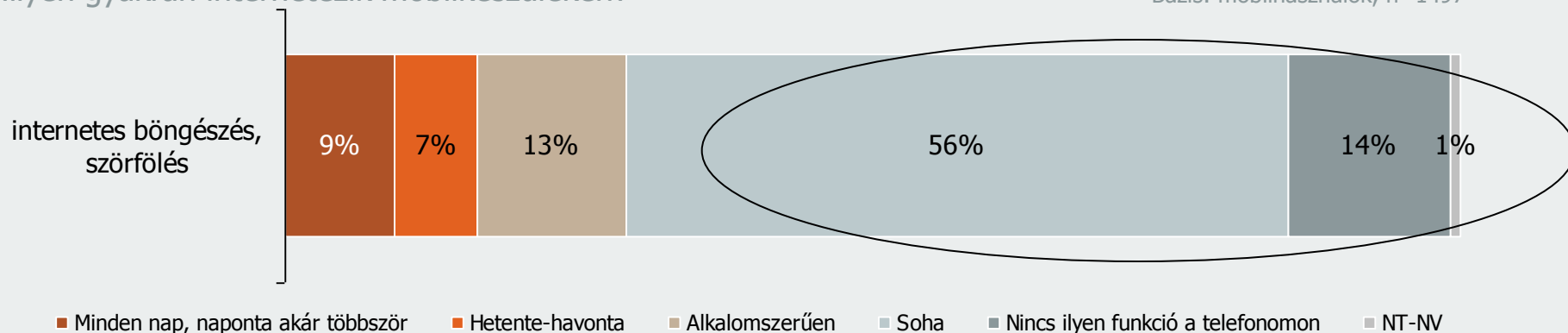
Növekvő mobilitás?

Internetezés mobilkészüléken

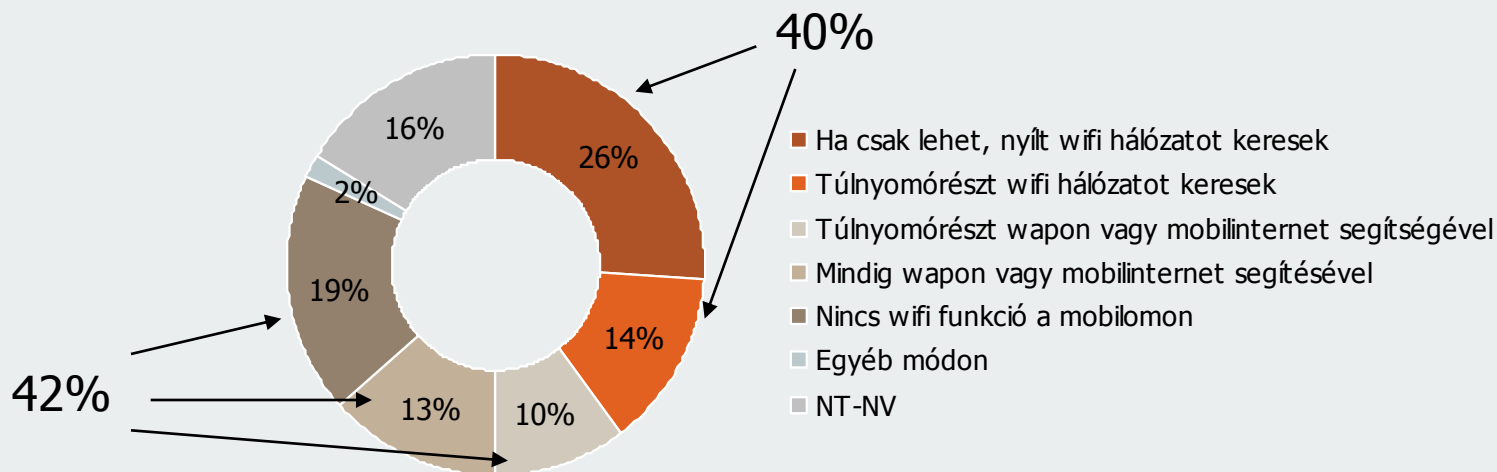
Milyen gyakran internetezik mobilkészülékén?

Bázis: mobilhasználók, n=1497

16



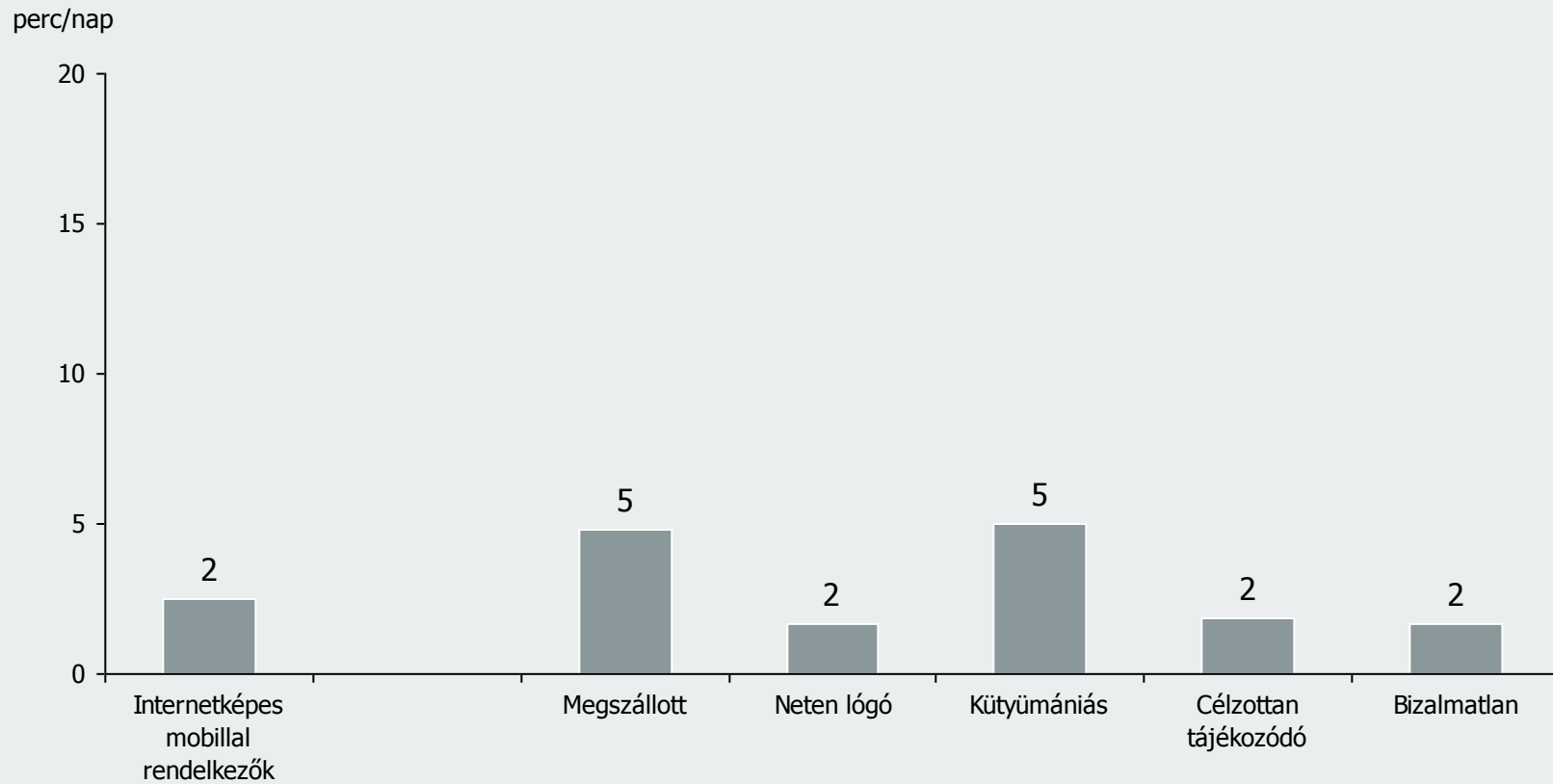
Többnyire milyen típusú kapcsolatot használ Ön, amikor mobilján internetezik?



Bázis: mobiljukon legalább alkalmoszerűen böngészők, n=506

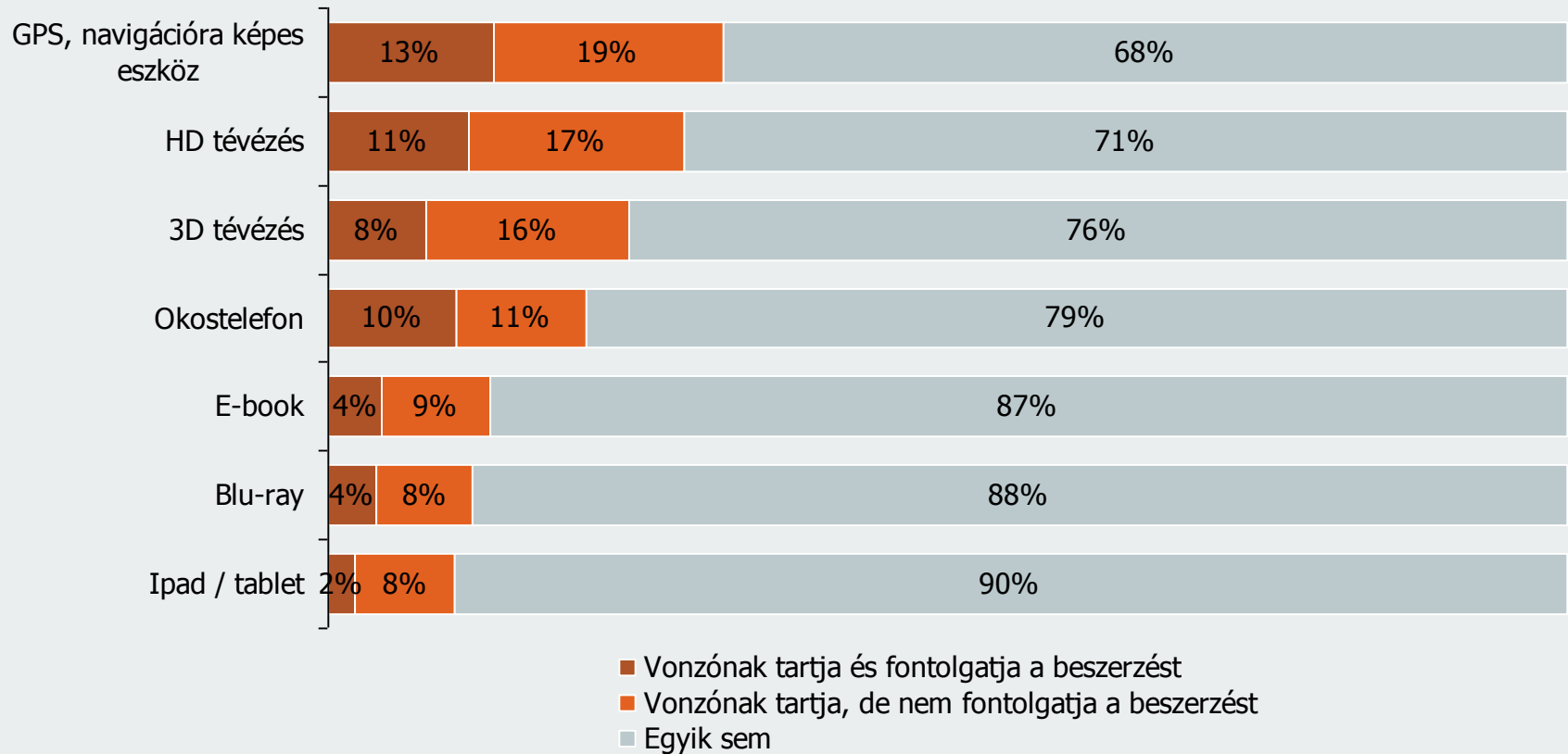
Mobilon való netezéssel töltött idő (egy átlagos napra vetítve, **percben**)

17



Modern technológiák iránti kereslet

18



Bázis: összes válaszadó, n=1500



Konklúzió



A DCC egyértelműen jelen van Magyarországon, de talán nem olyan mértékben, mint az a budapesti irodák íróasztalaitól látszik.

A „tényleg érintettek” még elég szűk célcsoportot képviselnek.

Az egyébként közel évtizedes lemaradásunk a fejlettebb világhoz képest e téren is megmutatkozik.

Főleg a mobiltechnológiák (mobiltelefonok Internet célú) használata jár gyerekcipőben.

Ugyanakkor egyre többen érzik meg a közösségi élményt, tetőzik a közösségi oldalak használata és emellett a fogyasztási döntések „netesedése” is érezhetően erősödik.



DIGITAL
CONNECTED
CONSUMER



Bacher János
ügyfélkapcsolati igazgató
janos.bacher@gfk.com

GfK