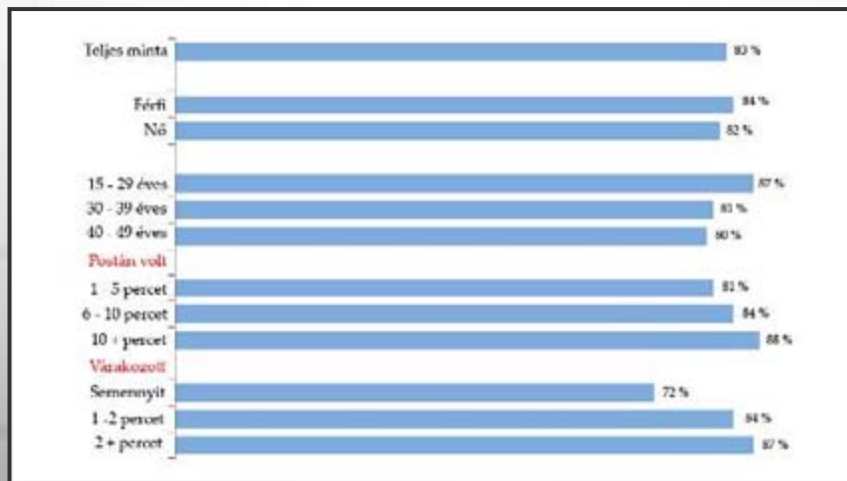
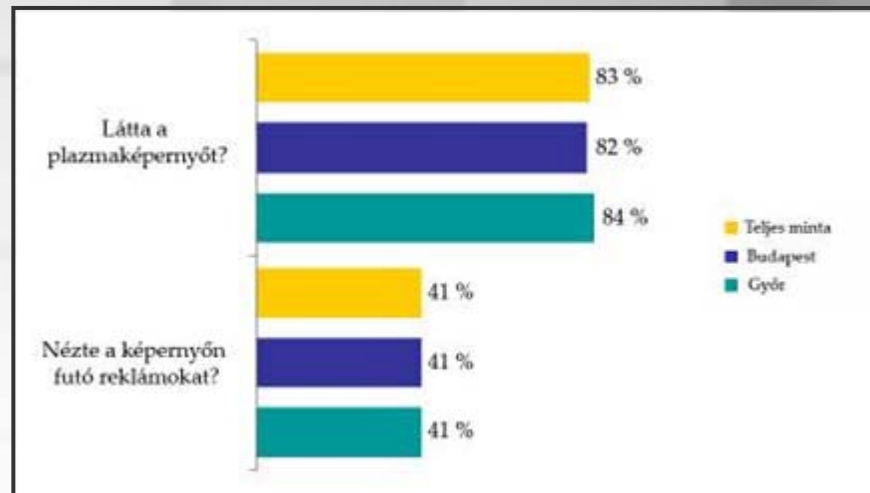


HATÉKONYSÁG-VIZSGÁLAT ÜGYFÉLSZOLGÁLATOK

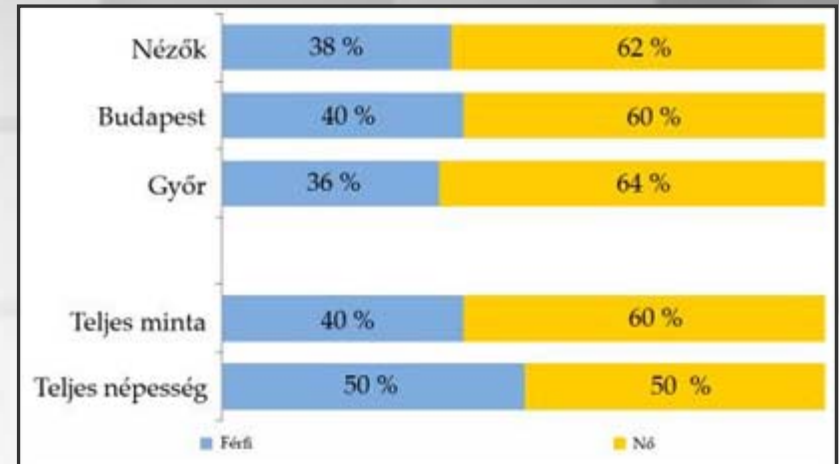
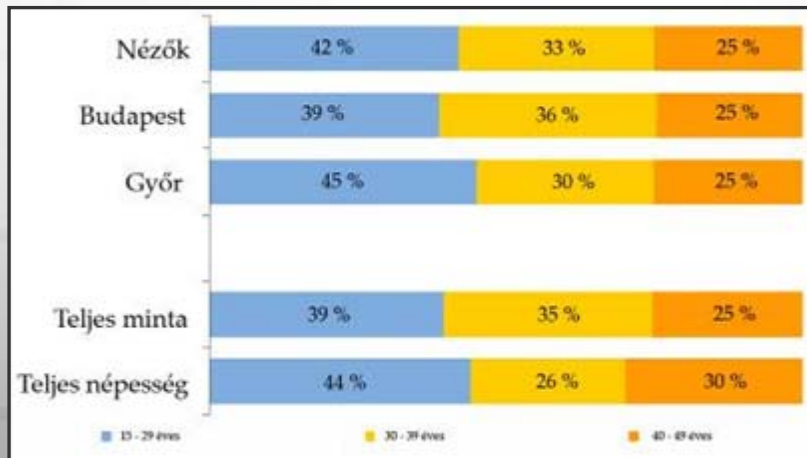


POSTA Plazmaképernyő



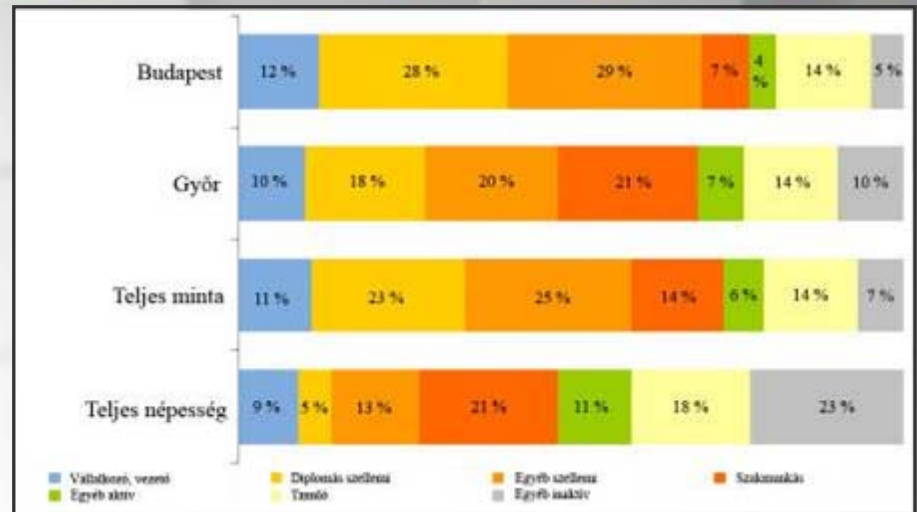
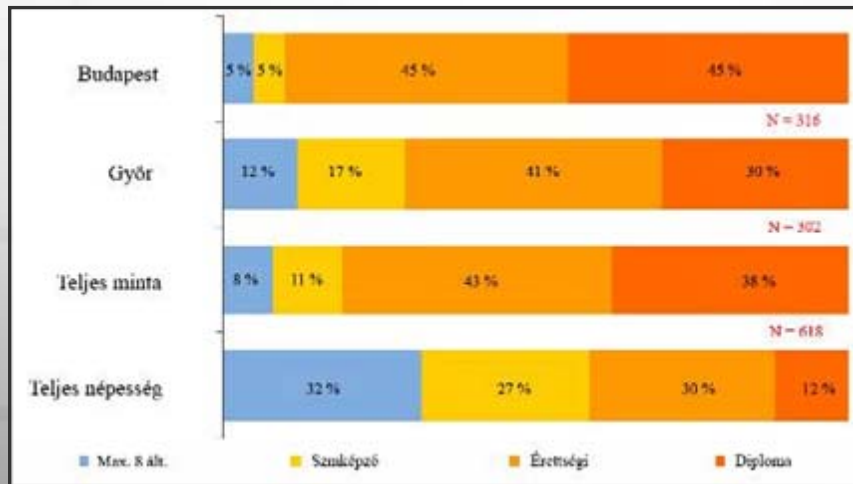
POSTA Látta a képernyőt?

POSTA NEM szerinti megoszlás



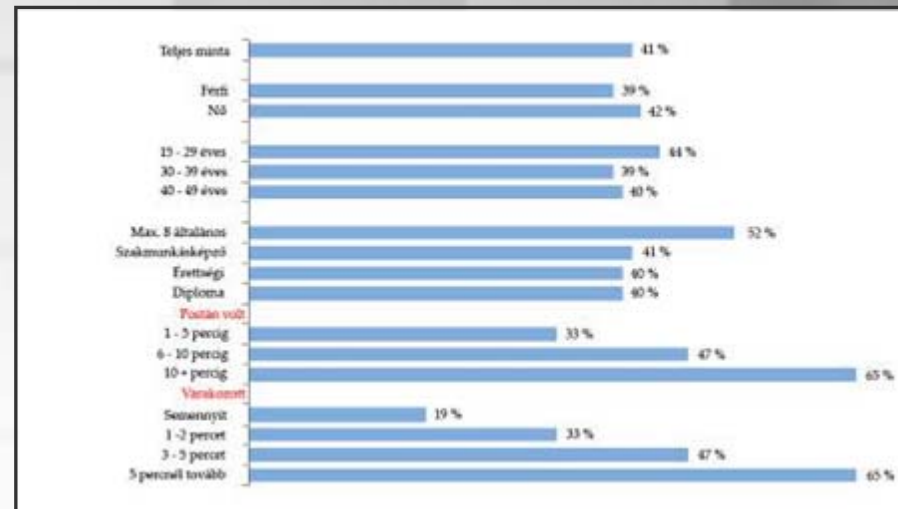
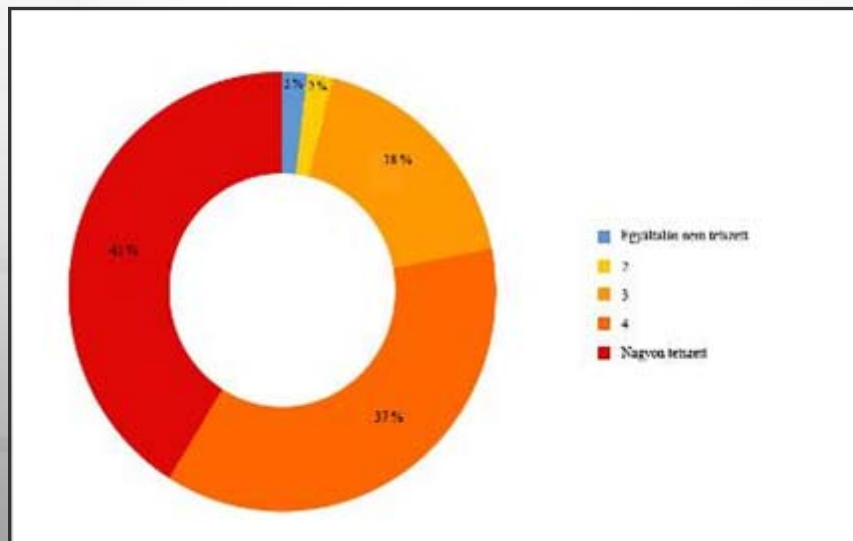
POSTA KOR szerinti megoszlás

POSTA Foglalkozás szerinti megoszlás



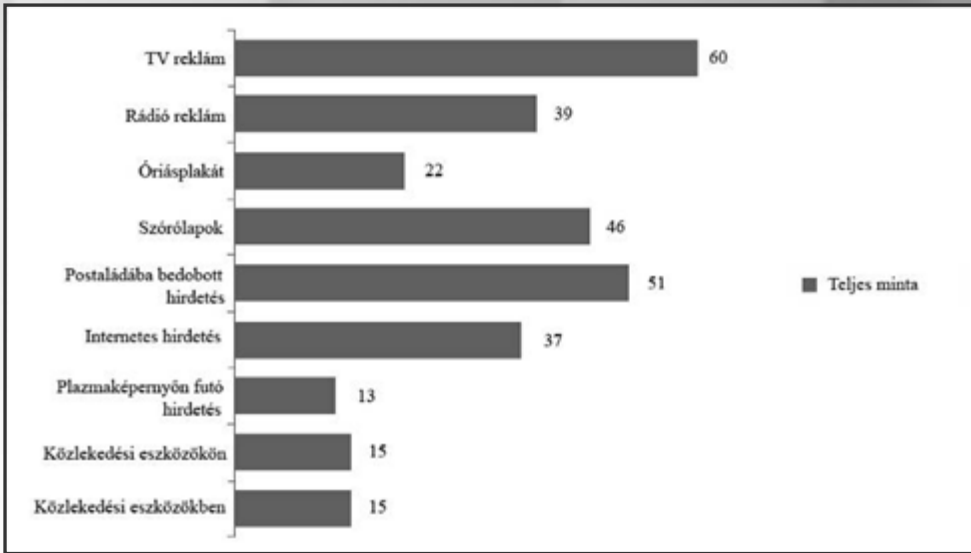
POSTA Végzettség szerinti megoszlás

POSTA Nézte a reklámokat a képernyőn



POSTA Mennyire tetszett a plazmaképernyős hirdetési felület

POSTA
 Mennyire zavarják az egyes
 hirdetési formák (0-100)?



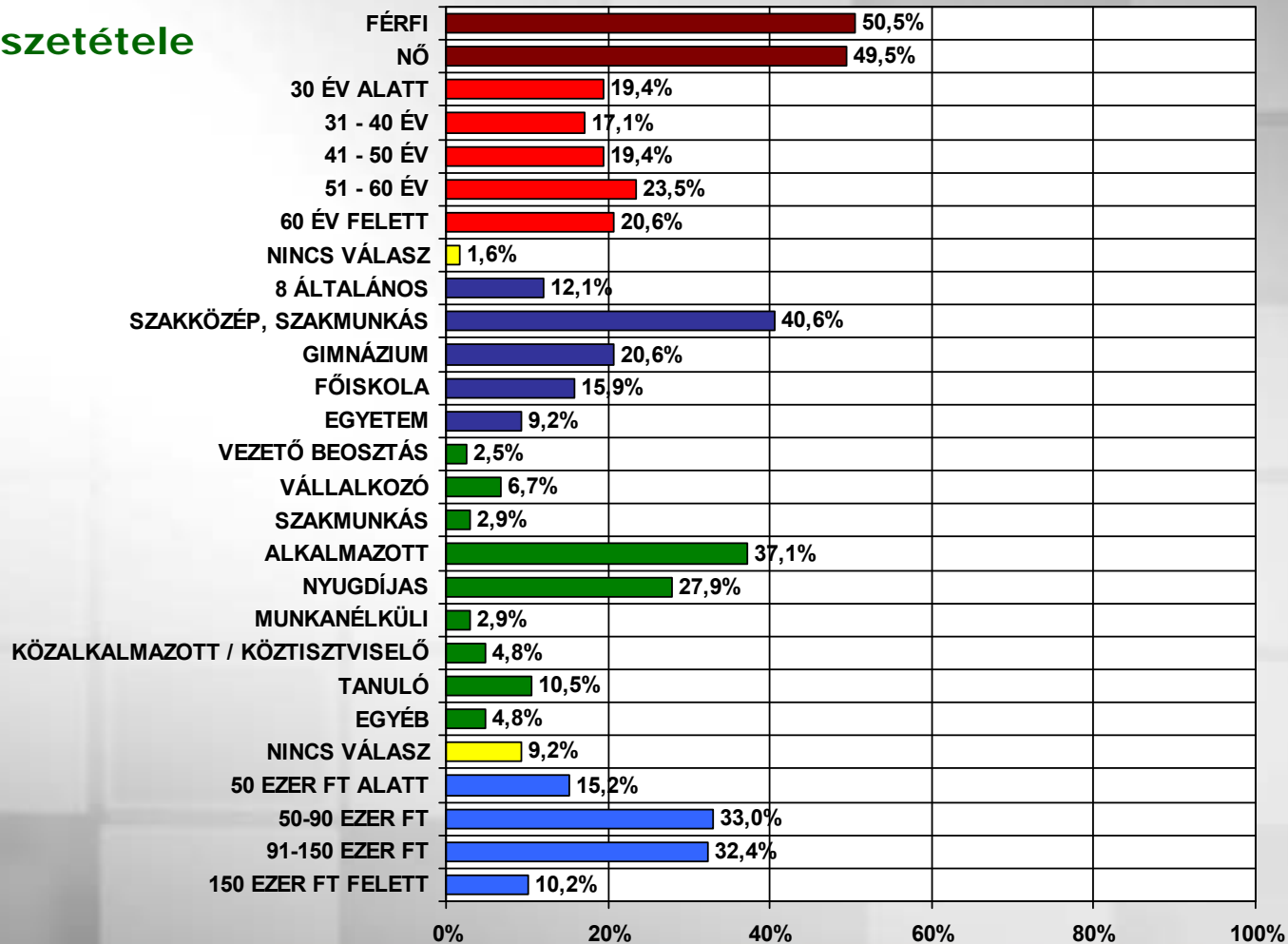
A Szerencsejáték Zrt. magyarországi lottózóiban kihelyezett plazma tévéken reklámokat is közvetít, melyek között rövid, egészségnevelő spotok is bemutatásra kerülnek. A piackutatás ezen spotok hatékonyságának mérésére irányult. A kutatásban az üzletekből kilépők körében a vetített mozgóképek felidézési arányát, az üzenetek képi és tartalmi elemeinek spontán és támogatott felidézését vizsgáltuk. A vetített filmek hossza kb. 30 másodperc. A piackutatást a Szinapszis Kft. végezte el.

Kutatási módszertan

- személyes (face-to-face) kérdőíves kutatás
- a Szerencsejáték Zrt. lottózóiból kilépő lakosok véletlenszerű megkérdezése
- minta: N=315 fő
- terepmunka: 2008. május 26. – június 8.



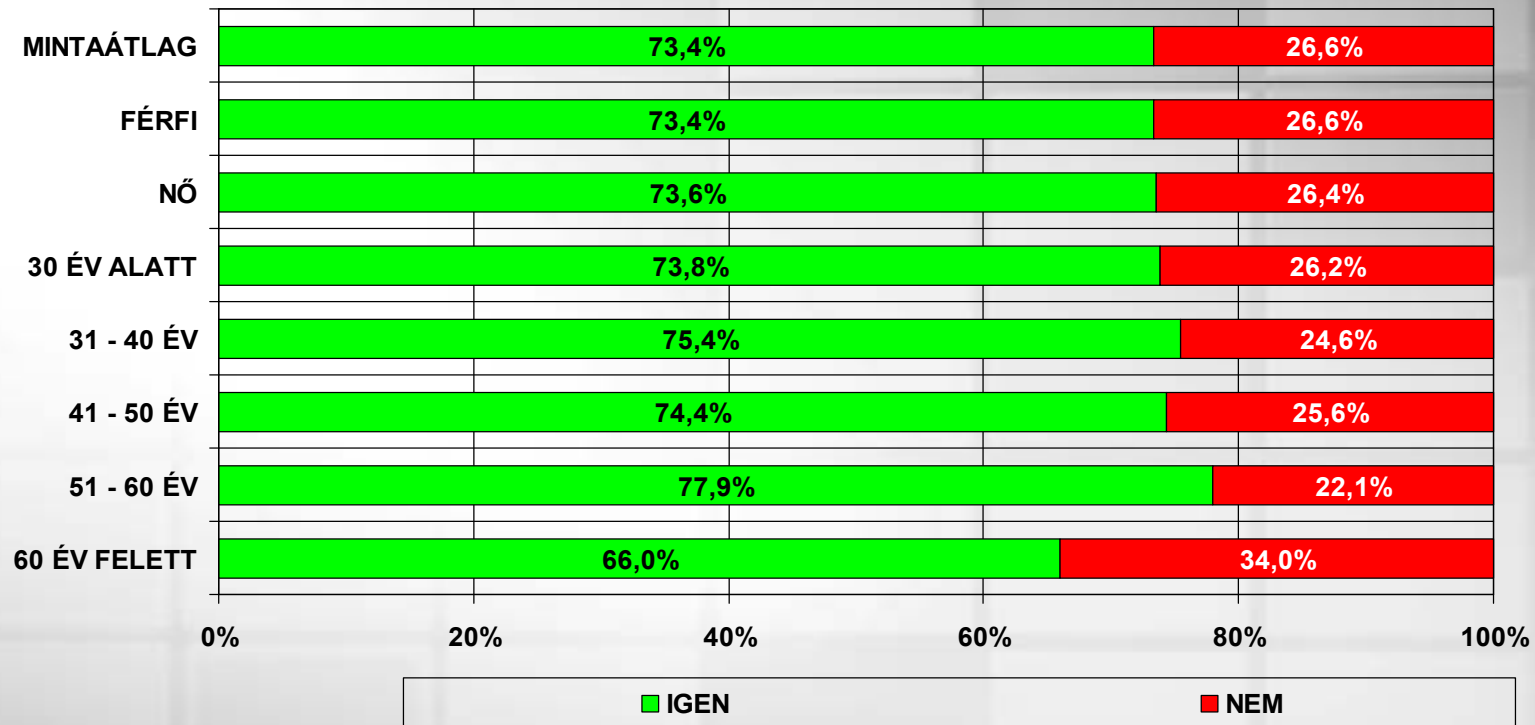
A minta összetétele



N=315

LCD-k nézettsége (2/1)

„Látta-e, hogy a lottózóban van LCD TV?”

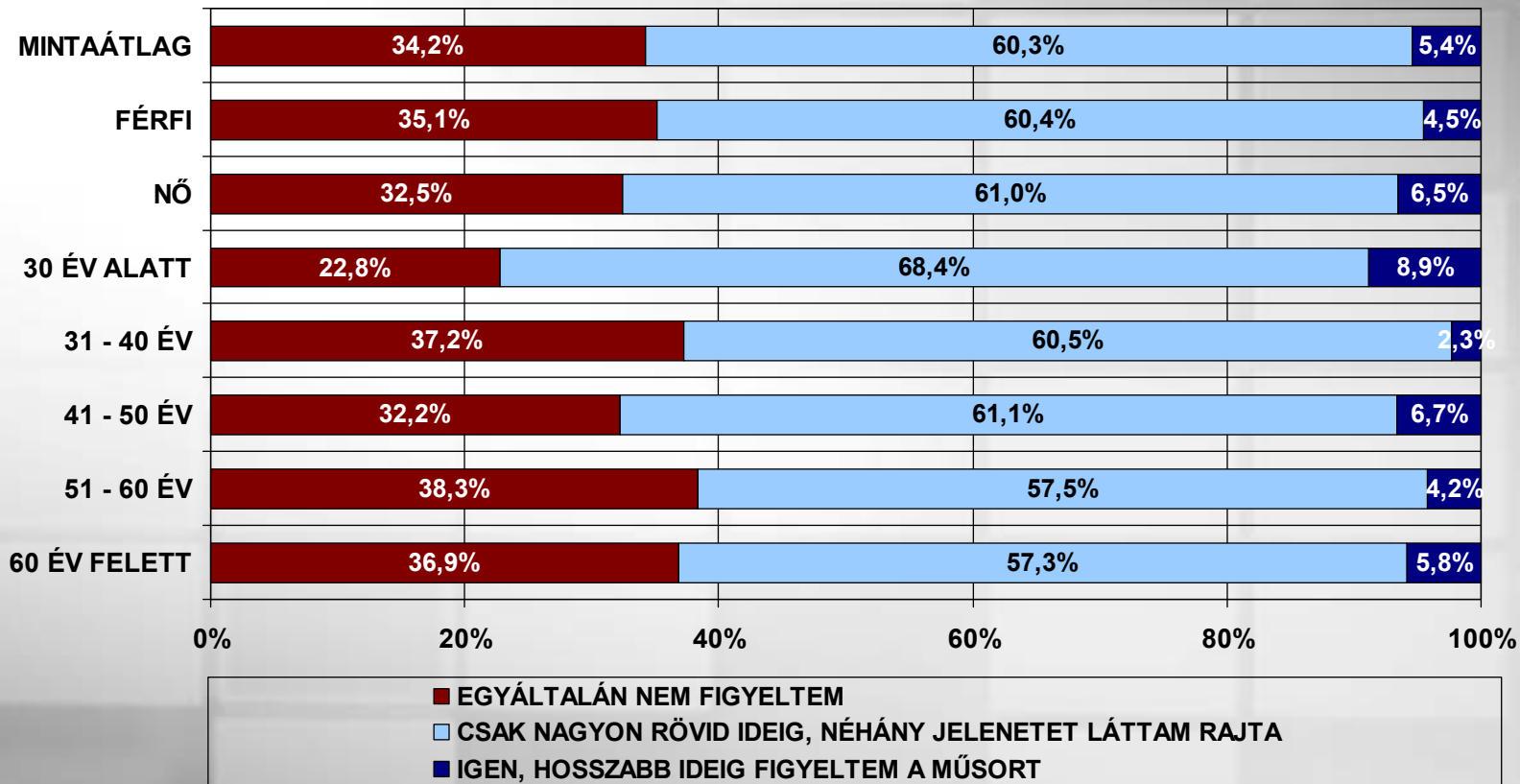


- A televíziót figyelők aránya Budapesten az átlaghoz képest alacsonyabb, míg a keleti régióban magasabb volt.
- Végzettség tekintetében nem tapasztaltunk lényeges különbséget.

LCD-k nézettsége (2/2)

„Figyelte Ön az LCD TV-n futó műsort?”

Szűrő: aki látta az LCD TV-t, N=479



Reklámspotok felidézése

„Milyen, az LCD TV-n futó műsorokra emlékszik? Emlékszik az alábbiakra?”

