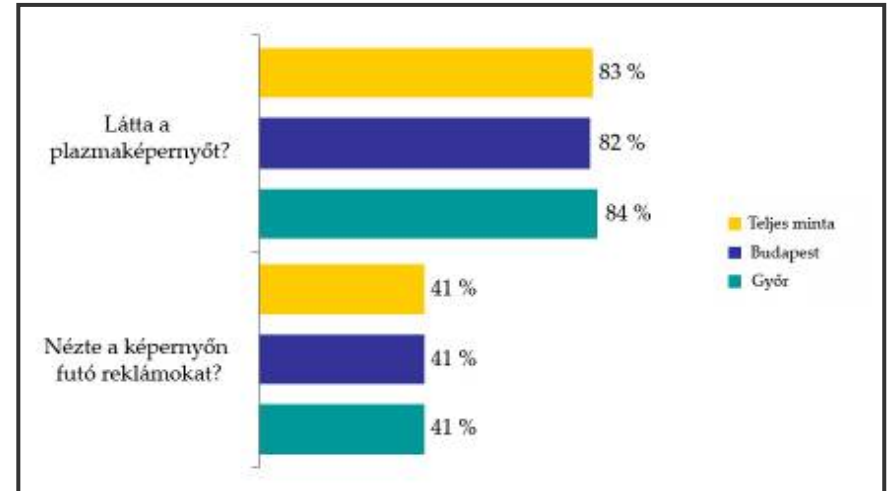


HATÉKONYSÁG-VIZSGÁLAT ÜGYFÉLSZOLGÁLATOK

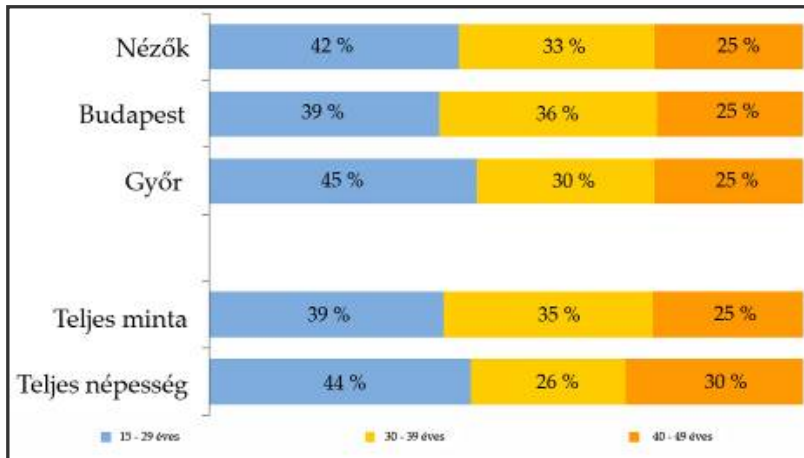
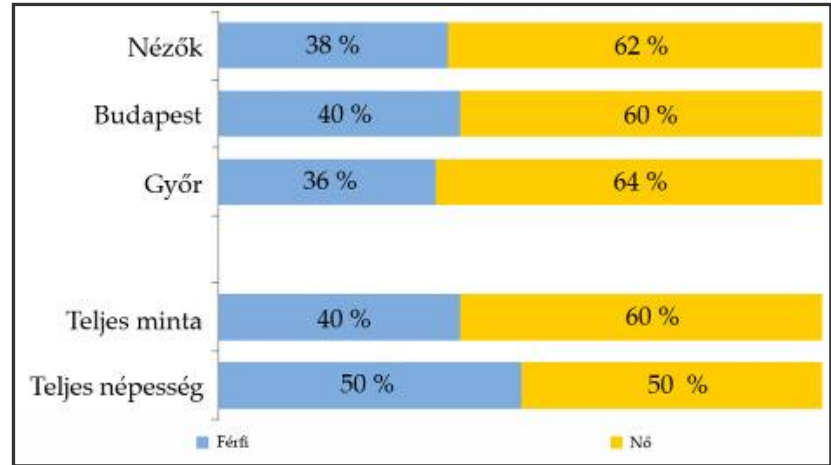


POSTA Plazmaképernyő



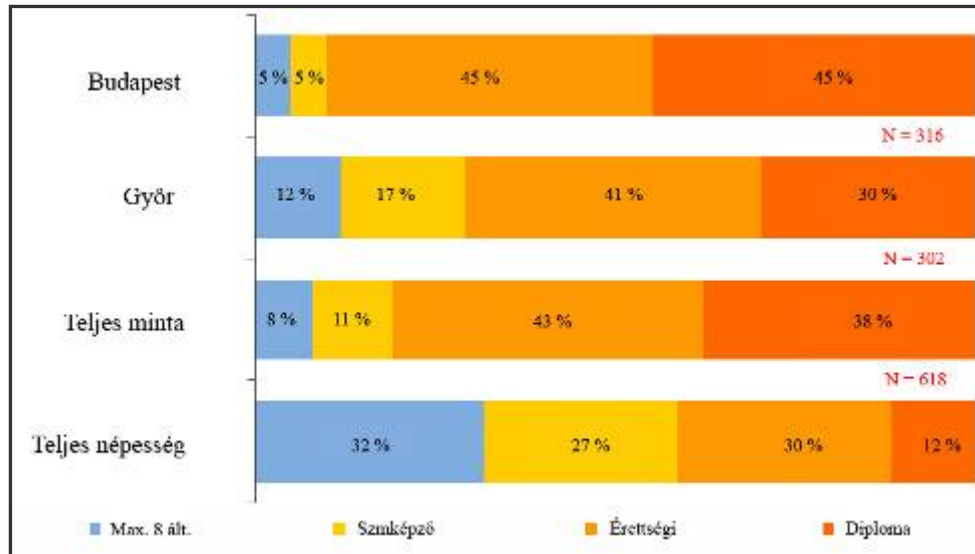
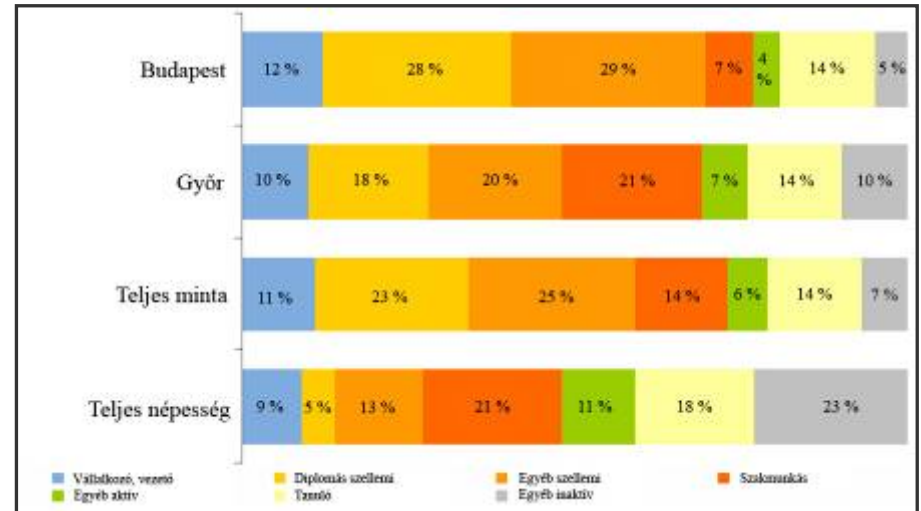
POSTA Látta a képernyőt?

POSTA NEM szerinti megoszlás



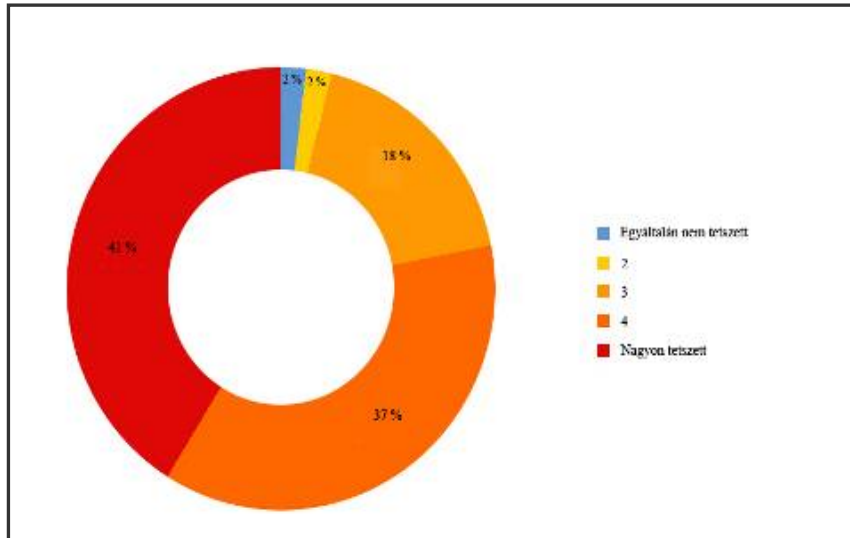
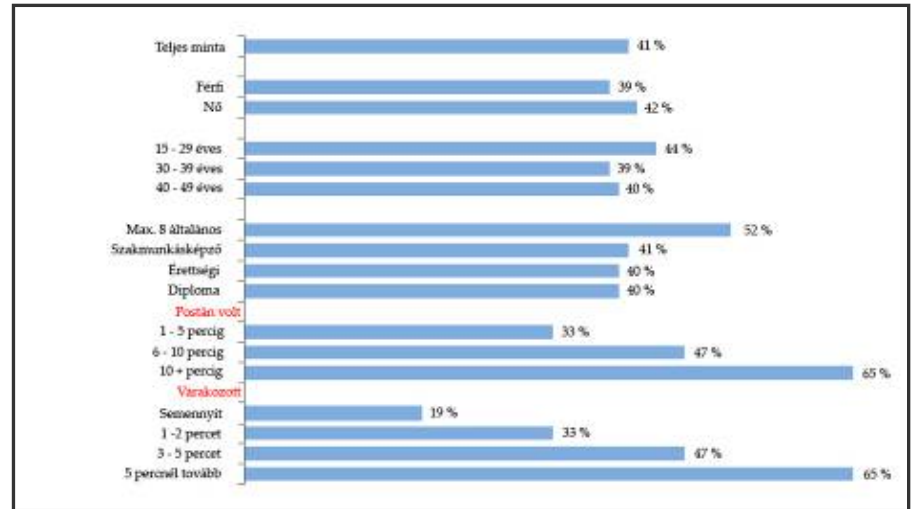
POSTA KOR szerinti megoszlás

POSTA Foglalkozás szerinti megoszlás



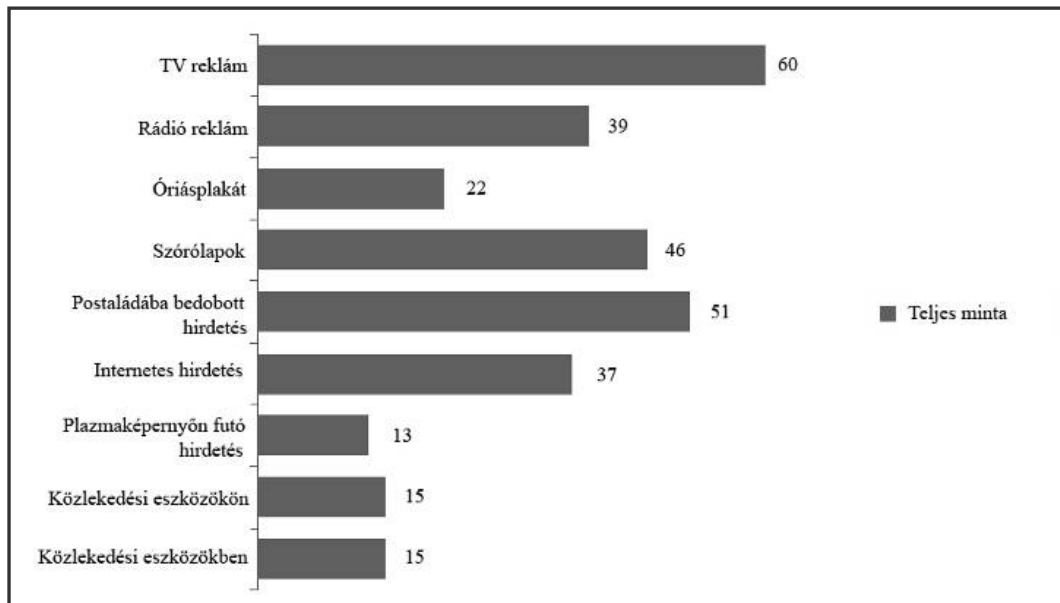
POSTA Végzettség szerinti megoszlás

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.

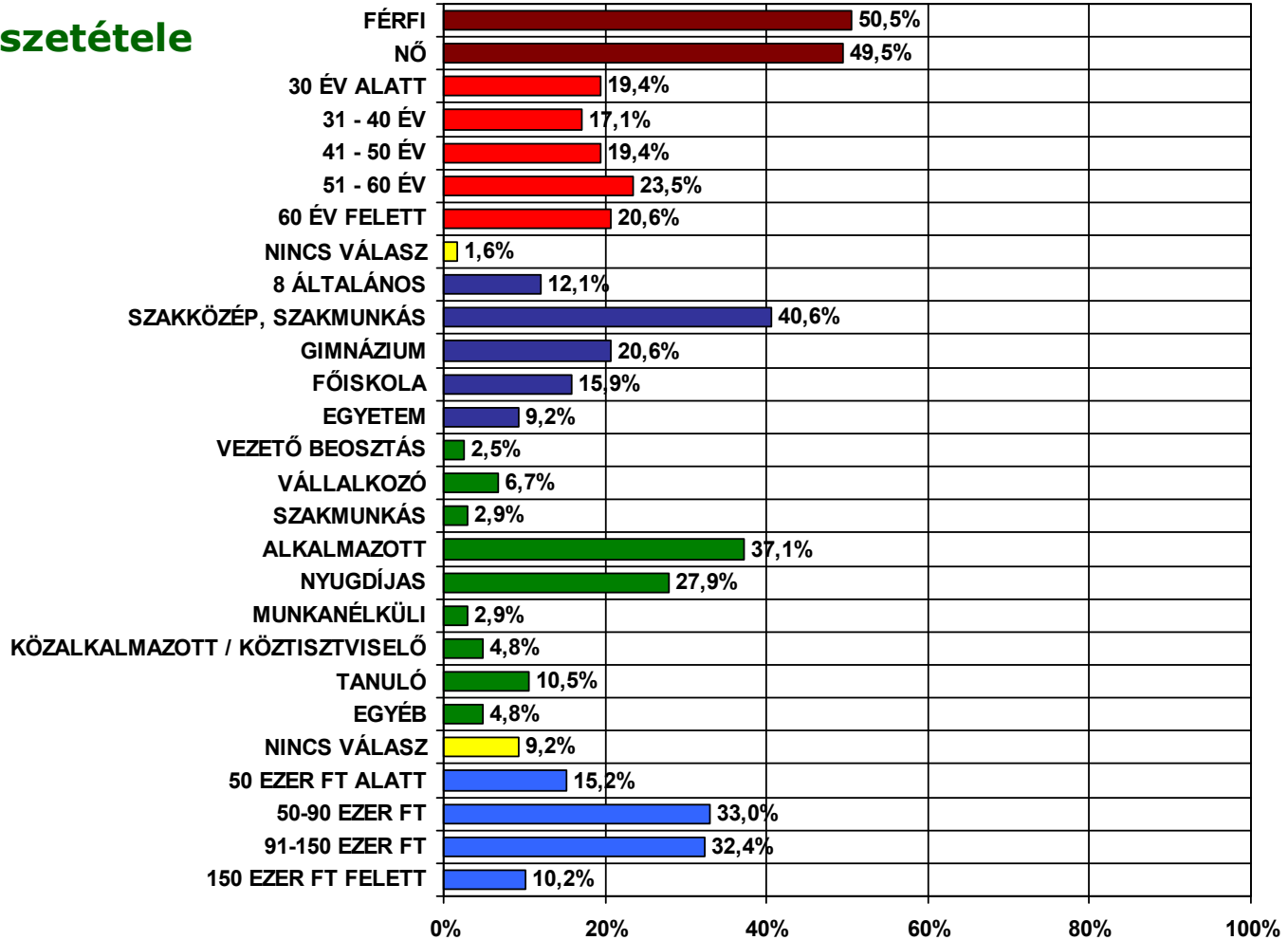
Kutatási módszertan

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



N=315

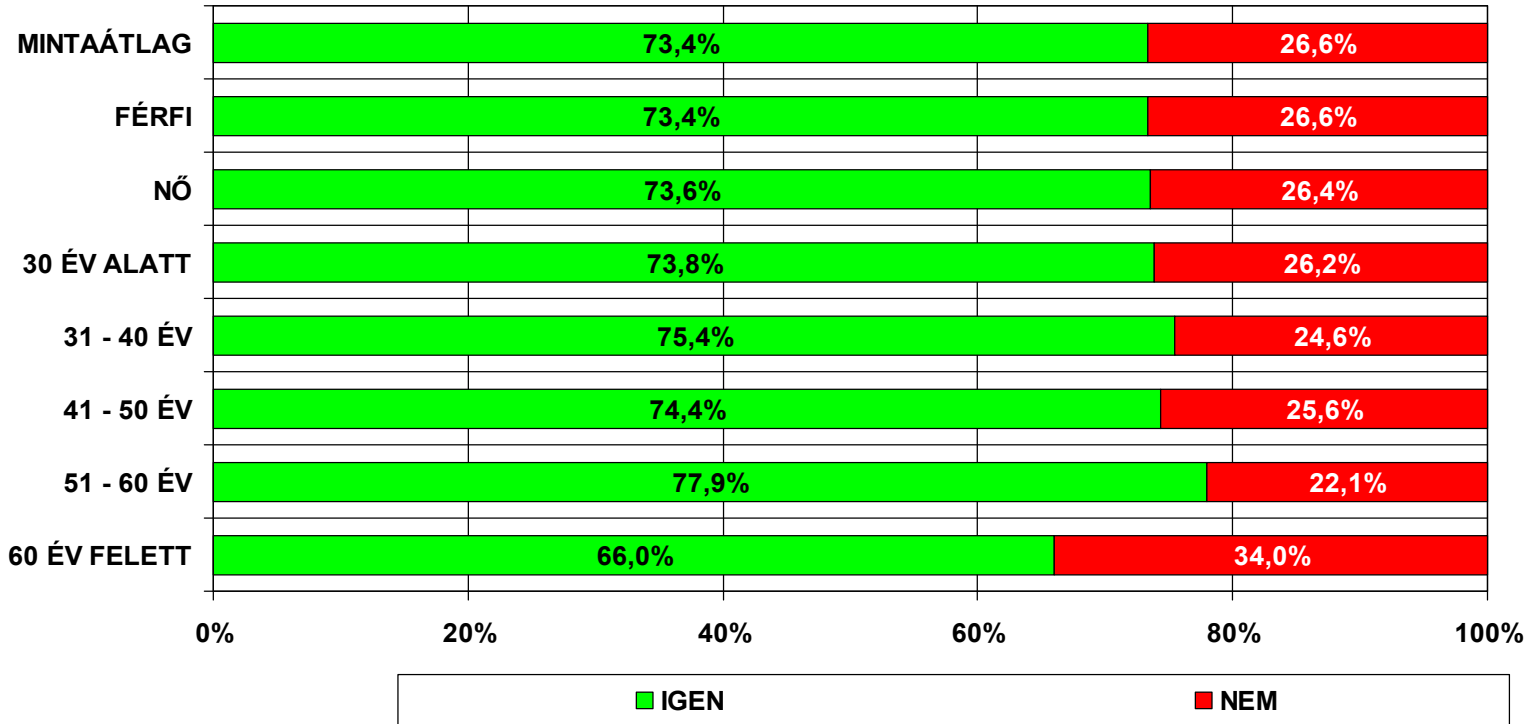
A minta összetétele



LCD-k nézettsége (2/1)

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

N=653

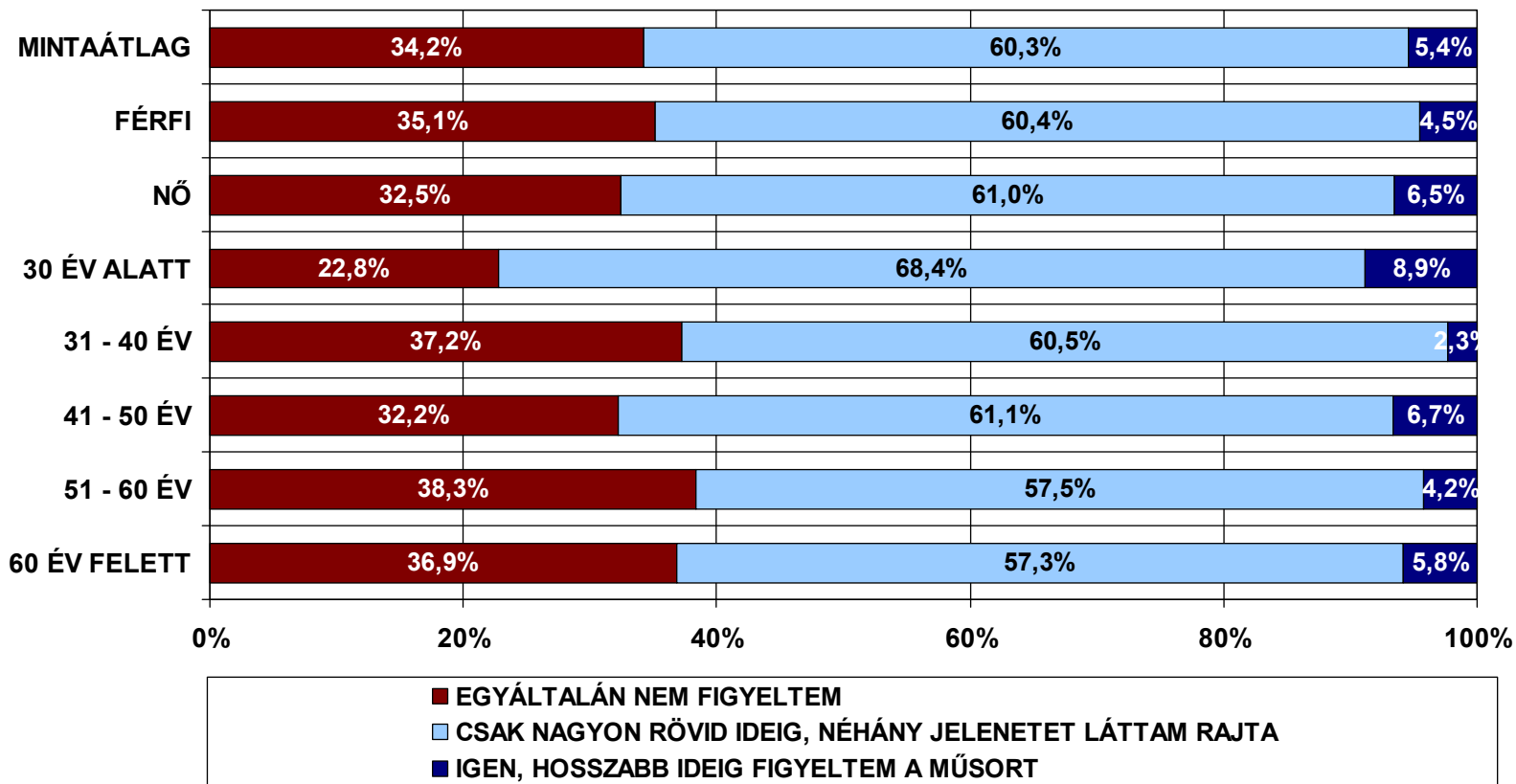


- A televíziót figyelők aránya Budapesten az átlaghoz képest alacsonyabb, míg a keleti régióban magasabb volt.
- Végzettség tekintetében nem tapasztaltunk lényeges különbséget.

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?”

