

# Nézzük, hallgatjuk, olvassuk, hívjuk és nyomkodjuk (média és telekommunikáció) *esettanulmány*





# A médiatér fragmentáltabb, mint valaha. Ügyfeleinknek alapvető kérdésekre kellett választ adnunk a hatékony marketing működés érdekében.

**Kihívás:** ennyire sok és szétaprózódott média és touchpoint esetén kellett meghatározni egy hatékony médiamixet.

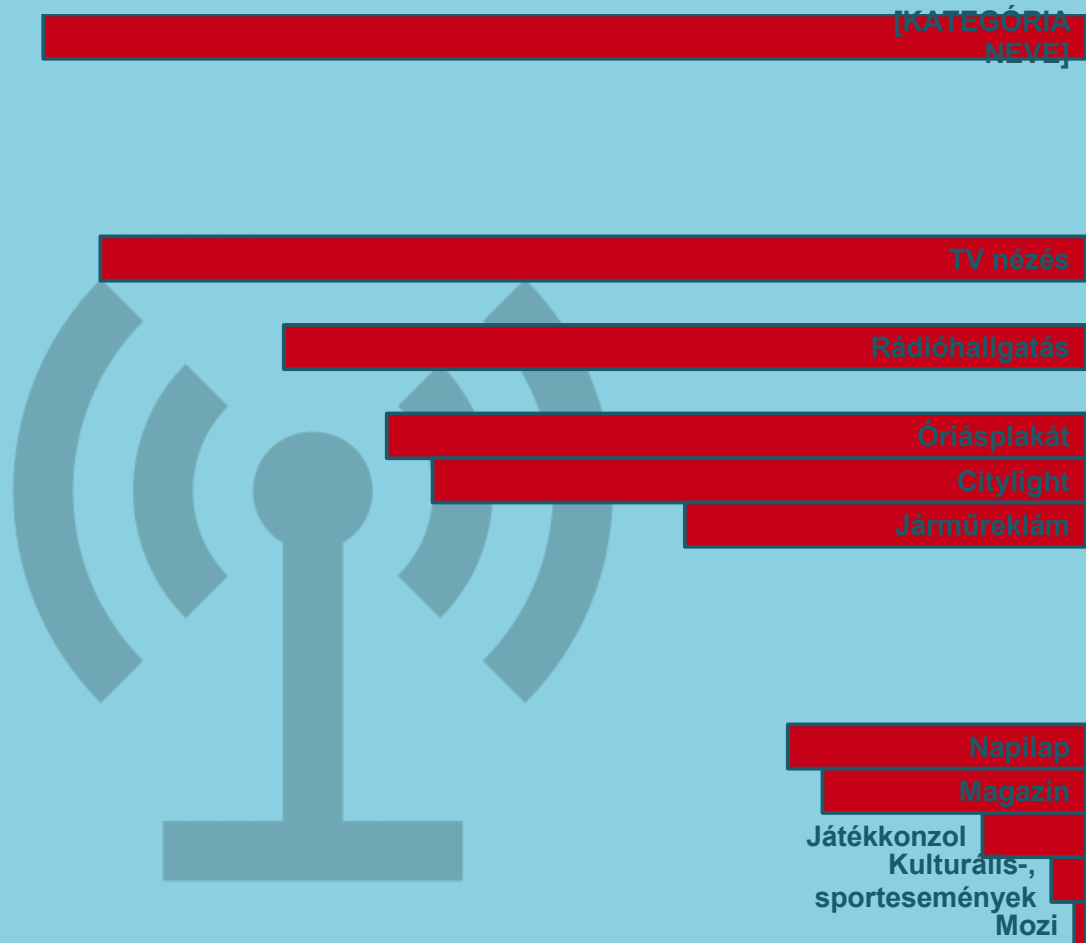
**Megközelítés:** TGI adatbázis multimédiás, részletes offline és online média adatokkal rendelkezik, így egyedülállóan alkalmas a multimédiás mix megtervezéséhez.

**Insight:** minden platform és touchpoint, akár offline, akár online, akár paid, akár earned médiáról van szó, önmagában és a kereszthasználát szempontjából is mérhető és rangsorolható lett, mégpedig tetszőleges célcsoportok esetében.

**Hatás:** holisztikus kép alakult a célcsoportról, az általuk használt médiatípusokról és a hatékony médiamixről is.



# Touchpointok



# Tévéelőfizetéssel rendelkezők aránya

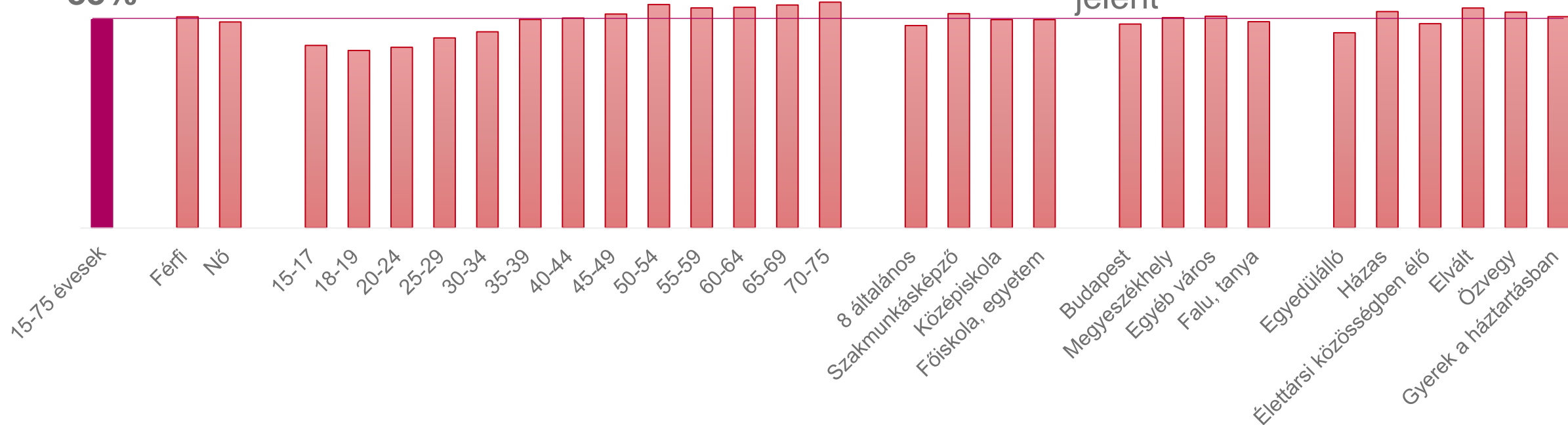
Fizet-e a TV csatornák vételi lehetőségéért

**83%**

él olyan háztartásban,  
amelyben fizetnek a TV  
csatornák vételi lehetőségéért

Ez összesen mintegy  
**6.338 ezer 16-75**  
**évest**  
jelent

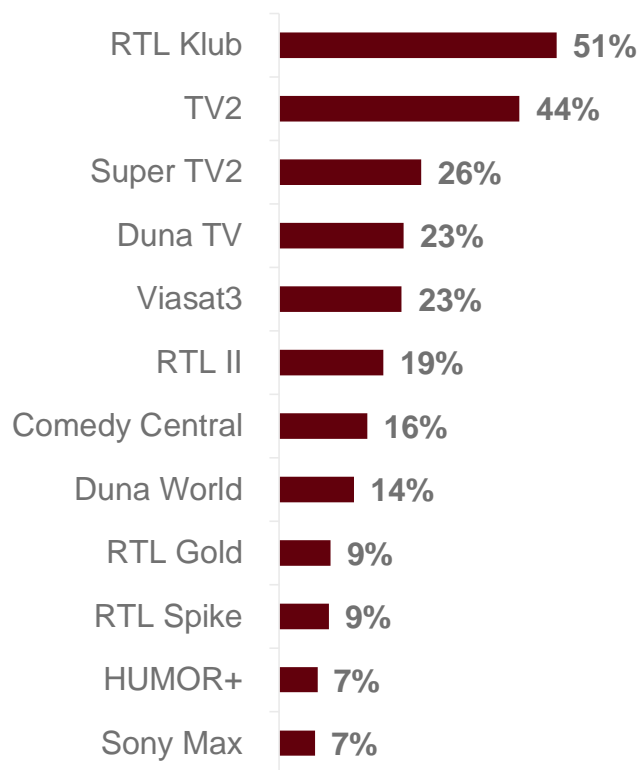
**83%**



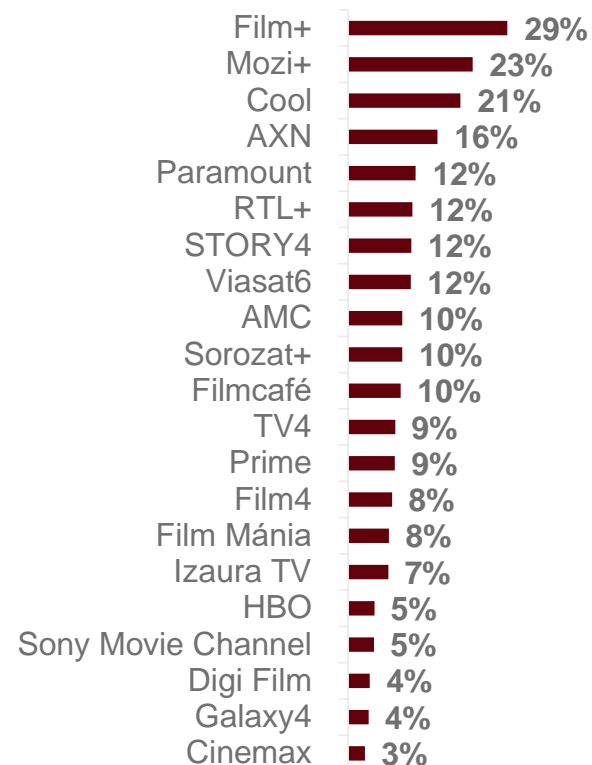
# Legnépszerűbb TV csatornák

*Legtöbbek által nézett kereskedelmi és film csatornák*

## KERESKEDELMI CSATORNÁK



## FILM CSATORNÁK

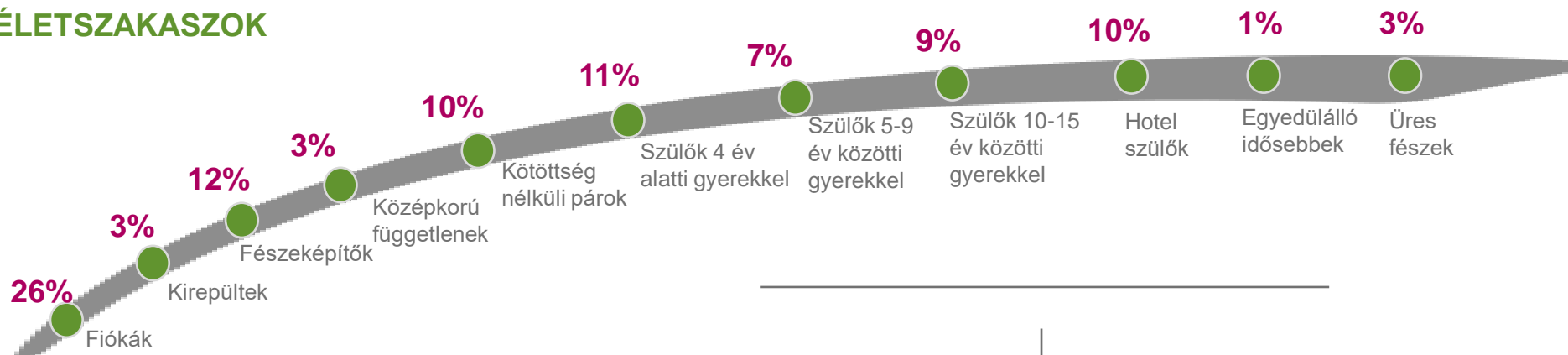


# VoD és streamingszolgáltatásokat igénybe vevők



# Jelenlegi VoD használók - szocio-demográfiai jellemzők

## ÉLETSZAKASZOK



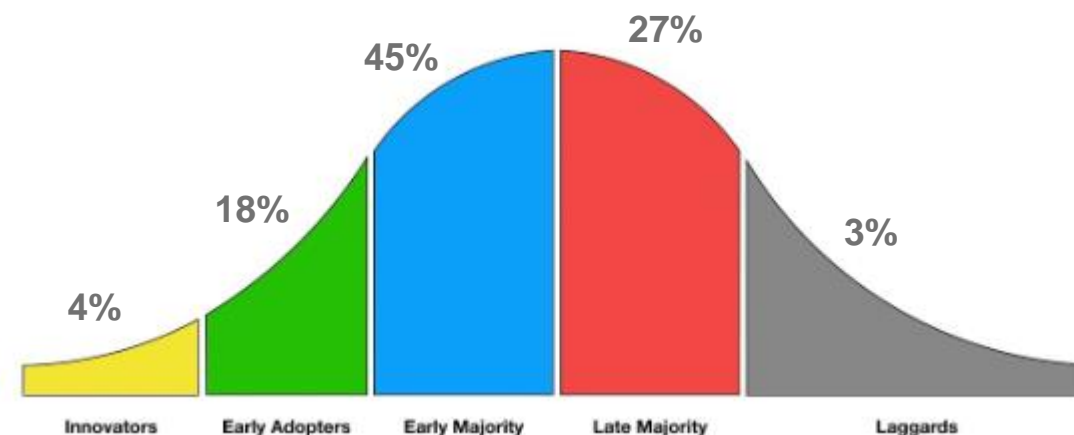
Gyerek a háztartásban  
39%

## DEMOGRÁFIAI JELLEGZETESSÉGEK



Férfiak:	56%	+7%*
15-29 éves:	39%	+8%*
Főiskola, egyetem:	28%	+4%*
Budapest:	23%	+3%*
Egyedülálló:	36%	+4%*
AB státusz:	30%	+6%*

## EARLY ADOPTER



# Jelenlegi VoD használók - érdeklődés



## MOZIBA JÁRÁS

Jár moziba:	46%	+5%*
Legalább havonta jár moziba:	14%	+2%
3D előadás:	18%	+2%
Horror:	6%	+2%
Sci-fi,/fantasy/szuperhősös:	8%	+1%



## Férfias érdeklődési kör

## ÉRDEKLŐDÉS

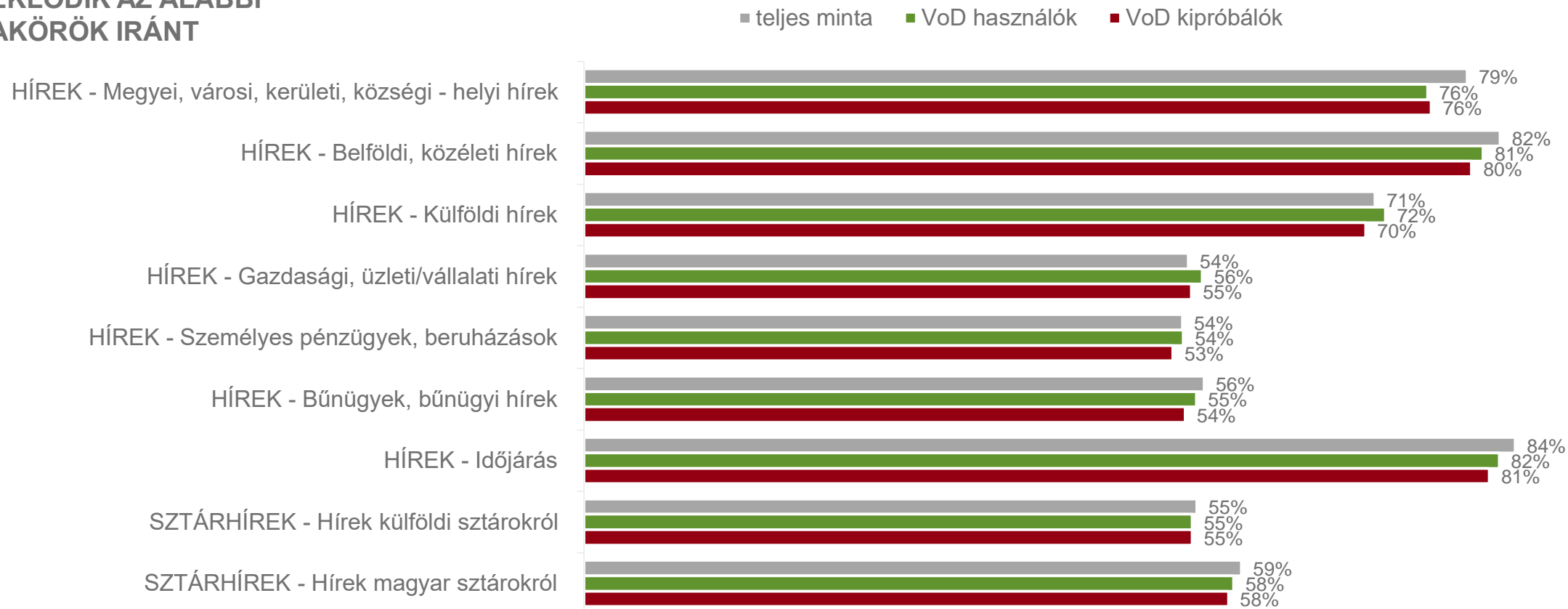
Helyi hírek:	76%	-3%
Labdarúgás:	45%	+2%
Egyéb sport:	57%	+4%
Autók-motorok:	56%	+4%
Számítástechnika, szórakoztató elektronika:	66%	+4%
Főzés, receptek:	49%	-6%
Lakás, otthon, kert:	64%	-4%
Hétköznapi emberi történetek:	60%	-4%



# VoD és streamingszolgáltatók felhasználóinak jellemzése – érdeklődés alapján I.

16-59 éves internetezők

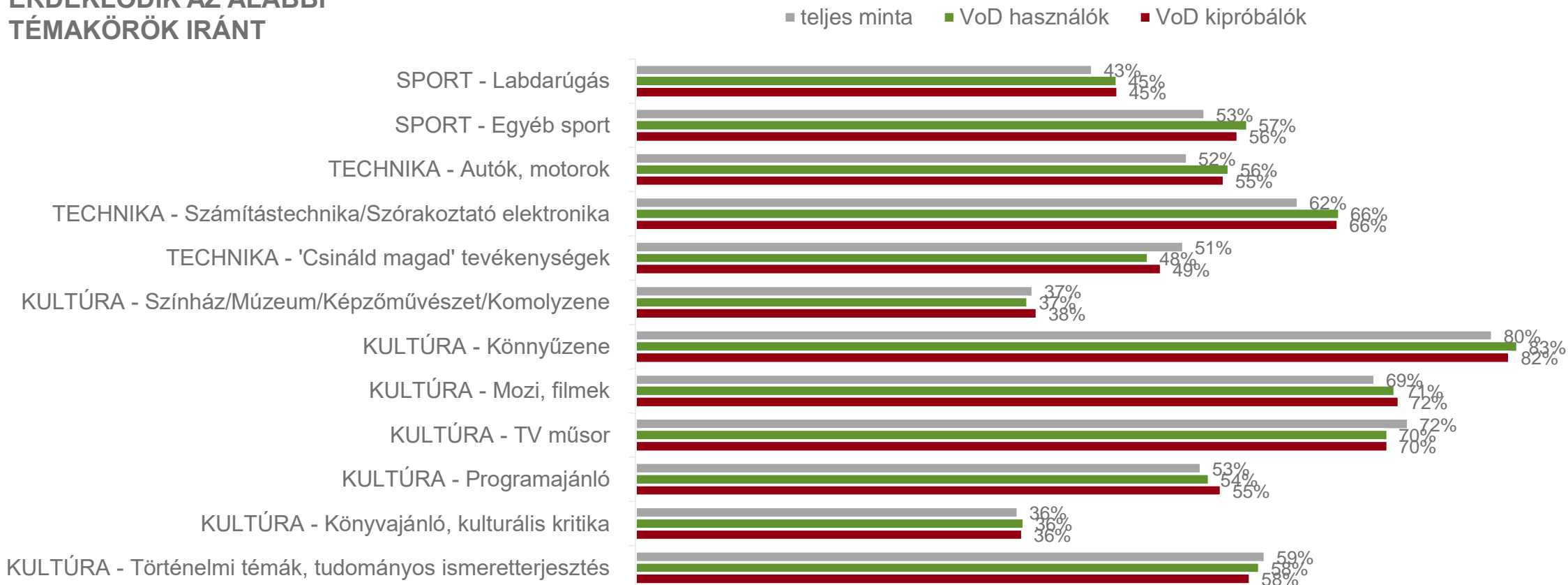
## ÉRDEKLŐDIK AZ ALÁBBI TÉMAKÖRÖK IRÁNT



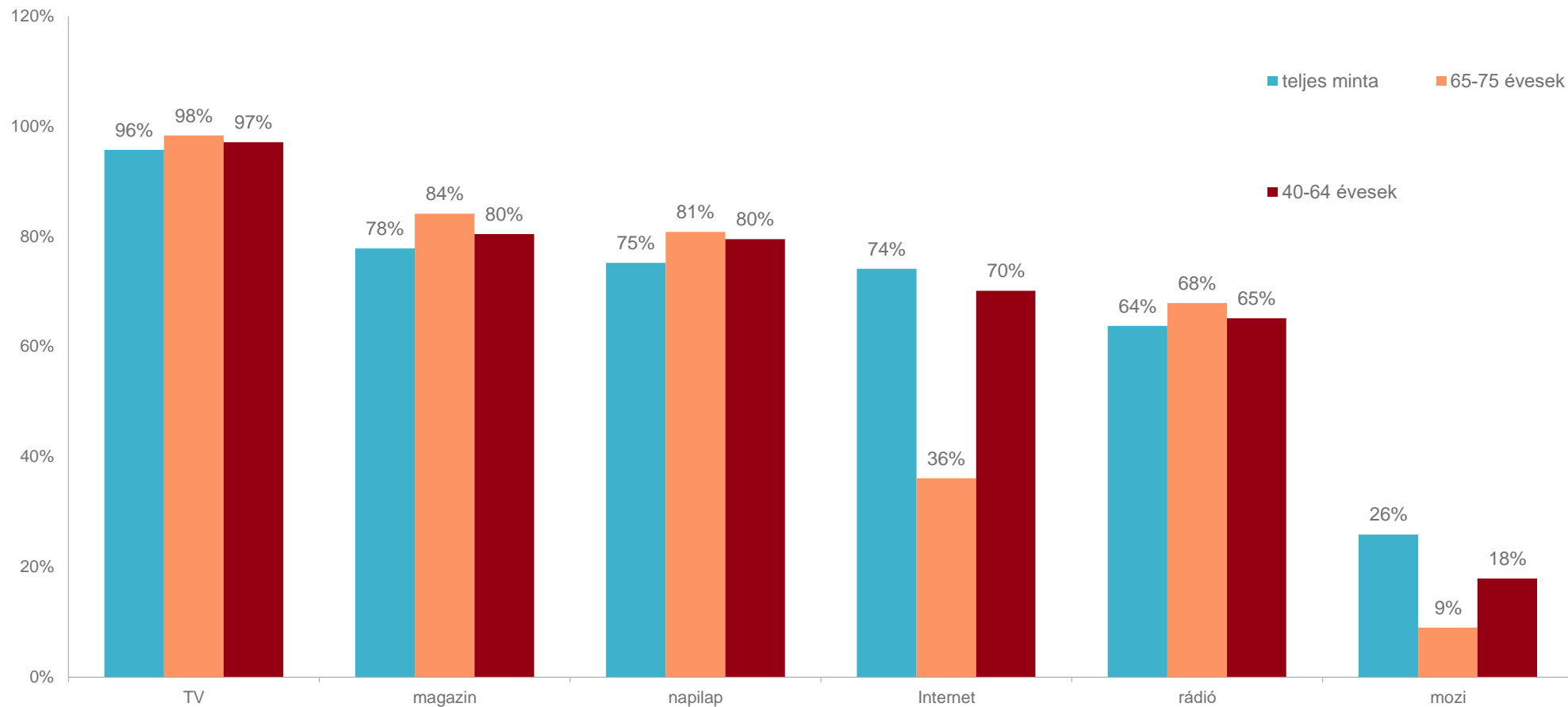
# VoD és streaming szolgáltatók felhasználóinak jellemzése – érdeklődés alapján II.

16-59 éves internetezők

## ÉRDEKLŐDIK AZ ALÁBBI TÉMAKÖRÖK IRÁNT



# Komplex médiafogyasztás



# Lapkategória olvasás

(a célcsoportok ekkora %-a olvassa az adott kategóriát)

