



## Έρευνα Μέτρησης Αποτελεσματικότητας Διαφημιστικών Οθονών



Παρουσίαση Αποτελεσμάτων

Μάιος 2011

# Εισαγωγή/ Στόχος



- Η έρευνα σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε από την εταιρία FOCUS BARI για λογαριασμό της Intelligent Media, εταιρίας με κύριο τομέα δραστηριότητας την παροχή οπτικοακουστικών υπηρεσιών και τη χρήση νέων Μέσων για την προώθηση και διαφήμιση προϊόντων & υπηρεσιών.
- Στόχος της έρευνας ήταν η άντληση στοιχείων που αποδεικνύουν τις δυνατότητες του Μέσου Οθονών και την αποτελεσματικότητα της διαφήμισης μέσω αυτού.
- Στην παρούσα φάση, η έρευνα βασίστηκε στο δίκτυο οθονών που βρίσκεται εγκατεστημένο και λειτουργεί σε διάφορους χώρους του Μαιευτηρίου ΙΑΣΩ στην Αθήνα.

# Ταυτότητα Έρευνας

- **Exit Survey: Ποσοτική έρευνα στατιστικής φύσης**
- Διεξαγωγή μέσω **προσωπικών συνεντεύξεων CAPI** από ειδικευμένους ερευνητές της Focus Bari
- **Χρήση προκαθορισμένου ερωτηματολογίου** που σχεδιάστηκε από τη Focus Bari και οριστικοποιήθηκε σε συνεργασία με την Intelligent Media



- **Πληθυσμός & Δείγμα:**
  - Η έρευνα απευθύνθηκε σε **εξερχόμενους πελάτες/ επισκέπτες** του μαιευτηρίου ΙΑΣΩ στην Αθήνα, **25-45** ετών
  - **300 άτομα**
  - Έλεγχος: 28% (Συνοδεία 4%, T/C 24%)
- **Τόπος διεξαγωγής:** Έξοδοι μαιευτηρίου ΙΑΣΩ (2)
- **Χρόνος διεξαγωγής:** 9-12 Μαΐου 2011



# Ανάλυση δείγματος

## Σύνολο δείγματος

Άντρες

Γυναίκες

25-34 ετών

35-44 ετών

Νέοι & μέλλοντες γονείς

Λοιποί επισκέπτες/ ασθενείς

Παραμονή έως 1 ώρα

Παραμονή 2-3 ώρες

Παραμονή 3+ ώρες

Δείγμα	%
<b>300</b>	<b>100</b>
134	44,7
166	55,3
157	52,3
143	47,7
150	50,0
150	50,0
97	32,3
108	36,0
92	30,7

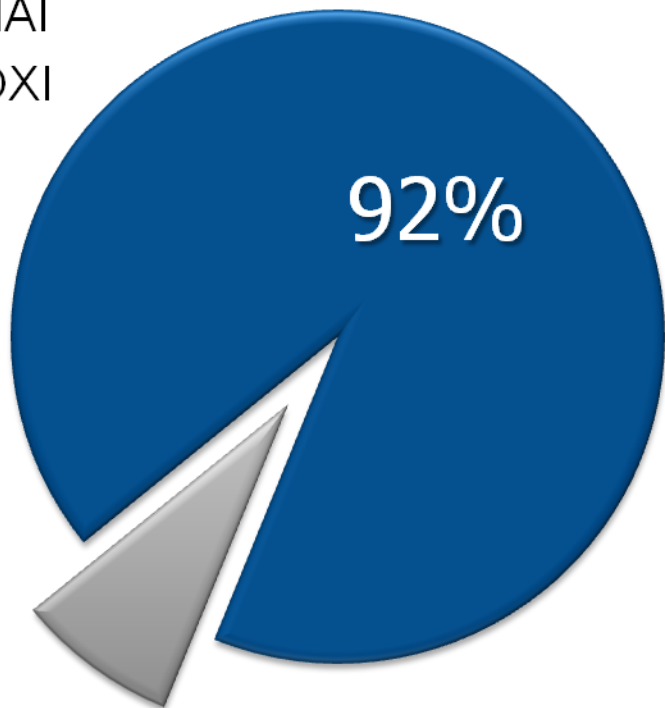


# ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

# % επισκεπτών / πελατών που είδαν τις οθόνες

## Είδαν τις οθόνες

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ



ΒΑΣΗ: Σύνολο δείγματος (300)

Το % παρατήρησης είναι **σημαντικά μεγαλύτερο** στους **Νέους & Μέλλοντες γονείς**:

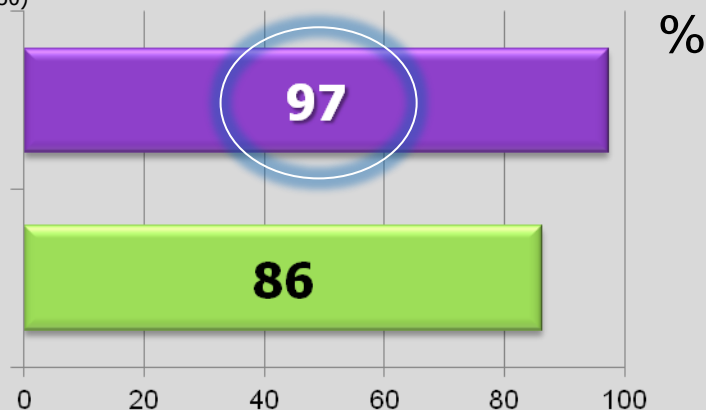
ΒΑΣΗ: Νέοι & μέλλοντες γονείς (150)

**Νέοι/  
Μέλλοντες  
γονείς**

97

**Λοιποί  
επισκέπτες**

86



Και **αυξάνεται με το χρόνο παραμονής** στο χώρο:

ΒΑΣΗ: Σύνολο δείγματος (300)

**Έως 1 ώρα**

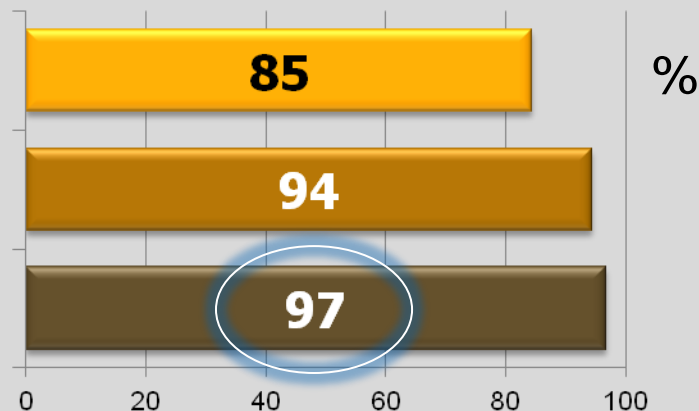
85

**2 με 3 ώρες**

94

**3+ ώρες**

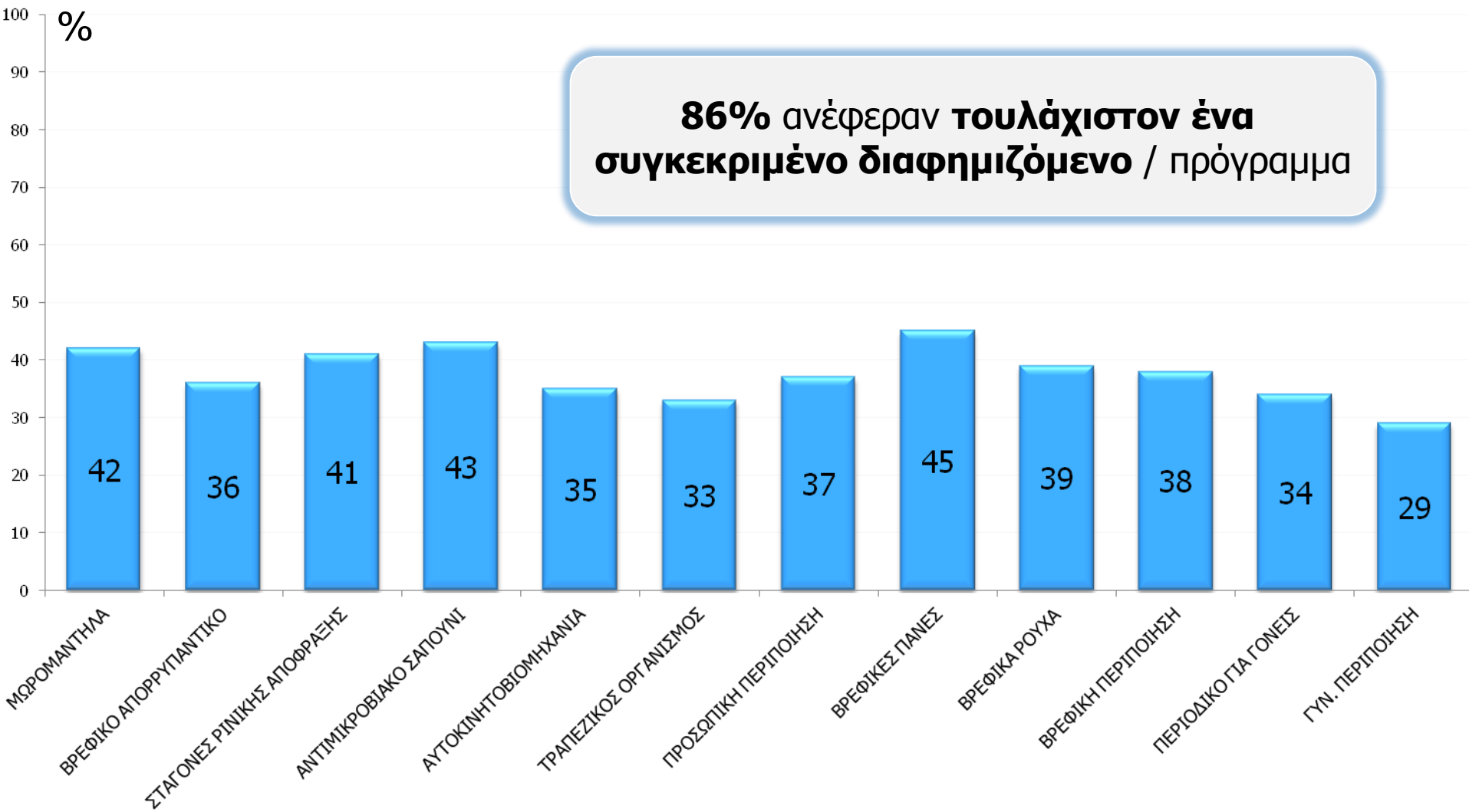
97



# % ανάκλησης διαφημίσεων / διαφημιζομένων

(σε αλφαβητική σειρά)

**ΒΑΣΗ:** Όσοι είδαν τις οθόνες (276)

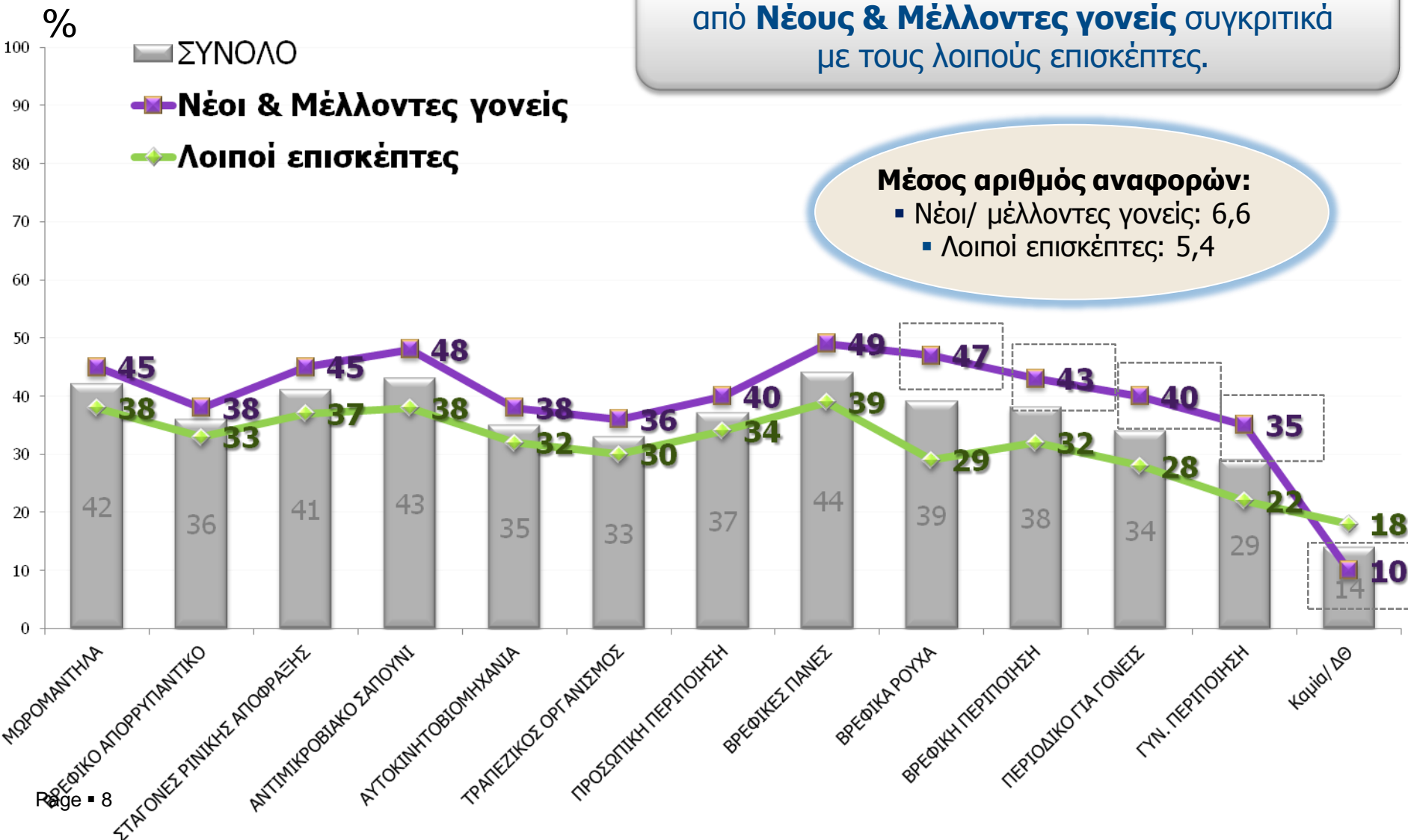


# Συνολική ανάκληση ανά υπο-ομάδες κοινού: ΛΟΓΟΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ

ΒΑΣΗ: Όσοι είδαν τις οθόνες (276)

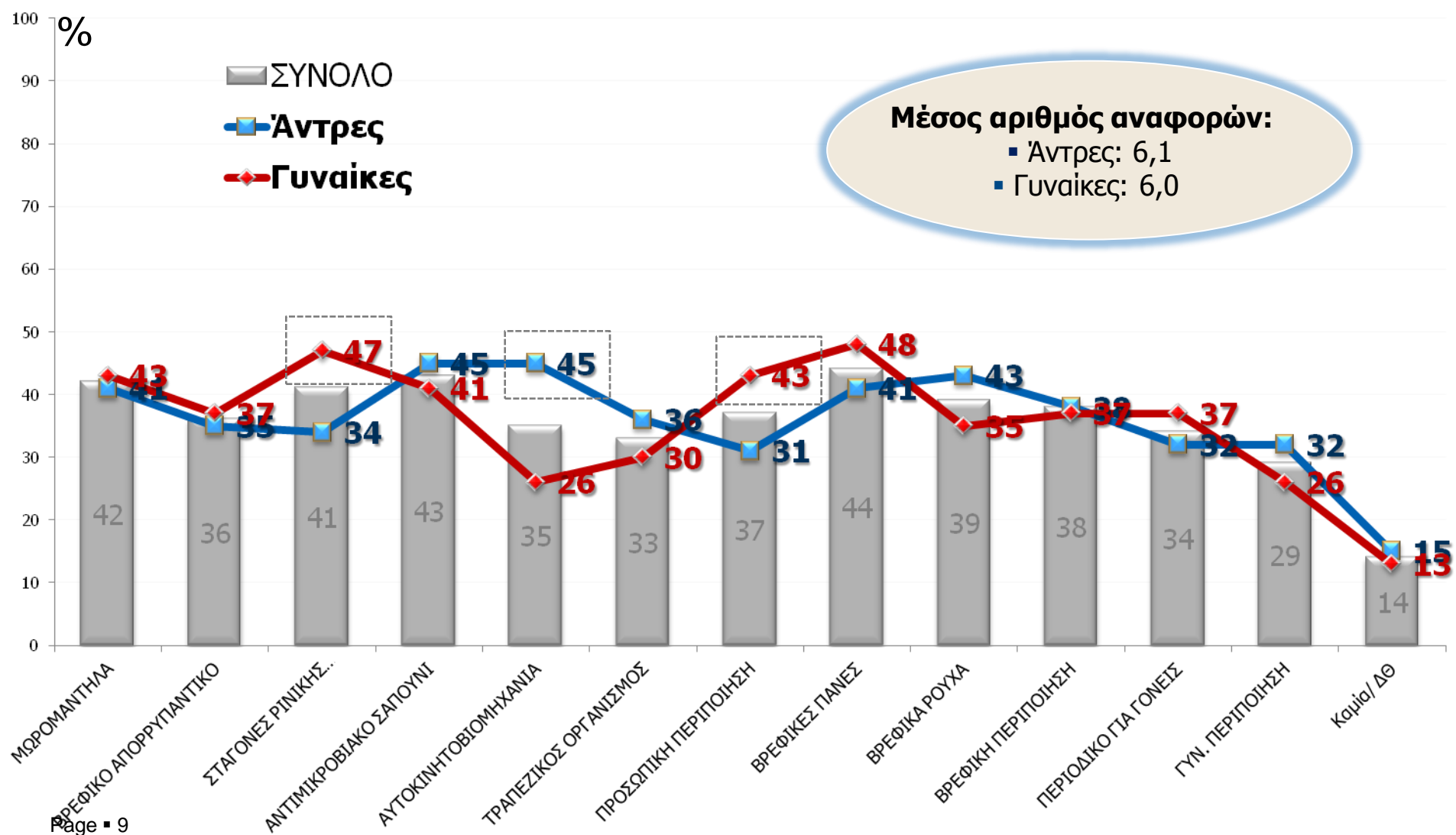
**Υψηλότερα % ανάκλησης** διαφημίσεων / μαρκών από **Νέους & Μέλλοντες γονείς** συγκριτικά με τους λοιπούς επισκέπτες.

**Μέσος αριθμός αναφορών:**  
 ■ Νέοι/ μέλλοντες γονείς: 6,6  
 ■ Λοιποί επισκέπτες: 5,4



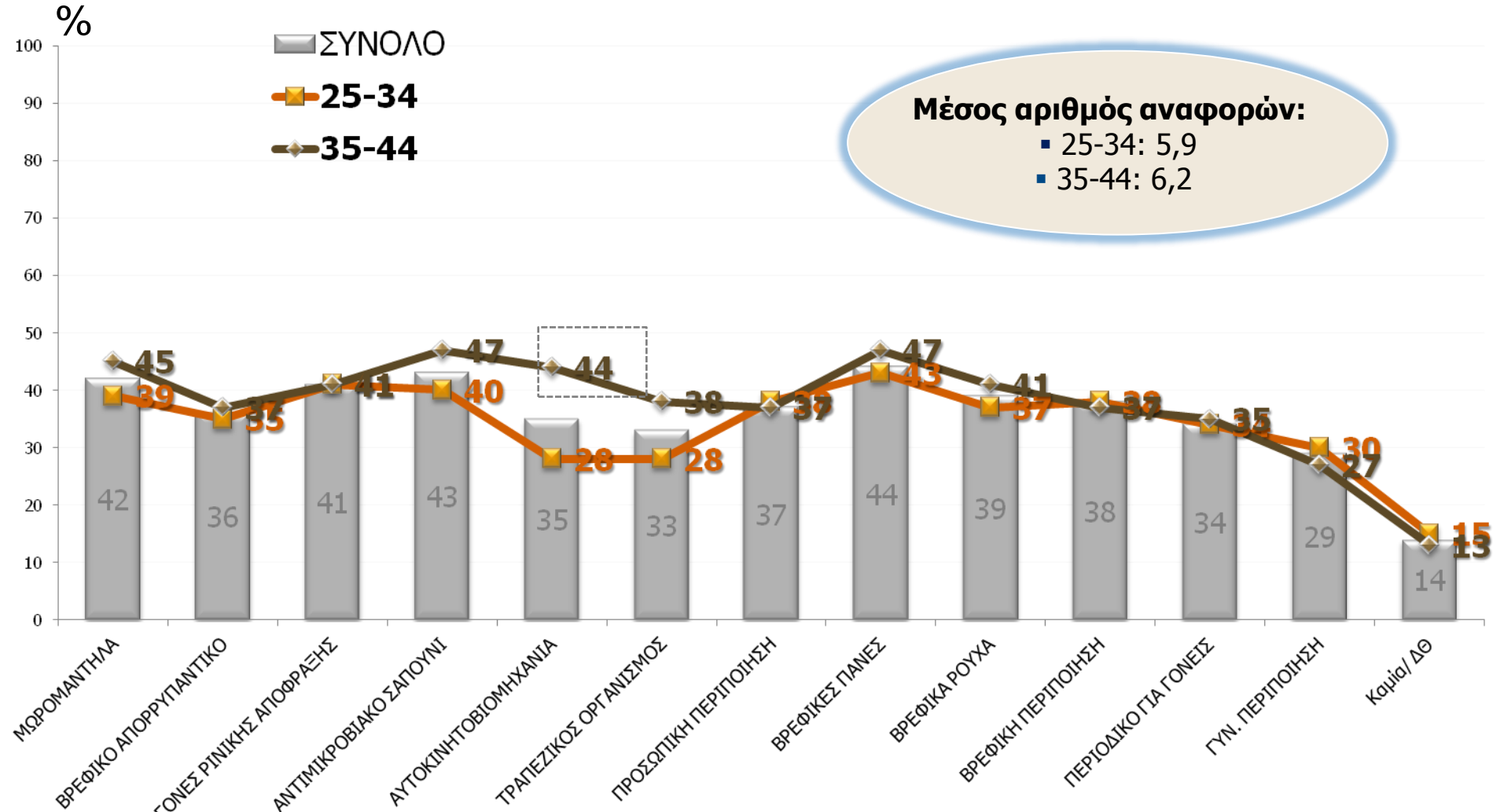
# Συνολική ανάκληση ανά υπο-ομάδες κοινού: ΦΥΛΟ

**ΒΑΣΗ:** Όσοι είδαν τις οθόνες (276)



# Συνολική ανάκληση ανά υπο-ομάδες κοινού: ΗΛΙΚΙΕΣ

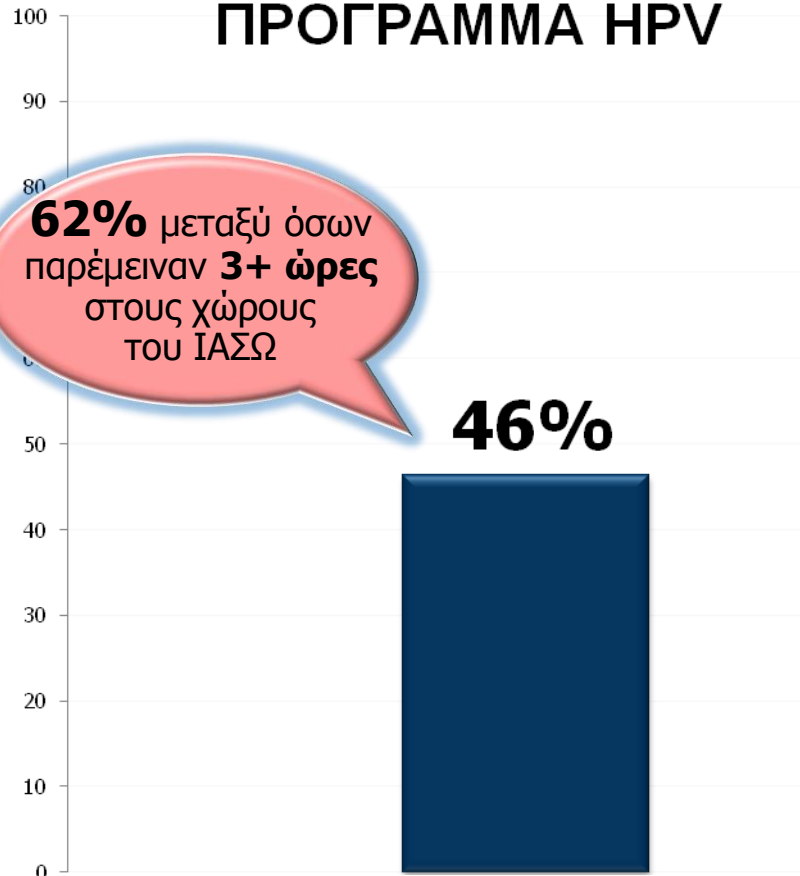
ΒΑΣΗ: Όσοι είδαν τις οθόνες (276)



# % ανάκλησης νέου ενημερωτικού προγράμματος για τον ιό HPV

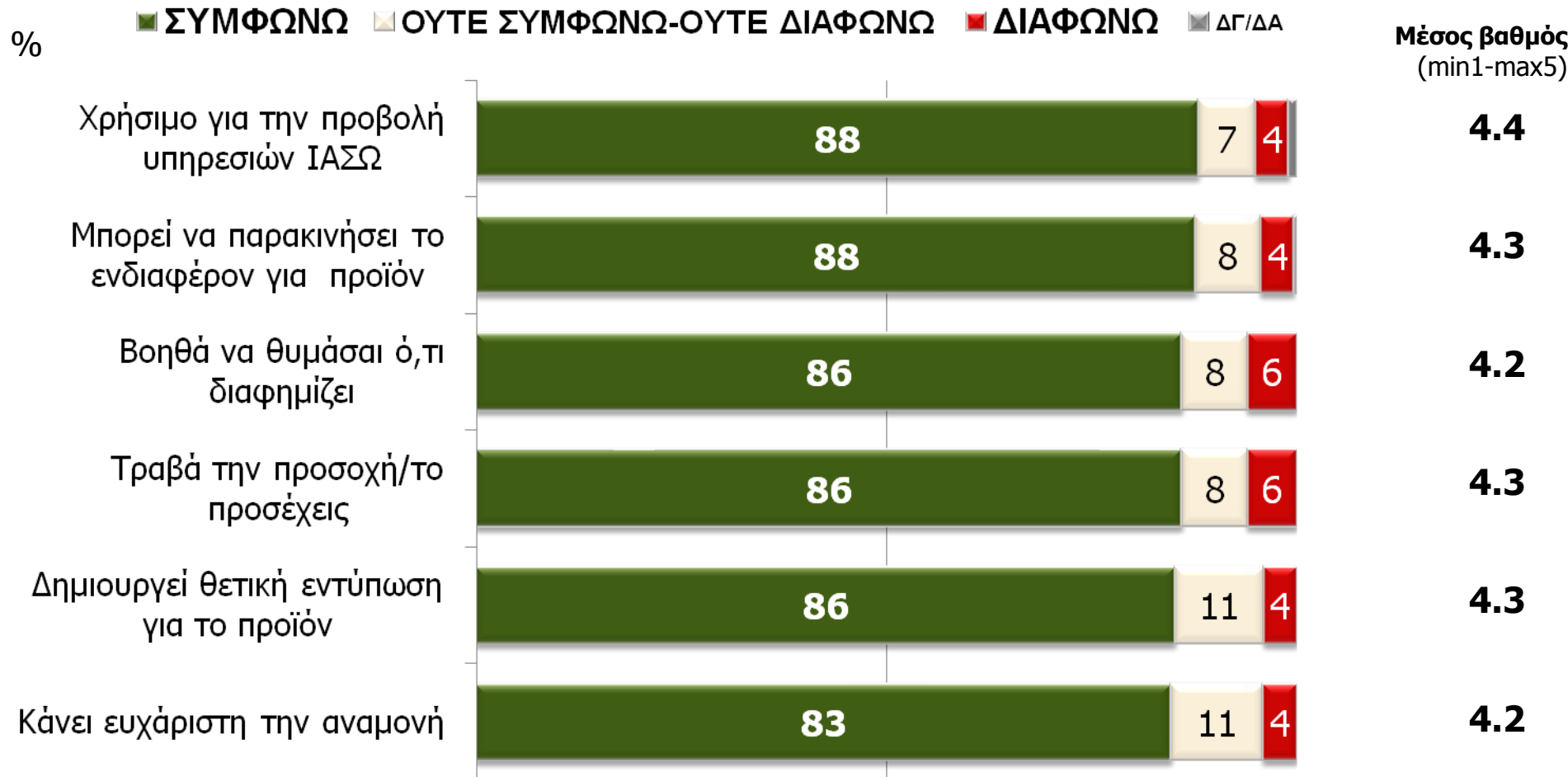
ΒΑΣΗ: Όσοι είδαν τις οθόνες (276)

## ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ HPV



# Αξιολόγηση του Μέσου: Βαθμός Συμφωνίας- Διαφωνίας με συγκεκριμένες φράσεις

ΒΑΣΗ: Όσοι είδαν τις οθόνες (276)

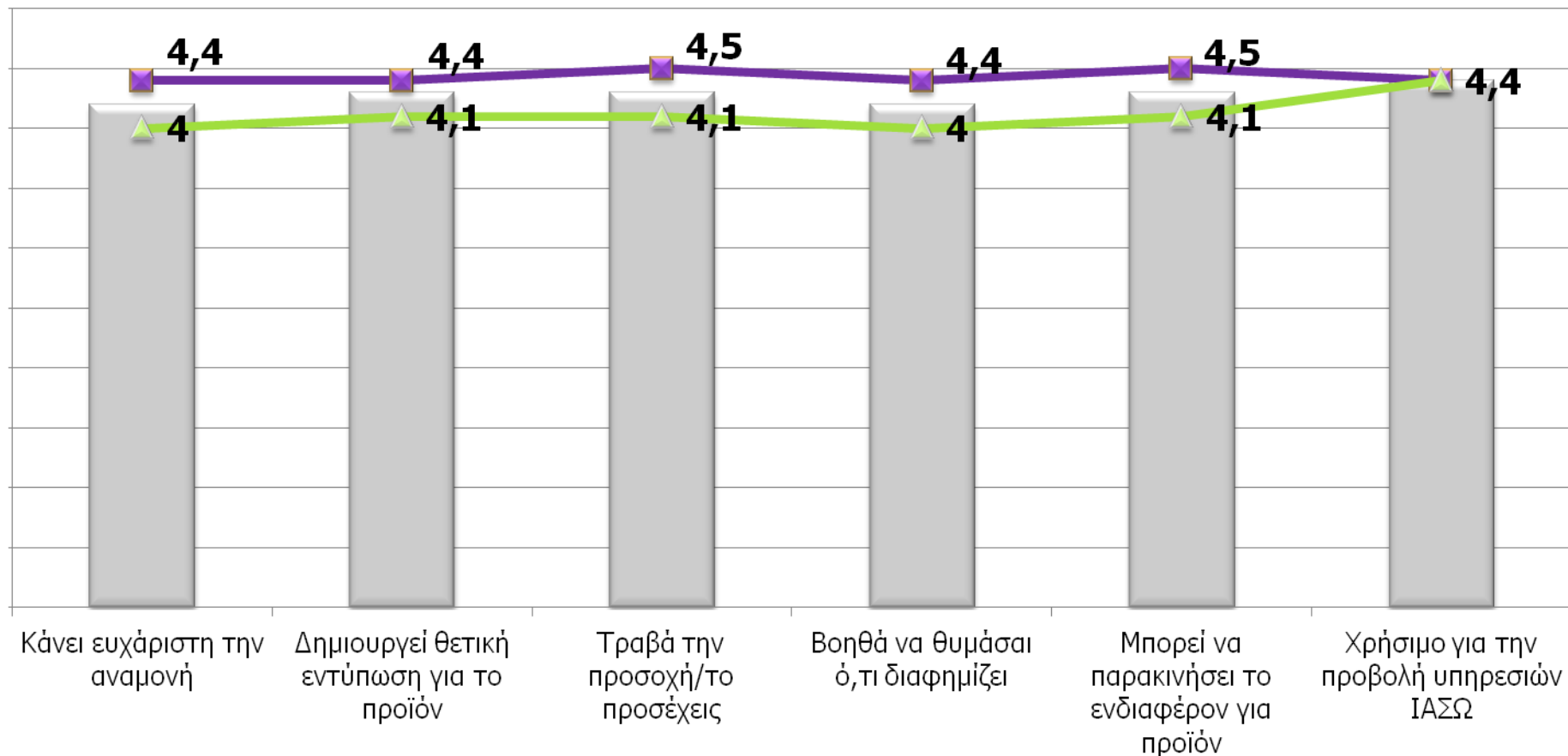


Υψηλός βαθμός συμφωνίας με όλες τις φράσεις δείχνει τη **θετική αντιμετώπιση του Μέσου από το κοινό στο οποίο απευθύνεται.**  
Σε σημαντικό βαθμό το Μέσο λειτουργεί θετικά για τους διαφημιζόμενους.

# Αξιολόγηση του Μέσου: Μέσος βαθμός Συμφωνίας- Διαφωνίας (min1-max5)

ΒΑΣΗ: Όσοι είδαν τις οθόνες (276)

■ ΣΥΝΟΛΟ   ■ Νέοι/ Μέλλοντες γονείς   ▲ Λοιποί επισκέπτες

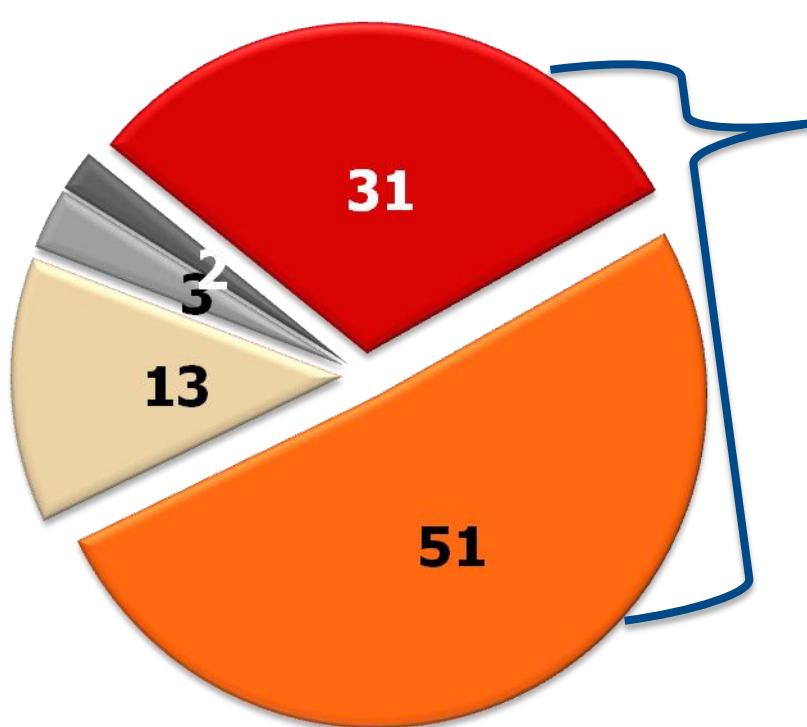


**Η άποψη των Νέων & Μελλόντων γονέων καταγράφεται να είναι ακόμη πιο ευνοϊκή για το Μέσο, ειδικά ως προς την ελκυστικότητά του και τη δημιουργία ενδιαφέροντος για τα διαφημιζόμενα προϊόντα.**

# Συνολική αξιολόγηση του Μέσου: Βαθμός ικανοποίησης / αρεσκείας του Μέσου για την προβολή προωθητικών μηνυμάτων για υπηρεσίες/ προϊόντα

ΒΑΣΗ: Όσοι είδαν τις οθόνες (276)

- Πολύ
- Αρκετά
- Μέτρια
- Όχι και τόσο
- Καθόλου



**8 στους 10** εξερχόμενους από το ΙΑΣΩ (82%) δηλώνουν **πολύ/ αρκετά ικανοποιημένοι** από το Μέσο για την προβολή προωθητικών μηνυμάτων για προϊόντα / υπηρεσίες



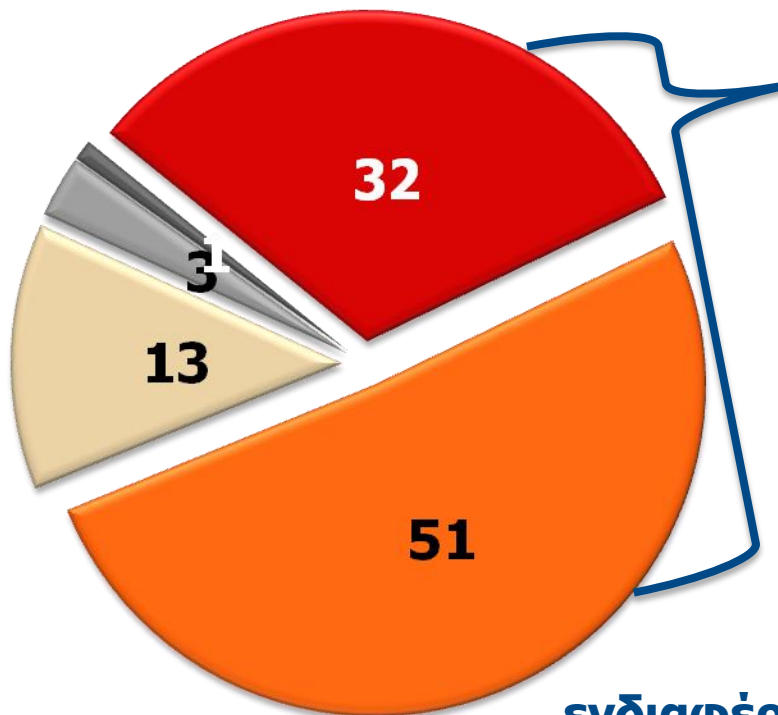
Με υψηλότερο βαθμό ικανοποίησης να δηλώνεται από σχεδόν **9 στους 10 νέους/ μέλλοντες γονείς (89%)**



# Συνολική αξιολόγηση του Μέσου: Βαθμός ενδιαφέροντος για το περιεχόμενο/ το πρόγραμμα που προβάλλεται στις οθόνες

ΒΑΣΗ: Όσοι είδαν τις οθόνες (276)

- Πολύ
- Αρκετά
- Μέτρια
- Όχι και τόσο
- Καθόλου
- %



**8 στους 10**  
εξερχόμενους (83%)  
βρίσκουν πολύ/αρκετά  
ενδιαφέρον  
το πρόγραμμα που  
προβάλλεται στις οθόνες



Με υψηλότερο βαθμό  
ενδιαφέροντος να δηλώνεται από σχεδόν  
**9 στους 10 νέους/ μέλλοντες**  
**γονείς (88%)**

