



ISTRAŽIVANJE AUDITORIJUMA TRANZITNOG OGLAŠAVAJA

Beograd, 2018/2019.

ISTRAŽIVANJE AUDITORIJUMA TRANZIT ADVERTAJZINGA

Ulaganje u OOH medije beleži konstantan rast poslednjih godina, a tranzitno oglašavanje predstavlja njegov značajni deo u urbanizovanim zonama u kojima je 90% populacije izloženo ovoj vrsti komunikacije. Obnavljanjem vozni parkova gradskih prevoznika, sredstva javnog gradskog prevoza postaju izuzetno atraktivan nosilac reklamnih poruka. Kako pored podataka o broju korisnika gradskog prevoza ovaj medij nije raspolagao drugim relevantnim podacima za media buying, Info Media Group je angažovala agenciju Ipsos koja je sprovedla opsežno istraživanje koje će omogućilo dolazak do svih ključnih indikatora obima i strukture tranzitnog auditorijuma, a na osnovu kojih je moguće sa velikom preciznošću dimensionirati ukupan potencijal ovog medija – unutrašnje i spoljne reklame, kako među korisnicima javnog gradskog saobraćaja, tako i u ukupnoj populaciji učesnika u saobraćaju.



ISTRAŽIVANJE AUDITORIJUMA TRANZIT ADVERTAJZINGA

Ciljevi istraživanja su:

- obezbeđivanje media-buying metričkih indikatora koji imaju vrednost (currency) na tržištu, a koja omogućava kvalitetno media planiranje, budžetiranje i evaluiranje efekata kampanja u tranzitnom oglašavanju i koji svojim karakterom i strukturom mogu biti kompatibilni i komparabilni sa sličnim indikatorima koji se koriste u merenju auditorijuma drugih klasa mas medija;
- profiliranje OOH i TRANSIT auditorijuma što advertiserima i media-buying agencijama omogućava kvalitetnu segmentaciju i targetiranje;
- definisanje potrošačkih i kupovnih navika auditorijuma tranzitnog oglašavanja u okviru 38 kategorija roba i usluga za preko 400 brendova.



ISTRAŽIVANJE AUDITORIJUMA TRANZIT ADVERTAJZINGA

Osnovni metodološki elementi realizovanog istraživanja:

- Uzorak je kvotni po regionu, urbanitetu naselja, polu, starosti i obrazovanju;
- Veličina uzorka: 1.725 ispitanika (1.424 Beograd, 351 Novi Sad);
- Metod prikupljanja podataka: multimod (aktivno učešće ispitanika kroz samoizveštavanje o dnevnim rutama kretanja, pasivno beleženje ruta kretanja preko mobilne google maps aplikacije i korišćenje zvaničnih podataka Gradskog sekretarijata za saobraćaj i Saobraćajnog fakulteta u Beogradu (merenje prometa vozila i pešaka na području Beograda i Novog Sada);
- Ispitanici: populacija od 15-70 godina.



ISTRAŽIVANJE AUDITORIJUMA TRANZIT ADVERTAJZINGA

Inovacija u istraživanju:

- **Merenje auditorija spolnog oglašavanja** - Sprovedeno istraživanje je pored merenja unutrašnjeg omogućilo merenje i spolnog auditorijuma tranzitnog oglašavanja, što je inovacija na našim prostorima. Merenjem potencijalnog spolnog auditorijuma došlo se do procene ukupnog broja potencijalnih pojedinaca koji su mogli na rutama svog svakodnevnog kretanja, da budu izloženi upravo tom, spoljašnjem vidu tranzitnog oglašavanja.
- **Kupovne i potrošačke navike korisnika gradskog prevoza po linijama** - Ispitanici su zabeležili svoju kupovinu ili konzumaciju (korišćenje/potrošnju) za preko 400 brendova u 38 kategorija roba i usluga. Na ovaj način dobijen je relativno kvaitetan pregled kupovnih i konzumentskih sklonosti korisnika 77 linija javnog gradskog saobraćaja, čime su planerski potencijali za plasman oglasnih poruka značajno uvećani.
- **Softver** koji obezbeđuje sve relevantne podatke za donošenje odluke o planiranju i kupovini medija, odnosno projektuje broj ljudi koji će videti reklamu na spoljašnjosti i u unutrašnjosti vozila, sa osnovnim sociodemografskim podacima.



ISTRAŽIVANJE AUDITORIJUMA TRANZIT ADVERTAJZINGA

3.319.000 stanovnika u gradovima sa javnim prevozom	2.500.000 korisnika gradskog prevoza	2.300.000 vožnji dnevno	2000 vozila u svim gradovima	250 linija gradskog prevoza	18 h vozila provedu dnevno u saobraćaju	300km vozilo pređe prosečno dnevno
---	---	-----------------------------------	---	---	---	---



Tranzitno oglašavanje Beograd – potencijal gradskog prevoza za komunikaciju sa različitim ciljnim grupama

- U Beogradu je po zvaničnoj proceni Republičkog zavoda za statistiku u 2017.godini živelo 1,7 miliona stanovnika. O svakodnevnom transportnim potrebama beograđana se kroz integrisani saobraćajni sistem brinu GSP Beograd, privatni prevoznici i Beovoz. Sa 1.300 vozila gradskog prevoza je pokriveno 135 linija čija je ukupna dužina preko 1.500 km, tako da ova vozila na godišnjem nivou pređu 74 miliona kilometara. Dnevno se na 86 najznačajnijih linija gradskog prevoza u Beogradu obavi preko 2,3 miliona vožnji. Gradski prevoz u Beogradu predstavlja najznačajniji vid kretanja mobilne populacije (od 15-70 godina), u kojoj čak 98% njih obavi neko kretanje tokom 7 dana. Preko 66% Beograđana u ciklusu od 7 dana koristi neku od linija gradskog prevoza.
- Istraživanje auditorijuma tranzitnog oglašavanja (Ipsos) je obuhvatilo 77 linija kojima dnevno prođe 800.000 jedinstvenih korisnika, a isti broj vozila ima potencijal da vidi 1.2 miliona stanovnika. To znači da je dnevni reach unutrašnjeg tranzitnog oglašavanja na nivou dnevnog auditorijuma vodećih sajtova, a totalni dnevni auditorijum koji je potencijalno izložen spoljnom tranzitnom oglašavanju u Beogradu je veći od ukupnog dnevnog auditorijuma svih dnevnih novina u Srbiji na teritoriji čitave Republike. (1,14 miliona ljudi prosečno dnevno čita novine u celoj Srbiji).

KARAKTERISTIKE KORIŠĆENJA JGP



OTS
8.8 Prosečan broj vožnji
za period od 7 dana



RCH
66.5% Ukupan domet za
period od 7 dana



ATS min
45.5 Ukupno dnevno vreme
provedeno u JGP

 Muški 8.0
Ženski 9.5

 18 - 29 9.2
30 - 44 8.3
45 - 59 9.7
60 + 7.6

 Srednje i niže 8.9
Visoko i više 8.2

 Muški 65.4%
Ženski 67.6%

 18 - 29 58.6%
30 - 44 53.9%
45 - 59 73.7%
60 + 88.4%

 Srednje i niže 72.8%
Visoko i više 61.4%

 Muški 43.3
Ženski 47.2

 18 - 29 44.0
30 - 44 43.4
45 - 59 53.1
60 + 38.0

 Srednje i niže 45.6
Visoko i više 52.2

SOCIO-DEMOGRAFSKA STRUKTURA

POL



Muški

46.4%



Ženski

53.6%

STAROST



18 - 29

24.9%



45 - 59

20.8%



30 - 44

30.0%



60 +

24.9%

OBRAZOVANJE



Srednje i niže

61.2%



Visoko i više

38.8%

RADNI STATUS

Zaposleni

58.31%

Nezaposleni

22.18%

Penzioneri

22.18%

NAVIKE KORISNIKA JGP

KORIŠĆENJE GRADSKOG PREVOZA

70%

Redovno koristi gradski prevoz

25%

Povremeno koristi gradski prevoz

5%

Nikada ne koristi gradski prevoz

78%

Koristi gradski prevoz za odlazak na posao

58%

Koristi gradski prevoz za izlazak u grad

43%

Koristi gradski prevoz za posetu porodici i prijateljima

28%

Koristi gradski prevoz za odlazak u kupovinu

PONAŠANJE KORISNIKA GRADSKOG PREVOZA

42.5%

Posmatra reklamu

15.6%

Sluša muziku

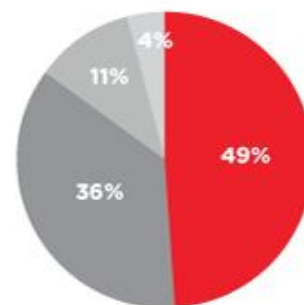
8.5%

Koristi mobilni telefon

8.5%

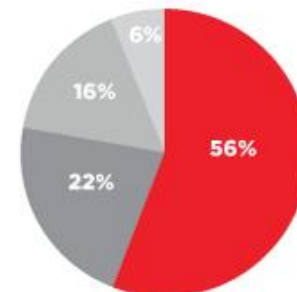
Čita novine ili knjigu

Koliko korisnici JGP primećuju oglasne poruke na vozilima



● Redovno ● Povremeno ● Retko ● Uopšte ne

Koliko korisnici JGP primećuju oglasne poruke u vozilima



● Redovno ● Povremeno ● Retko ● Uopšte ne

ULOGA KORISNIKA JAVNOG PREVOZA U KUPOVNOM PROCESU



Isključivi ili pretežni donosioci odluka



Dele odgovornost sa ostalim članovima



Retko ili uopšte ne učestvuju u donošenju odluka



Auditorijuma spoljašnjeg oglašavanja ima redovna sopstvena primanja



Korisnika JGP čini radno aktivno i angažovano stanovništvo



Putnika po izlasku iz vozila obavi neku kupovinu

KUPOVNO I KONZUMENTSKO PONAŠANJE U PERIODU OD 7 DANA



PREHRAMBENI PROIZVODI

MLEKO SVEŽE I DUGOTRAJNO	91.5%
JOGURT BELI I VOĆNI	84.4%
MARGARINI	52.5%
MAJONEZ	64.0%
SUVOMESNATI PROIZVODI	87.5%
PAŠTETE	60.6%
UNIVERZALNI ZAČIN	75.3%



VOĆNI SOKOVI I NAPICI

VOĆNI SOKOVI I NAPICI	65.9%
GAZIRANE VODE	77.3%
KAFA CRNA TURSKA	80.1%
KAFA INSTANT	56.1%
GAZIRANI SOKOVI	72.2%
NEGAZIRANA VODA	62.6%
PIVO	57.7%



GRICKALICE I KONDITORI

ČIPS	44.9%
SLANI KREKERI	43.6%
KEKS	88.6%
ČOKOLADE I KREM TABLE	65.4%
SLANE GRICKALICE	70.3%
NAPOLITANKE	53.8%
KAKAO KREM NAMAZI	55.3%



LIČNA HIGIJENA

PASTE ZA ZUBE	93.4%
DEKORATIVNA KOZMETIKA	42.4%
ŠAMPONI ZA KOSU	84.7%
SREDSTVA ZA NEGU TELA	69.0%
HIGIJENSKI ULOŠCI	39.6%
BOJE ZA KOSU	21.3%
SREDSTVA ZA NEGU LICA	64.3%
FARMACEUTSKI PROIZVODI	43.7%



KUĆNA HIGIJENA

OMEKŠIVAČI VEŠA	76.5%
DETERDŽENTI ZA VEŠ	84.2%
SREDSTVA ZA PRANJE SUĐA	82.9%
SREDSTVA ZA ČIŠĆENJE	76.9%
SREDSTVA ZA SANITARIJE	76.3%

KORISTI MOB. TELEFONE 96.9%

KUPUJE U MALOPRODAJNOM
LANCU MAXI DELHAIZE 74.7%

KORISTI USLUGE
OSIGURAVAJUĆIH KUĆA 67.0%

SU KORISNICI PRIVATNIH
ZDRAVSTVENIH USTANOVA 26.0%

KORISTI USLUGE INTERNET
PROVAJDERA I TV SIGNALA 90.0%

Primer softverskog izveštaja

Selected line

88(1 vozilo)

		Daily Reach			7 Days Reach		
		Inside	Outside	Index [total]	Inside	Outside	Index [gsp users]
Total		7.500	40.000	-	23.400	270.600	-
Sex							
	Male	3.800	18.000	97	12.700	125.000	100
	Female	3.600	22.000	103	10.600	145.600	100
Age							
	18 - 29	1.700	7.400	111	5.700	47.600	105
	30 - 44	2.300	11.000	99	7.000	73.500	98
	45 - 59	1.700	10.000	107	4.900	68.400	108
	60 +	1.800	11.500	90	5.700	81.000	94
Education							
	secondary and less	4.700	28.600	107	14.700	197.900	109
	High	2.800	11.300	86	8.700	72.700	82

*reach - broj ljudi izložen reklamama

*index-index je poredjenje OTS vrednosti sa distribucijom u populaciji Beograda/gsp korisnika

Tranzitno oglašavanje Novi Sad – potencijal gradskog prevoza za komunikaciju sa različitim ciljnim grupama

- Po zvaničnoj proceni Republičkog zavoda za statistiku sredinom 2017.godine u Novom Sadu je ukupno živelo nešto više od 340.000 stanovnika (341.625). O svakodnevnim transportnim potrebama novosađana se brine javno gradsko saobraćajno preduzeće Novi Sad. Centralno gradsko područje u Novom Sadu je pokriveno sa 27 linija, a šire gradsko i prigradsko područje sa dodatnih 48 linija. Na svim linijama se dnevno zabeleži 248.534 putnih vožnji.
- Stanovništvo Novog Sada (starosti od 15 do 70 godina) predstavlja vrlo dinamičnu i mobilnu populaciju. Njih čak 100% u periodu od 7 dana obavi neko kretanje vezano za obavljanje različitih aktivnosti, poslova i obaveza van domaćinstva. Za svoja kretanja novosađani koriste različite oblike transfera, a sredstva javnog gradskog prevoza predstavljaju najznačajniji vid transporta.
- Pešačenje kao vid kretanja i vožnja bicikle imaju mnogo veći udeo nego u beogradskim kretanjima, što je uslovljeno osobenostima ovog urbanog regiona.

Tranzitno oglašavanje Novi Sad – potencijal gradskog prevoza za komunikaciju sa različitim ciljnim grupama

- Novosađani prosečno dnevno provedu oko 21 minut u vozilima JGP, a njih preko 27% između 30 i 60 minuta dnevno. Maksimalno registrovano dnevno vreme provedeno u vozilima jGP je 95 minuta.
- Najviše prosečnog vremena provedenog u različitim vidovima urbanog transfera se koncentriše upravo u vozilima javnog gradskog prevoza.
- Potencijal tranzitnog oglašavanja se pored informacije o dometu tog medija na total populaciji (rch) i prosečnom vremenu provedenom u JGP (ATS) ogleda i u frekvenciji korišćenja vozila javnog prevoza. U prosečnom sedmičnom ciklusu, tipičan korisnik JGP 5,8 puta koristi neko od prevoznih sredstava transportnog sistema u Novom Sadu.
- Svi izneti podaci su od suštinskog značaja za planiranje komunikacije kroz tranzitno oglašavanje. Njima je svakako važno pridodati i informacije o korišćenju različitih vrsta proizvoda i usluga među korisnicima JGP u Novom Sadu (videti kompletan izveštaj Kupovne i potrošačke navike korisnika gradskog prevoza).



**SOLO I ZGLOBNI
AUTOBUSI**



**SOLO I ZGLOBNI
TROLEJBUSI**



TRAMVAJI

