

MEDIAN SK

MML - TGI

**národný prieskum spotreby, médií
a životného štýlu**

Market & Media & Lifestyle - TGI



MEDIAN SK, s.r.o.

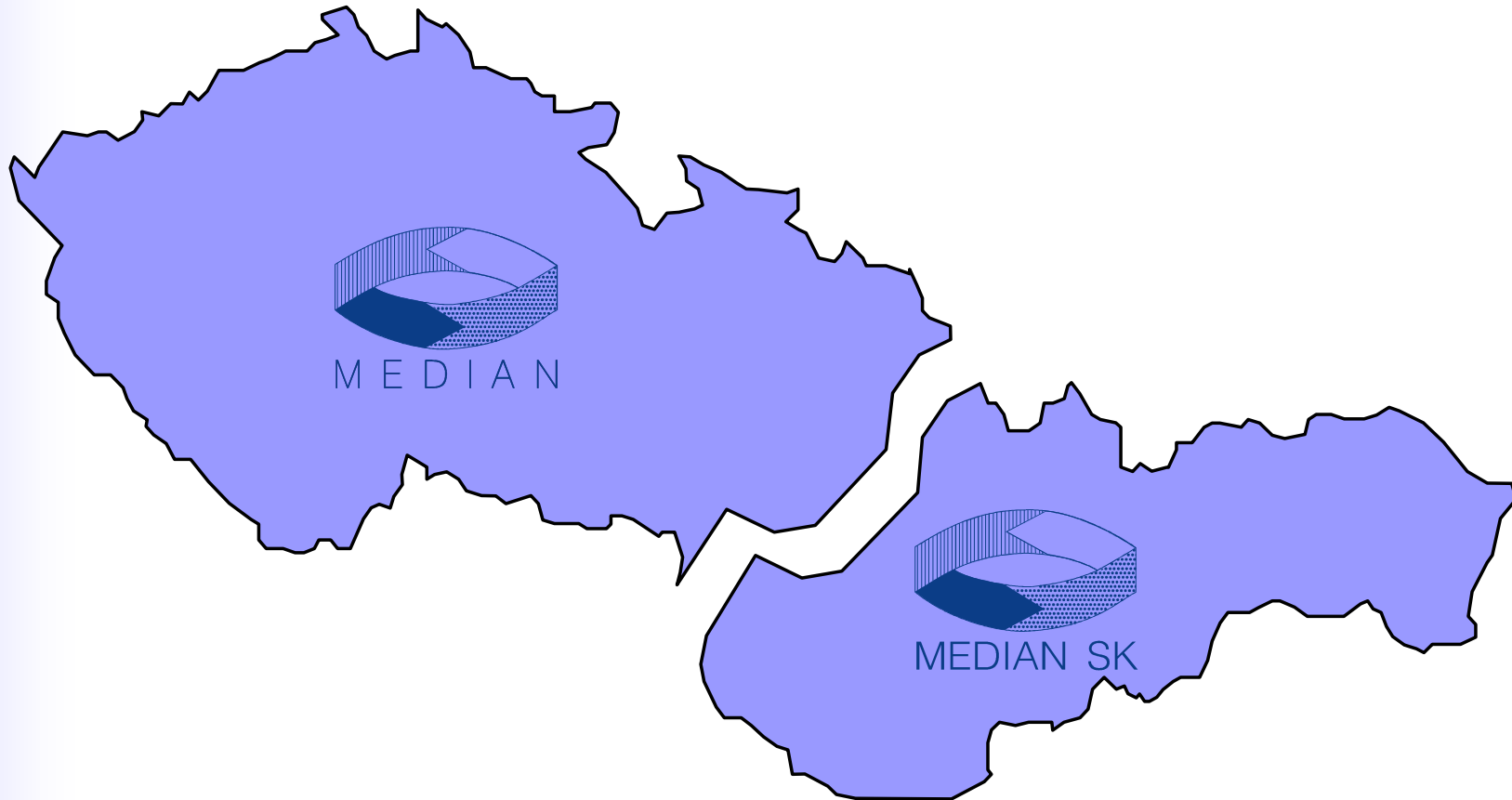
MEDIAN SK

je spoločnosťou

- pre prieskum trhu, médií a verejnej mienky
- s primárnym postavením pre vývoj a distribúciu mediálnych a marketingových softvérov
- je realizátorom rozsiahleho národného prieskumu MML-TGI - najrozsiahlejšieho kontinuálneho prieskumu spotreby, médií a životného štýlu (na Slovensku od roku 1997)

ČESKÁ REPUBLIKA A SLOVENSKO

MEDIAN SK



Náš projekt TGI (Target Group Index) v licencií Kantar Media

MEDIAN SK PONÚKA:

Kvantitatívny prieskum

- dotazníkové jednorázové skúmania (AD-HOC), osobné rozhovory anketára s respondentom (face-to-face)
 - telefonické opytovanie (CATI)
 - poštou rozosielené prieskumy
 - denníkový zber dát
 - ankety
 - rozhovory pomocou počítača (CAPI)
 - ďalšie metódy
- kontinuálne prieskumy
 - rovnaké metódy ako AD-HOC
 - panelové prieskumy
 - ďalšie metódy

Kvalitatívny prieskum

- skupinové diskusie
- expertné rozhovory
- hĺbkové rozhovory („in-depth interview“)
- testy výrobkov
- testy reklamy
- „brainstorming“
- audiovizuálne testy (AVL)
- ďalšie metódy

Ostatné prieskumy

- „desk research“
- sekundárne analýzy
- expertné štúdie
- rôzne druhy pozorovaní
- marketingové analýzy
- identifikácia trendov
- predikcia vývoja trhu

PRIESKUM MML-TGI

NÁRODNÝ PRIESKUM MML-TGI

ročne minimálne 8 000	◀▶	respondentov
kontinuálny	◀▶	zber dát
štyrikrát do roka (4 vlny)	◀▶	výsledky
kvótny (7 kvót)	◀▶	výber
populácia 14 - 79 rokov	◀▶	výberová vzorka

PRIESKUM MML-TGI

Čo tvorí dáta z prieskumu?

- Sociodemografia
- Mediálne správanie
- Spotrebné správanie
- Životný štýl

Všetky tieto údaje sú od jedného respondenta

PRIESKUM MML-TGI: OSOBNÉ ÚDAJE

Dotazník A

Domácnosť

- ABCDE (socio-ekonomická klasifikácia)
- región
- veľkosť miesta bydliska
- čistý mesačný príjem domácnosti
- hlava domácnosti (vek, pohlavie, vzdelanie, pracovné zaradenie)
- a množstvo ďalších ukazovateľov

Respondent

- vek
- pohlavie
- vzdelanie
- rodinný stav
- čistý mesačný príjem respondenta
- a množstvo ďalších ukazovateľov

PRIESKUM MML-TGI: MEDIÁLNE SPRÁVANIE

Dotazník A

TELEVÍZIA

- Ⓞ možnosť príjmu
- Ⓞ najčastejšie sledovaná / počúvaná stanica
- Ⓞ včera (15 minútový interval)
- Ⓞ minulý týždeň

ROZHLAS

TLAČENÉ MÉDIÁ

Denníky

Týždenníky

Supplementary

Dvojtýždenníky

Mesačníky

- Ⓞ posledné vydanie
- Ⓞ dlhšie obdobie
- Ⓞ koľko vydaní čítal(a)
- Ⓞ kedy naposledy čítal(a)

PRIESKUM MML-TGI: SPOTREBNÉ SPRÁVANIE

NÁRODNÝ PRIESKUM MML-TGI

Dotazník B

- nakupovanie
- nápoje
- tabakové výrobky
- potraviny
- drogéria
- kozmetika
- farmácia
- odev / obuv / drobný spotrebný tovar
- vybavenosť domácností
- téma v médiách / informácie o médiách
- reklama

× viac ako 200 kategórií produktov

× viac ako 2000 značiek

PRIESKUM MML-TGI: SPOTREBNÉ SPRÁVANIE

Dotazník B

- poštové služby
- zásielkové služby - katalógové
- telefonické služby
- kultúra, kiná, hudba, knihy
- lotérie, stávky
- cestovanie, dovolenka, ubytovanie
- domáce majstrovanie / záhrada
- motorizmus
- počítače, internet
- finančné služby
 - poisťovne
 - dôchodkový systém
 - banky a ich služby
 - devízové účty
 - debetné karty
 - kreditné karty
 - cestovné a bankové šeky
 - hypotekárne úvery
 - stavebné sporenie
 - akcie a investičné fondy
 - spotrebné úvery, splátkový predaj
 - podielové fondy
 - lízingové spoločnosti

PRIESKUM MML-TGI: ŽIVOTNÝ ŠTÝL

Dotazník B

770 výrokov rozdelených do 21 kategórií:

- bývanie
- cestovanie / dovolenka
- financie
- kutilstvo
- médiá / reklama
- potraviny
- rodina / domácnosť
- spoločenské dianie
- zdravie
- životné prostredie ...

„TGI Core“

- výroky, spoločné pre všetkých 67 krajín, v ktorých sa uskutočňuje prieskum TGI

- zist'ovaná miera súhlasu a nesúhlasu respondenta
(určite áno - skôr áno - skôr nie - určite nie)
- konštrukcia typológií

PRIESKUM MML-TGI: DOTAZNÍKY

NÁRODNÝ PRIESKUM MML-TGI

Dotazník A - „médiá“

osobné rozhovory, tzv. metóda „face to face“

Dotazník B - „spotrebné správanie a životný štýl“

samostatné vyplnenie respondentom, tzv. metóda „self-complete“

Dotazník E - „exkluzívne otázky“

osobné rozhovory, tzv. metóda „face to face“

PRIESKUM MML-TGI: TYPOLOGIE RESPONDENTOV

NÁRODNÝ PRIESKUM MML-TGI

- ABCDE klasifikácia
- podľa typu spolužitia
- TGI GLOBAL SEL
- analýza prierezom
- podľa životného štýlu
- podľa psychologického profilu

Založené na základe charakteristík:

- význam výrokov životného štýlu
- hodnotový systém
- ďalšie parametre

Charakteristiky sú vytvorené s použitím faktorovej analýzy.

PRIESKUM MML-TGI: TYPOLÓGIE RESPONDENTOV

TYPOLÓGIA PSYCHOLOGICKÉHO PROFILU RESPONDENTOV

10 hlavných charakteristík

- Stabilita
- Extroverzia
- Racionálnosť
- Dominantnosť
- Aktivita
- Svedomitosť
- Prívetivosť
- Rodinná prispôsobivosť
- Maskulinita
- Usadlenosť

- **Analýzy jednej charakteristiky**

(škála od 1 do 10)

- **Analýzy sekcií**

(priemer charakteristík)

- **PROFIL**

(respondentov / populácie / cieľovej skupiny)

PRIESKUM MML-TGI: PRODUKTY

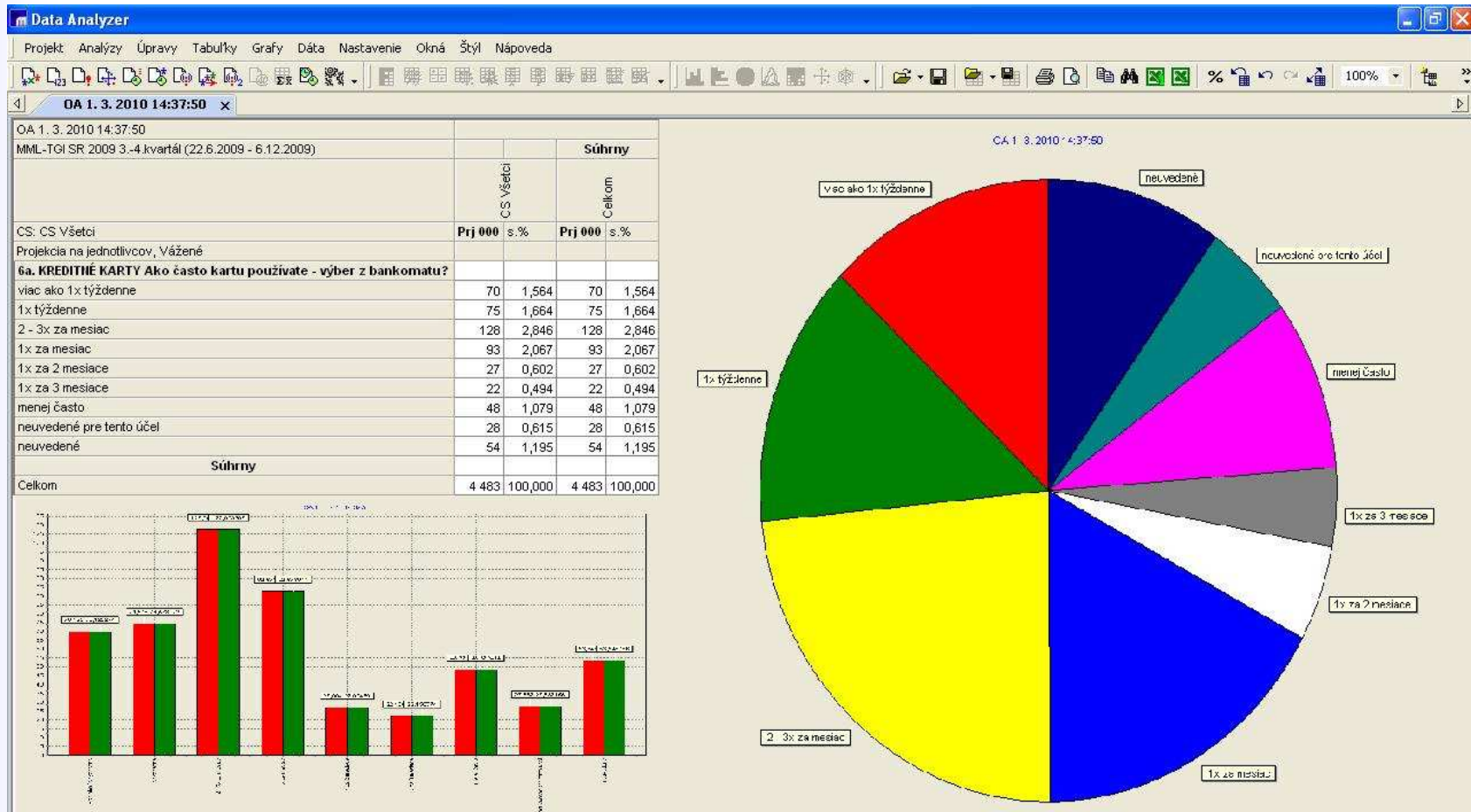
NÁRODNÝ PRIESKUM MML-TGI

- Detailné analýzy:
 - produktov
 - cieľovej skupiny
 - vývoja na trhu
 - práce značky na trhu
- Mediálne analýzy
- Segmentácia cieľovej skupiny
- Správy, tabuľkové súbory, grafy ...

PRIESKUM MML-TGI

Ukážka zo softvéru Data Analyzer spoločnosti MEDIAN SK

NÁRODNÝ PRIESKUM MML-TGI



MEDIAN SK je slovenská nezávislá súkromná spoločnosť pre prieskum trhu, médií, verejnej mienky a pre vývoj analytických a marketingových softvérov založená v roku 2002. Úzko spolupracujúca česká spoločnosť MEDIAN pôsobí na slovenskom trhu od roku 1993. MEDIAN SK realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov.

Garancia kvality - členstvo a spolupráca:

E.S.O.M.A.R. (Európske združenie prieskumných spoločností)

KMR Group (Kantar Media Research Group)

Intersearch Network

American Marketing Association

Median s.r.o., Česká republika

Kontakt:

MEDIAN SK, s.r.o.

Kremnická 6

851 01 Bratislava V

telefónne číslo: +421 2 5443 5539

fax: +421 2 5464 8064

www.median.sk

e-mail: median@median.sk