

RAPORT AdNation 2019

AdLandia

REKLAMOWA WYSPA
NA MORZU POPULACJI

KANTAR

POWERED BY TVN MEDIA
SOMEBED BY LAN MEDIA

Cel badania

AdNation to cykliczne badanie przeprowadzone przez Kantar (na zlecenie TVN Media) wśród przedstawicieli branży reklamowej oraz populacji.

Badanie ma na celu zweryfikowanie jak przedstawiciele branży reklamowej, postrzegają narzędzia komunikacji, a jak widzi je w swoim otoczeniu przysłowiowy „Kowalski”.

Metodologia badania

AdNation – osoby z domów mediowych, agencji reklamowych i reklamodawcy.

Liczebność ankietowanych: **N=144**

Metodologia badania: **CAWI**

Populacja – osoby w wieku 16–49 lat

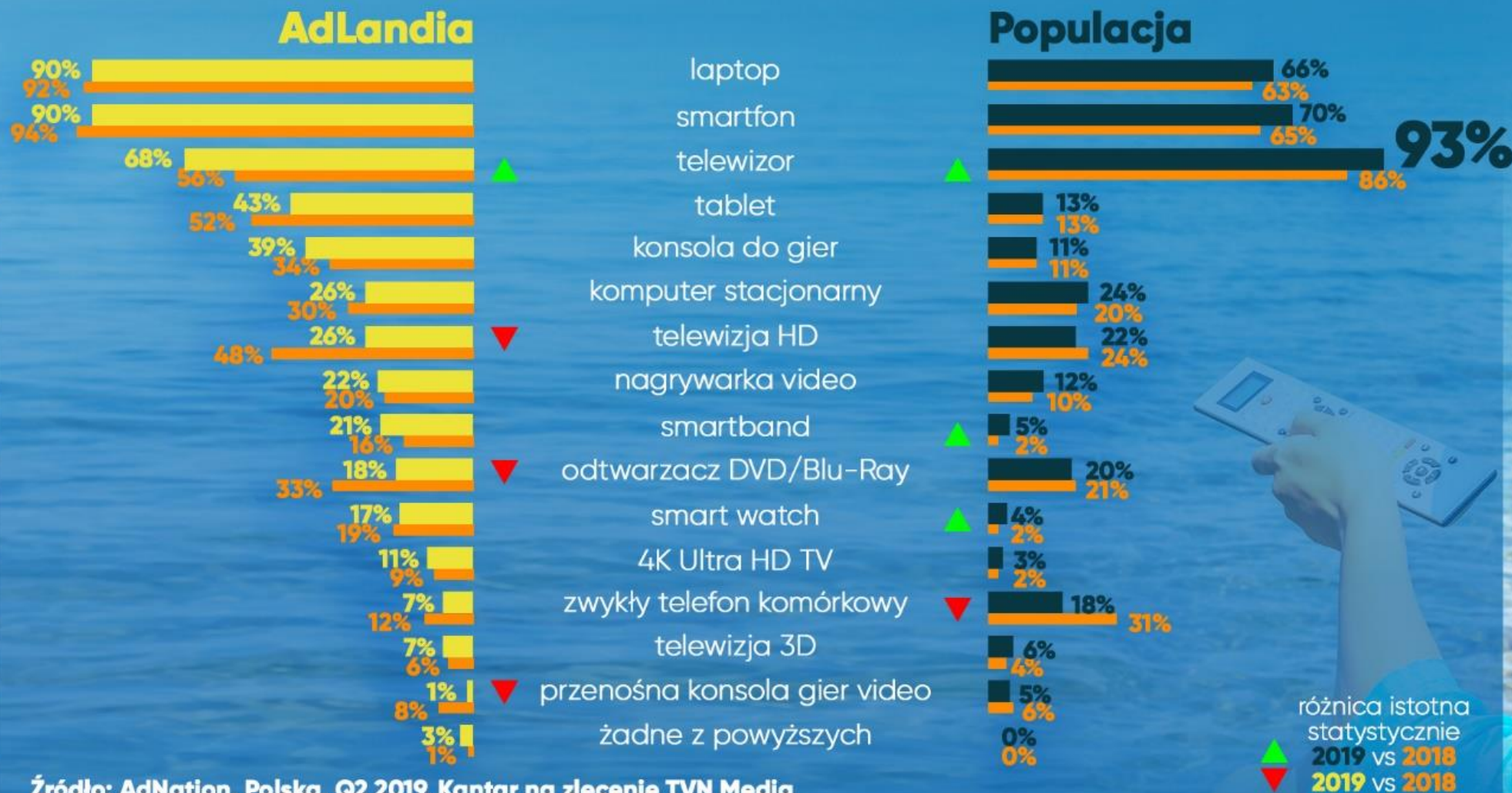
Liczebność ankietowanych: **N=707**

Metodologia badania: **CAPI**



Telewizor coraz częściej obecny...także w Adlandii!

Pyt: Które z poniższych urządzeń znajdują się w Pana/i domu?



Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

różnica istotna
statystycznie
2019 vs 2018
2019 vs 2018

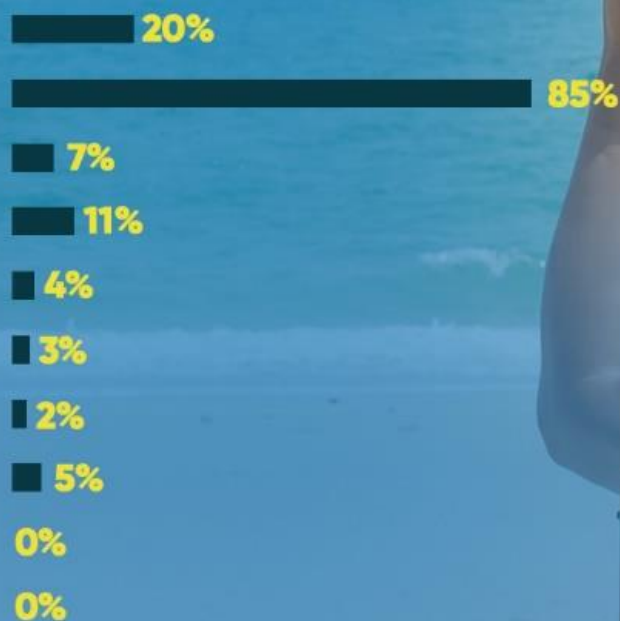
Telewizja: TAK! ale nie u każdego na tym samym ekranie!

Pyt: Za pośrednictwem jakich urządzeń ogląda Pan/i programy, seriale czy filmy telewizyjne?

AdLandia



Populacja

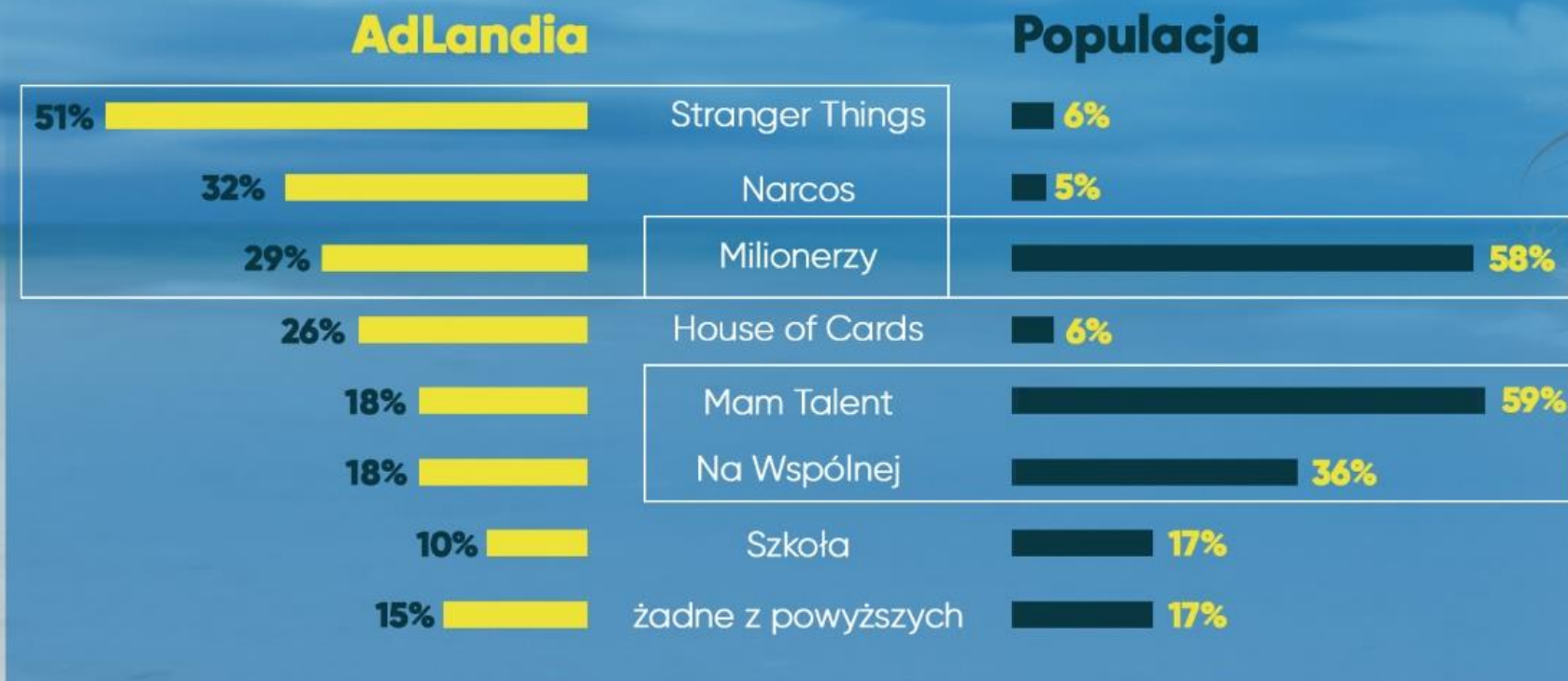


Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

Nie wszyscy oglądają seriale serwisów SVOD, ale Milionerem chce zostać każdy!

RAPORT
AdNation
2019

Pyt: Czy w ciągu ostatniego roku oglądał(a) Pan(i) co najmniej jeden odcinek następujących seriali lub programów?



Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

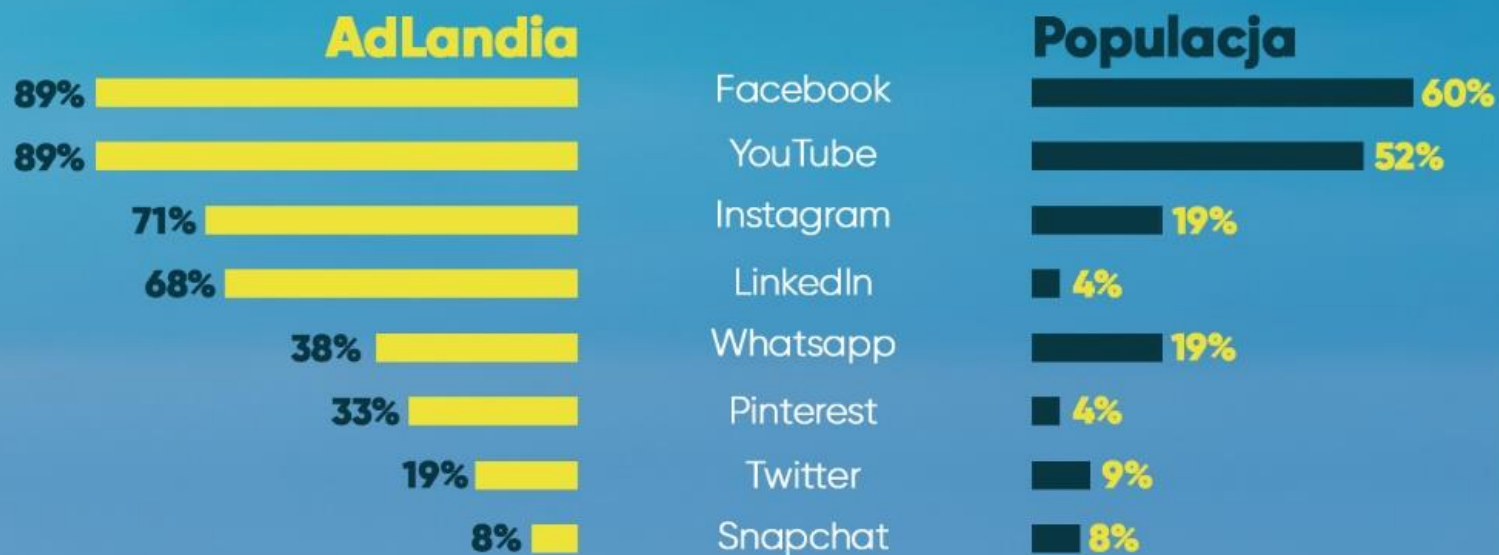
POWERED BY TVN MEDIA



Czy wszyscy korzystają natłogowo z social mediów?

RAPORT
AdNation
2019

Pyt: Z których z poniższych stron internetowych, aplikacji lub usług korzystał(a) Pan(i) w ciągu ostatniego miesiąca?



Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

POWERED BY TVN MEDIA
SOMEBED BY IAN MEDIA

Perspektywa postrzegania reklam. Jakich odpowiedzi najczęściej udzielono?

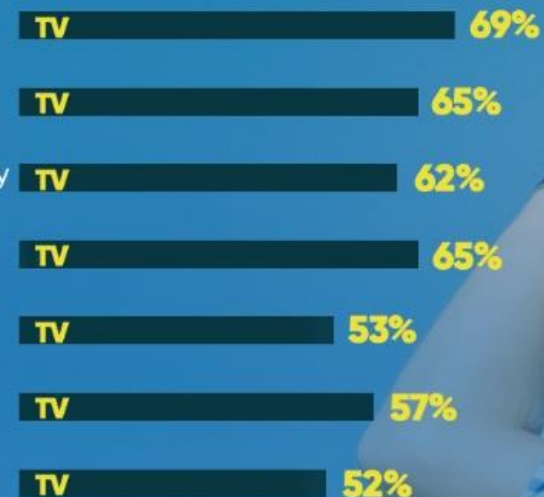
RAPORT
AdNation
2019

Pyt: W jakim medium znajdziesz reklamy, które...

AdLandia

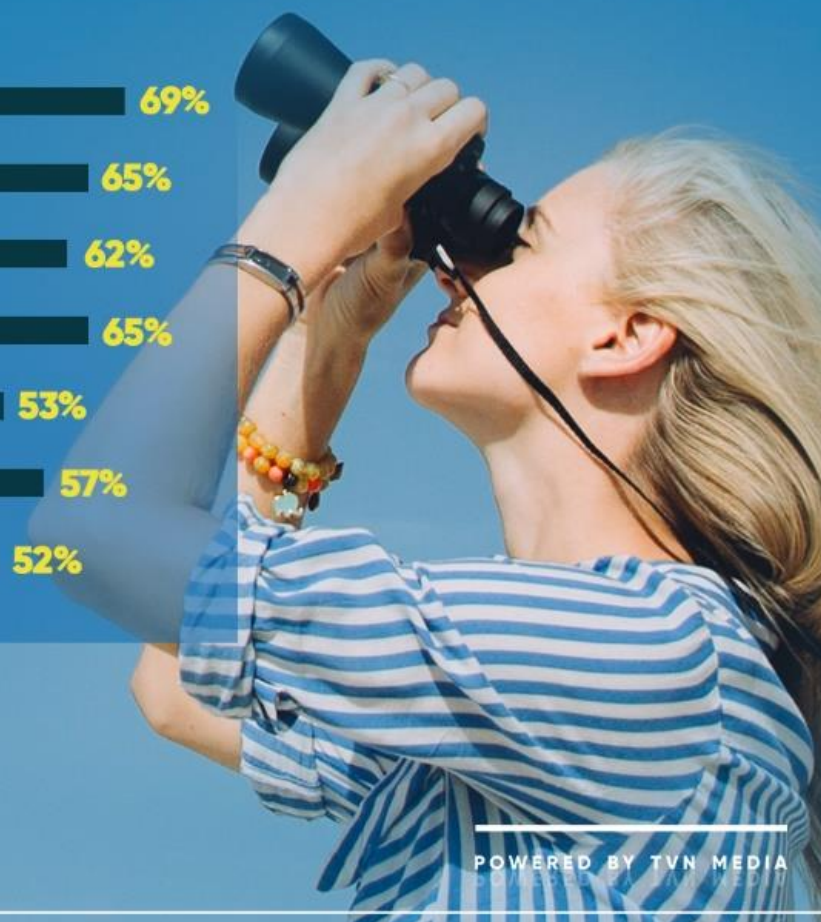


Populacja



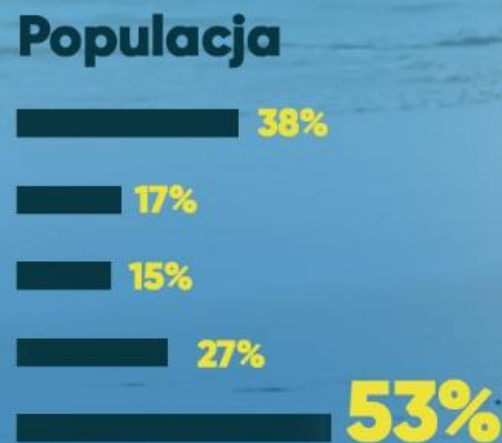
Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

POWERED BY TVN MEDIA



Czas wolny: ze znajomymi czy przed telewizorem?

Pyt: W jaki sposób najczęściej spędza Pan/i czas wolny?

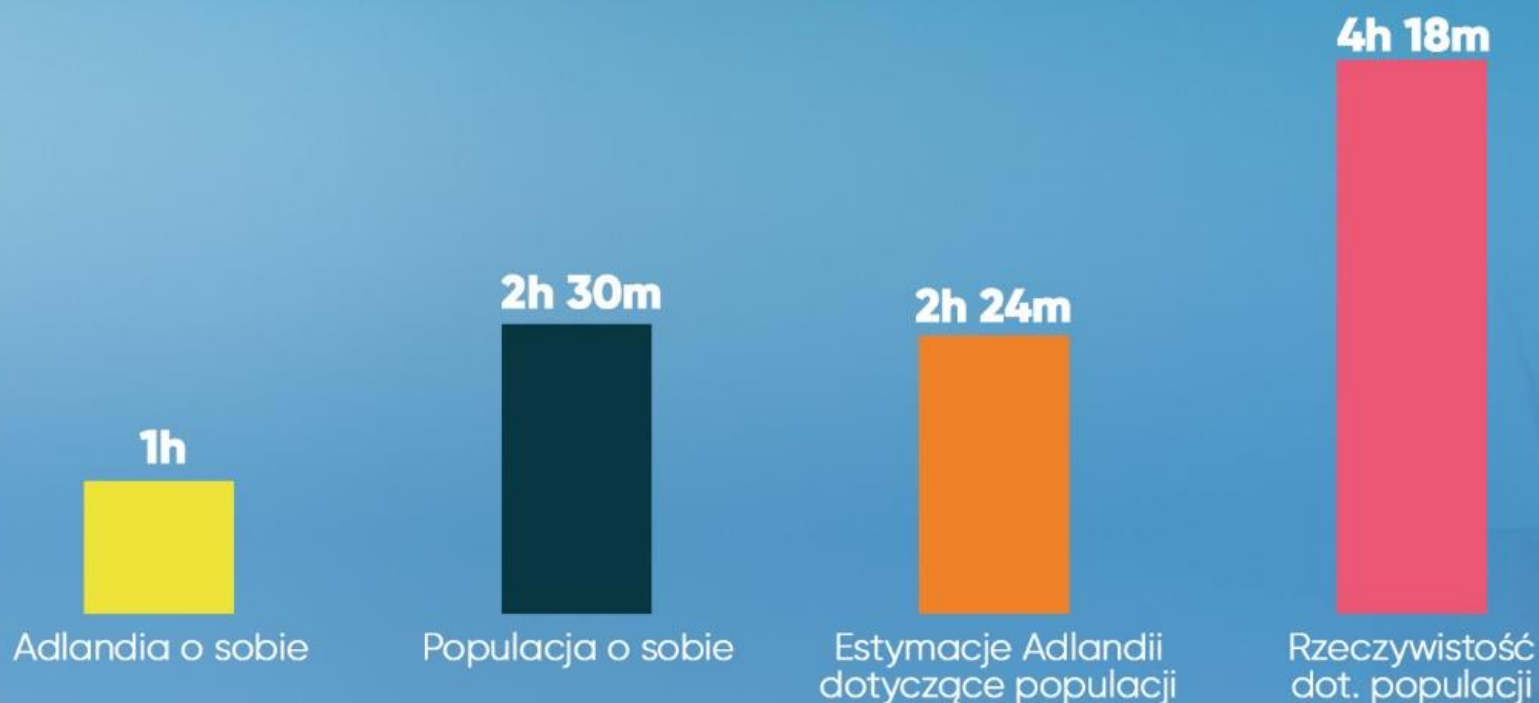


Postrzeganie konsumpcji mediów a rzeczywistość

Kto ile ogląda TV na telewizorze...

RAPORT
AdNation
2019

Pyt: Ile czasu średnio przeznaczają Pan(i) w trakcie przeciętnego dnia na oglądanie telewizji na żywo (na telewizorze)?



Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

POWERED BY TVN MEDIA
BOMEBED BY IXX MEDIA

Jak intensywnie korzystają z platform VOD?

RAPORT
AdNation
2019

Pyt: Ile czasu średnio przeznaczają Pan(i) w trakcie przeciętnego dnia na oglądanie programów na życzenie (VOD)?



Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

POWERED BY TVN MEDIA

Jak intensywnie korzystają z YouTube?

RAPORT
AdNation
2019

Pyt: Ile czasu średnio przeznaczają Pan(i) w trakcie przeciętnego dnia na oglądanie treści video na YouTube?



Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

POWERED BY TVN MEDIA



Jak intensywnie korzystają z serwisów społecznościowych?

Pyt: Ile czasu średnio przeznaczają Pan(i) w trakcie przeciętnego dnia na korzystanie z serwisów społecznościowych (np. Facebook, Snapchat, Instagram)?



Źródło: AdNation, Polska, Q2 2019, Kantar na zlecenie TVN Media

RAPORT AdNation 2019

AdLandia

REKLAMOWA WYSPA
NA MORZU POPULACJI

KANTAR

POWERED BY TVN MEDIA
SOMEBED BY LAN MEDIA