

MRB
HELLAS S.A.

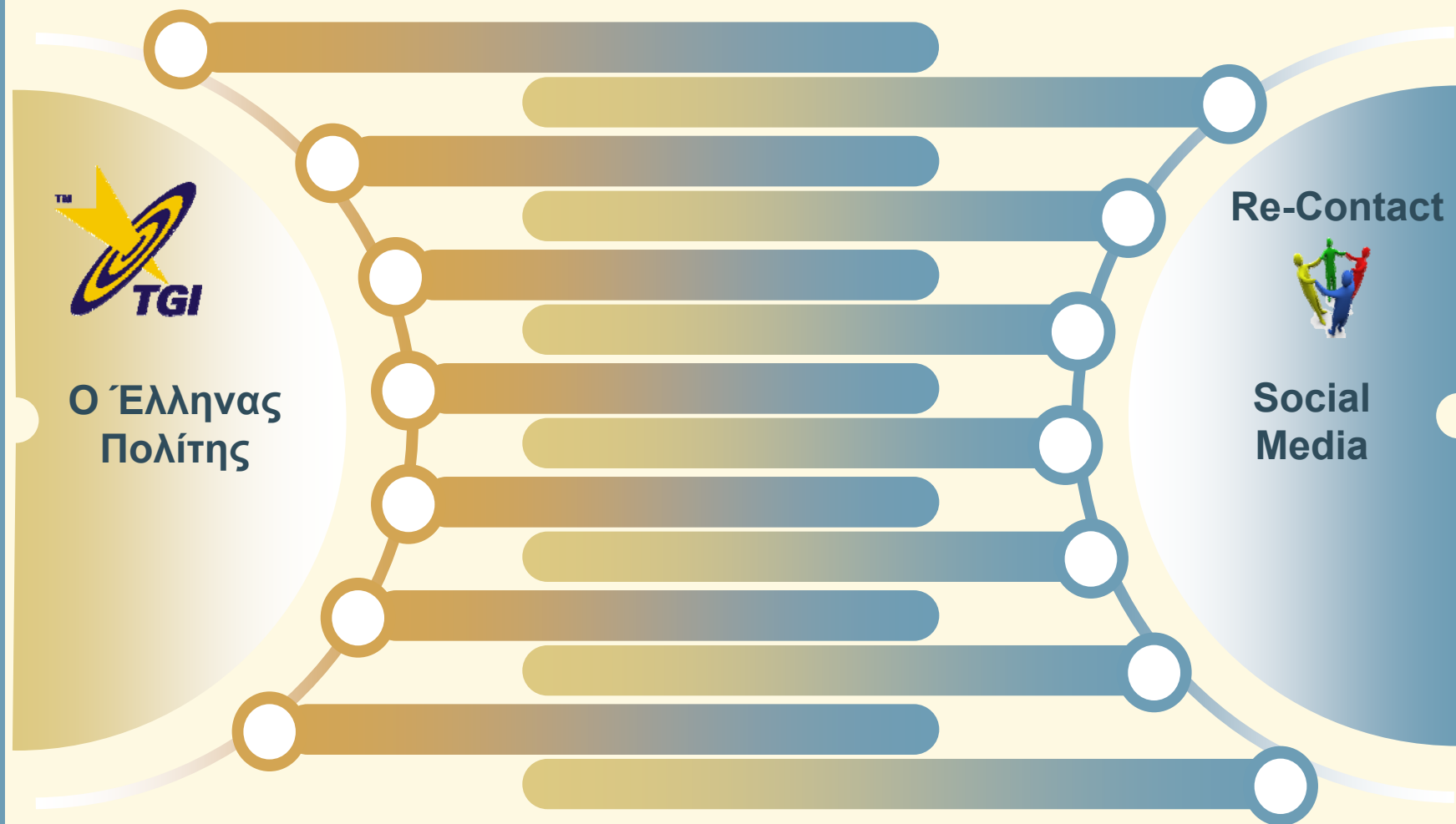


Social Media

Τάσεις & Συμπεριφορά



Social Media



Social Media





Social Media

Ταυτότητα της έρευνας TGI



- ❖ **ΕΤΑΙΡΕΙΑ:** MRB HELLAS S.A.
- ❖ **ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ:** Συνεχής, Μηνιαίως (εξαιρείται ο Αύγουστος)
- ❖ **ΤΥΠΟΣ:** Συνδρομητική Ποσοτική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου στα σπίτια των ερωτωμένων με προσωπικές συνεντεύξεις σε δύο φάσεις (Face to face & αυτοσυμπλήρωση). Η έρευνα διεξάγεται σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας που ορίζουν ο ΣΕΔΕΑ, & η ESOMAR, μέλος των οποίων είναι η MRB Hellas S.A.
- ❖ **ΣΤΟΧΟΣ :** Διερεύνηση από μία πηγή των συνηθειών του Έλληνα Πολίτη σε θέματα που αφορούν στην Κοινωνία, στα ΜΜΕ, στον Τρόπο Ζωής και στην Αγοραστική συμπεριφορά
- ❖ **ΔΕΙΓΜΑ:** 11.000 + άτομα ετησίως Πανελλαδικά (1000+ άτομα μηνιαίως)
- ❖ **ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ:** Στρωματοποιημένη πανελλαδική δειγματοληψία. Η στρωματοποίηση έχει ως αρχικό σημείο αναφοράς 9 γεωγραφικά διαμερίσματα (Αθήνα (ΜΠΠ.) - Θεσσαλονίκη (Μ.Π.) - Λοιπή Στερεά - Πελοπόννησος - Ήπειρος - Θεσσαλία - Λοιπή Μακεδονία - Θράκη - Κρήτη.
- ❖
- ❖ **ΦΥΛΟ:** Άνδρες 50,1% - Γυναίκες 49,9%
- ❖ **ΗΛΙΚΙΑ:** 15-64 ετών
- ❖ **ΠΕΡΙΟΧΕΣ:** Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Αστικές, Ημιαστικές, Αγροτικές περιοχές
- ❖ **ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΣΤΑΘΜΙΣΕΙΣ:** Φύλο, Ηλικία, Περιοχή κατοικίας, Μόρφωση (ΕΣΥΕ 2001)





Social Media

Ταυτότητα της έρευνας Re-Contact



- ❖ **ΕΤΑΙΡΕΙΑ:** MRB HELLAS S.A. για λογαριασμό του Ινστιτούτου Επικοινωνίας
- ❖ **ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ:** 12 – 19 Δεκεμβρίου 2008
- ❖ **ΤΥΠΟΣ:** Ποσοτική τηλεφωνική έρευνα με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε σύστημα CATI.
- ❖ **ΣΤΟΧΟΣ :** Διερεύνηση της στάσης και της συμπεριφοράς του Έλληνα χρήστη Internet σε σχέση με τα Social Media, και τις επιδράσεις / επιπτώσεις στην αγορά, στην κοινωνία, στη ζωή μας.
- ❖ **ΔΕΙΓΜΑ:** 701 χρήστες Internet με συχνότητα χρήσης τουλάχιστον μία φορά τον μήνα
- ❖ **ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ:** Χρήστες Internet (TGI) κατά την περίοδο 2007 - 2008
- ❖ **ΦΥΛΟ:** Άνδρες 61,2% - Γυναίκες 38,8%
- ❖ **ΗΛΙΚΙΑ:** 15-64 ετών
- ❖ **ΠΕΡΙΟΧΕΣ:** Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Αστικές, Ημιαστικές, Αγροτικές περιοχές
- ❖ **ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΣΤΑΘΜΙΣΕΙΣ:** Φύλο, Ηλικία, Περιοχή κατοικίας, (ΕΣΥΕ 2001), Χρήση Internet (TGI)





Social Media

Re-Contact (Χρήστες Internet – Βάση TGI 2007 – 2008)

Σύνολο Κλήσεων
6.705

Επιτυχημένες κλήσεις
2.005

Ολοκληρωμένες
701



Social Media

Σύνδεση των δύο ερευνών



Social Media





Social Media

Δομή της παρουσίασης



1. Γνώση του όρου

2. Δραστηριότητες

- Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog



- Επίσκεψη / διάβασμα Blog



- Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων



- Δημιουργία και ανέβασμα ήχου/ μουσικής (π.χ. Podcast)



- Προφίλ σε Site Social Networking



- «Μοίρασμα» Αρχείων



- «Κατέβασμα» / «Ανέβασμα»



Uploading...



3. Ομάδες Κοινού



4. Ποιοτικά Χαρακτηριστικά



Social Media

Social
Media

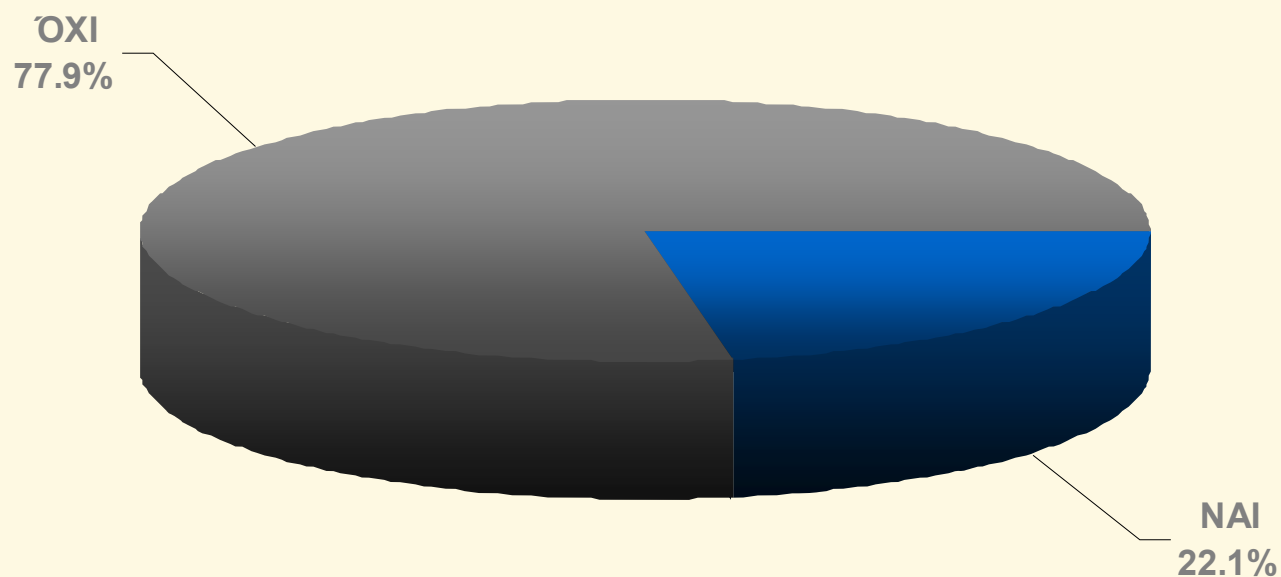
Γνώση Του Όρου





Γνώση Του Όρου

❖ Έχετε ακούσει τον όρο «Social Media»;



Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

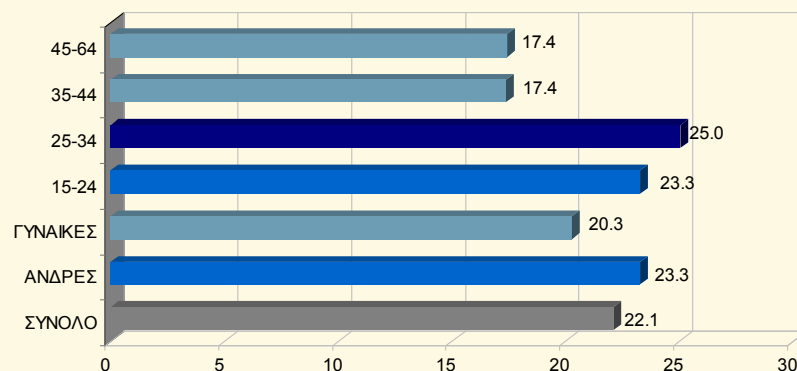




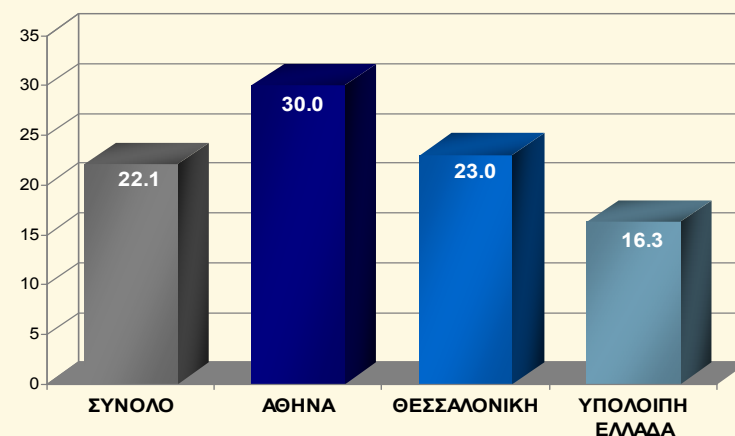
Γνώση Του Όρου

❖ Βασικά Δημογραφικά

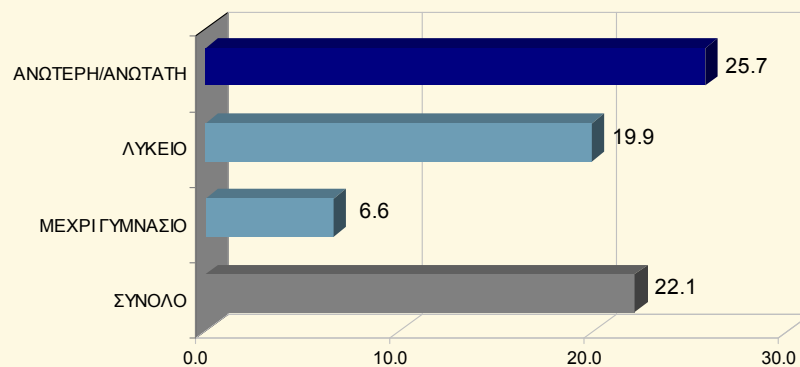
ΦΥΛΟ / ΗΛΙΚΙΑ



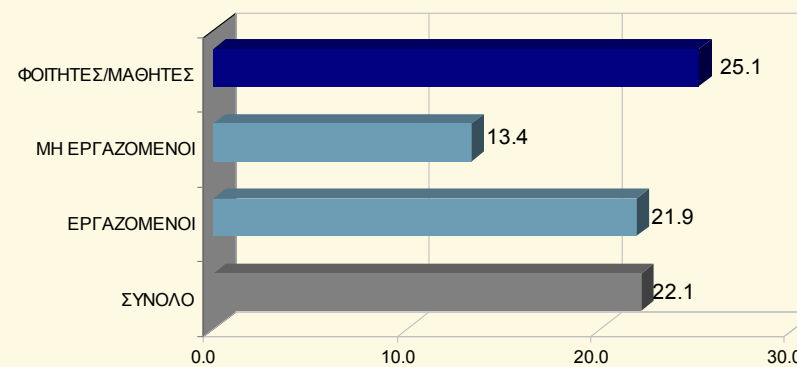
ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Γνώση Του Όρου

❖ Τι από τα παρακάτω πιστεύετε ότι είναι τα Social Media;

	ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΣΤΩΝ INTERNET N = 701	ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΟΝ ΟΡΟ N = 153	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΟΝ ΟΡΟ N = 548
Οι εφαρμογές στο Internet που εστιάζουν στην ανάπτυξη της συνεργασίας, των ανταλλαγών και της διαδραστικότητας μεταξύ των χρηστών τους (όπως Blogs, Site ανταλλαγής φωτογραφιών, κλπ)	33,2%	39,1%	31,6%
Όλες οι υπηρεσίες που προσφέρει το Internet γενικά	15,2%	12,3%	16,0%
Όλα τα μέσα επικοινωνίας που ασχολούνται με την κοινωνία (πχ Internet, έντυπα, τηλεόραση) και τους ενεργούς πολίτες	48,8%	48,6%	48,9%
Άλλο	0,2%	-	0,2%
ΔΞ/ΔΑ	2,6%	-	3,3%

Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



11



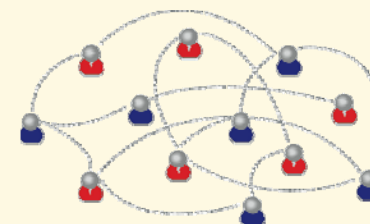
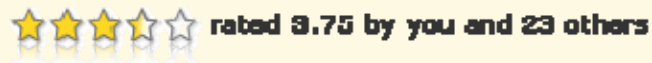
MRB
HELLAS S.A.



Social Media

Social
Media

Δραστηριότητες

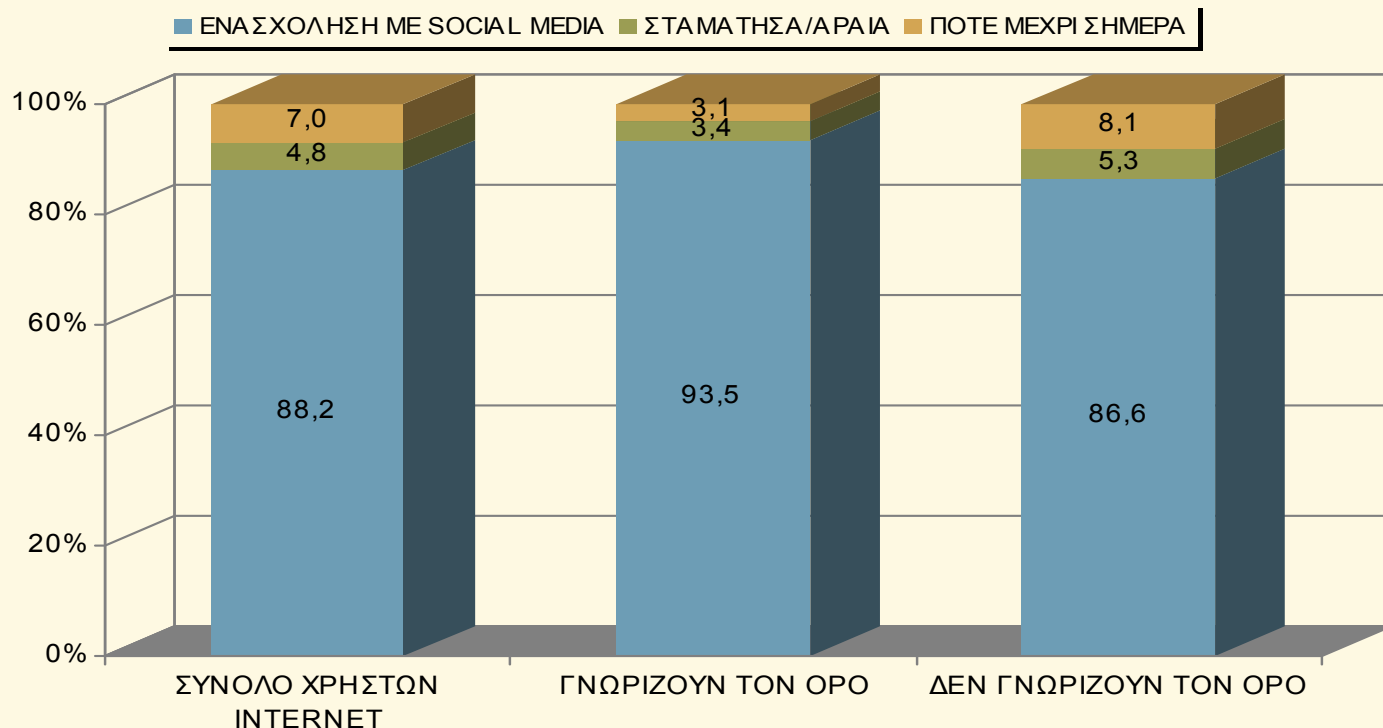




Δραστηριότητες

❖ Κάνετε στο Internet κάποια από τις παρακάτω δραστηριότητες;

- ❖ Επίσκεψη / διάβασμα blog
- ❖ Επίσκεψη σε σελίδα φίλου σε κάποια εφαρμογή Social Media
- ❖ «Μοίρασμα» αρχείων με φίλους/γνωστούς στο Internet
- ❖ Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων
- ❖ «Κατέβασμα» ενός Podcast
- ❖ Ενημέρωση του προφίλ σε Site Social Networking
- ❖ Εγγραφή σε RSS feed
- ❖ Συμμετοχή σε Forum ή συνεργασία σε Site με άλλους για την δημιουργία ή τροποποίηση πληροφοριών (πχ Wiki)
- ❖ Βαθμολόγηση άρθρων (post), video κ.ά, που προκαλούν το ενδιαφέρον
- ❖ Χρήση εφαρμογών για την δημοσιοποίηση επιλογών και προτάσεων για site στο Internet σε γνωστούς / φίλους (RSS READER, DIGG κλπ)
- ❖ Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog
- ❖ Δημιουργία και ανέβασμα ήχου/ μουσικής (π.χ. Podcast)



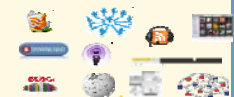
❖ Ενασχόληση με Social Media = Όσοι κάνουν κάποια/ες από τις παραπάνω δραστηριότητες με συχνότητα τουλάχιστον 1 φορά τον μήνα,

Ή

- ❖ έχουν ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφουν, διαχειρίζονται δικό τους Blog
- ή
- ❖ έχουν δημιουργήσει και έχουν ανεβάσει ήχο / μουσική (π.χ. Podcast)

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
 Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

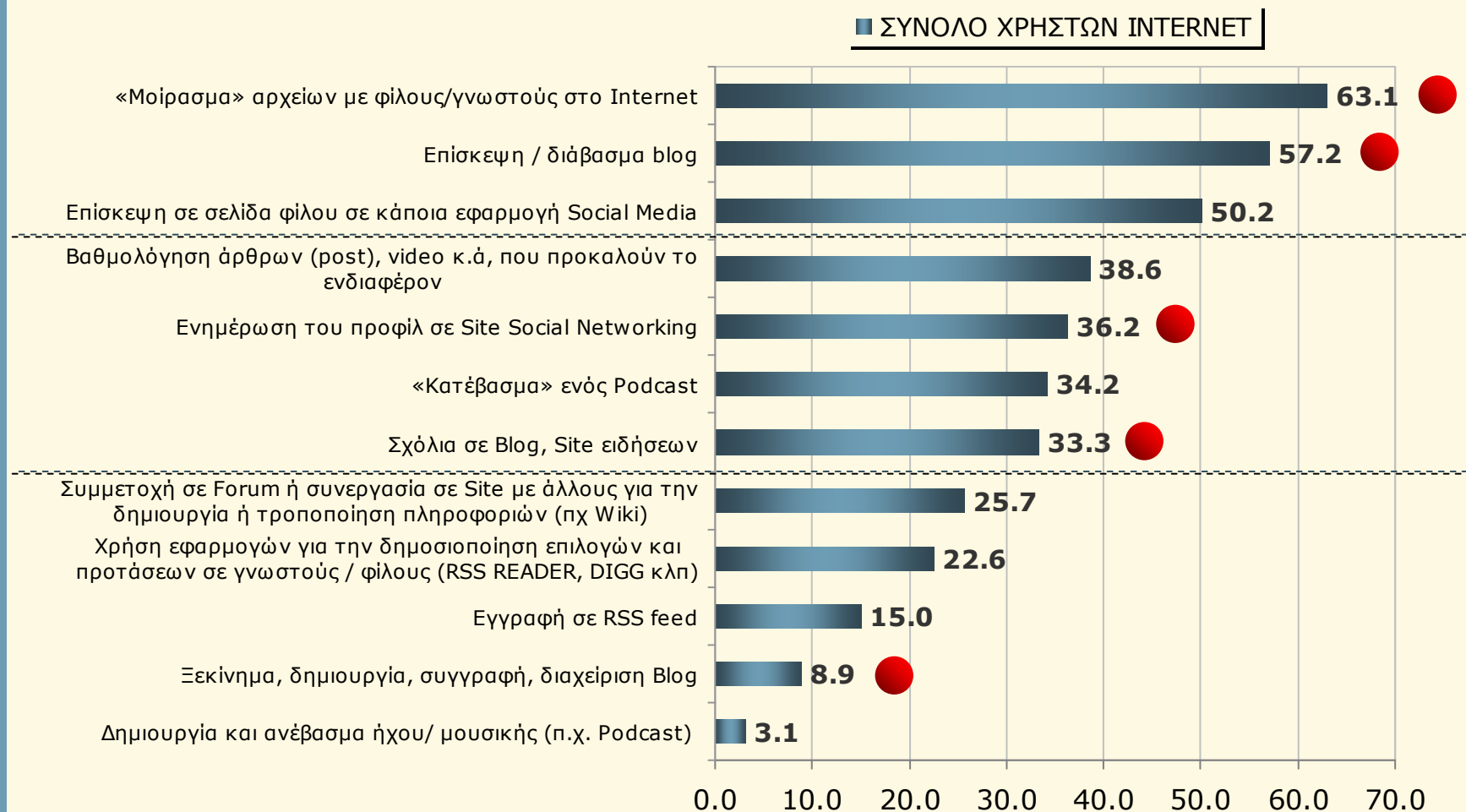
Social Media





Δραστηριότητες

❖ Ποιές από τις δραστηριότητες κάνουν



Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Δραστηριότητες

Social
Media

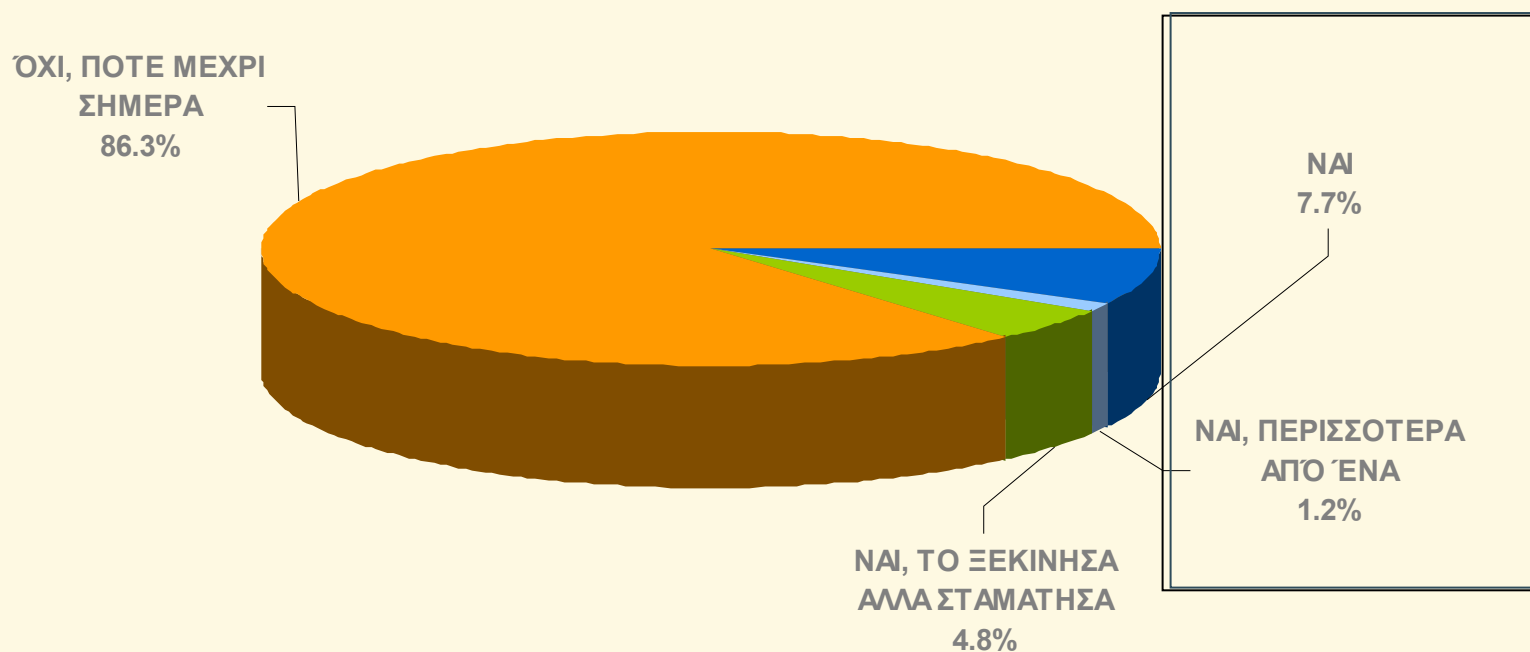
Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή,
διαχείριση Blog





Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

- ❖ Έχετε ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφετε, διαχειρίζεστε δικό σας Blog ;





Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

Social
Media

Βασικά Δημογραφικά

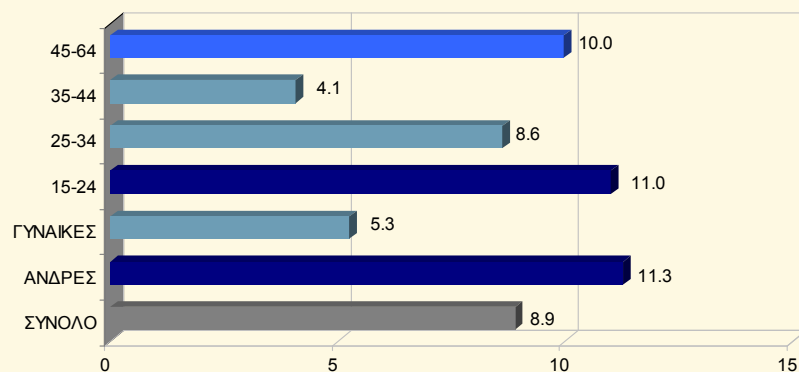




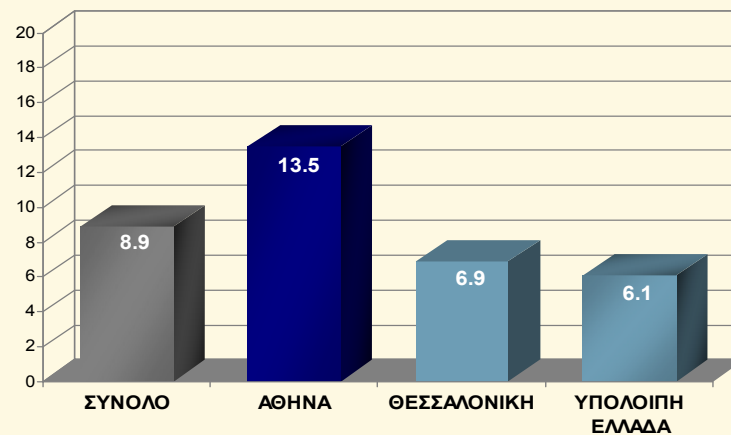
Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

❖ Βασικά Δημογραφικά

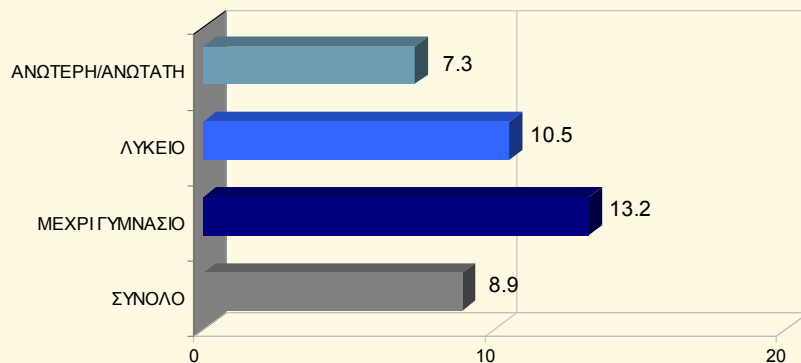
ΦΥΛΟ / ΗΛΙΚΙΑ



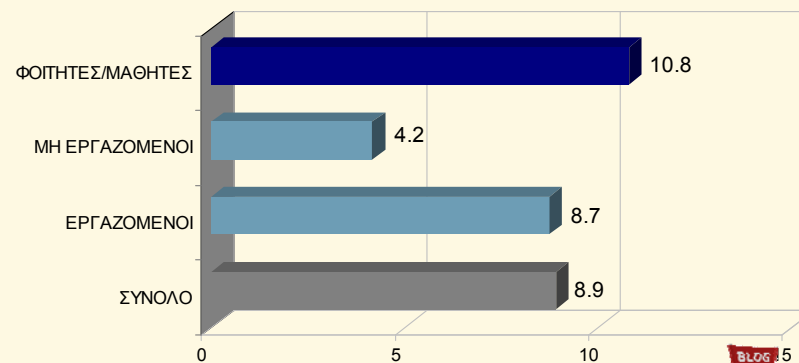
ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

Social
Media

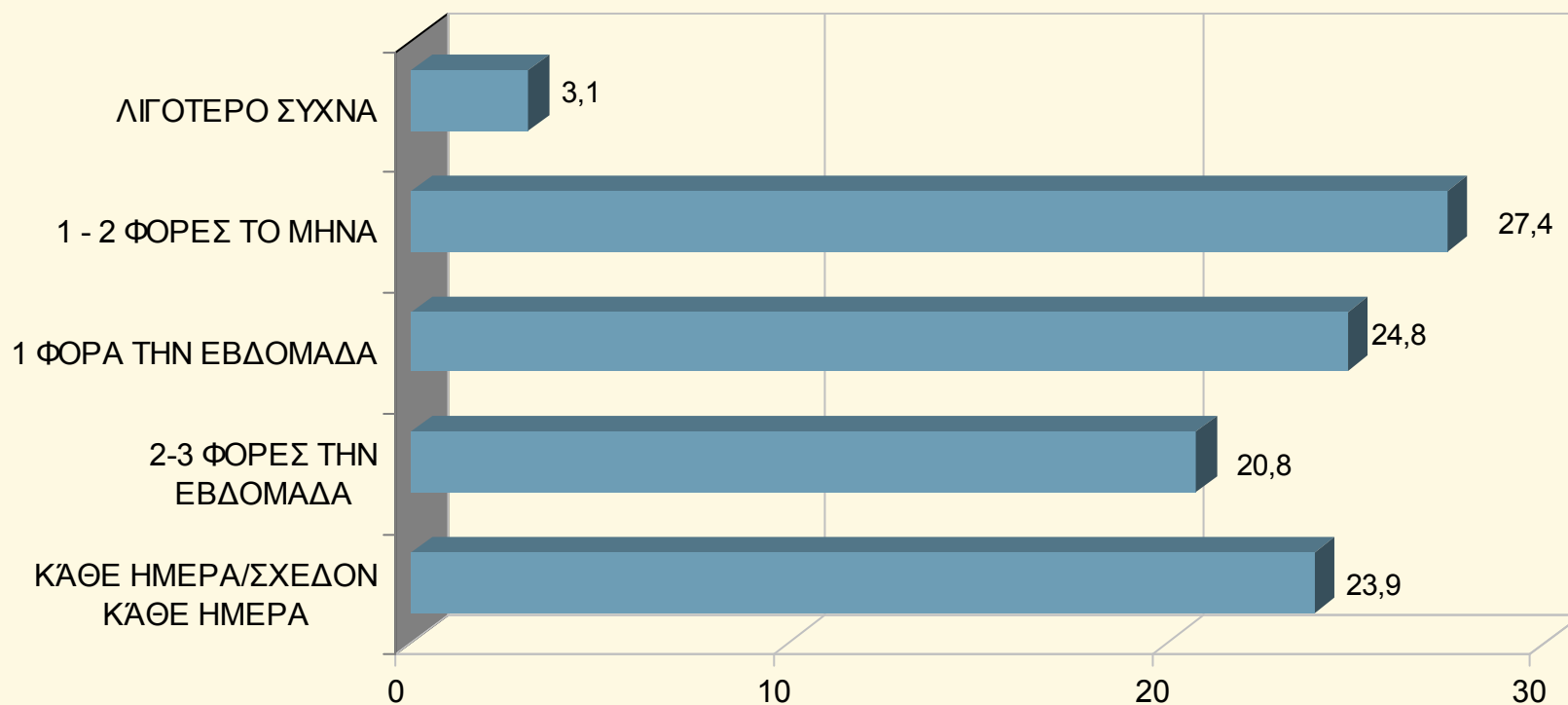
Περιεχόμενο





Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

❖ Με ποια συχνότητα κάνετε κάποιο νέο post / ενημερώνετε το/τα blog σας;



Social Media

Βάση : Όσοι έχουν ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφουν, διαχειρίζονται δικό τους Blog, Sample = 58
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



20

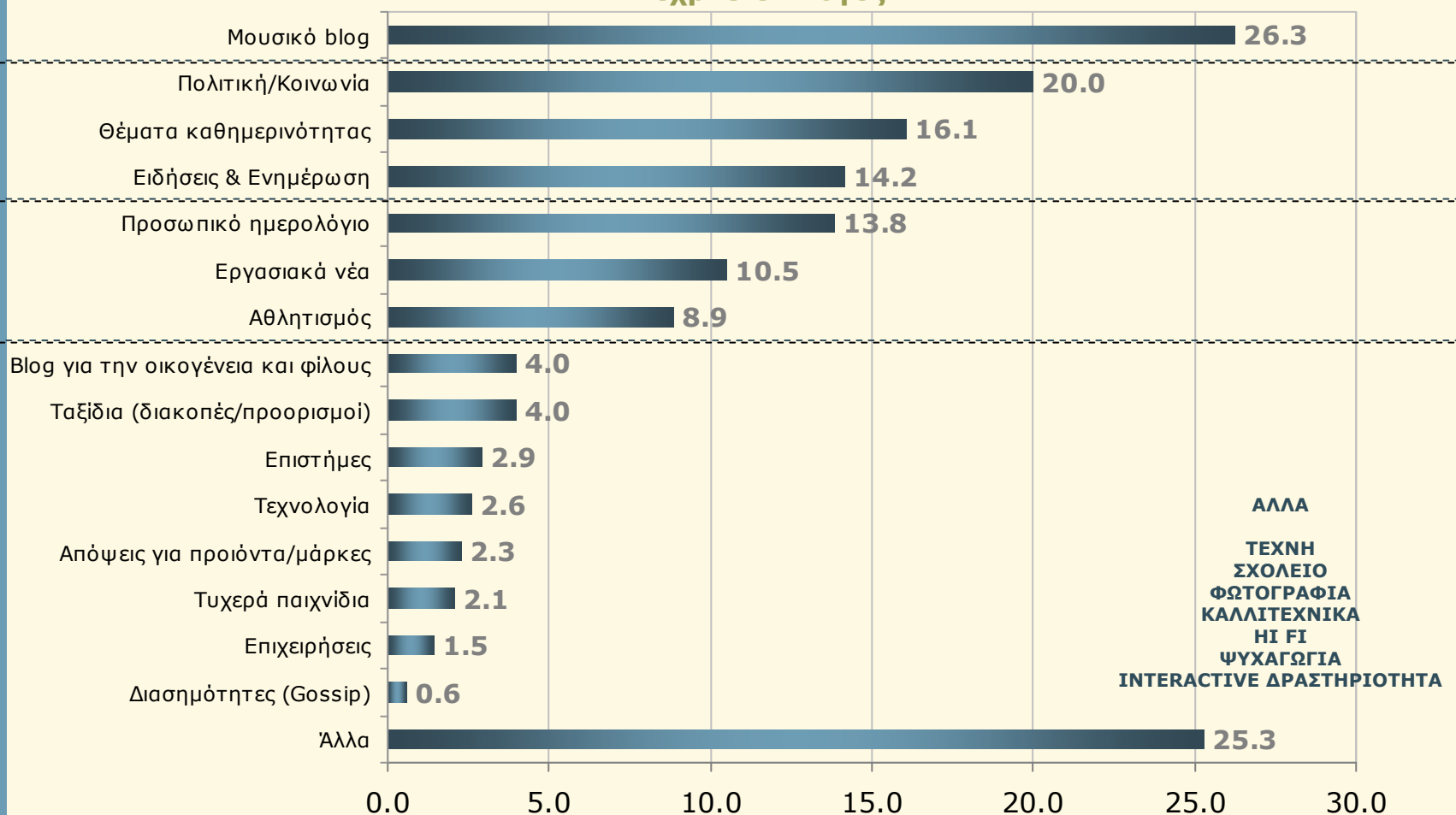




Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

❖ Ποια θέματα είναι κυρίως αυτά για τα οποία γράφετε;

Μέχρι 3 επιλογές



ΑΛΛΑ
ΤΕΧΝΗ
ΣΧΟΛΕΙΟ
ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ
ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΑ
HI FI
ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ
INTERACTIVE ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Social Media

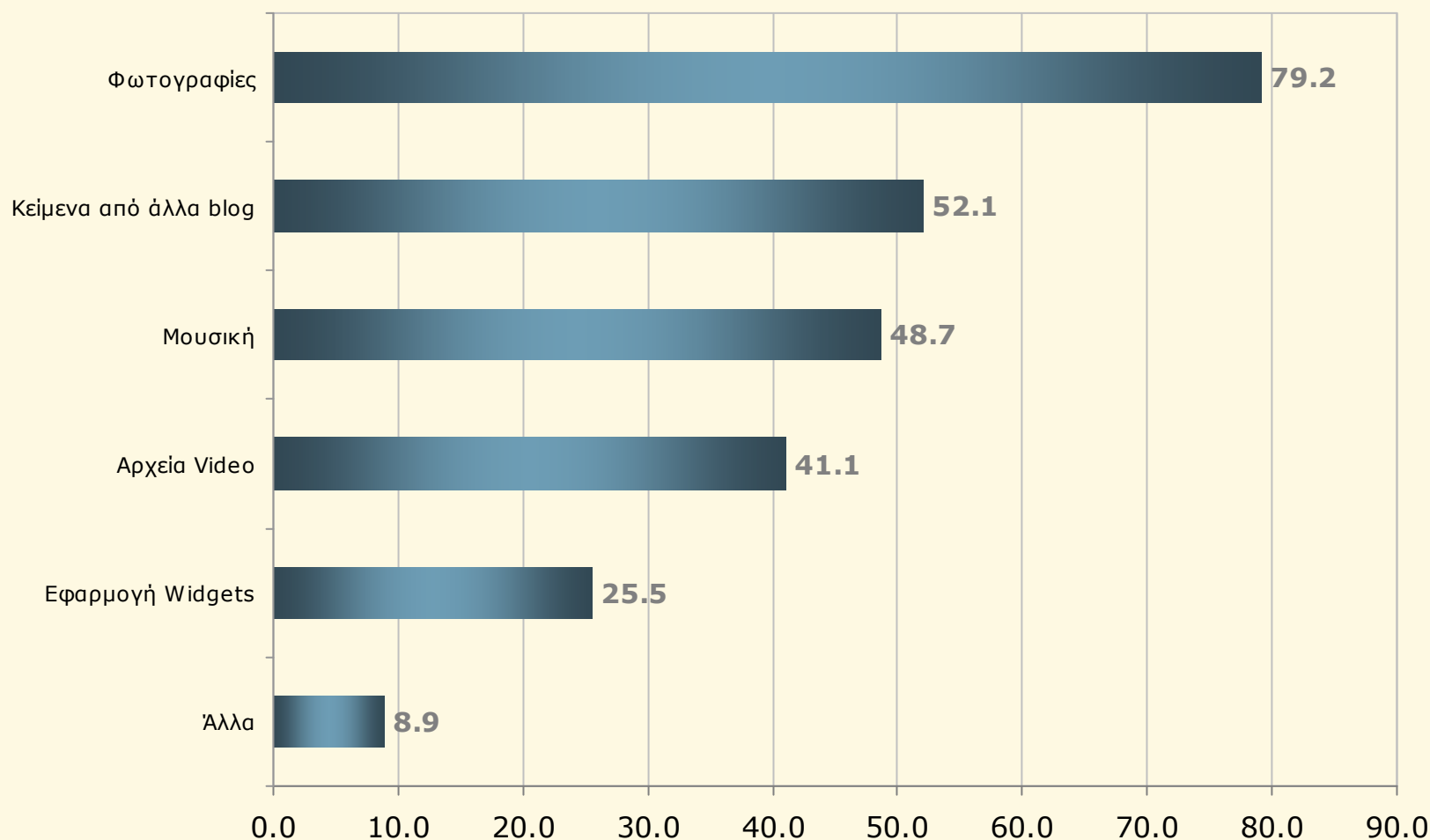
Βάση : Όσοι έχουν ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφουν, διαχειρίζονται δικό τους Blog, Sample = 58
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

❖ Και ποια από τα παρακάτω διαθέτει το περιεχόμενο του blog σας;



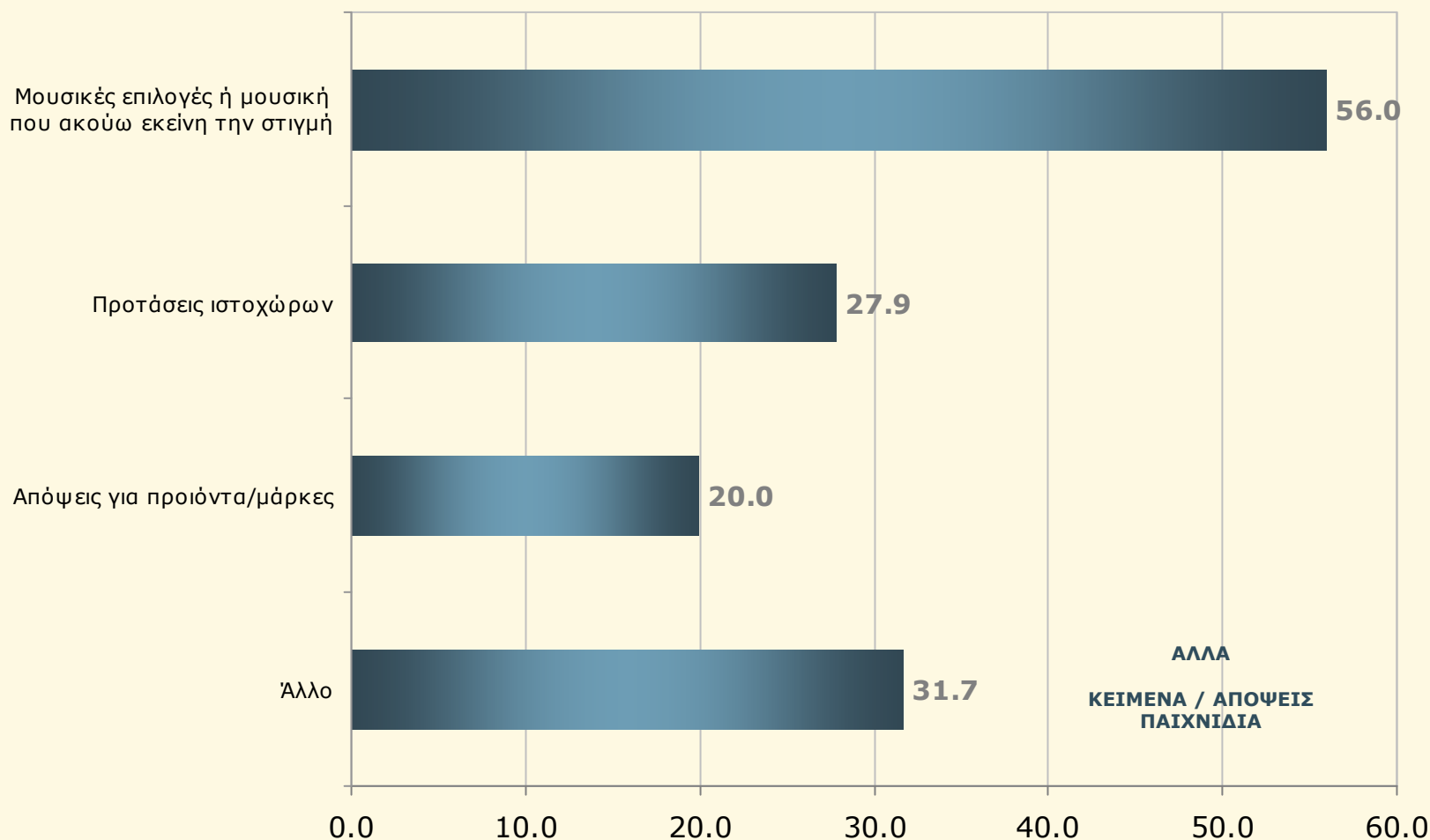
Βάση : Όσοι έχουν ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφουν, διαχειρίζονται δικό τους Blog, Sample = 58
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey





Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog

❖ Έχετε στο blog σας ως post κάποιο από τα εξής;



Βάση : Όσοι έχουν ξεκινήσει, δημιουργήσει, συγγράφουν, διαχειρίζονται δικό τους Blog, Sample = 58
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Δραστηριότητες

Social
Media

Επίσκεψη / διάβασμα Blog

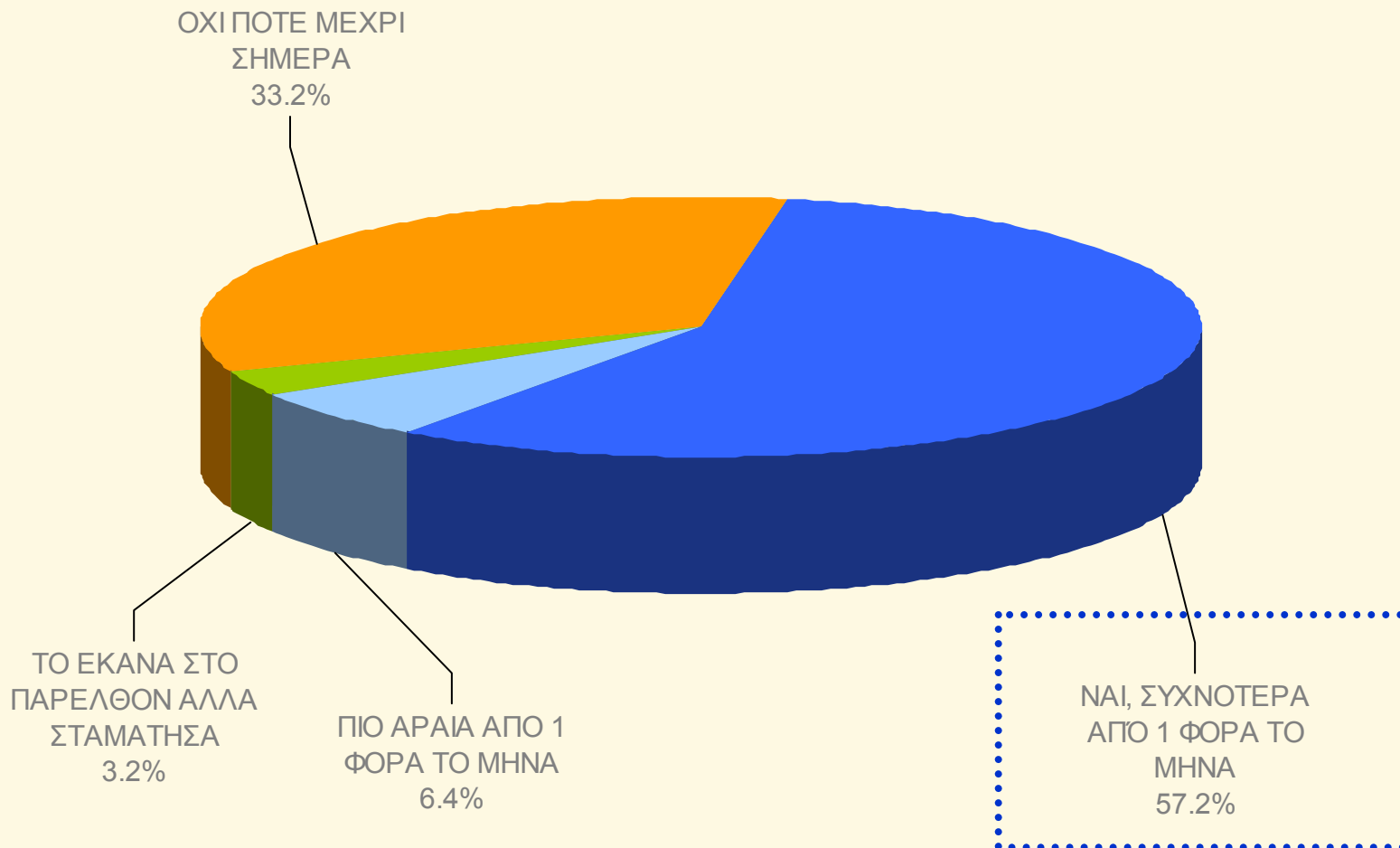
BLOG





Επίσκεψη / διάβασμα Blog

❖ Επισκέπτεστε / διαβάζετε Blog;



Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Επίσκεψη / διάβασμα Blog

Social
Media

Βασικά Δημογραφικά

BLOG

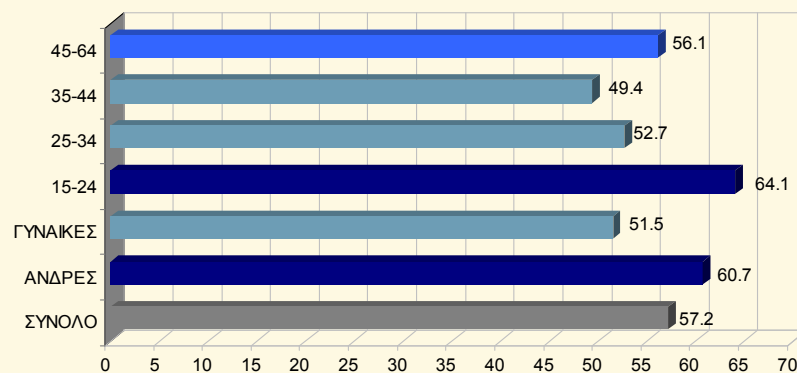




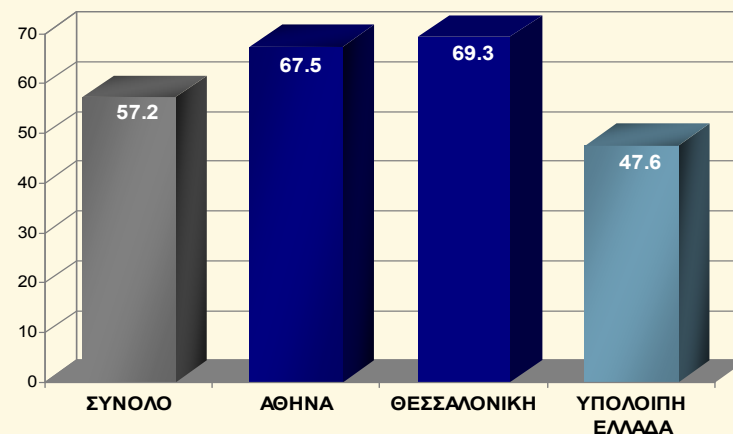
Επίσκεψη / διάβασμα Blog

❖ Βασικά Δημογραφικά

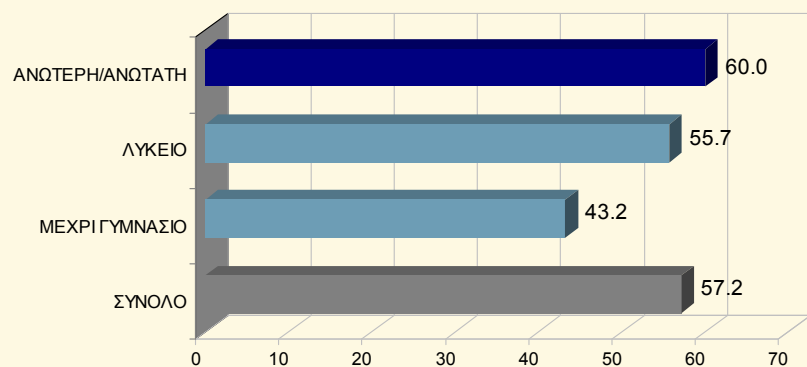
ΦΥΛΟ / ΗΛΙΚΙΑ



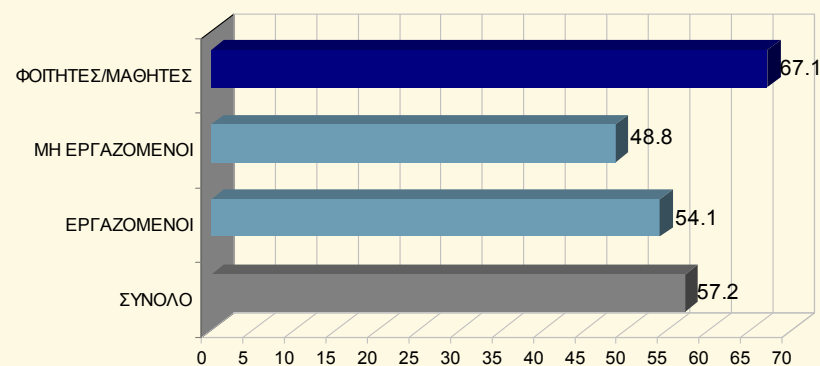
ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

BLOG





Επίσκεψη / διάβασμα Blog

Social
Media

Θεματολογία

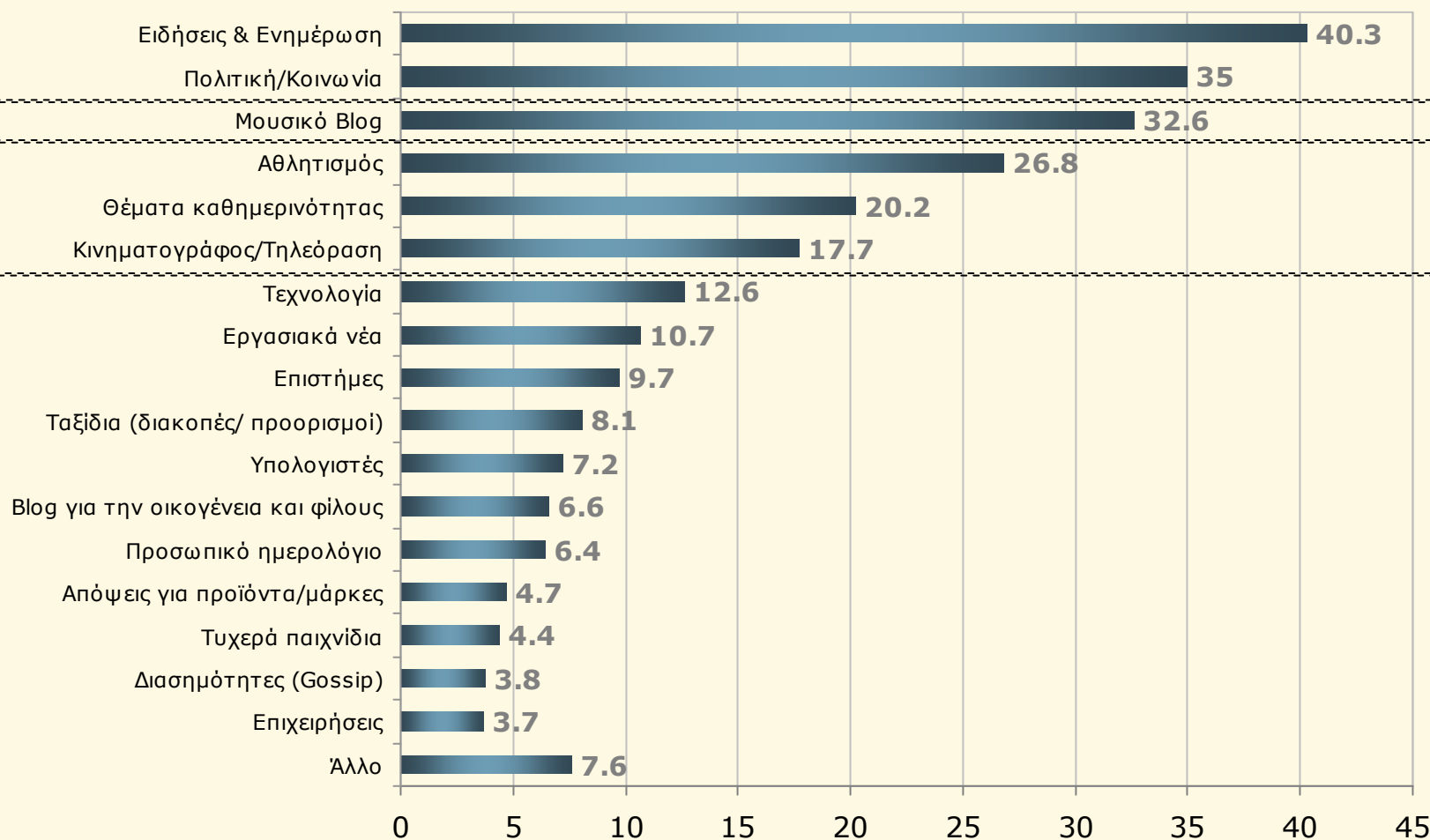
BLOG





Επίσκεψη / διάβασμα Blog

❖ Ποια είναι η θεματολογία των blog που επισκέπτεσθε πιο συχνά;



Social Media



Βάση : Όσοι επισκέπτονται blog, Sample = 405
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



29



MRB
HELLAS S.A.



Δραστηριότητες

Social
Media

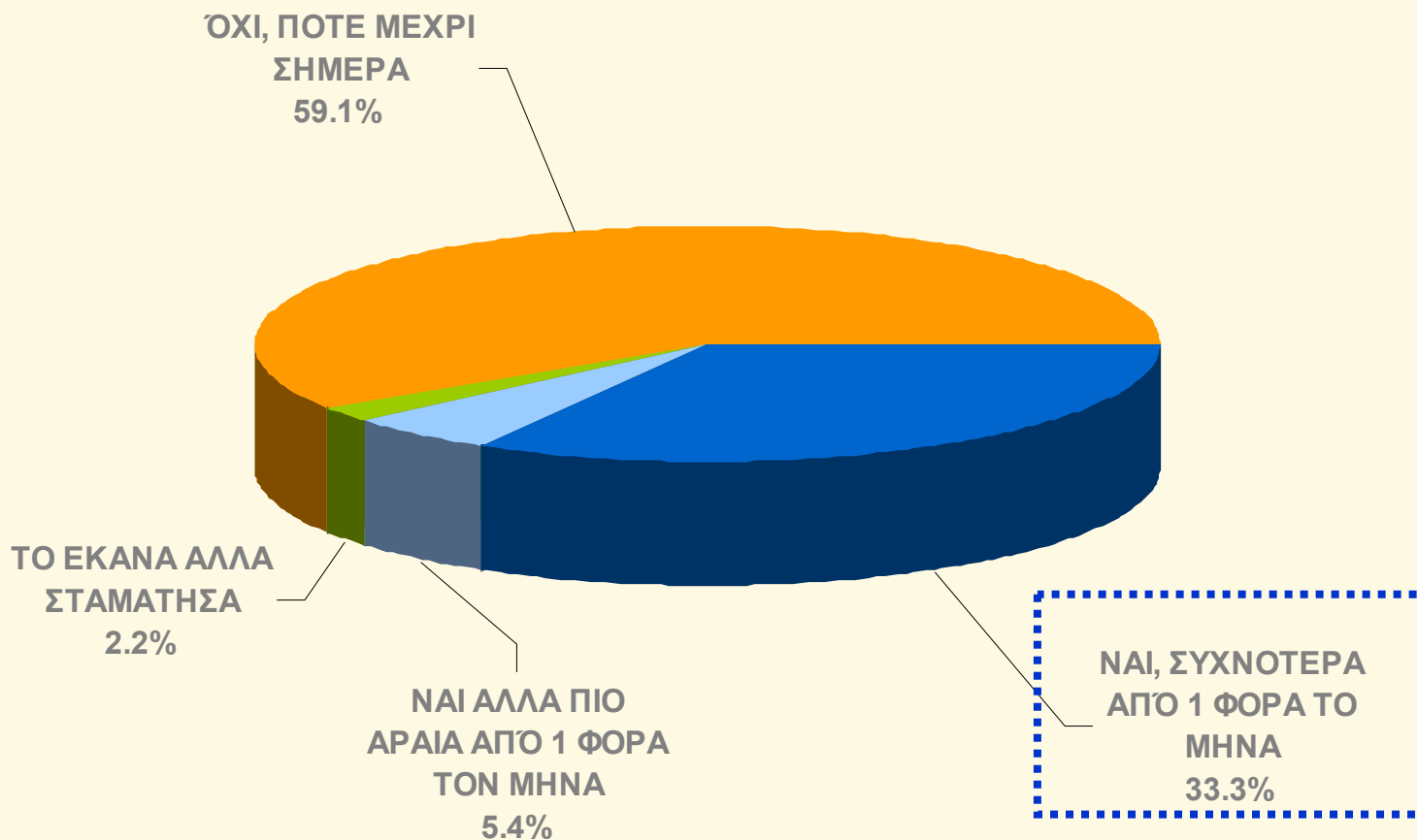
Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων





Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων

❖ Αφήνετε σχόλια (comments) σε Blog, Site ειδήσεων;





Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων

Social
Media

Βασικά Δημογραφικά

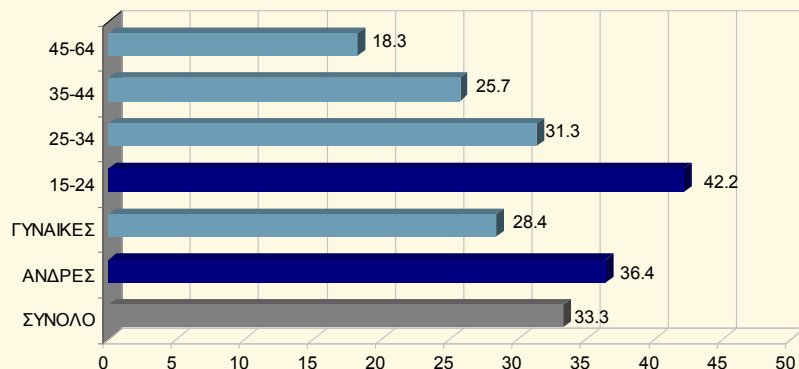




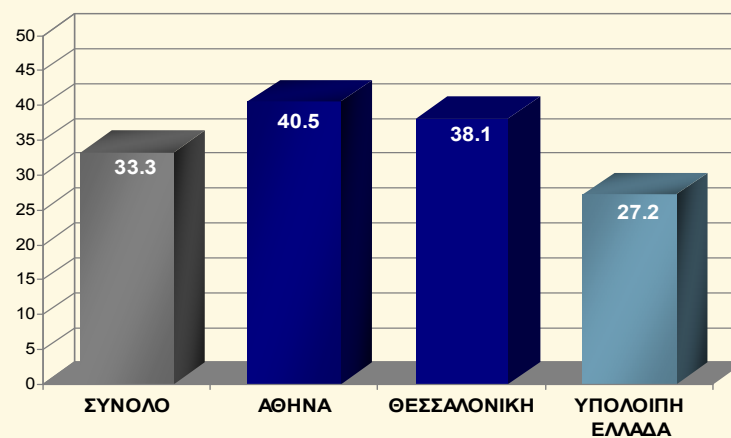
Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων

❖ Βασικά Δημογραφικά

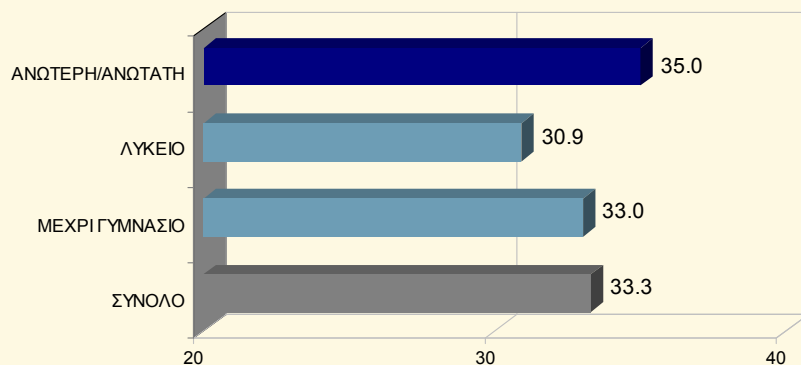
ΦΥΛΟ / ΗΛΙΚΙΑ



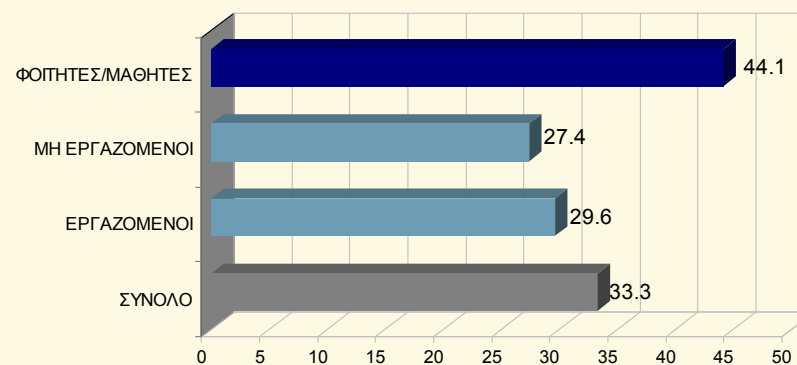
ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ





Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων

Social
Media

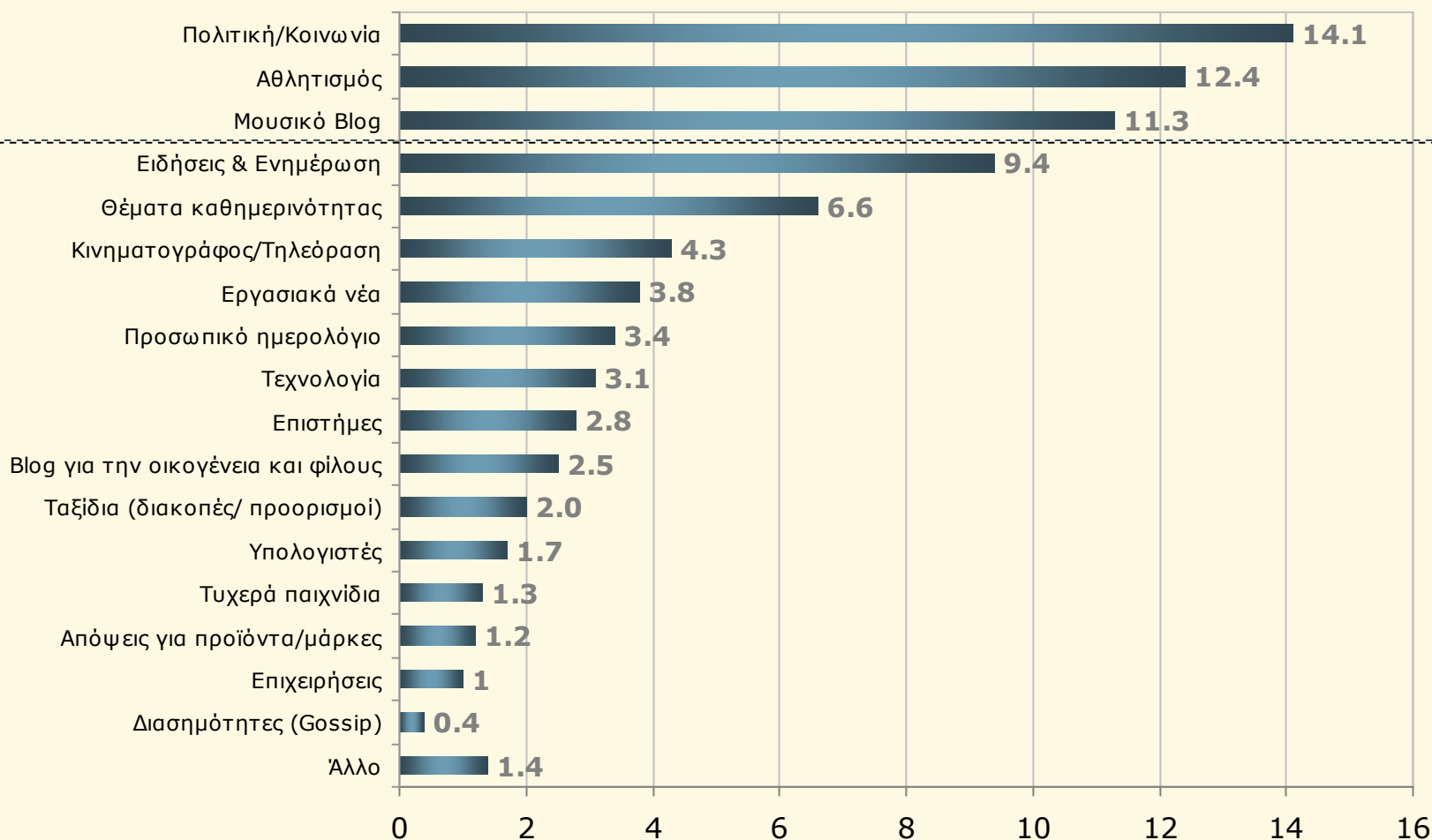
Θεματολογία





Σχόλια σε Blog, Site ειδήσεων

❖ Ποια είναι η θεματολογία των blog όπου αφήνετε συνήθως σχόλιο;



Βάση : Όσοι σχολιάζουν σε blog, Sample = 218
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

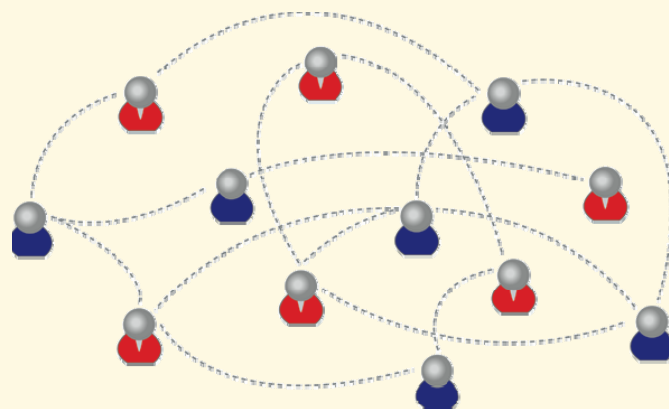




Δραστηριότητες

Social
Media

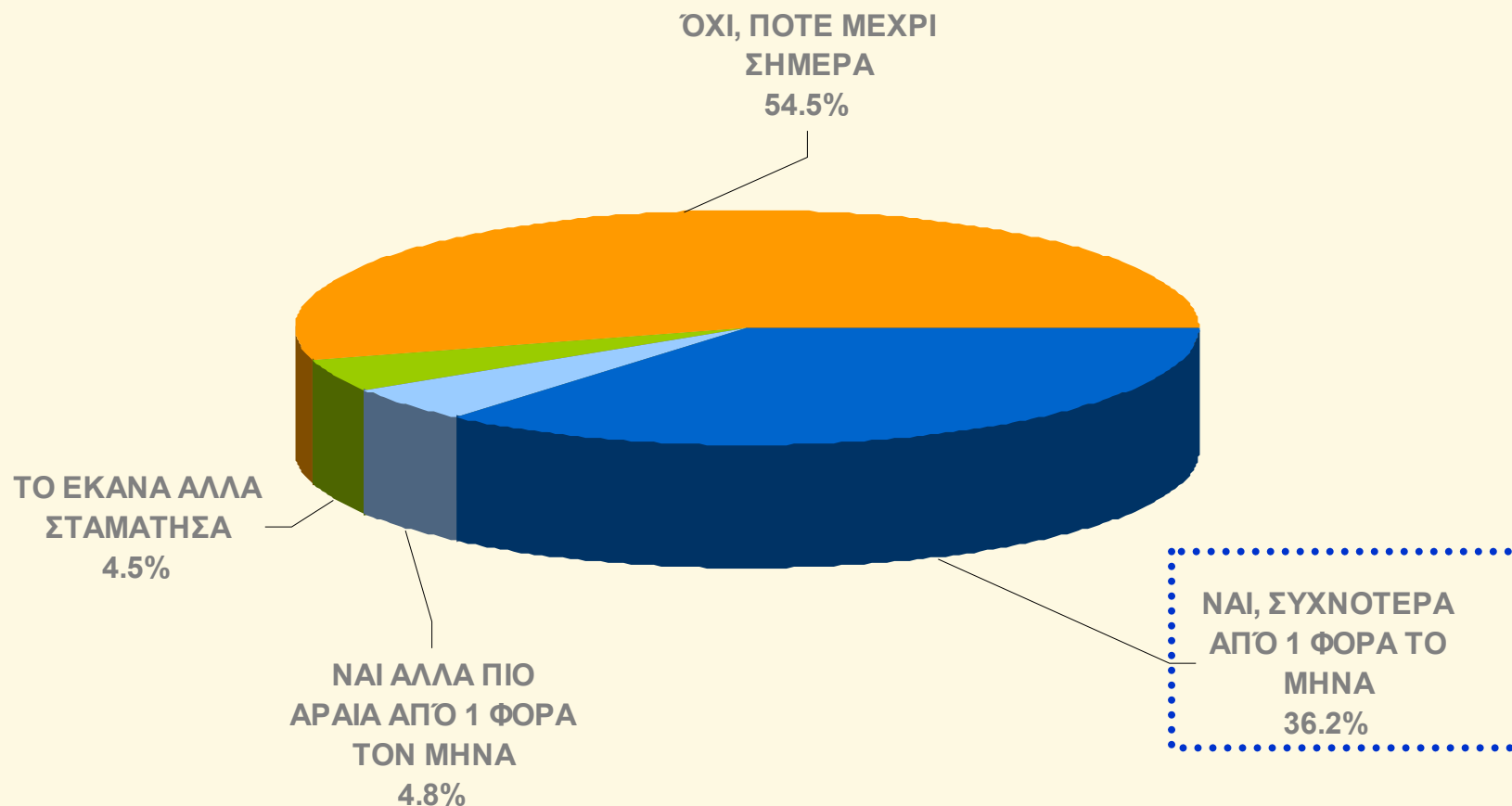
Προφίλ σε
Site Social Networking



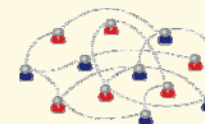


Προφίλ σε Site Social Networking

❖ Ενημερώνετε το προφίλ σας σε Site Social Networking;



Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

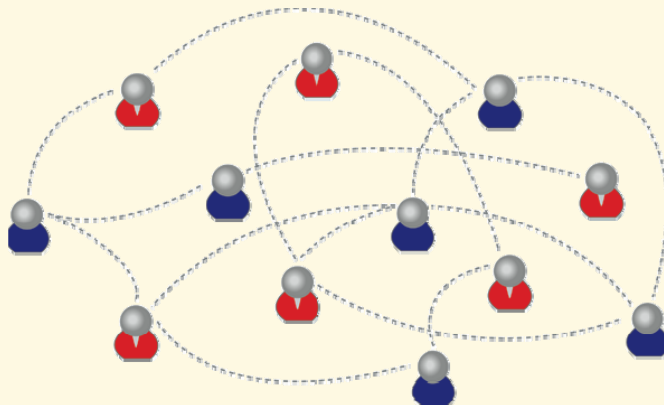




Προφίλ σε Site Social Networking

Social
Media

Βασικά Δημογραφικά

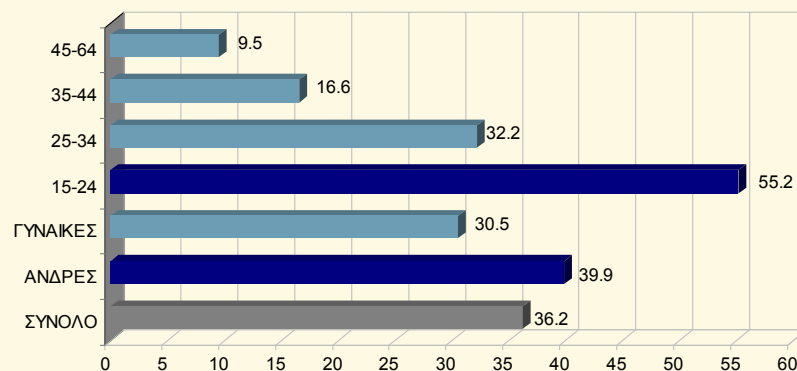




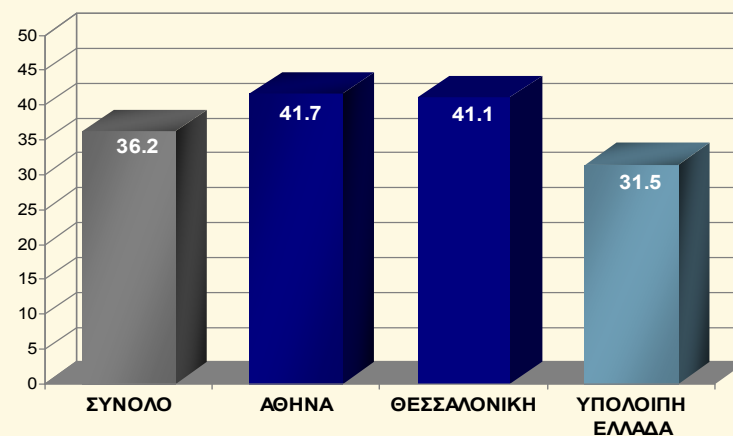
Προφίλ σε Site Social Networking

❖ Βασικά Δημογραφικά

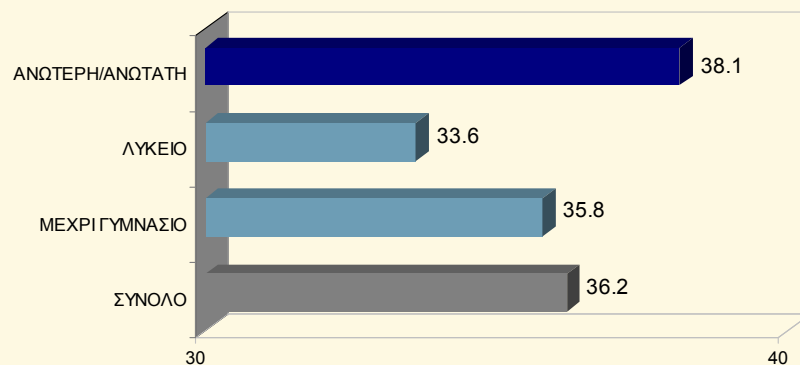
ΦΥΛΟ / ΗΛΙΚΙΑ



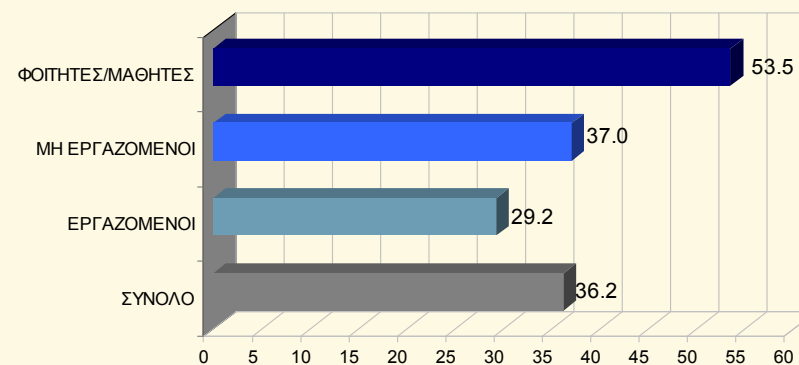
ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

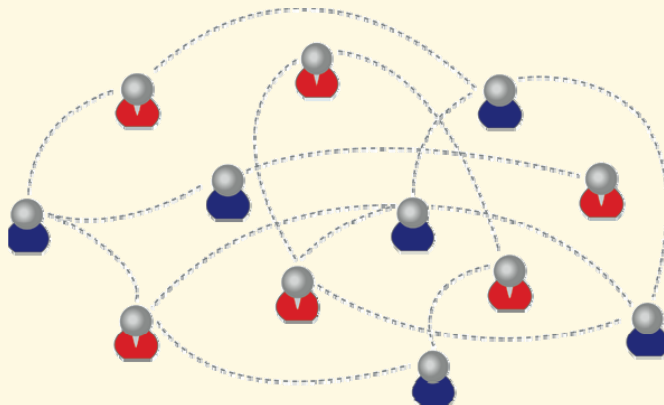




Προφίλ σε Site Social Networking

Social
Media

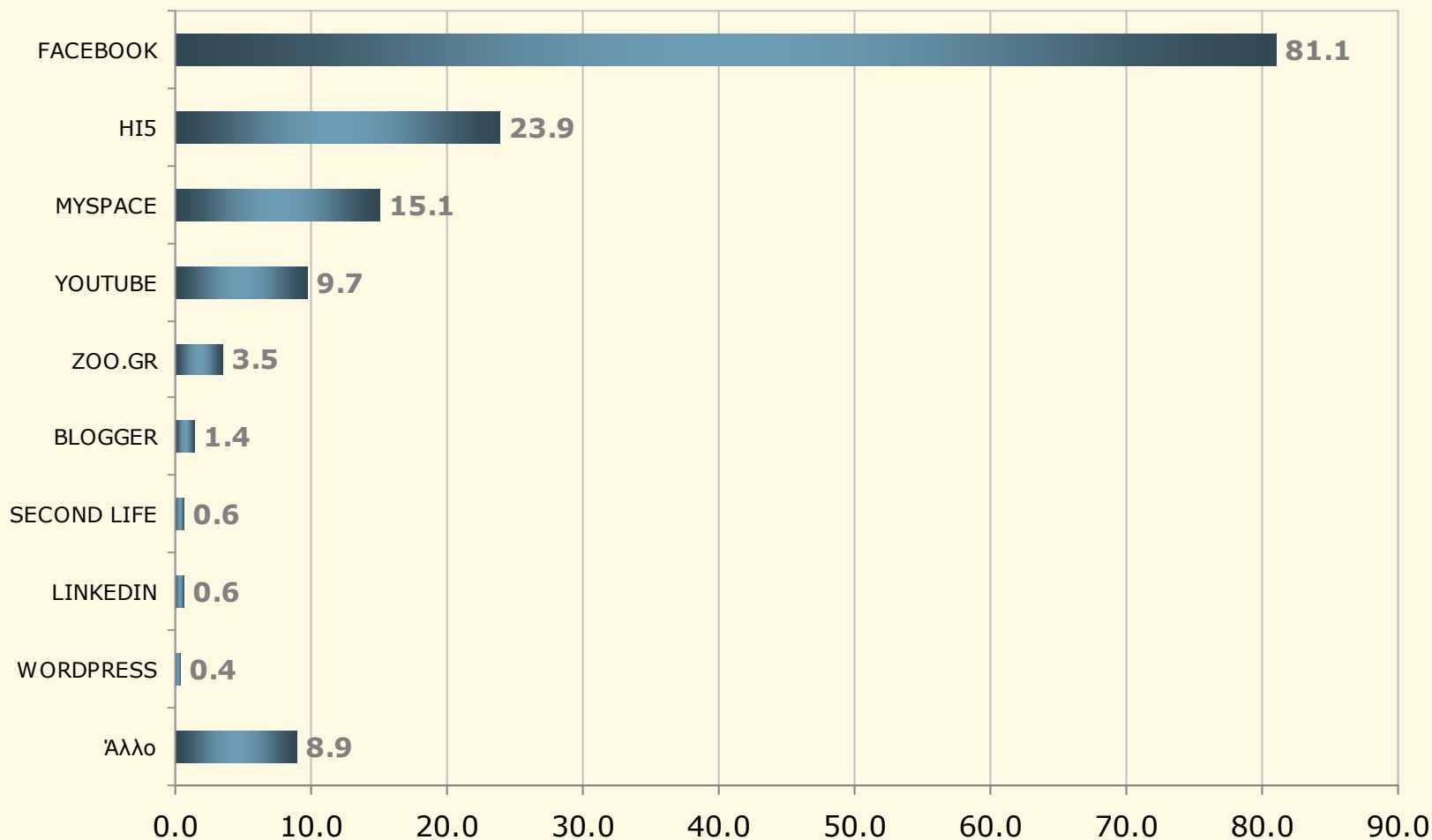
Sites





Προφίλ σε Site Social Networking

❖ Σε ποιο/α από τα ακόλουθα site διαθέτετε δικό σας προφίλ;



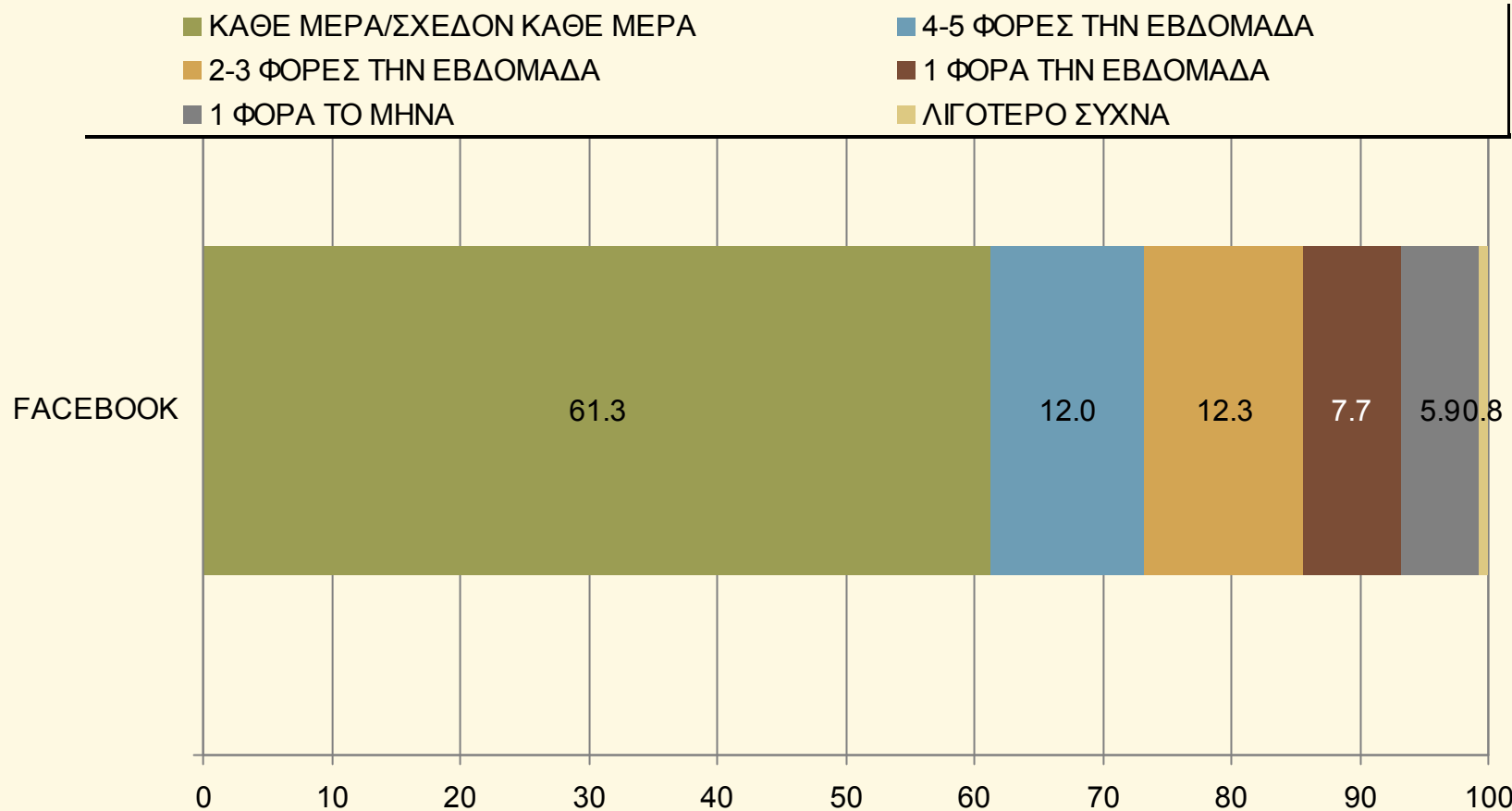
Βάση : Όσοι ενημερώνουν το προφίλ, τουλάχιστον 1 φορά τον μήνα, Sample = 222
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



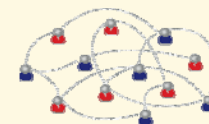


Προφίλ σε Site Social Networking

❖ Και πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το Face Book;



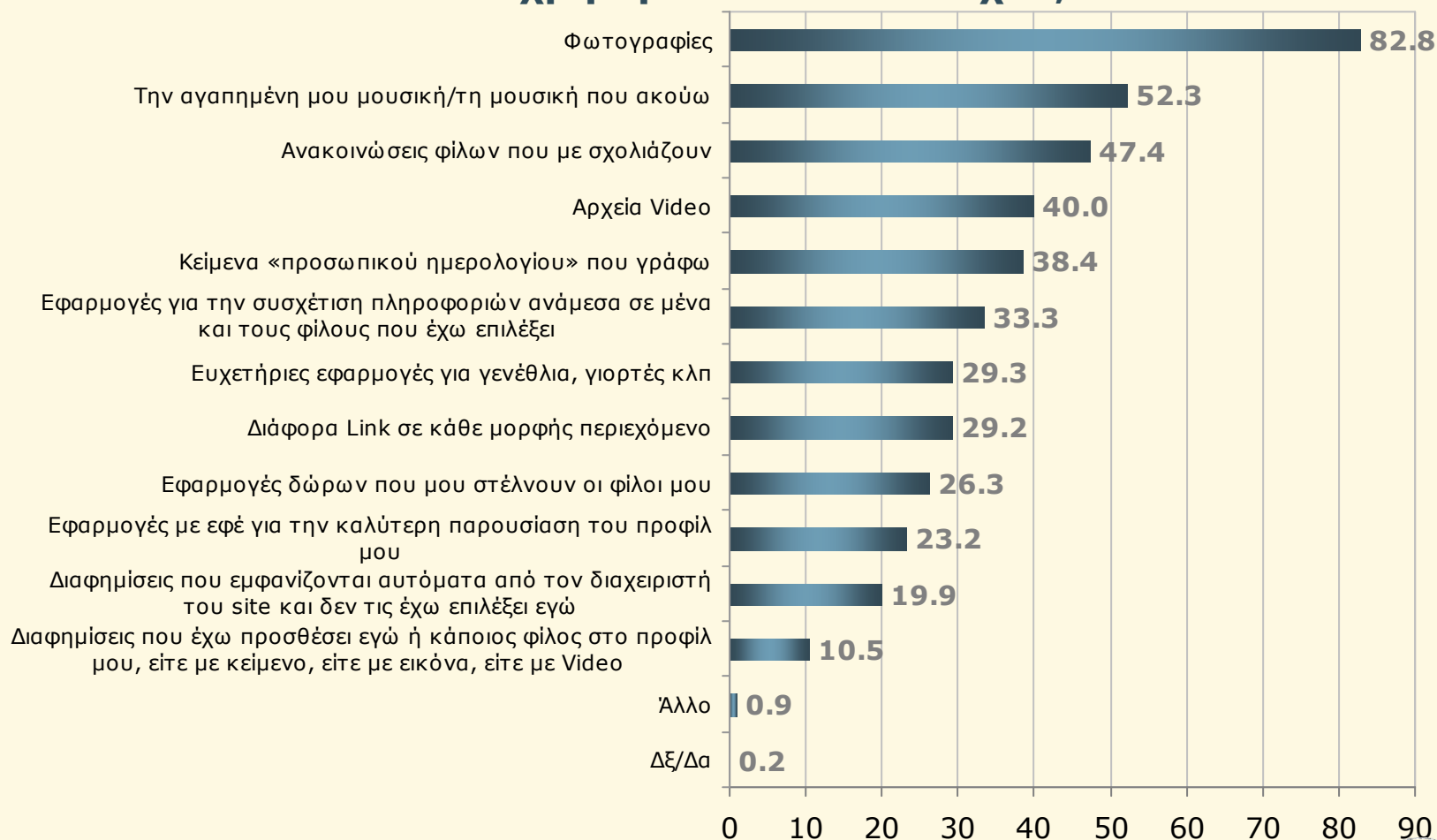
Βάση : Όσοι χρησιμοποιούν το FACEBOOK, Sample = 182
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Προφίλ σε Site Social Networking

❖ Τι περιλαμβάνει το προφίλ που έχετε στο/α Site Social Networking που χρησιμοποιείτε πιο συχνά;



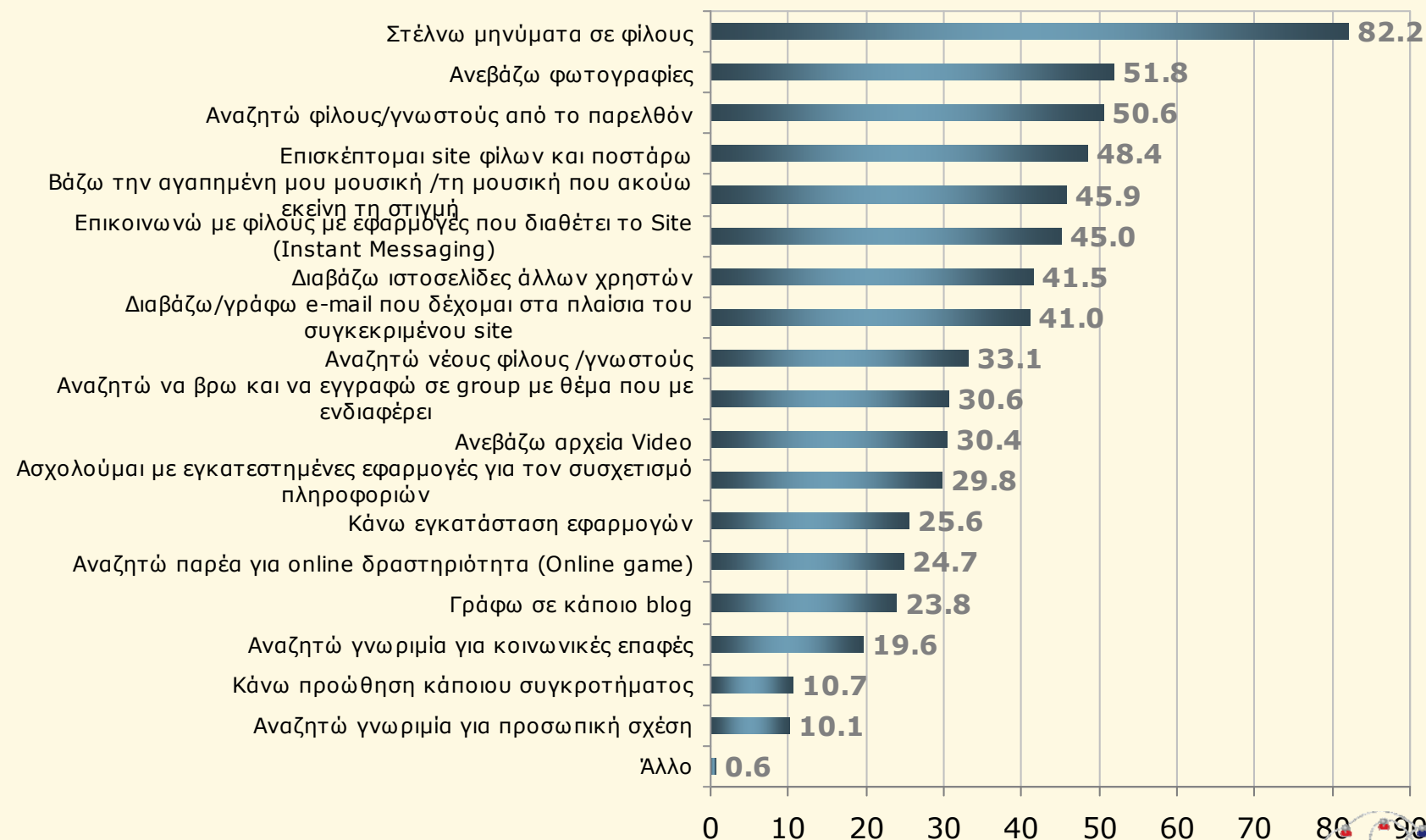
Βάση : Όσοι ενημερώνουν το προφίλ, τουλάχιστον 1 φορά τον μήνα, Sample = 222
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Προφίλ σε Site Social Networking

❖ Ποια/ες από τις παρακάτω δραστηριότητες κάνετε όταν είστε στο Site Social Networking που επισκέπτεσθε πιο συχνά;



Βάση : Όσοι ενημερώνουν το προφίλ, τουλάχιστον 1 φορά τον μήνα, Sample = 222
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

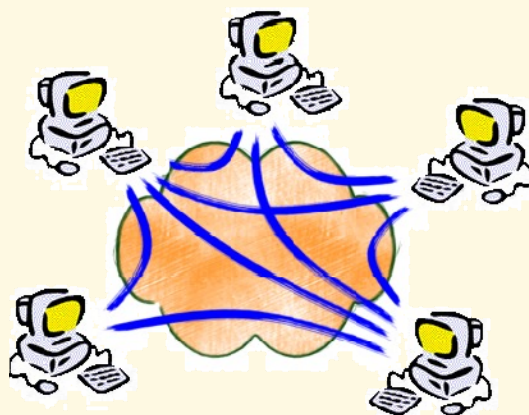




Δραστηριότητες

Social
Media

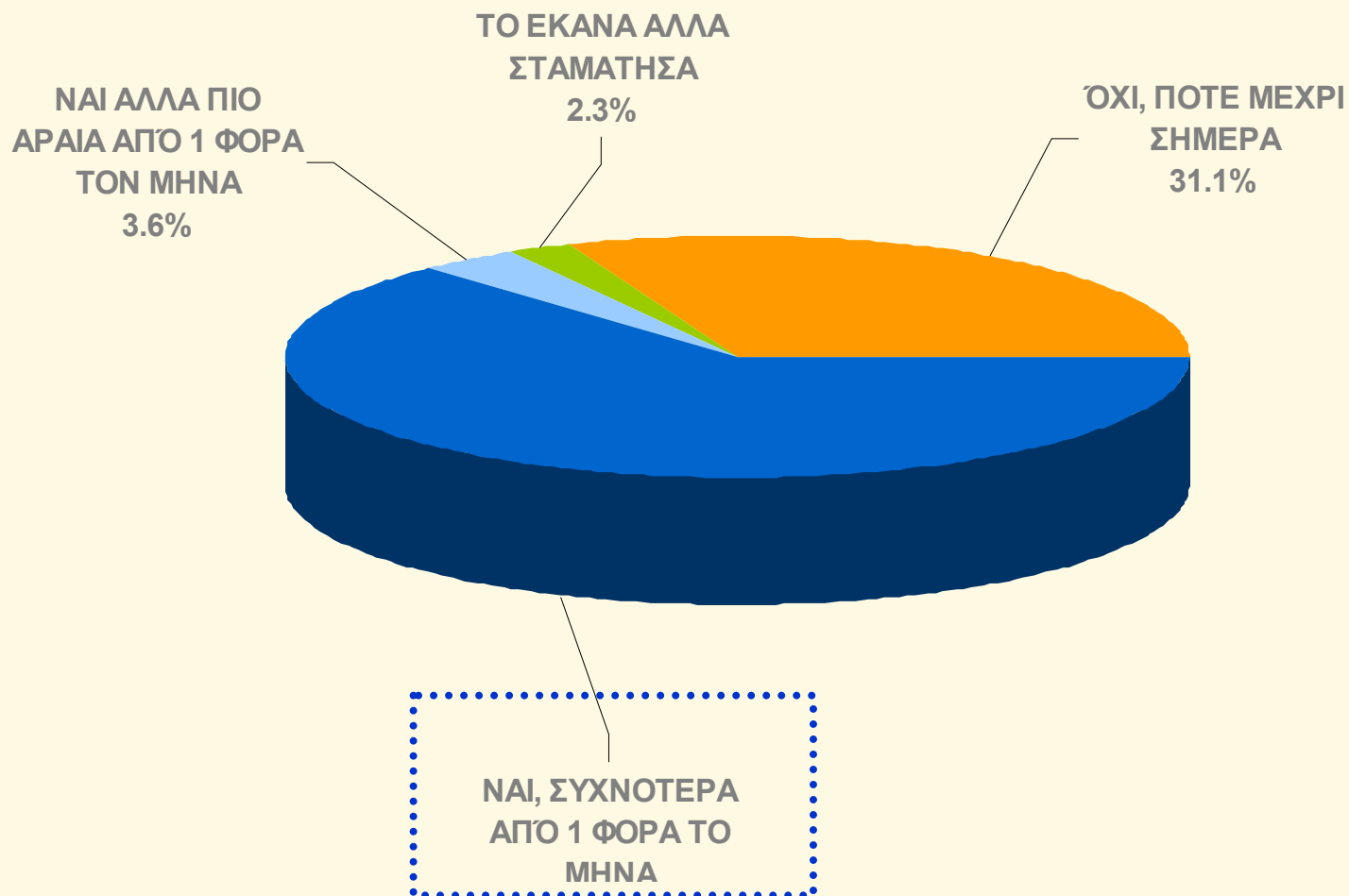
«Μοίρασμα» Αρχείων





«Μοίρασμα» Αρχείων

❖ «Μοιράζεστε» διάφορα αρχεία (Video, μουσική, φωτογραφίες) με φίλους/γνωστούς στο Internet;



Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

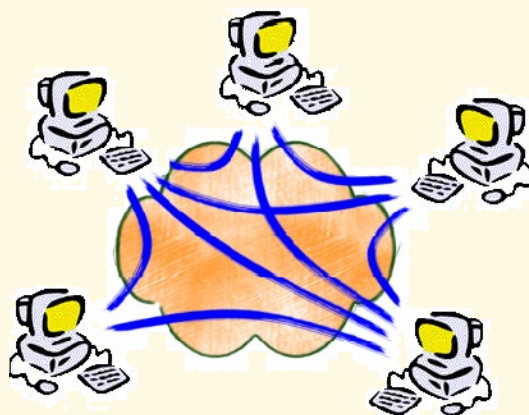




«Μοίρασμα» Αρχείων

Social
Media

Βασικά Δημογραφικά

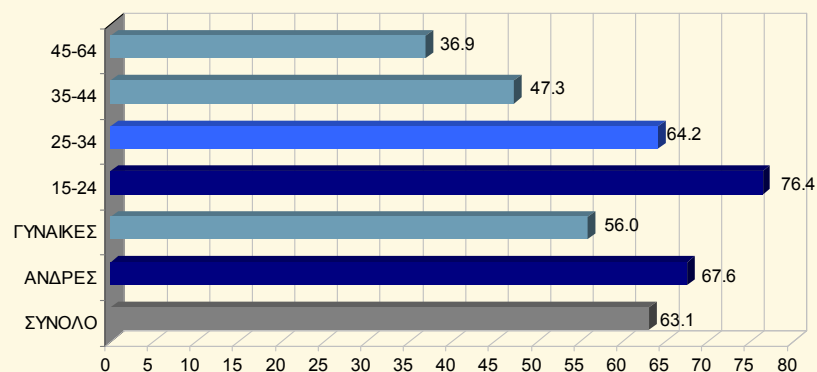




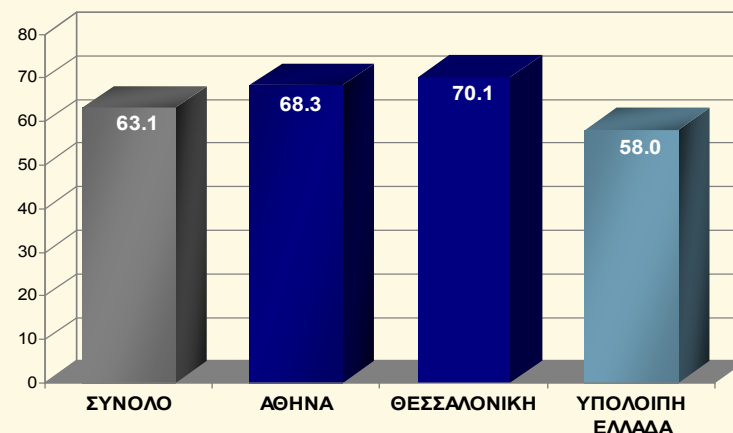
Social Media – «Μοίρασμα» Αρχείων

❖ Βασικά Δημογραφικά

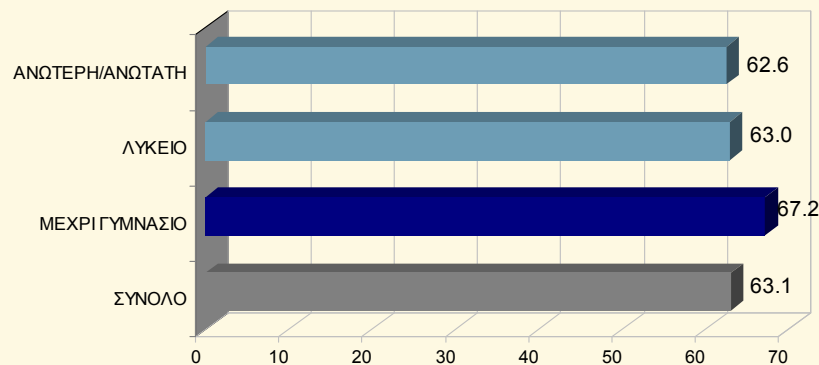
ΦΥΛΟ / ΗΛΙΚΙΑ



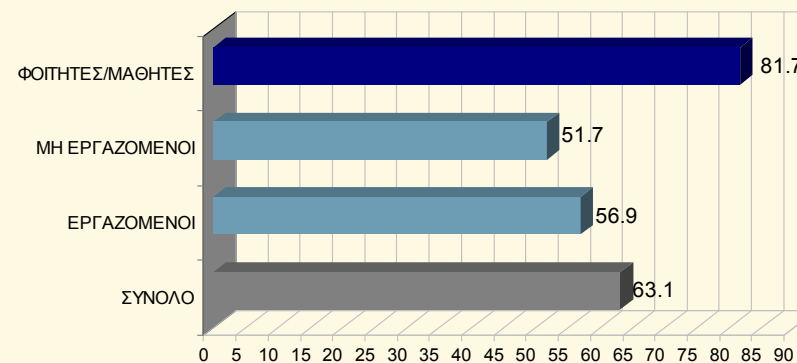
ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey

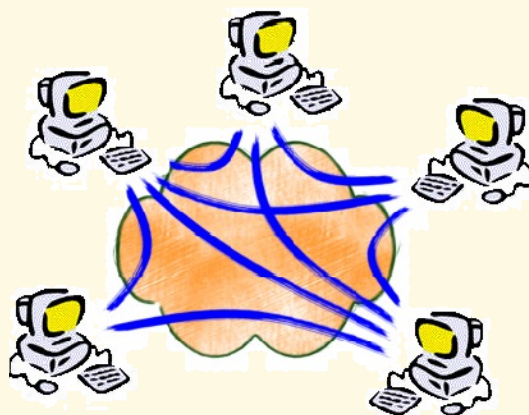




«Μοίρασμα» Αρχείων

Social
Media

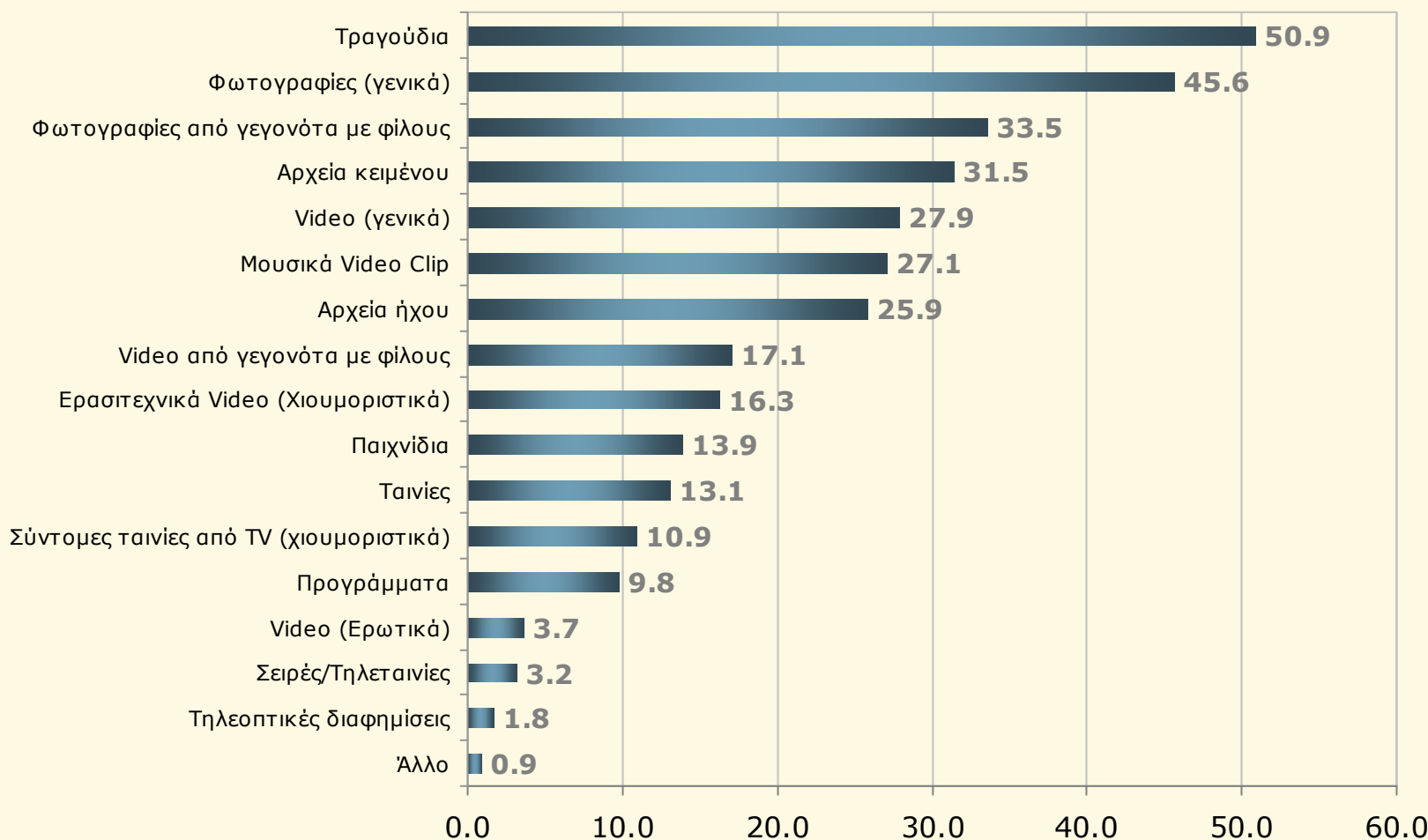
Είδη αρχείων / Τρόποι





«Μοίρασμα» αρχείων

❖ Ποιά είδη αρχείων «Μοιράζεστε» με φίλους / γνωστούς στο Internet;



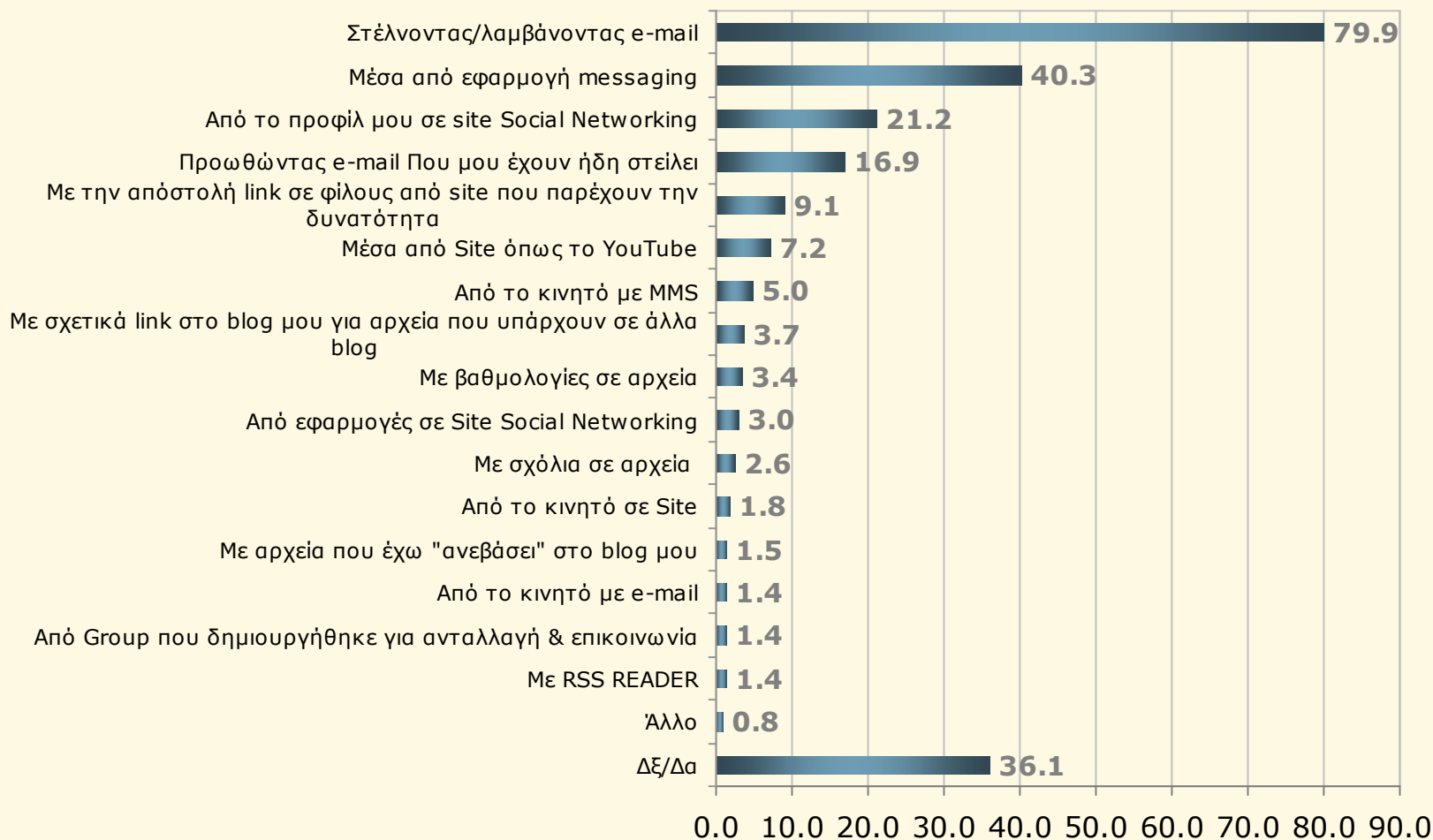
Βάση : Όσοι «μοιράζονται» αρχεία με συχνότητα τουλάχιστον 1 φορά τον μήνα, Sample = 417
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey





«Μοίρασμα» αρχείων

❖ Με ποιο τρόπο «Μοιράζεστε» αρχεία με τους φίλους/γνωστούς;



Βάση : Όσοι «μοιράζονται» αρχεία με συχνότητα τουλάχιστον 1 φορά τον μήνα, Sample = 417
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey





Δραστηριότητες

Social
Media

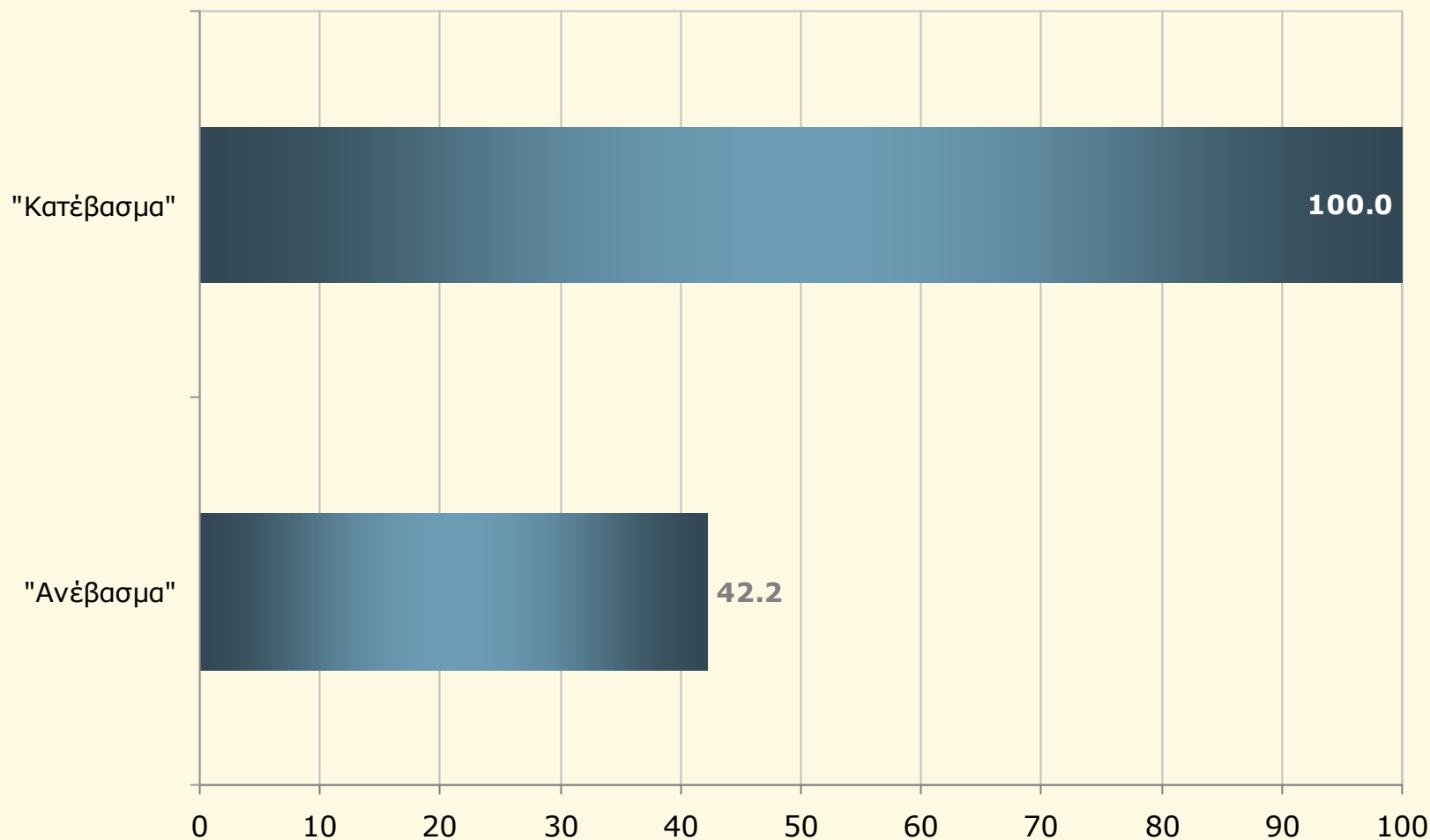
«Κατέβασμα» «Ανέβασμα»



Uploading... 



«Κατέβασμα» «Ανέβασμα»



Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



Uploading...





Δραστηριότητες

Social
Media

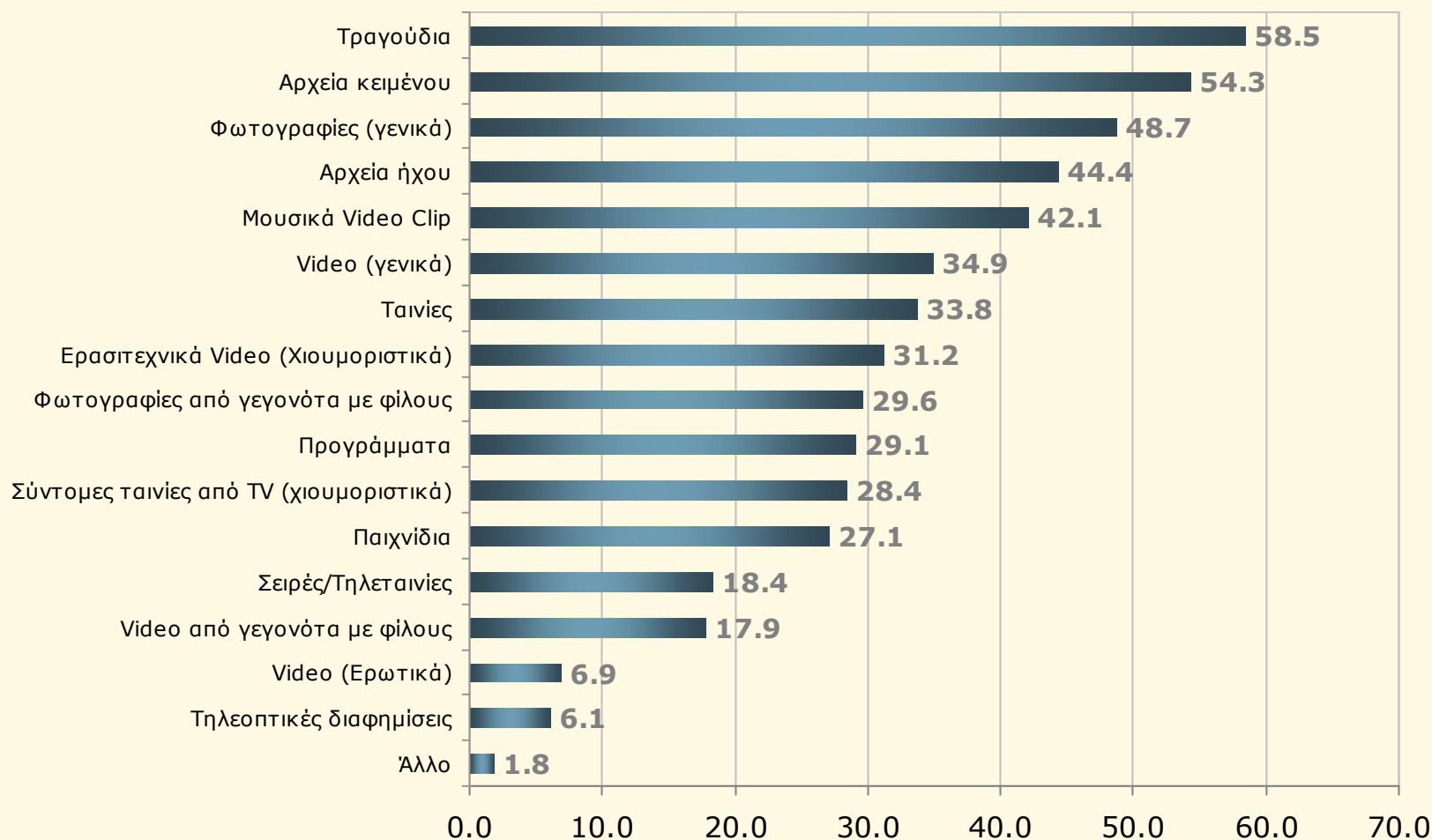
«Κατέβασμα»





«Κατέβασμα» αρχείων

❖ Ποιά είδη αρχείων «Κατεβάζετε» από το Internet;

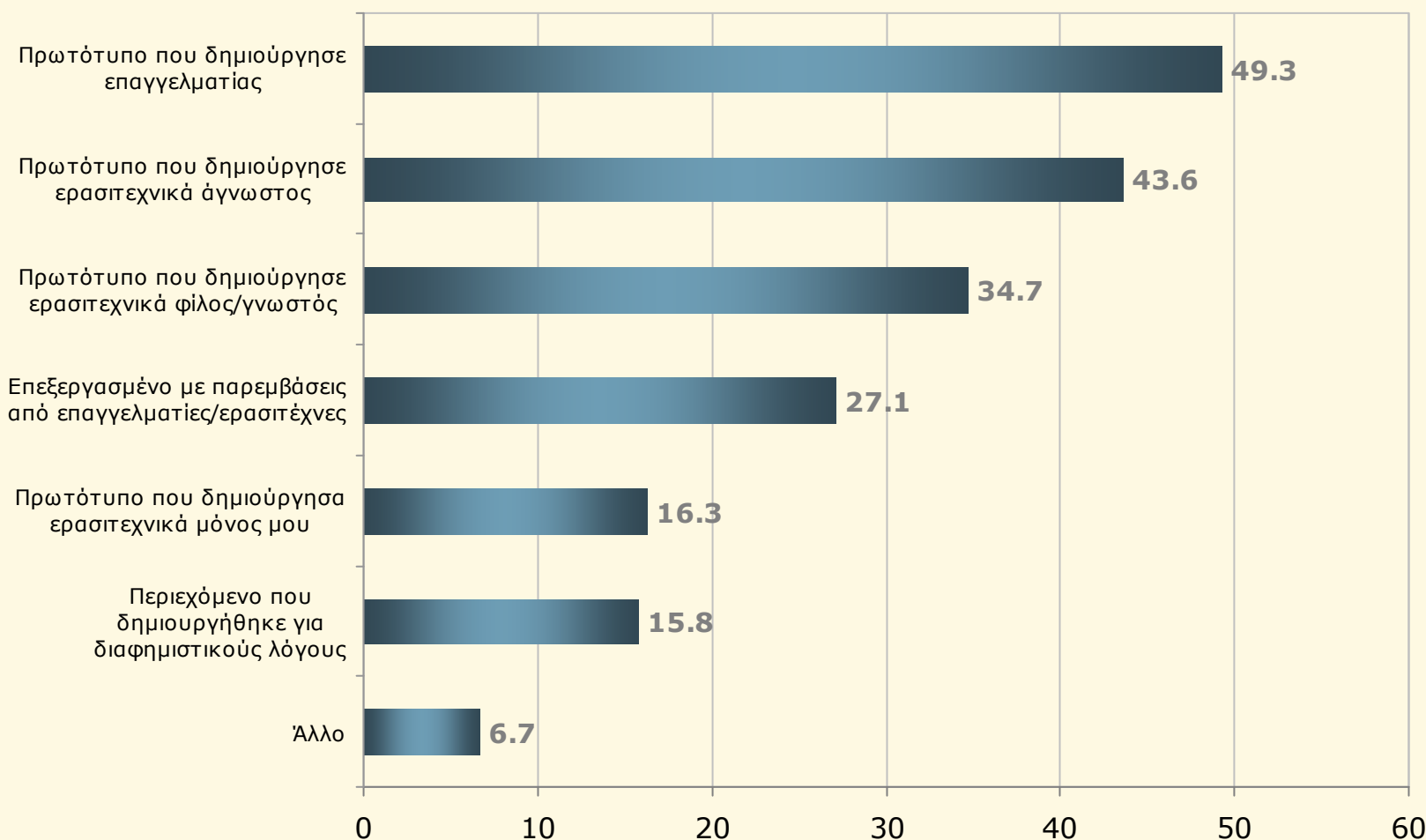


Βάση : Όσοι «κατεβάζουν» αρχεία, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey



«Κατέβασμα» αρχείων

❖ Τα αρχεία που «Κατεβάζετε» γενικά τι είδους περιεχόμενο αφορούν ;

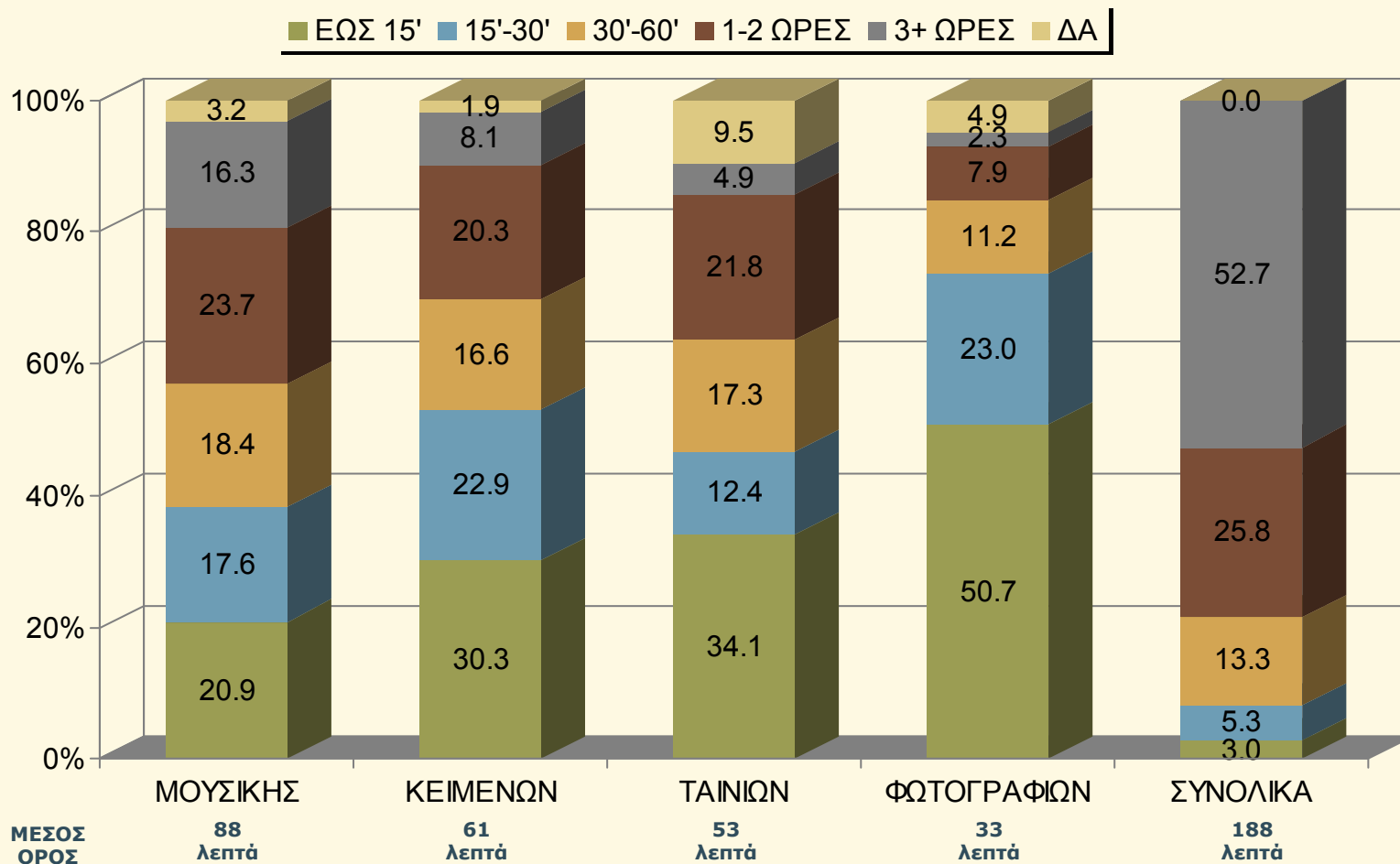


Βάση : Όσοι «κατεβάζουν» αρχεία, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey



«Κατέβασμα» αρχείων

❖ Πόσο χρόνο την ημέρα κατά μέσο όρο αφιερώνετε για να δείτε/ακούσετε/ χωρίς να είσαστε στο Internet διάφορα αρχεία...;



Βάση : Όσοι «κατεβάζουν» τα αντίστοιχα αρχεία
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey





«Κατέβασμα» αρχείων

❖ Όταν βλέπετε/ακούτε εκτός Internet αρχεία που έχετε «κατεβάσει», συνήθως είσαστε...;

	ΜΟΥΣΙΚΗΣ	ΚΕΙΜΕΝΩΝ	ΤΑΙΝΙΩΝ	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ
Μόνος/η στο σπίτι	71,5%	70,2%	54,1%	67,9%
Με τους φίλους μου	36,1%	16,3%	35,1%	32,6%
Με τον/την σύντροφό μου	10,4%	6,1%	13,9%	8,6%
Με την οικογένεια στο σπίτι	9,9%	6,1%	19,9%	12,0%
Μόνος/η στη δουλειά	8,1%	19,8%	5,6%	8,6%
Στις μετακινήσεις μου εκτός σπιτιού	3,5%	0,1%	0,6%	0,4%
Με τα παιδιά μου	2,4%	1,1%	3,5%	2,6%
Με τους συναδέλφους μου στη δουλειά	1,5%	5,3%	2,2%	2,2%
Στο γυμναστήριο / στην άθληση	1,0%	0,0%	0,2%	0,0%
Άλλο	4,4%	3,7%	10,3%	5,7%

Βάση : Όσοι «κατεβάζουν» τα αντίστοιχα αρχεία
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey





Δραστηριότητες

Social
Media

«Ανέβασμα»

Uploading... 

Social Media



59

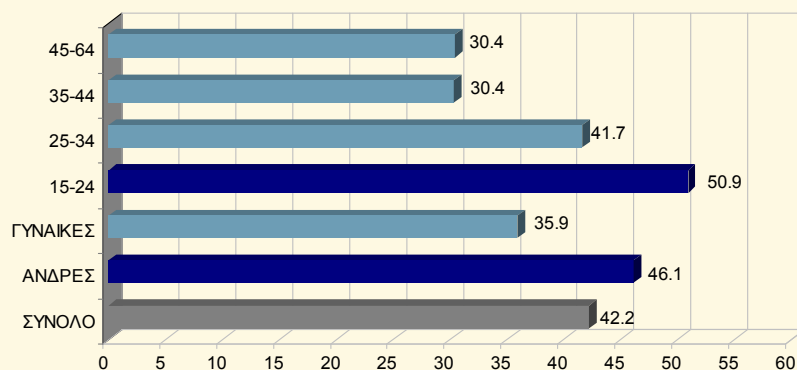




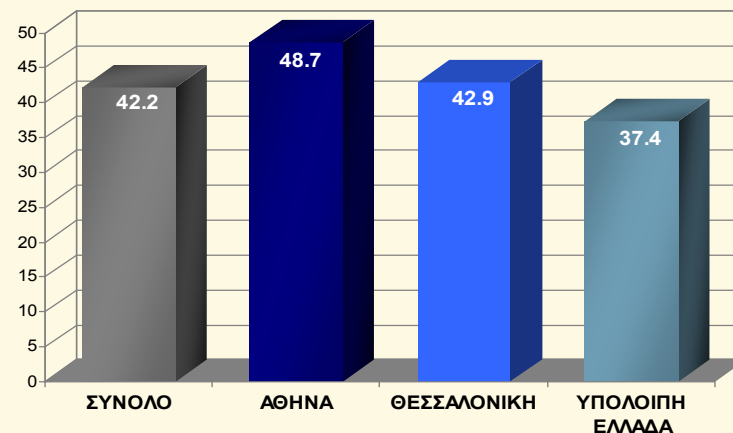
«Ανέβασμα» Αρχείων

❖ Βασικά Δημογραφικά

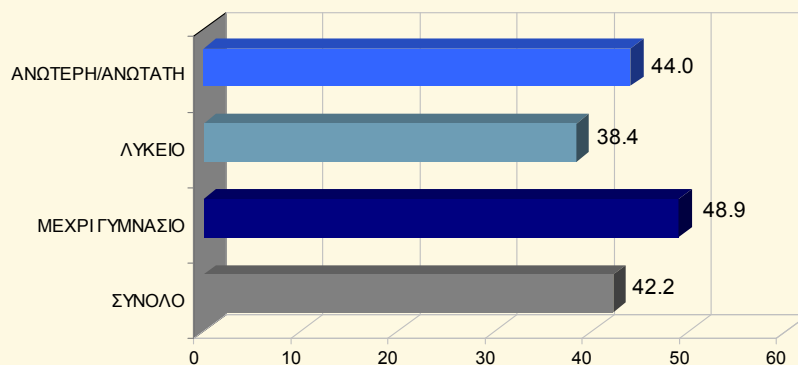
ΦΥΛΟ / ΗΛΙΚΙΑ



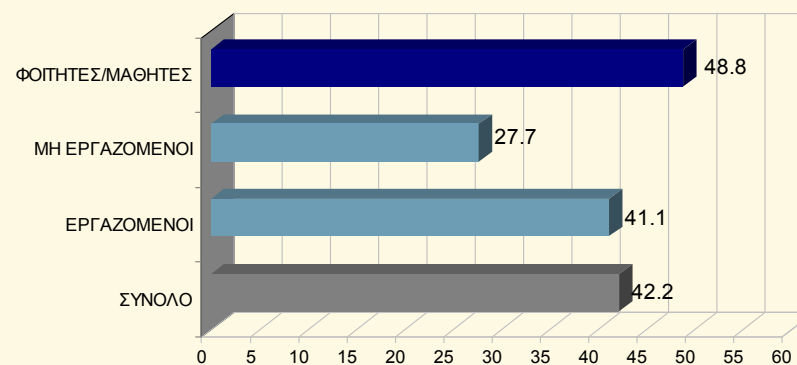
ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ



ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



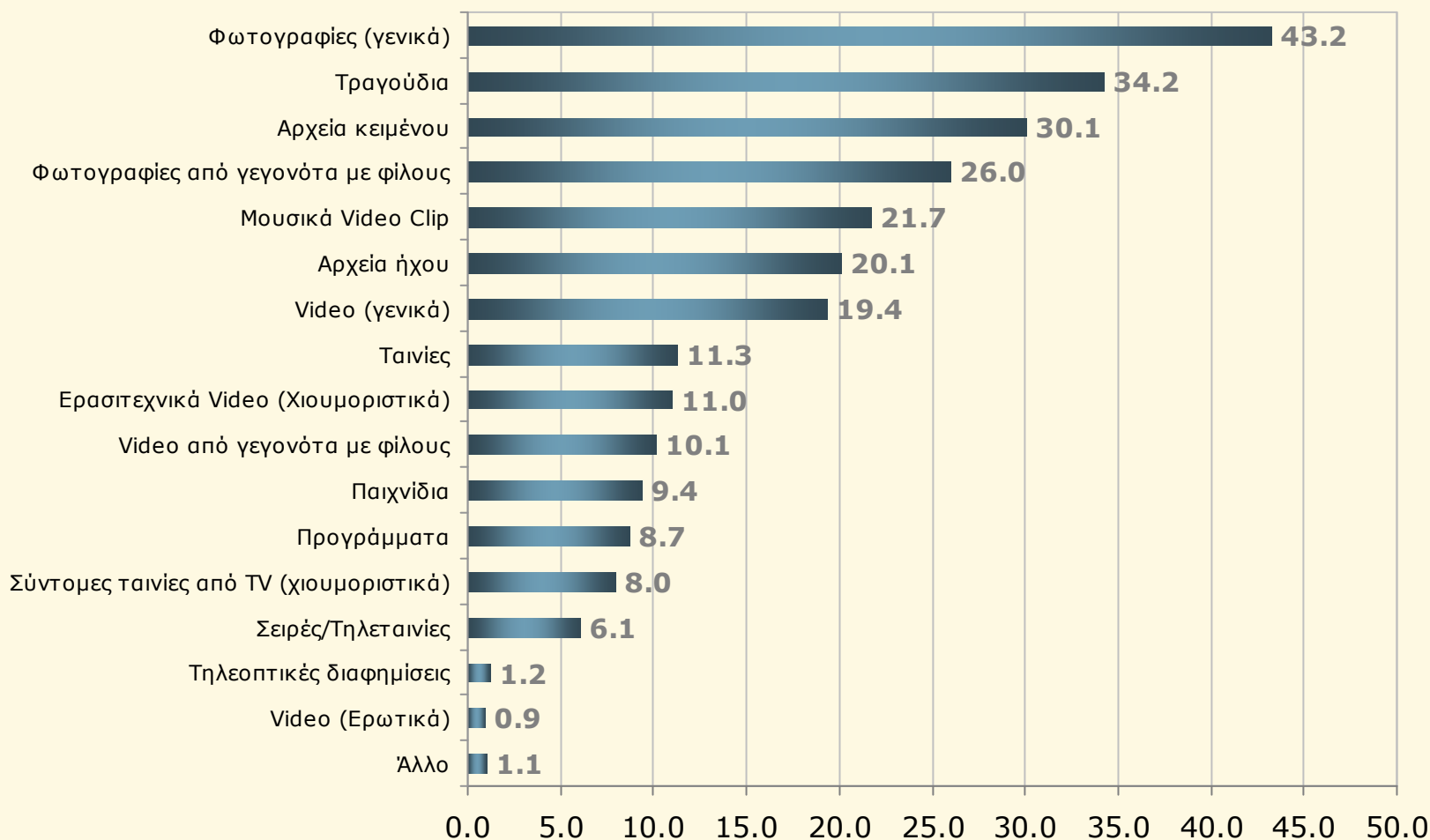
Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





«Ανέβασμα» αρχείων

❖ Ποιά είδη αρχείων «Ανεβάζετε» στο Internet;

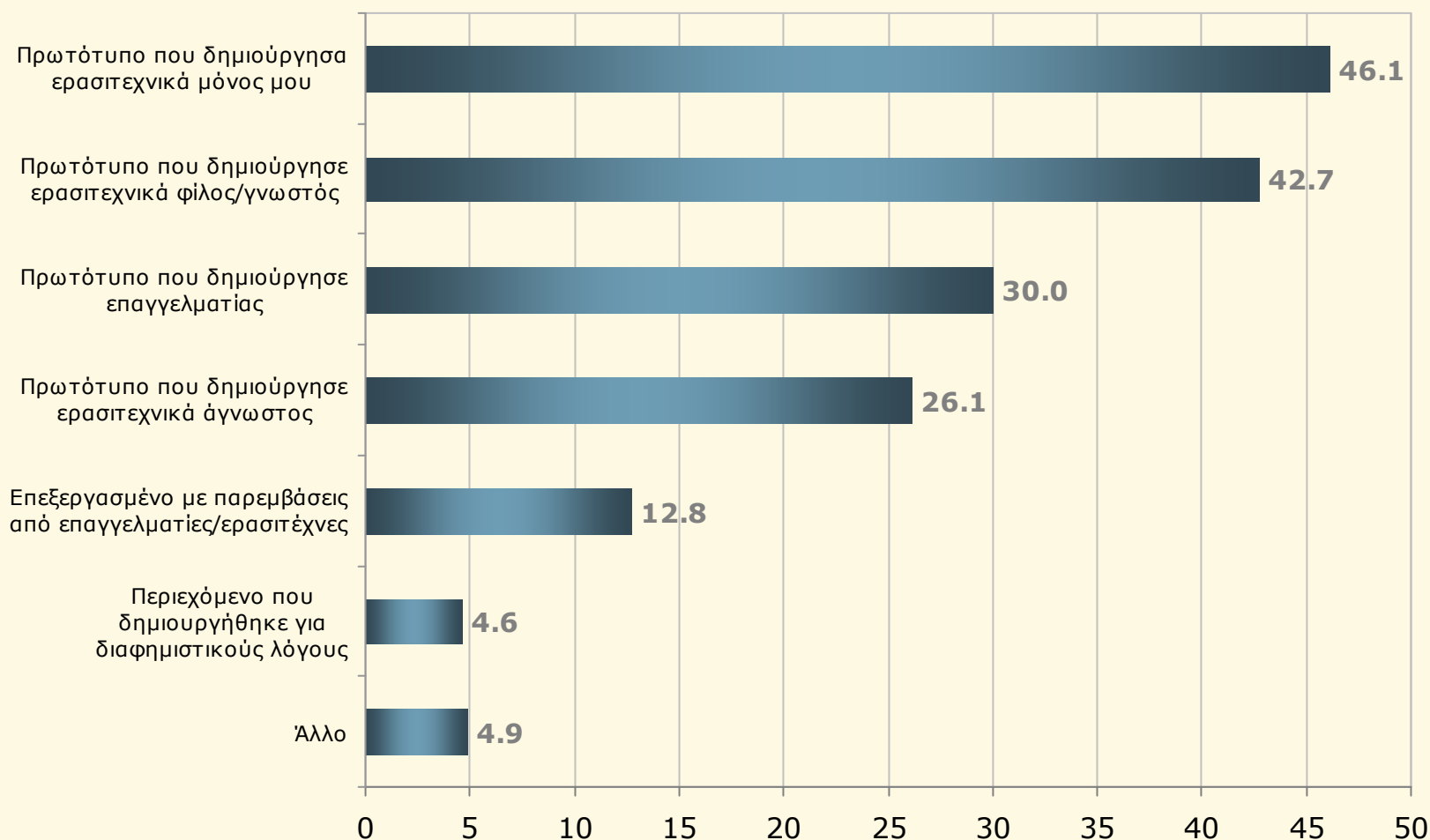


Βάση : Όσοι «ανεβάζουν» αρχεία, Sample = 280
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



«Ανέβασμα» αρχείων

❖ Τα αρχεία που «Ανεβάζετε» γενικά τι είδους περιεχόμενο αφορούν ;



Βάση : Όσοι «ανεβάζουν» αρχεία, Sample = 280
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

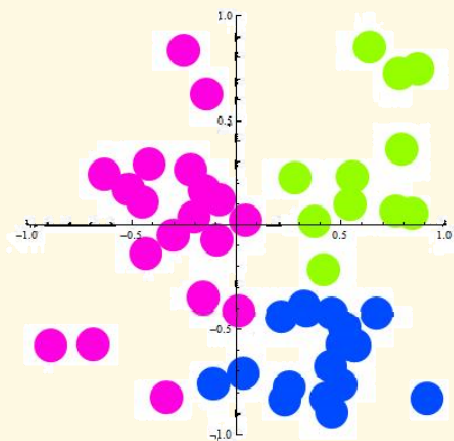




Social Media

Social
Media

Ομάδες Κοινού





Ομάδες Κοινού

Δημιουργοί

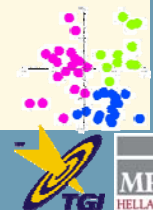
- Ξεκίνημα, δημιουργία, συγγραφή, διαχείριση Blog
- Δημιουργία και ανέβασμα ήχου/μουσικής (π.χ. Podcast)

Ενεργοί

- Σχόλια σε Blog, Site
- Συμμετοχή σε Forum
- Βαθμολόγηση άρθρων
- Χρήση εφαρμογών για την δημοσιοποίηση επιλογών και προτάσεων
- Ενημέρωση του προφίλ σε Site Social Networking

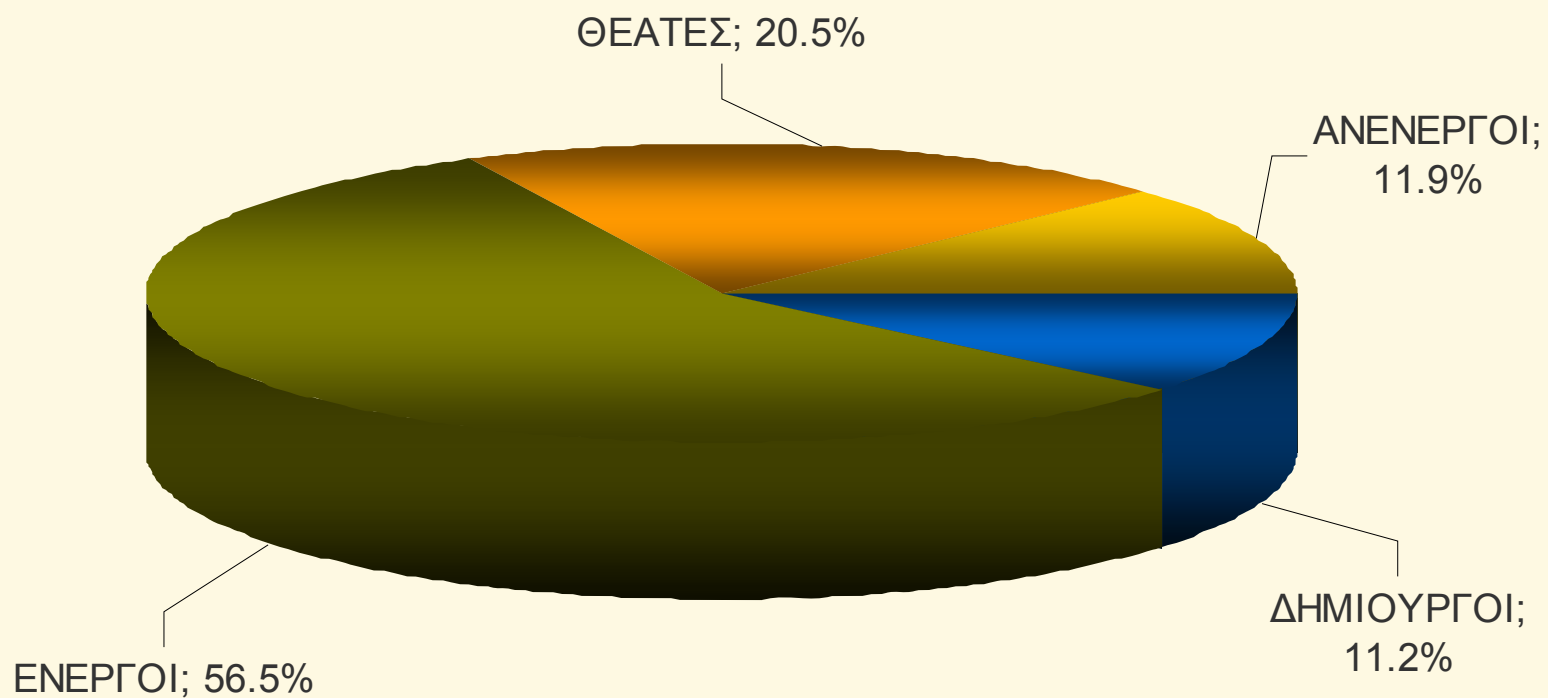
Θεατές

- Επίσκεψη / διάβασμα Blog
- Επίσκεψη σε σελίδα φίλου σε κάποια εφαρμογή Social Media
 - «Μοίρασμα» αρχείων
- «Κατέβασμα» Podcast
- Εγγραφή σε RSS feed





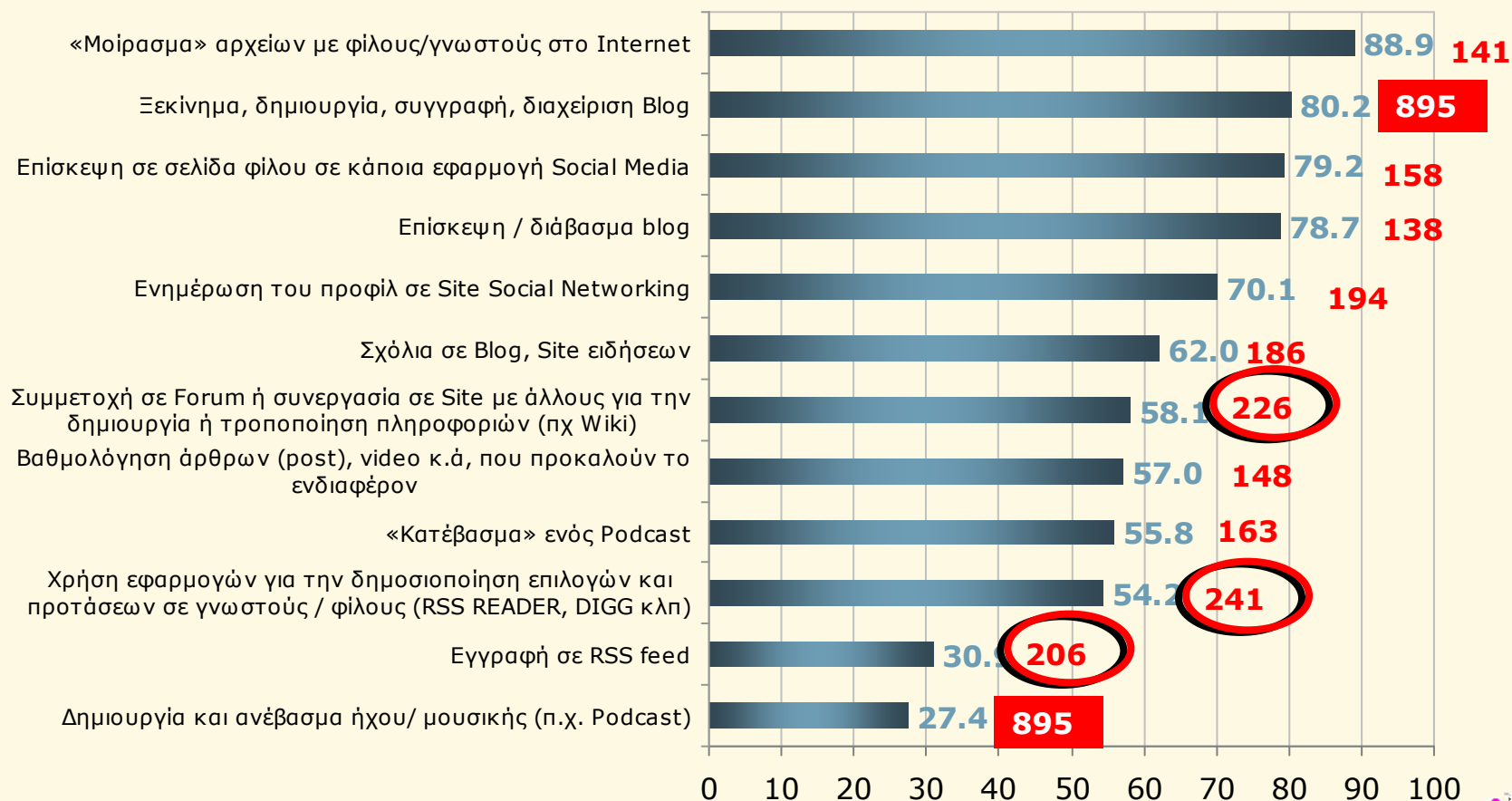
Ομάδες Κοινού





Ομάδες Κοινού

❖ Δημιουργοί – Δραστηριότητες



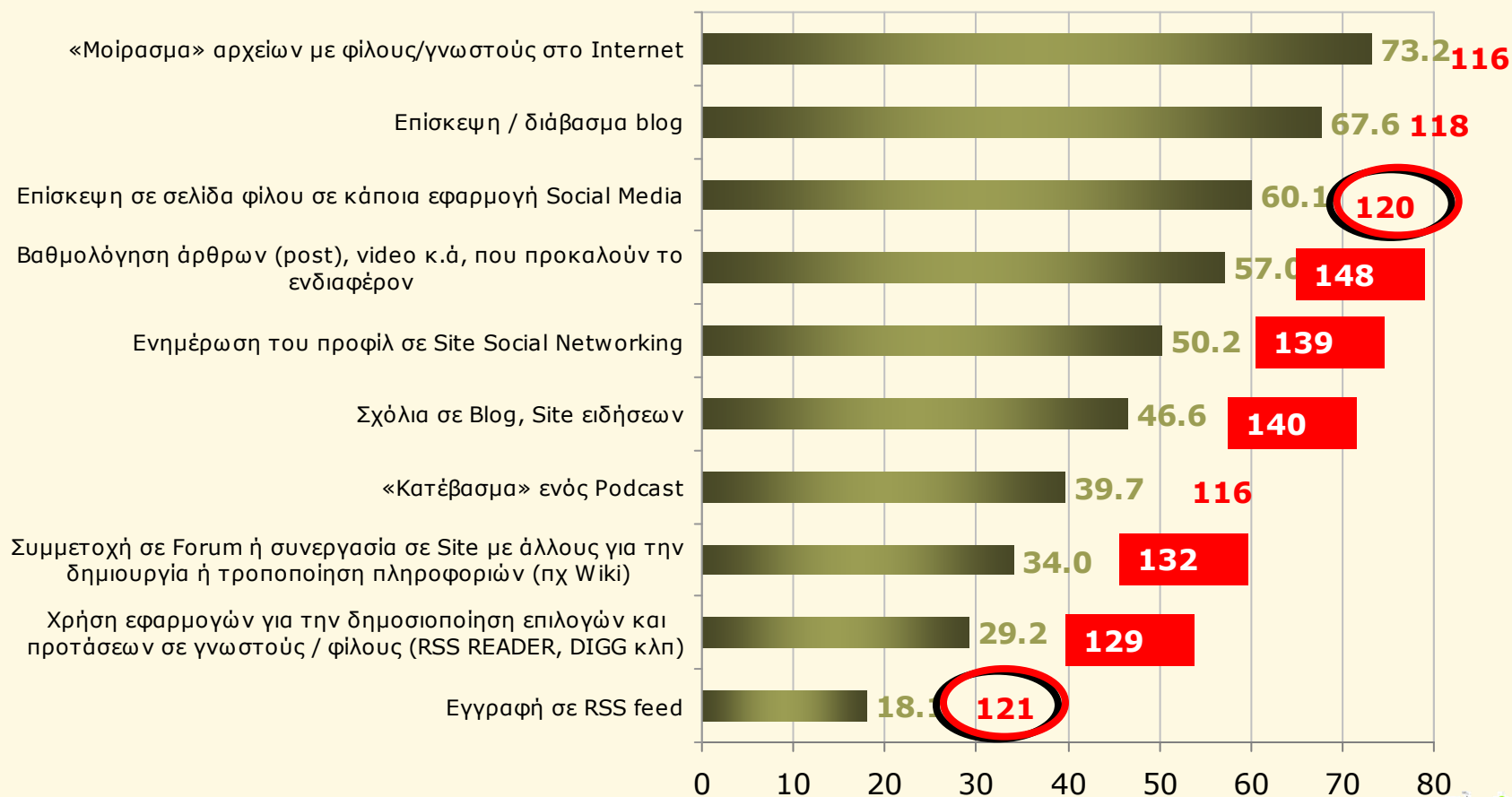
Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701, Index = 100
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey





Ομάδες Κοινού

❖ Ενεργοί - Δραστηριότητες



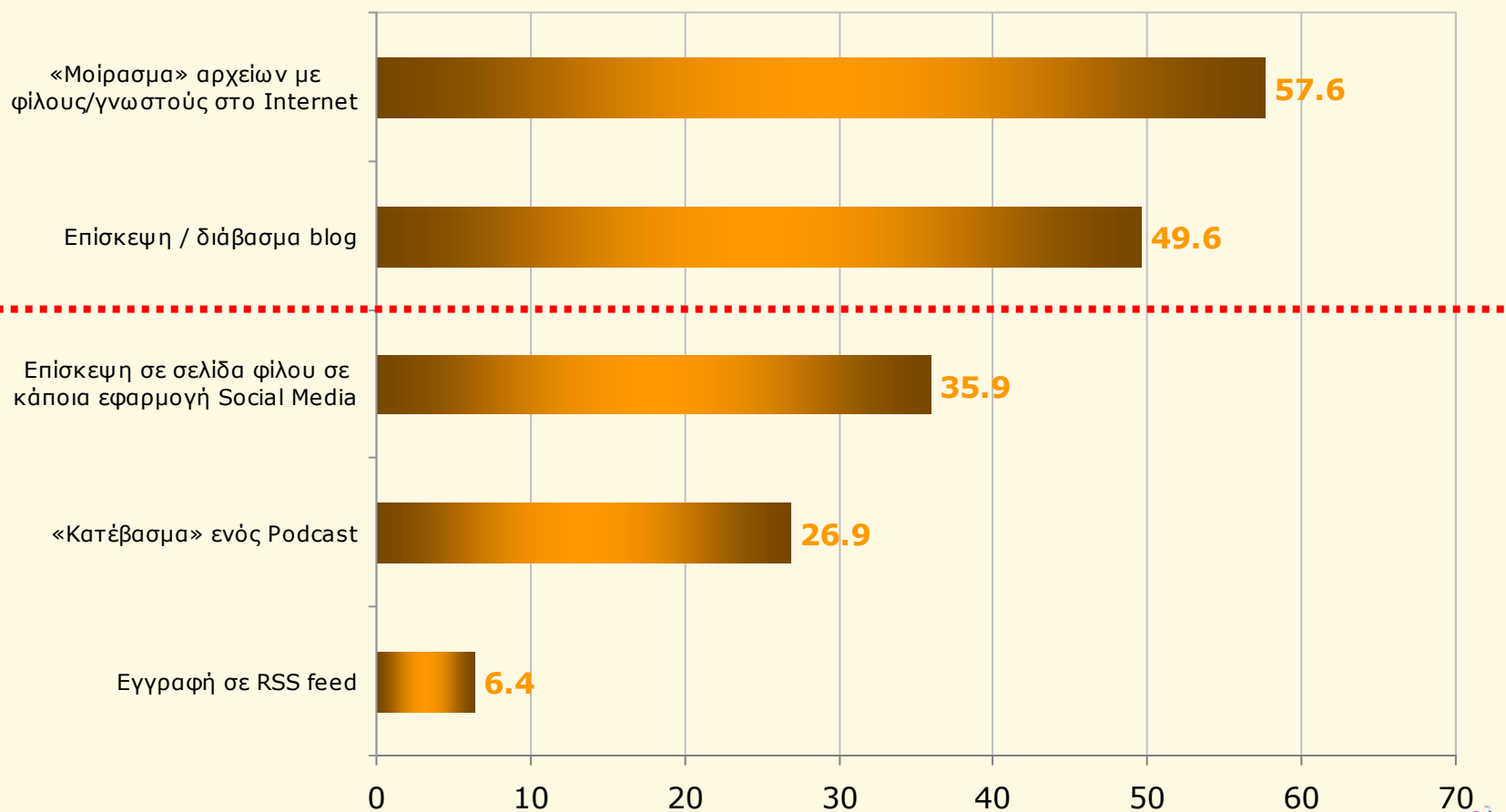
Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701, Index = 100
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Ομάδες Κοινού

❖ Θεατές - Δραστηριότητες



Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701, Index = 100
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

Social Media

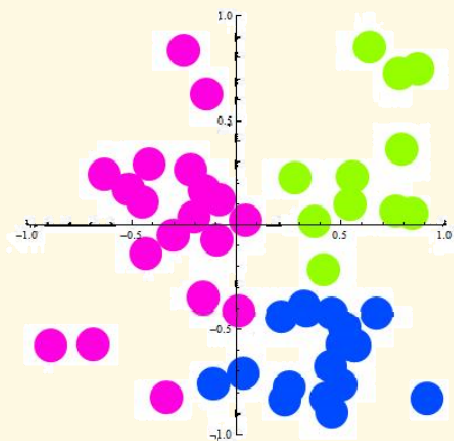




Social Media

Social
Media

Ομάδες Κοινού Βασικό Δημογραφικό Προφίλ

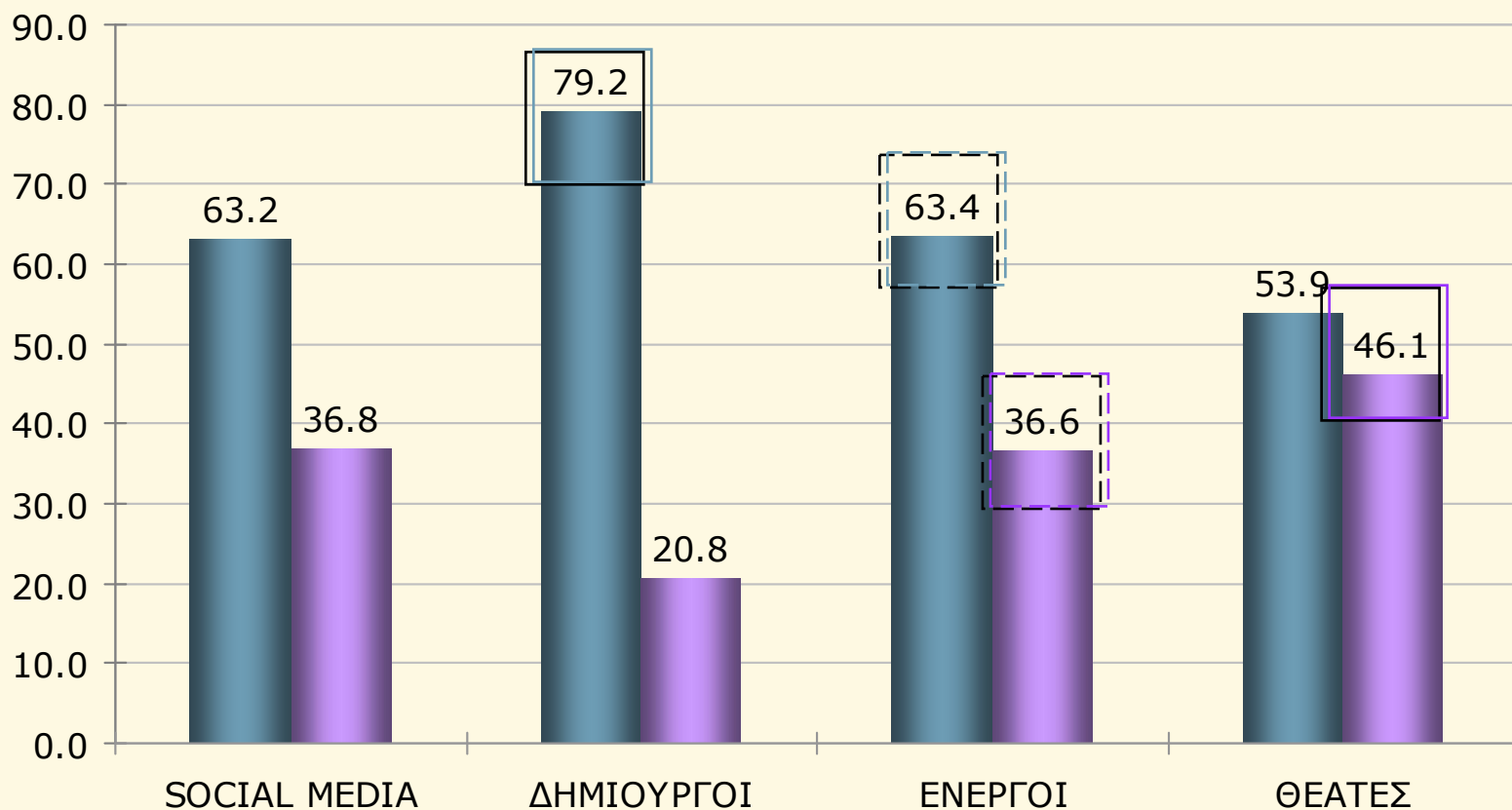




Ομάδες Κοινού

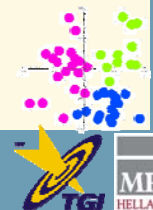
❖ Φύλο

■ ΑΝΔΡΕΣ ■ ΓΥΝΑΙΚΕΣ



Social Media

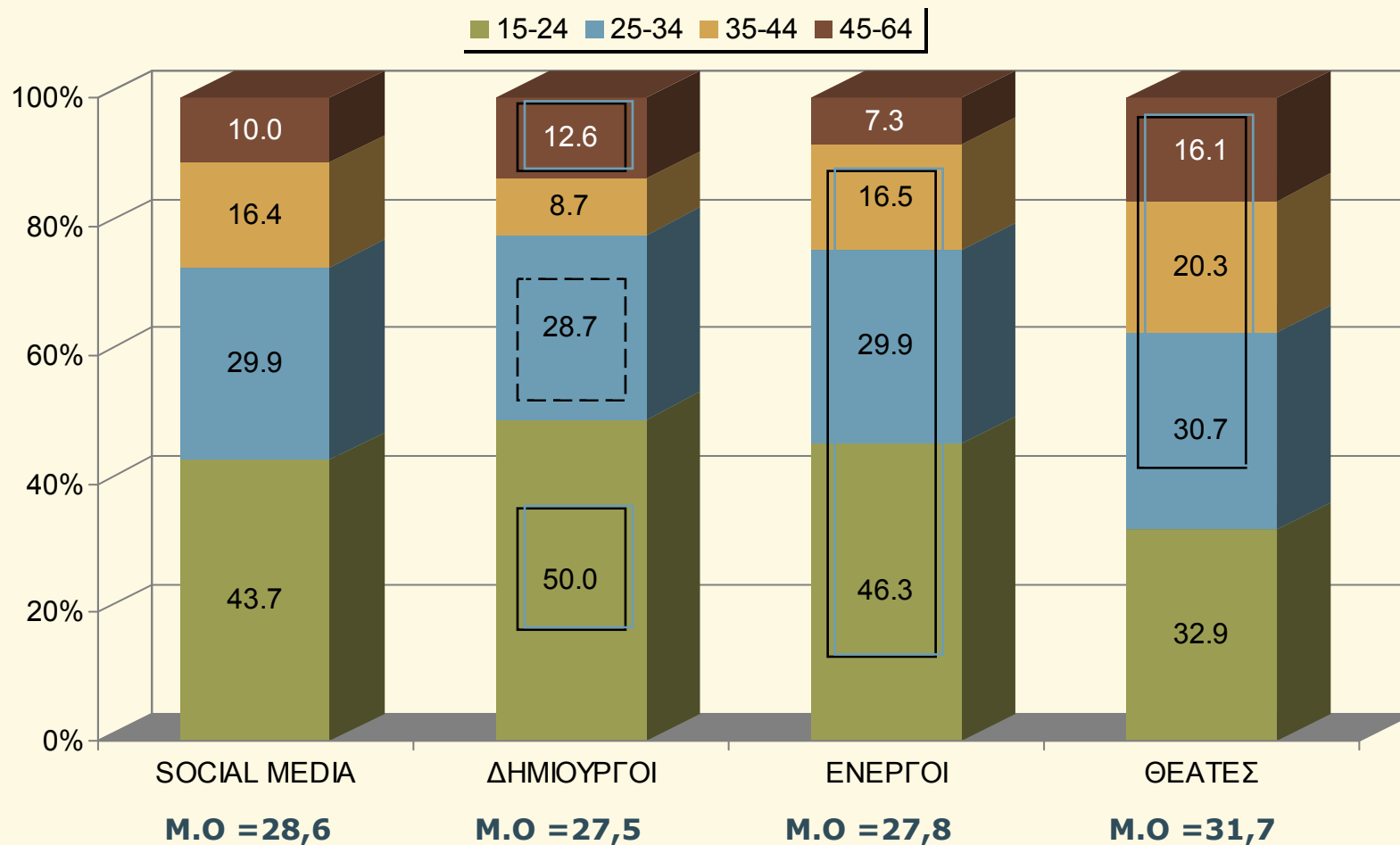
Βάση : Όσοι ασχολούνται με τα Social Media Sample = 605
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





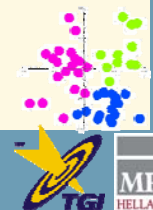
Ομάδες Κοινού

❖ Ηλικία



Social Media

Βάση : Όσοι ασχολούνται με τα Social Media Sample = 605
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

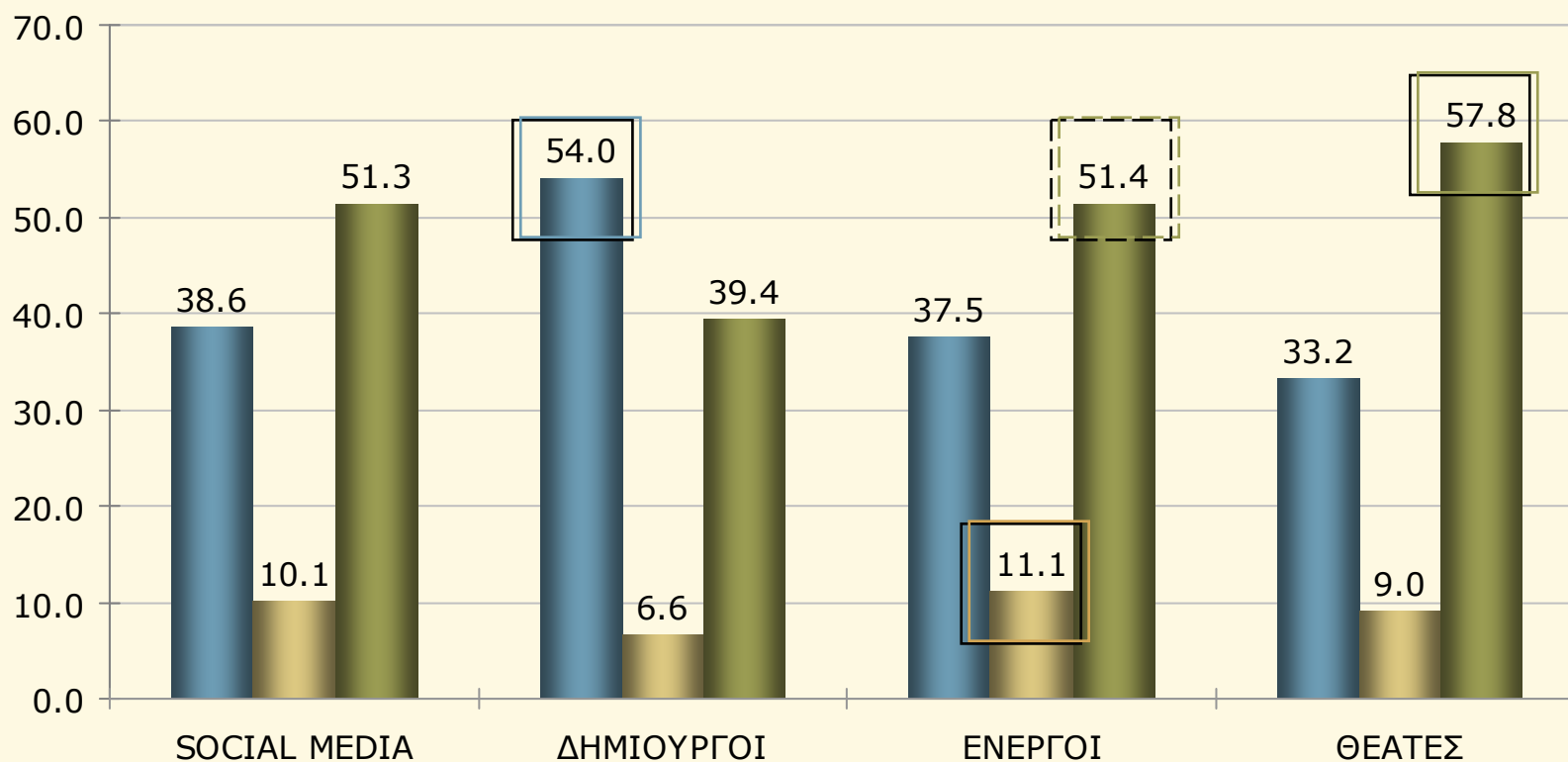




Ομάδες Κοινού

❖ Περιοχή κατοικίας

■ ΑΘΗΝΑ ■ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ■ ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ



Social Media

Βάση : Όσοι ασχολούνται με τα Social Media Sample = 605
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



72



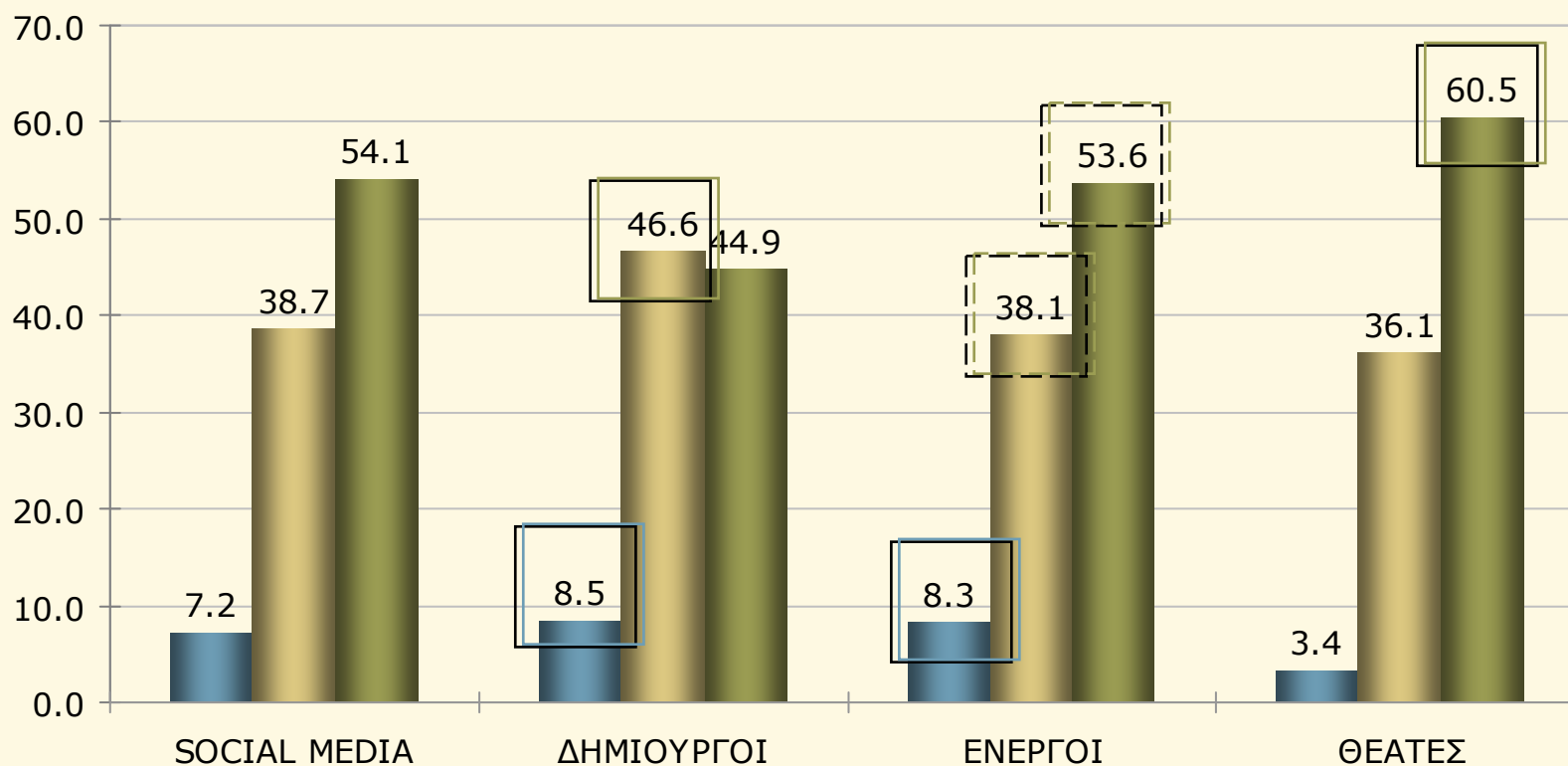
MRB
HELLAS SA



Ομάδες Κοινού

❖ Εκπαίδευση

■ ΜΕΧΡΙ ΓΥΜΝΑΣΙΟ ■ ΛΥΚΕΙΟ ■ ΑΝΩΤΕΡΗ / ΑΝΩΤΑΤΗ



Social Media

Βάση : Όσοι ασχολούνται με τα Social Media Sample = 605
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



73

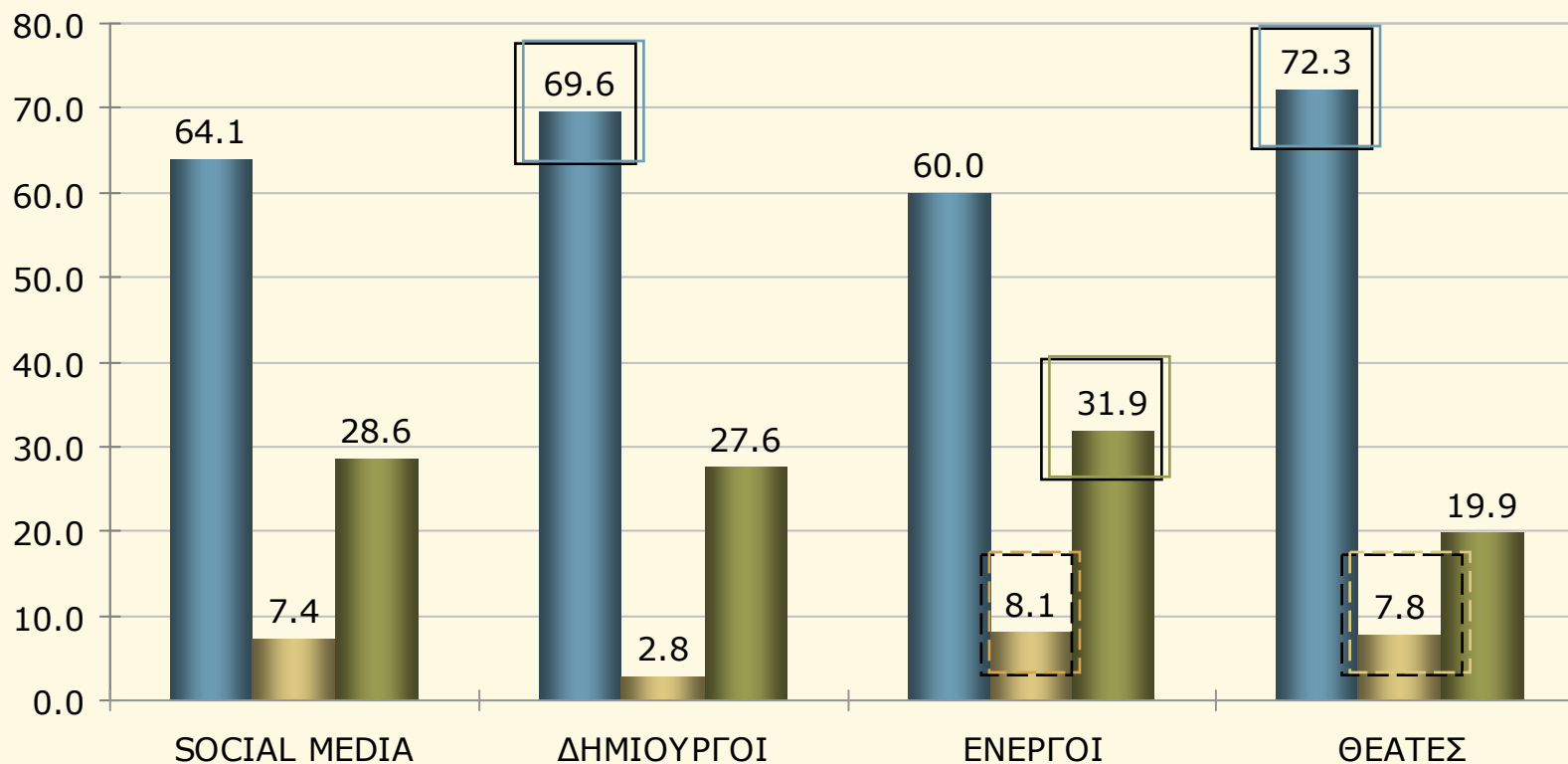




Ομάδες Κοινού

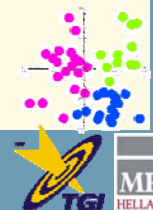
❖ Επαγγελματική κατάσταση

■ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ■ ΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ■ ΦΟΙΤΗΤΗΣ/ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ/ΜΑΘΗΤΗΣ



Social Media

Βάση : Όσοι ασχολούνται με τα Social Media Sample = 605
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Ομάδες Κοινού

❖ Βασικός Δημογραφικός «Χάρτης»

ΜΕΧΡΙ ΓΥΜΝΑΣΙΟ

ΦΟΙΤΗΤΗΣ/ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ/ΜΑΘΗΤΗΣ

ΥΨΗΛΗ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

15-24

ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ

ΑΘΗΝΑ

ΑΝΔΡΑΣ

ΛΥΚΕΙΟ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΕΝΕΡΓΟΙ

25-34

ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ

ΑΝΩΤΕΡΗ / ΑΝΩΤΑΤΗ

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

ΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

35-44

ΓΥΝΑΙΚΑ

ΘΕΑΤΕΣ

ΧΑΜΗΛΗ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

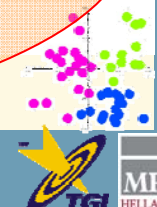
45-64

Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



75





Social Media

Social
Media

Ομάδες Κοινού
Άλλα ΜΜΕ

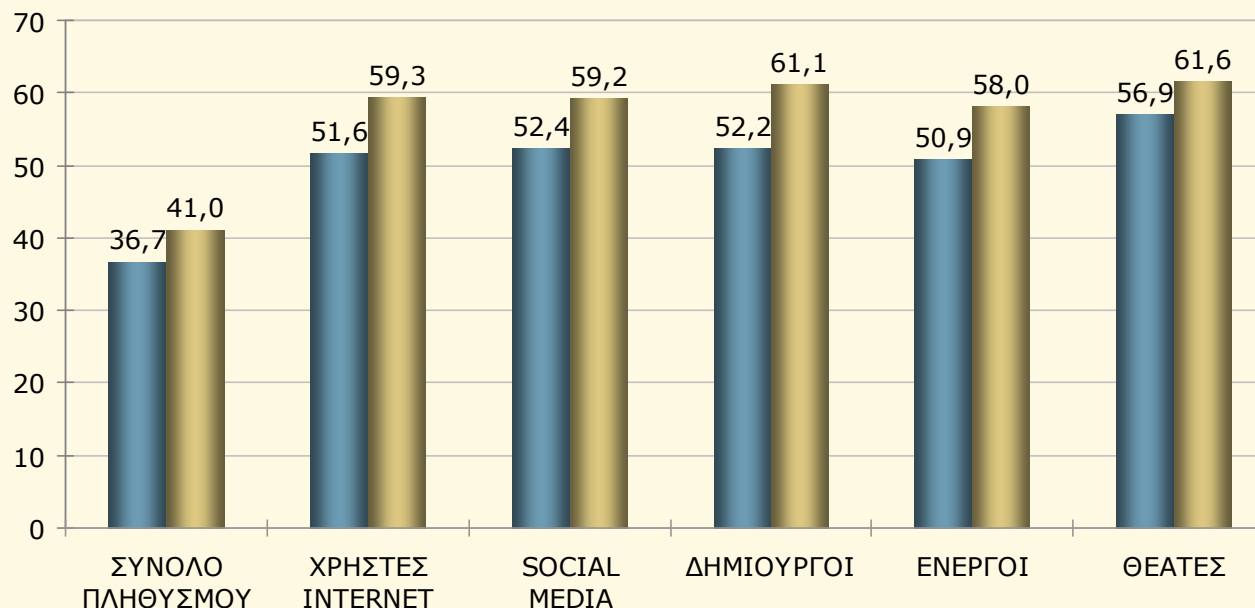




Ομάδες Κοινού

❖ Αναγνωσιμότητα Εντύπων

■ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ■ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ



	ΜΟ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	ΜΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ ΤΟΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΜΗΝΑ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	2.8	3.0
INTERNET	3.0	3.2
SOCIAL MEDIA	2.7	3.0
ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ	2.8	3.4
ΕΝΕΡΓΟΙ	2.6	2.9
ΘΕΑΤΕΣ	2.7	3.1

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
 Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

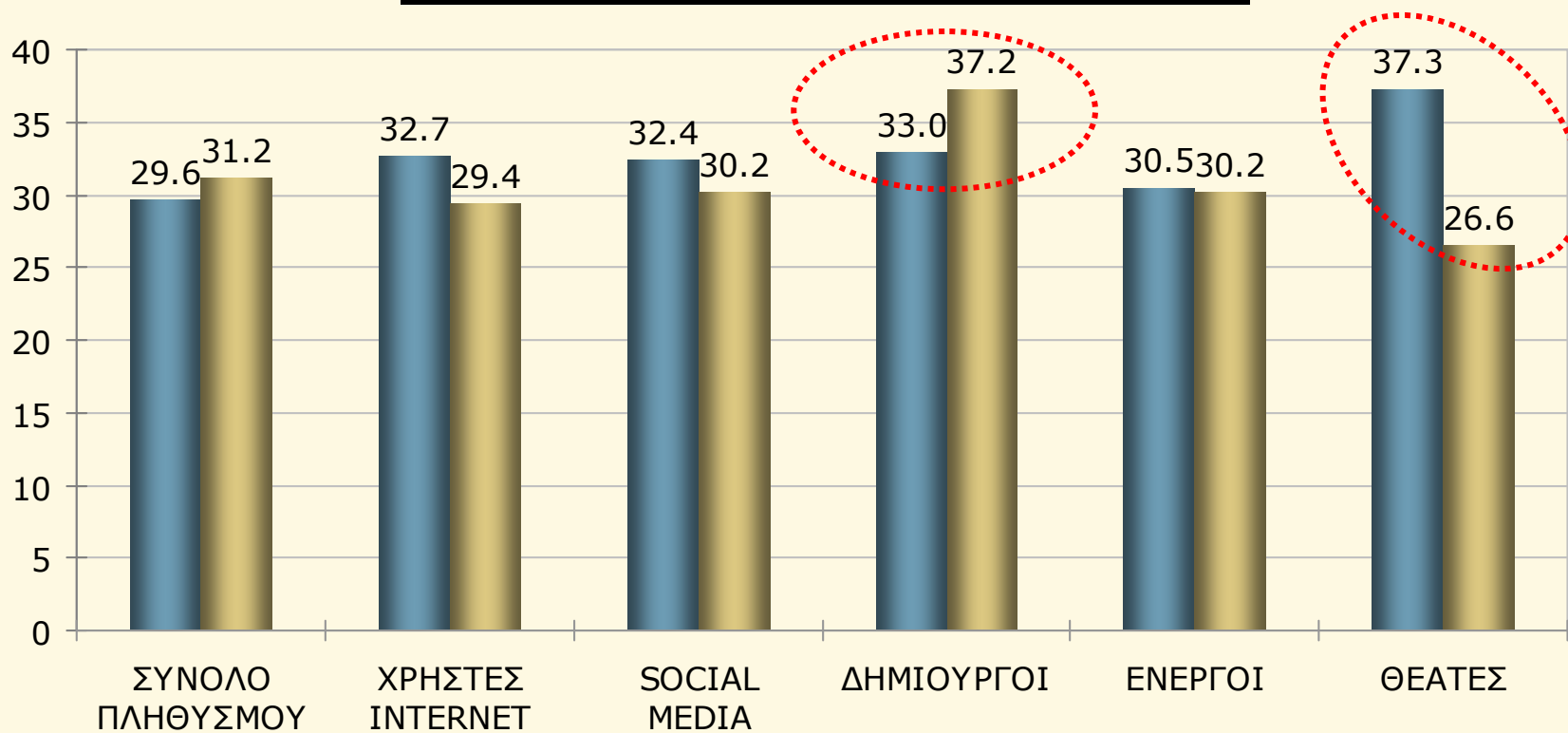




Ομάδες Κοινού

❖ Στάση απέναντι στις εφημερίδες (Συμφωνώ Απόλυτα + Μάλλον Συμφωνώ)

- Βασίζομαι στις εφημερίδες για την ενημέρωση μου
- Επιλέγω την εφημερίδα ανάλογα με το δώρο

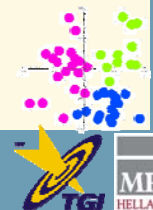


Social Media

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



78



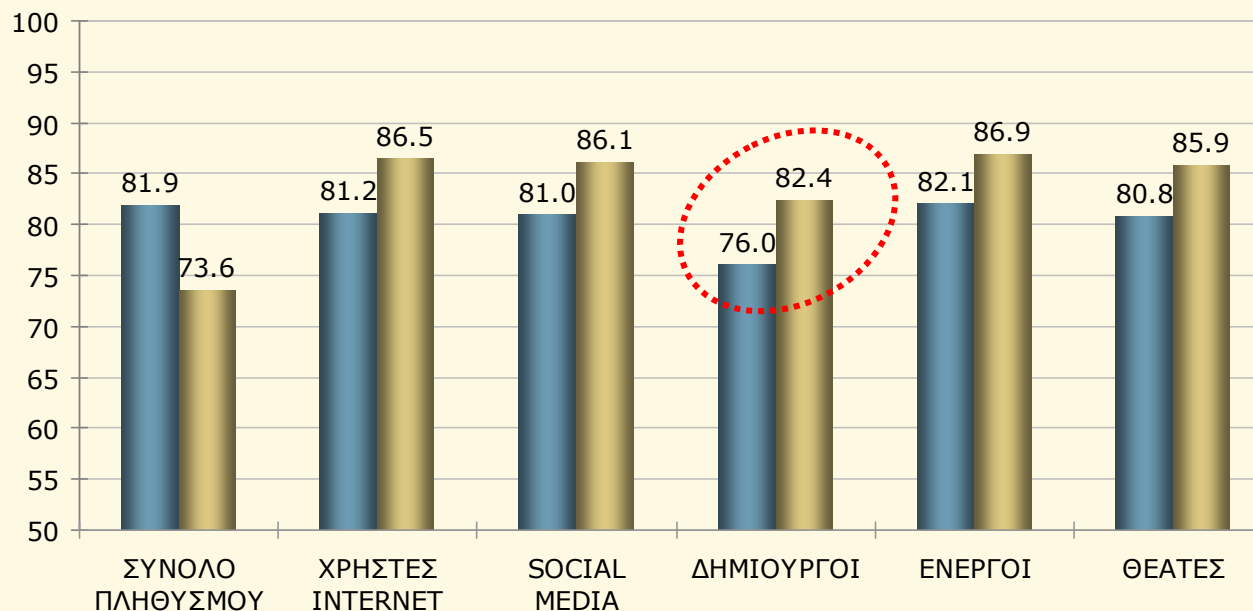
MRB
HELLAS S.A.



Ομάδες Κοινού

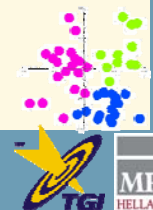
❖ Τηλεθέαση / Ακροαματικότητα

■ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ■ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ



	ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ ΜΟ ΩΡΩΝ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΜΟ ΩΡΩΝ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	19.5	15.3
INTERNET	17.5	16.1
SOCIAL MEDIA	17.4	16.2
ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ	17.0	17.4
ΕΝΕΡΓΟΙ	17.4	16.4
ΘΕΑΤΕΣ	17.5	14.8

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
 Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Social Media

Social
Media

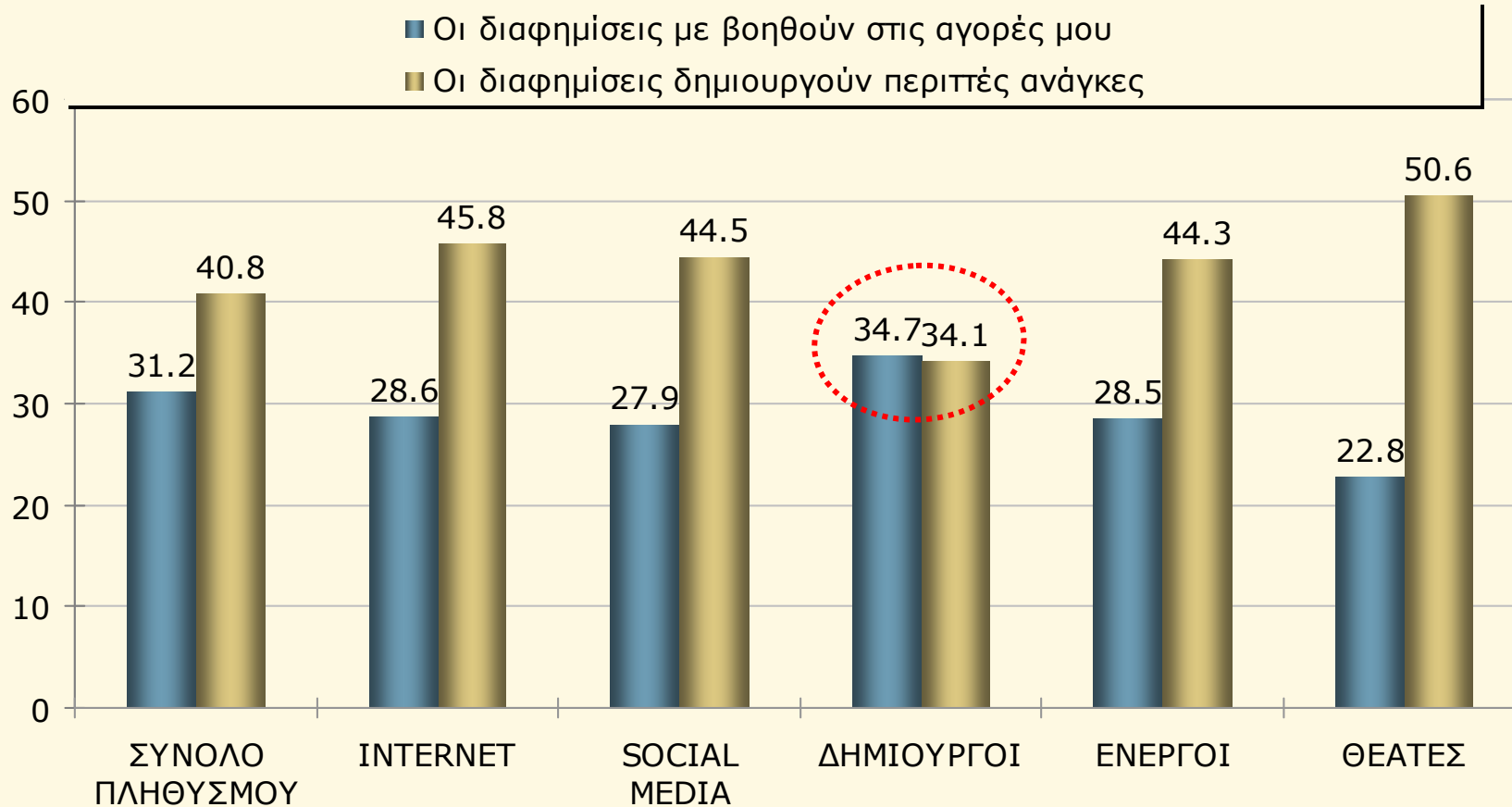
Ομάδες Κοινού
Αγοραστικές Συνήθειες





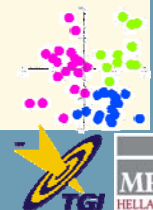
Ομάδες Κοινού

❖ Στάση απέναντι στις διαφημίσεις (Συμφωνώ Απόλυτα + Μάλλον Συμφωνώ)



Social Media

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

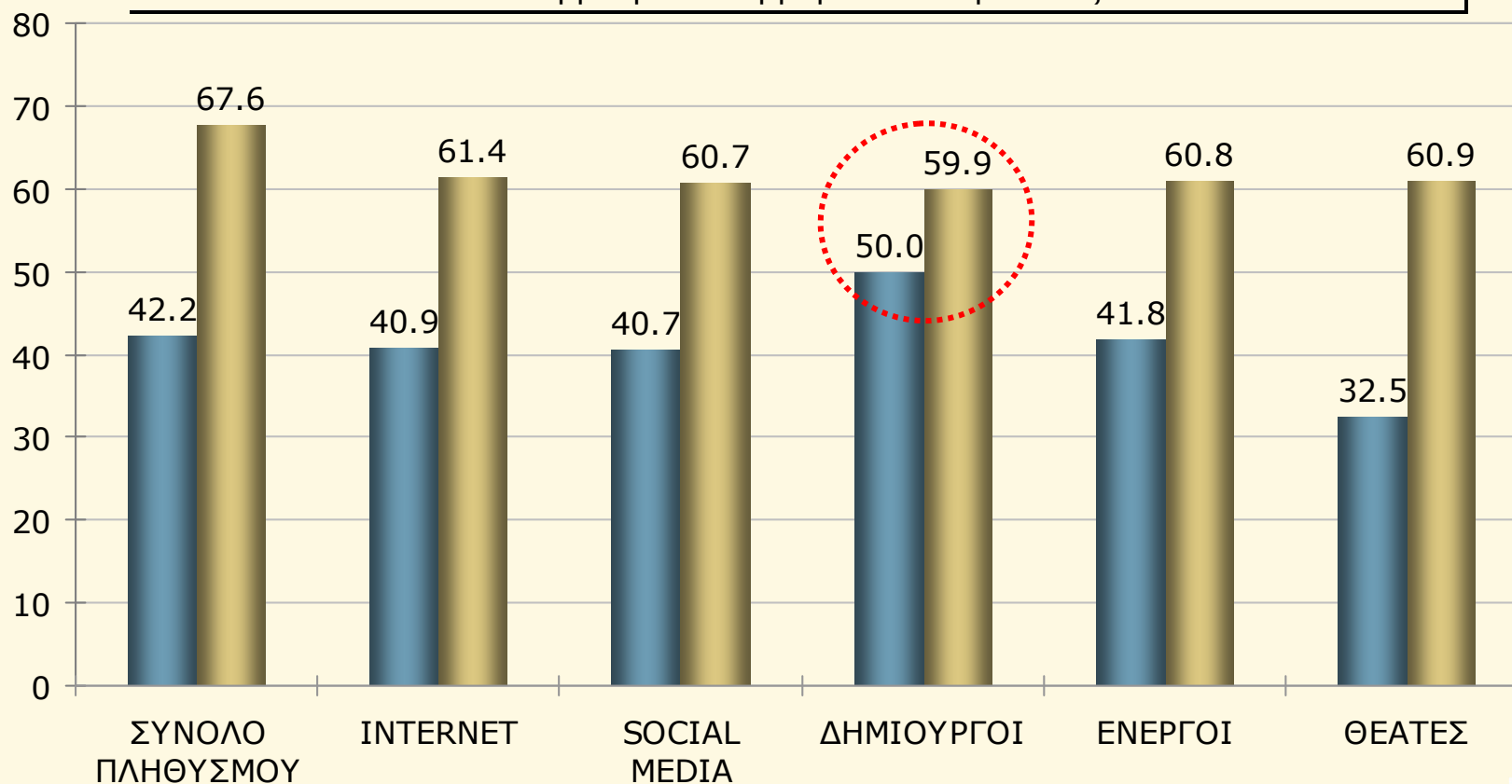




Ομάδες Κοινού

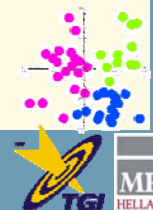
❖ Στάση απέναντι στις μάρκες (Συμφωνώ Απόλυτα + Μάλλον Συμφωνώ)

- Αγοράζω μία νέα μάρκα για να δω πως είναι
- Όταν βρω μία καλή μάρκα δεν την αλλάζω



Social Media

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Social Media

Social
Media

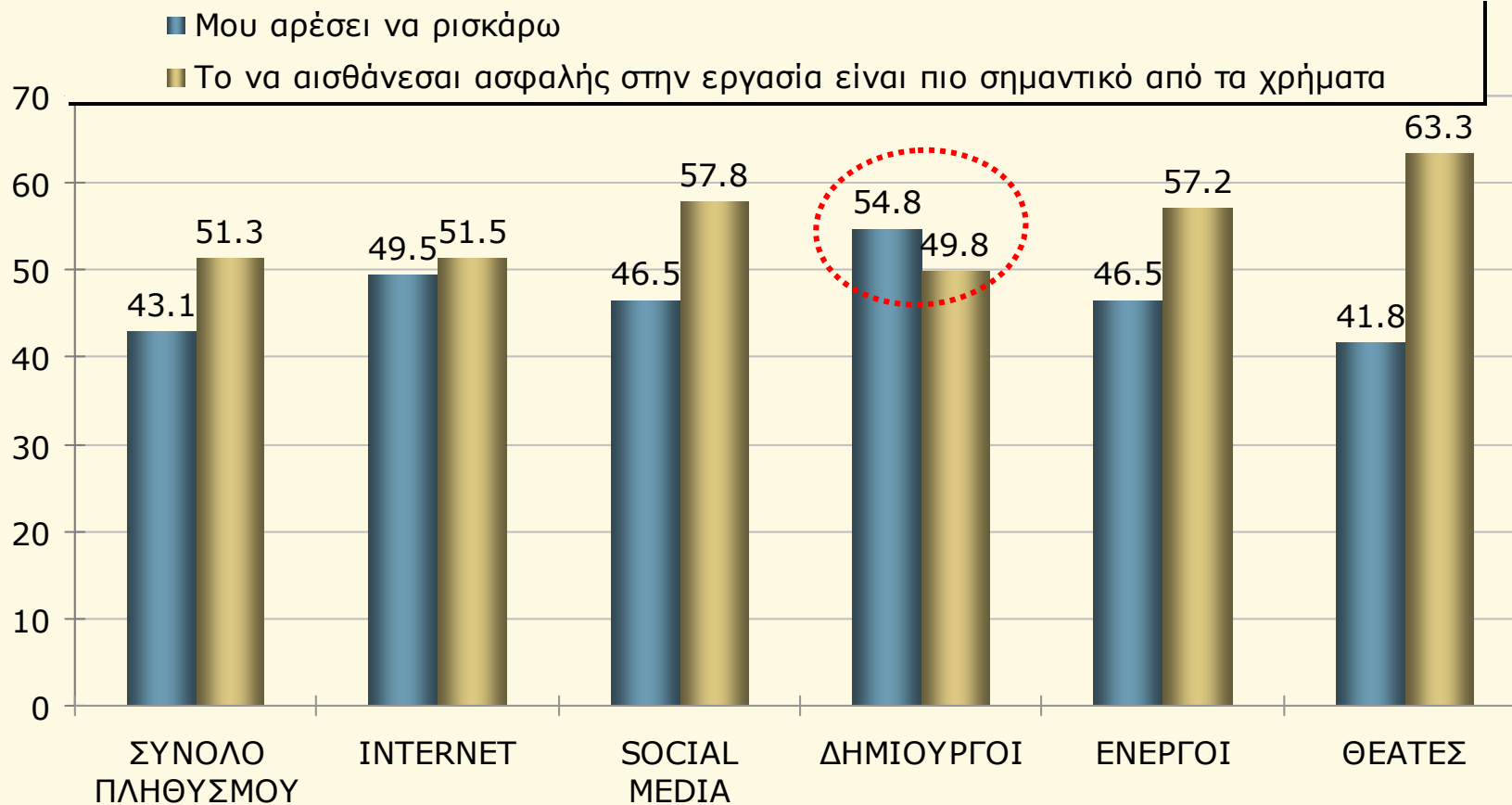
Ομάδες Κοινού
Κίνητρα Ζωής





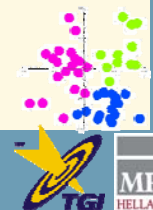
Ομάδες Κοινού

❖ Στάση απέναντι στην ασφάλεια / ρίσκο (Συμφωνώ Απόλυτα + Μάλλον Συμφωνώ)



Social Media

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

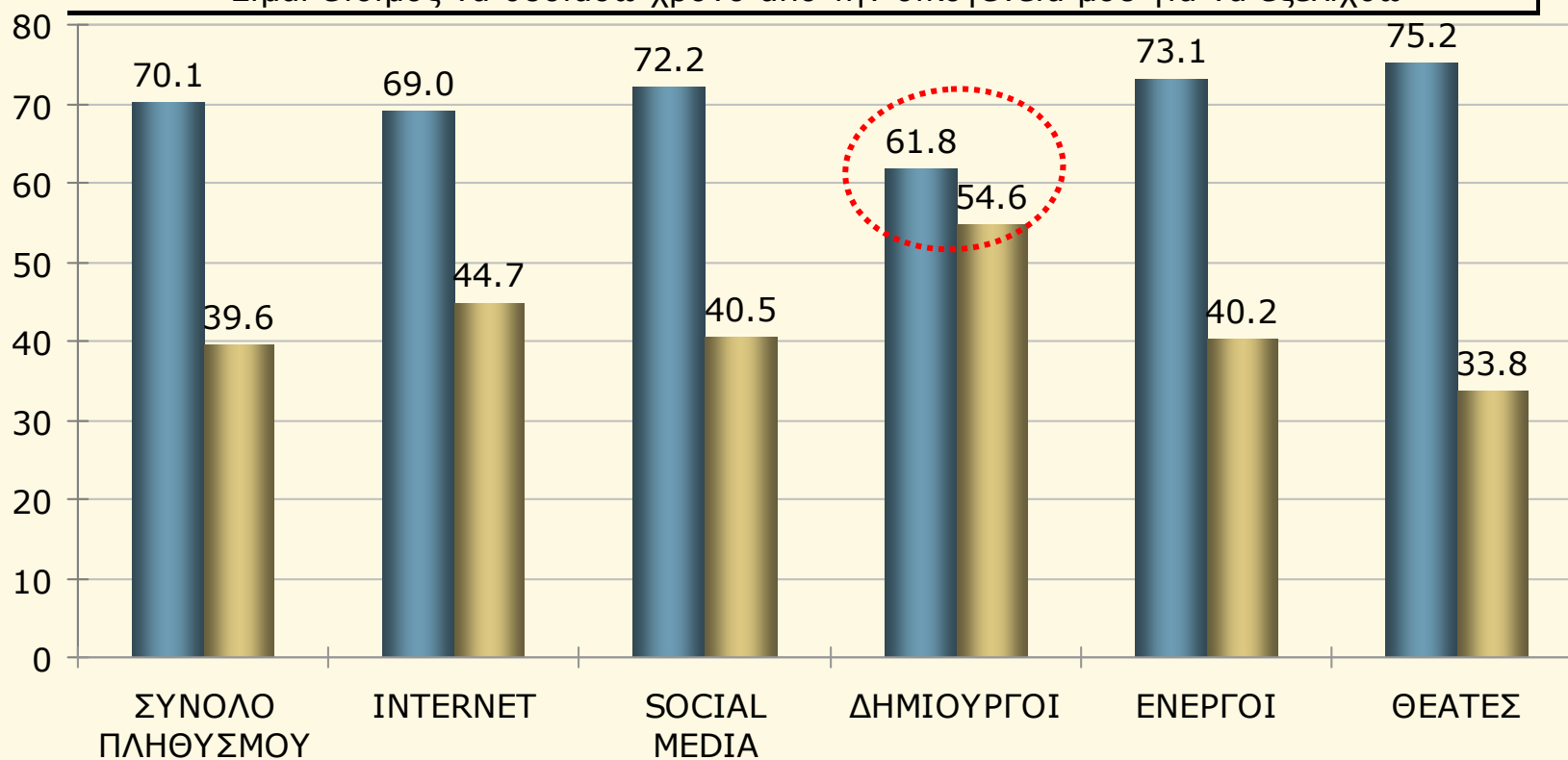




Ομάδες Κοινού

❖ Στάση απέναντι στην οικογένεια / εργασία (Συμφωνώ Απόλυτα + Μάλλον Συμφωνώ)

- Η οικογένεια είναι πιο σημαντική από την καριέρα μου
- Είμαι έτοιμος να θυσιάσω χρόνο από την οικογένεια μου για να εξελιχθώ

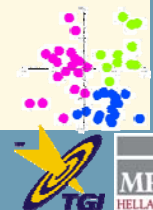


Social Media

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



85

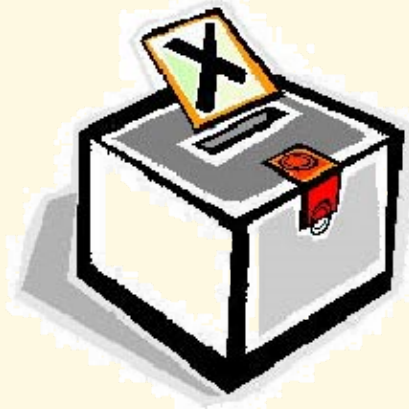




Social Media

Social
Media

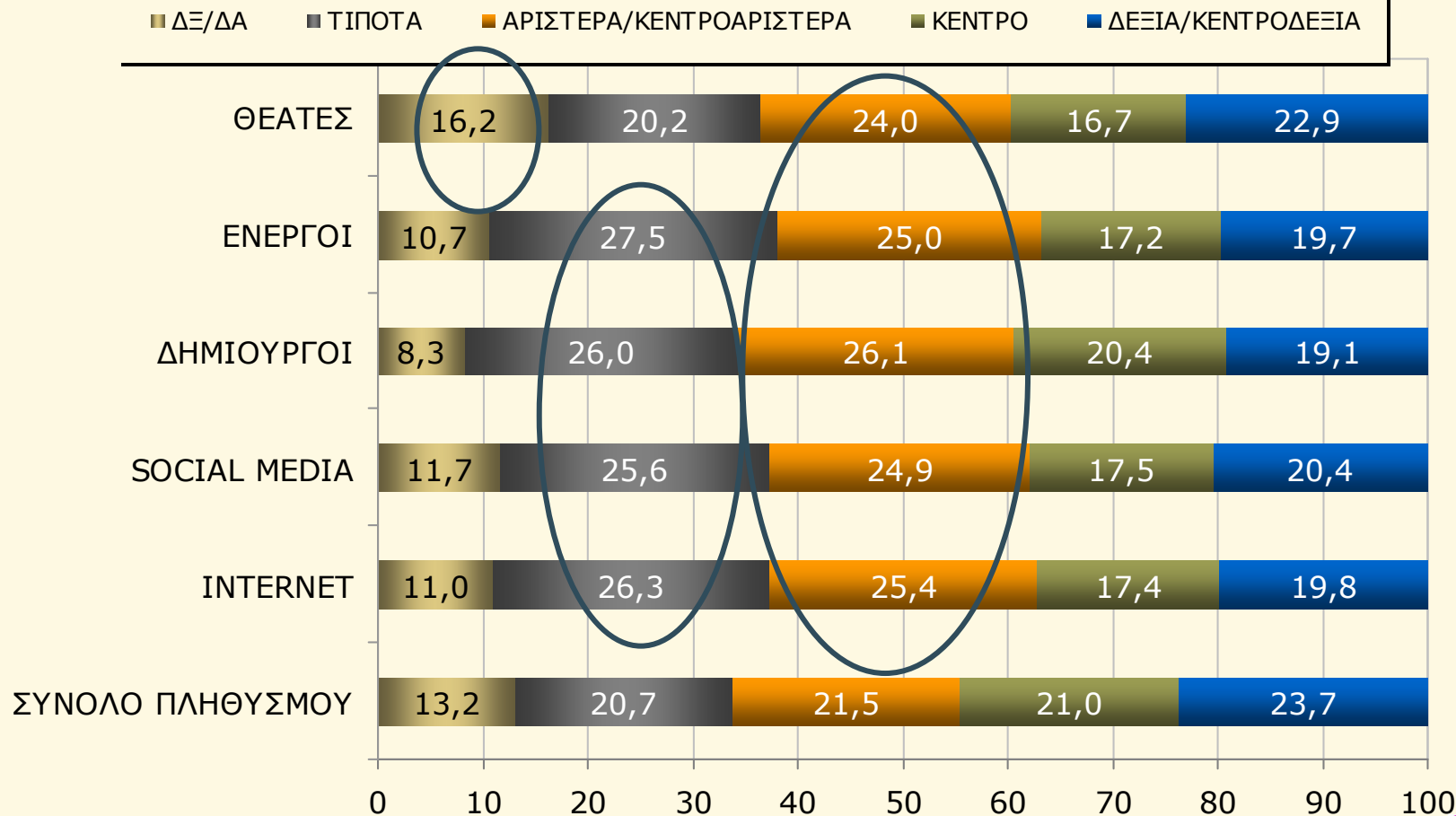
Ομάδες Κοινού
Πολιτική Θέση





Ομάδες Κοινού

❖ Πολιτική Θέση



Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

Social Media

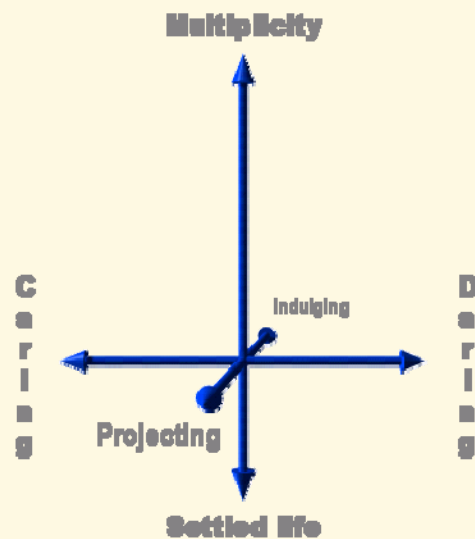




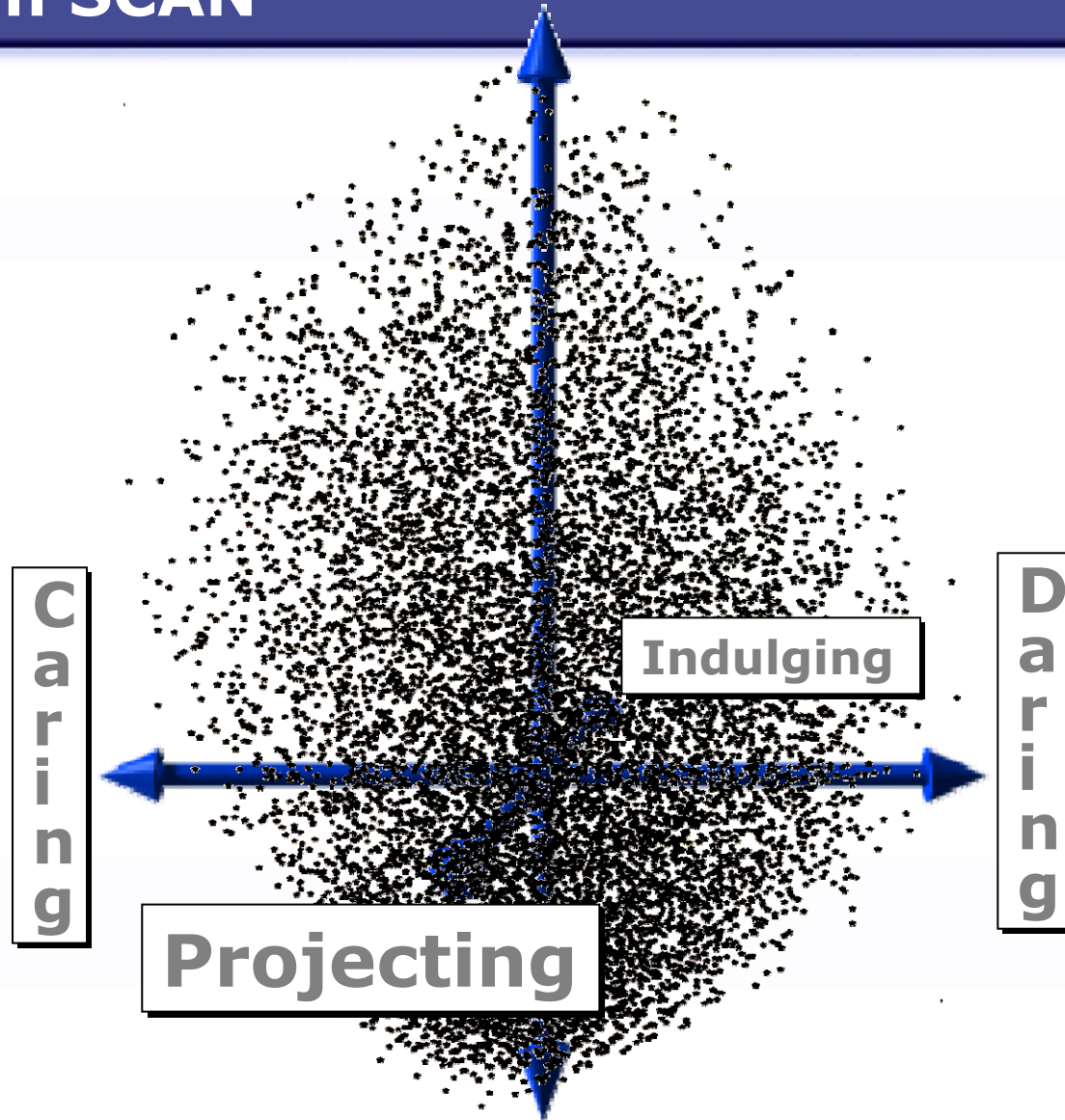
Social Media

Social
Media

Ομάδες Κοινού Ψυχογραφικό Προφίλ



Multiplicity



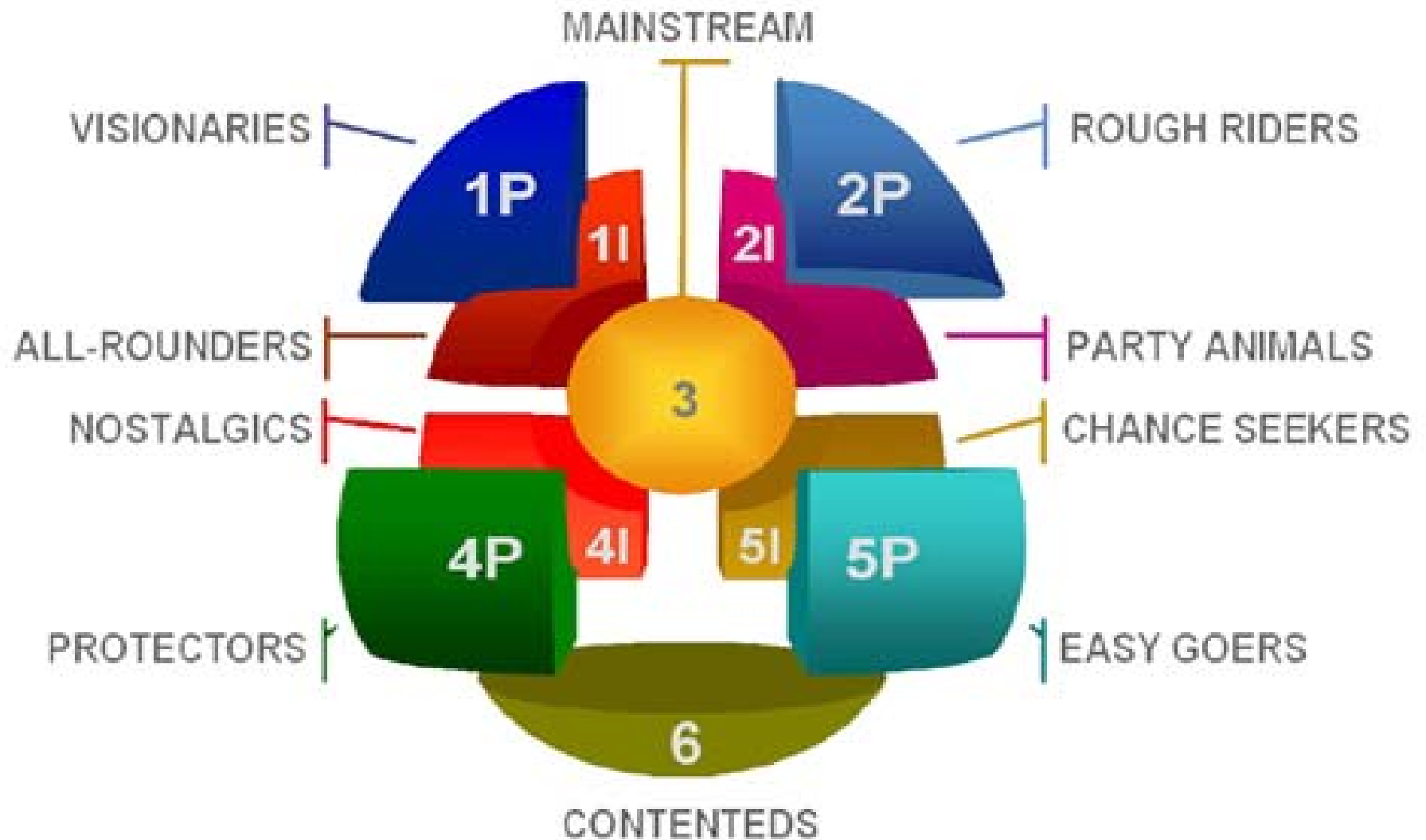
Caring

Indulging

Daring

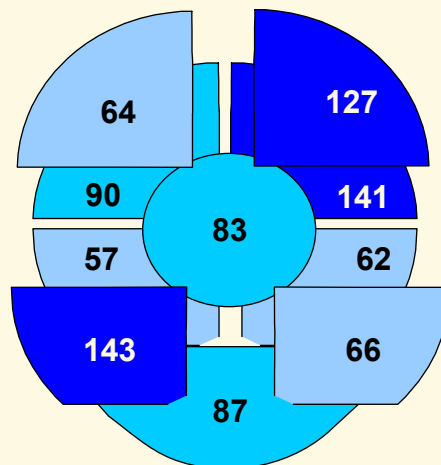
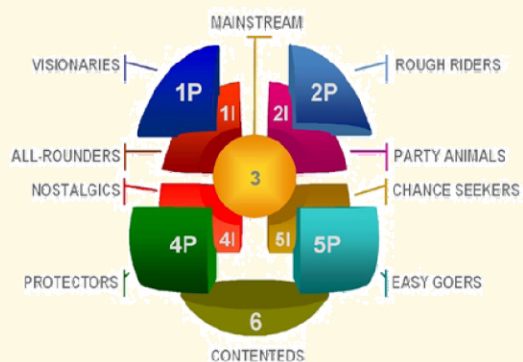
Projecting

Settled Life

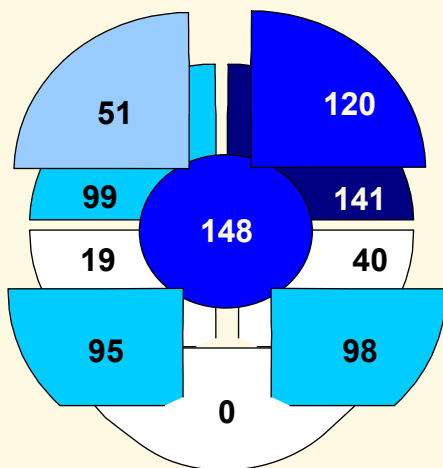




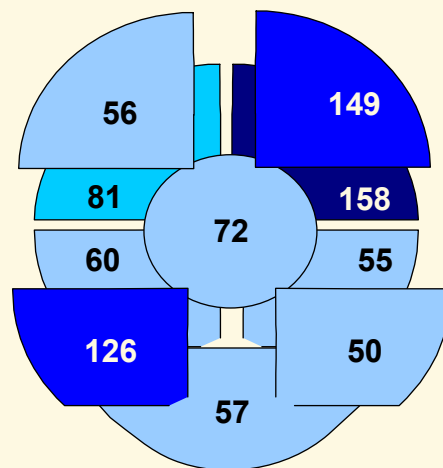
Ομάδες Κοινού



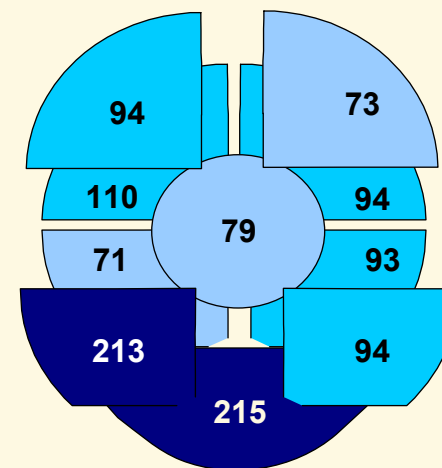
Social Media



Δημιουργοί



Ενεργοί



Θεατές

Βάση : Σύνολο Πληθυσμού 15-64, Sample = 11.066
 Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey

Social Media



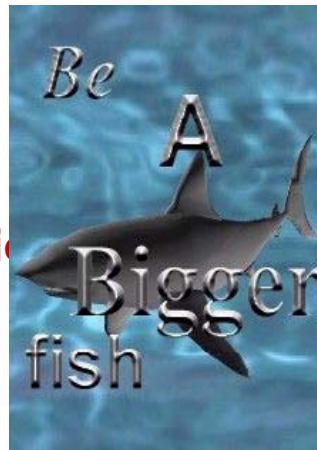
ROUGH RIDERS

MOTTO

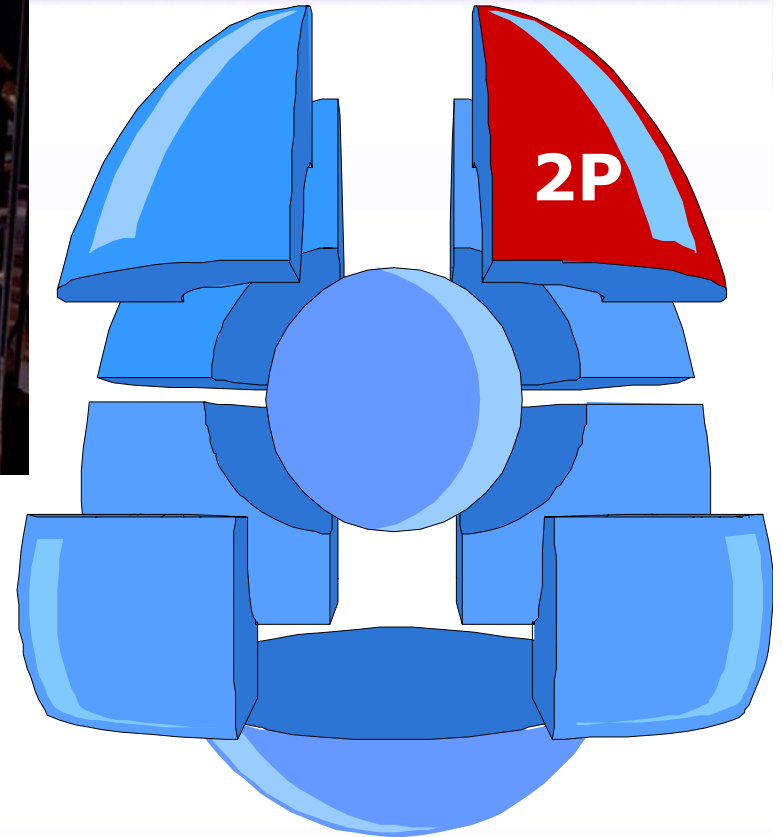
Set your own rules!

KEYWORDS

- **Desire to become rich and famous**
- **Trendsetter**
- **Being different**
- **Transgression**
- **Thrills and challenges**
- **Sex**
- **New technologies**
- **Flexibility / Adaptability**
- **Convenience / easy life**
- **Diversion / Novelty / Stimulation**



The Western Scan



PARTY ANIMALS

MOTTO

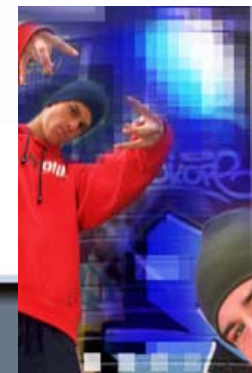
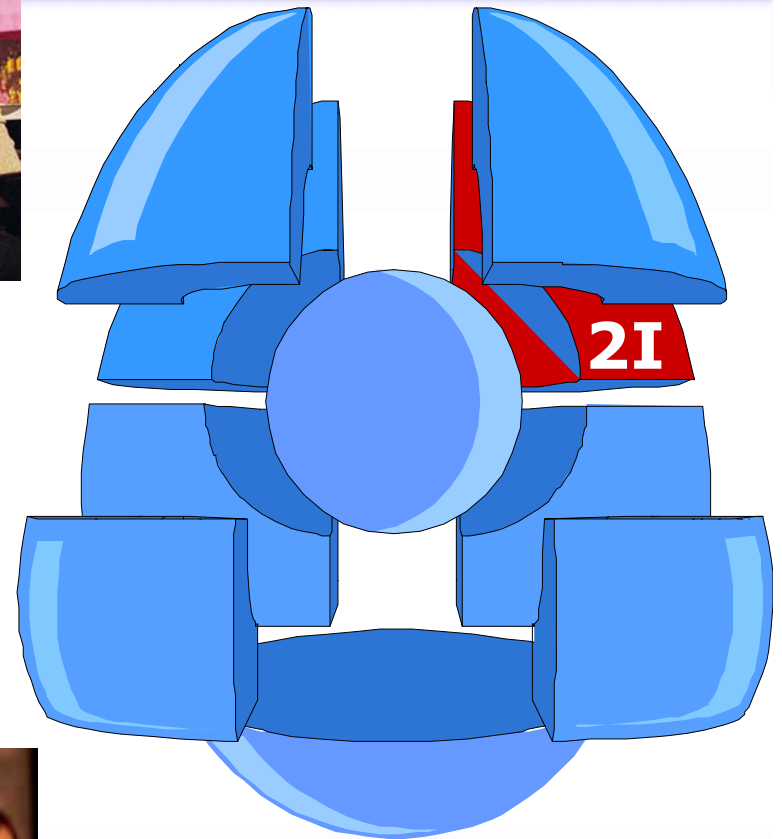
Live life to the fullest!

KEYWORDS

- **Quest for admiration**
- **Desire to become rich and famous**
- **Self-image**
- **Trendsetter**
- **Own personal style**
- **Diversion & thrills**
- **Entertainment**
- **Mood enhancement**
- **Technological innovation**
- **Loose links, informality**



The Western Scan



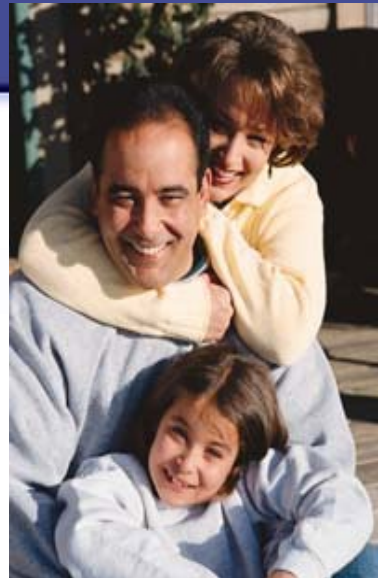
PROTECTORS

MOTTO

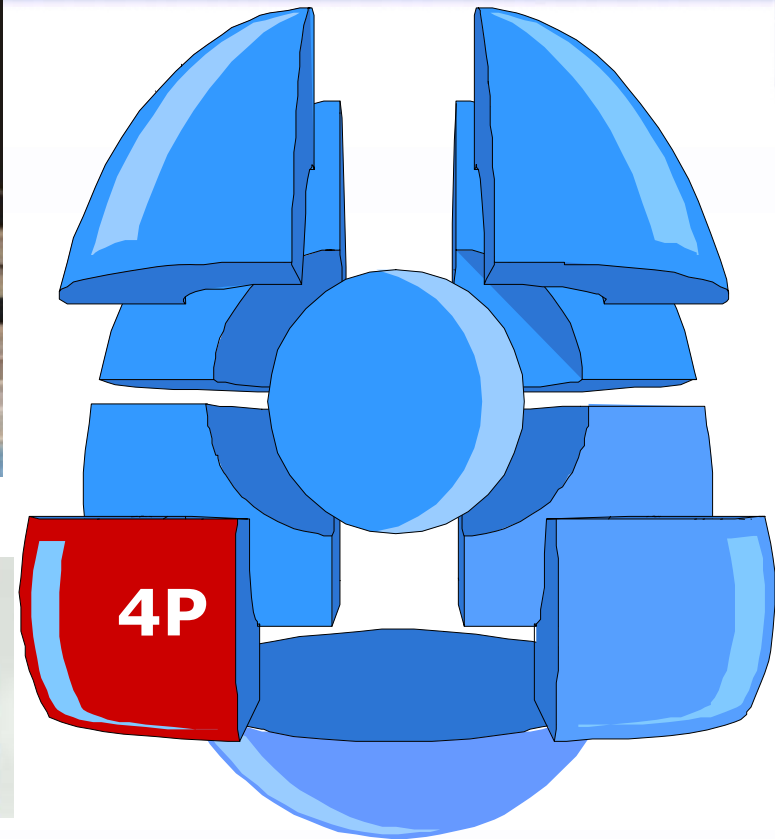
Giving is the treasure of life!

KEYWORDS

- Value-driven / Responsible
- Long-term vision
- Global thinking
- Altruism
- Religion / Spirituality
- Ethics / Strong moral rectitude
- Puritanism / Renouncing "world pleasures"
- Sociability and friendship
- Fulfilment and creativity
- Avoiding waste



The Western Scan



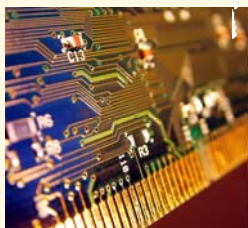


Ομάδες Κοινού

❖ Δημιουργοί

Innovation !

New technologies
Flexibility / Adaptability
Novelty



Set my own rules!

Trendsetter
Own personal style
Being different



Live life to the fullest!

Transgression
Thrills and challenges
Informal



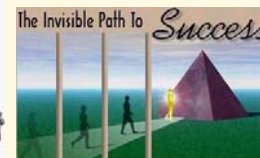
Hedonistic!

Entertainment
Mood enhancement
Convenience



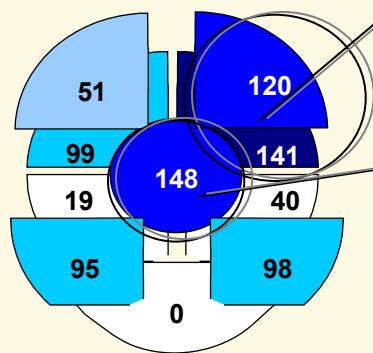
Look at me!

Quest for admiration
Desire to become rich and famous
Self-image



Balance

Enrich inner and spiritual life
Live in a global world
Take care of future generations
Western values are in danger.



Social Media



95





Ομάδες Κοινού

❖ Ενεργοί

Innovation !

New technologies
Flexibility / Adaptability
Novelty



Set my own rules!

Trendsetter
Own personal style
Being different



Live life to the fullest!

Transgression
Thrills and challenges
Informal



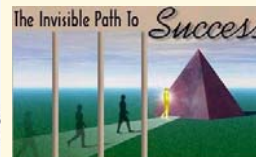
Hedonistic!

Entertainment
Mood enhancement
Convenience

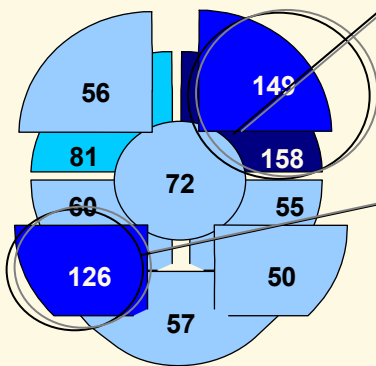


Look at me!

Quest for admiration
Desire to become rich and famous
Self-image



Social Media



Value-driven!

Long-term vision
Global thinking
Ethics
Religion / Spirituality



Giving is the treasure of life!

Altruism
Sociability and friendship
Responsible
Consistency



Satisfaction!

Fulfillment and creativity





Ομάδες Κοινού

❖ Θεατές

Value-driven!

Long-term vision
Global thinking
Ethics
Religion / Spirituality

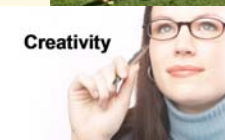


Giving is the treasure of life!

Altruism
Sociability and friendship
Responsible
Consistency



Satisfaction! Fulfillment and creativity

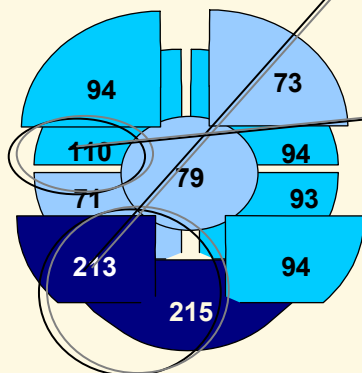


Keep things as they've always been!

Status Quo / Stability
Familiarity
Routine
Security
Reassurance



Social Media



Balancing individual and social obligations!

Need for social recognition
Self-image
Self-development

Caring/ Social responsibility
Need for meaning and principles
Sociability





Social Media

Social
Media

Ποιοτικά Χαρακτηριστικά





Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

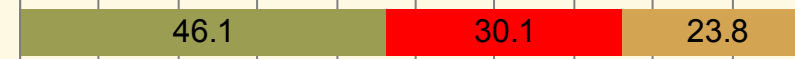
❖ Συμφωνία / Διαφωνία με τις παρακάτω προτάσεις

■ Συμφωνία ■ Διαφωνία ■ Ουδέτερο

Από τις πληροφορίες και τις απόψεις που «ανταλλάσω» σε Site Social Media μαθαίνω πολλά και σημαντικά πράγματα



Ο χρόνος που αφιερώνω σε Site Social Media αυξάνεται κυρίως σε βάρος του χρόνου που αφιερώνω για να παρακολουθώ τηλεόραση



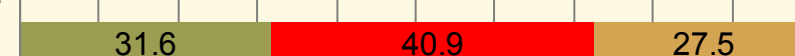
Οι πληροφορίες και οι απόψεις που βλέπω / «ανταλλάσω» σε Site Social Media με οδήγησαν να δοκιμάσω νέα πράγματα



Οι πληροφορίες και οι απόψεις που βλέπω / «ανταλλάσω» σε Site Social Media καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών μου σε ενημέρωση



Λαμβάνω πολύ σοβαρά υπόψη τις πληροφορίες και τις απόψεις που βλέπω / «ανταλλάσω» σε Site Social Media για αγορές προϊόντων / υπηρεσιών που έκανα



Ο χρόνος που αφιερώνω σε Site Social Media αυξάνεται όλο και περισσότερο



Μέσα από τις πληροφορίες και οι απόψεις που βλέπω / «ανταλλάσω» σε Site Social Media έχω αλλάξει απόψεις μου για θέματα που αφορούν εμένα ή/και τους γύρω μου



Ενδιαφέρομαι / φροντίζω για την παρουσία μου στα Site Social Media με την ίδια συνέπεια που ενδιαφέρομαι / φροντίζω για την παρουσία μου στην καθημερινή ζωή



0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

Social Media

Βάση : Όσοι ασχολούνται με τα Social Media Sample = 605
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

Μέσα από τα Social Media έχω αλλάξει απόψεις μου για θέματα που αφορούν εμένα ή/και τους γύρω μου

ΕΠΙΡΡΟΗ

ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ

Ενδιαφέρομαι για την παρουσία μου στα Social Media με την συνέπεια που ενδιαφέρομαι για την καθημερινή μου ζωή

ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ

Ο χρόνος που αφιερώνω στα Social Media αυξάνεται σε βάρος της τηλεόρασης

Ο χρόνος που αφιερώνω στα Social Media αυξάνεται
• όλο και περισσότερο

• Οι πληροφορίες και οι απόψεις που βλέπω στα Social Media με οδήγησαν να δοκιμάσω νέα πράγματα

ΘΕΑΤΕΣ

Μέσα από τα Social Media μαθαίνω πολλά και σημαντικά πράγματα

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Μέσα από τα Social Media καλύπτω το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών μου σε ενημέρωση

ΠΗΓΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

Λαμβάνω σοβαρά υπόψη τις πληροφορίες & τις απόψεις στα Social Media για αγορές προϊόντων/υπηρεσιών

ΕΝΕΡΓΟΙ



Βάση : Όσοι ασχολούνται με τα Social Media Sample = 605
Πηγή : TGI 2007 – 2008 / Re-contact Survey

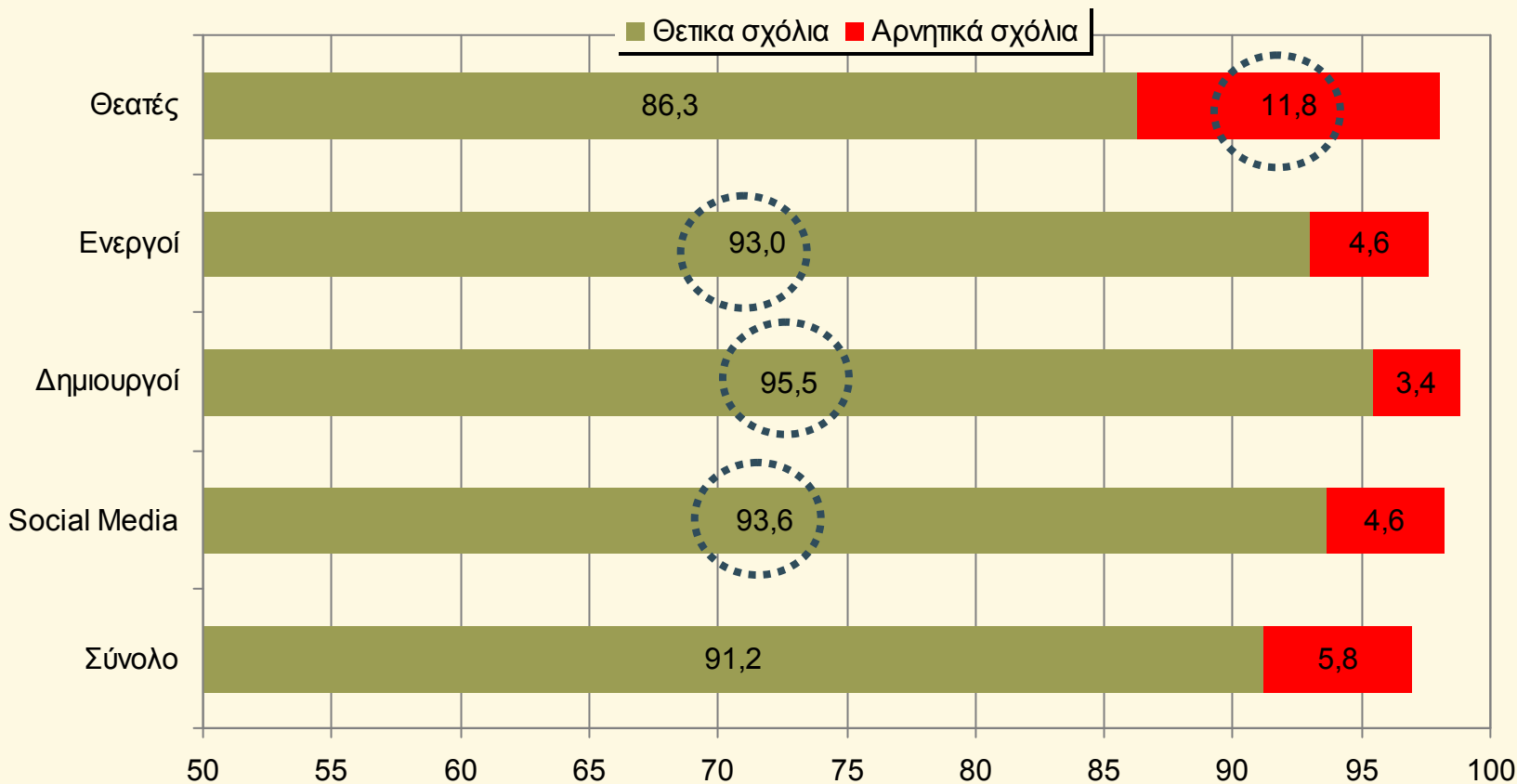
Social Media





Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

❖ Τι πιστεύετε ότι **προσφέρουν κυρίως** τα Social Media
Ανοικτή ερώτηση



Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



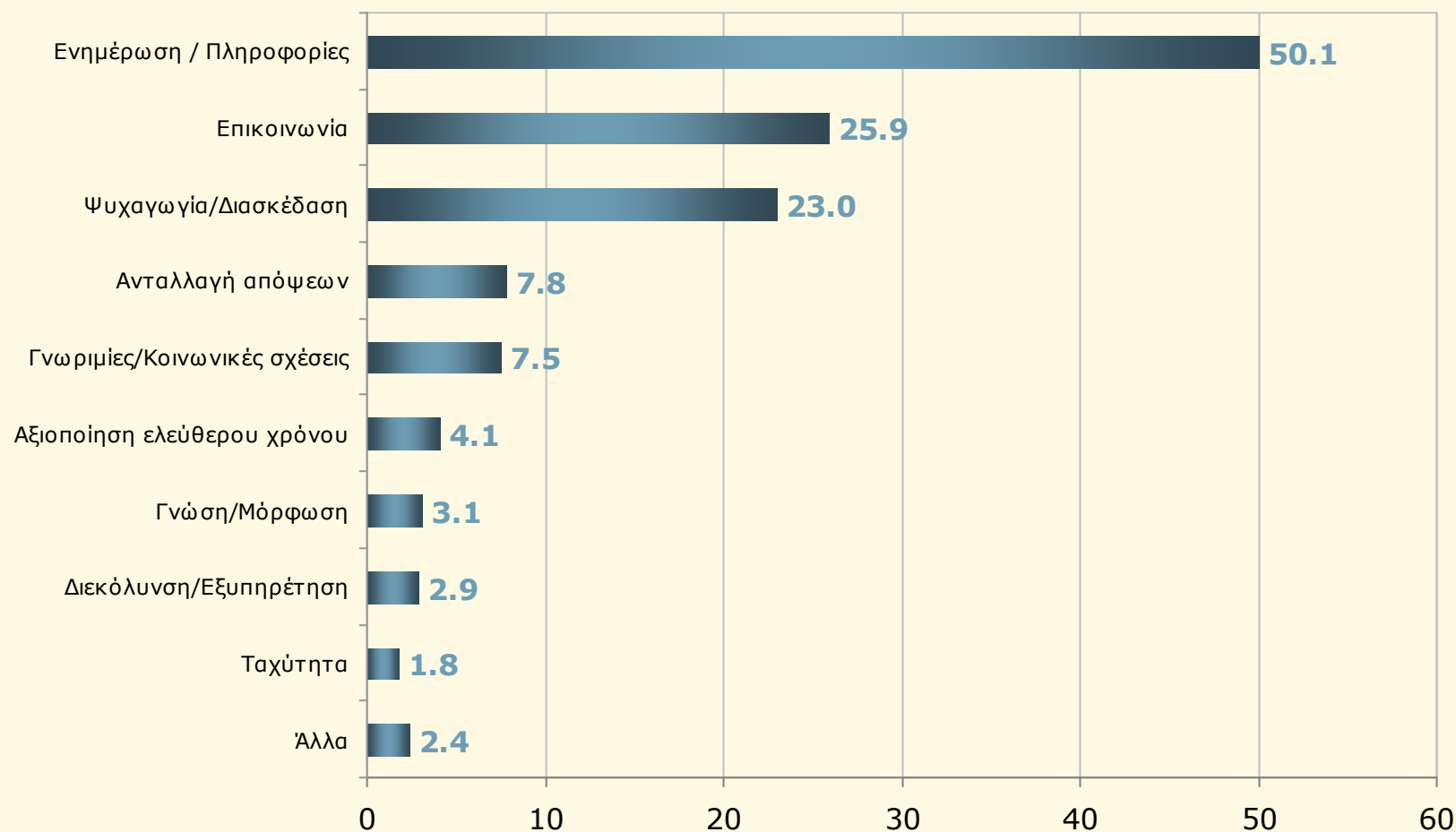
101





Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

❖ Τι πιστεύετε ότι **προσφέρουν κυρίως** τα Social Media
ΘΕΤΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ



Social Media

Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey



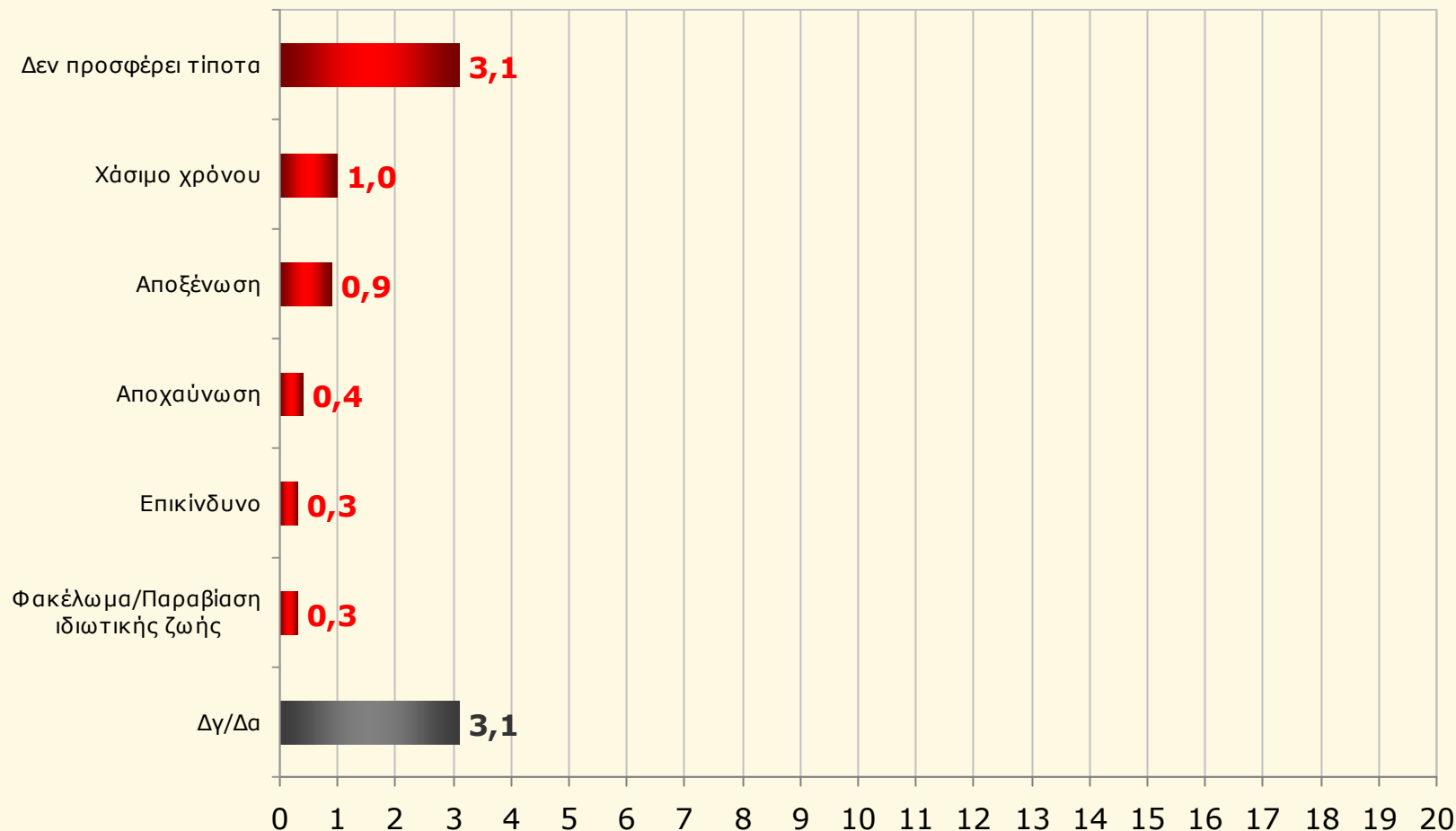
102





Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

❖ Τι πιστεύετε ότι **προσφέρουν κυρίως** τα Social Media
ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ



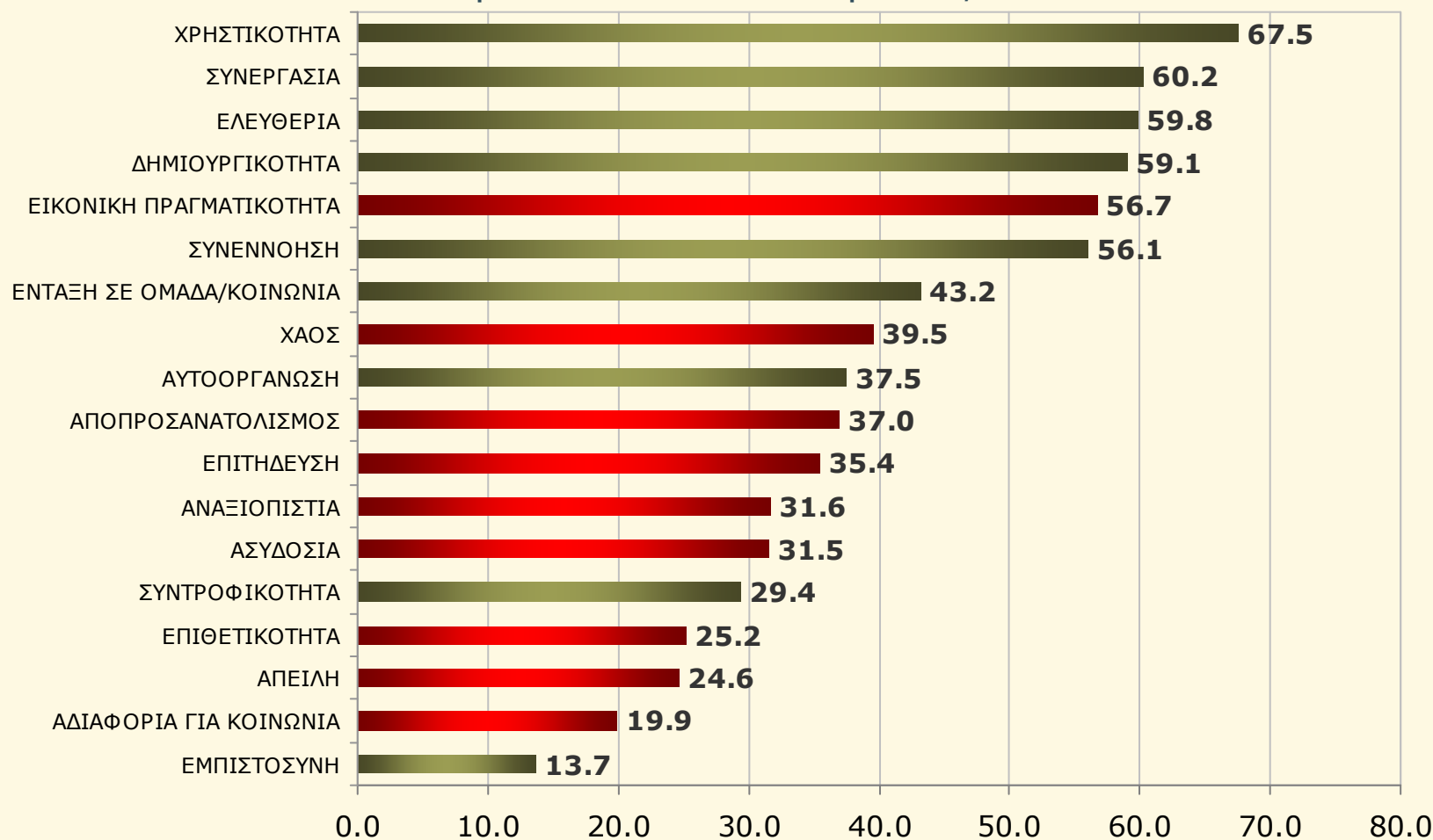
Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

❖ Σε τι βαθμό ταιριάζουν οι παρακάτω λέξεις στον τρόπο που σκέπτεστε εσείς για τα Social Media γενικά;

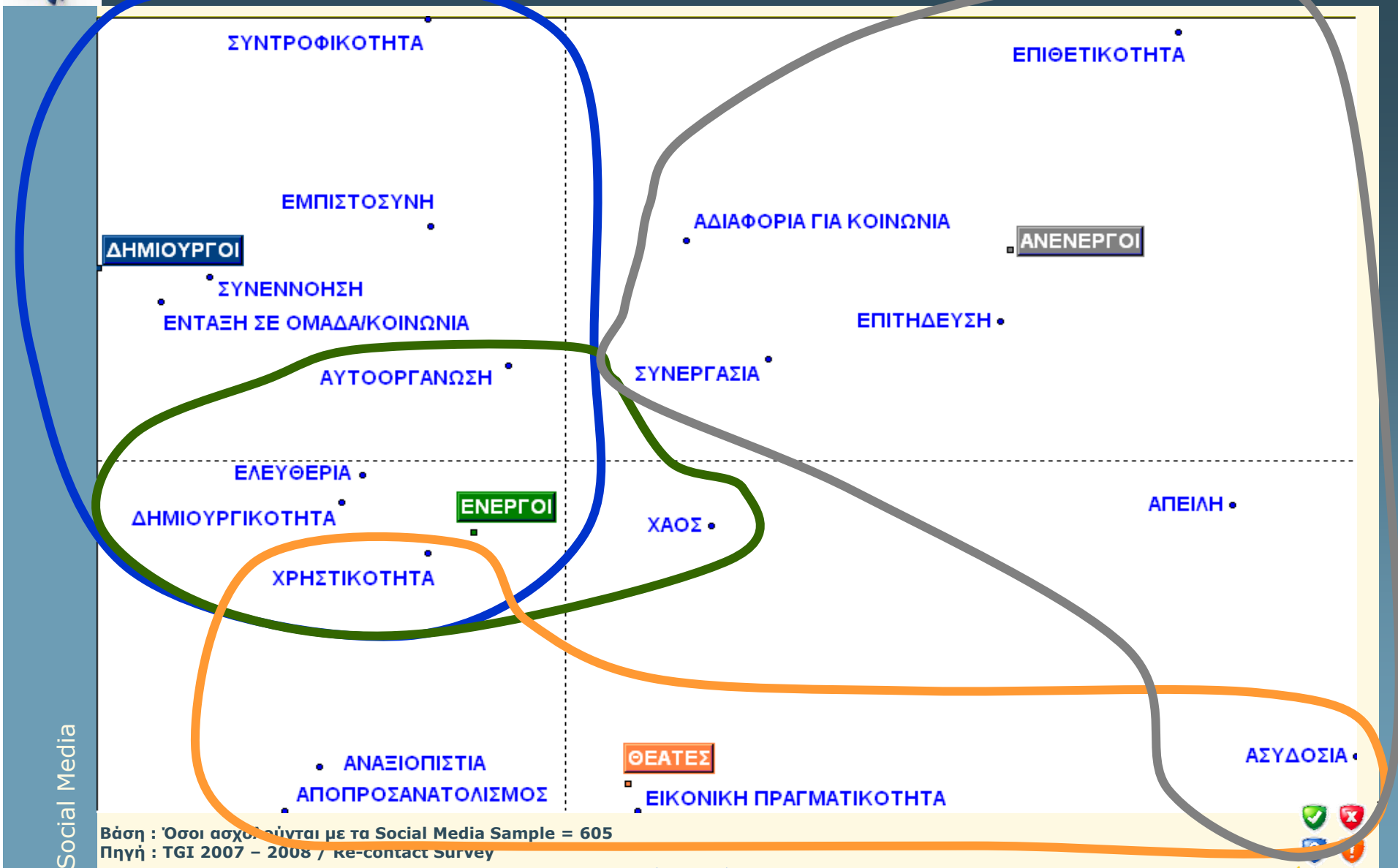


Βάση : Χρήστες Internet, Sample = 701
Πηγή : TGI 2007 - 2008 / Re-contact Survey





Ποιοτικά Χαρακτηριστικά





Social Media

Σας ευχαριστώ πολύ!