

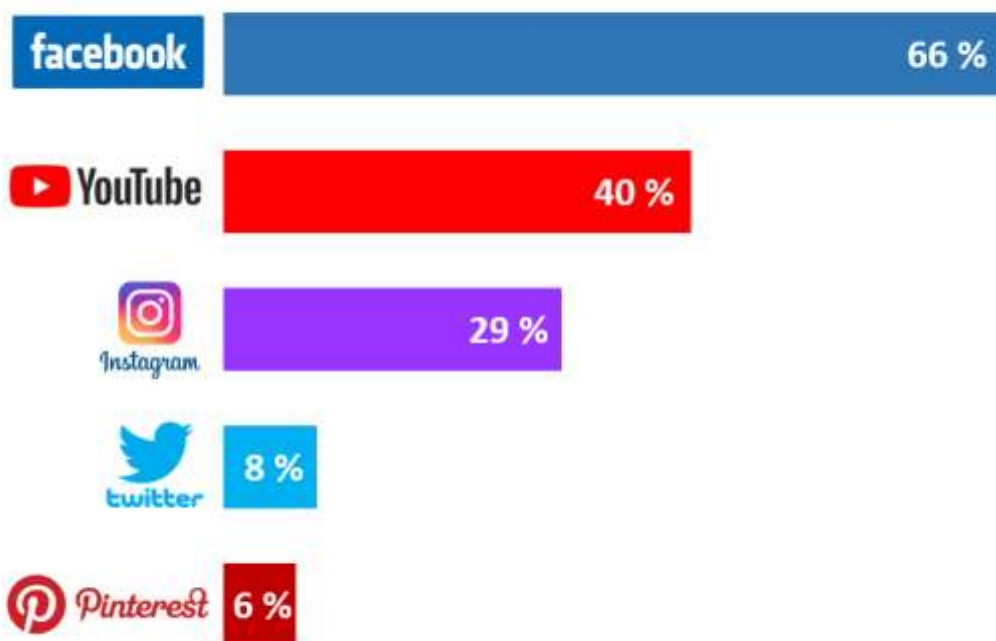
Influencerov sledujú Slováci hlavne na Facebooku. Najčastejšie len zo zvedavosti alebo kvôli pekným fotkám

O súčasnej dobe by sa v určitom kontexte dalo hovoriť ako o „dobe influencerov“. Takéto vplyvné, inšpiratívne osobnosti sa často vyznačujú napríklad vysokou aktivitou na sociálnych sieťach – a na Slovensku ich podľa najnovšieho výskumu spoločnosti Nielsen Admosphere Slovakia ľudia najčastejšie sledujú na Facebooku. Tí, ktorých influenceri zaujímajú, ich sledujú najmä zo zvedavosti, ale tiež napríklad preto, že sa im páči, aké zdieľajú fotky. Najväčšiu kritiku od opýtaných tieto osobnosti dostávajú za príspevky, z ktorých je zjavné, že sa jedná o reklamu. Tohto výskumu sa zúčastnilo päťsto respondentov z internetovej populácie Slovenského národného panela starších ako 15 rokov.

Nie je prekvapivé, že Facebook je pre Slovákov sociálnou sieťou, na ktorej najčastejšie sledujú obsah zdieľaný influencerami / známymi osobnosťami – hlásia sa k tomu dve tretiny oslovených. Na druhom mieste sledujú tieto osobnosti na YouTube (40 %) a na treťom mieste na Instagrame (29 %). Najmenej využívanou sociálnou sieťou na tento účel je momentálne Snapchat (4 %). A 26 % respondentov influencerov na sociálnych sieťach nesleduje vôbec.

Sledujete na niektorom zo svojich profilov na sociálnych sieťach influencer? (TOP 5)

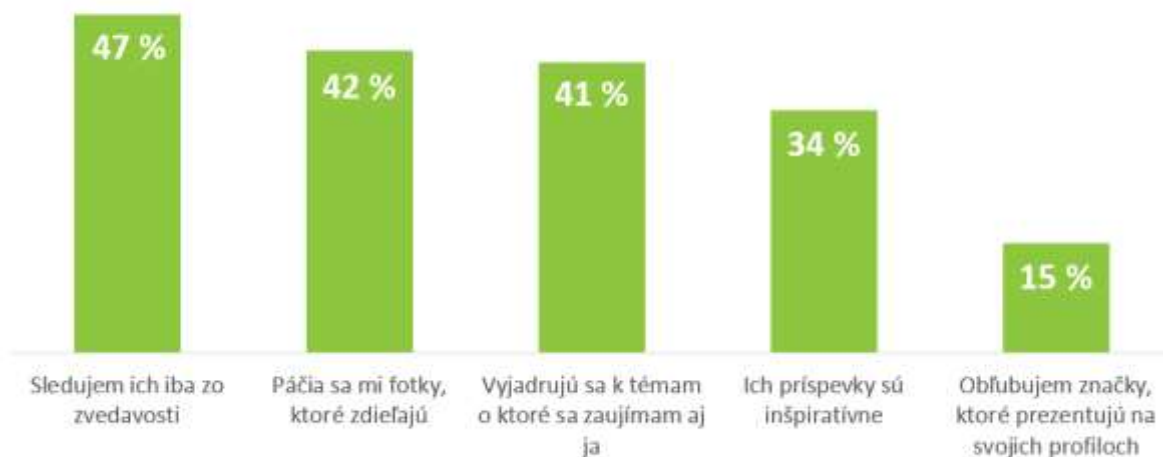
ZÁKLAD: Celá vzorka, N=507



A aké dôvody pre sledovanie osobností na sociálnych sieťach ľudia najčastejšie uvádzajú? Viedie sledovanie „zo zvedavosti“ (47 %). 42 % opýtaných, ktorí vyjadrili záujem o influencerov a známe osobnosti, sa páčia fotky, ktoré zdieľajú, a 41 % ich sleduje preto, že sa vyjadrujú k témam, ktoré ich zaujímajú.

Z akých dôvodov sledujete tieto osobnosti?

ZÁKLAD: Tí, ktorí sledujú na niektorom zo svojich profilov na sociálnych sieťach známe osobnosti, N=368



nielsen | ADMOSPHERE

Zdroj: Nielsen Admosphere Slovakia, N=507, internetová populácia SR 15+, SNaP, december 2017

Výskum zisťoval aj to, čo prípadne užívateľom, ktorí influencerov sledujú, na ich príspevkoch vadí, alebo čo ich odrádza. 47 % vadí, keď je na príspevkoch vidieť, že sa jedná o reklamu, 41 % sa nepáči, keď sú príspevky neúprimné. 30 % odradia fotky, z ktorých je zjavné, že nezachytávajú reálny život osobnosti a porovnateľný počet opýtaných označilo za problém aj fotky, ktoré sú príliš retušované.

Jedna z dôležitých činností influencerov je taktiež promovanie určitých tém, ale aj značiek alebo služieb s cieľom podnietiť u fanúšikov o nich záujem. A k akým aktivitám teda osobnosti inšpirovali respondentov výskumu? 39 % uviedlo, že si už niekedy vyhľadalo viac informácií o téme spomenutej v príspevku influencera, ktorého sledujú, 28 % sa po vzhliadnutí príspevku zúčastnilo nejakej kultúrnej akcie a 23 % si vyhľadalo informácie o propagovanom produkte.

Marek Zámečník | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

www.nielsen-admosphere.sk

Eliška Morochovičová | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel pod názvom Český národný panel funguje aj v Českej republike.