

**GDJE JE
PERO?**



www.24sata.hr

I, **GDJE JE** PERO?

Kako to misliš, ne znaš? Pa Pero je tvoj potrošač.
Na sreću, mi znamo gdje je Pero.

Štoviše, posao nam je znati gdje je Pero u svakom trenutku svakog dana. Danas smo vodeća medijska kuća u Hrvatskoj upravo zato što znamo gdje i kako suvremeni potrošač koristi i konzumira medije.

Hajde, nađimo Peru zajedno.

OVO JE PERO.

BOK, PERO!

Pero ima 37 godina. Pripada tipičnom hrvatskom srednjem sloju, živi u velikom gradu, ima ženu i dijete - krasnu curicu, par dobrih prijatelja, solidan posao od kojeg prosječno zarađuje i zapravo mu je skroz dobro. Završio je srednju, prati nogomet, voli maminu kuhinju, puši ali evo sad će prestati, ljeti na par dana odvede familiju na Mljet i sve u svemu, život je ok. Ma znaš Peru.

E, ali znaš li ga naći?



7 SATI I 20 MINUTA JE. GDJE JE PERO?

Oprosti, Pero još snooza. Vрати se za 15 minuta.

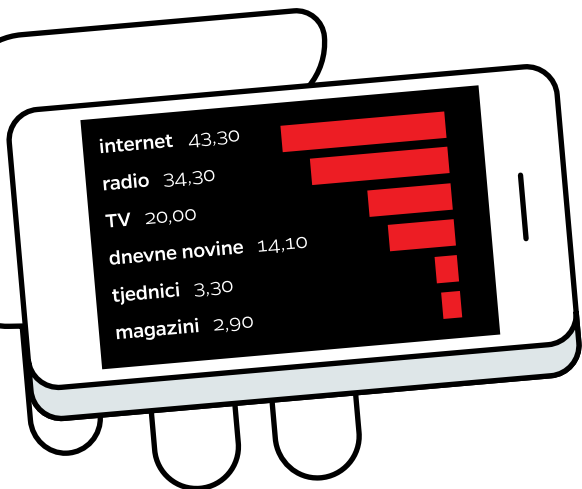


OK, 7 SATI I 35 MINUTA JE. GDJE JE PERO?

Pero je ustao i baulja po kuhinji. Žena i dijete su već doručkovali i kreću, malu u vrtić pa na posao. Dok doručkuje, Pero sluša radio, na svom telefonu provjerava mailove, gleda što je novo na news portalima i još malo surfa pa oko 8:30 kreće na posao.

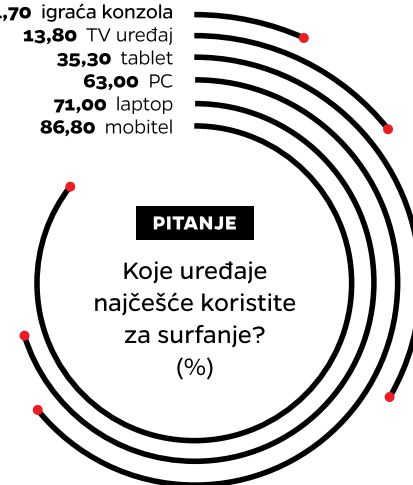


PITANJE Koje medije najčešće pratite čim se probudite? (%)



Pregled medijskih navika pokazuje da su Hrvati na internetu već od ranog jutra. Za surfanje najčešće koriste mobilni telefon (86,80%), laptop (71%) ili stolno računalo (63%).

4,70 igraća konzola
13,80 TV uređaj
35,30 tablet
63,00 PC
71,00 laptop
86,80 mobitel



Internet se kod nas najčešće koristi za e-mail, zatim za informiranje o aktualnostima i traženje informacija, za komunikaciju putem društvenih mreža i raznih messenger servisa i za zabavu.

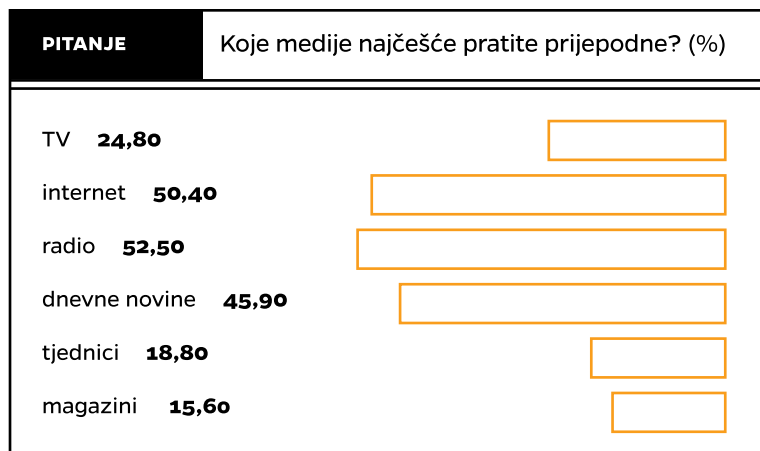


PITANJE Za što vam najčešće služi internet? (%)



10 SATI I 15 MINUTA JE. GDJE JE PERO?

Pero je na poslu. Malo je kasnio jer je prije posla skoknuo na kavu, ali je barem na posao došao koliko-toliko normalan. Povukao je mailove, riješio sve hitno – kako su ljudi radili posao prije interneta, Pero stvarno ne kuži – i sad malo gleda što je novoga u dnevnim novinama pa se ljuti na političare.



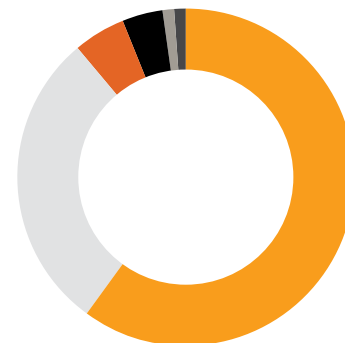
I nama je, kao i Peri, teško zamisliti posao bez interneta pa nas zato ne čudi podatak da su Hrvati za vrijeme radnog dana uglavnom online (67,2%). Surfaju, slušaju radio (56,6%) a u to se doba dana često čita i dnevna štampa (53,1%).



PITANJE

Koji je medij vaš glavni izvor informacija? (%)

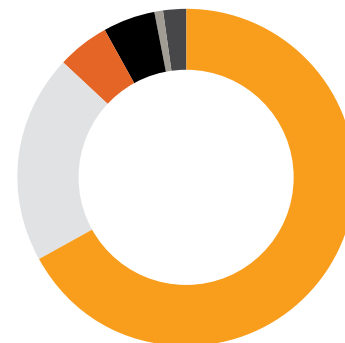
internet	60,60
TV	28,60
radio	5,50
dnevne novine	4,50
tjednici	0,50
magazini	0,30



PITANJE

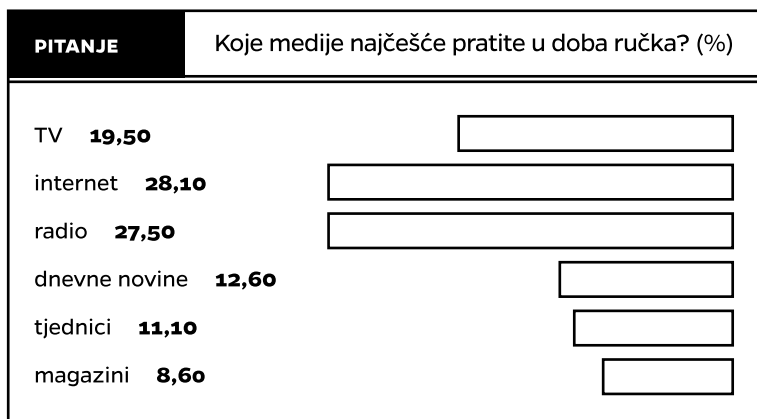
Koji vam medij nudi informacije koje ne možete naći drugdje? (%)

internet	66,40
TV	19,60
radio	5,30
dnevne novine	5,40
tjednici	1,40
magazini	2,00

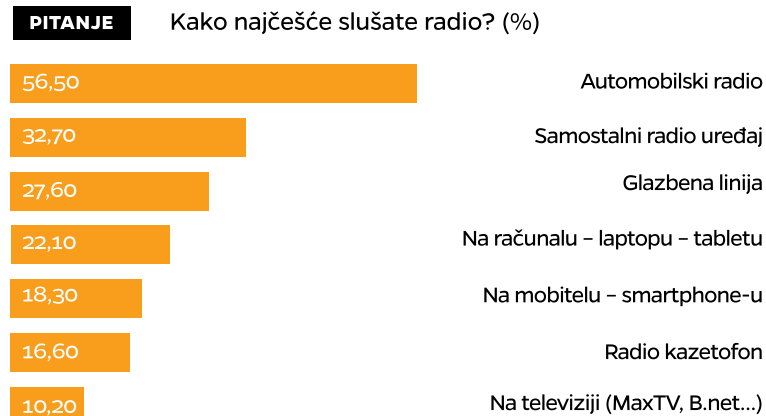
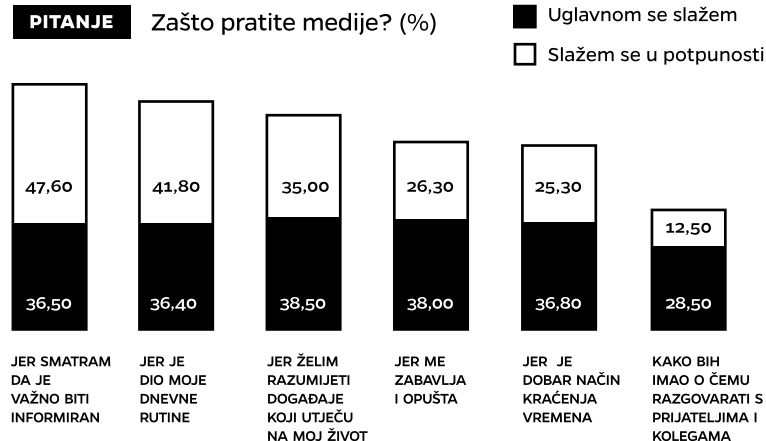


13 SATI JE. GDJE JE PERO?

Pero ima pauzu za ručak pa je otišao u kantu. Dok čeka svoj bečki s krumpirićima, na telefonu gleda što je novoga na news portalima, časka s kolegama, sluša reklame s radija i glasnu tetu iz kuhinje. Sad se pak ona ljuti na političare.

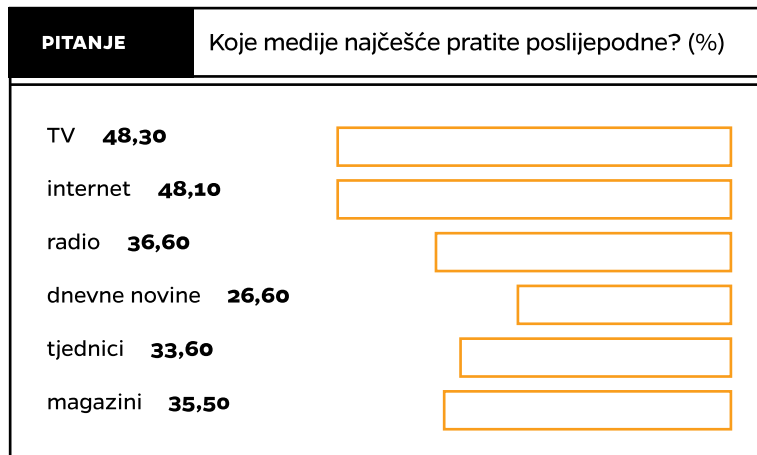


U vrijeme ručka, svi se mediji u nas konzumiraju u manjoj mjeri nego inače. Internet još uvijek dominira (28,1%), rado se sluša radio (27,5%) ali izgleda da je ručak Hrvatima ipak na prvom mjestu.



17 SATI JE I 10 MINUTA. GDJE JE PERO?

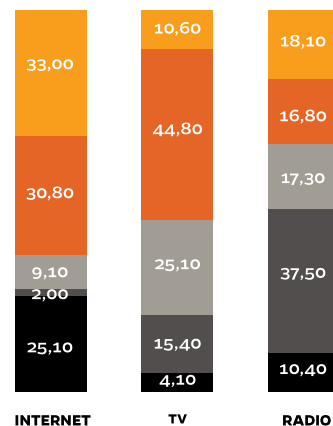
Pero je skupio kćer iz vrtića. Neka druga curica joj je rekla da Elza nije stvarna pa se dijete rasplakalo i morali su stati po kremšnite. Sad su kod kuće i Pero prelistava časopise dok ćaska sa ženom i dopisuje se s prijateljem na internetu. Dijete sretno jede kolači i gleda reklame na TV-u.



Kad zamislite poslijepodne u nekom sasvim prosječnom hrvatskom kućanstvu, vjerojatno ćete ga zamisliti sa zvukom TV-a koji se čuje negdje iz pozadine. I bit ćete u pravu: iako istraživanja pokazuju kako Hrvati u poslijepodnevnom satima provode otprilike jednaku količinu vremena pred svojim browserima kao i pred svojim TV-ima (oko 48%), online sadržaje prate pažljivije a TV smatraju tek pozadinskim šumom.

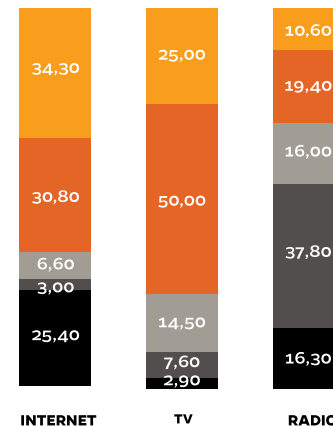
PITANJE

Koliko vremena potrošite prateći elektronske medije tijekom radnog dana? (%)

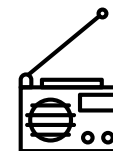
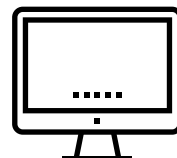
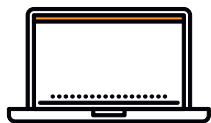


PITANJE

A koliko tijekom vikenda? (%)



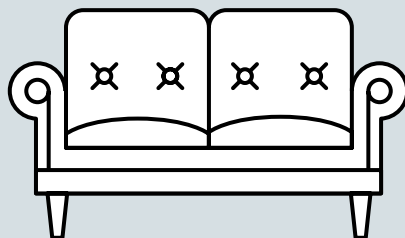
■ Više od 4 sata
 ■ 2 do 4 sata
 ■ 1 do 2 sata
 ■ Do sat vremena
 ■ Ne koristi medij



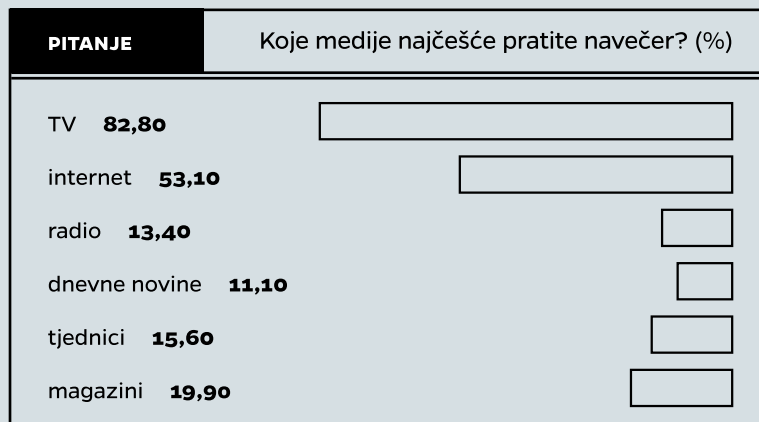
22 SATA JE I 37 MINUTA. GDJE JE PERO?



Pero se s gospođom Pero zavalio na kauč i gledaju program s malog ekrana. Ali čim počnu reklame, Pero se prebacuje na još manji ekran svog telefona i provjerava ima li što zanimljivo na internetu*. Dijete spava i sad konačno imaju malo mira i vremena za sebe. Još to ne znaju, ali zaspat će za ravno 13 minuta i to će biti to od njihovog vremena za sebe.



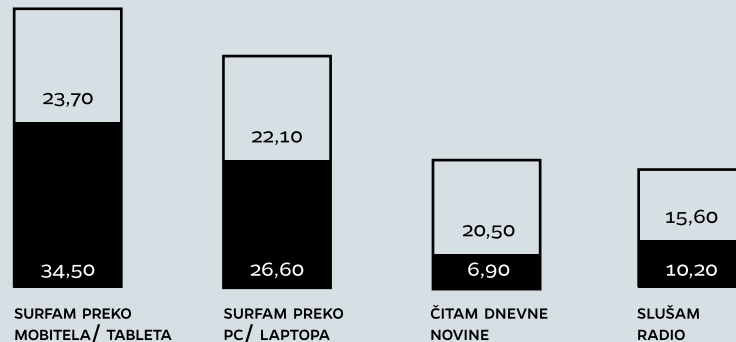
* - a kad nema?



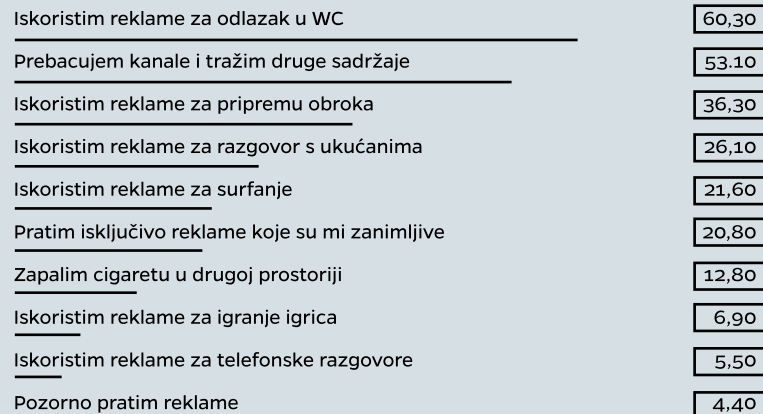
Iako brojke pokazuju da je kod nas večer ipak vrijeme za TV (84,2%), Hrvati se ni u to vrijeme ne skidaju s interneta: 70,8% ispitanika često surfa uz TV, a posebno u vrijeme reklamnih blokova kad se program s malog ekrana u pravilu ignorira.

PITANJE Što još radite dok gledate TV? (%)

■ Često □ Ponekad

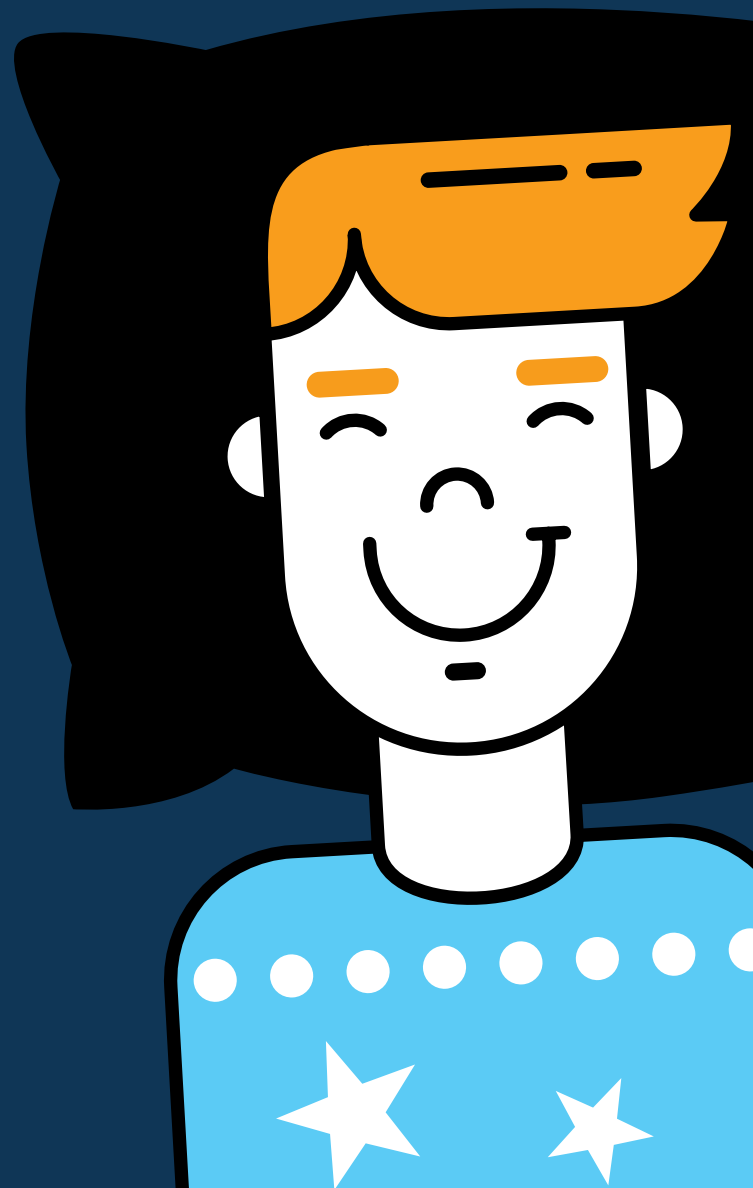


PITANJE Što radite dok su na TV-u reklame? (%)



23 SATA I 12 MINUTA JE. GDJE JE PERO?

Da, Pero i gđa. Pero su zadrijemali na kauču i skroz se ukočili, probudio ih je preglasni reklamni blok. Malo su još gledali TV pa odustali i otišli u krevet. Gđa. Pero će još malo čitati, a Pero surfa na telefonu. Neće dugo, baš je naletio na neku zanimljivu reportažu s Bornea, pa evo da to završi... Pet minuta kasnije, Pero sanja tigrove.



PITANJE

Koje medije najčešće pratite prije odlaska na počinak? (%)

TV **39,50**

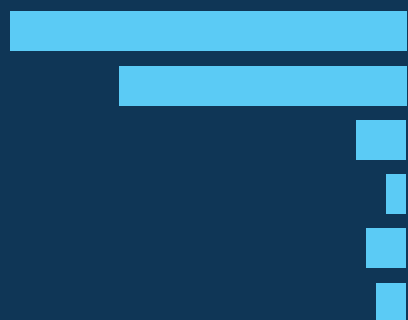
internet **28,80**

radio **4,80**

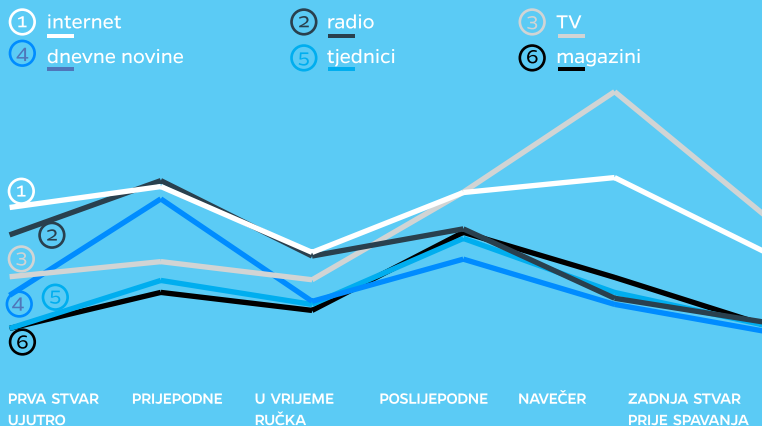
dnevne novine **2,10**

tjednici **3,80**

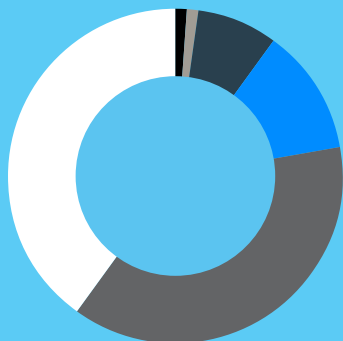
magazini **3,50**



I, GDJE JE PERO?



Ako ćemo biti iskreni, Pero je svoj dan uglavnom proveo na internetu. Brojke su jasne – prosječni hrvatski potrošač je izrazito digitalno orijentiran i ideja TV-a kao dominantnog medija danas više ne drži vodu.



PITANJE

Kojem mediju najviše vjerujete? (%)

internet	40,00
TV	38,40
radio	12,00
dnevne novine	7,90
tjednici	1,10
magazini	0,60

Statistički podatci mogu biti neizmjerljivo korisni kad se nađu u rukama dobrih analitičara... i kad su svježi. Potrošači danas mijenjaju svoje životne navike nevjerovatnom brzinom i uvidi stari samo par godina danas možda više ne vrijede.

I zato mi lijepo često pitamo ispitanike gdje su i što rade, i to činimo uz pomoć najboljih domaćih agencija za istraživanje tržišta.

Ova knjižica donosi samo kratki sažetak iscrpnog istraživanja medijskih navika potrošača u Republici Hrvatskoj kojeg smo u ožujku 2016. naručili od agencije Ipsos.

Cjelovito istraživanje donosi velik broj drugih svježih i korisnih uvida u navike hrvatskih potrošača a ti ga možeš besplatno preuzeti na web stranici 24sata.hr/istrazivanje.

Uživaj u Weekend Media Festivalu!

Hugs&kisses, 24sata



Izvor: Ipsos, Medijske navike u Republici Hrvatskoj, nacionalno reprezentativan uzorak, N = 800, ožujak 2016.

24SATA, TVOJA PREČICA DO PERE

Naša publika – najveća digitalna medijska publika u Hrvatskoj – broji gotovo 1.500.000 jedinstvenih korisnika koji svakodnevno konzumiraju sadržaje i grade mišljenja na osam tematskih portala 24sata digitalne mreže. Ribarskim rječnikom, kod nas ima ribe. A kad baciš mrežu tamo gdje ima ribe, nešto ćeš i uloviti!

DIGITALNA MREŽA 24SATA

Izvor: GemiusAudience, 2016/08



 **zdravakrava.hr**

 **klokanica.hr**

 **gastro.hr**

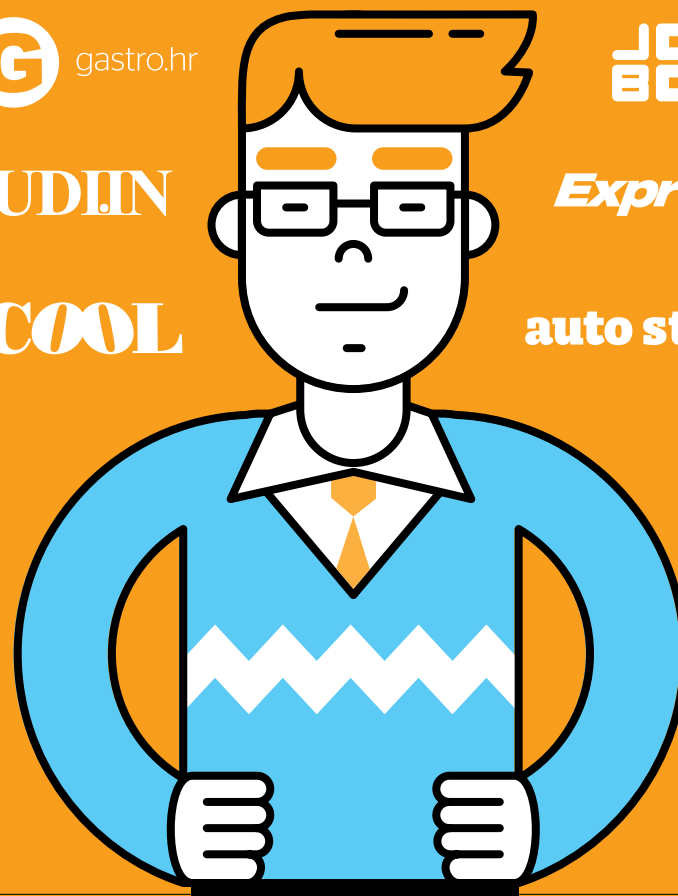
**JOOM
BOOS**

BUDIIN

Express

COOL

auto start



OGLAŠAVAJ CILJANO

Koristeći napredni i inteligentni analitički sustav, sve smo korisnike naše digitalne mreže podijelili u 12 ciljnih skupina: roditeljstvo, automoto, moda & ljepota, prehrana, putovanja, zabava, tech, business, muškarci, žene, vrt & dom i sport.

I zato sad lako možeš pronaći samo Peru, odnosno potrošača koji te zanima, umjesto da rasipaš budžet i na Antu, Mariju, Krešu...



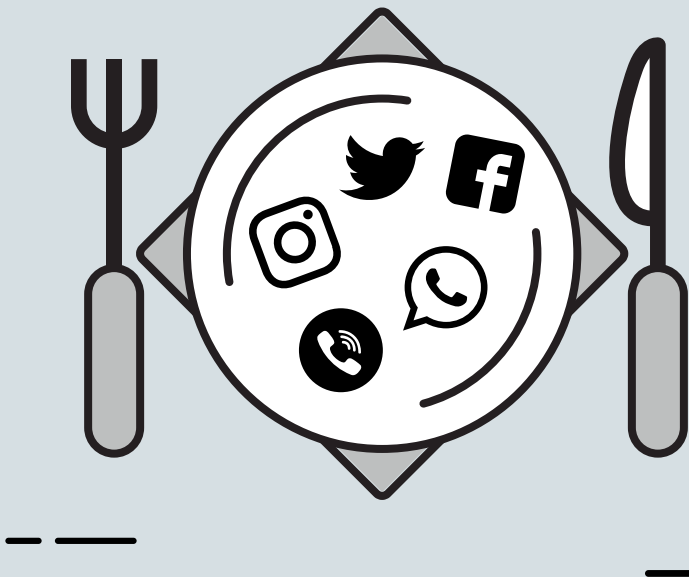
PLAĆAJ SAMO VIĐENO

Čak i kad pronađeš Peru, možda taj dan nije raspoložen za tvoju priču. Nema problema, s nama ne gubiš novce čak ni u tom slučaju. Mi smo jedini medij u Hrvatskoj koji pouzdano zna kada je tvoj banner stvarno bio kliknut i pročitan pa naplaćujemo samo viđene impresije. Plaćaj samo ono što ti je korisno i smanji troškove svoje digitalne kampanje do čak 30%.



POTRAŽI PERU NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Pero, kako vidiš, jako voli društvene mreže. Digitalna mreža 24sata zato nudi vješto sročene i dobro upakirane priče i sadržaje na najpopularnijim društvenim mrežama današnjice - Facebooku, Twitteru, Instagramu, Whatsappu i Viberu. Samo na Facebooku naše priče guta više od 1.100.000 ljudi - sigurni smo da je i Pero među njima.



DAJ PERI ŠTO GOD ŽELI

Naš napredni analitički sustav prati i pamti što svi individualni čitatelji gledaju na našem portalu i sukladno tome, prikazuje im samo sadržaje koji ih zanimaju. Dakle, kod nas je Pero svoj vlastiti urednik - jasno je da će navraćati često.



PRIČAJ NAJBOLJE PRIČE

Pero voli dobru priču. Naravno, svatko voli dobru priču jer takve uvijek pronalaze put do ljudskih srdaca. Ali dobre priče nije baš lako ispričati, za to su potrebni ljudi posebnog talenta. O takvima znamo puno jer ih skupljamo.

Naša redakcija ih je puna, a sad mogu biti na raspolaganju i tebi. Naš native advertising tim će Peri ispričati odličnu priču o tvom brendu i otključati put do njegovog srca.

RECI TO **VIDEOM**

Online video je najbrže rastuća kategorija marketinških ulaganja, a mi znamo zašto – zato što ga Pero voli više od ostalih kanala. Zato smo osnovali JoomBoos, regionalni YouTube kanal koji okuplja najveće YouTube zvijezde, dok portali mreže 24sata prikupljaju više od 21.300.000 video pregleda mjesečno. Ako Pero traži video, naći će ga kod nas. Bilo bi dobro da pronade i tvoj – pomoći ćemo ti ga da stvoriš!

Izvor: 24sata digitalna mreža, Facebook, YouTube kanali, 2016/07



