Google

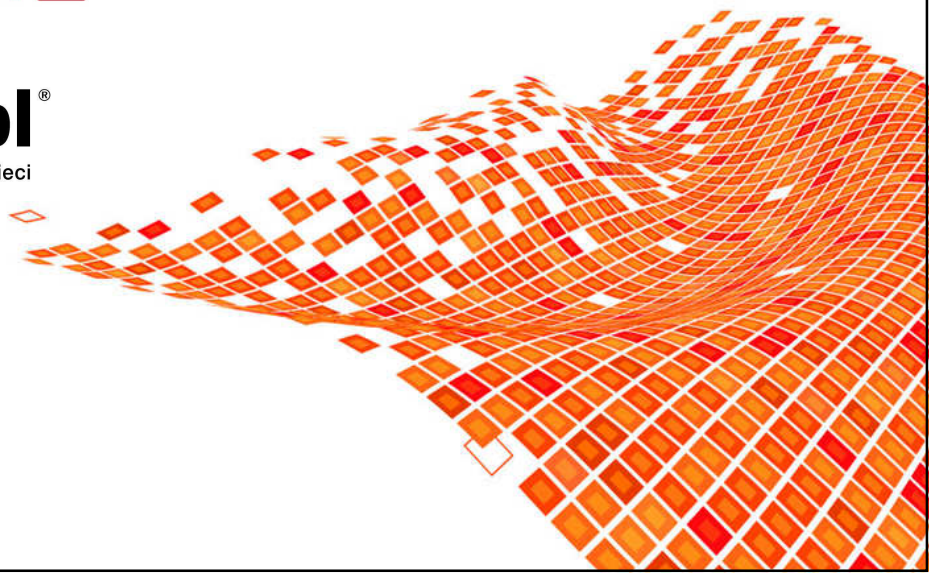
Lewiatan

home.pl®
By zaistnieć w Sieci

ADWORDS SEMINAR LEADER Google

Internetowa rewolucja

Sposoby wykorzystywania internetu przez polskie firmy z sektora MŚP



Metodologia badania

Wykonawca: MillwardBrown SMG/KRC

Realizacja: 27 VIII – 11 IX 2009

Próba: ogólnopolska, reprezentatywna (firmy o zatrudnieniu od 1 do 250 osób)
N=446

Technika: wywiady telefoniczne (CATI)

Korzystanie z internetu w małych i średnich przedsiębiorstwach

81% Korzysta z internetu

71% Korzysta z e-maila w celach biznesowych

51% Posiada wizytówkę w internecie

47% Posiada własną stronę internetową

P1. Czy Państwa firma :
(możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: wszyscy respondenci n=446

66%
firm **nie** posiadających strony internetowej
nie zamierza jej założyć w ciągu
najbliższego roku

Powody braku obecności firmy online (top 4 wskazania)

P3. Dlaczego Państwa firma nie posiada obecnie strony internetowej ani nawet wizytówki w Internecie? (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

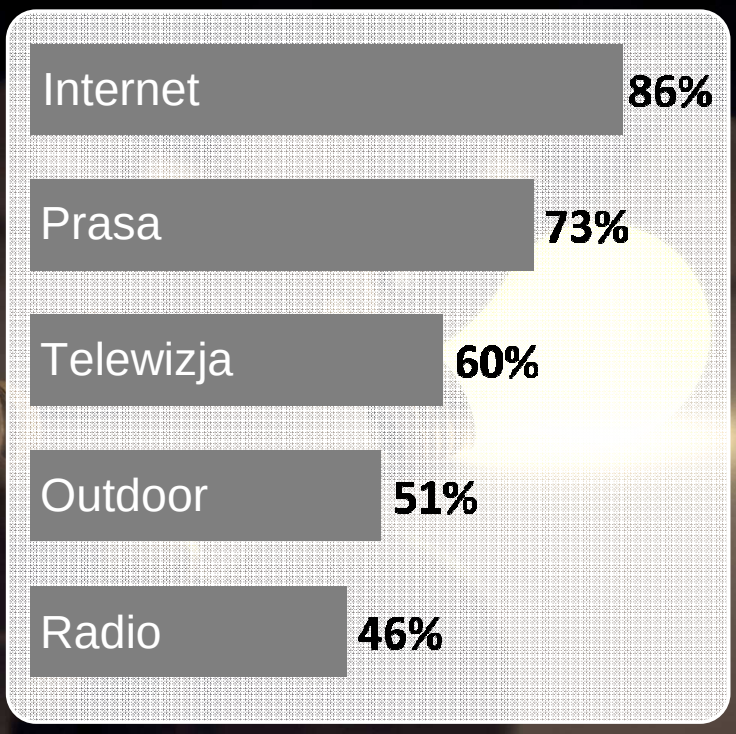
Podstawa: respondenci, których firma nie posiada ani strony internetowej ani wizytówki w Internecie n=109

Jeśli firma posiada stronę internetową, to znajdziemy na niej:

P2. Czy Państwa strona internetowa : (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: respondenci, których firma posiada własną stronę internetową n=258

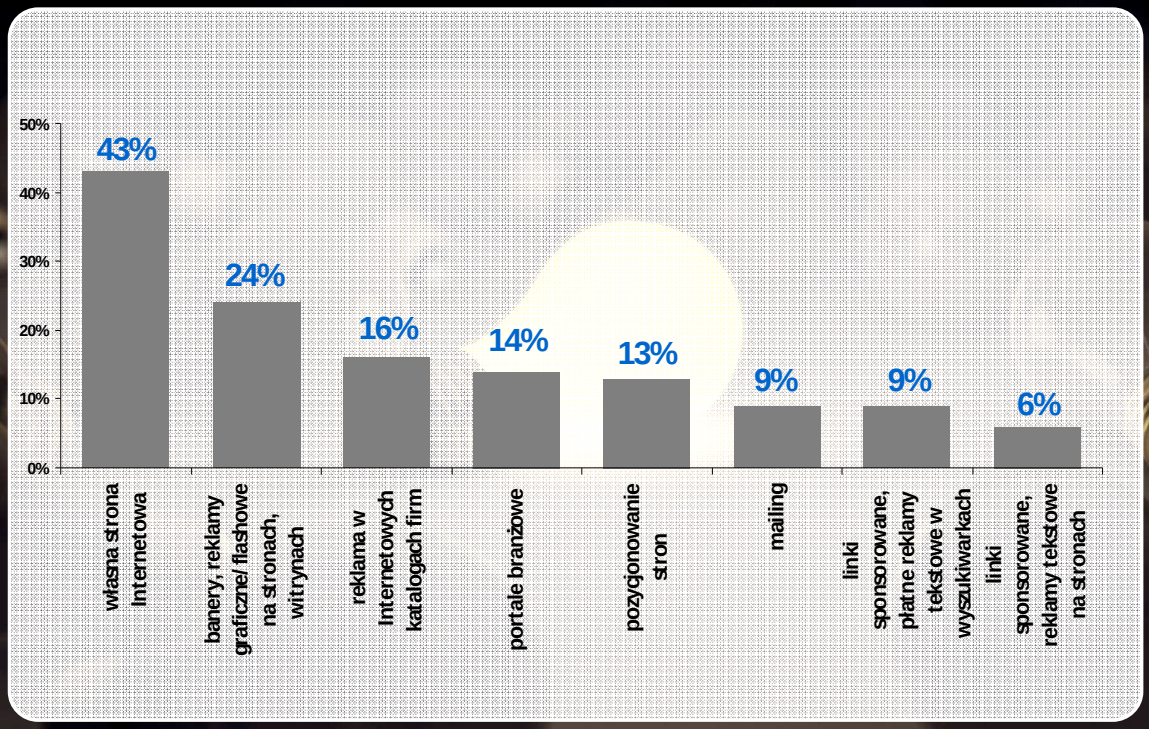
Spontaniczna znajomość form reklamy (top 5 wskazań)



F1. Proszę pomyśleć, o tym, w jaki sposób i gdzie firmy mogą się reklamować, niezależnie do tego czy Państwa firma korzysta z reklamy czy też nie. Proszę wymienić wszystkie formy i miejsca reklamowania się, o jakich Pan(i) słyszał(a)?
(możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: wszyscy respondenci n=446

Spontaniczna znajomość form reklamy internetowej



F2. *Czy słyszał Pan(i) o jakichś możliwościach reklamowania firmy przez Internet? Jeśli tak to, o jakich możliwościach, formach reklamowania się w Internecie Pan(i) słyszał(a)?*
(możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: wszyscy respondenci n=446

28%

małych i średnich firm
w ogóle się nie reklamuje.

Dlaczego?

- *„po prostu nam się nie chce”*
- *„nie mamy takiej potrzeby, firmy z którymi współpracujemy się reklamują, a my przy okazji (...)”*
- *„(...) istniejemy na rynku 30 lat, przychodzą teraz dzieci osób, które przychodziły kiedyś”*
- *„mamy tyle roboty, że nie przerabiamy tego co możemy, więc jeśli by tu jeszcze dzwonili, to byśmy się zajechali po prostu”*
- *„bo się reklamowałem przez ostatnie kilka razy, wydałem na to kupę pieniędzy i z tego nic nie wyszło. Jak sobie nie zapracuje, nie zadzwonię sam to nie mam nic”*

E1. Czy Państw firma reklamuję się lub promuje w jakikolwiek sposób, zarówno tradycyjnie lub w Internecie?
E1in. Dlaczego Państwo się NIE reklamujecie? (pytanie otwarte)

Podstawa: wszyscy respondenci n=446; respondenci, których firmy nie reklamują się n=105

Trzy najczęściej stosowane formy reklamy

93% polecanie przez znajomych, marketing szept

69% drukowane książki teleadresowe

63% internet

Najbardziej skuteczne?

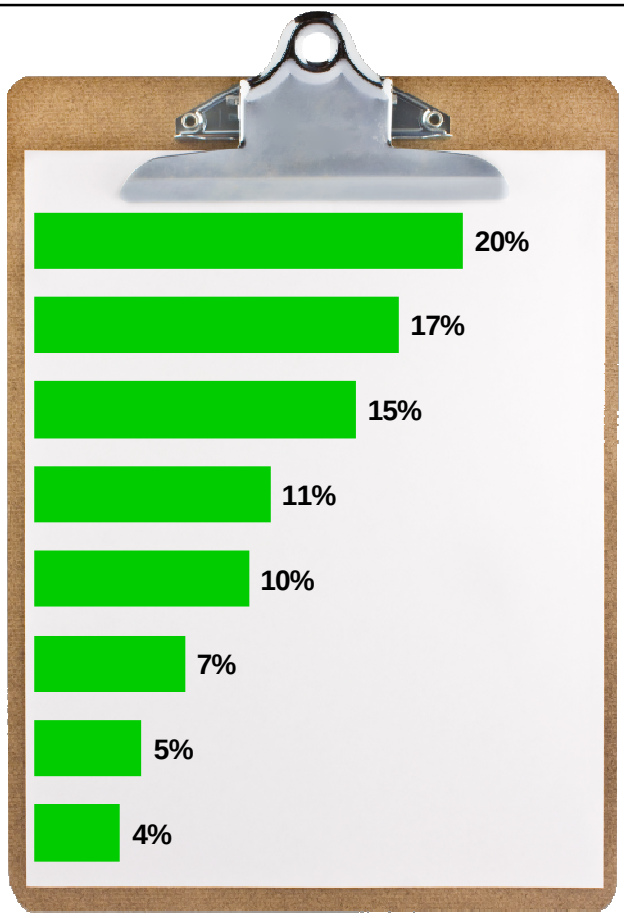
- 52%
- 7%
- 28%

E2. Gdzie zamieszacie Państwo reklamy swojej firmy, jak się Państwa firma reklamuje? (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

E2A. A która z tych form reklamy, które Państwo stosujecie – jest dla Państwa NAJBARDZIEJ SKUTECZNA? (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: respondenci, których firmy reklamują się n=341

Powody nie reklamowania się w internecie



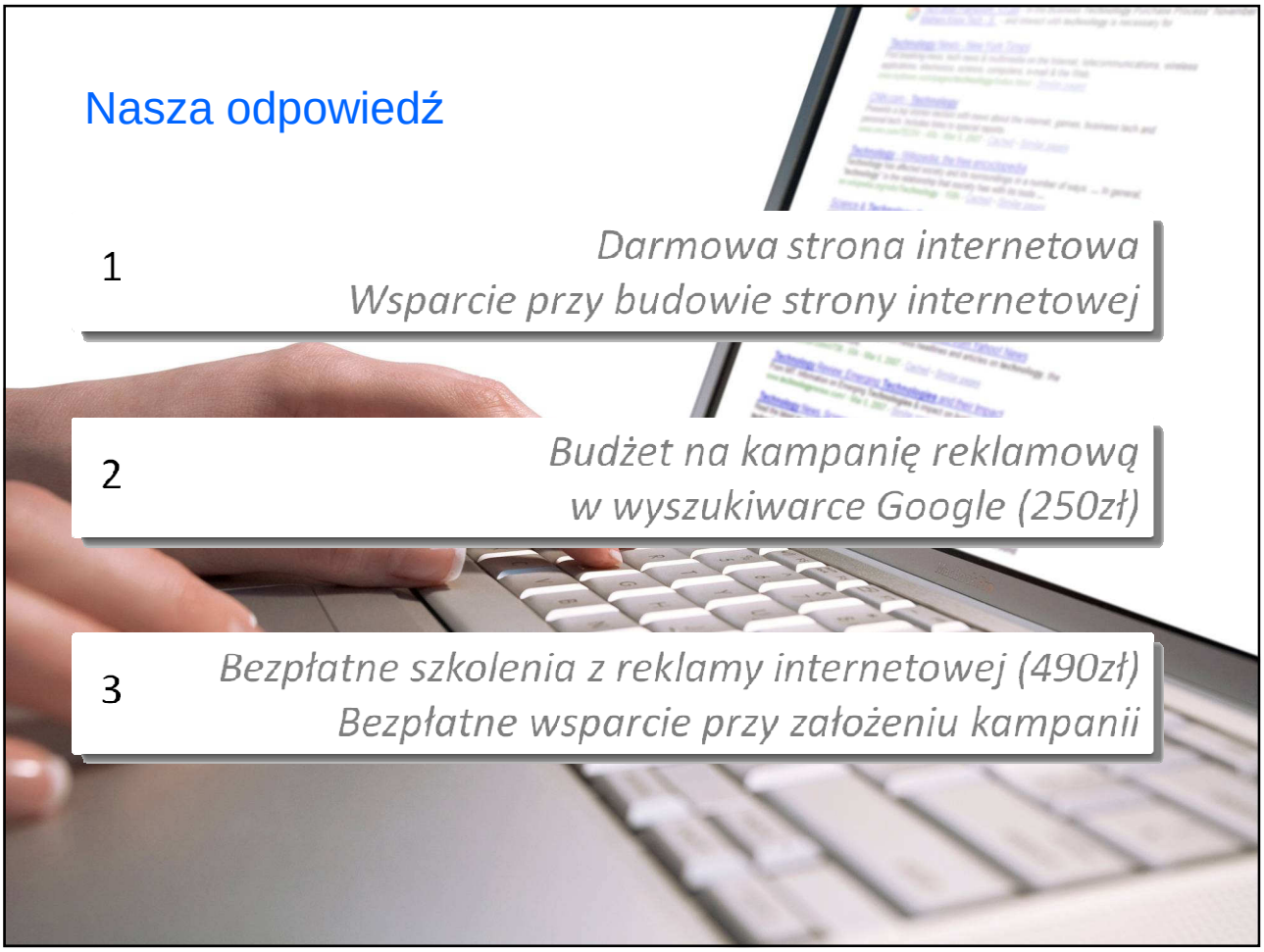
E22. Powiedział(/a) Pan(/i) że Państwa firma ogólnie się reklamuje, ale nie reklamujecie się Państwo w Internecie. Proszę powiedzieć, dlaczego się Państwo nie reklamujecie w Internecie? (pytanie otwarte)

Podstawa: respondenci, których firmy reklamują się, ale nie reklamują się w Internecie n=114

Trzy bariery rozwoju

1. *„Nie widzę potrzeby posiadania strony internetowej”*
2. *„Nie chcę inwestować w reklamę”*
3. *„Nie wiem jak to działa, nie mam czasu”*

Nasza odpowiedź



1 *Darmowa strona internetowa*
Wsparcie przy budowie strony internetowej

2 *Budżet na kampanię reklamową*
w wyszukiwarce Google (250zł)

3 *Bezpłatne szkolenia z reklamy internetowej (490zł)*
Bezpłatne wsparcie przy założeniu kampanii

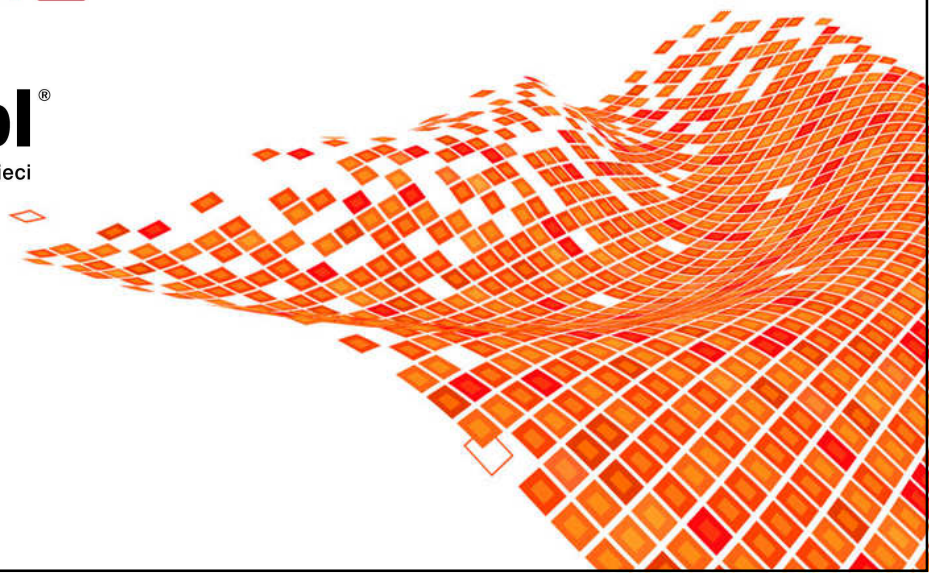
Czas trwania Internetowej rewolucji
12 października 2009 - 31 marca 2010

Dotarcie do firm

Google™

Lewiatan

home.pl®
By zaistnieć w Sieci

ADWORDS
SEMINAR
LEADER
Google

Pytania i odpowiedzi