



## Our Mobile Planet: Magyarország

A mobilhasználati szokások  
megismerése

2013. május



**Ipsos MediaCT**  
The Media, Content and Technology Research Specialists

# Összefoglaló



**Az okostelefonok mindennapi életünk nélkülözhetetlen részévé váltak.** Az okostelefonokat már a népesség 34%-a használja, és ezek az okostelefon-tulajdonosok egyre jobban támaszkodnak készülékeikre. Felük naponta lép fel az internetre az okostelefonján keresztül, 62%-uk pedig soha nem megy el otthonról nélküle. **Következmény:** Az olyan vállalkozások, amelyeknél a mobiltelefonok stratégiai központi szerepet töltenek be, kihasználhatják az új, folyamatos kapcsolatban lévő fogyasztók megszerzésének lehetőségét.



**Az okostelefonok átalakították a fogyasztói szokásokat.** A mobilos keresések, a videók, az alkalmazások és a közösségi hálózatok használata egyre elterjedtebb. Az okostelefon-használók egyszerre több tevékenységet is végeznek eszközeikkel, közülük 62% használja telefonját, miközben valami mást csinál, például tv-t néz (34%). **Következmény:** A hirdetési stratégiák mobiltelefonokra irányuló kiterjesztése, illetve a többmédiás kampányok kifejlesztése által sokkal hatékonyabban érhetők el napjaink fogyasztói.



**A felhasználók okostelefonok segítségével tájékozódnak a világban.** Az okostelefonokon való megjelenés kulcsfontosságú a helyi vállalkozások számára. Az okostelefon-használók 82%-a keres helyi információkat a telefonján, és 80%-uk hajt végre valamilyen műveletet, például vásárol, vagy felveszi egy céggel a kapcsolatot. **Következmény:** A mobiltelefonokon való kattintható telefonszámok megjelenítésével a helyi találatok közt, illetve a helyalapú szolgáltatások kihasználásával az ügyfelek könnyebben kapcsolatba léphetnek a vállalkozásokkal.



**Az okostelefonok megváltoztatták a fogyasztók vásárlási módszereit.** Az okostelefonok fontos vásárlóeszközöknek tekinthetők, mivel használói 75%-a végzett már keresést készülékén egy termékre vagy szolgáltatásra. Az okostelefonon végzett keresések befolyásolják a vásárlói döntéseket és a különböző csatornákon keresztül végrehajtott vásárlásokat. Az okostelefon-használók 24%-a vásárolt már a telefonjáról. **Következmény:** Fontos, hogy rendelkezzen egy mobilkészülökre optimalizált webhellyel, illetve szükség van egy csatornáközi stratégiára is, hogy magához vonzza és vásárlásra ösztönözze a többféle útvonalon keresztül érkező fogyasztókat.



**Az okostelefonok segítségével a hirdetők kapcsolatba léphetnek a fogyasztókkal.** A mobilhirdetések 86%-át okostelefon-használók veszik észre. Az okostelefonok a hagyományos hirdetéseknél is fontos szerepet játszanak, mivel a felhasználók 62%-a végzett keresést az okostelefonján, miután megnézett egy offline hirdetést. **Következmény:** A mobilhirdetések készítése részét képezi az integrált marketingstratégiának, mely nagyobb mértékű fogyasztói elköteleződéshez vezethet.

# A mobilhasználati szokások megismerése

Ez a felmérés olyan információk begyűjtésére készült, amelyek arra vonatkoznak, hogyan használják a fogyasztók az internetet okostelefonjaikon

Részletesebben:

- Tények és adatok az okostelefonok elterjedtségéről és használati szokásairól
- Az okostelefonokra jellemző internethasználat általánosságban, a keresésekre, a videók megtekintésére, a közösségi hálózatok használatára, a mobilhirdetésekre és az m-kereskedelmi szokásokra vonatkozóan
- Ez az országra vonatkozó jelentés egy több országban elvégzett, okostelefon-használattal kapcsolatos globális tanulmány részét képezi. Látogasson el az [thinkwithgoogle.com/mobileplanet](http://thinkwithgoogle.com/mobileplanet) webhelyre, ahol további eszközökhöz és adatokhoz férhet hozzá



Hogyan használják az okostelefonokat a **mindennapi életben**?



Hogyan végeznek a fogyasztók egyszerre **több tevékenységet** okostelefonjukkal?



Milyen **műveleteket** végeznek a fogyasztók okostelefonjaikon?



Milyen szerepet játszanak az okostelefonok a **vásárlás** folyamatában?



Hogyan reagálnak a fogyasztók a **hirdetésekre** offline és mobilon?

# Tartalom

- 1** Az okostelefonok nélkülözhetetlenek a mindennapi életben

---

- 2** Az okostelefonok átalakították a fogyasztói szokásokat

---

- 3** A felhasználók okostelefonok segítségével tájékozódnak a világban

---

- 4** Az okostelefonok megváltoztatják a fogyasztók vásárlási módszereit

---

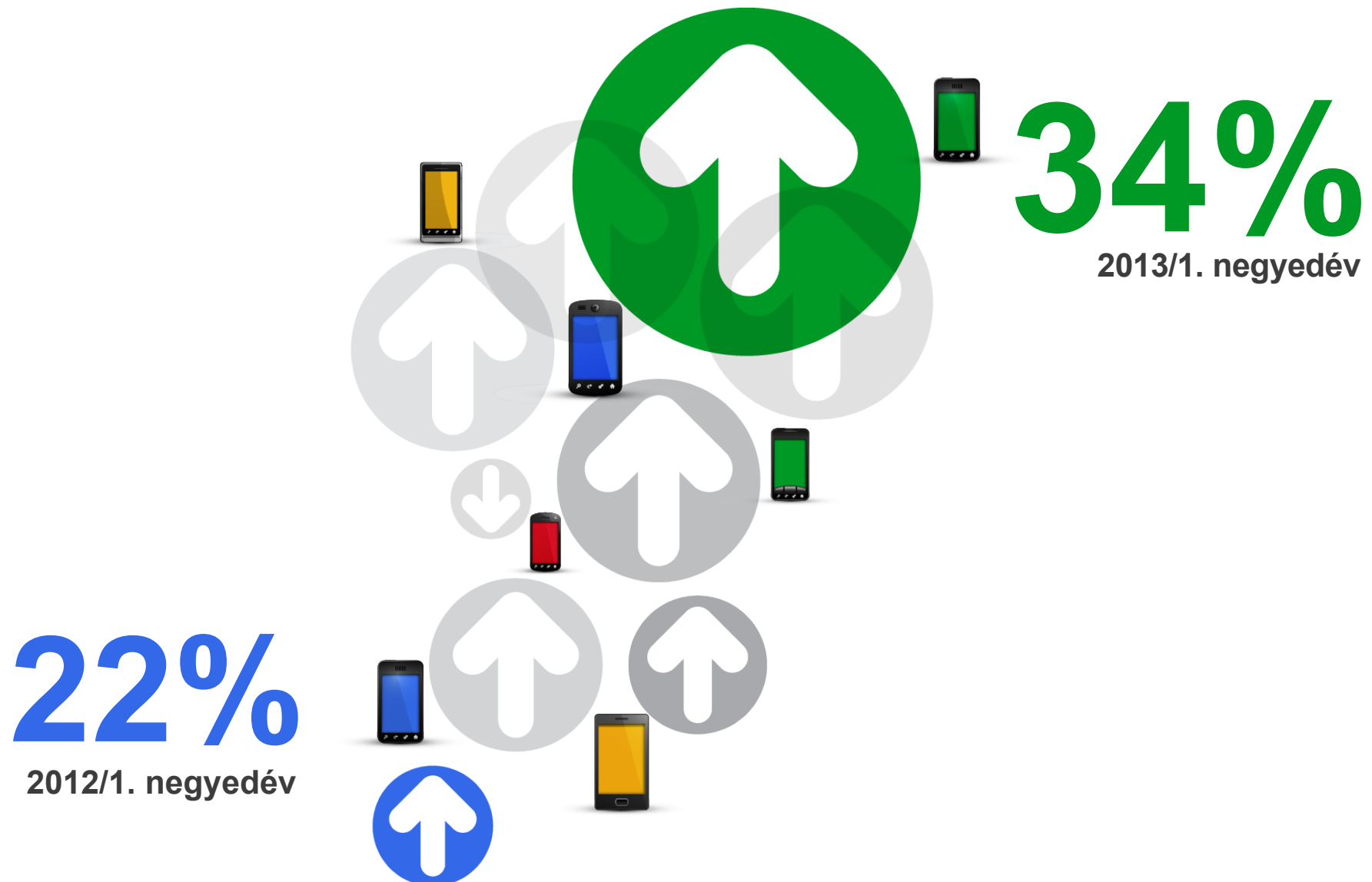
- 5** Az okostelefonok segítségével a hirdetőik kapcsolatba léphetnek az ügyfelekkel

---

AZ OKOSTELEFONOK  
NÉLKÜLÖZHETETLENEK  
**A MINDENNAPI ÉLETBEN**



# Az okostelefonok elterjedése növekvőben van



Alapja: 16 év feletti népesség országos reprezentatív mintája, n= 1000

1. kérdés: A következő eszközök közül használja-e jelenleg valamelyiket, ha igen, melyiket?



# Az okostelefonok központi szerepet töltenek be a mindennapjainkban

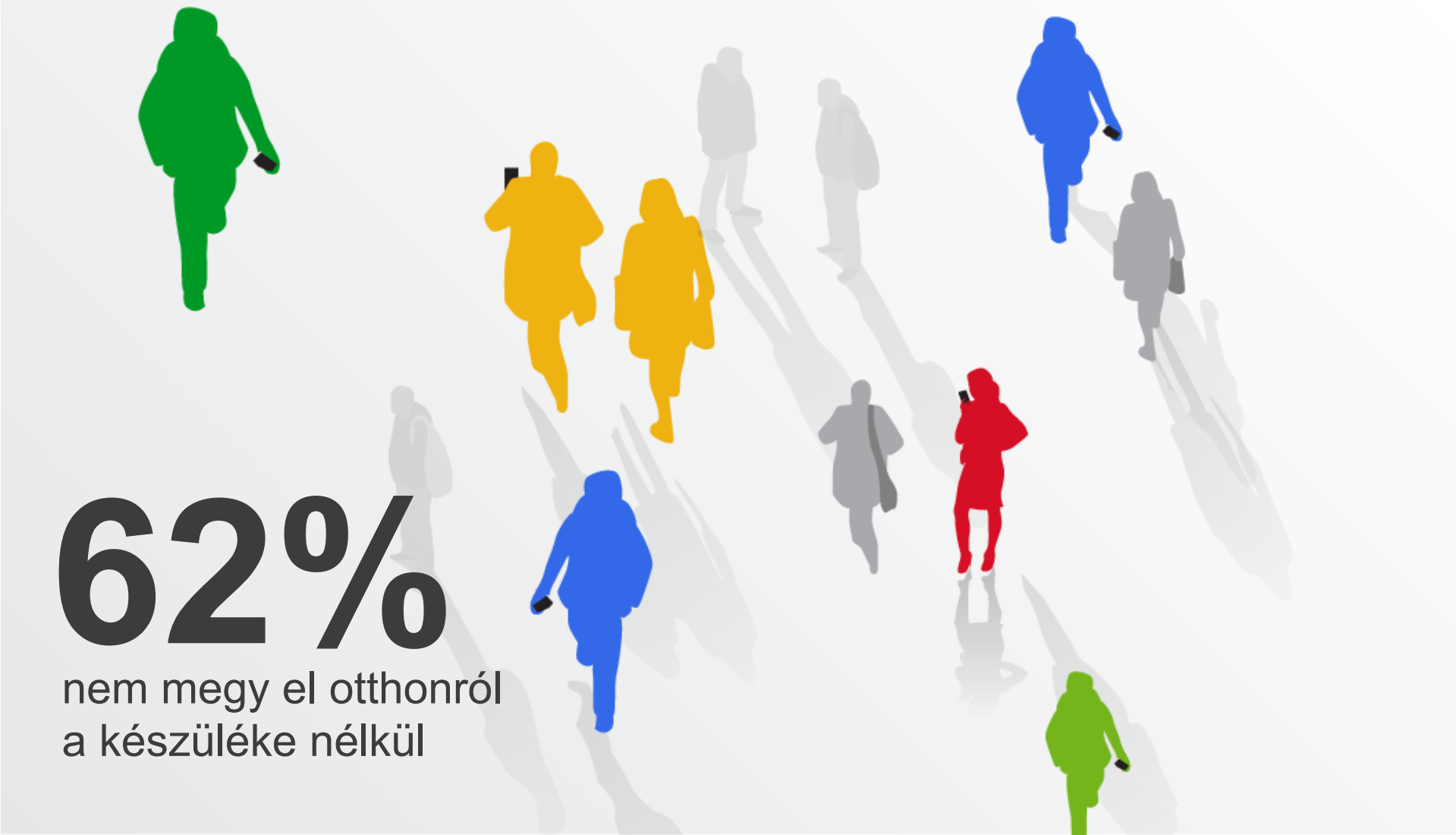
# 51%

Használta okostelefonját minden nap az elmúlt 7 nap során

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
18. kérdés: Visszagondolva az elmúlt hét napra, hány napon volt online ... eszközén?

© Google Bizalmas és saját tulajdonú információ

# Az okostelefonok mindig be vannak kapcsolva, és mindig kéznél vannak

An illustration showing a group of stylized human figures walking. Some figures are colored (green, yellow, blue, red) and are holding smartphones, while others are grey. They are walking in various directions, some towards the viewer and some away. The background is a light grey gradient.

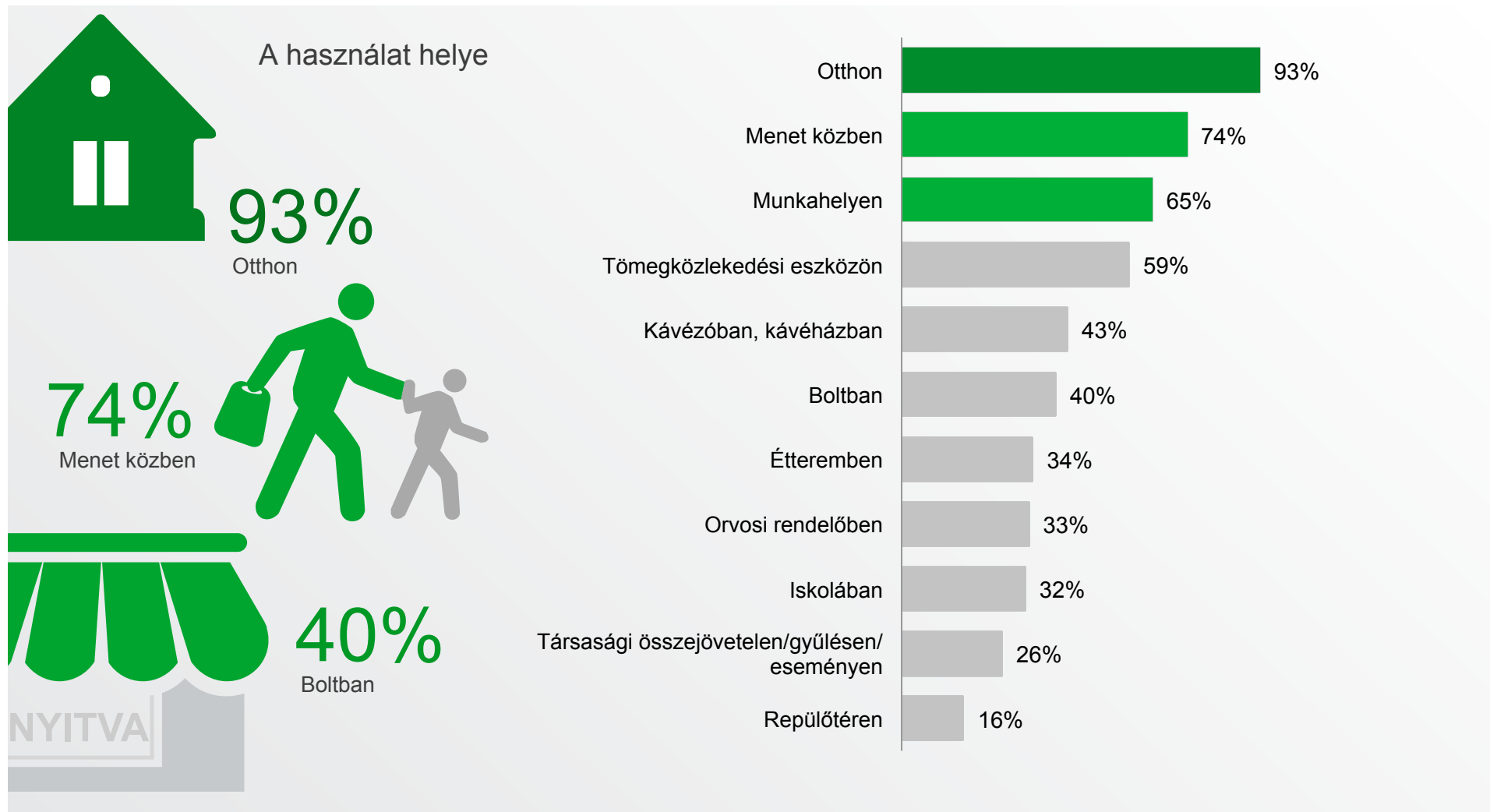
**62%**

nem megy el otthonról  
a készüléke nélkül

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
52. kérdés: Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel? Értékelje 5-től (teljes mértékben egyetért) 1-ig (egyáltalán nem ért egyet). „Nem megyek el otthonról az okostelefonom nélkül”



# Az okostelefonokat mindenhol használják

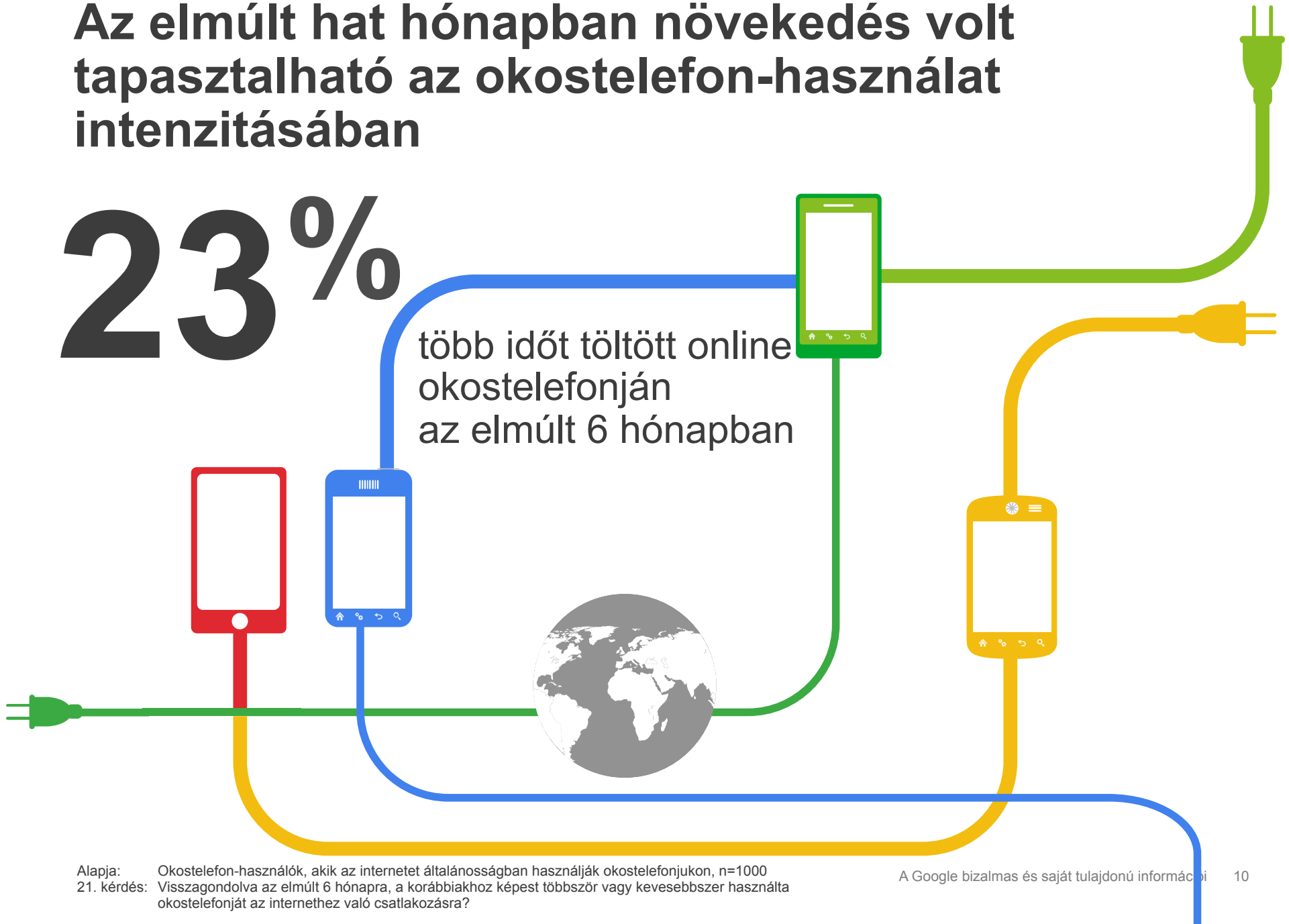


Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
16. kérdés: Hol használja leginkább okostelefonját? Először válassza ki azokat a helyszíneket, ahol valaha használta készülékét – akkor is, ha ez csak ritkán fordult elő.

# Az elmúlt hat hónapban növekedés volt tapasztalható az okostelefon-használat intenzitásában

# 23%

több időt töltött online okostelefonján az elmúlt 6 hónapban



Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
21. kérdés: Visszagondolva az elmúlt 6 hónapra, a korábbiakhoz képest többször vagy kevesebbszer használta okostelefonját az internethez való csatlakozásra?

A Google bizalmas és saját tulajdonú információi 10

# Az okostelefonok annyira fontossá váltak a fogyasztók számára, hogy ...

# 29%

inkább válna meg  
**tv-jétől**, mint okostelefonjától



Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000

52. kérdés: Mennyire ért egyet a következő kijelentésekkel? (értékeje 5-től (teljes mértékben egyetért) 1-ig (egyáltalán nem ért egyet)).

Inkább válnék meg a tv-től, mint az okostelefonomtól. Inkább válnék meg a tv-től/asztali számítógépről, mint az okostelefonomtól"

A Google bizalmas és saját tulajdonú információi

11

# AZ OKOSTELEFONOK ÁTALAKÍTOTTÁK **A FOGYASZTÓI SZOKÁSOKAT**



**Az okostelefonok  
fontos hozzáférési  
lehetőséget  
jelentenek  
a keresésekhez**

**47%**

végez keresést  
okostelefonján  
**minden nap**



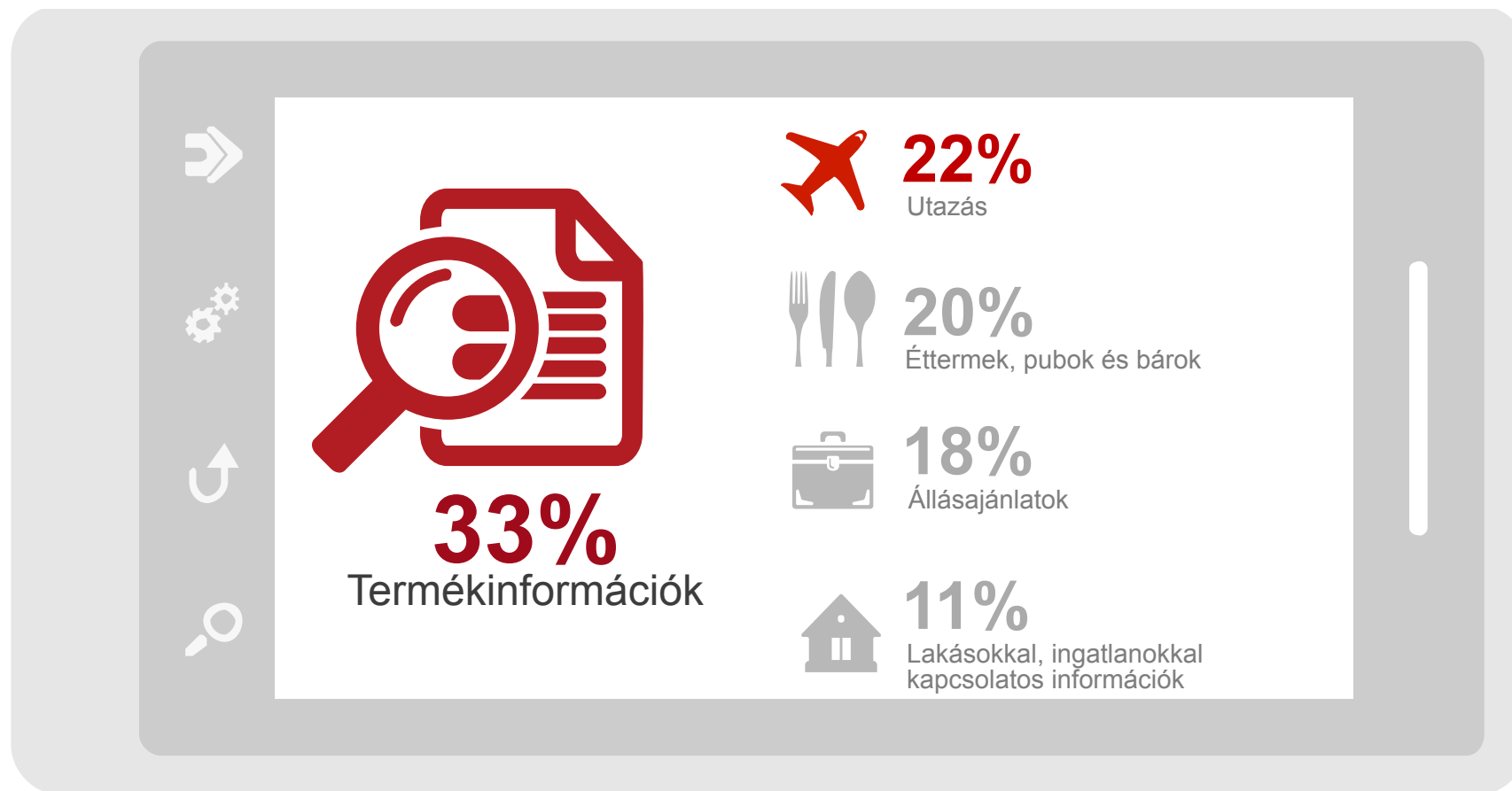
Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik okostelefonjukon keresőmotor segítségével végeznek keresést, n=912

31. kérdés: Milyen gyakran végez keresést (Google, Yahoo!, Bing stb. keresővel) okostelefonján?

A Google bizalmas és saját tulajdonú információi

13

# Az okostelefonok informálnak bennünket a mindennapokban





# Az okostelefonok többféle tevékenységre használható eszközök



**79%**  
Kommunikáció

Levelezést folytatott (küldött vagy olvasott)  
Kapcsolódott valamelyik közösségi hálózathoz  
(pl. frissítette állapotát, megnézte az üzeneteit  
vagy a barátok profiljait)



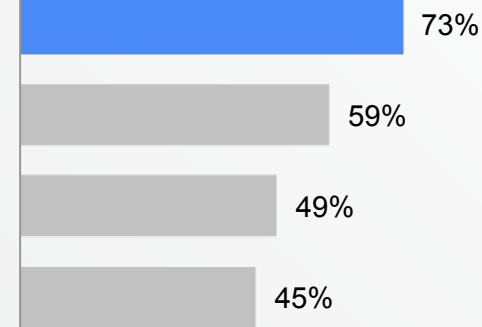
**67%**  
Információszerzés

Elolvasta a híreket az újságok vagy magazinok  
portáljain  
Átnézte a webhelyek blogjait vagy üzenőfalait



**87%**  
Szórakozás

Böngészett az interneten  
Zenét hallgatott  
Játékokkal játszott  
Videókat nézett egy videomegosztó webhelyen  
(pl. YouTube.com)



# Széles körben elterjedt alkalmazáshasználat

21

telepített alkalmazás  
átlagosan



9

használt alkalmazás  
az elmúlt 30 napban

2

fizetett alkalmazás  
telepítése átlagosan

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000

24. kérdés: Jelenleg hány alkalmazás található okostelefonján?

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akiknek legalább egy alkalmazás található a telefonjukon, n=991

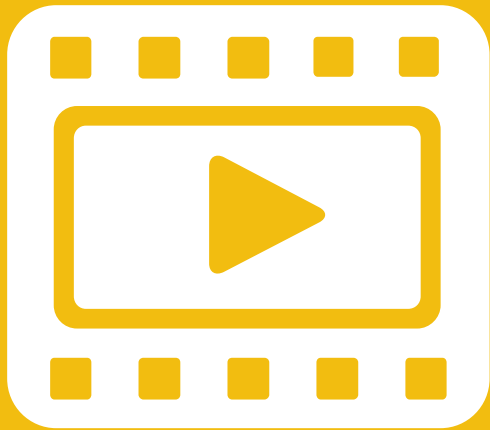
25. kérdés: A jelenleg az okostelefonján telepített alkalmazások közül hányat használt aktívan az elmúlt 30 nap során?

26. kérdés: A jelenleg az okostelefonján telepített alkalmazások közül hányat vásárolt meg alkalmazásforgalmazó platformon keresztül valamikor összeget?

A Google bizalmas és saját tulajdonú információi

16

# Az okostelefon-használók megrögzött videónézők



**KATTINTSON IDE A VIDEÓ  
MEGTEKINTÉSÉHEZ**

**73%**

szokott videókat nézni

**16%**

naponta legalább egyszer  
megnéz egy videót

# Az okostelefon-használók gyakran követik a közösségi hálózatokon zajló eseményeket

**84%**

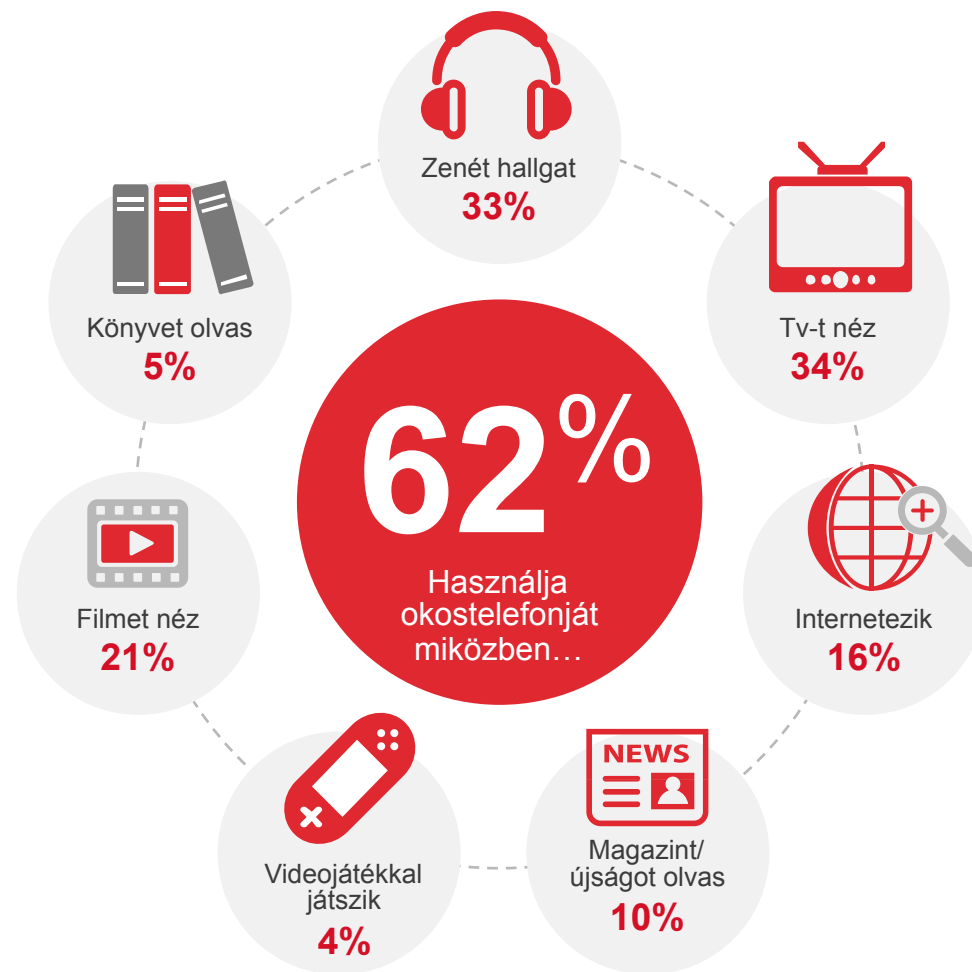
látogatja  
a közösségi  
hálózatokat

**50%**

naponta legalább  
egyszer látogatást  
tesz valamelyiken

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
38. kérdés: Milyen gyakran látogatja okostelefonjáról a közösségi hálózatokat (weboldarokról vagy alkalmazásokról)?

# Az okostelefonokat más tevékenységek közben is használják



Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik okostelefonjukon tegnap online voltak, n= 1000

22. Kérdés: Amikor okostelefonján használja az internetet, általában végez-e ezzel egy időben más tevékenységet is a következők közül, ha igen, melyiket?



A FELHASZNÁLÓK  
OKOSTELEFONOK  
SEGÍTSÉGÉVEL  
TÁJÉKOZÓDNAK  
AZ ŐKET KÖRÜLVEVŐ  
VILÁGBAN







# 82%

okostelefon-használó  
keresett már helyi  
információkat

# 80%

tett valamilyen lépést  
ennek eredményeképp

- Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
33. kérdés: Milyen gyakran néz utána okostelefonján a helyi vállalkozásokkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatos információknak? (Ha szokott egyáltalán)
- Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik a havonta legalább egyszer néznek utána információknak okostelefonjukon, n=819  
34. kérdés: Melyik lépést tette már meg a következők közül, miután ilyen információkra keresett rá (tartózkodási helye közelében lévő vállalkozásokkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban)?

# A helyi információk keresése egy gyakori tevékenység az okostelefonokon



**49%**

Helyi információkat keres  
legalább **hetente egyszer**



**16%**

Helyi információkat keres  
**naponta**

# A helyi információkra keresők cselekednek is



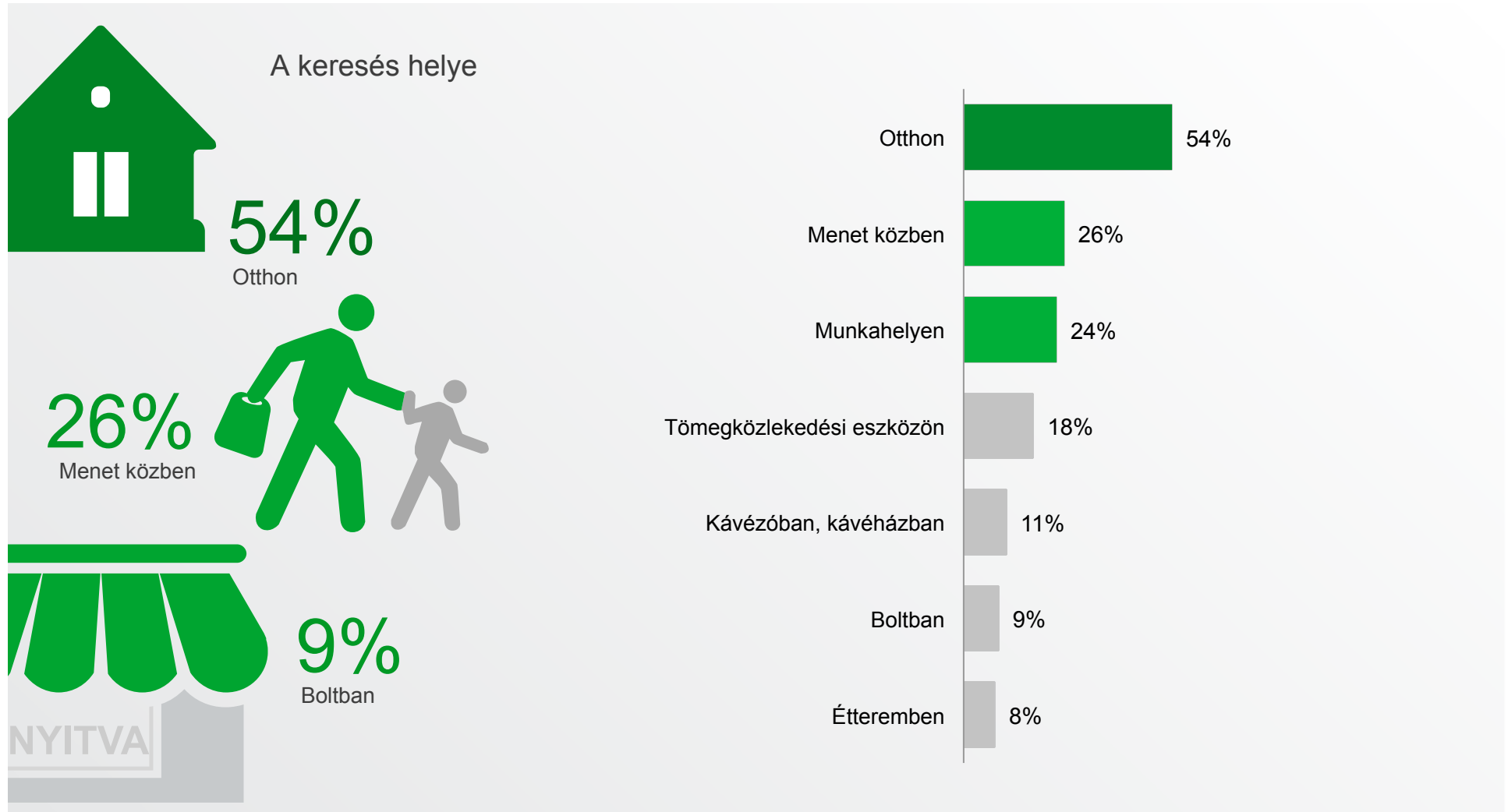
Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik a havonta legalább egyszer néznek utána információknak okostelefonjukon, n=819

34. kérdés: Melyik lépést tette már meg a következők közül, miután ilyen információkra keresett rá (tartózkodási helye közelében lévő vállalkozásokkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban)?

**AZ OKOSTELEFONOK  
MEGVÁLTOZTATJÁK  
A FOGYASZTÓK  
VÁSÁRLÁSI MÓDSZEREIT**



# Az okostelefonok segítségével a felhasználók bármikor és bárhol utánanézhetnek termékeknek



Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
51/a kérdés: Hol tartózkodott, amikor okostelefonján a termékekre vagy szolgáltatásokra keresett?

A Google bizalmas és saját tulajdonú információi 25



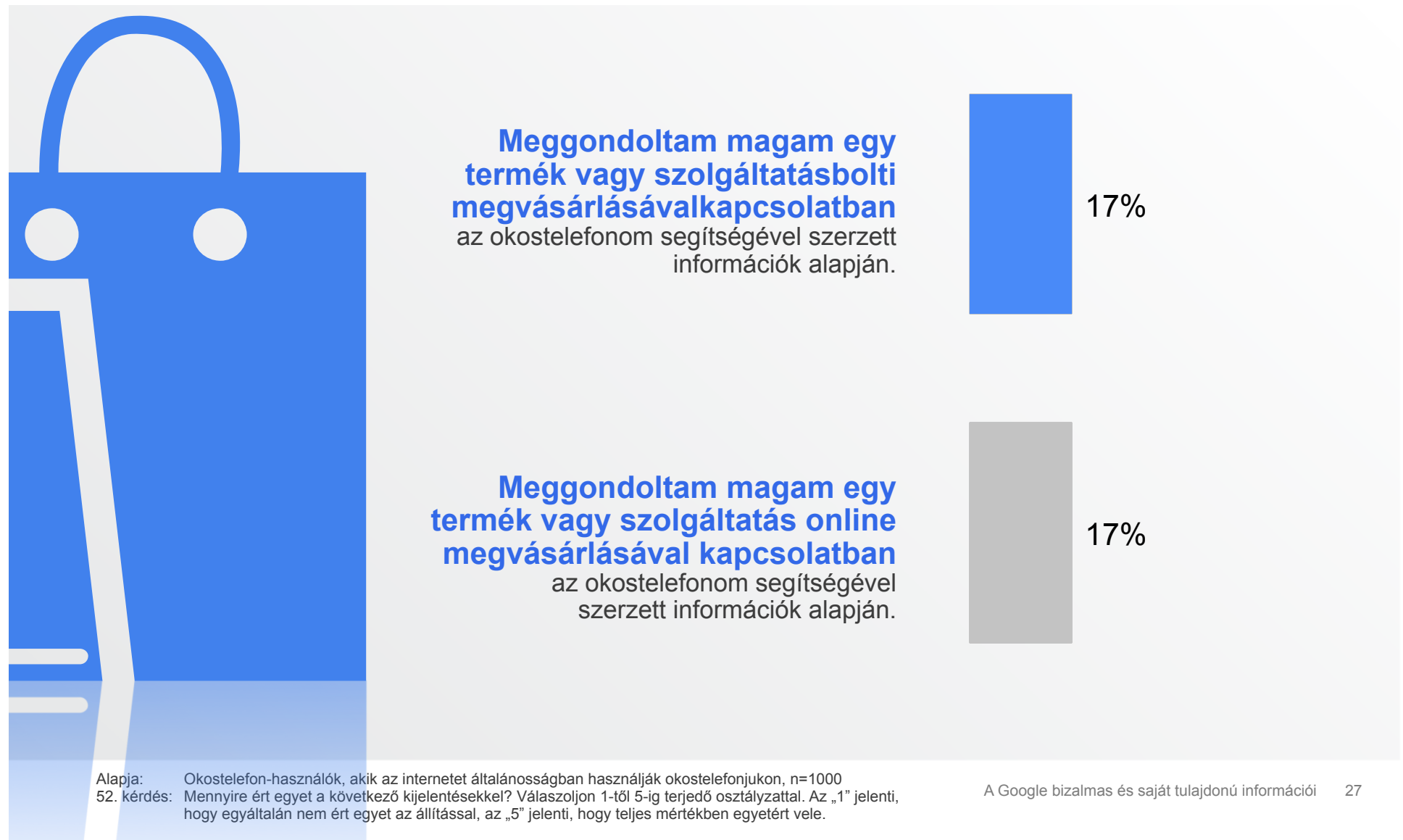
# 75%

végzett már keresést  
telefonján egy termékre  
vagy szolgáltatásra

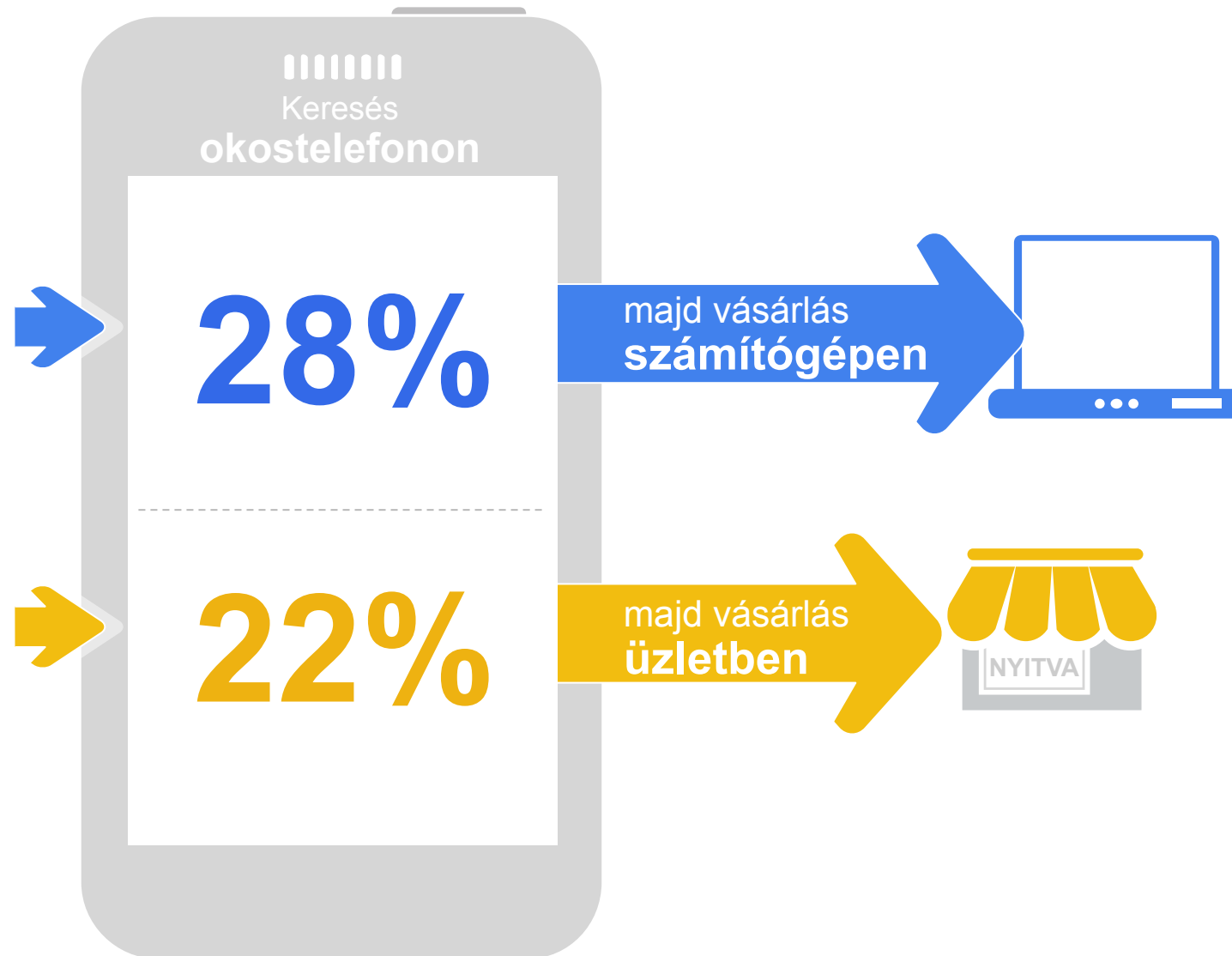




# Az okostelefonok elsődleges partnereink a vásárlásban



# Az okostelefonokon megkezdett keresések különböző csatornákon vezethetnek vásárláshoz



Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
48. kérdés: Az alábbiakban termékeket és szolgáltatásokat soroltunk fel. Jelölje be, hogy ezen termékekre és szolgáltatásokra vonatkozóan melyik állítás igaz Önre.

# Az okostelefonok egyre jelentősebb vásárlási helyszínt képviselnek



**A VÁSÁRLÁSHOZ  
KATTINTSON IDE**

**24%**

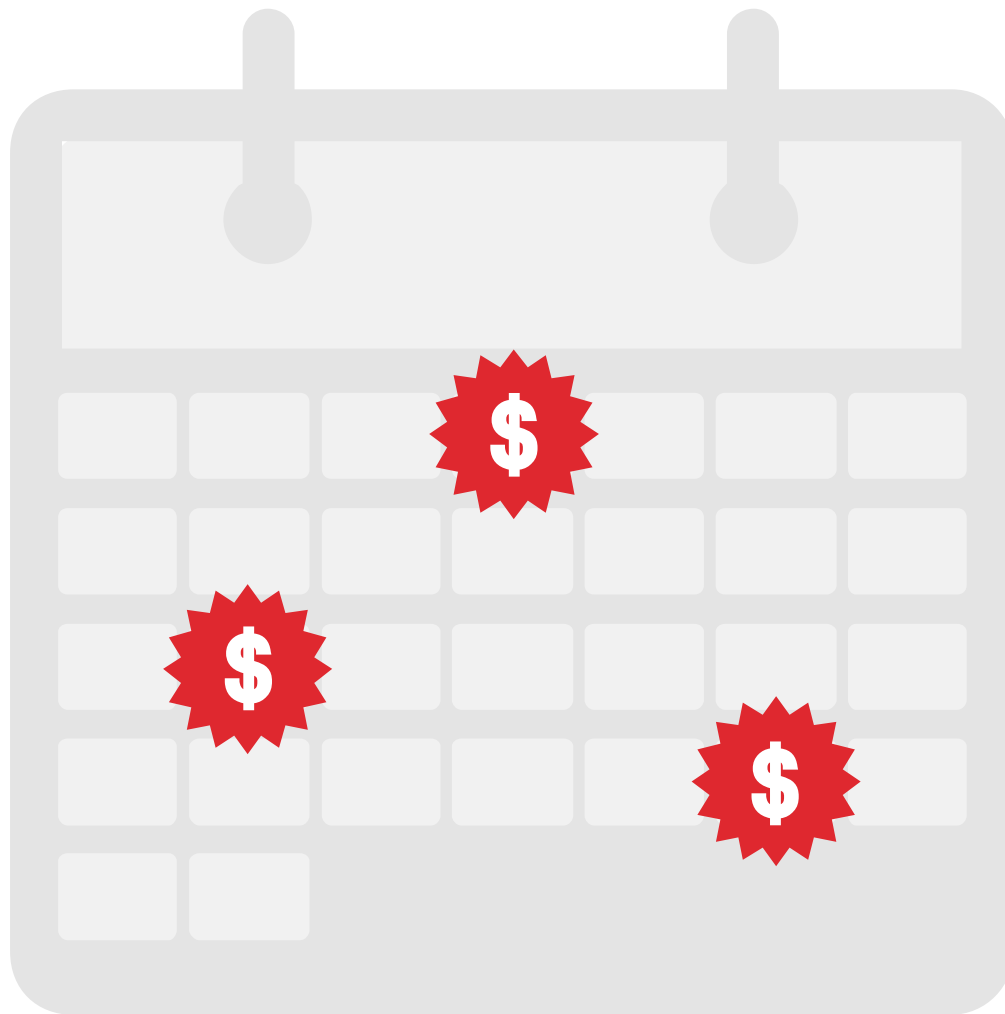
okostelefon-használó  
vásárolt már terméket  
vagy szolgáltatást telefonjáról

**48%**

ezek közül az okostelefont használó  
vásárlók közül végzett vásárlást  
a múlt hónapban

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000  
44. kérdés: Vásárolt már okostelefonján terméket vagy szolgáltatást az interneten keresztül? Terméken vagy szolgáltatáson minden megvásárolható dolgot értünk, az alkalmazásokat kivéve.  
Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik a telefonjukról interneten keresztül vásároltak, n=242  
45. kérdés: Vásárolt valamit okostelefonja segítségével az elmúlt hónap során?

# Az okostelefonos vásárlók gyakran vesznek is valamit



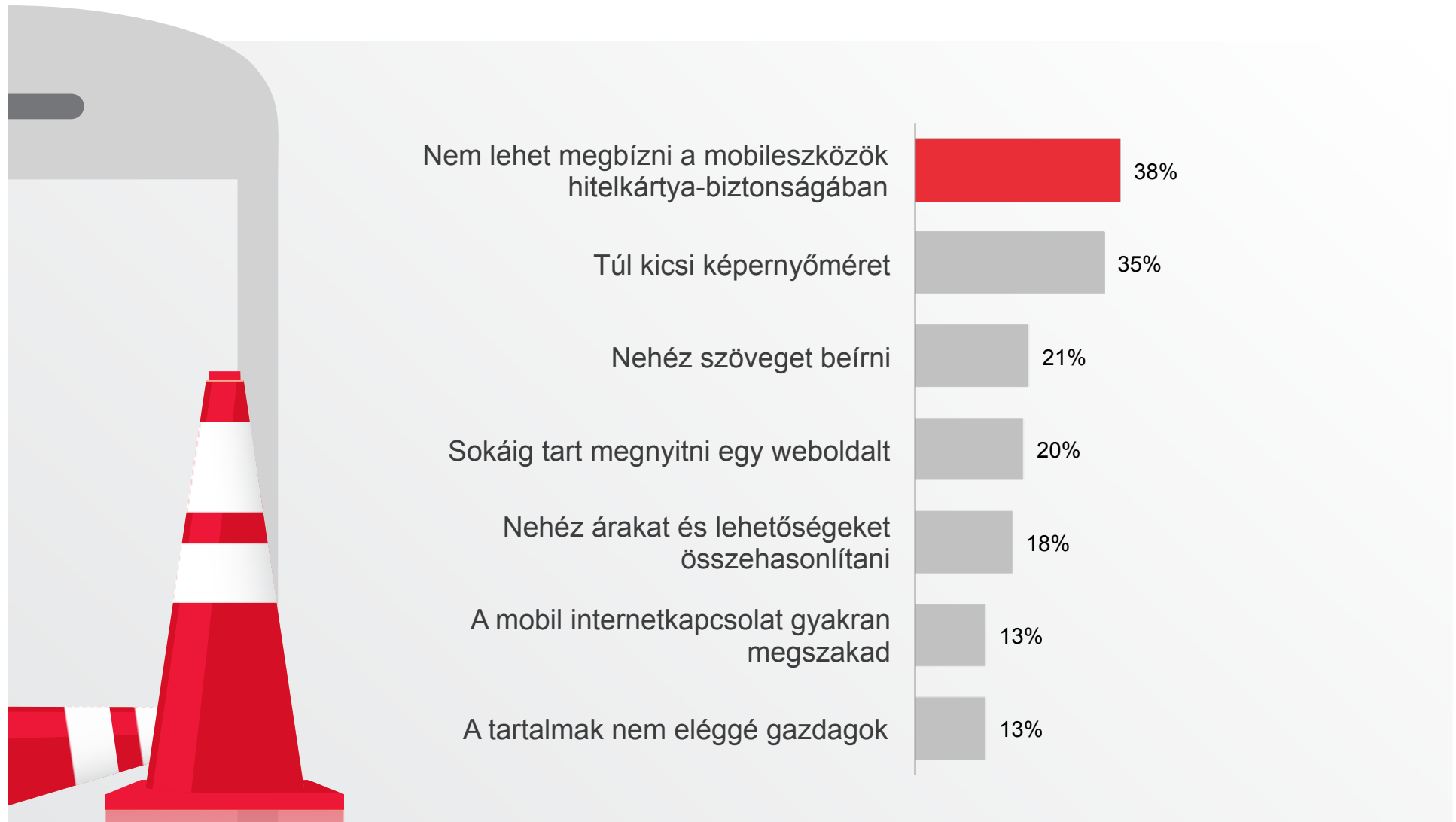
# 54%

havonta legalább egyszer  
hajt végre mobilos vásárlást

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik a telefonjukról interneten keresztül vásároltak, n=242

47. kérdés: Milyen gyakran vásárol okostelefonján valamilyen terméket vagy szolgáltatást?

# A mobilos kereskedelemnek vannak még korlátai



Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik NEM vásároltak a telefonjukról interneten keresztül, n=758

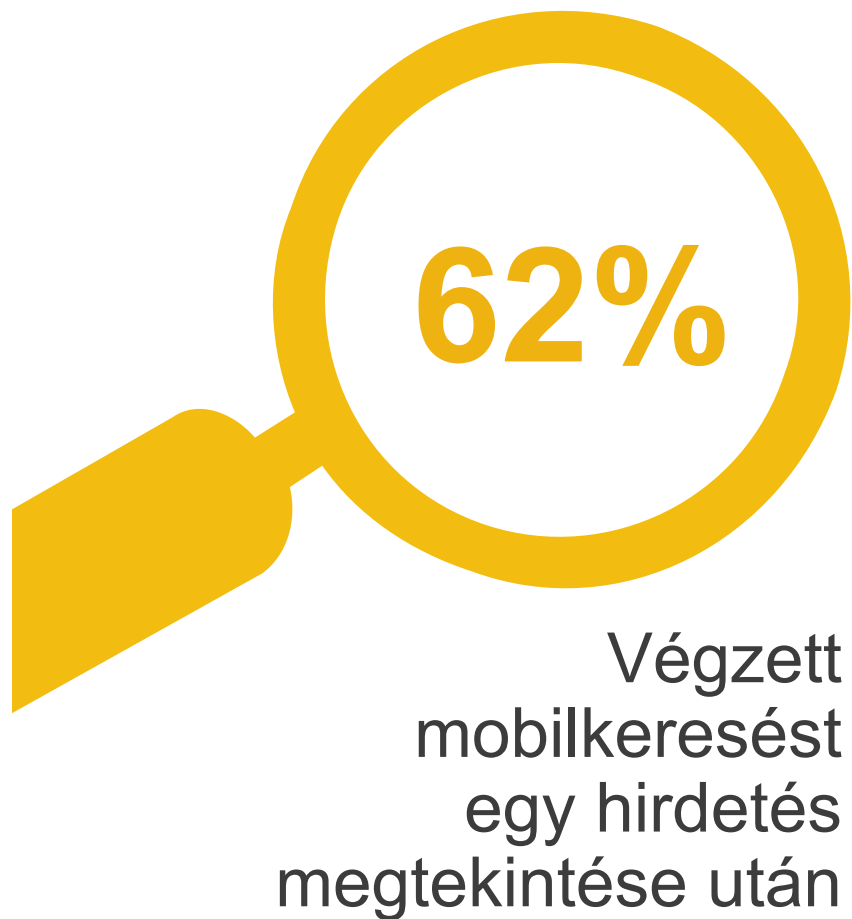
46. kérdés: Miért nem vásárolt még okostelefonja segítségével? – a 7 legnépszerűbb válasz

Az okostelefonok  
segítségével a hirdető  
kapcsolatba léphetnek  
ügyfeleikkel





# Az offline hirdetés megjelenítések mobilkeresésekhez vezetnek



## Hirdetés helye



Tv  
**54%**



Üzlet/vállalkozás  
**52%**



Magazinok  
**46%**



Plakátok/hirdetőtáblák  
**36%**



# 86%

az okostelefon-használók  
közül ennyien **veszik észre**  
a mobilhirdetéseket

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják okostelefonjukon, n=1000

41. kérdés: Milyen gyakran veszi észre a hirdetéseket, miközben böngészőt vagy valamilyen alkalmazást használ okostelefonján? (Ha ez egyáltalán előfordul)

# A mobilhirdetések hatással vannak ránk



44%

Alkalmazás  
használata közben

53%

Webhelyen  
töltött  
idő alatt



21%

Keresőmotor  
használata közben

30%

Videó  
megtekintése  
közben



## Hol veszik észre a mobilhirdetéseket

Webhelyen töltött idő alatt

53%

Alkalmazás használata  
közben

44%

Videó megtekintése közben

30%

Keresőmotor használata  
közben

21%

Videomegosztó webhelyen  
töltött idő alatt

18%

Egy kereskedő webhelyén  
eltöltött idő alatt

17%

Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, és akik legalább néha észrevesznek hirdetéseket, n=863

42. kérdés: Okostelefonja használata közben hol vett már észre hirdetéseket?

A Google bizalmas és saját tulajdonú információi

35

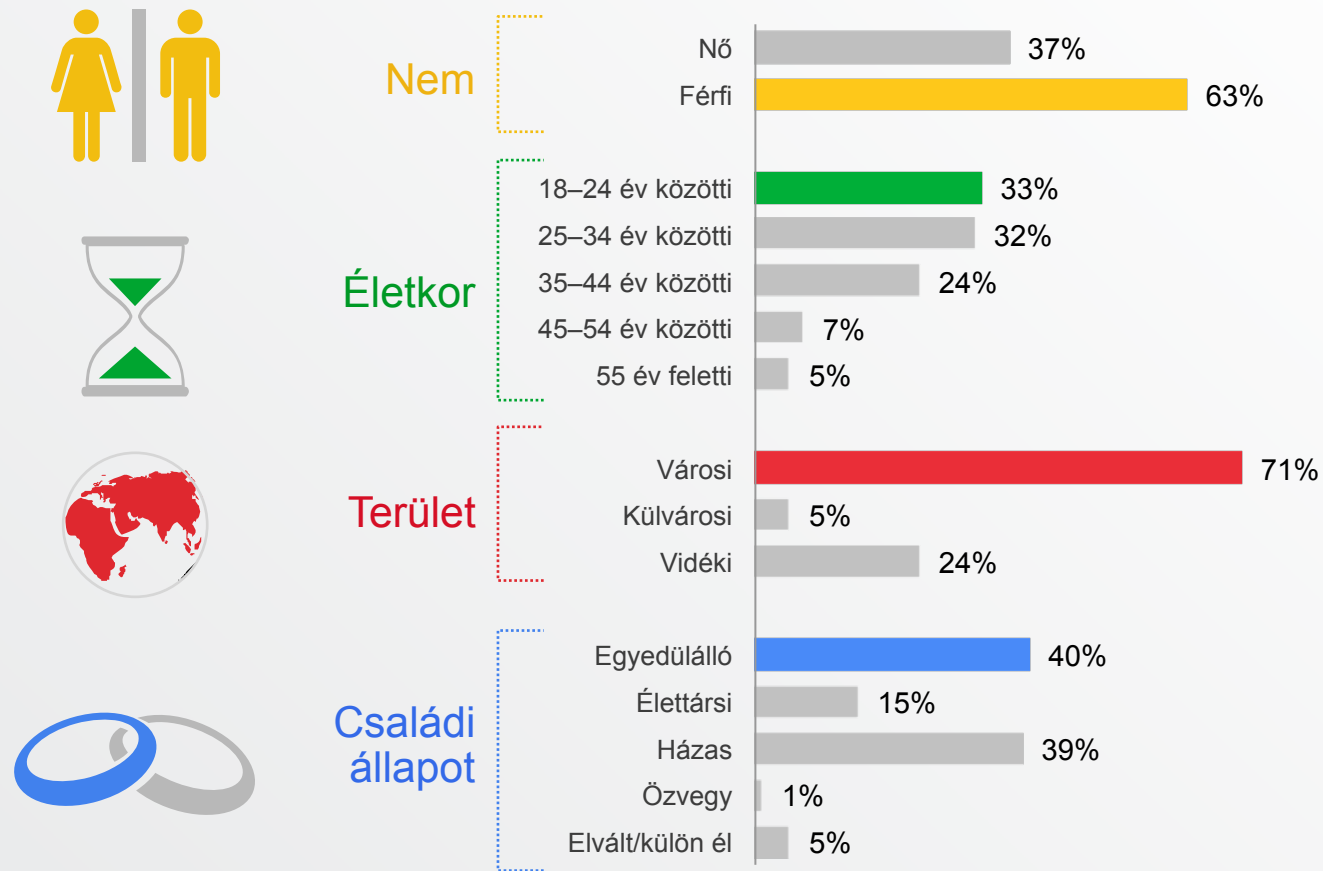
Háttér



# Kutatási módszertan

- Az Ipsos MediaCT vállalattal együttműködve összesen 1000 olyan magyar felnőtt (18-64 év közötti) internethasználót kérdeztünk meg, akik magukról azt állították, hogy okostelefont használnak az internet eléréséhez
- Az eloszlás országos szintű reprezentatív felmérésnek felel meg, az adatokat pedig kor, nem, régió, az okostelefon márkája, a mobilinternet használati gyakorisága és a táblagéphasználat alapján súlyoztuk
- Az okostelefon meghatározása: „fejlett, gyakran számítógépekre jellemző funkciókkal rendelkező, vagy alkalmazások letöltésére képes mobiltelefon”
- A válaszadóknak számos különböző kérdést tettünk fel az eszközhasználatról, a mobilkeresésekkel, a videók megtekintésével, a közösségi, webes és vásárlási szokásokkal, illetve a mobilhirdetésekkal kapcsolatban
- Az interjúk 2013 1. negyedévében készültek

# Demográfia

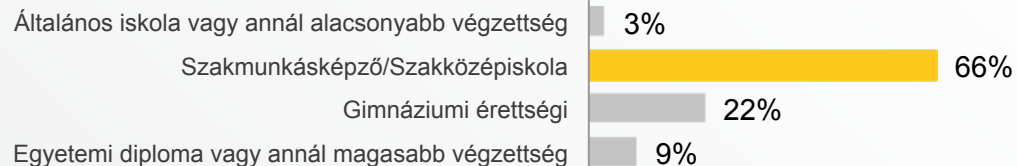




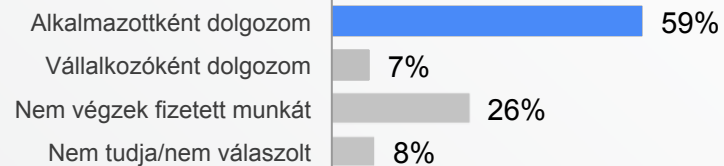
# Demográfia



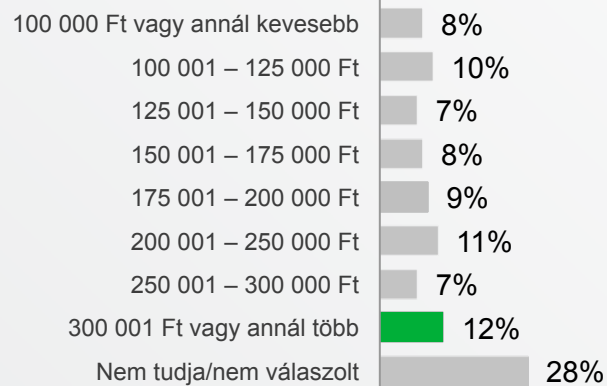
## Végzettség



## Foglalkoztatási állapot



## Jövedelem



Alapja: Okostelefon-használók, akik az internetet általánosságban használják, n=1000  
D4. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége? D5. Az alábbiak közül melyik vonatkozik legjobban az Ön foglalkoztatási állapotára? D8. Mely tartomány közelíti meg legjobban háztartásának teljes éves bruttó jövedelmét (az adók, a társadalombiztosítás, a nyugdíj járulék stb. levonása nélkül)?