



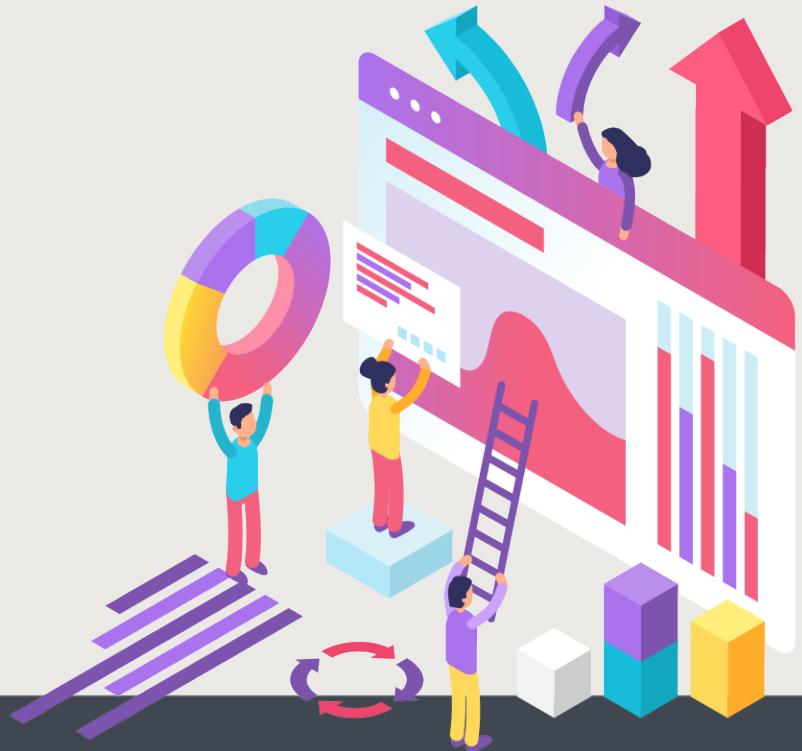
ISTRAŽIVANJE STAVOVA
OPĆE JAVNOSTI

Percepcija komunikacijske industrije

hura!

Ipsos, kolovoz 2019.

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

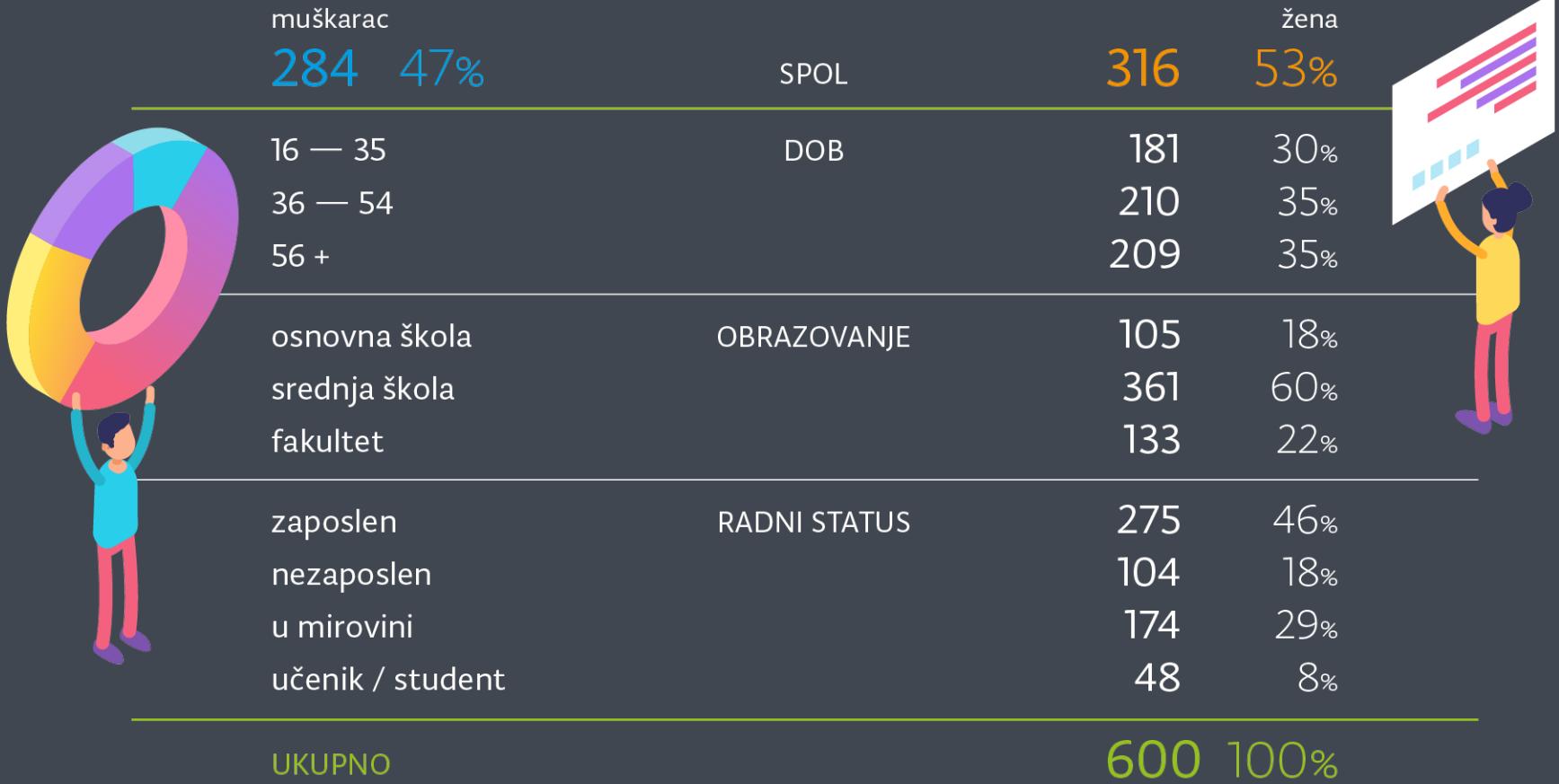


hura!

CILJ ISTRAŽIVANJA

Razumijevanje i percepcija
strukture tržišnog komuniciranja,
privlačnosti rada u industriji
te stavova o oglašavanju.

Reprezentativan uzorak hrvatske javnosti





Imidž struke
ocijenjen **pozitivno**

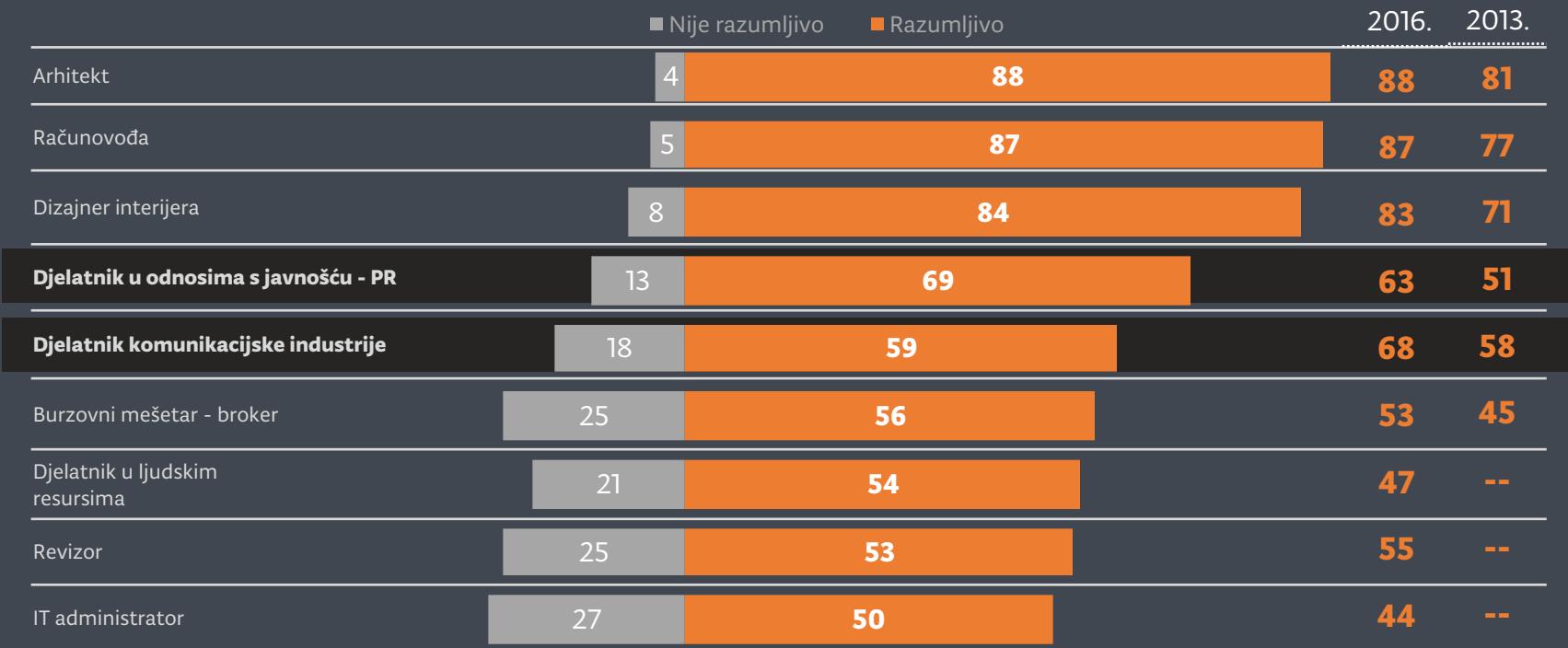
Oko

60%

ispitanika smatra da znaju
što točno rade djelatnici
komunikacijske industrije

hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNIKIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES



hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNIKIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Glavnim se aktivnostima djelatnika komunikacijske industrije smatraju zadaci reklamiranja, odnosno **promocije te prodaje i marketinga.**





Imidž stroke ocijenjen je pozitivno;

iako polovica ispitanika nema želju za radom u marketinškoj agenciji, njih čak

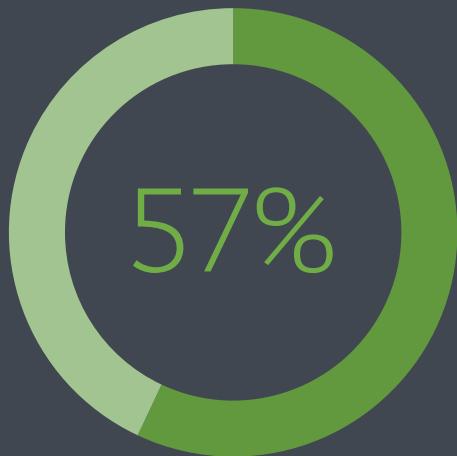
57%

preporučilo bi ga drugima

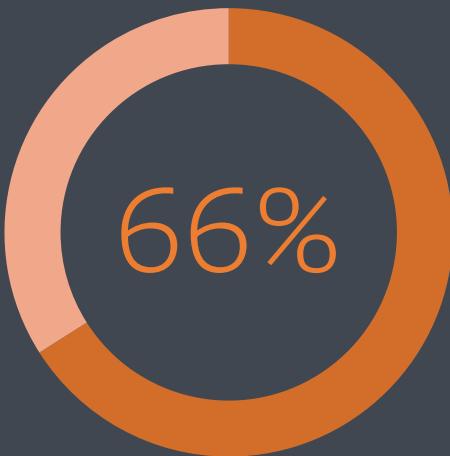
hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

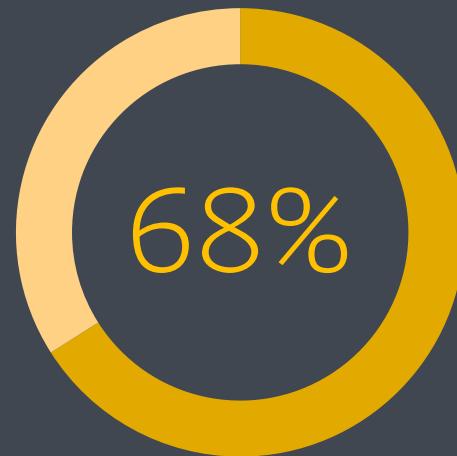
Preporuka rada u komunikacijskoj industriji



2019



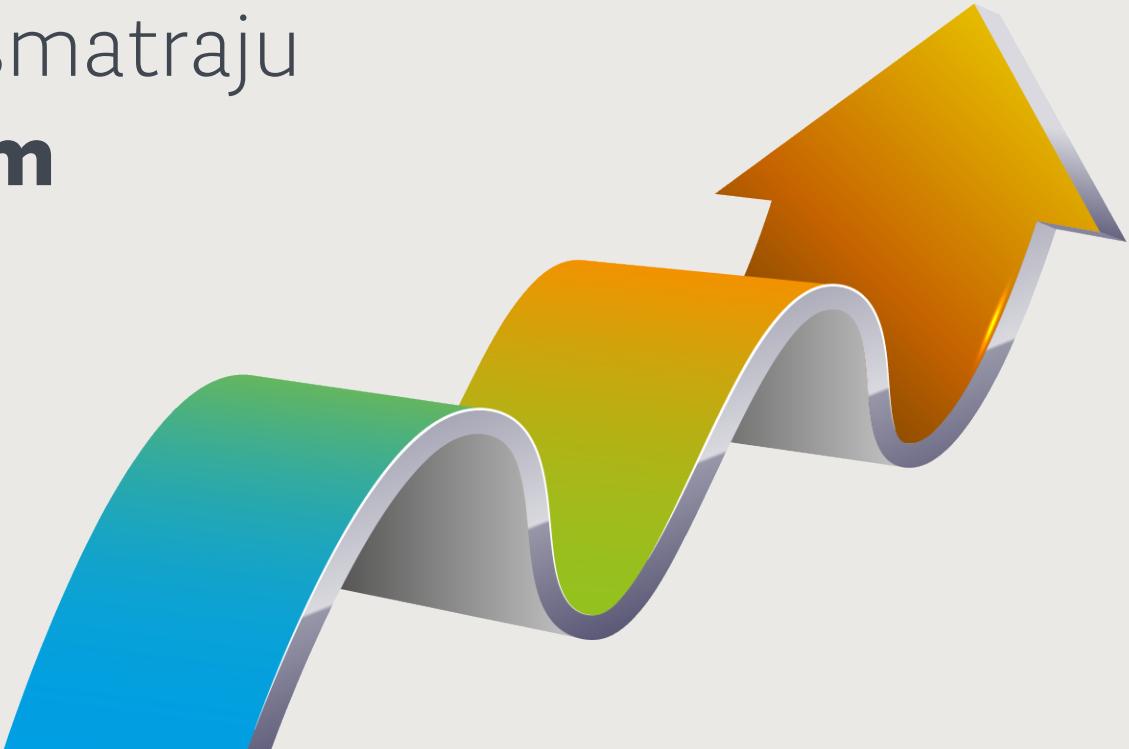
2016

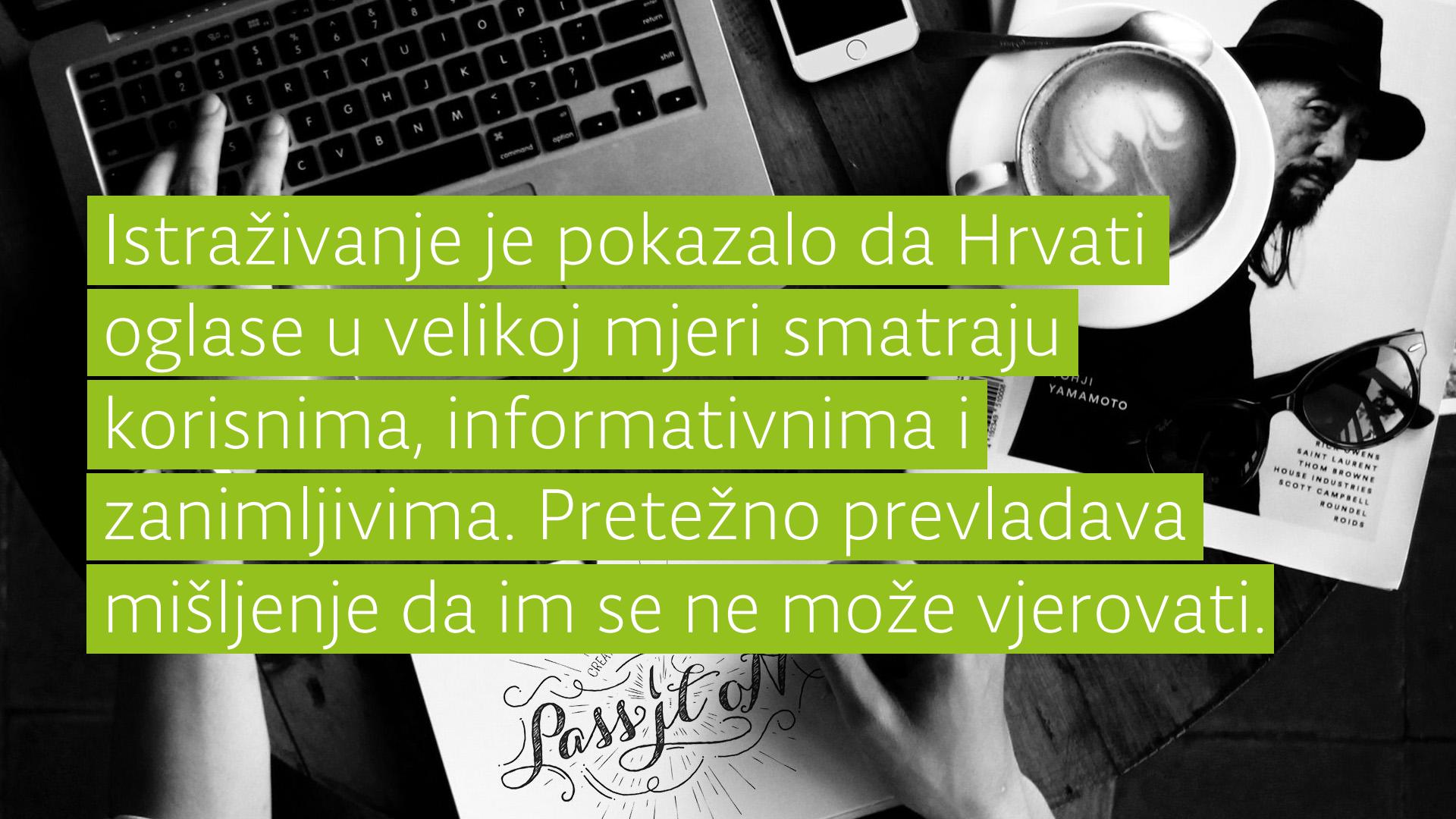


2013

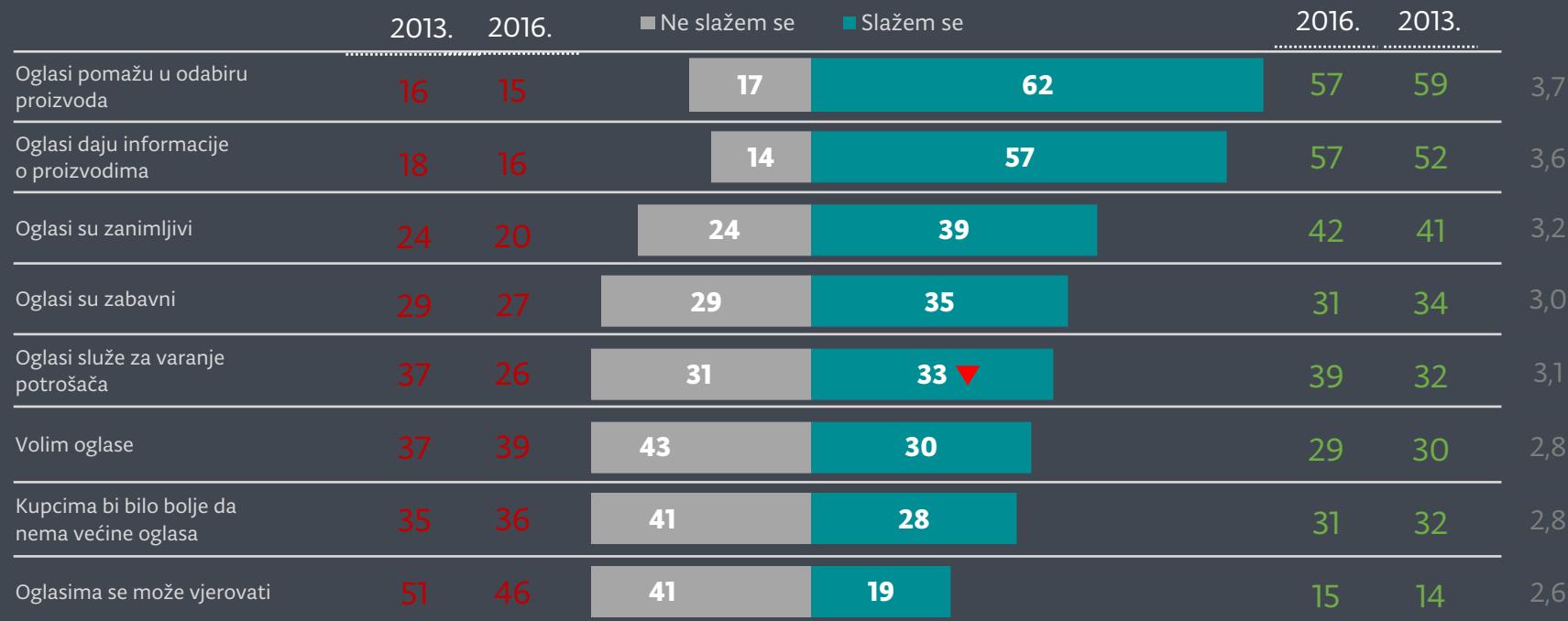
KONTINUIRAN PORAST POZITIVNE PERCEPCIJE OGLAŠAVANJA

Hrvati oglase smatraju
informativnim
i korisnima





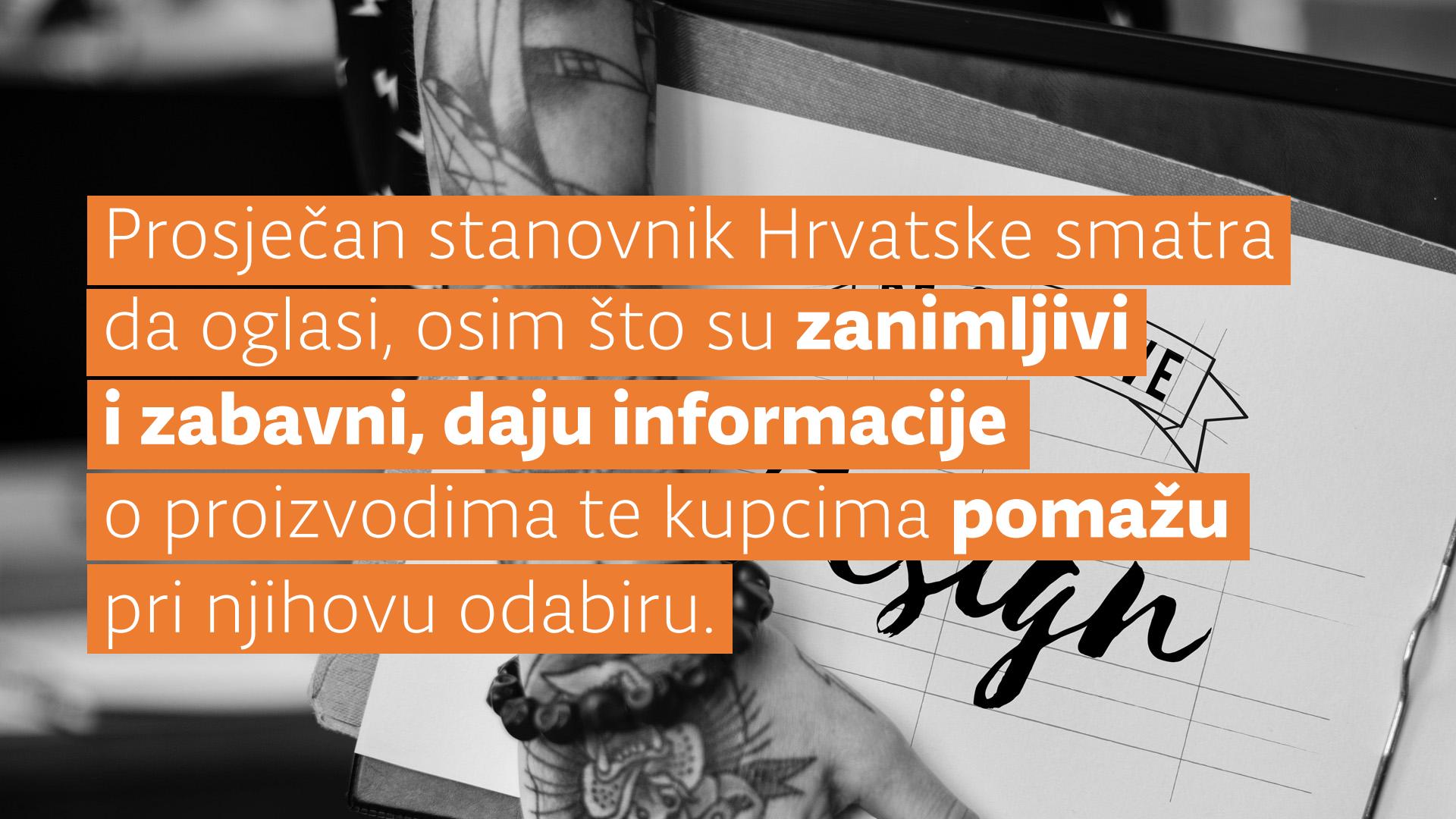
Istraživanje je pokazalo da Hrvati oglase u velikoj mjeri smatraju korisnima, informativnima i zanimljivima. Pretežno prevladava mišljenje da im se ne može vjerovati.



Statistički značajno **više/niske**
u odnosu na 2016.

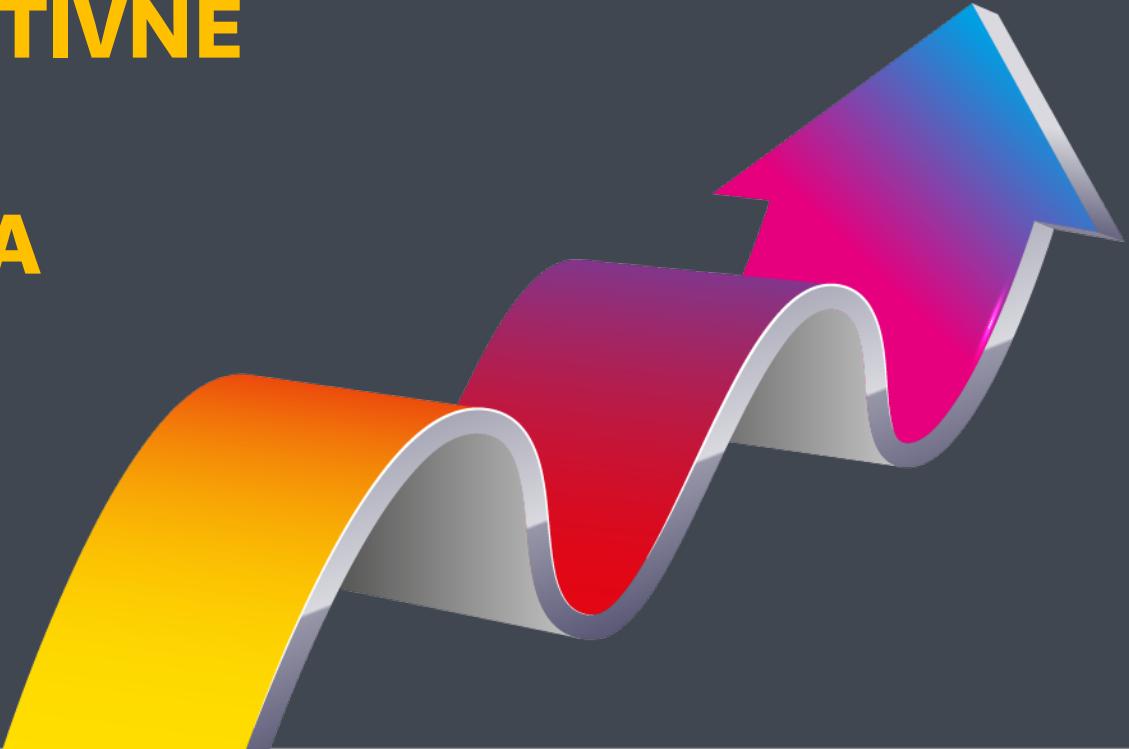
hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNIKIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES



Prosječan stanovnik Hrvatske smatra
da oglasi, osim što su **zanimljivi**
i zabavni, daju informacije
o proizvodima te kupcima **pomažu**
pri njihovu odabiru.

**KONTINUIRAN
PORAST POZITIVNE
PERCEPCIJE
OGLAŠAVANJA**



Mišljenje o oglasima

Oglasi su **pozitivni** jer mi pomažu da dobijem informacije o različitim proizvodima pa lakše mogu odlučiti koji proizvod je najbolji za mene.

2019



2016



2013



Oglasi su **negativni** jer nameću mišljenje potrošačima.



hura!

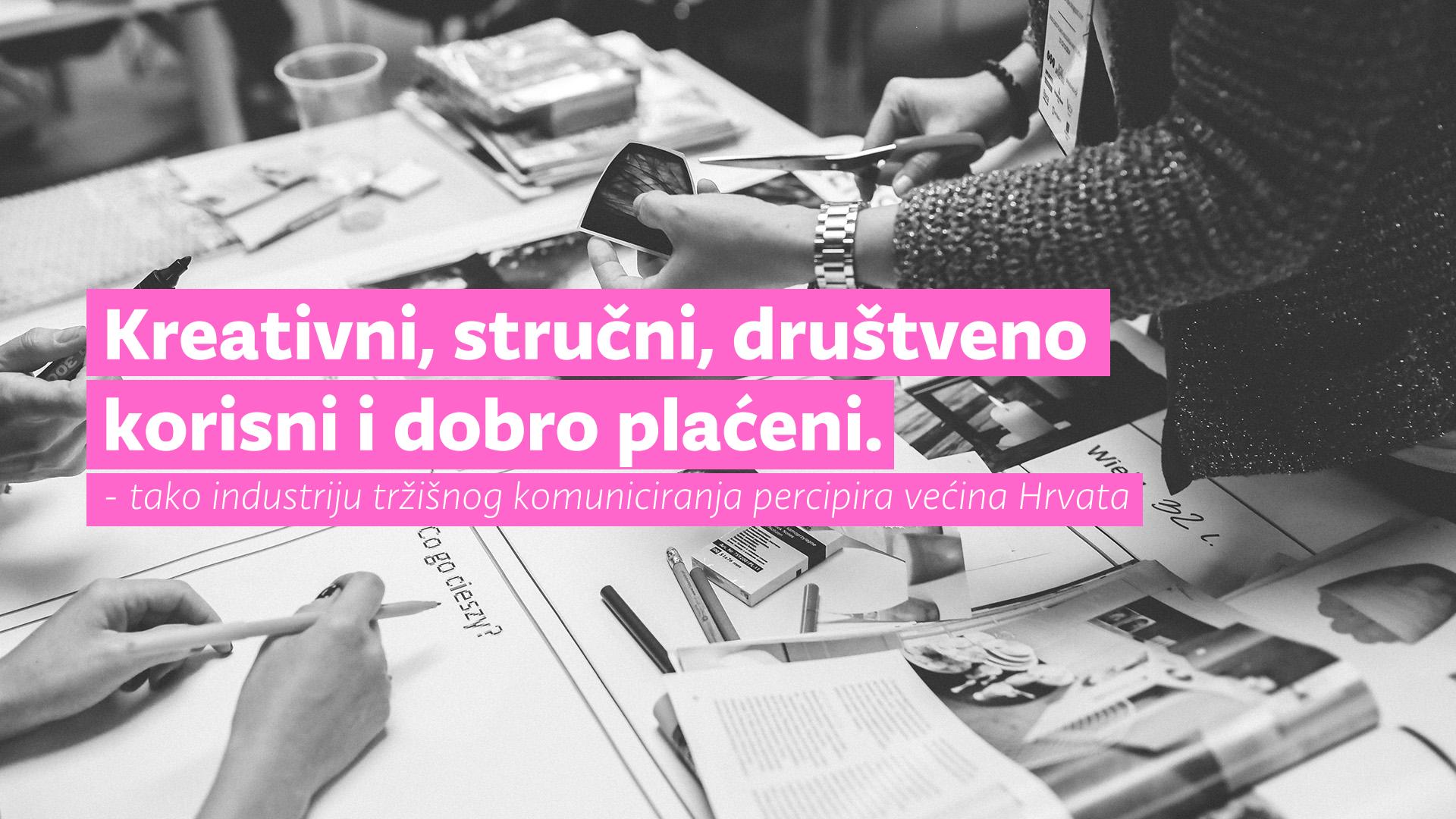
lako je negativan stav da oglasi potrošačima nameću mišljenje još uvijek prisutan, primjetan je trend pada takvog stava – 36% ispitanika smatra da su oglasi negativni, dok ih

61%

doživljava pozitivnima i korisnima, što je čak 6% više u odnosu na 2013. godinu

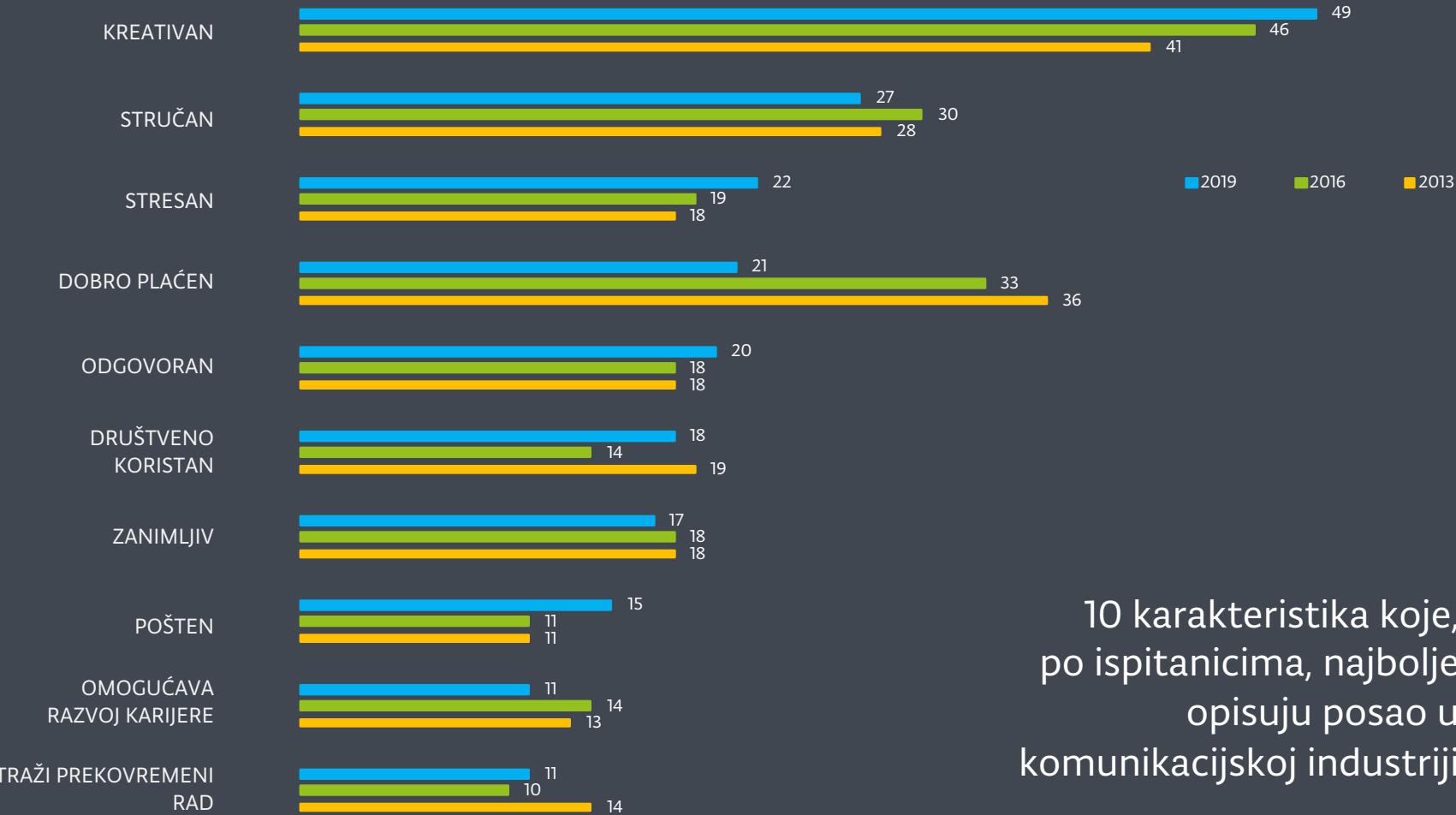
hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES



Kreativni, stručni, društveno korisni i dobro plaćeni.

- tako industriju tržišnog komuniciranja percipira većina Hrvata

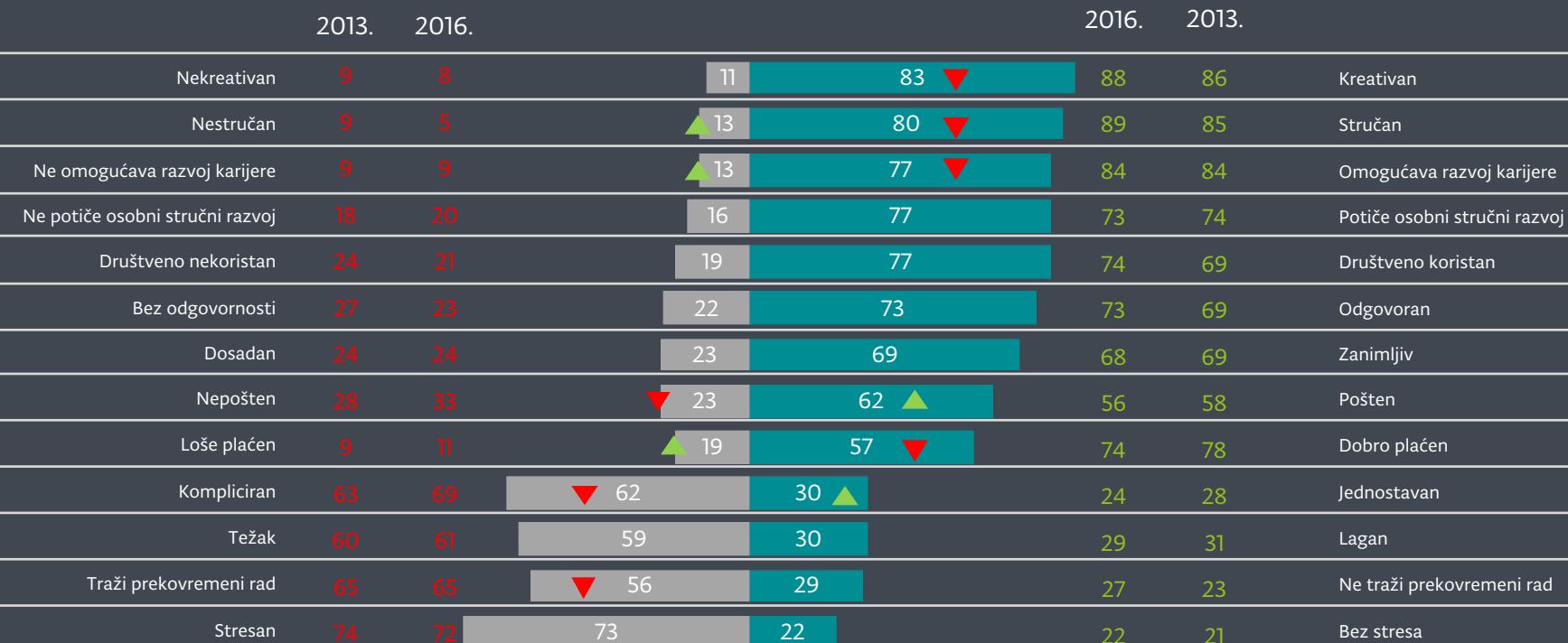


10 karakteristika koje,
po ispitanicima, najbolje
opisuju posao u
komunikacijskoj industriji

Rad u marketinškoj agenciji u očima javnosti prvenstveno se percipira kao **kreativan**, a zatim i **stručan, dobro plaćen, odgovoran i društveno koristan posao** koji zaposlenicima omogućava da se profesionalno razvijaju, no istovremeno je – pokazalo je istraživanje – riječ o stresnom i složenom poslu koji iziskuje mnogo odgovornosti.

Odgovori ispitanika na pitanje koja se karakteristika više odnosi na posao djelatnika komunikacijske industrije.

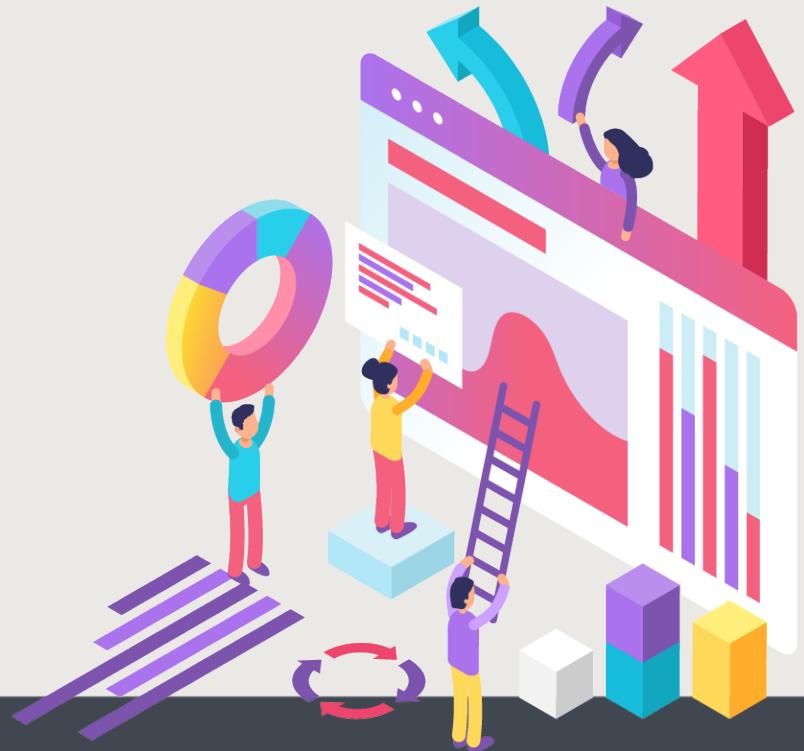
 Statistički značajno više/nije
 u odnosu na 2016.



hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNIKIRANJE
 CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

ZAKLJUČCI



hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Više od

60%

Hrvata oglase doživljava pozitivnima
– smatraju da **oglassi informiraju**
i pomažu pri odabiru.

hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Oko

60 %

**ispitanika smatra da znaju što
točno rade djelatnici komunikacijske
industrije** – navode zadatke
reklamiranja, promocije, prodaje
i marketinga.

hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNIKIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Imidž struke ocijenjen je pozitivno – iako polovica ispitanika nema želju za radom u marketinškoj agenciji, **njih čak**

57%

preporučilo bi ga drugima!

hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Dok 36 % ispitanika smatra
da su oglasi negativni, **njih**

61%

doživljava ih pozitivnima i korisnima,
što je, uz **kontinuiran rast pozitivne
percepcije**, čak 11 % više u odnosu
na 2013. godinu.

hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Tipičnim se zaposlenicima agencija smatraju kreativne i stručne mlade, visokoobrazovane osobe koje rade **odgovoran i naporan, ali dobro plaćen posao** koji im omogućava razvoj i napredak.



hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES

Kvantitativno istraživanje proveo
je **Ipsos** u kolovozu 2019. godine.

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries.

Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FRO000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance apply to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

GAME CHANGERS



Hvala na pažnji

hura!

HRVATSKA UDRUGA DRUŠTAVA ZA TRŽIŠNO KOMUNICIRANJE
CROATIAN ASSOCIATION OF COMMUNICATIONS AGENCIES