

NetObserver® Italia – Autunno 2007

Modello Pubblicitario

Sommario

Presentazione dello studio	P3
Metodologia dello studio	P4
Fattori che influenzano la decisione d'acquisto	P5
Comportamento nei confronti del marketing diretto e della pubblicità online	P6
Percezione della pubblicità su Internet	P7
Percezione della pubblicità sul sito	P8
Largo consumo	P9
Auto-Moto	P12
Finanza	P15
Viaggi-Turismo	P17
Contatti	

Presentazione dello studio

Periodo di rilevazione dell'inchiesta

Dal 24 settembre al 9 dicembre 2007

Numero di rispondenti sito

116 rispondenti

Numero di rispondenti totale NetObserver® - Modello Pubblicitario

13256 rispondenti

Metodologia dello studio

Universo di riferimento

Navigatori nazionali, di età maggiore o uguale a 15 anni, indipendentemente dal luogo di connessione ad Internet: domicilio, lavoro, scuole, università, luoghi pubblici...

Modalità di raccolta dei dati

Inchiesta online sottoposta ai navigatori tramite pop-up, formati pubblicitari (banner, bottoni, skyscraper...) o link editoriali sui siti e/o tramite newsletter dei siti partner

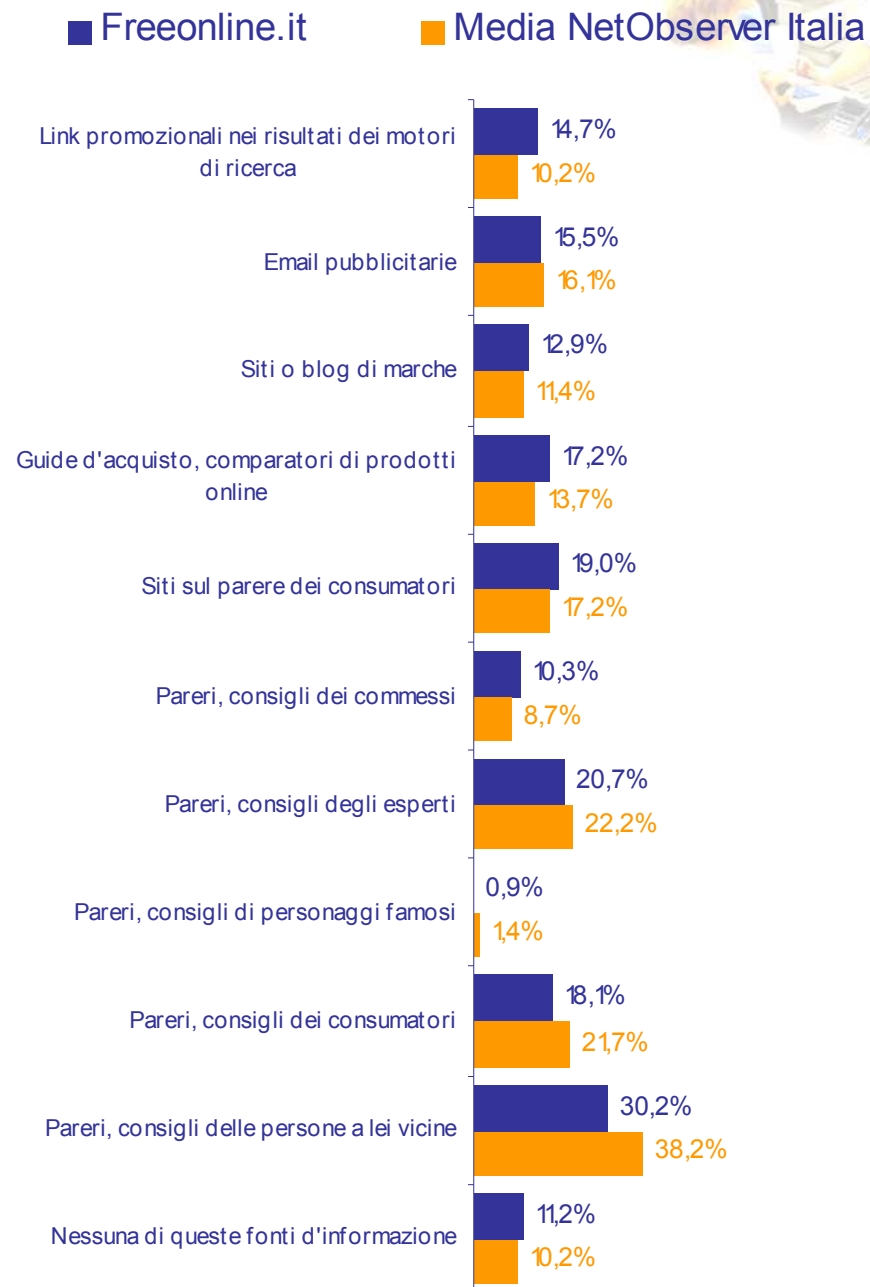
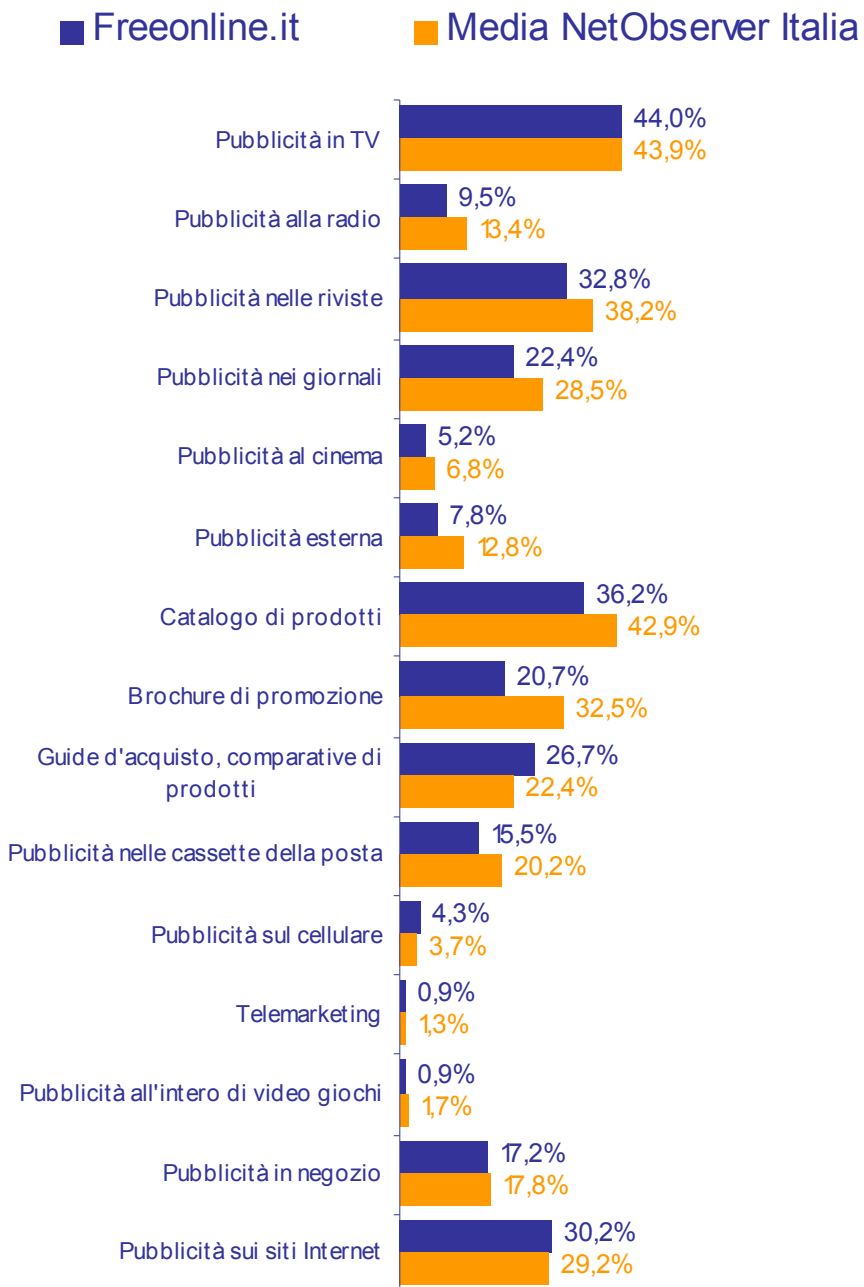
Metodologia di profilazione dei visitatori

Metodologia « in situ »: profilo dei visitatori stabilito sulla base dei navigatori “catturati” direttamente ed esclusivamente sui siti partecipanti all’inchiesta

Trattamento dei risultati

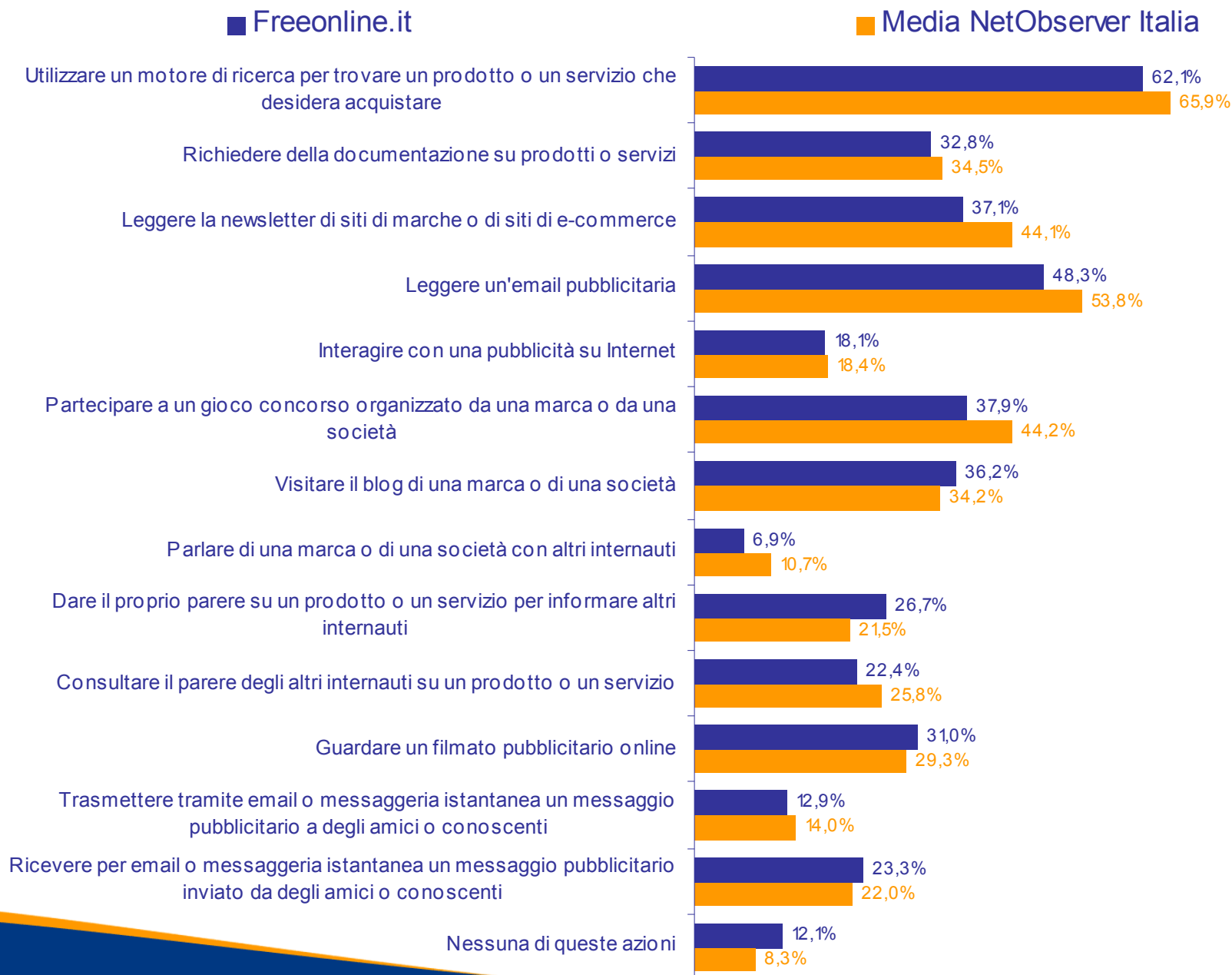
- Eliminazione dei questionari doppi e incompleti
- Test di coerenza: eliminazione dei questionari “insensati” o compilati troppo velocemente

Fattori che influenzano la decisione d'acquisto



Comportamento nei confronti del marketing diretto e della pubblicità online: Operazioni effettuate su Internet nel corso degli ultimi 6 mesi

Online Advertising

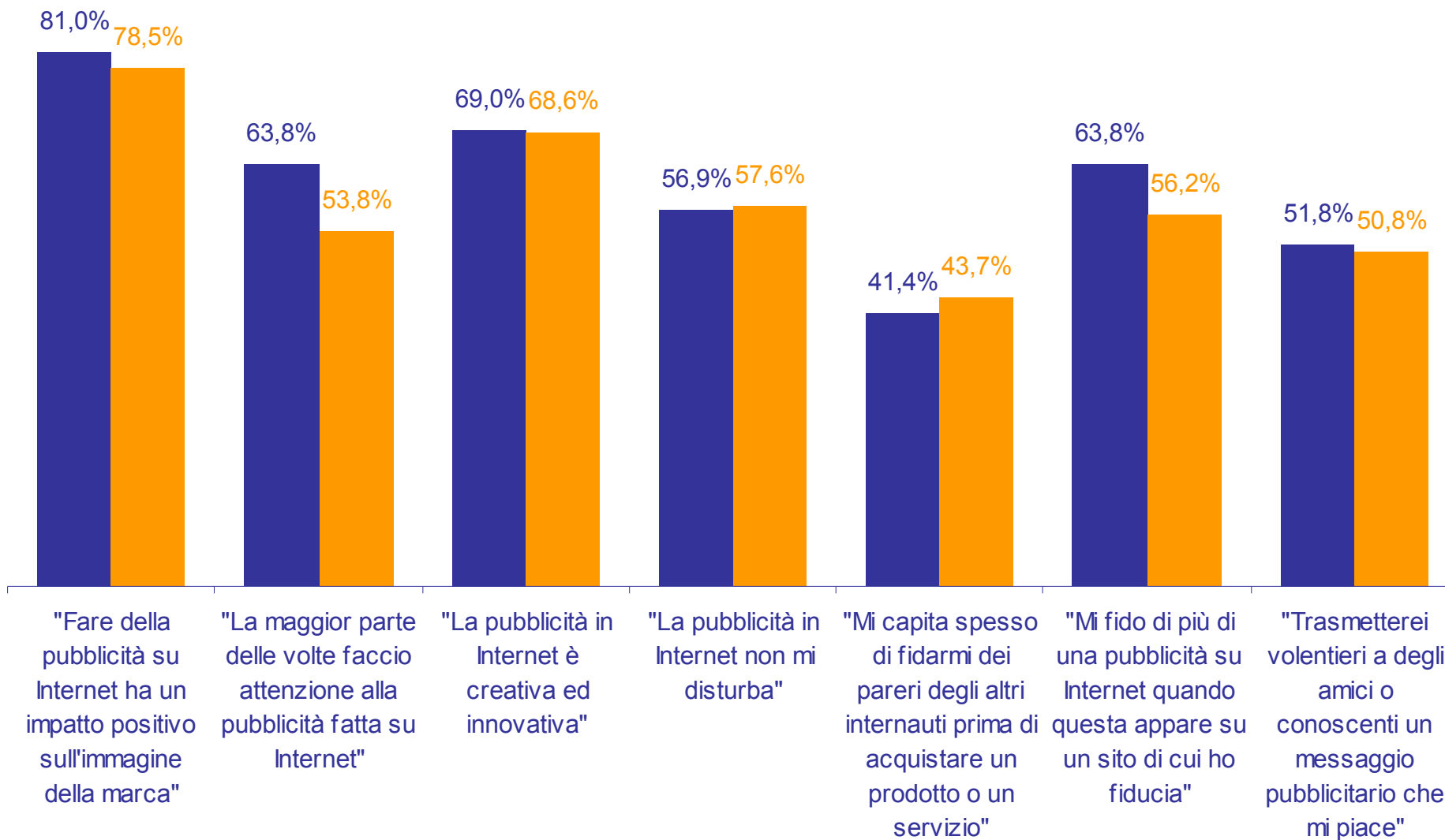


Percezione della pubblicità su Internet: Totale in accordo

Online Advertising

■ Freeonline.it

■ Media NetObserver Italia

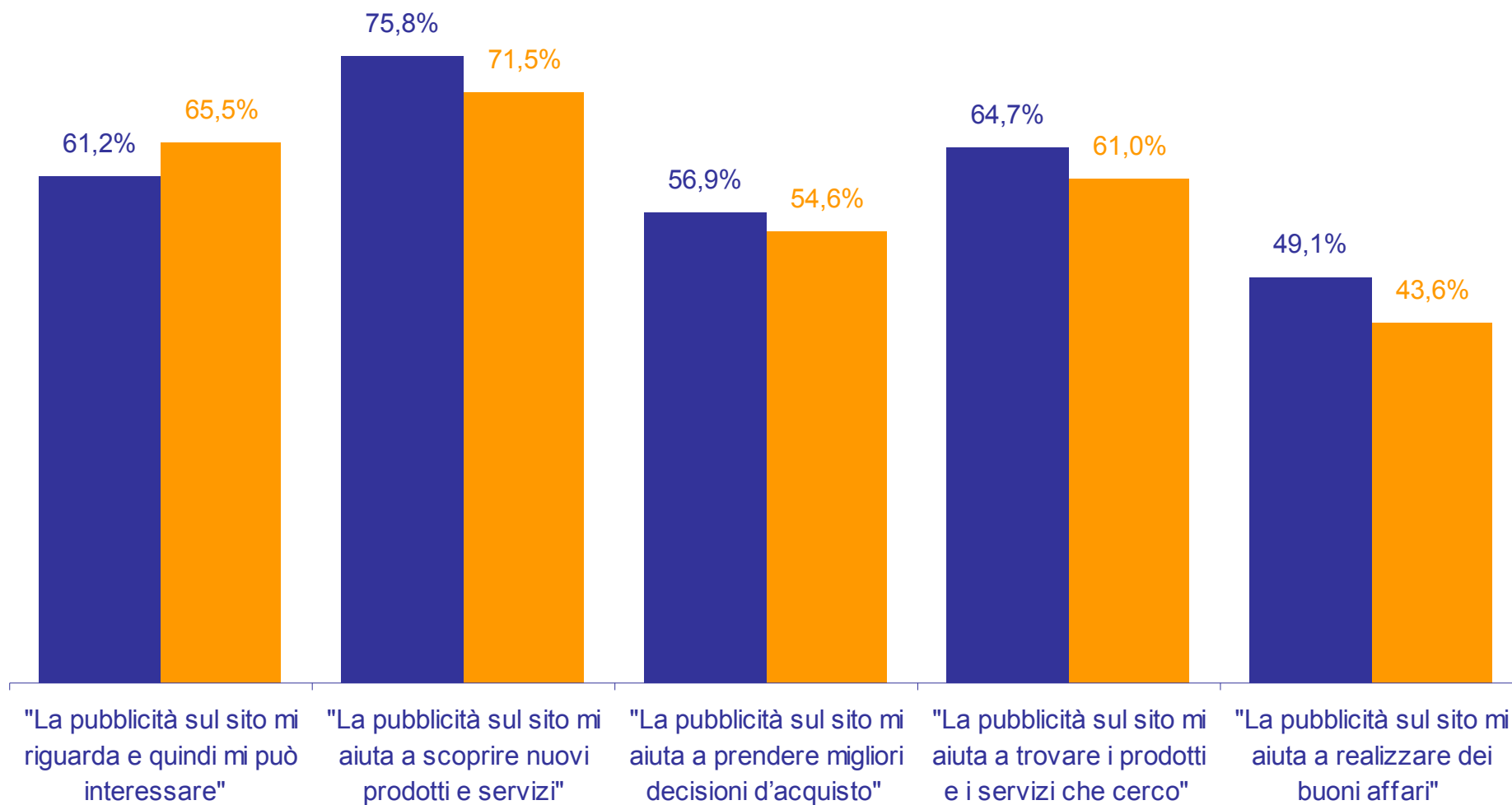


Percezione della pubblicità sul sito: Totale in accordo

Online Advertising

■ Freeonline.it

■ Media NetObserver Italia

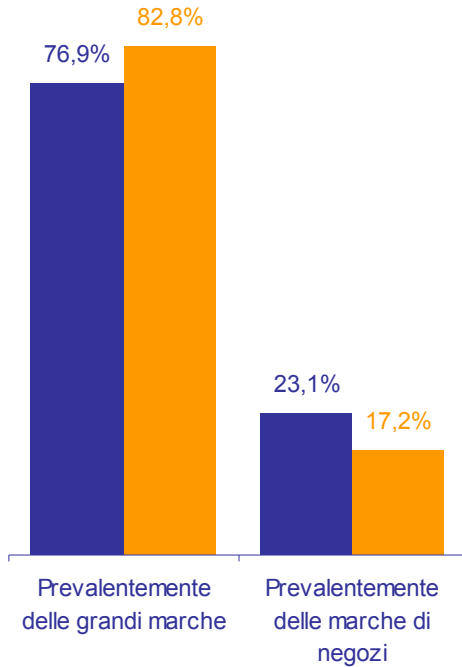


Largo consumo: Ripartizione degli acquisiti tra grandi marche e marche di negozi (1) (Base: rispondenti tranne "non so" e "non interessato")



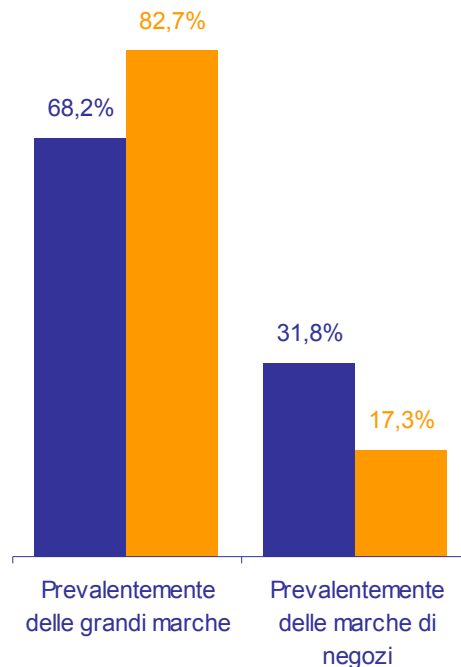
Dotazioni multimediali

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia



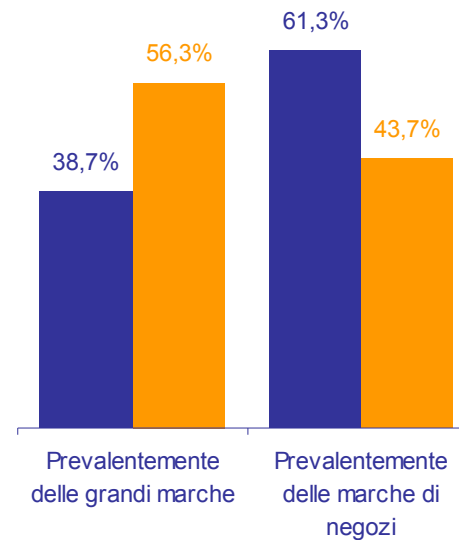
Elettrodomestici

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia



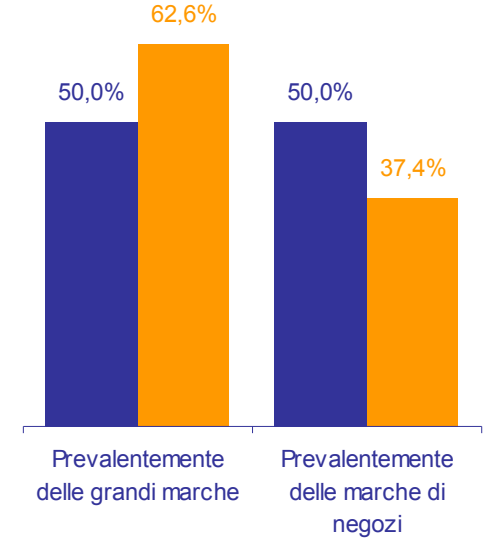
Abbigliamento

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia



Sport

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia

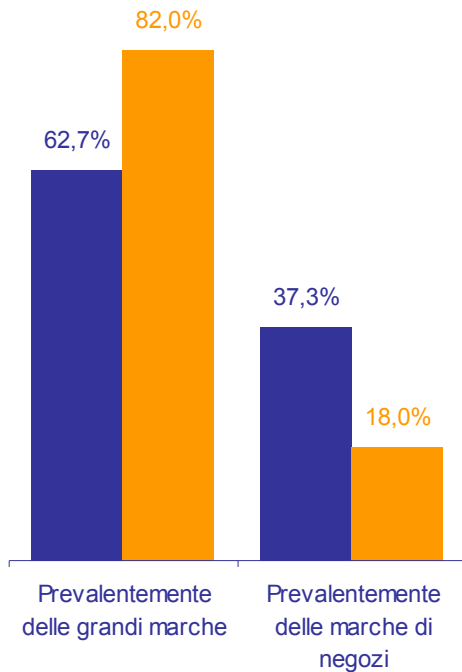


Largo consumo: Ripartizione degli acquisiti tra grandi marche e marche di negozi (2) (Base: rispondenti tranne "non so" e "non interessato")



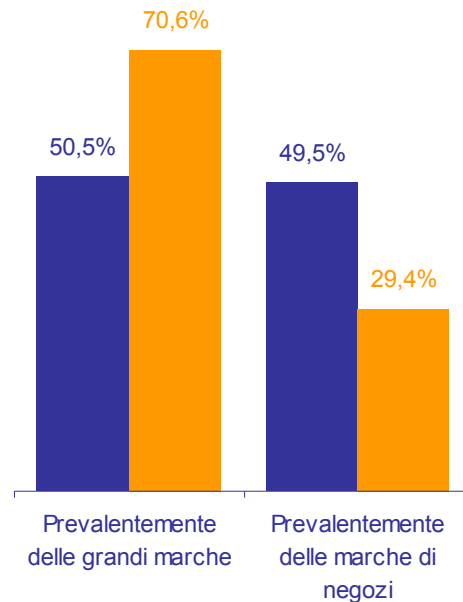
Profumi

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia



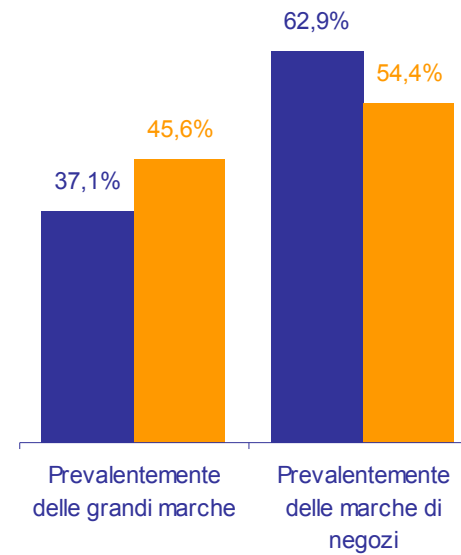
Prodotti per l'igiene e la bellezza

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia



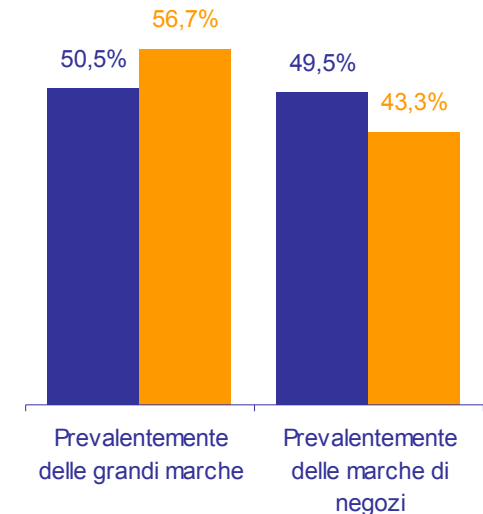
Prodotti per la pulizia della casa

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia



Alimentazione

■ Freeonline.it ■ Media NetObserver Italia

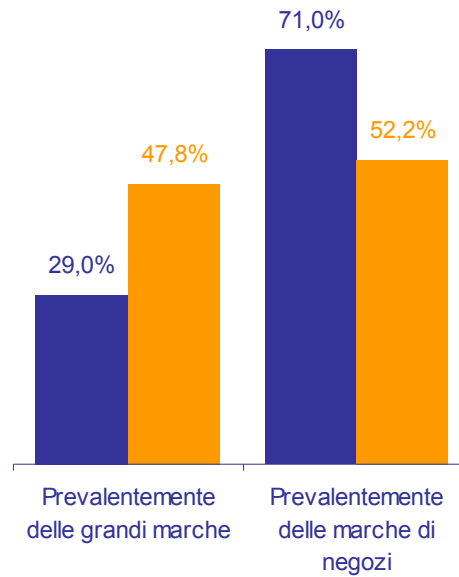


Largo consumo: Ripartizione degli acquisiti tra grandi marche e marche di negozi (3) (Base: rispondenti tranne "non so" e "non interessato")



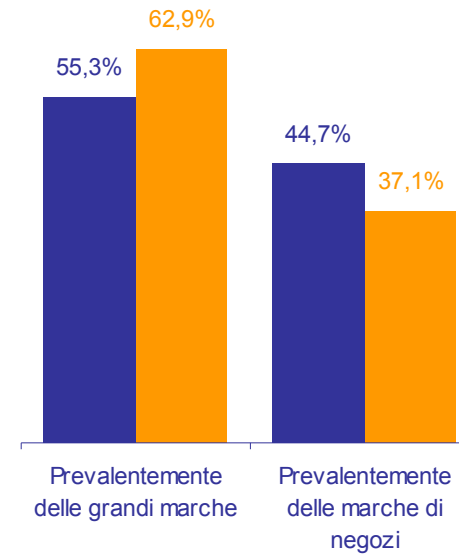
Alimentazione per animali domestici

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia



Bevande

■ Freeonline.it
■ Media NetObserver Italia

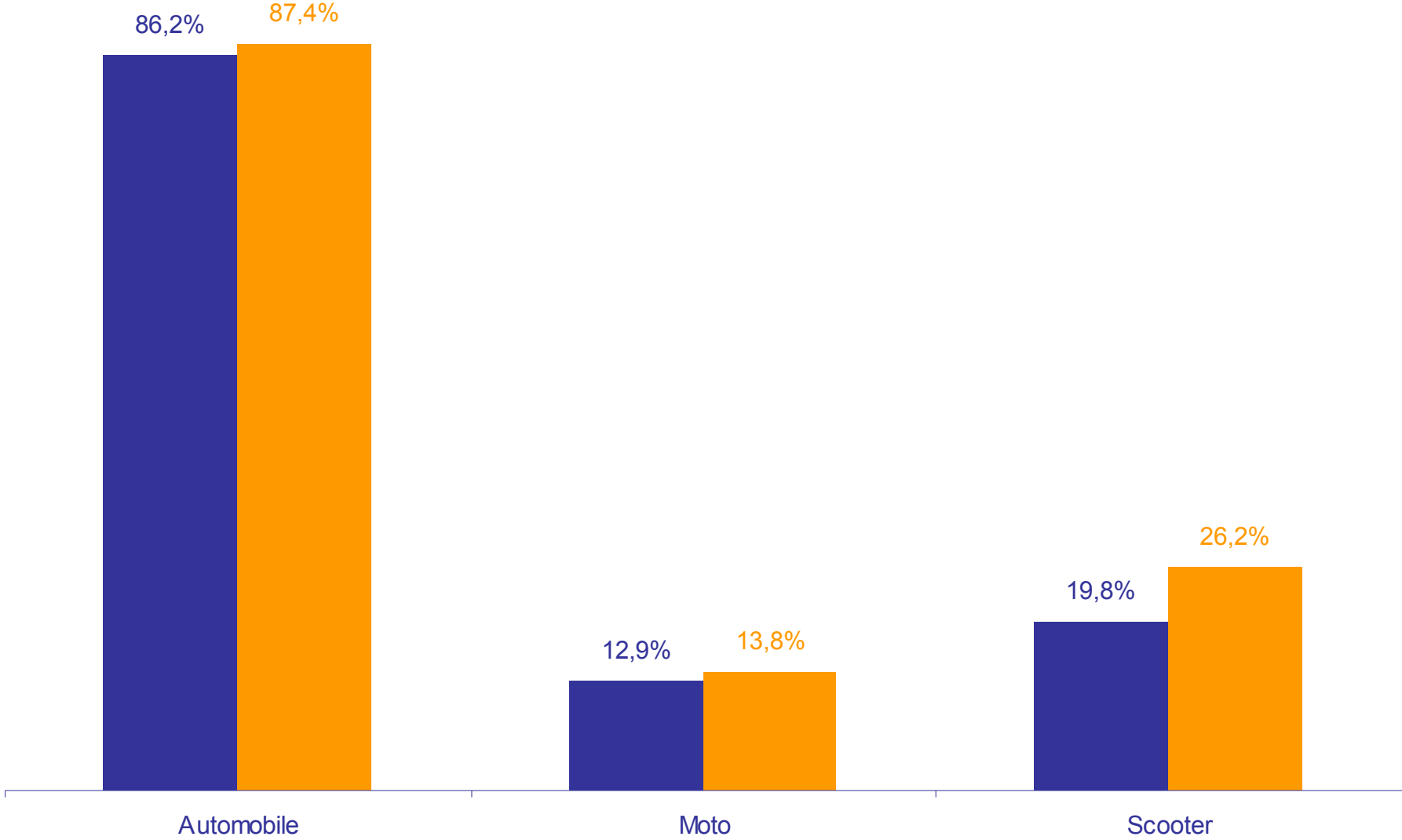


Auto-Moto: Auto-moto in possesso



■ Freeonline.it

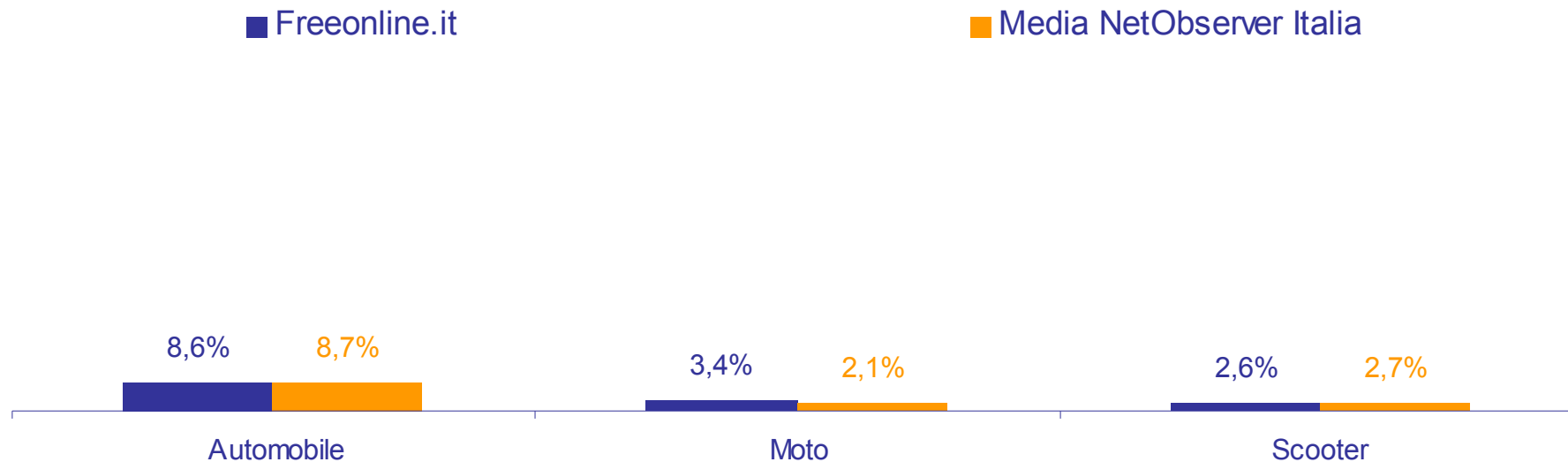
■ Media NetObserver Italia



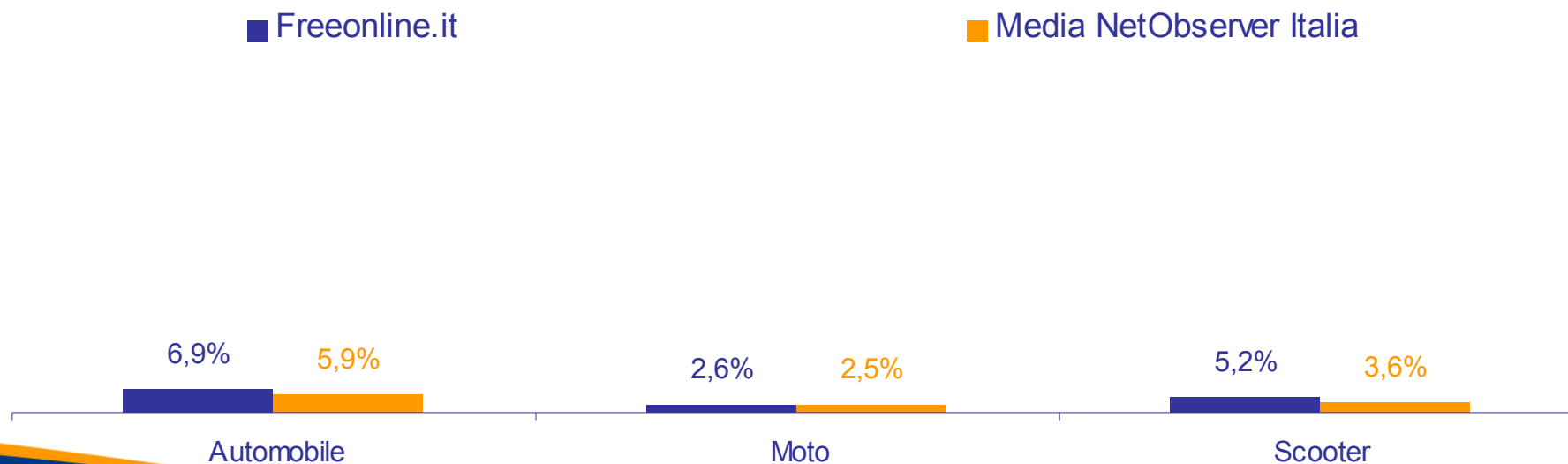
Auto-Moto: Intenzione di un nuovo acquisto o intenzione d'acquisto di un usato nel corso dei prossimi 6 mesi



Intenzione di un nuovo acquisto



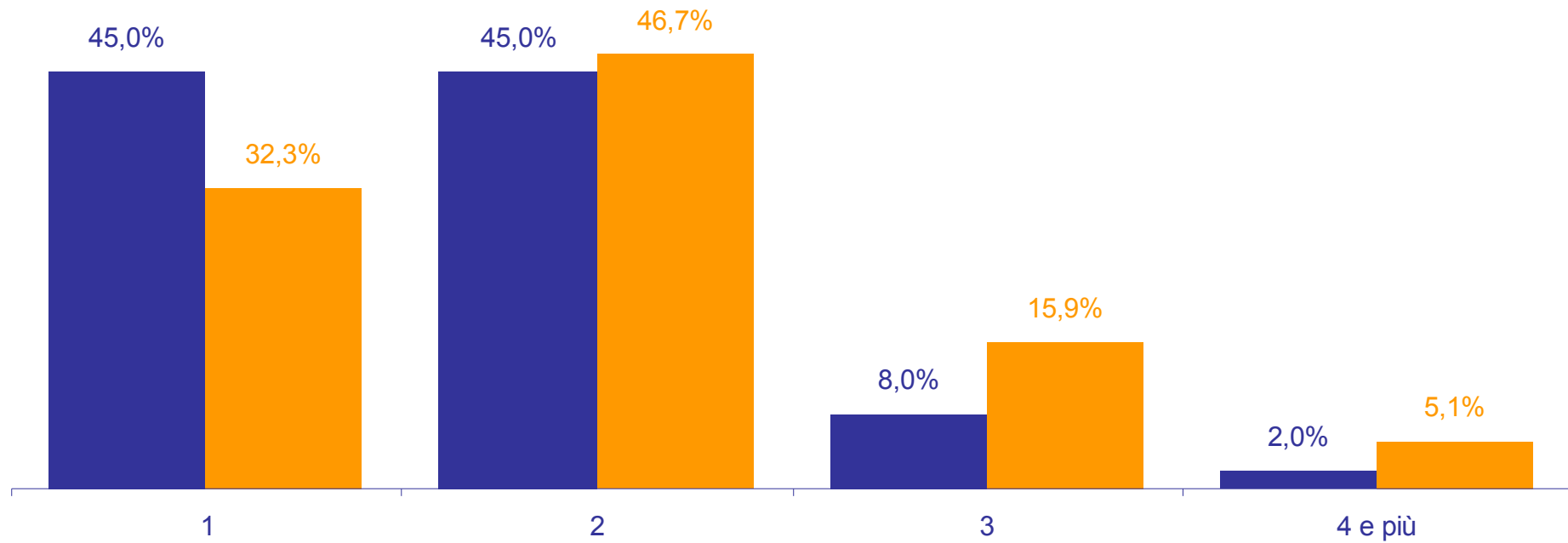
Intenzione d'acquisto di un usato nel corso dei prossimi 6 mesi



Auto-Moto: Numero di auto possedute

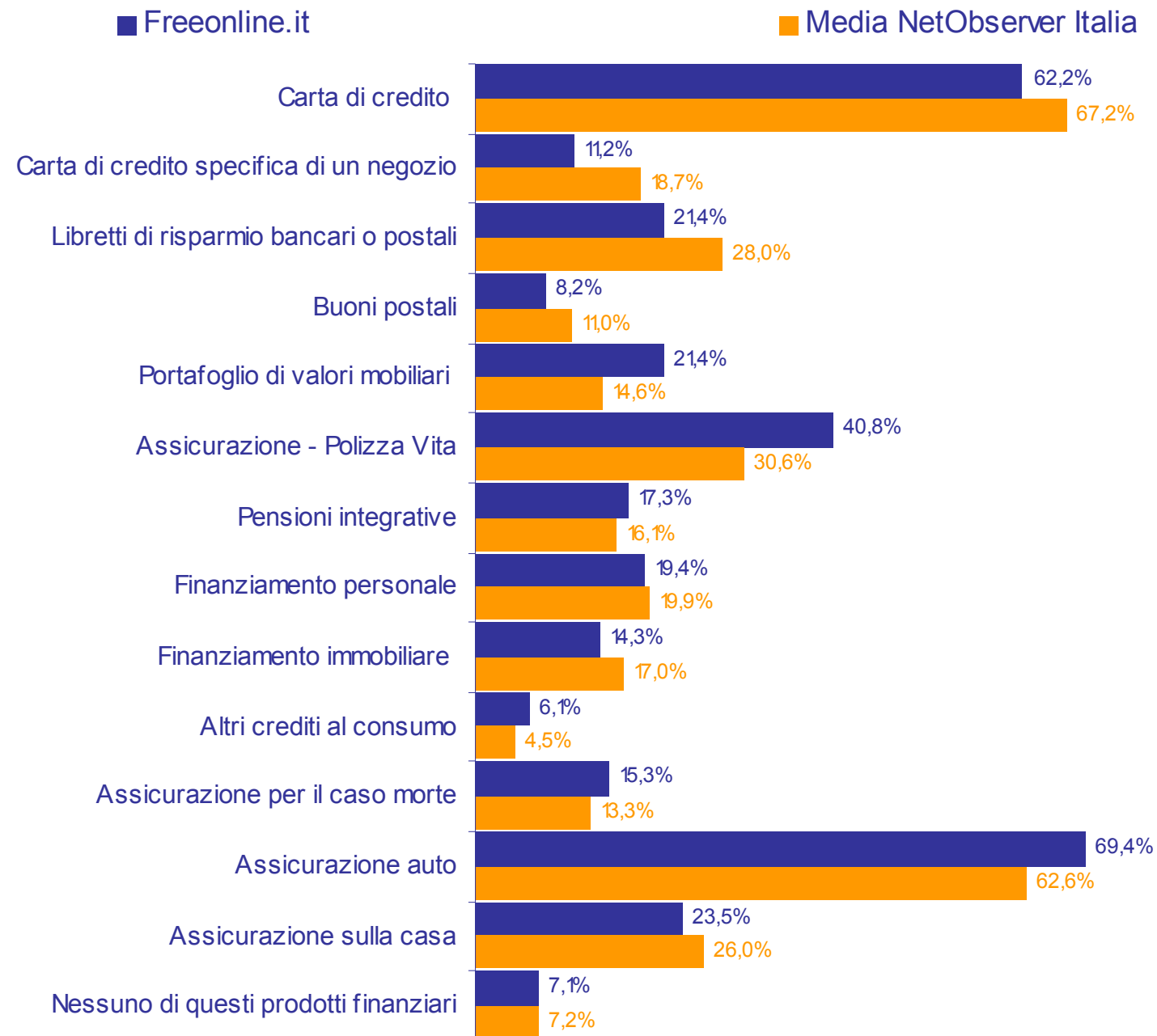
■ Freeonline.it

■ Media NetObserver Italia



Finanza: Prodotti finanziari posseduti

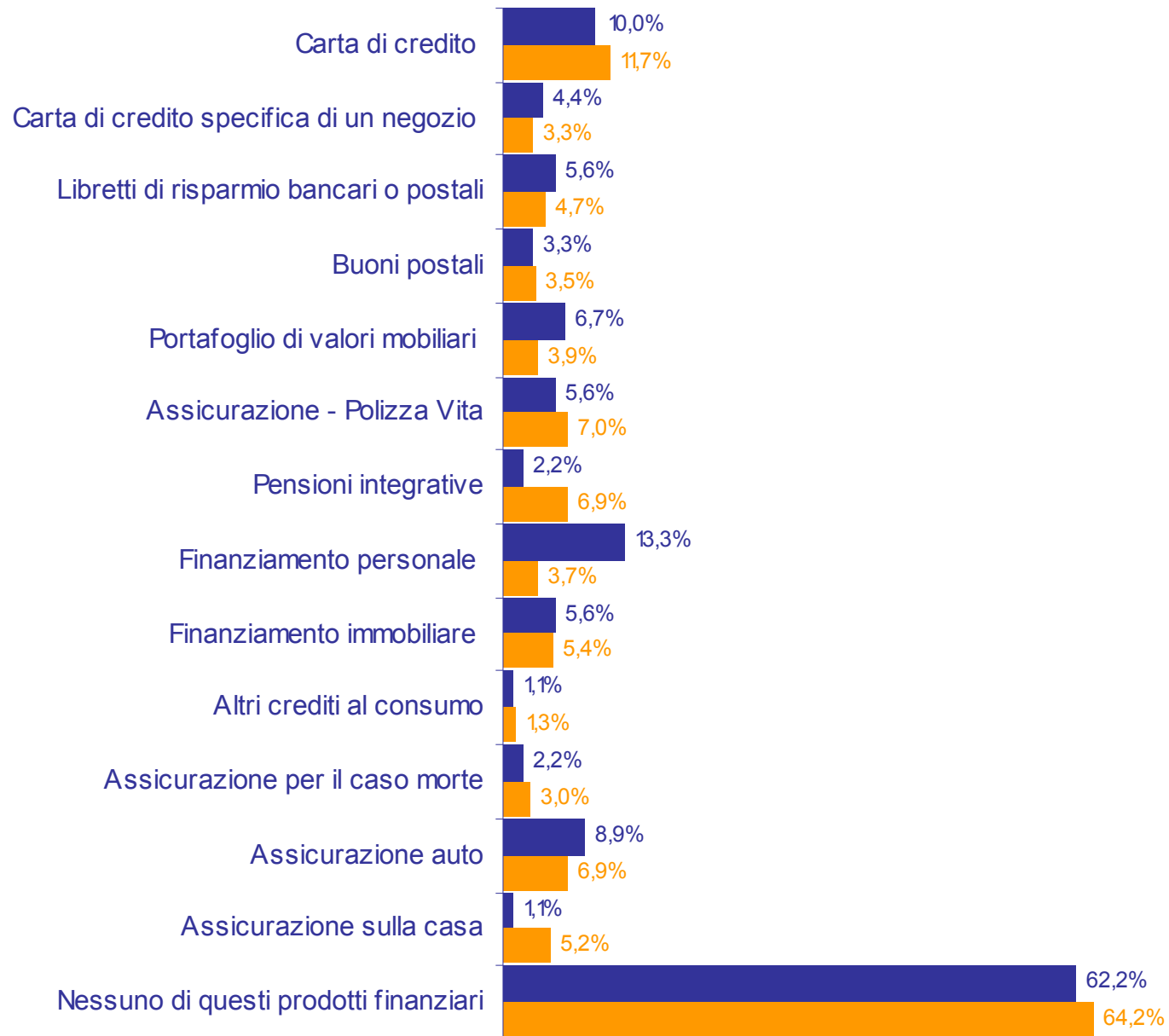
(Base: rispondenti tranne "preferisco non rispondere")



Finanza: Intenzione di sottoscrizione di prodotti finanziari nel corso dei prossimi 6 mesi (Base: rispondenti tranne "preferisco non rispondere")

■ Freeonline.it

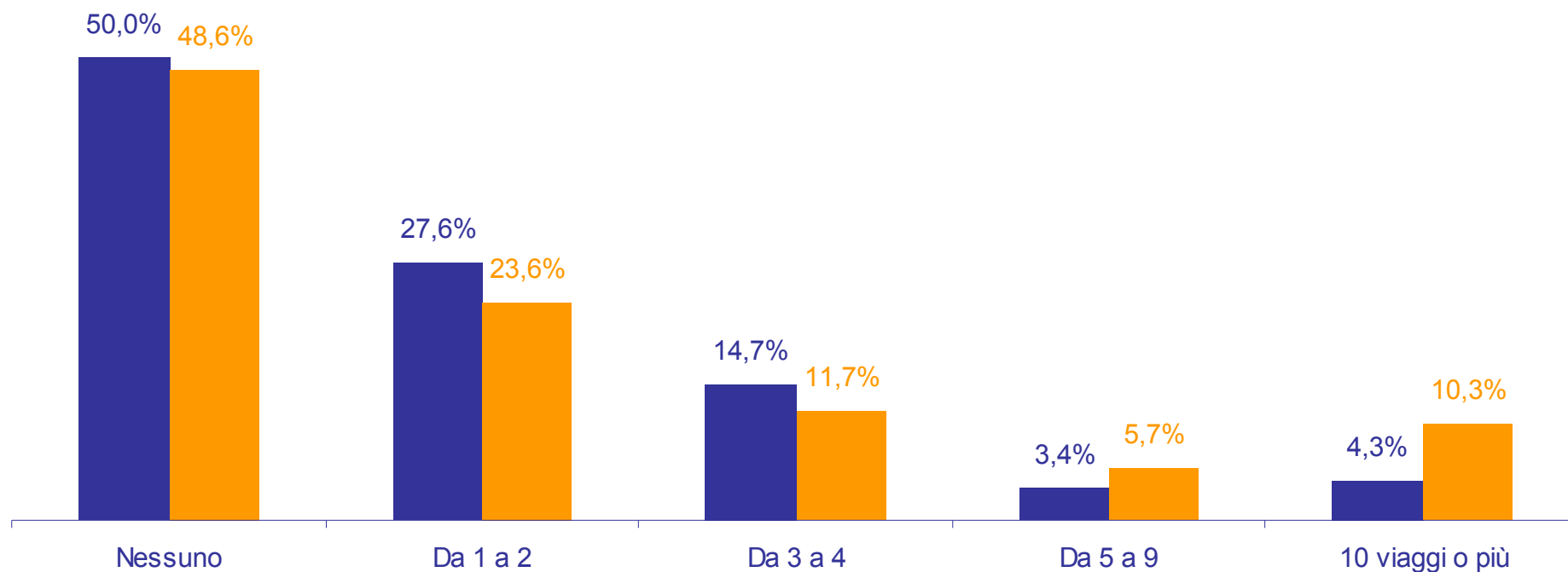
■ Media NetObserver Italia



Viaggi-Turismo: Numero di viaggi andata-ritorno in treno nel corso degli ultimi 6 mesi

■ Freeonline.it

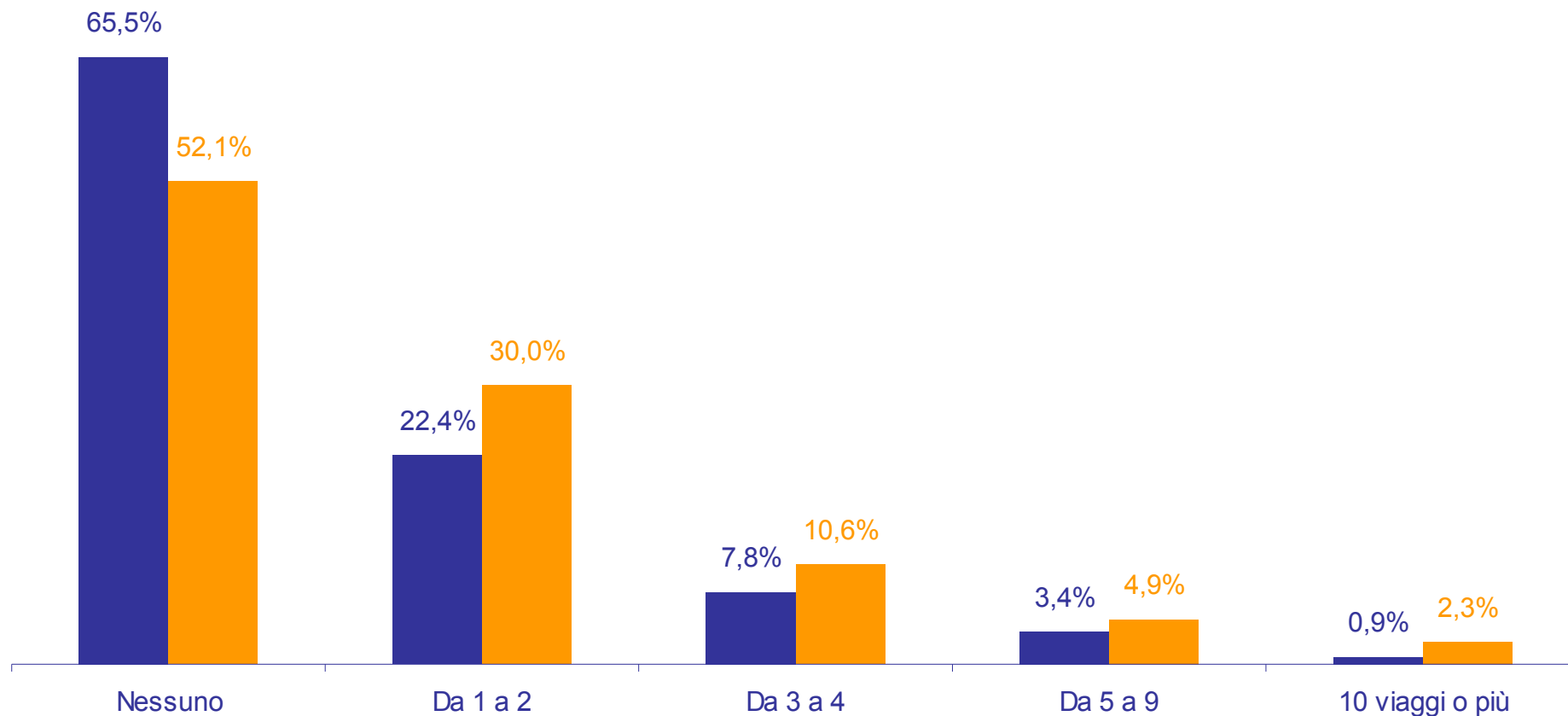
■ Media NetObserver Italia



Viaggi-Turismo: Numero di viaggi andata-ritorno in aereo nel corso degli ultimi 6 mesi

■ Freeonline.it

■ Media NetObserver Italia

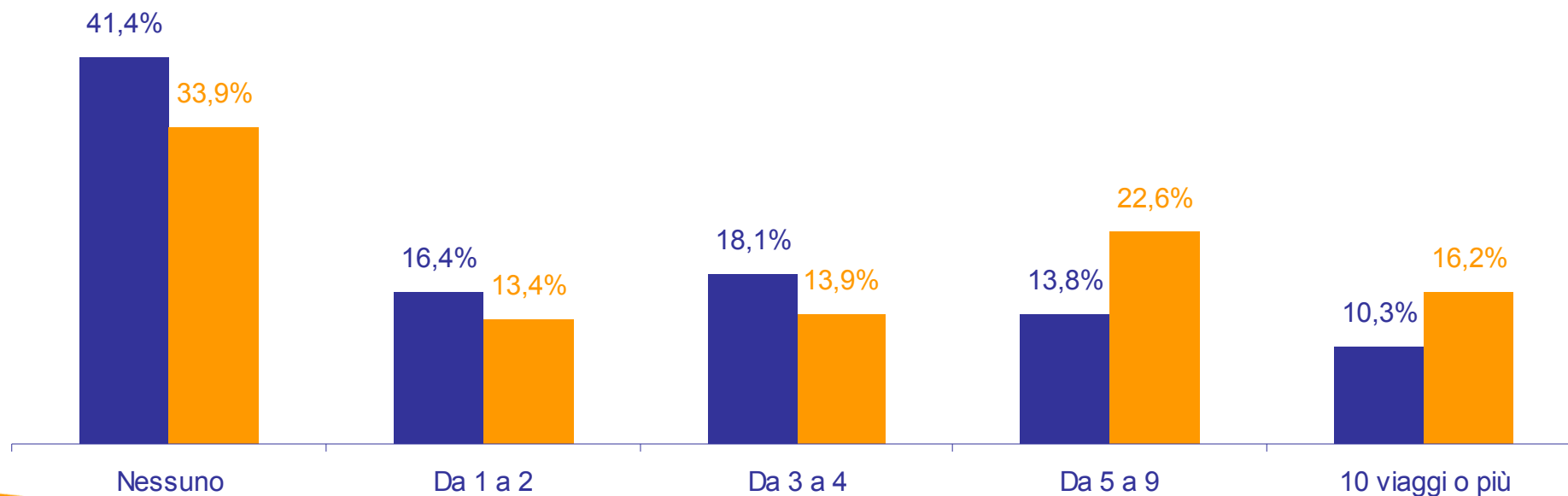


Viaggi-Turismo: Numero di notti in albergo nel corso degli ultimi 6 mesi



■ Freeonline.it

■ Media NetObserver Italia

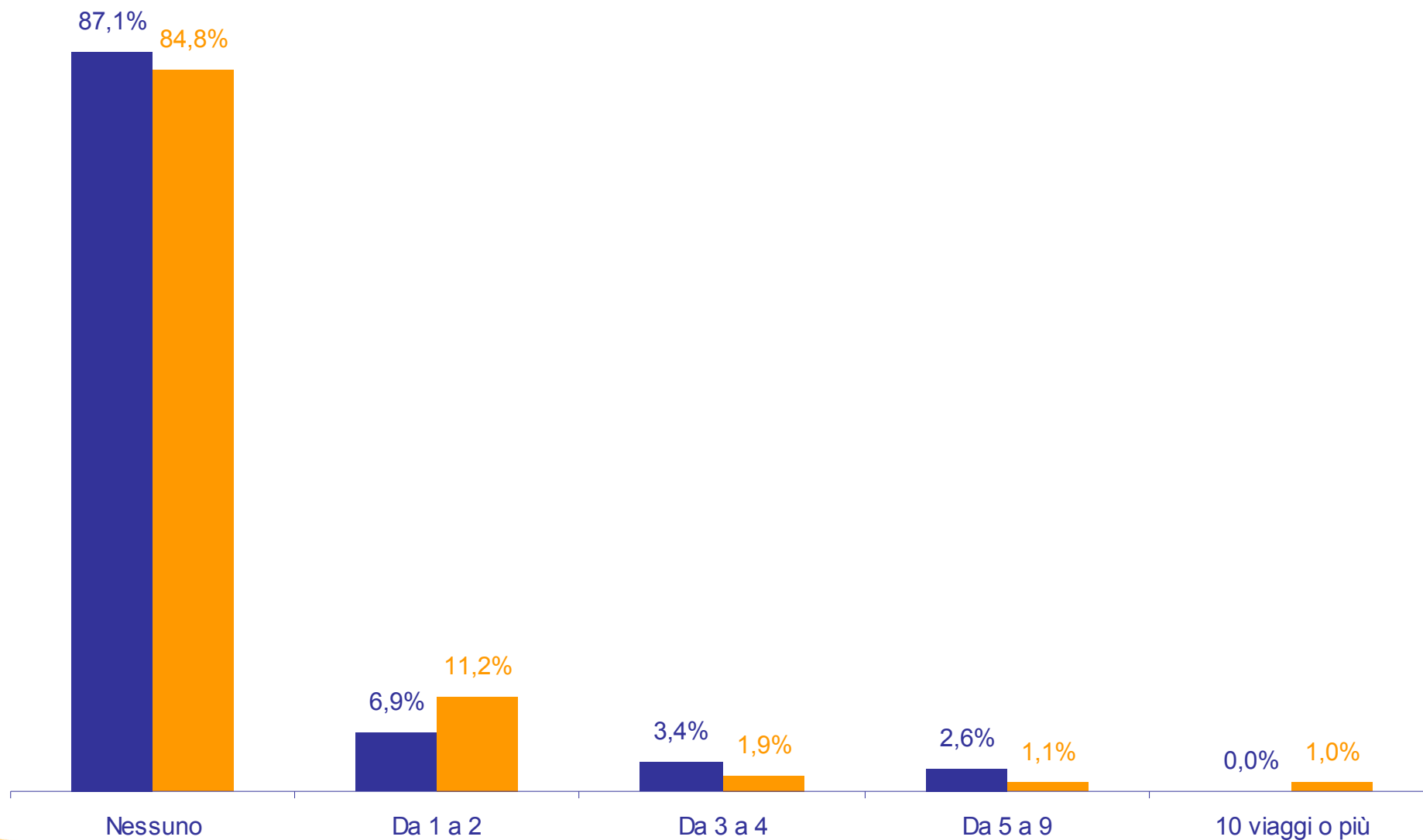


Viaggi-Turismo: Numero di auto noleggiate nel corso degli ultimi 6 mesi



■ Freeonline.it

■ Media NetObserver Italia



Harris Interactive – NetObserver Italia - Europa

Harris Interactive
5-7 rue du sahel
75012 PARIS
Tel: 01 44 87 60 30

Luca DE CONTI
NetObserver Italia - Business Development Manager Italia
Email: ldconti@harrisinteractive.fr
Tel diretto: 01 44 87 60 58

Jean-Laurent BOUVERET
NetObserver Europa – Direttore NetObserver Europa
Email: jlbouveret@harrisinteractive.fr
Tel diretto: 01 44 87 60 57