

A blurred, high-angle photograph of a crowd of people walking on a subway platform. The people are in motion, creating a sense of a busy, fast-paced environment. The floor is made of light-colored tiles, and there are yellow tactile paving strips visible. A large yellow graphic element is overlaid on the right side of the image.

Utilizarea dispozitivelor mobile în România

Studiu EY România, ediția 2015



Building a better
working world

Despre studiul “Utilizarea dispozitivelor mobile în România”

Mobilitatea digitală și conectivitatea sunt tot mai importante în viața personală, dar și în mediul de afaceri. În baza observării comportamentelor, constatăm că utilizatorii poartă peste tot dispozitivele mobile cu ei, le verifică frecvent și foarte des se întâmplă să utilizeze mai multe dispozitive mobile în același timp. Dar cât timp le folosesc mai exact, ce conținut accesează utilizatorii, câte aplicații descarcă, care sunt beneficiile pe care le asociază utilizării dispozitivelor mobile?

“Utilizarea dispozitivelor mobile în România” este un studiu de percepție care își propune să afle răspunsul utilizatorilor din România la aceste întrebări. Prin dispozitive mobile înțelegem o categorie distinctă de tehnologie non-computer care include următoarele: smartphone, tabletă, telefon mobil, phabletă, smartwatch, brățară fitness. Vă invităm să parcurgeți paginile următoare și să descoperiți care sunt rezultatele acestei cercetări, dar mai ales care sunt tendințele identificate de aceasta.

Pentru realizarea cercetării s-a folosit metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), cu eșantionare relevantă pe segmente de vârstă, la nivel de populație. Cele 1040 de răspunsuri au fost colectate în perioada 8-29 iunie 2015, ele provenind preponderent de la respondenți din mediul urban cu vârsta între 18 și 55+ ani.

Principalele secțiuni ale raportului:



Frecvența utilizării dispozitivelor mobile

1



Tipuri de conținut accesat de pe dispozitivele mobile

2



Dispozitivele mobile și social media

3



Securitatea utilizării dispozitivelor mobile

4



Beneficiile utilizării dispozitivelor mobile

5

Top 7 concluzii ale studiului “Utilizarea dispozitivelor mobile în România”

Acest studiu are la bază cele 1040 de răspunsuri la un chestionar alcătuit din 33 întrebări primite în perioada 8-29 iunie 2015 de la respondenți proveniți preponderent din mediul urban, cu vârste între 18 și 55+ ani, din 31 de județe ale țării.

Top 7 concluzii

1

Dacă 87% dintre respondenți spun că dețin un smartphone și 58% că au o tabletă, doar 28% dintre respondenți spun că mai dețin un telefon mobil și foarte puțini că dețin dispozitive mobile tip phabletă (5%), brățară fitness (4%) sau smartwatch (4%).

2

66% dintre respondenți spun că din momentul trezirii și până se uită la dispozitivul mobil trec sub 30 minute. Pentru 29% dintre respondenți se pare că rutina dimineții începe cu verificarea dispozitivului mobil înainte de micul dejun și uneori chiar înainte de spălatul pe față.

3

Creșterea nevoii de a fi conectat se reflectă nu numai în primul lucru pe care îl fac utilizatorii dimineța, dar și în frecvența cu care se uită la dispozitivele mobile în timpul unei zile. 52% dintre respondenți spun că se uită între 11 și 50 de ori în fiecare zi la dispozitivele lor mobile, iar 22% se uită între 51 și peste 200 de ori în fiecare zi. Cea mai mare frecvență de utilizare a dispozitivelor mobile – peste 200 de ori în 24 de ore – se constată la segmentul de vârstă 25-35 de ani (41%). Următorul segment cu frecvența mare de utilizare este cel cuprins între 45-55 de ani (26%).

4

Top 3 al celor mai utilizate dispozitive mobile în fiecare zi arată că 62% dintre utilizatorii de smartphone, 23% dintre utilizatorii de telefon mobil și 18% dintre utilizatorii de tabletă folosesc aceste dispozitive mobile între 2 și peste 6 ore/zi.

5

37% dintre respondenți vizionează 1-5 conținuturi video/săptămână, 21% peste 15 conținuturi video/săptămână, 19% vizionează între 6 și 10 conținuturi video, în timp ce doar 14% dintre respondenți nu vizionează nici un conținut video pe săptămână. Studiile globale estimează o creștere anuală a traficului video cu câte 55% până în 2020, impulsionat de serviciile de streaming video și de includerea de tot mai mult conținut video în spațiul de media și publicitar.

6

Utilizarea numărului mare de aplicații se explică și prin categoriile diverse din care acestea fac parte. 66% dintre respondenți folosesc aplicații din categoria business, 60% din categoria foto&video, câte 46% din categoria muzică și entertainment, cele mai coborâte valori la utilizarea aplicațiilor le înregistrează categoriile lifestyle (28%), health&fitness (25%) și sport (17%).

7

Industria care oferă respondenților cea mai bună experiență de accesare a informației pe dispozitivul mobil sunt: media și divertisment (63% dintre respondenți), industria de servicii financiar-bancare (52%), tehnologie și IT (47%) și telecomunicații (36%). Industriile precum construcții și imobiliare (8%), leasing și asigurări și petrol și gaze (3%) au de îmbunătățit experiența de accesare a informației pe dispozitive mobile.

Utilizarea dispozitivelor mobile în România

“

Convergența digitală nu afectează iremediabil doar afacerile din economiile occidentale, ci are efect în toate industriile și în toate zonele geografice. Această convergență digitală într-un ritm accelerat obligă și business-urile românești să țină cont de modificările pe care le aduce.

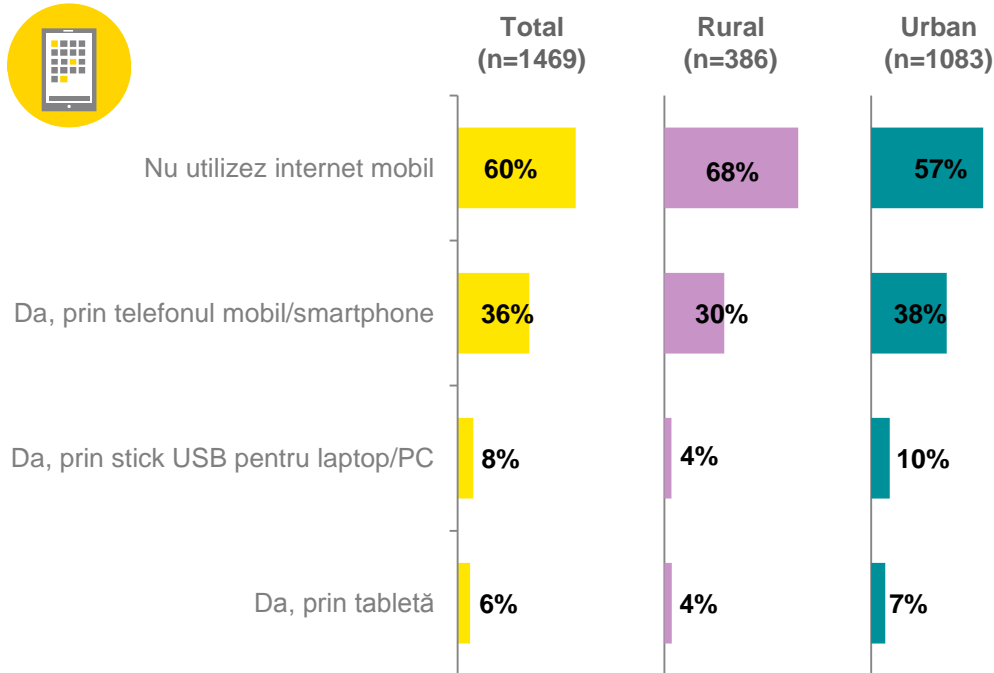
Iată de ce ne-am propus să desprindem un aspect din peisajul transformărilor digitale și să explorăm modul în care utilizarea în dispozitivelor mobile schimbă comportamentele utilizatorilor și determină numeroase industrii să se adapteze la noile tendințe. Ne dorim astfel să facilităm înțelegerea acestor noi comportamente și să ajutăm afacerile în adaptarea la noile realități.

”

Bogdan Ion, Country Managing Partner, EY România

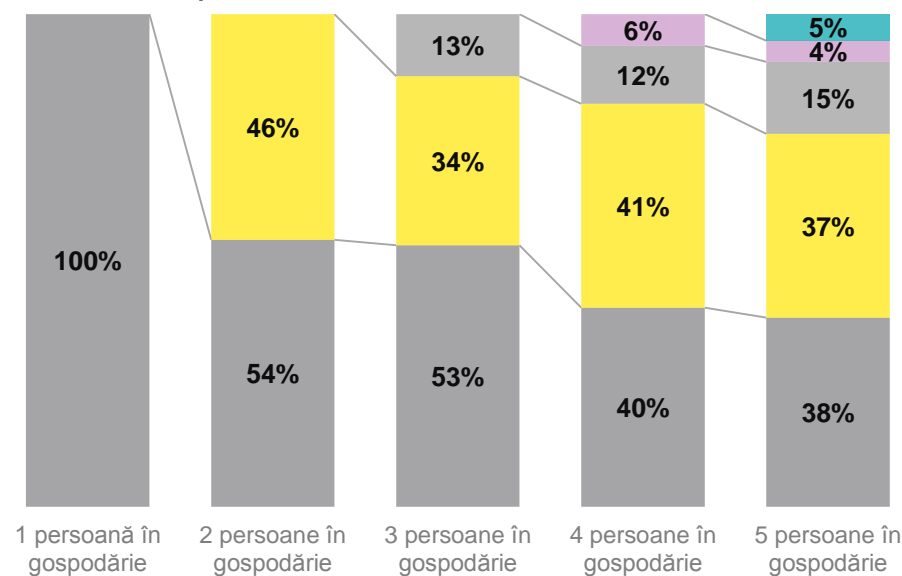
Contextul de utilizare a dispozitivelor mobile în România

- ▶ Viața pe internet este intensă: în 2014 au fost activi peste trei miliarde de utilizatori, adică 40% din populația globului. Într-un minut au fost trimise 127 milioane de email-uri, au fost descărcate 50.000 aplicații și au fost înregistrate 4,19 milioane căutări pe Google. Însă dincolo de aceste statistici globale se află realități locale care merită cercetate. Analiza informațiilor legate de dispozitivele mobile non-computer în România ajută la identificarea obiceiurilor de utilizare și derivat la tehnologia folosită pentru accesul la internet.
- ▶ În România, un studiu recent comunicat de ANCOM arată ca trei sferturi dintre utilizatori accesează zilnic sau aproape zilnic mediul virtual prin intermediul internetului mobil. Alți 15% îl utilizează de 2-3 ori pe săptămână. Frecvența de utilizare zilnică a internetului mobil e ușor mai ridicată în urban (80%) decât în rural (72%). Ponderea celor care utilizează internetul mobil oriunde, fără restricție, este mai mare decât în cazul celor care utilizează internetul mobil prin intermediul unui stick/ card USB. Aceștia din urmă utilizează, în schimb, într-o mai mare măsură internetul mobil acasă.



Sursa: ANCOM

■ 5 sau mai multe persoane utilizează Internet mobil
 ■ 4 persoane utilizează Internet mobil
 ■ 3 persoane utilizează Internet mobil



Sursa: ANCOM

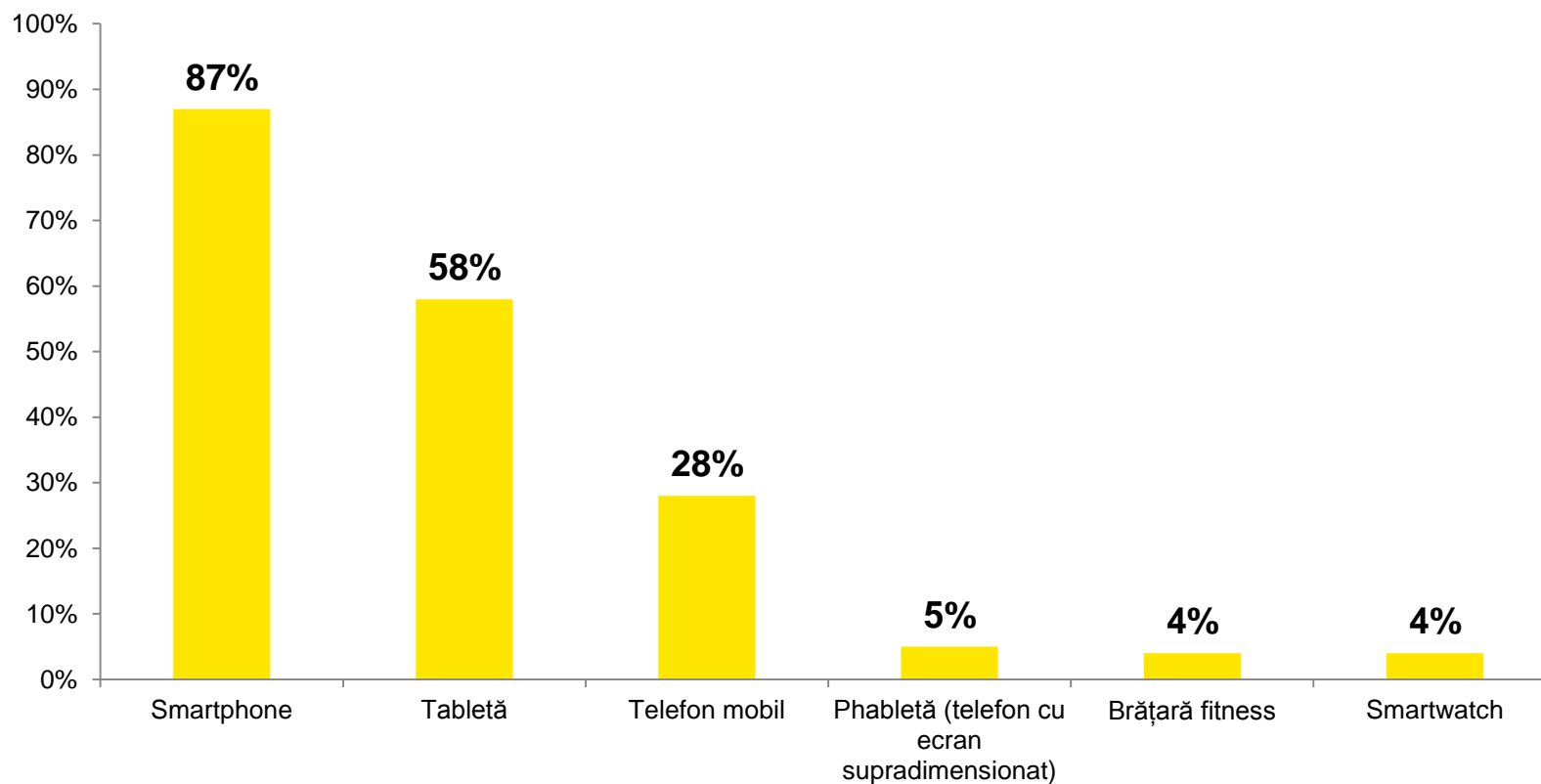


Utilizarea dispozitivelor mobile în România

Secțiunea 1 – Frecvența utilizării
dispozitivelor mobile

Ce dispozitive mobile dețineți? (răspunsuri multiple)

Întrebarea 1 – În funcție de tipul dispozitivului mobil



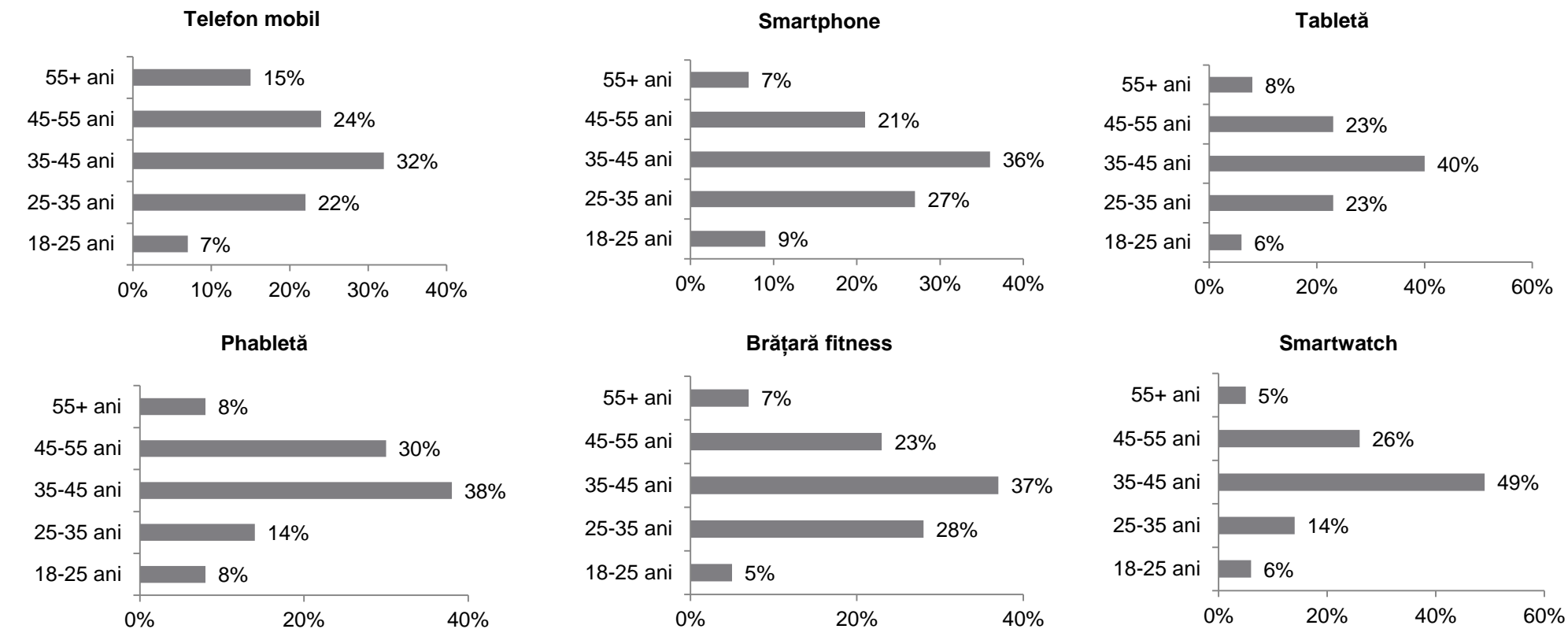
Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)



Dacă 87% dintre respondenți spun că dețin un smartphone și 58% că au o tabletă, doar 28% dintre respondenți spun că mai dețin un telefon mobil și foarte puțini că dețin dispozitive mobile tip phabletă (5%), brățară fitness (4%) sau smartwatch (4%).

Ce dispozitiv mobil dețineți? (răspunsuri multiple)

Întrebarea 1 – În funcție de vârstă



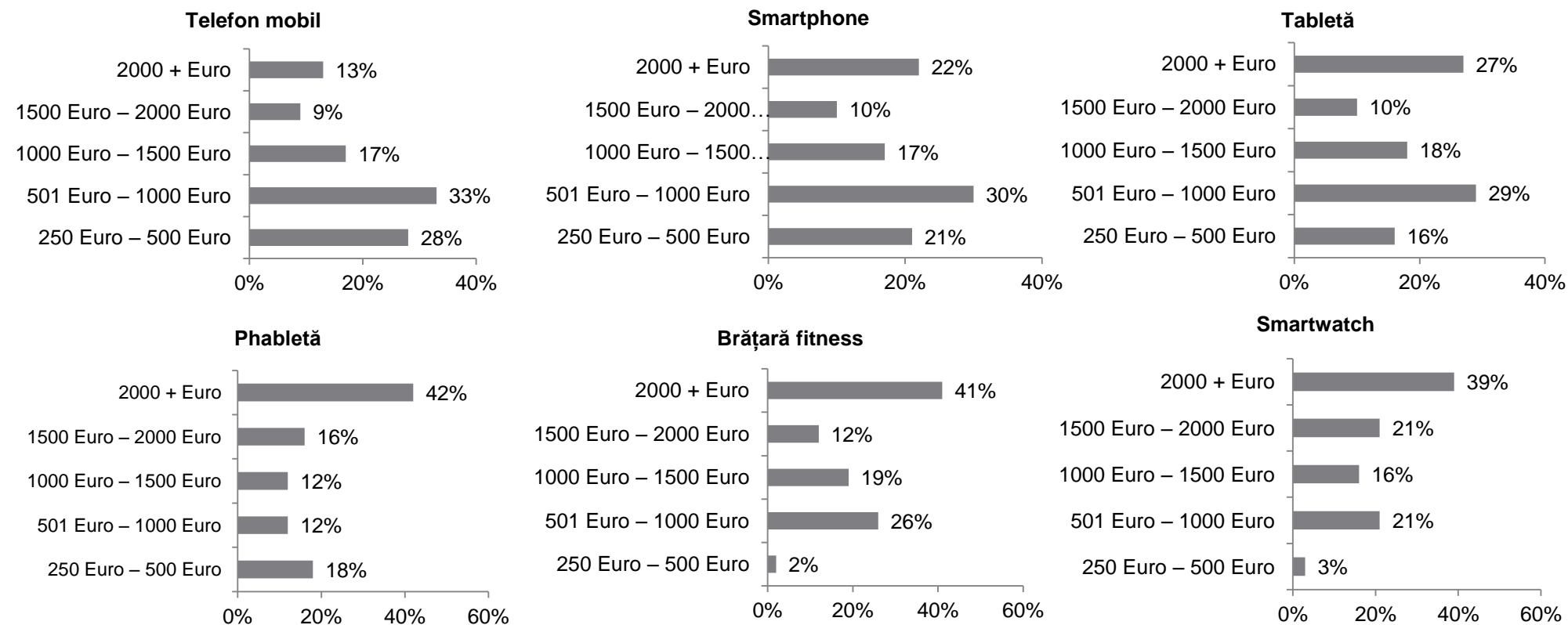
Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)



Dintre toate dispozitivele mobile în funcție de fiecare categorie de vârstă, cei de 55+ ani dețin în cea mai mare proporție telefoane mobile (15%), cei de 45-55 ani dețin phablete (30%), cei de 35-45 ani dețin smartwatch-uri (49%) și tablete (40%), respondenții de 25-35 ani brățară fitness în timp ce respondenții de 18-25 ani dețin în cea mai mare proporție smartphone.

Ce dispozitiv mobil dețineți? (răspunsuri multiple)

Întrebarea 1 – În funcție de venituri



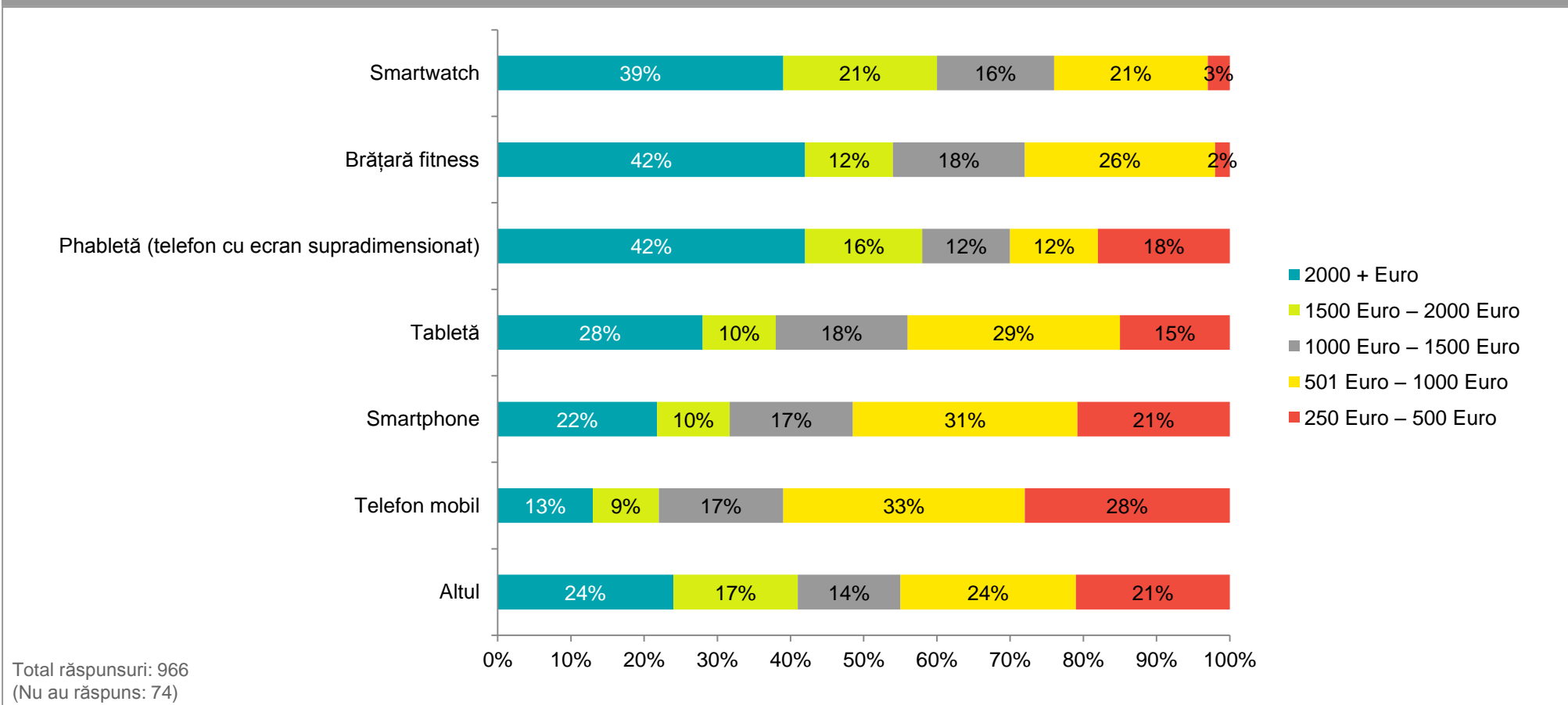
Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)



Dintre toate dispozitivele mobile incluse în cercetare, cei cu venituri de 2000+ Euro dețin în cea mai mare proporție phablete (42%) și cel mai puțin telefon mobil (13%). Cei cu venituri de 1500-2000 Euro dețin cel mai mult smartwatch (21%) și cel mai puțin telefonul mobil (9%). Respondenții cu venituri de 501-1000 Euro dețin cel mai mult telefonul mobil (33%) și cel mai puțin phableta (12%), în timp ce respondenții cu venit de 250-500 Euro dețin în cea mai mare proporție telefonul mobil și cel mai puțin brățară fitness.(2%).

Ce dispozitiv mobil dețineți? (răspunsuri multiple)

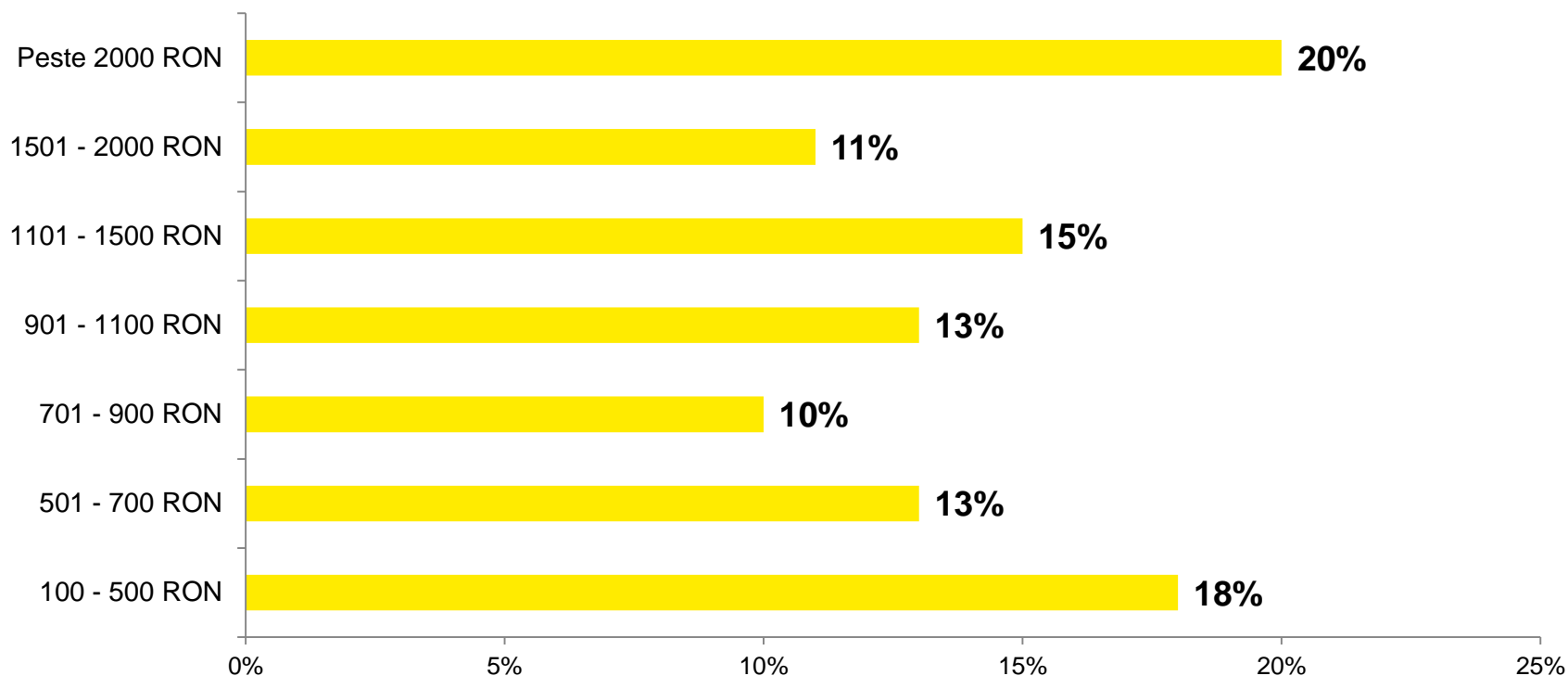
Întrebarea 1 – În funcție de tipul dispozitivului mobil și venituri



Corelația veniturilor cu tipul de dispozitiv mobil deținut de respondenții la studiu arată că cele mai deținute dispozitive mobile pe categorii de venituri sunt: brățări fitness (42%) și phablete (42%) la 2000+ Euro, smartwatch (21%) și phablete (16%) la 1500-2000 Euro, brățară fitness (18%) și smartphone (17%) la 1000-1500 Euro, telefon mobil (33%) și smartphone (31%) la 501-1000 Euro, și telefon mobil (28%) și smartphone (21%) la 250-500 Euro.

Ce buget ați aloca pentru achiziționarea unui dispozitiv mobil azi? (un singur răspuns)

Întrebarea 2



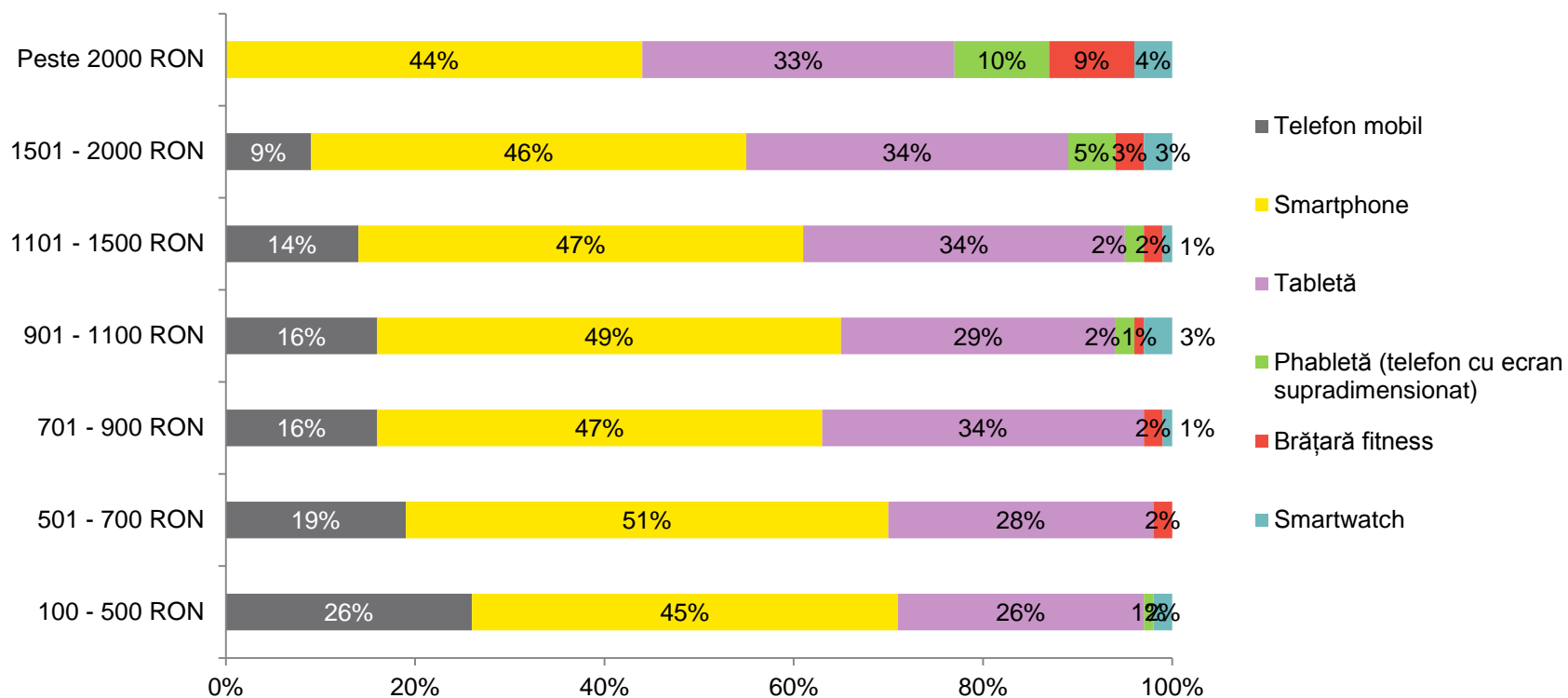
Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)



59% dintre respondenți sunt dispuși să aloce între 901 și peste 2000 RON pentru achiziționarea unui dispozitiv mobil. Conform distribuției răspunsurilor primite, aceasta indică o preferință orientată către dispozitive mobile de calitate, pe un etaj de preț ridicat.

Ce buget ați aloca pentru achiziționarea unui dispozitiv mobil azi? (un singur răspuns)

Întrebarea 2 – Bugetul alocat, în funcție de dispozitivul mobil



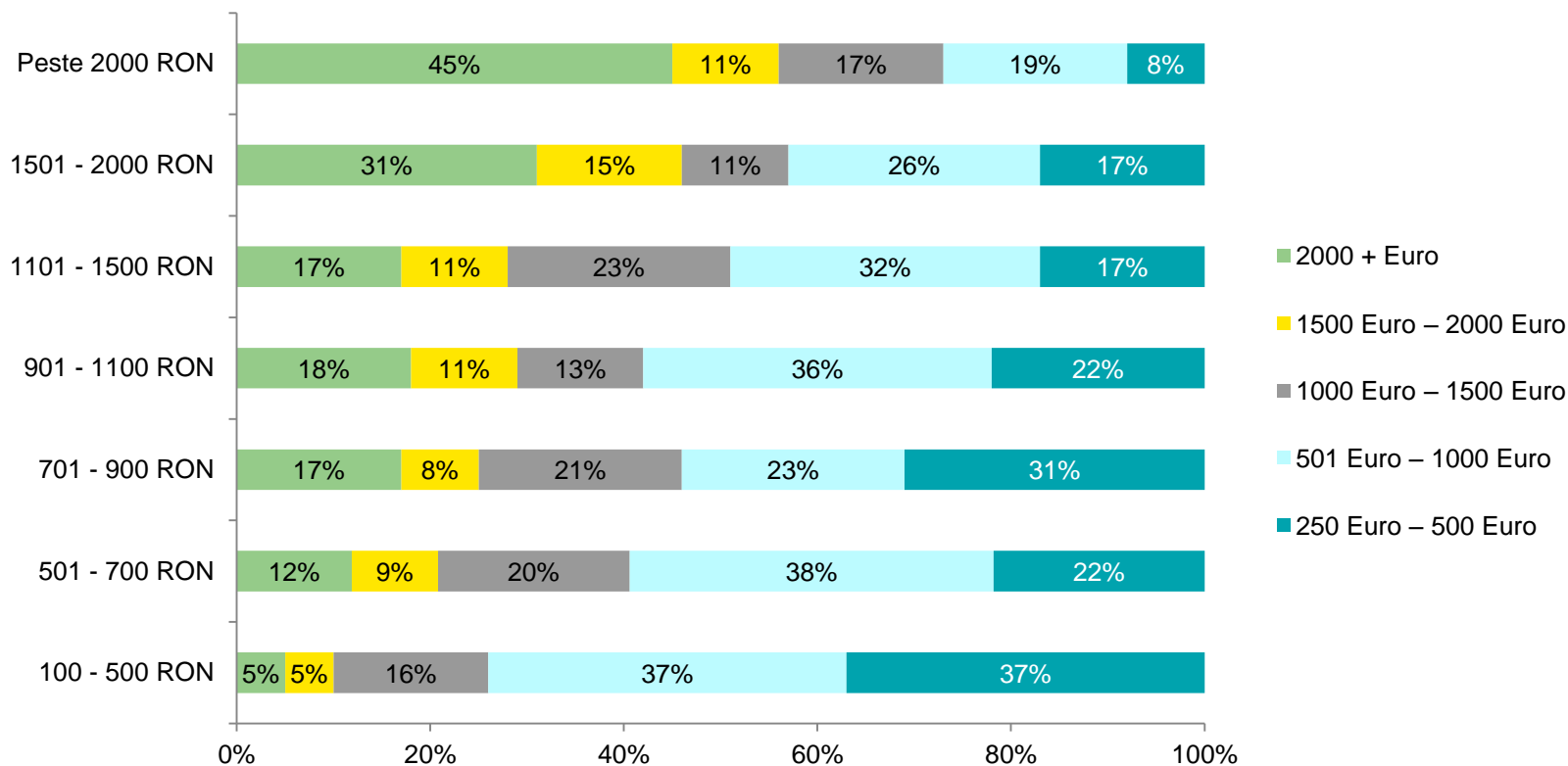
Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)



Din corelarea veniturii cu tipul de dispozitiv mobil achiziționat rezultă că cele mai mari sume alocate sunt pentru achiziționarea de smartphone-uri (44%) și tablete (33%) pentru care respondenții spun că ar aloca peste 2000 RON.

Ce buget ați aloca pentru achiziționarea unui dispozitiv mobil azi? (un singur răspuns)

Întrebarea 2 – Buget alocat, în funcție de venit



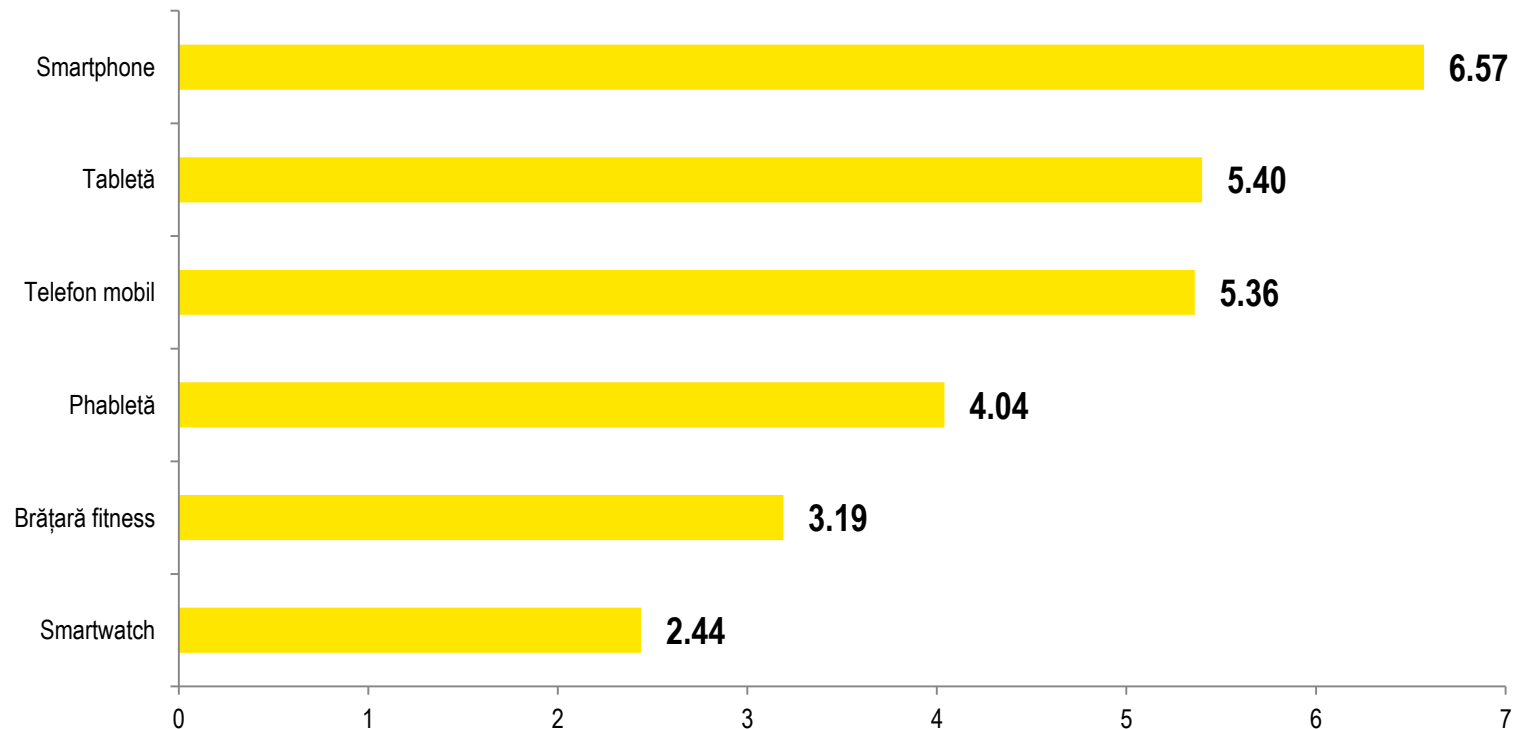
Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)



În funcție de nivelul de venituri, se observă că cei aflați între 501 și 1000 Euro au o plajă diversificată de opțiuni, contribuind cu procente semnificative pe fiecare interval de preț (mediana răspunsurilor - 30% față de mediana - 21% la cei cu venituri de 2000+ Euro).

Ordonăți dispozitivele mobile în funcție de frecvența utilizării acestora pe durata unei zile? (un singur răspuns)

Întrebarea 3 – Scor relativ la media ponderată a răspunsurilor



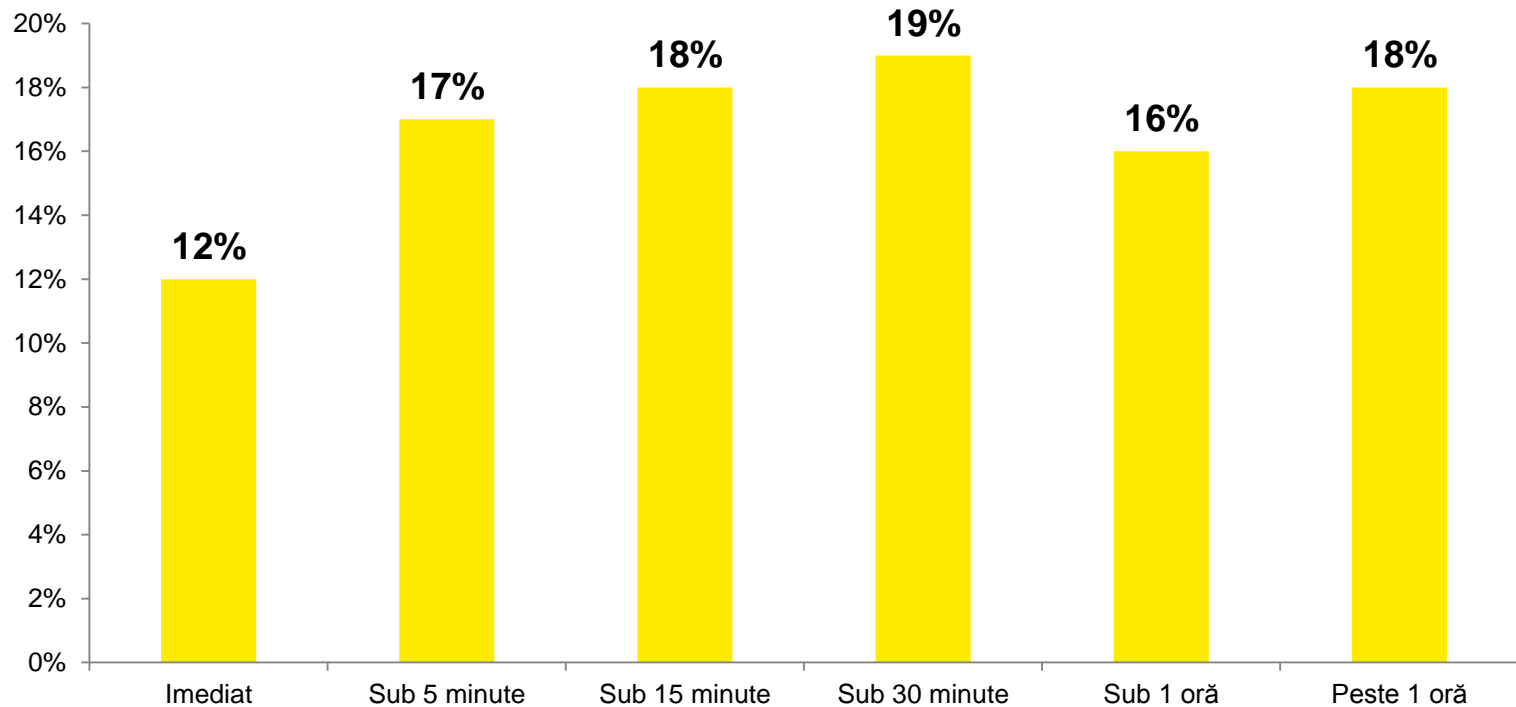
Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)



În funcție de frecvența utilizării dispozitivelor mobile, respondenții spun că cele mai utilizate sunt: smartphone-ul, tableta și telefonul mobil. Phableta, brățara fitness sau smartwatch-ul, din cauza ponderii lor scăzute în totalul dispozitivelor mobile deținute de respondenți, dar și momentului apariției relativ recente pe piață, înregistrează valori mai mici la frecvența utilizării.

Care este intervalul de timp între momentul trezirii dimineața și cel în care vă uitați la dispozitivul dvs. mobil? (excluzând oprirea alarmei) (un singur răspuns)

Întrebarea 4



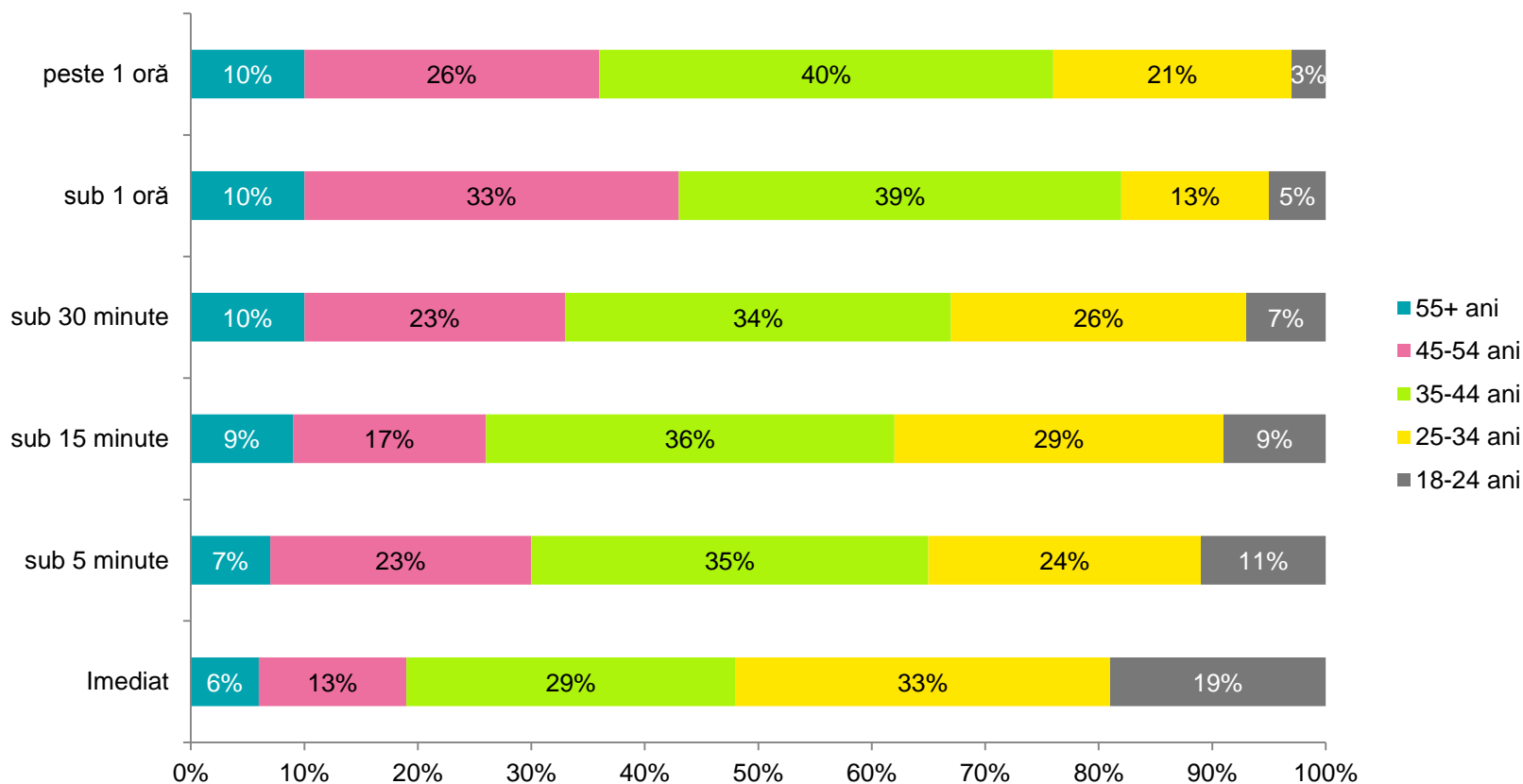
Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)



66% dintre respondenți spun că din momentul trezirii și până se uită la dispozitivul mobil trec sub 30 minute. Pentru 29% dintre respondenți se pare că rutina dimineții începe cu verificarea dispozitivului mobil înainte de micul dejun și uneori chiar de spălatul pe față.

Care este intervalul de timp între momentul trezirii dimineața și cel în care vă uitați la dispozitivul dvs. mobil? (excluzând oprirea alarmei) (un singur răspuns)

Întrebarea 4 – În funcție de vârstă



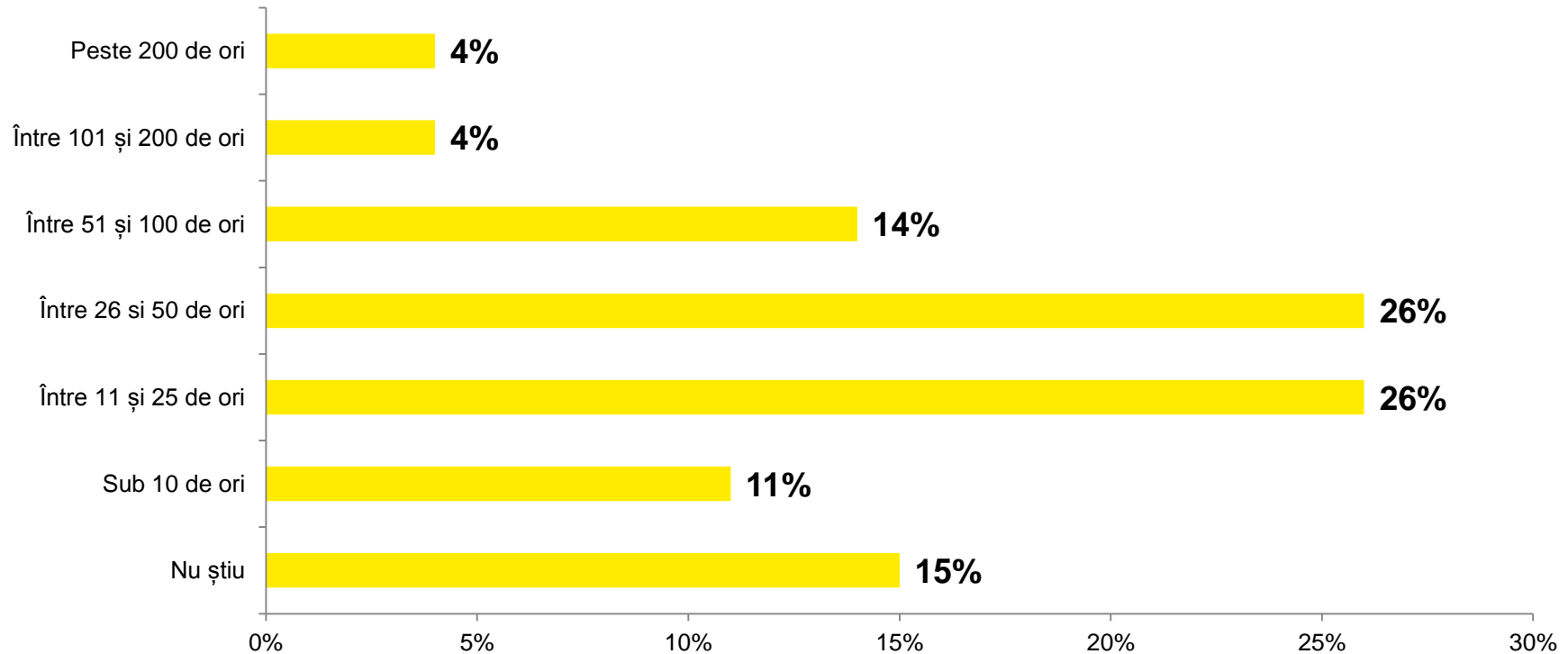
Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)



Respondenții de 25-34 ani sunt primii dintre cei care utilizează dispozitivul mobil imediat ce se trezesc dimineața (33%), urmați de cei de 35-44 ani (29%) și cei de 18-24 ani (19%). Cel mai puțin preocupați de utilizarea dispozitivului mobil dimineața sunt cei de 35-55 ani (40%), cei de 45-54 ani (26%) și cei de 25-34 ani (21%) care utilizează dispozitivul mobil și la peste o oră distanță de la momentul trezirii.

Care este frecvența cu care vă uitați la dispozitivul dvs. mobil în fiecare zi? (un singur răspuns)

Întrebarea 5



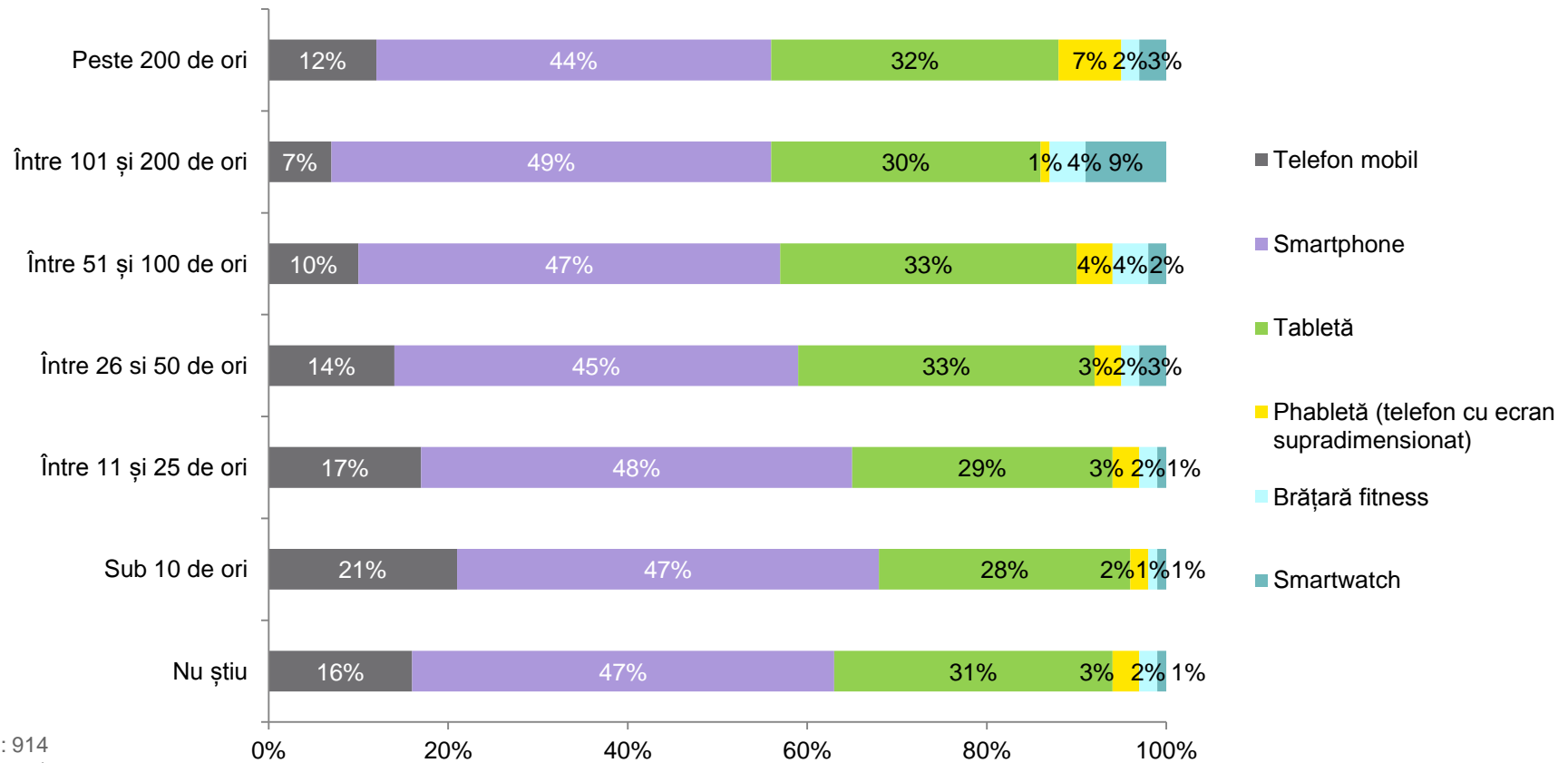
Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)



Creșterea nevoii de fi conectat se reflectă nu numai în primul lucru pe care îl fac utilizatorii dimineața, dar și în frecvența cu care se uită la dispozitivele mobile în timpul unei zile. 52% dintre respondenți spun că se uită între 11 și 50 de ori în fiecare zi la dispozitivele lor mobile, iar 22% se uită între 51 și peste 200 de ori în fiecare zi.

Care este frecvența cu care vă uitați la dispozitivul dvs. mobil în fiecare zi? (un singur răspuns)

Întrebarea 5 – În funcție de dispozitivul mobil



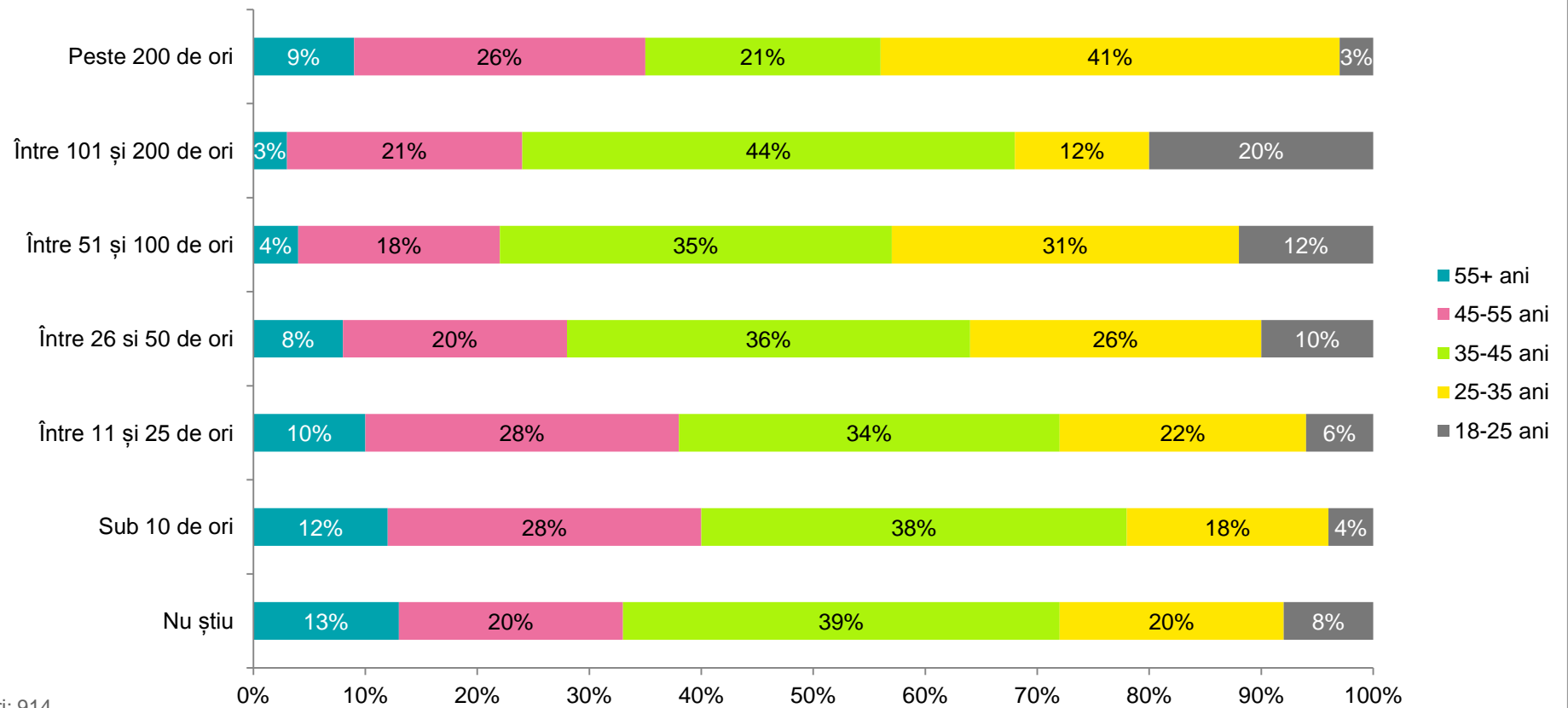
Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)



Smartphone-ul acoperă aproape 50% pe toate paliere de frecvență a utilizării date ca variante de răspuns în legătură cu cercetarea frecvenței de utilizare a dispozitivelor mobile, urmat de tabletă cu o medie de 30% și de telefonul mobil cu o medie de 14%.

Care este frecvența cu care vă uitați la dispozitivul dvs. mobil în fiecare zi? (un singur răspuns)

Întrebarea 5 – În funcție de vârstă



Total răspunsuri: 914
(Nu au răspuns: 126)

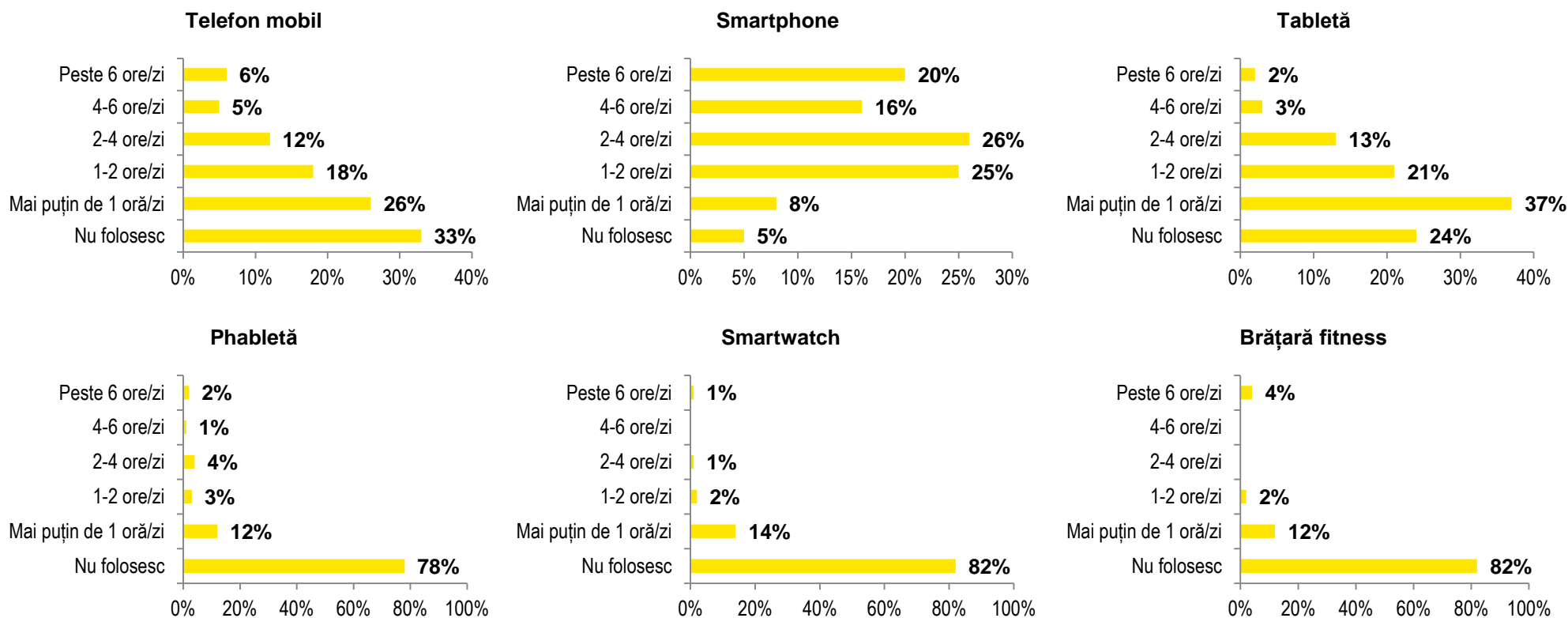


Cea mai mare frecvență de utilizare a dispozitivelor mobile – peste 200 de ori în 24 de ore – se constată la segmentul de vârstă 25-35 de ani (41%). Următorul segment cu frecvența mare de utilizare este cel cuprins între 45-55 de ani (26%).

Cât timp utilizați în total dispozitivul mobil în fiecare zi?

(un singur răspuns)

Întrebarea 6 – În funcție de dispozitivul mobil



Total răspunsuri: 931
(Nu au răspuns: 109)



Top 3 al celor mai utilizate dispozitive mobile în fiecare zi arată că 62% dintre utilizatorii de smartphone, 23% dintre utilizatorii de telefon mobil și 18% dintre utilizatorii de tabletă folosesc aceste dispozitive mobile între 2 și peste 6 ore/zi.

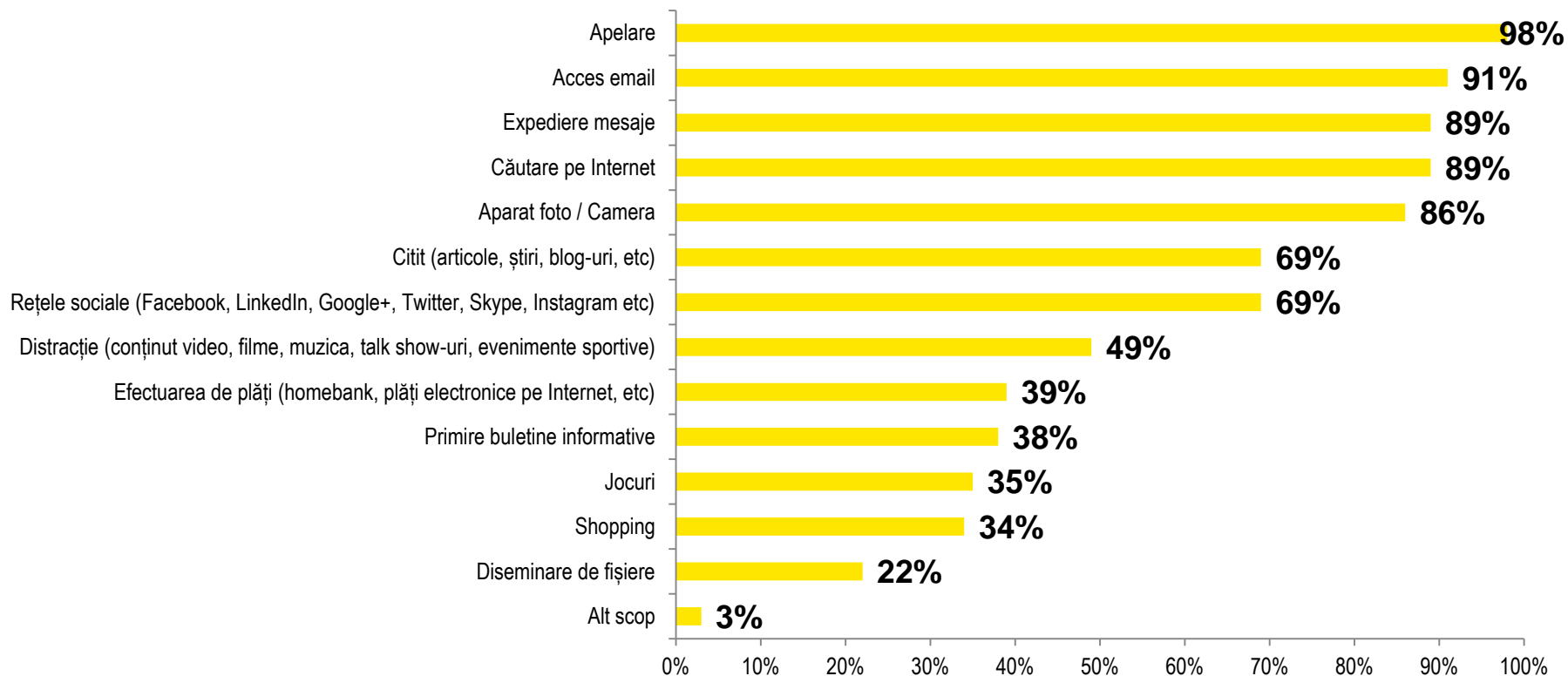


Utilizarea dispozitivelor mobile în România

Secțiunea 2 – Tipuri de conținut accesat
de pe dispozitivele mobile

Pentru ce folosiți dispozitivul mobil? (răspunsuri multiple)

Întrebarea 7



Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)

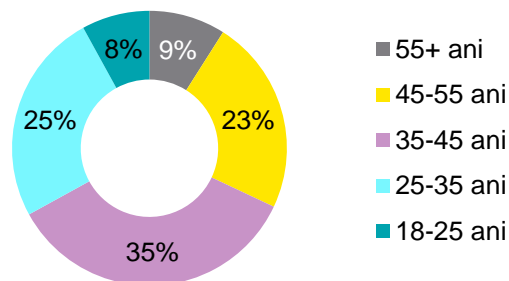


Rezultatele cercetării arată că pe lângă cei 98% respondenți care folosesc dispozitivele mobile pentru apelare, 91% pentru acces email, câte 89% pentru expediere de mesaje și respectiv pentru căutare pe internet și 86% pentru camera foto, doar 34% le folosesc pentru shopping și numai 22% pentru diseminarea de fișiere.

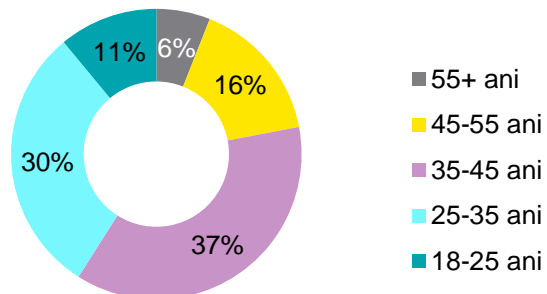
Pentru ce folosiți dispozitivul mobil?

Întrebarea 7 – În funcție de vârstă (a)

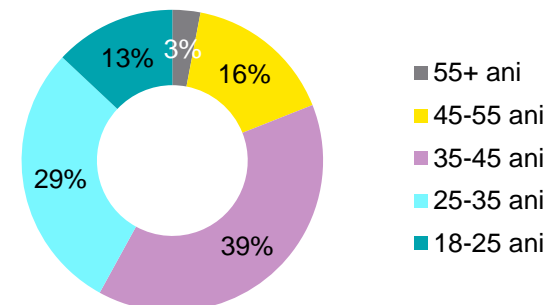
Apelare



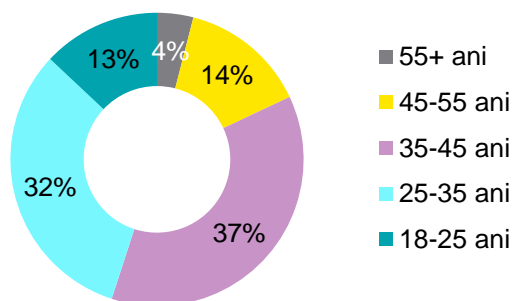
Shopping



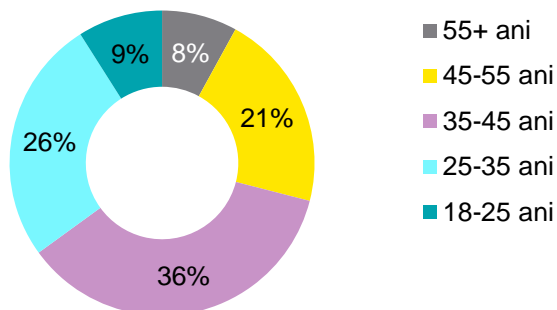
Jocuri



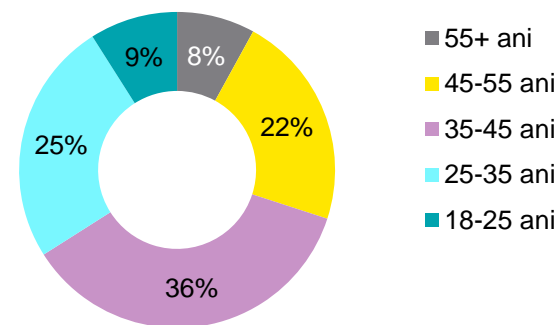
Distrație



Căutare/Internet



Foto/cameră



Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)

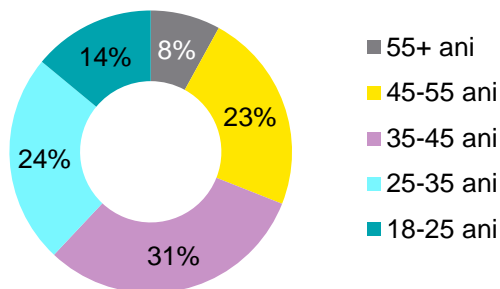


La analiza în funcție de vârsta respondentului folosirea dispozitivului mobil, observăm că cele mai mari procente se întâlnesc la categoria 35-45 ani, după cum urmează: apelare - 35%, shopping - 37%, jocuri - 39%, distracție - 37%, căutare/interne - 36%, camera foto - 36%.

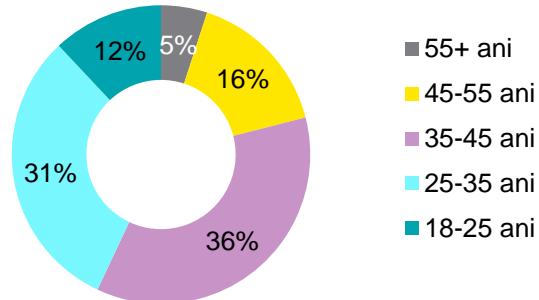
Pentru ce folosiți dispozitivul mobil?

Întrebarea 7 – În funcție de vârstă (b)

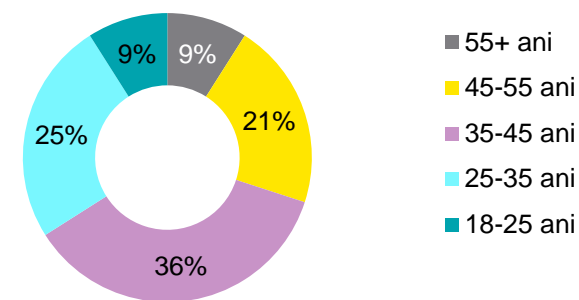
Diseminare fișiere



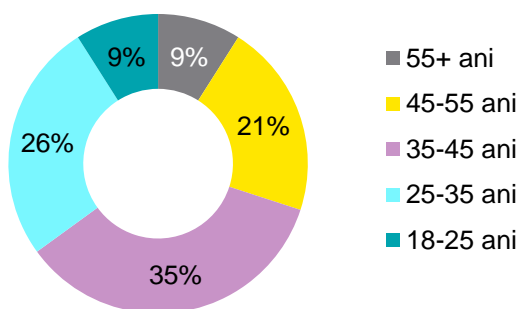
Rețele sociale



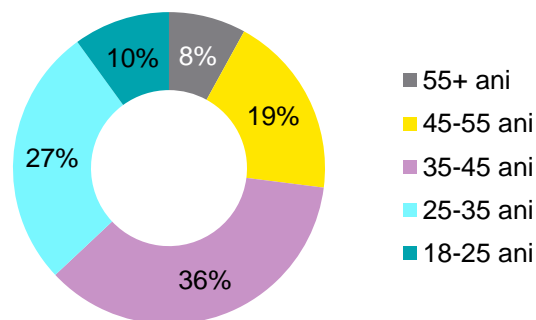
Acces email



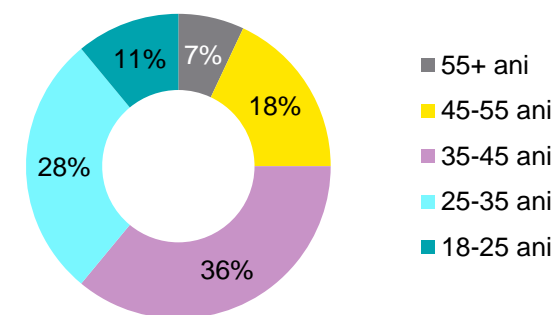
Expediere mesaje



Primire buletine informative



Citit articole, știri, etc.



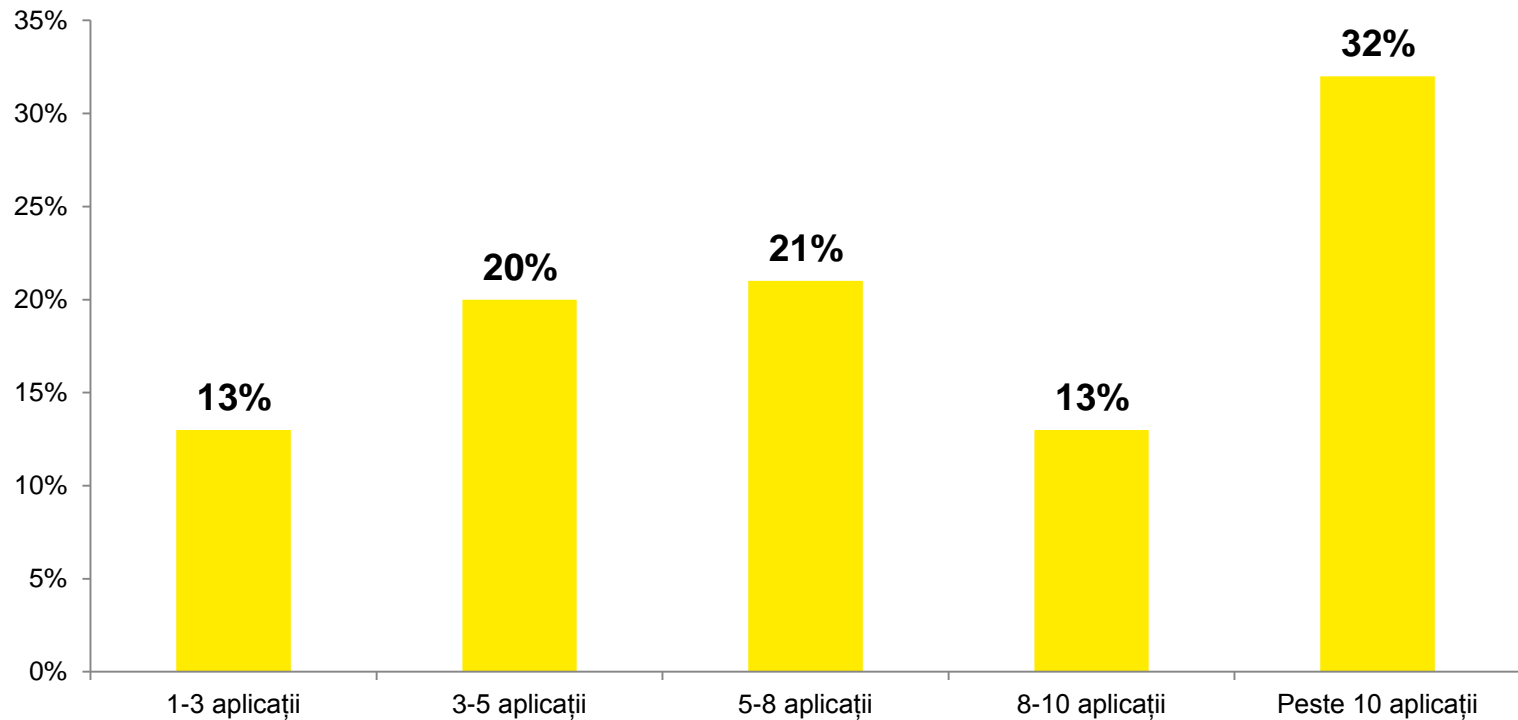
Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)



În continuare, se poate remarca ușor că cea mai activă categorie de vârstă este 35-45 ani, urmată din nou de 25-35 ani și apoi de 45-55 ani la nivelul tuturor opțiunilor de răspuns analizate aici: diseminare fișiere, rețele sociale, acces email, expediere mesaje, primire buletine informative, citire de articole, știri, etc.

Câte aplicații folosiți pe dispozitivul dvs. mobil? (un singur răspuns)

Întrebarea 8



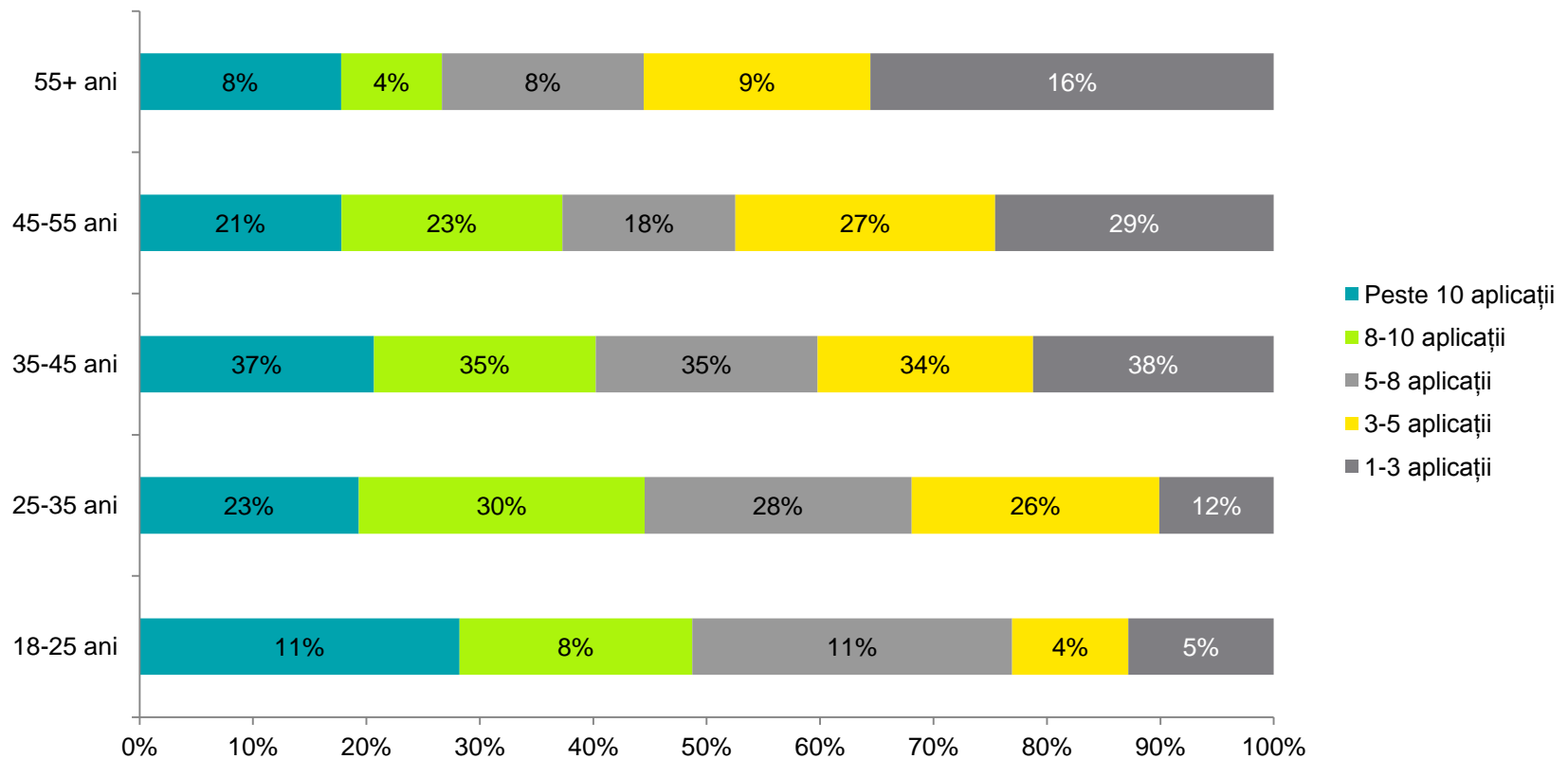
Total răspunsuri: 924
(Nu au răspuns: 116)



45% dintre utilizatorii dispozitivelor mobile folosesc între 8 și peste 10 aplicații, 21% folosesc între 5 și 8 aplicații și 33% folosesc între 1 și 5 aplicații.

Câte aplicații folosiți pe dispozitivul dvs. mobil? (un singur răspuns)

Întrebarea 8 – În funcție de vârstă



Total răspunsuri: 924
(Nu au răspuns: 116)

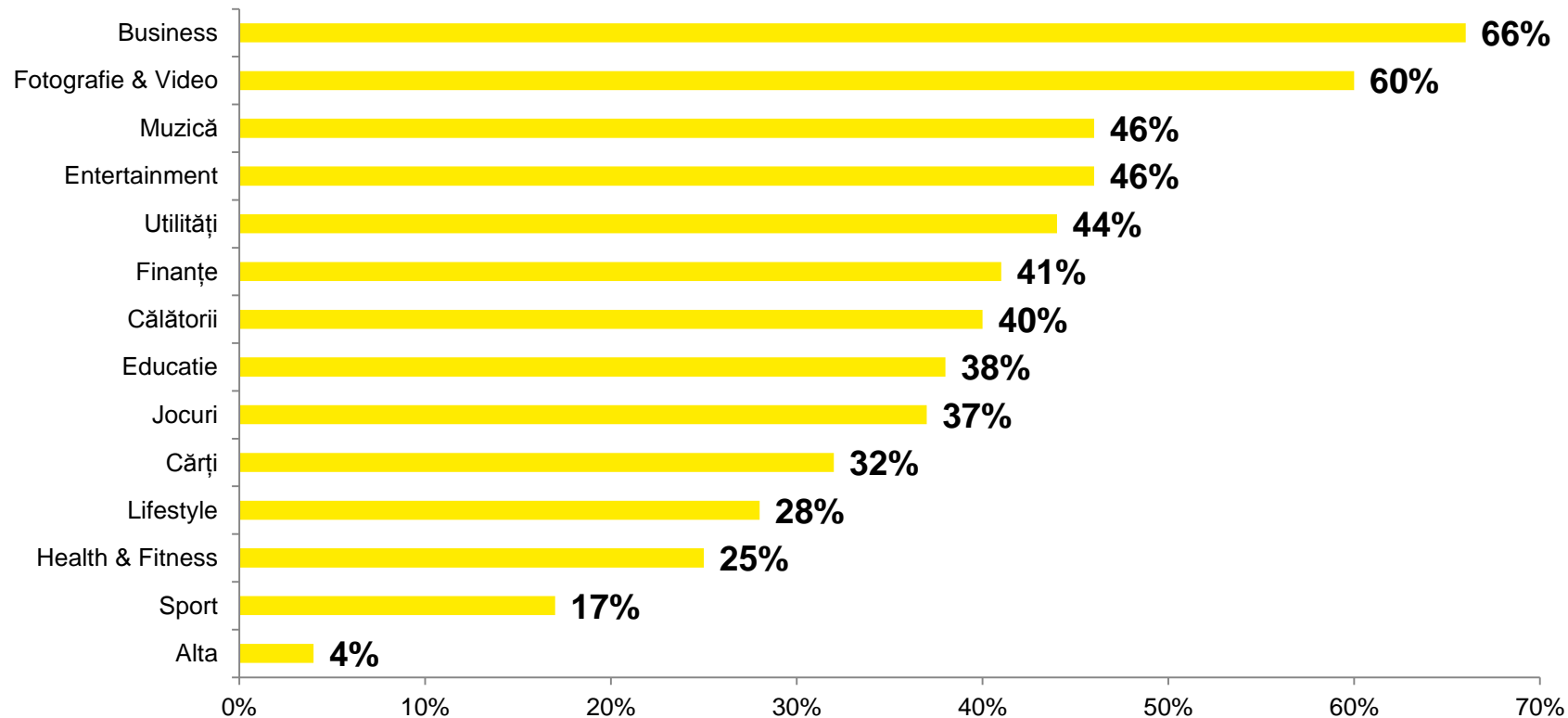


Corelând vârsta respondenților cu numărul de aplicații folosite rezultă că cei care folosesc cele mai multe aplicații au 35-45 ani, urmați de cei de 25-35 ani și de cei cu vârsta de 45-55 ani.

Din ce categorii fac parte aplicațiile pe care le utilizați acum?

(răspunsuri multiple)

Întrebarea 9



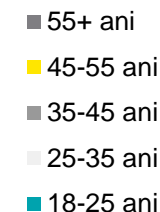
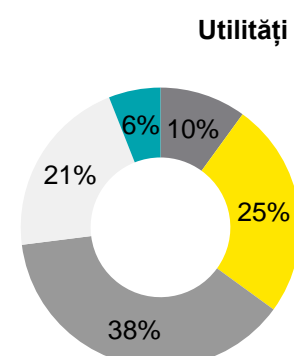
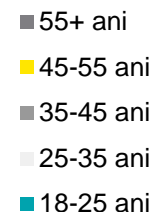
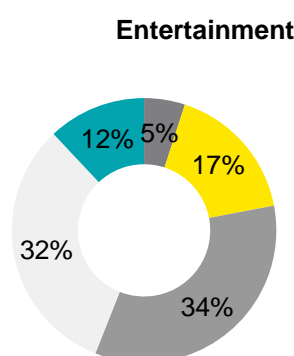
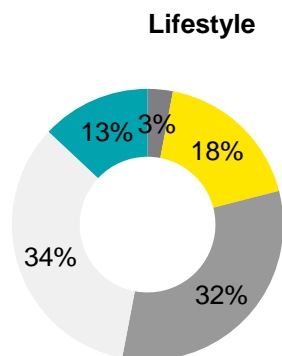
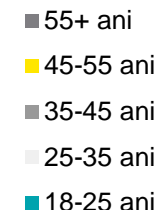
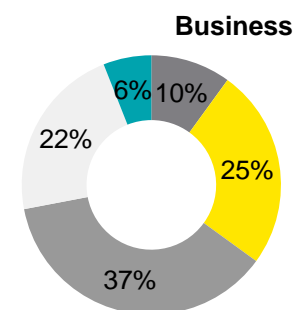
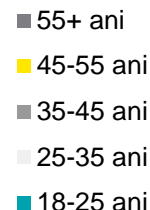
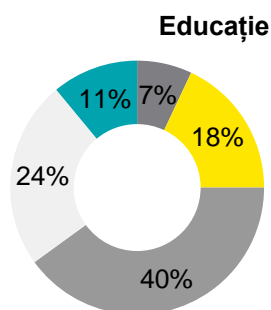
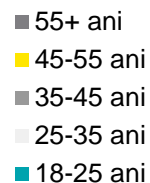
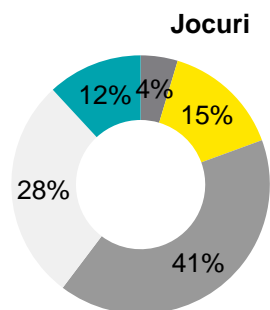
Total răspunsuri: 924
(Nu au răspuns: 116)



Utilizarea numărului mare de aplicații se explică și prin categoriile diverse din care acestea fac parte. 66% dintre respondenți folosesc aplicații din categoria business, 60% din categoria foto & video, câte 46% din categoria muzică și entertainment, cele mai coborâte valori la utilizarea aplicațiilor le înregistrează categoriile lifestyle (28%), health & fitness (25%) și sport (17%).

Din ce categorii fac parte aplicațiile pe care le utilizați acum?

Întrebarea 9 – În funcție de vârstă (a)



Total răspunsuri: 924
(Nu au răspuns: 116)

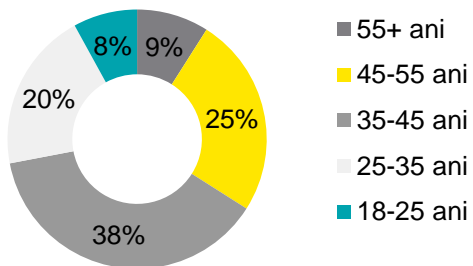


Dintre toate categoriile de aplicații în funcție de vârstă respondenții de 55+ ani utilizează cel mai mult aplicațiile de finanțe, business și sport și cel mai puțin aplicațiile de jocuri (4%), lifestyle (3%), health & fitness (3%). Cei de 45-55 ani utilizează cel mai des aplicațiile de finanțe, business și călătorii și cel mai puțin jocuri (15%) și health & fitness (15%).

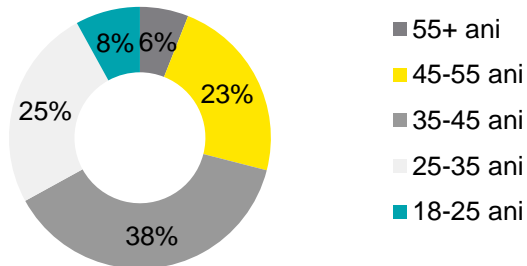
Din ce categorii fac parte aplicațiile pe care le utilizați acum?

Întrebarea 9 – În funcție de vârstă (b)

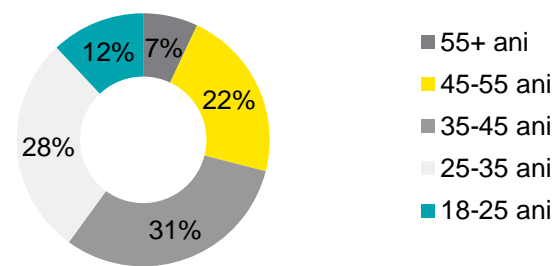
Călătorii



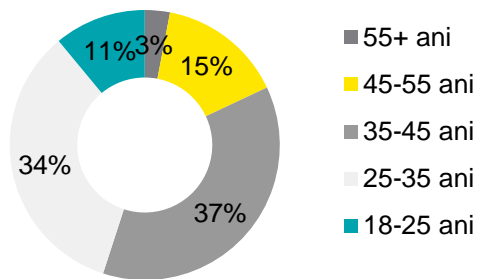
Cărți



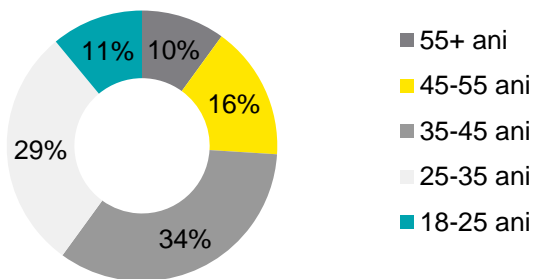
Muzică



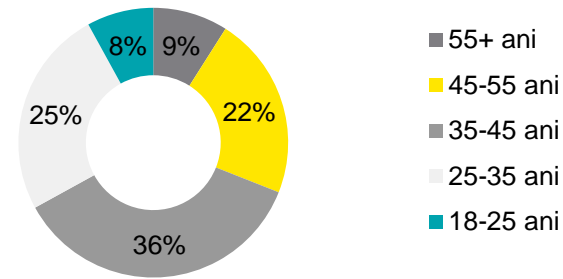
Health & fitness



Sport



Fotografie & video



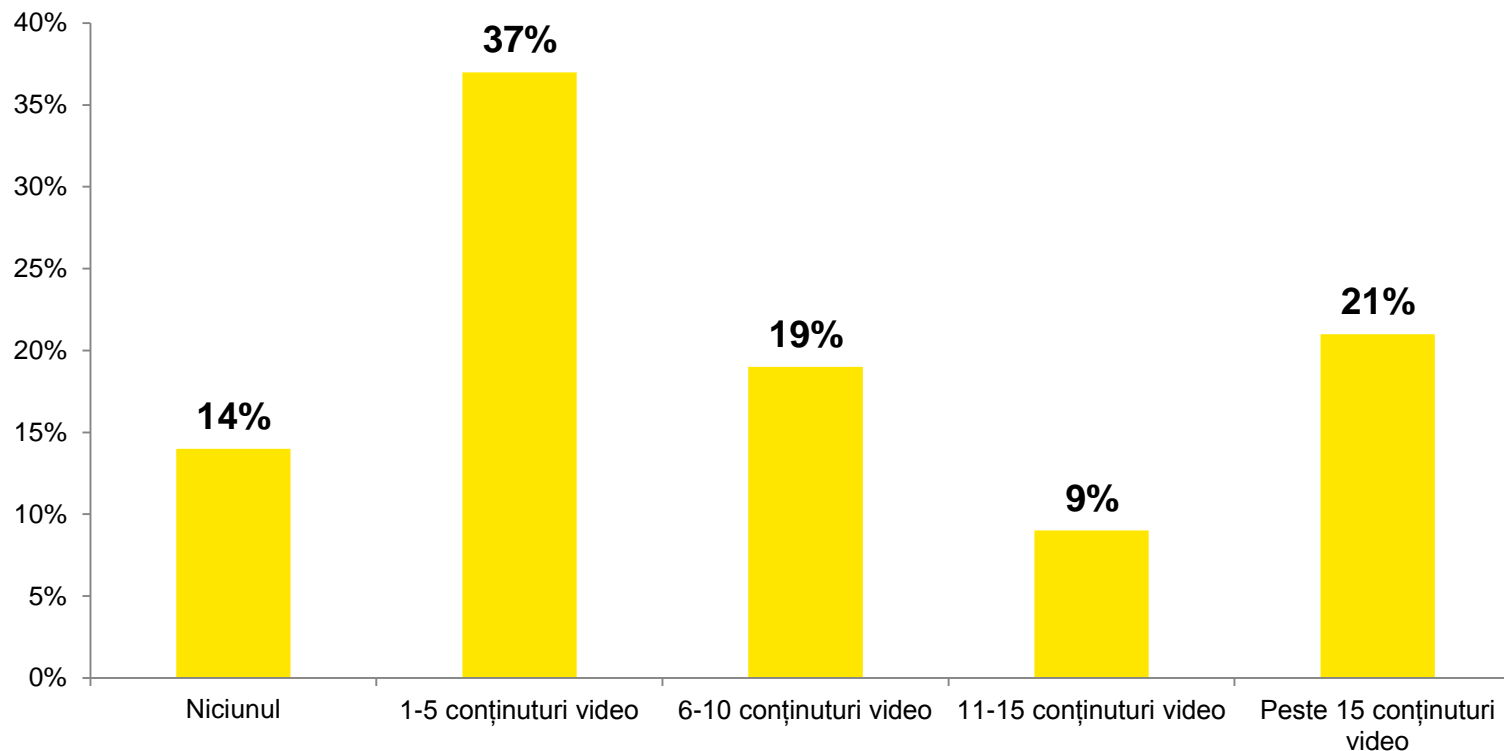
Total răspunsuri: 924
(Nu au răspuns: 116)



Cei de 35-45 ani utilizează cel mai des aplicațiile de jocuri, educație și călătorii și cel mai puțin de muzică (31%) și lifestyle (32%). Cei de 25-35 ani utilizează cel mai des aplicațiile de lifestyle, health & fitness și entertainment și cel mai puțin de business (22%) și călătorii (20%). Cei de 18-25 ani utilizează cel mai des aplicațiile de lifestyle, muzică și entertainment și cel mai puțin de utilități (6%) și business (6%).

Câte conținuturi video vizionați în fiecare săptămână pe dispozitive mobile? (un singur răspuns)

Întrebarea 10



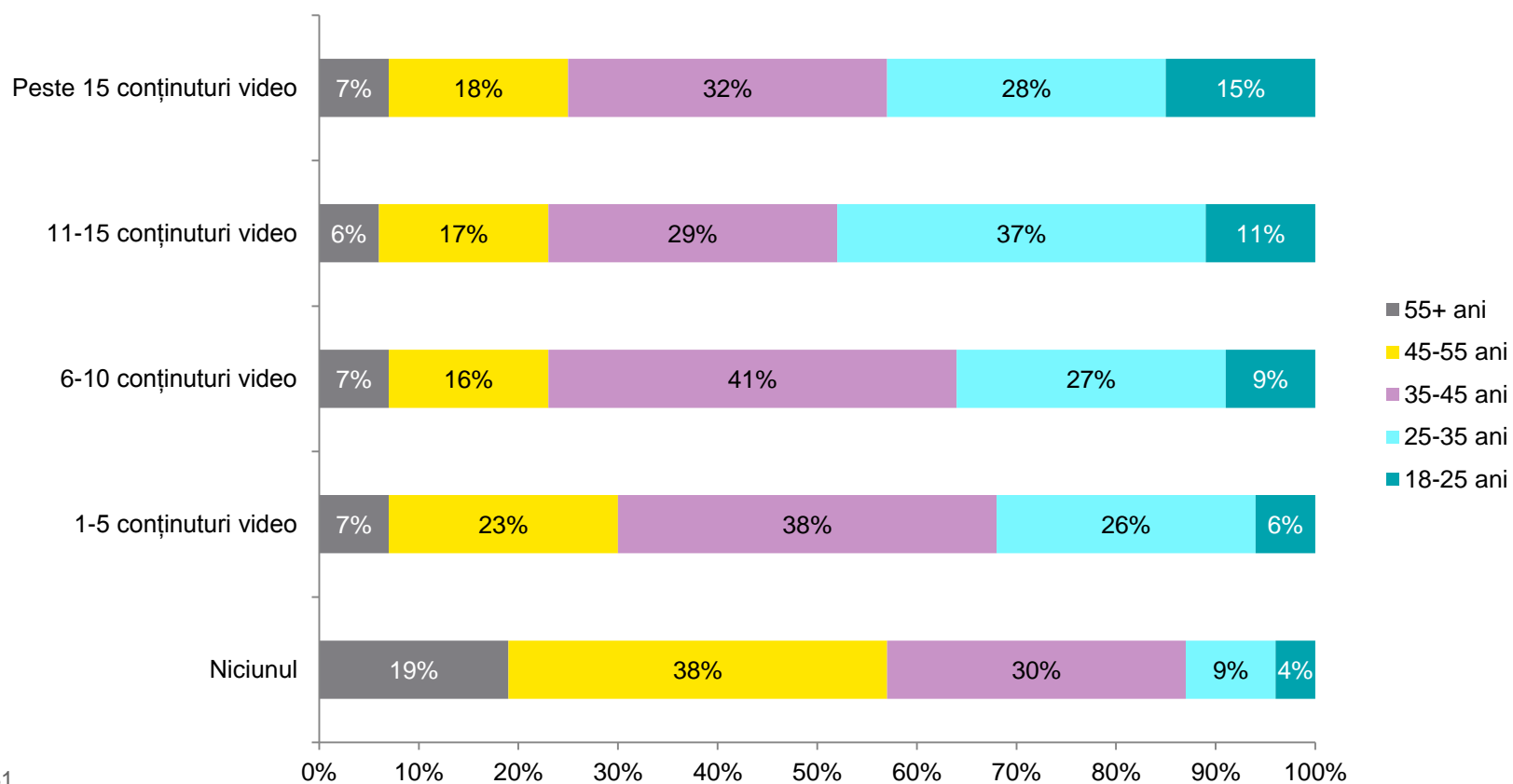
Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)



37% dintre respondenți vizionează 1-5 conținuturi video/săptămână, 21% peste 15 conținuturi video/săptămână, 19% vizionează între 6 și 10 conținuturi video, în timp ce doar 14% dintre respondenți nu vizionează nici un conținut video pe săptămână. Studiile globale estimează o creștere anuală a traficului video cu câte 55% până în 2020, impulsionat de serviciile de streaming video și de includerea de tot mai mult conținut video în spațiul de media și publicitar.

Câte conținuturi video vizionați în fiecare săptămână pe dispozitive mobile? (un singur răspuns)

Întrebarea 10 – În funcție de vârstă



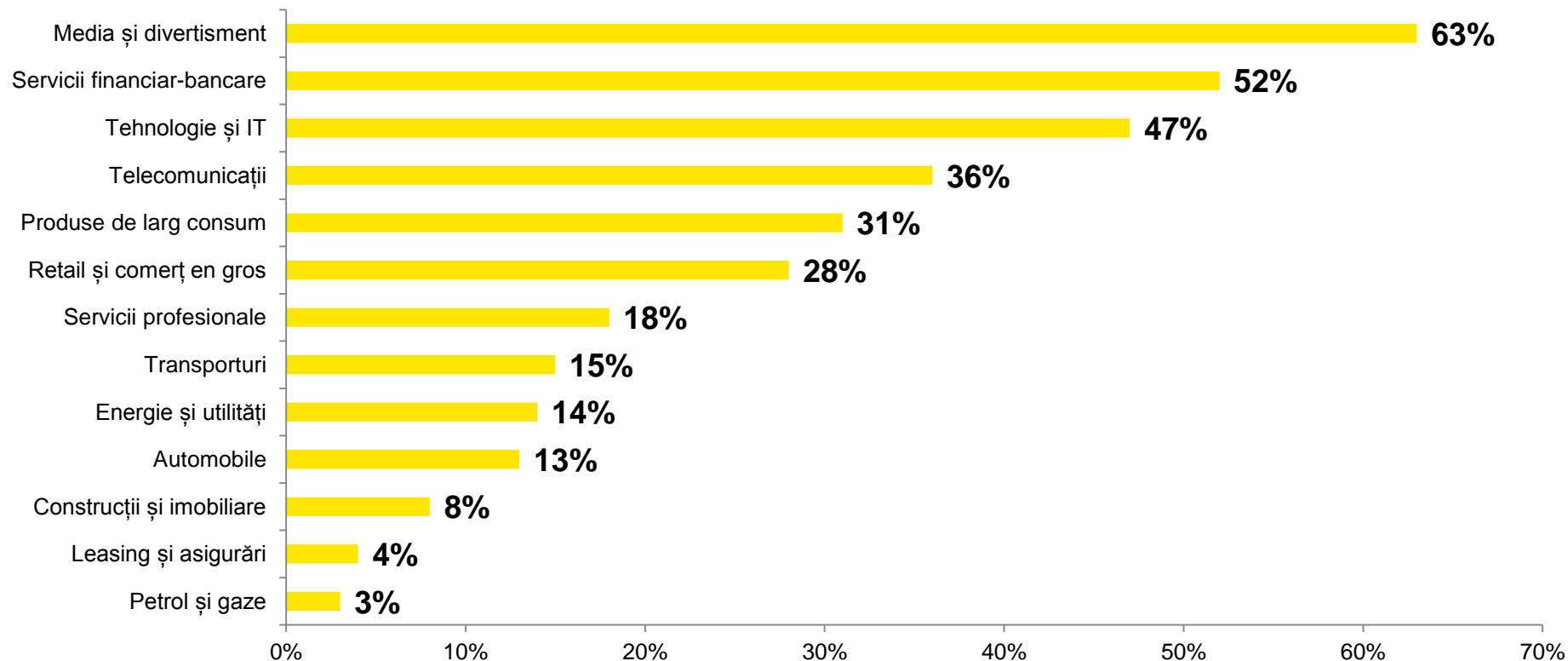
Total răspunsuri: 931
(Nu au răspuns: 109)



Cei mai importanți consumatori de conținut video sunt cei de 35-45 ani, din care 32% spun că vizionează peste 15 conținuturi video, urmați de respondenții de 25-35 ani, din care 28% spun că vizionează peste 15 conținuturi video pe săptămână. Așa cum era de așteptat, generația celor de 18-25 ani consumă mai mult conținut video decât cea a celor de 55+ ani, care într-o proporție mare spune că nu consumă nici un conținut video.

Care sunt industriile care vă oferă cea mai bună experiență de accesare digitală a informației pe dispozitivul mobil? (răspunsuri multiple)

Întrebarea 11



Total răspunsuri: 966
(Nu au răspuns: 74)



Industria care oferă respondenților cea mai bună experiență de accesare a informației pe dispozitivul mobil sunt: media și divertisment pentru 63% dintre respondenți, industria de servicii financiar-bancare (52%), tehnologie și IT (47%) și telecomunicații (36%). Industriile precum construcții și imobiliare (8%), leasing și asigurări și petrol și gaze (3%) au de îmbunătățit experiența de accesare a informației pe dispozitive mobile.

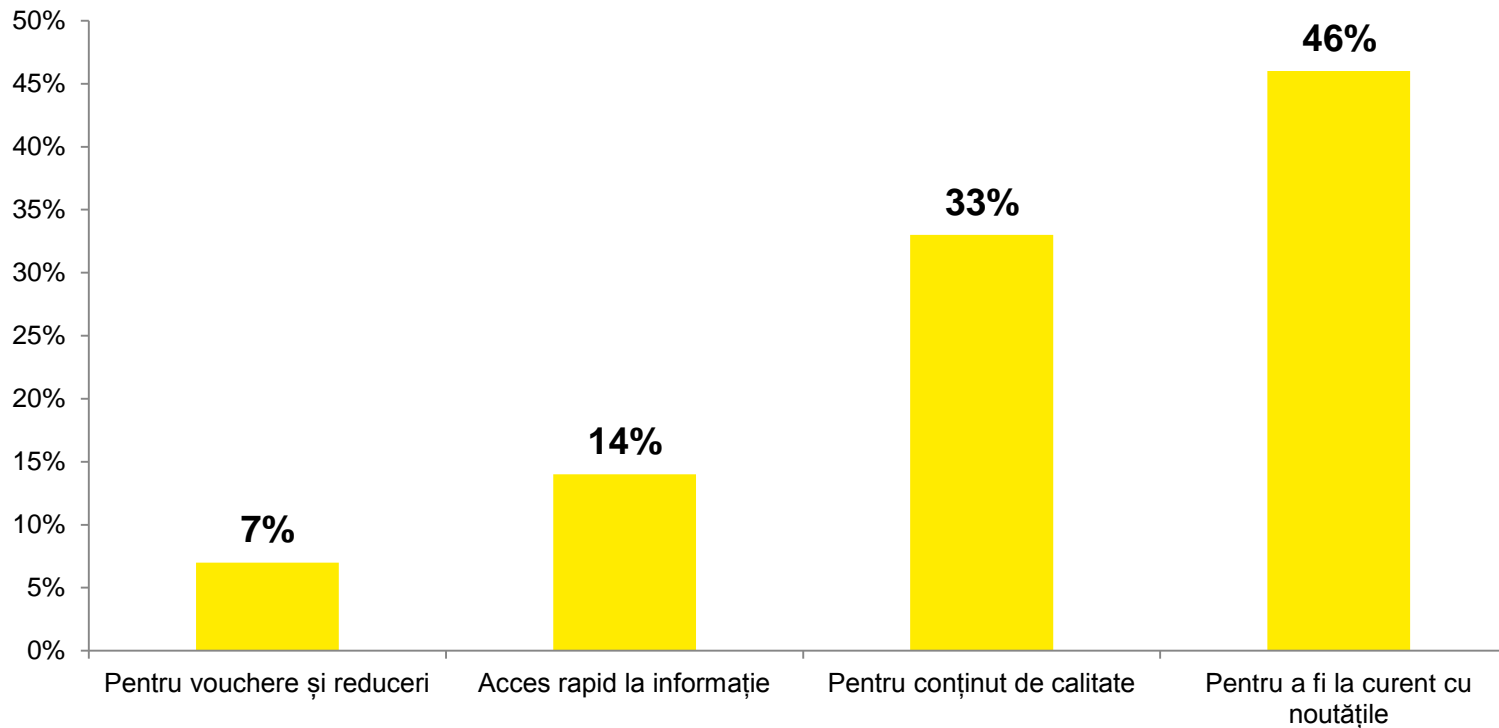
A blurred, high-angle photograph of a crowd of people walking on a subway platform. The people are in motion, creating a sense of a busy, fast-paced environment. The floor is made of light-colored tiles, and there are yellow tactile paving strips visible. A large yellow graphic element is overlaid on the right side of the image.

Utilizarea dispozitivelor mobile în România

Secțiunea 3 – Dispozitivele mobile și
social media

Dacă dați like sau follow la brand-uri pe social media folosind dispozitivul mobil, de ce o faceți? (un singur răspuns)

Întrebarea 12



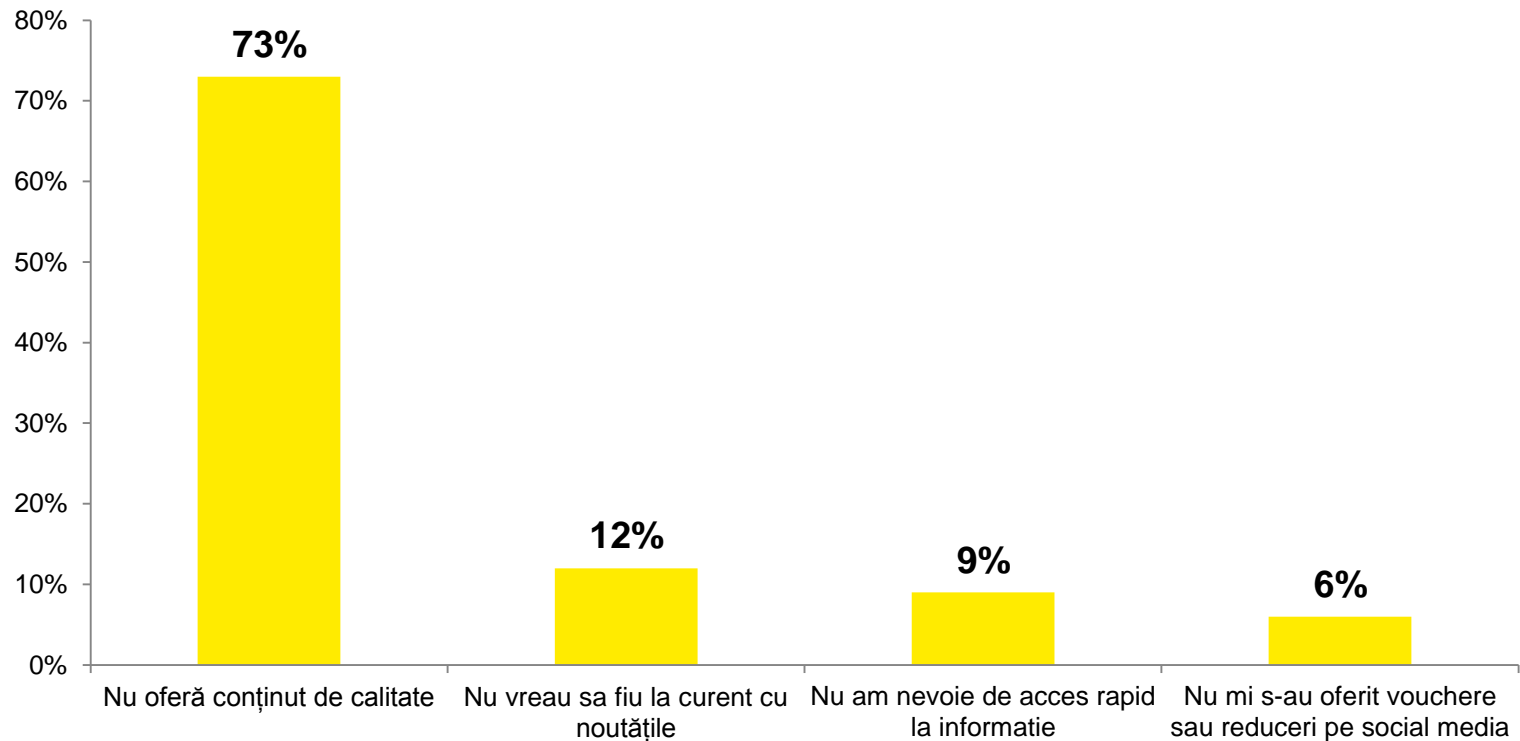
Total răspunsuri: 817
(Nu au răspuns: 223)



46% dintre respondenți spun că dau like / follow brandurilor pe social media folosind dispozitivul mobil atunci când doresc să fie la curent cu noutățile oferite, pentru conținut de calitate (33%), pentru acces rapid la informație (14%) și doar 7% pentru vouchere și reduceri.

Dacă nu dați like sau follow la branduri pe social media, de ce nu o faceți? (un singur răspuns)

Întrebarea 13



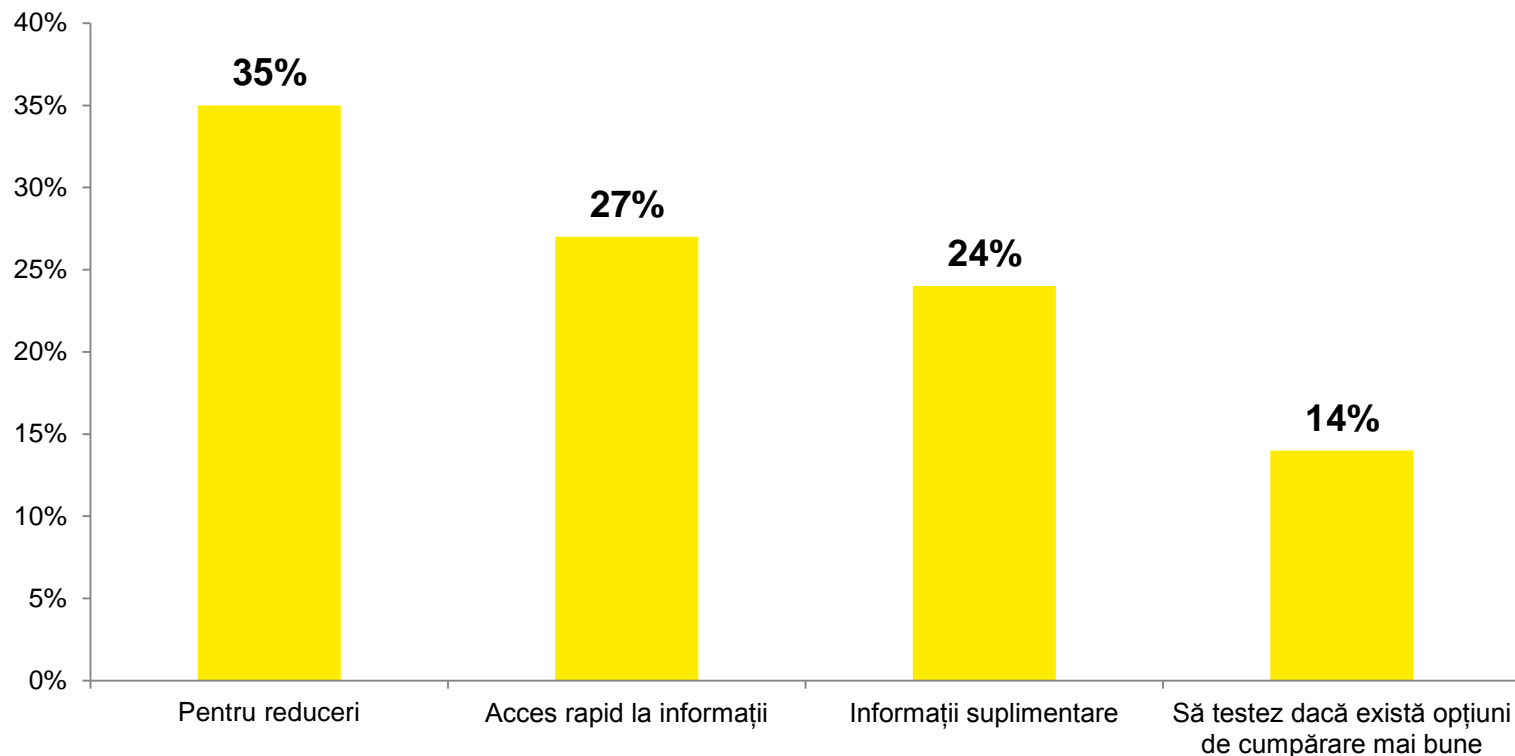
Total răspunsuri: 803
(Nu au răspuns: 237)



Motivul pentru care respondenții nu dau like / follow brandurilor pe social media folosind dispozitivul mobil sunt: lipsa conținutului de calitate (73%), nu vor să fie la curent cu noutățile oferite (12%), nu au nevoie de acces rapid la informație în acel moment și nu li s-au oferit vouchere sau reduceri (6%).

Dacă folosiți vouchere care se scanează sau coduri QR, de ce o faceți? (un singur răspuns)

Întrebarea 14



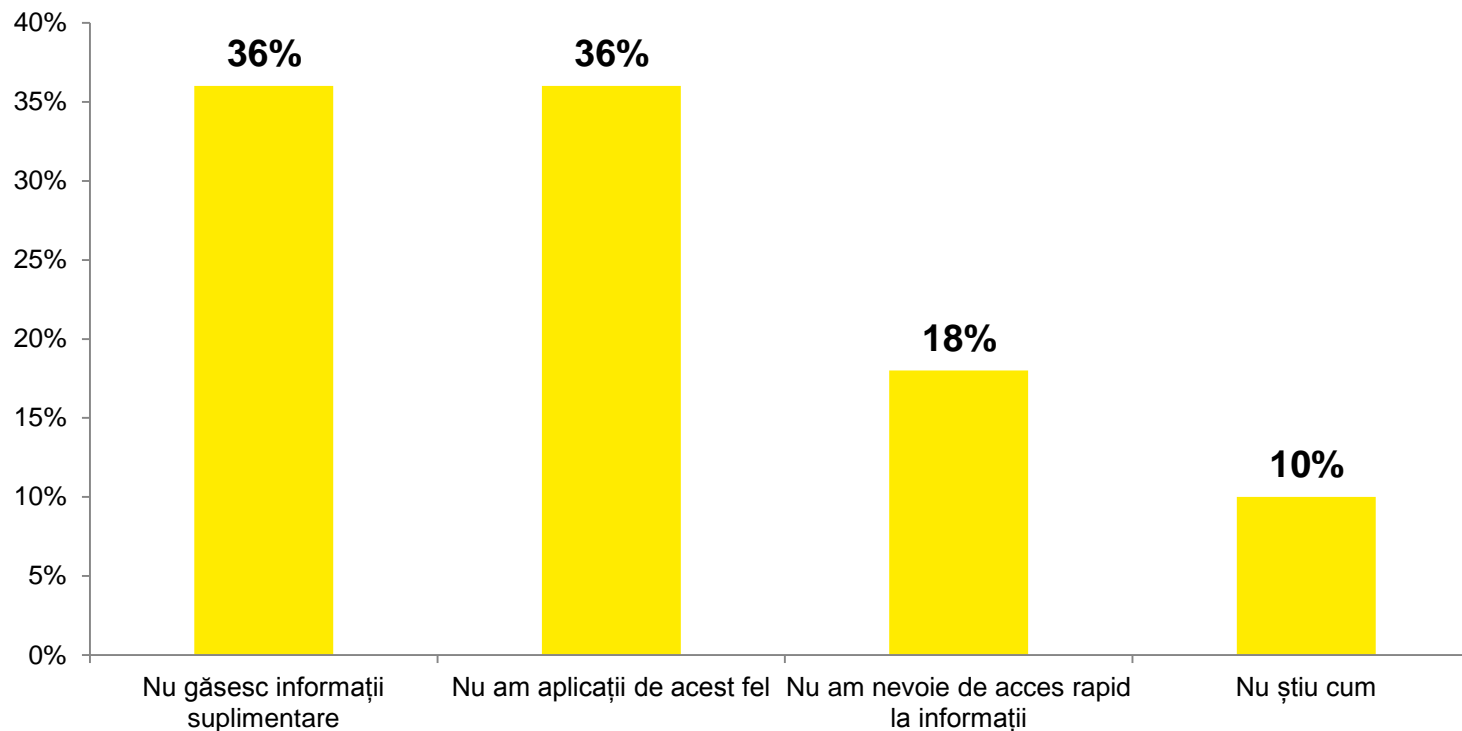
Total răspunsuri: 699
(Nu au răspuns: 341)



Respondenții folosesc voucherele care se scanează sau coduri QR prin intermediul dispozitivelor mobile pentru: reduceri (35%), acces rapid la informații (27%), informații suplimentare (24%) și ca să testeze dacă există opțiuni de cumpărare mai bune.

Dacă nu folosiți vouchere care se scanează sau coduri QR, de ce nu o faceți? (un singur răspuns)

Întrebarea 15



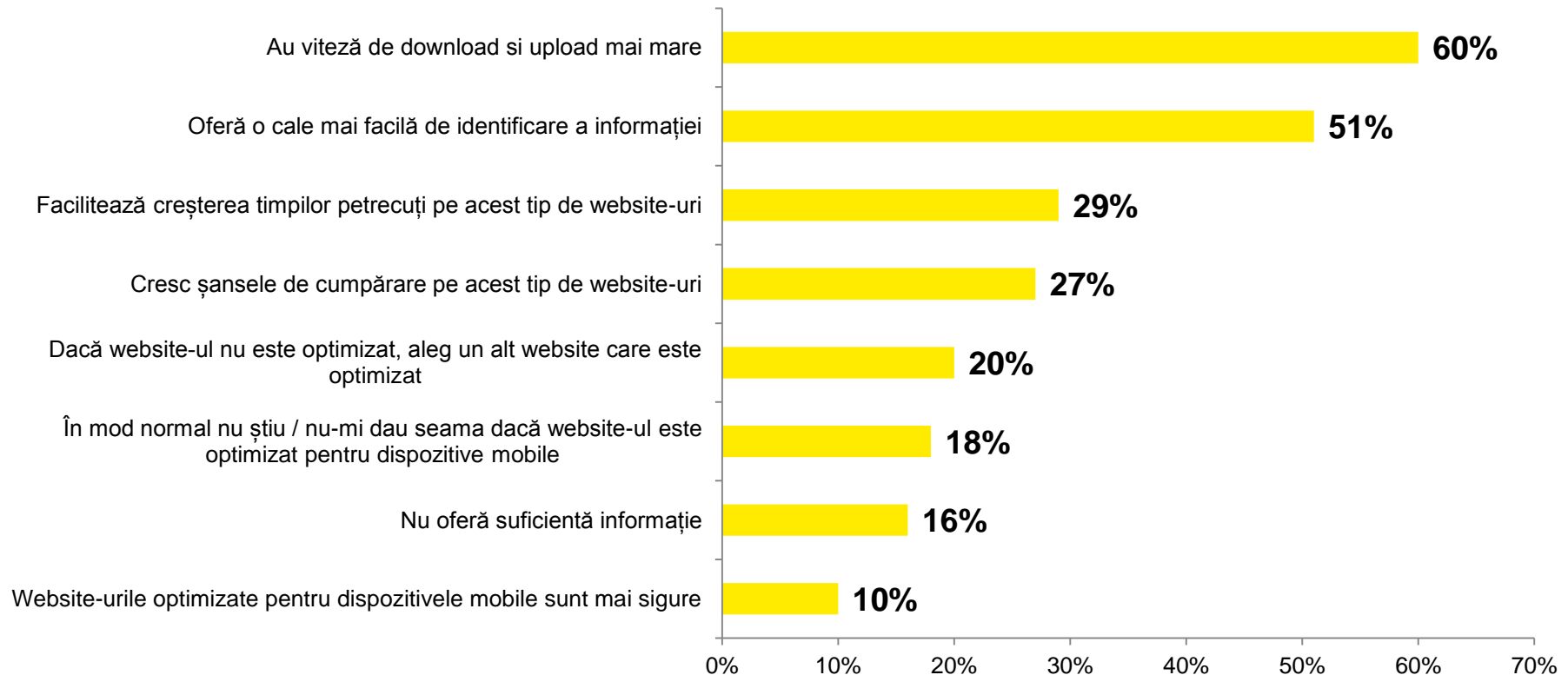
Total răspunsuri: 776
(Nu au răspuns: 264)



Respondenții nu folosesc voucherele care se scanează sau coduri QR prin intermediul dispozitivelor mobile deoarece: nu găsesc informații suplimentare (36%), nu au aplicații de acest fel (36%), nu au nevoie de acces rapid la informații (18%) sau nu știu cum (10%).

Selectați toate afirmațiile cu care sunteți de acord. Website-urile optimizate pentru dispozitivele mobile: (răspunsuri multiple)

Întrebarea 16



Total răspunsuri: 901
(Nu au răspuns: 139)



Despre website-urile optimizate pentru dispozitivele mobile: 60% dintre respondenți consideră că au o viteză de download și upload mai mare, 51% că oferă o cale mai facilă de identificare a informației, 29% spun că facilitează creșterea timpilor petrecuți pe acest tip de website-uri și 27% spun că șansele de cumpărare pe acest tip de website-uri cresc.

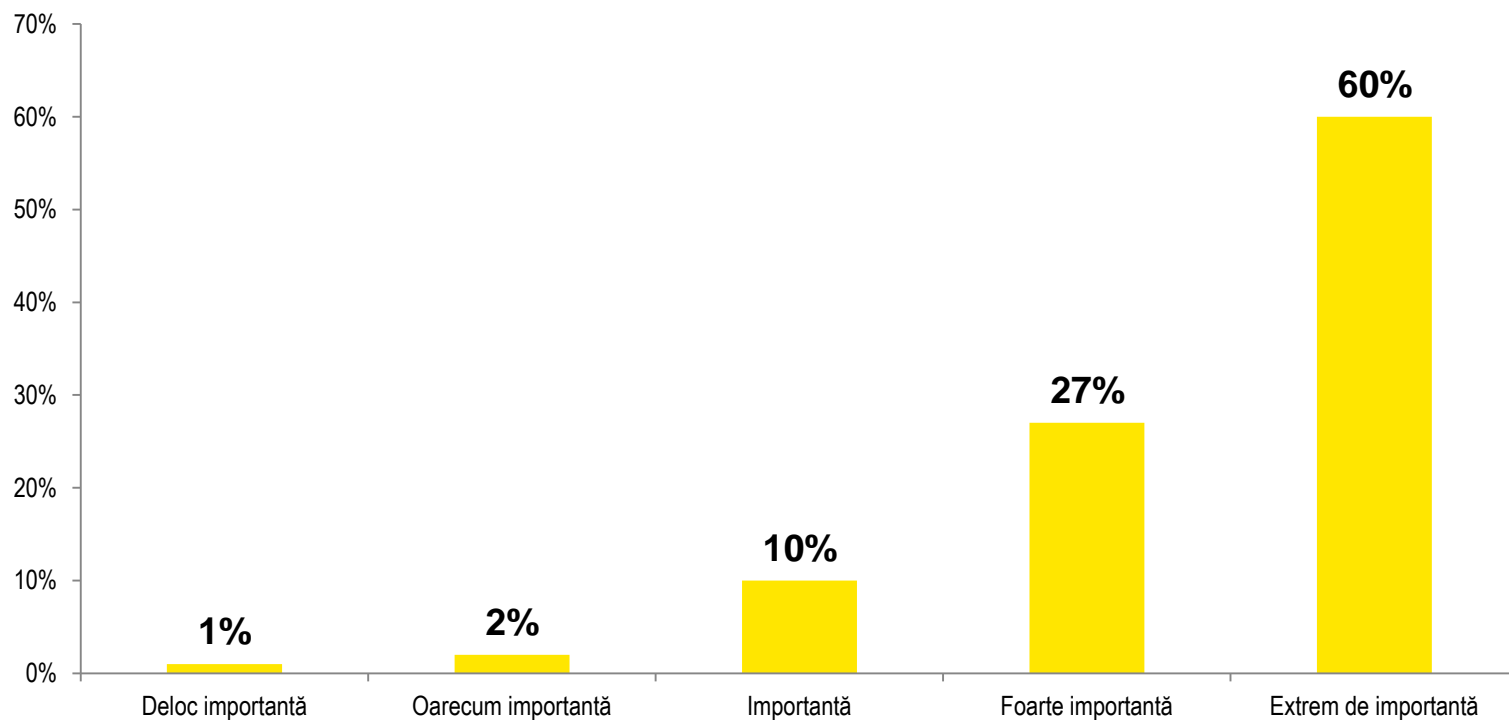
Utilizarea dispozitivelor mobile în România

Secțiunea 4 – Securitatea și
confidențialitatea utilizării dispozitivelor
mobile

Pe o scală de la 1 la 5 calificați cât de importantă este pt. dvs. confidențialitatea atunci când folosiți dispozitivul mobil?

(1 – deloc importantă – 5 extrem de importantă) (un singur răspuns)

Întrebarea 17



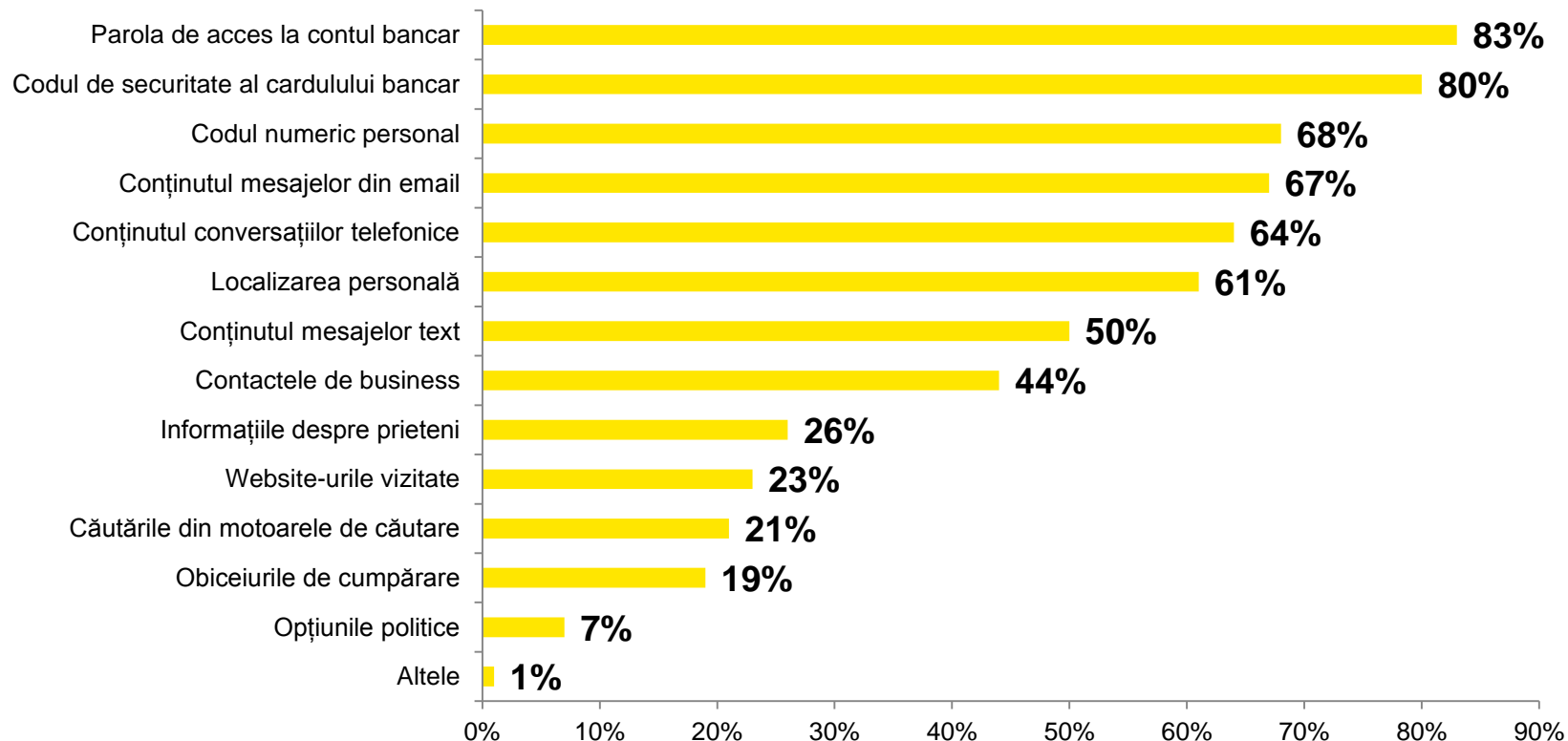
Total răspunsuri: 947
(Nu au răspuns: 93)



Pentru 60% dintre respondenți confidențialitatea este extrem de importantă, pentru 27% este foarte importantă și 10% este importantă. Suma de 97% a valorilor înregistrate de cei care consideră confidențialitatea de la “importantă” la “foarte importantă” este un indicator despre relația pe care utilizatorul o vrea cu online-ul privind regimul de confidențialitate a datelor pe care le primește și expediază.

Din punct de vedere al securității ce date vă preocupă cel mai mult atunci când utilizați dispozitivul mobil? (răspuns multiplu)

Întrebarea 18



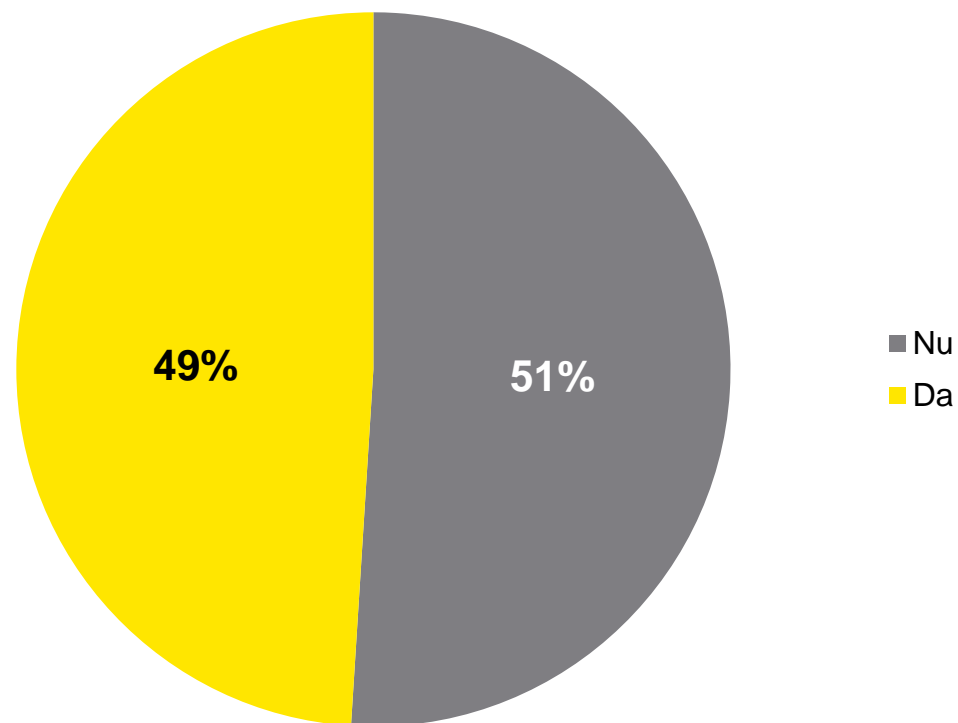
Total răspunsuri: 947
(Nu au răspuns: 93)



În ce privește asigurarea confidențialității și securității datelor atunci când folosesc dispozitivul mobil, pe respondenți îi preocupă cel mai mult: parola de acces la contul bancar (83%), codul de securitate al cardului bancar (80%), codul numeric personal (68%), conținutul mesajelor din email (67%). Cel mai puțin îi preocupă confidențialitatea căutărilor din motoarele de căutare (21%), obiceiurile de cumpărare (19%) și opțiunile politice (7%).

Acceptați cookies atunci când navigați online prin intermediul dispozitivului mobil? (un singur răspuns)

Întrebarea 19



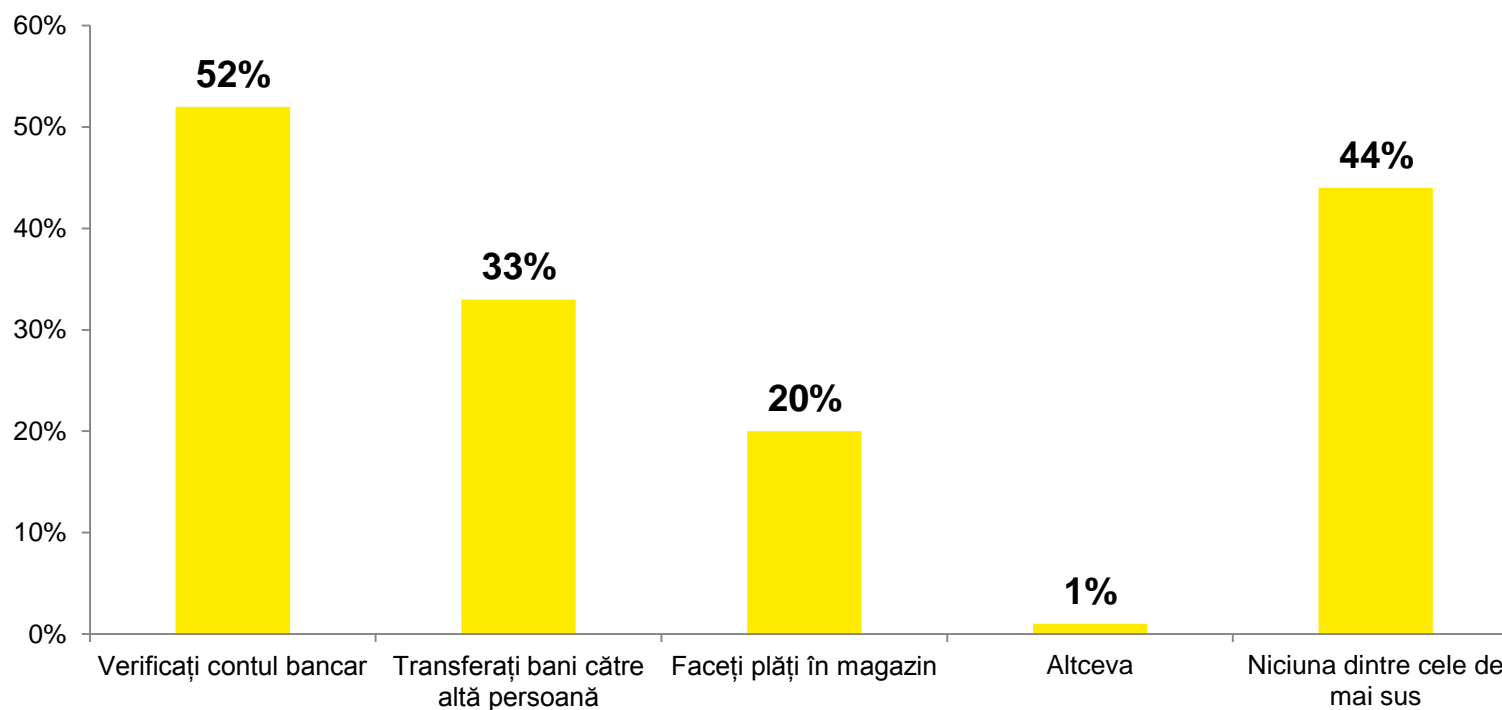
Total răspunsuri: 947
(Nu au răspuns: 93)



Paritatea celor care acceptă sau nu acceptă cookies atunci când navighează online este sensibil egală 49% vs. 51%. Se disting astfel două tipuri posibile de utilizatori: 1. utilizatorul "just browsing" - pentru care colectarea datelor este percepută drept încălcare a confidențialității, 2. utilizatorul "determined buyer" care are o nevoie articulată, caută cu țintă, vrea opțiuni și acceptă colectarea datelor din motive pragmatice.

Ați folosit vreodată dispozitivul mobil ca să: (răspunsuri multiple)

Întrebarea 20



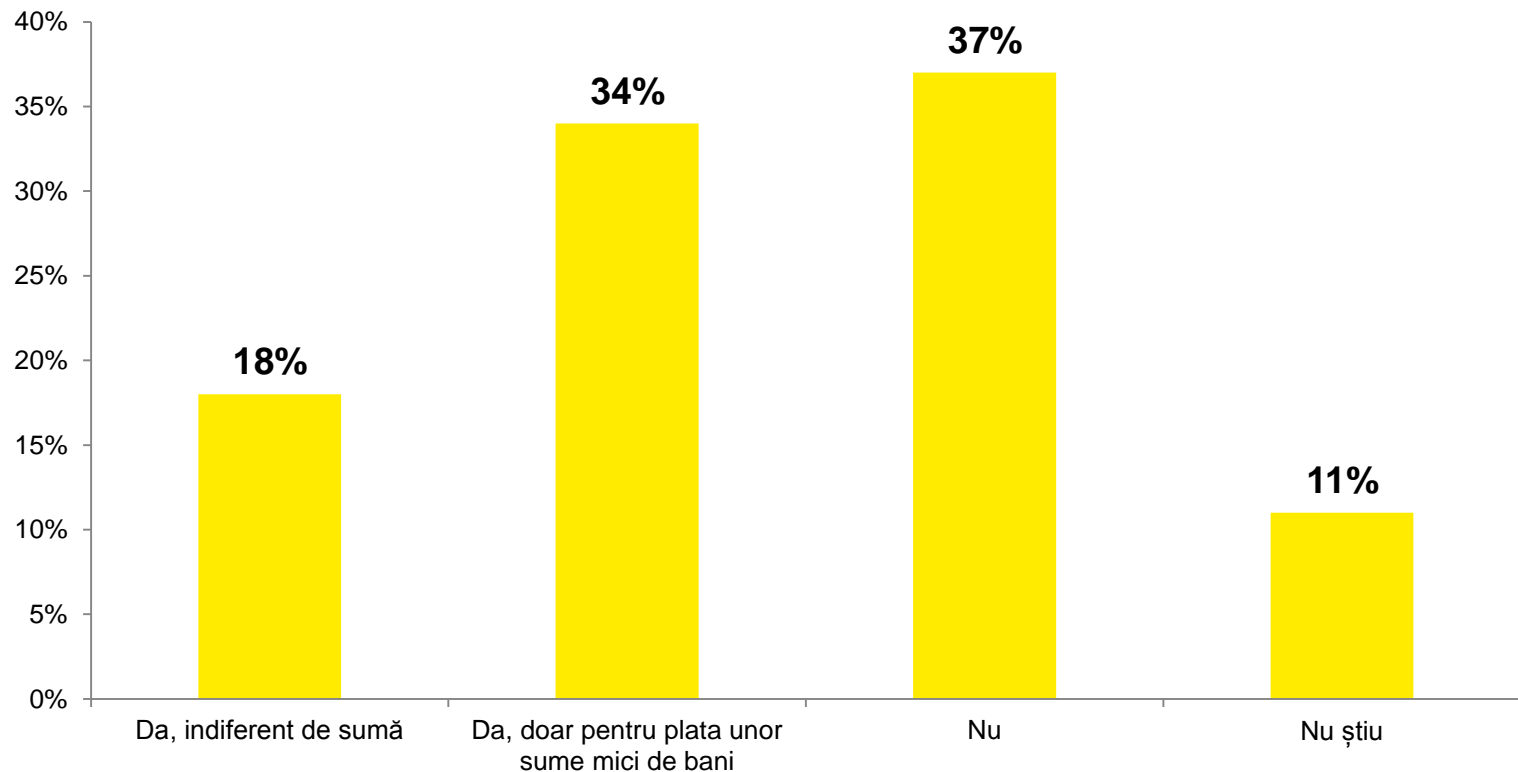
Total răspunsuri: 911
(Nu au răspuns: 129)



Deoarece pe primele locuri în topul securității datelor care îi preocupă cel mai mult pe respondenți atunci când utilizați dispozitivul mobil sunt parola de acces la contul bancar pentru (83%), codul de securitate al cardului bancar (80%), se constată un comportament precaut privind transferul de bani către o altă persoană (33%), plata în magazin (20%).

Ați folosi o soluție pe baza căreia să plătiți în magazin folosindu-vă dispozitivul mobil? (un singur răspuns)

Întrebarea 22



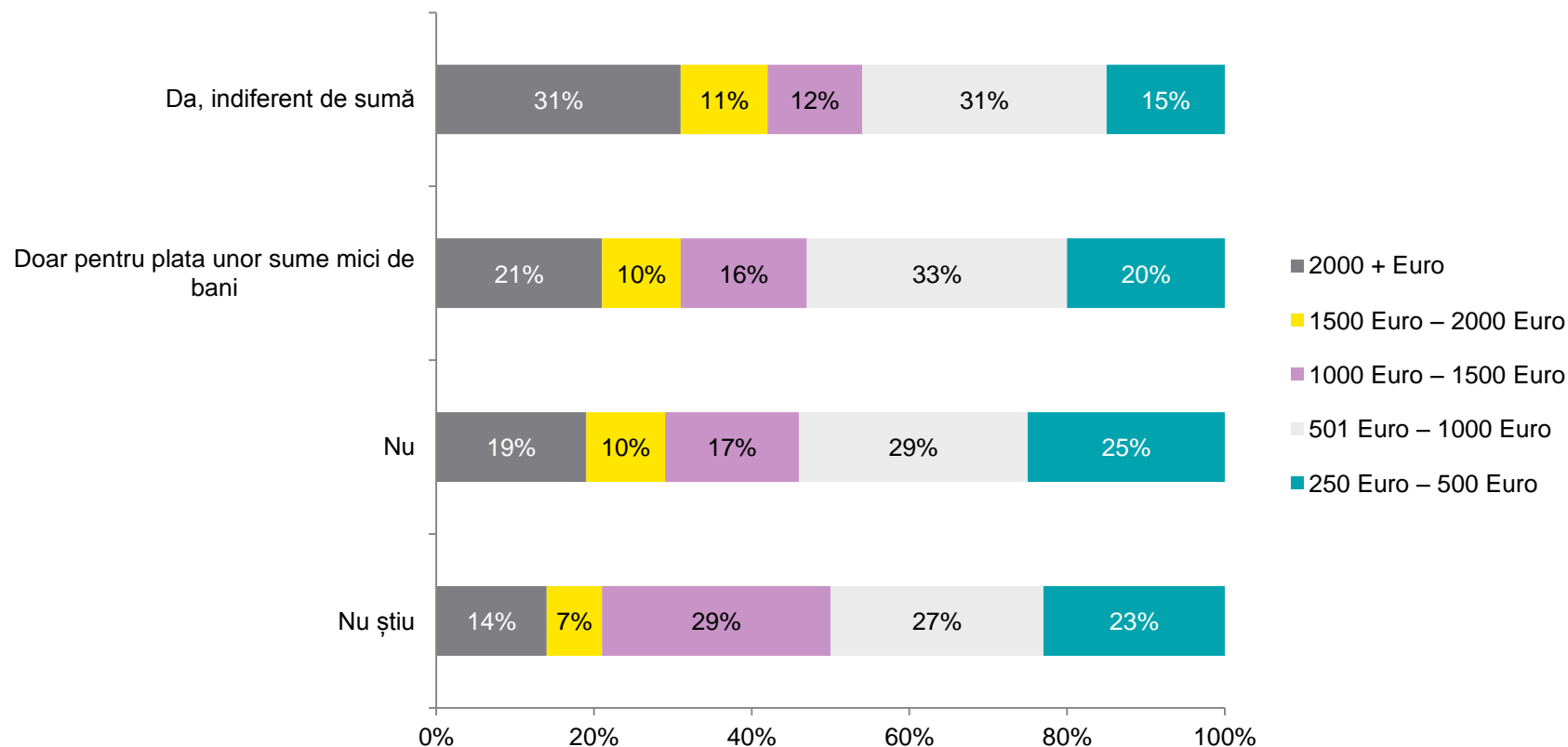
Total răspunsuri: 911
(Nu au răspuns: 129)



Proporția celor care sunt dispuși să folosească o soluție pe baza căreia să plătească în magazin folosindu-și dispozitivul mobil vs. a celor care nu doresc acest lucru sau sunt indeciși este relativ echilibrată. De remarcat este faptul că 18% dintre respondenți sunt deschiși la această opțiune indiferent de sumă în timp ce 34% ar încerca o soluție pentru plata în magazin cu ajutorul dispozitivului mobil doar pentru plata unor sume mici de bani.

Ați folosi o soluție pe baza căreia să plătiți în magazin folosindu-vă dispozitivul mobil? (un singur răspuns)

Întrebarea 22 – În funcție de venit



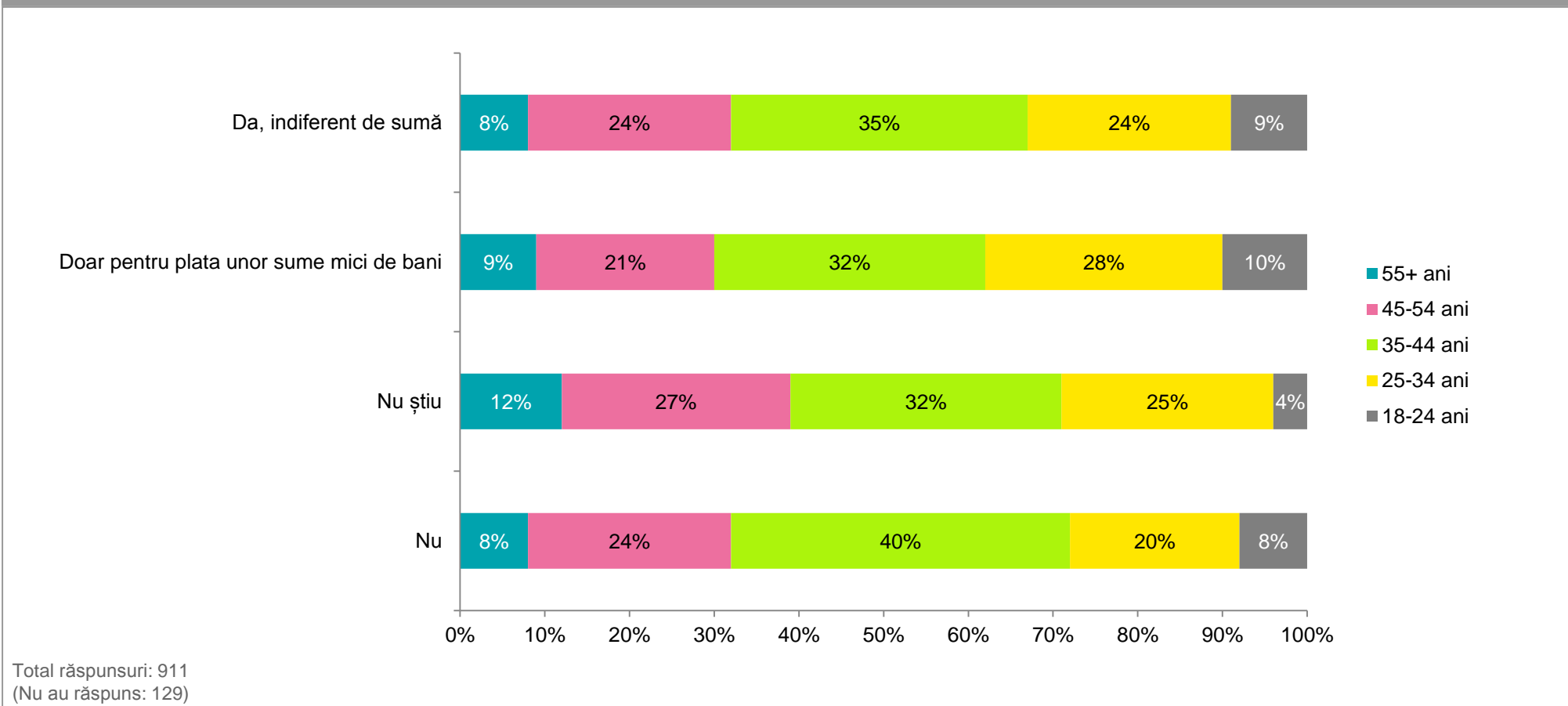
Total răspunsuri: 911
(Nu au răspuns: 129)



Respondenții cu venituri de 2000+ Euro și cei cu venituri de 501-1000 Euro spun că ar folosi o soluție pe baza căreia să plătească în magazin folosind dispozitivul mobil indiferent de sumă. Cei mai reținuți să plătească folosind o soluție de plată cu ajutorul telefonului mobil sunt cei cu venit de 250-500 Euro.

Ați folosi o soluție pe baza căreia să plătiți în magazin folosindu-vă dispozitivul mobil? (un singur răspuns)

Întrebarea 22 – În funcție de vârstă



În funcție de vârsta respondenților cei mai deschiși să plătească în magazin folosind dispozitivul mobil sunt cei de 35-45 ani (35%), urmați la egalitate (cu 24%) de către cei de 45-55 ani și cei de 25-35 ani care ar plăti în acest mod indiferent de sumă.

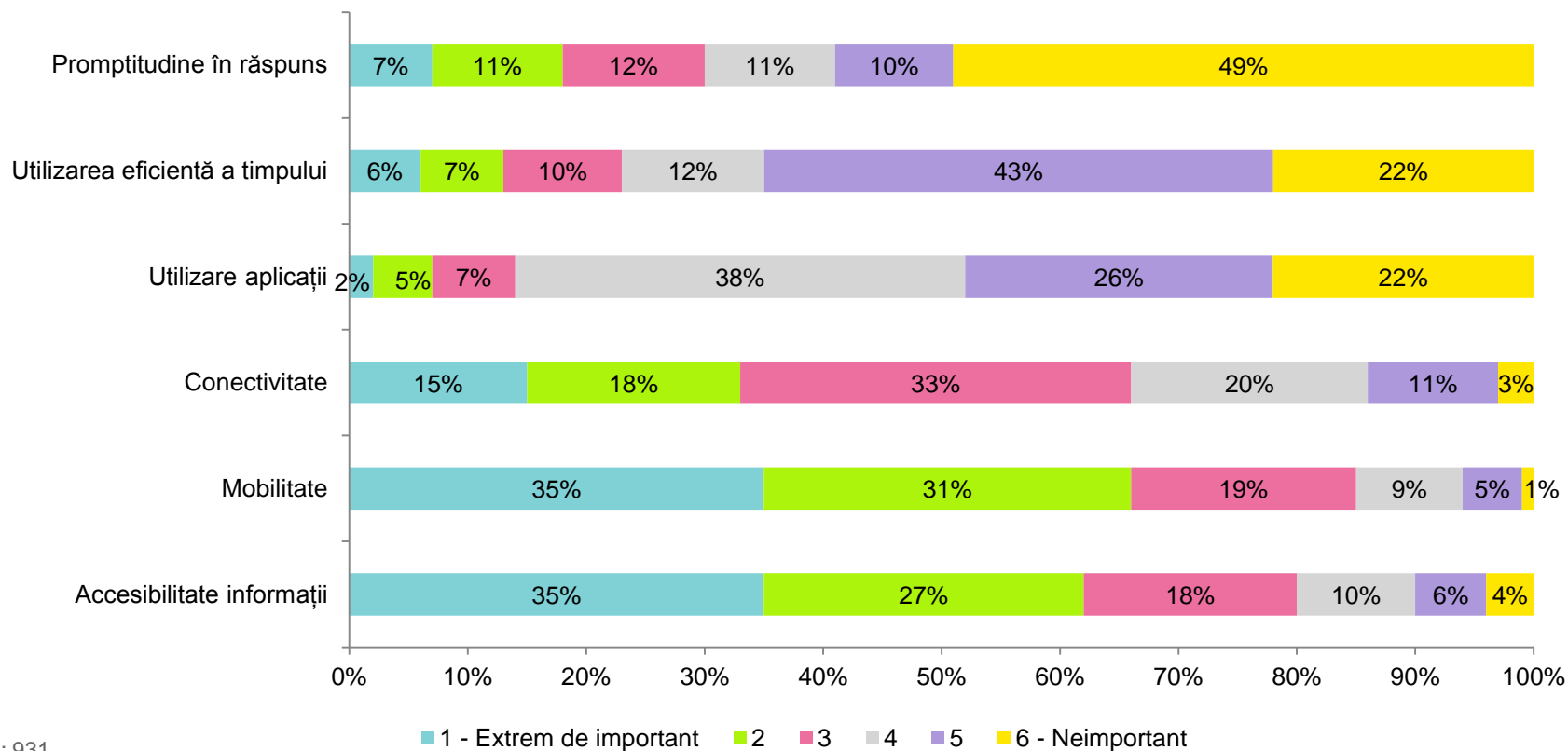
A blurred, high-angle photograph of a crowd of people walking on a subway platform. The people are in motion, creating a sense of a busy, fast-paced environment. The floor is made of light-colored tiles, and there are yellow tactile paving strips visible. A large yellow graphic element is overlaid on the right side of the image.

Utilizarea dispozitivelor mobile în România

Secțiunea 5 – Beneficiile utilizării
dispozitivelor mobile

Alegeți în ordinea importanței beneficiile pe care le aduce pentru dvs. utilizarea dispozitivelor mobile? (răspunsuri multiple)

Întrebarea 23



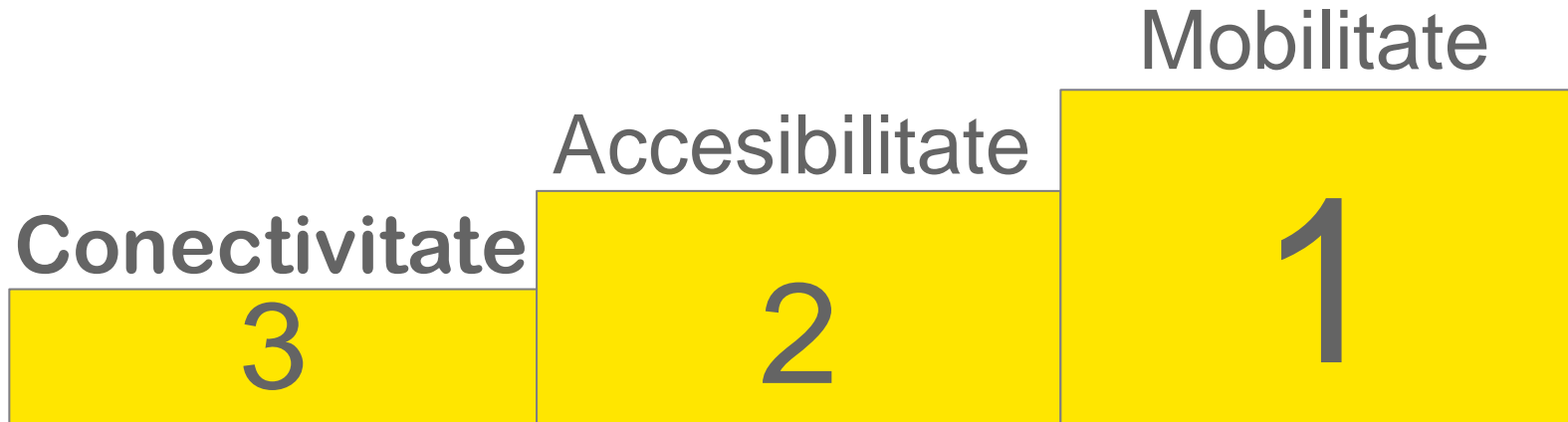
Total răspunsuri: 931
(Nu au răspuns: 109)



În opinia respondenților principalele beneficii pe care le aduce utilizarea dispozitivelor mobile sunt mobilitatea, accesibilitatea informațiilor, conectivitatea și utilizarea eficientă a timpului.

Alegeți în ordinea importanței beneficiile pe care le aduce pt. dvs. utilizarea dispozitivelor mobile? (răspunsuri multiple)

Întrebarea 23 – Top 3 beneficii



1 extrem de important	2	3	4	5 deloc important	6 nu știu	Total răspunsuri	Scor	Beneficiu
35.45%	30.61%	18.58%	9.02%	4.73%	1.61%	931	4.78	Mobilitate
35.55%	27.50%	17.83%	9.88%	5.91%	3.33%	931	4.67	Accesibilitate informații
14.61%	18.15%	33.3%	19.98%	10.74%	3.22%	931	3.96	Conectivitate

Total răspunsuri: 931
(Nu au răspuns: 109)



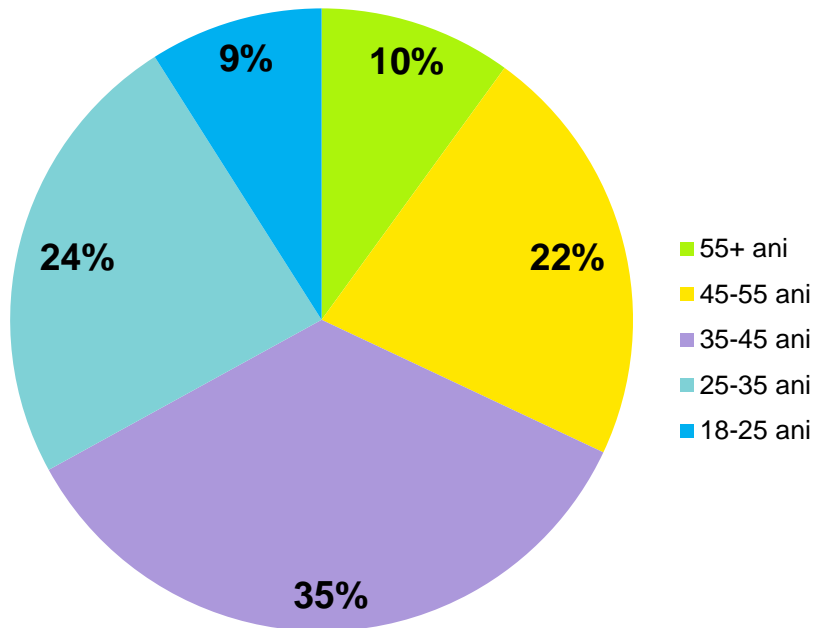
În top 3 beneficii, dintre cele 6 listate, pe care le aduce utilizarea dispozitivelor mobile în percepția respondenților la acest chestionar sunt: mobilitatea (locul 1), accesibilitatea (locul 2), și conectivitatea (locul 3). Pe locurile următoare s-au aflat în ordine utilizarea eficientă a timpului (locul 4), utilizarea aplicațiilor (locul 5) și promptitudinea în răspuns (locul 6). (Reamintim că aceasta este o analiză a percepțiilor.)

Date demografice

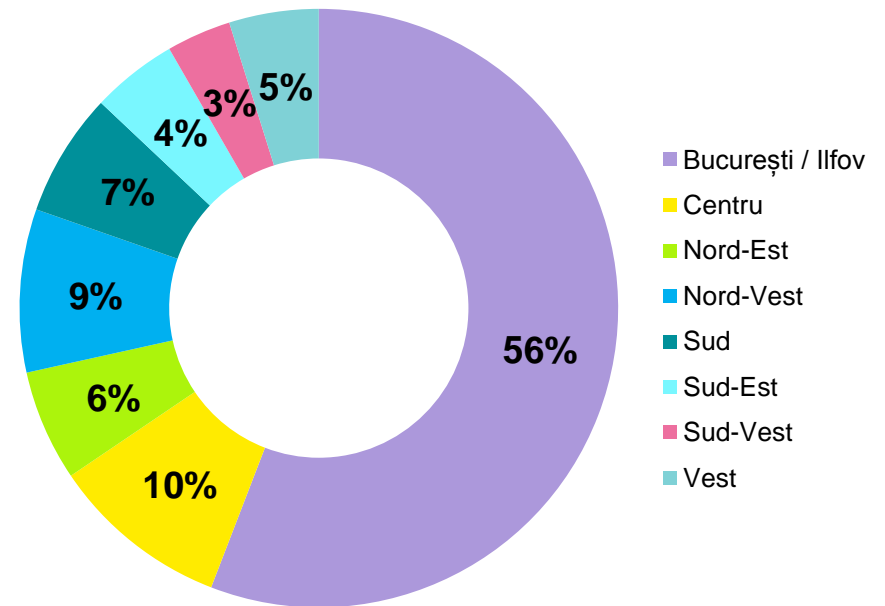
Aceast studiu are la bază cele 1040 de răspunsuri la un chestionar alcătuit din 33 întrebări primite în perioada 8-29 iunie 2015 de la respondenți, preponderent din mediul urban, cu vârste între 18 și 55+ ani, din 31 de județe ale țării.

Date demografice

Vârstă respondenți

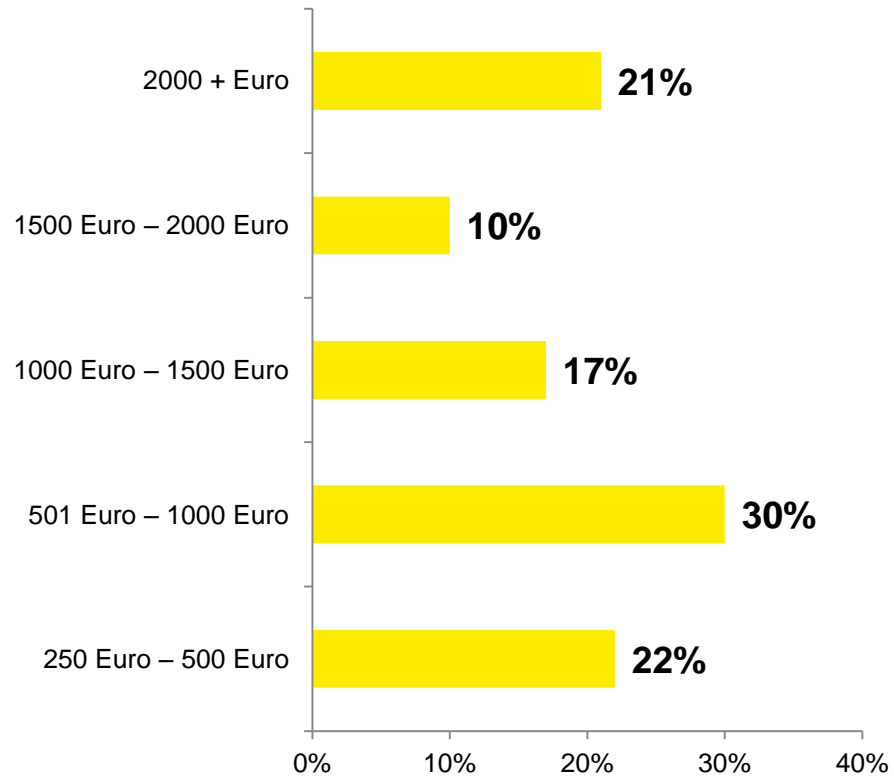


Respondenți / regiuni de dezvoltare

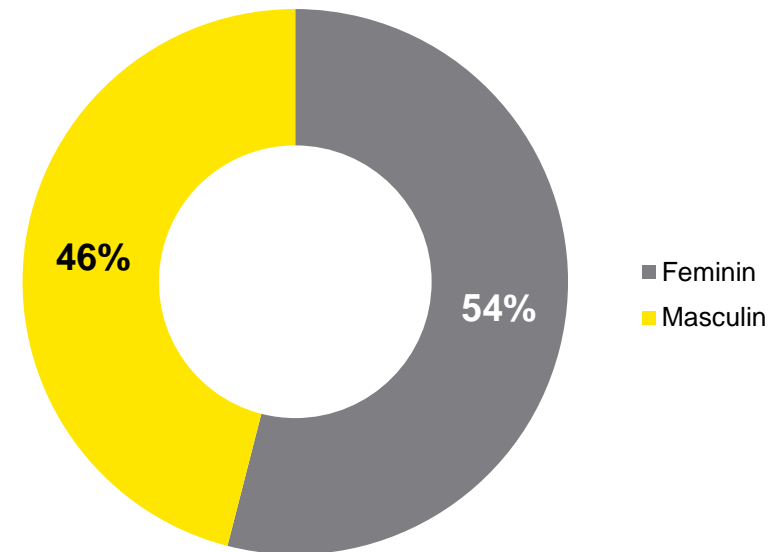


Date demografice

Venituri respondenți

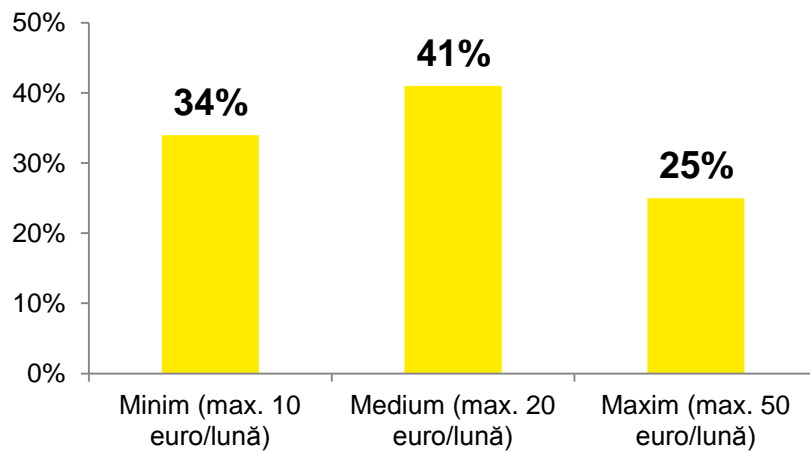
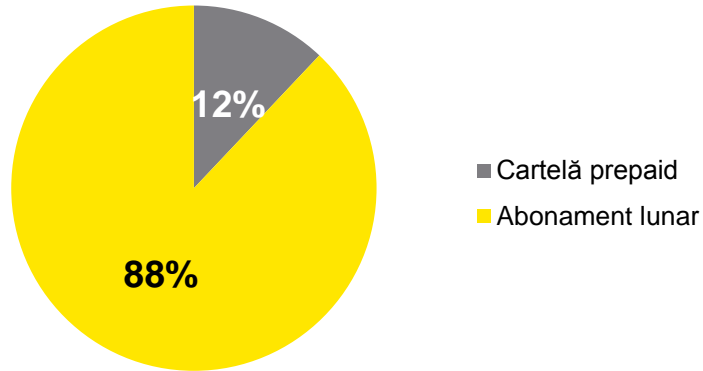


Gen respondenți

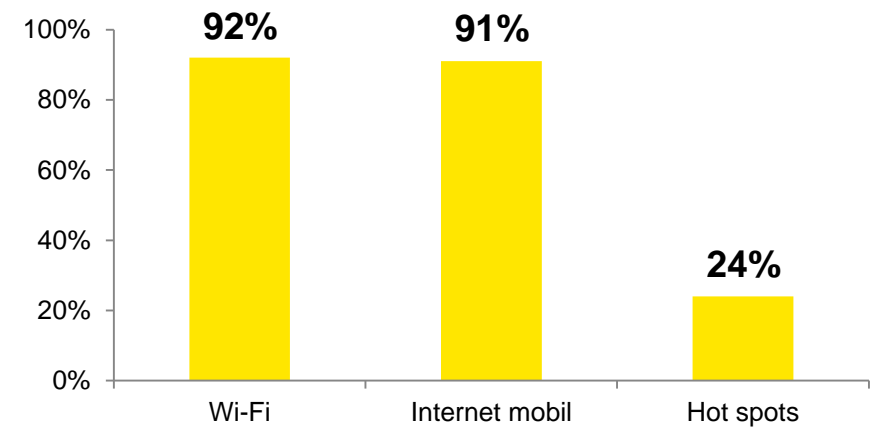
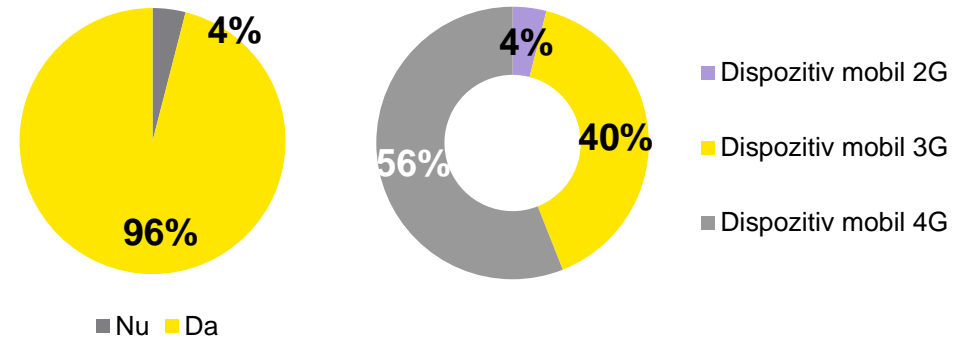


Date demografice

Cartela / abonament pt. dispozitivul mobil



Conexiune internet pt. dispozitivul mobil



Comentariile autorilor



Constantin Măgdalina
Knowledge Management
EY Romania

Pe măsură ce industria bunurilor de consum hi-tech se orientează către noi zone de creștere, dispozitivele mobile non-computer devin tot mai importante. Accelerarea utilizării dispozitivelor mobile, Big Data și *Internet of Things* pun în evidență oportunitățile de dezvoltare pentru zona de digital. Ele transformă mediul economic și generează noi posibilități pentru oameni, companii și guverne. Impactul digitalului și utilizarea dispozitivelor mobile este vizibil. Înțelegerea comportamentelor beneficiarilor acestora este esențială.



Elena Badea
Associate Director
EY Romania

Dispozitivele mobile au transformat semnificativ modul în care ne dorim să interacționăm cu informația. Ele se află alături de noi, în viața noastră, iar impactul pe care l-au produs deja asupra tuturor categoriilor de vârstă este covârșitor. Felul în care avansul tehnologic și transformarea digitală pe care o parcurgem acum ne propun noi moduri în care să relaționăm și să accesăm informațiile, schimbă paradigma multor industrii, de la media și telecomunicații, la servicii financiar-bancare și servicii medicale. Iar acesta este numai începutul...

Echipa de proiect



Constantin Măgdălina
Knowledge Management
Branding, Marketing and Communication
EY Romania
constantin.magdalina@ro.ey.com



Elena Badea
Associate Director
Branding, Marketing and Communication
EY Romania
elena.badea@ro.ey.com

Dorim să le mulțumim tuturor celor care au răspuns chestionarului trimis pentru realizarea acestei analize. Am fost încântați să constatăm interesul pentru temă și răspunsurile prompte. Îi mulțumim în mod deosebit Dianei Dumitrașcu, Director Executiv, doingbusiness.ro pentru sprijinul important pe care ni l-a acordat și de această dată.

Acesta este un studiu/analiză cantitativă care își propune să evidențieze tendințe în legătură cu aceasta temă și să pună la îndemână ipoteze de lucru ce pot fi ulterior validate prin cercetări de piață extinse, pe eșantioane reprezentative. Acest material este conform informațiilor pe care le deținem la momentul redactării. El are un caracter informativ și de aceea se recomandă apelarea la asistență specializată înainte de a întreprinde orice acțiune în baza lui.

doing
business.ro

EY | Audit | Taxe | Tranzacții | Consultanță în afaceri

Despre EY

EY este lider global în servicii de audit financiar și certificare, asistență fiscală și juridică, asistență în tranzacții și asistență în afaceri. La nivel global cei 190.000 de angajați ai firmei sunt uniți prin valorile noastre comune și printr-un angajament ferm față de calitate. Facem diferența prin aceea că oferim suport angajaților, clienților și comunităților extinse pentru a-și atinge potențialul.

© 2015 EYGM Limited.
Toate drepturile rezervate

EY desemnează organizația globală de firme membre ale EY Global Limited (EYG), o societate cu răspundere limitată din Marea Britanie. EYG constituie organismul principal de conducere și nu furnizează servicii către clienți.

ey.com

