



Επικοινωνία:

Κωνσταντίνος Ιωαννίδης: +30 210 9500421
Consumer Research Executive, Nielsen Ελλάδας
Υποψήφιος Διδάκτωρ, Πάντειο Παν/μιο
konstantinos.ioannidis@nielsen.com

Παγκόσμια Έρευνα της Nielsen για την Πληρωμή Online Περιεχομένου

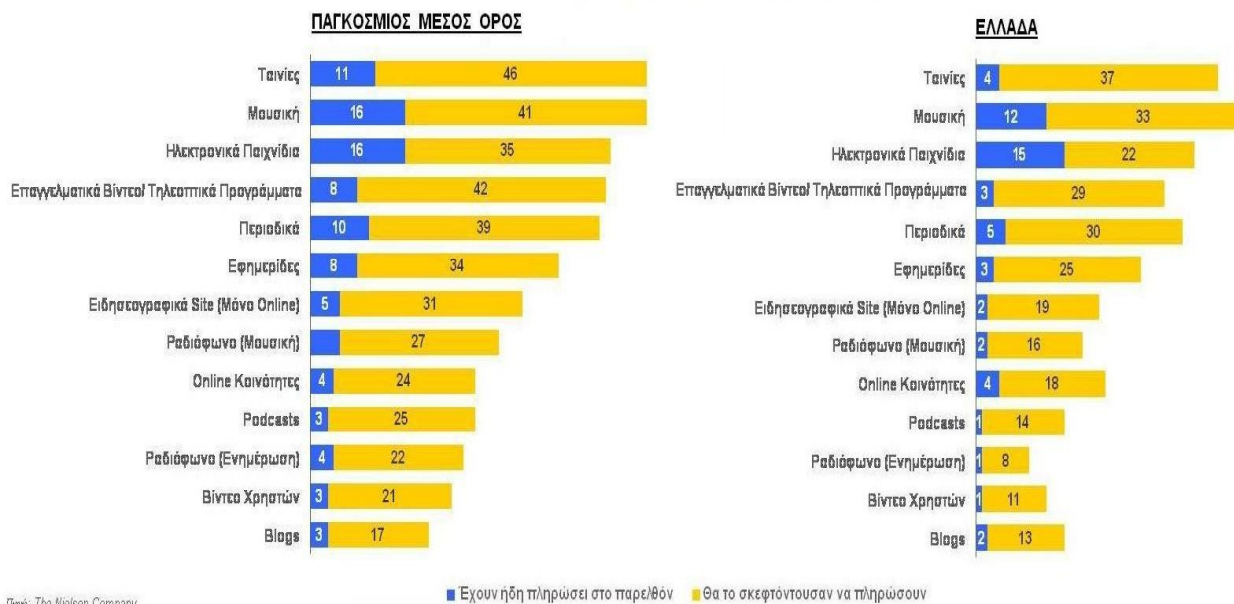
Πόσο πρόθυμοι δείχνουν οι καταναλωτές στην Ελλάδα, αλλά και παγκοσμίως, να πληρώσουν για online ενημέρωση και διασκέδαση όταν μέχρι σήμερα την έβρισκαν δωρεάν;

Στην παγκόσμια έρευνα της Nielsen που συμμετείχαν 27.000 καταναλωτές από 52 διαφορετικές χώρες του κόσμου, όπως αναμενόταν η συντριπτική πλειοψηφία του κοινού (85%) επιθυμεί το δωρεάν περιεχόμενο του Διαδικτύου να παραμείνει χωρίς πληρωμή. Ειδικά οι Έλληνες εμφανίζουν ένα σχεδόν απόλυτο ποσοστό που φτάνει στο 95%. Υπάρχουν όμως ενδείξεις για μελλοντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες, καθώς όταν οι καταναλωτές ρωτήθηκαν ξεχωριστά για επιμέρους κατηγορίες έδειξαν περισσότερο διαλλακτικοί στο να δαπανήσουν χρήματα, ειδικά αν το είχαν ξανακάνει στο παρελθόν.

Οι καταναλωτές παγκοσμίως είναι περισσότερο πρόθυμοι να πληρώσουν για κατηγορίες που κανονικά θα δαπανούσαν χρήματα και εκτός διαδικτύου. Σε αυτές τις κατηγορίες περιλαμβάνονται προϊόντα με υψηλό κόστος παραγωγής όπως ταινίες, μουσική, τηλεοπτικά προγράμματα και ηλεκτρονικά παιχνίδια. Αντίθετα, ερασιτεχνικές παραγωγές χαμηλού κόστους, όπως blogs, podcasts και βίντεο φτιαγμένα από χρήστες, δεν πείθουν ιδιαίτερα του καταναλωτές να ανοίξουν το πορτοφόλι τους.

Ο μεγάλος τομέας της ενημέρωσης με τις πολλές ξεχωριστές κατηγορίες – όπως εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικά προγράμματα και ιστοσελίδες ενημέρωσης – φαίνεται να προκαλεί το ενδιαφέρον των καταναλωτών, όμως το περιεχόμενό του σε συντριπτική πλειοψηφία μπορεί να βρεθεί εύκολα και άμεσα δωρεάν.

Ποσοστό των καταναλωτών που έχει ήδη πληρώσει ή θα σκεφτόταν να πληρώσει για:



Πηγή: The Nielsen Company

Τρόποι και Συνθήκες Πληρωμής

Ανεξάρτητα με τις προτιμήσεις τους, οι καταναλωτές παγκοσμίως συμφωνούν πως πριν δαπανήσουν τα χρήματά τους, το online περιεχόμενο οφείλει να πληροί κάποιες προϋποθέσεις:

- ▶ Το 79% παγκοσμίως και το 90% στην Ελλάδα, θεωρεί πως αν έχει ήδη εγγραφεί ως συνδρομητής σε μία εφημερίδα, ένα περιοδικό ή μία ραδιοφωνική/ τηλεοπτική υπηρεσία τότε θα πρέπει να μπορεί να δει το περιεχόμενο τους δωρεάν.
- ▶ Επιπλέον, το 71% των καταναλωτών τόσο παγκοσμίως όσο και στην Ελλάδα δηλώνει πως το online περιεχόμενο που καλούνται να πληρώσουν πρέπει να είναι πολύ καλύτερο από αυτό που μπορούν να βρουν χωρίς κόστος.
- ▶ Σχεδόν 8 στους 10 ερωτώμενους παγκοσμίως και 9 στους 10 στην Ελλάδα, δε θα χρησιμοποιούσαν άλλο κάποια ιστοσελίδα που ξεκινάει να τους χρεώνει, υποθέτοντας πως μπορούν να βρουν τις ίδιες πληροφορίες δωρεάν.
- ▶ Όμως, ένα μεγάλο ποσοστό καταναλωτών φαίνεται να αντιλαμβάνεται πως η ποιότητα του online περιεχομένου βρίσκεται σε ρίσκο όσο αυτό παραμένει τελείως δωρεάν. Το 34% στον κόσμο και το 26% στην Ελλάδα θεωρεί πως η ποιότητα του περιεχομένου θα πέσει αν οι εταιρίες δε χρεώσουν για αυτό, το 30% παγκοσμίως και το 39% στην Ελλάδα διαφωνεί και το υπόλοιπο 36% και 34% αντίστοιχα δεν έχει ξεκάθαρη άποψη.

► Τέλος, η πλειοψηφία του κοινού (63% παγκοσμίως και 66% στην Ελλάδα) θεωρεί πως από τη στιγμή που πλήρωσε για κάποιο online περιεχόμενο, τότε μπορεί να το αντιγράψει και να το μοιραστεί με οποιονδήποτε επιθυμεί.

Παρά την επικρατούσα άποψη πως τα Μέσα ενημέρωσης μπορούν να επιβιώσουν οικονομικά στο διαδίκτυο μόνο αν χρεώσουν το περιεχόμενο τους, δεν έχει βρεθεί ακόμα κάποια απόλυτα επιτυχημένη και βιώσιμη λύση για να συμβεί αυτό. Οι εταιρίες πειραματίζονται με μια σειρά από μοντέλα πληρωμής, που ξεκινούν από πλήρεις συνδρομητικές εγγραφές ολόκληρου του περιεχομένου τους και καταλήγουν σε μεμονωμένες πληρωμές (micropayments) ανά υπηρεσία ή άρθρο. Στην έρευνα της Nielsen, το 52% των καταναλωτών παγκοσμίως και το 64% των Ελλήνων φαίνεται να υποστηρίζει τις μεμονωμένες πληρωμές, μολονότι αυτό το μοντέλο αποδείχθηκε αρκετά περίπλοκο στο πρόσφατο παρελθόν. Όμως δε σημαίνει απαραίτητα πως ένα πιο εύχρηστο μοντέλο πληρωμής θα προσέλκυε περισσότερους καταναλωτές, καθώς μόνο το 43% παγκοσμίως και το 35% στην Ελλάδα φαίνεται πιο πρόθυμο να πληρώσει αν η διαδικασία είναι ευκολότερη.

Όσον αφορά στις διαφημίσεις, το 47% στον κόσμο και το 44% στην Ελλάδα παρουσιάζεται διατεθειμένο να ανεχτεί περισσότερες διαφημίσεις στο μέλλον, εφόσον το online περιεχόμενο παραμείνει δωρεάν. Σε περίπτωση όμως που καταλήξουν να πληρώσουν, το 64% παγκοσμίως και το 66% στην Ελλάδα θεωρεί πως δε θα έπρεπε να υπάρχουν διαφημίσεις.

/--/

Λίγα λόγια για την Nielsen

Η **Nielsen Company** αποτελεί τον παγκόσμιο ηγέτη στην παροχή πληροφοριών marketing, προσφέροντας υπηρεσίες σε περισσότερες από 100 χώρες και πραγματοποιώντας μετρήσεις και αναλύσεις για τη δυναμική των αγορών και την συμπεριφορά των καταναλωτών. Οι επιχειρήσεις στηρίζονται στην έρευνα αγοράς της Nielsen, στα ιδιόκτητα προϊόντα της, στα εργαλεία ανάλυσης και στις επαγγελματικές υπηρεσίες που προσφέρει, προκειμένου να κατανοήσουν την απόδοση των ανταγωνιστών τους, να ανακαλύψουν νέες ευκαιρίες και να αυξήσουν την κερδοφορία της καμπάνιας του marketing και των πωλήσεων. Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε το www.nielsen.com.

