



Samfélagsmiðlamæling

Vor 2019

Sýnishorn



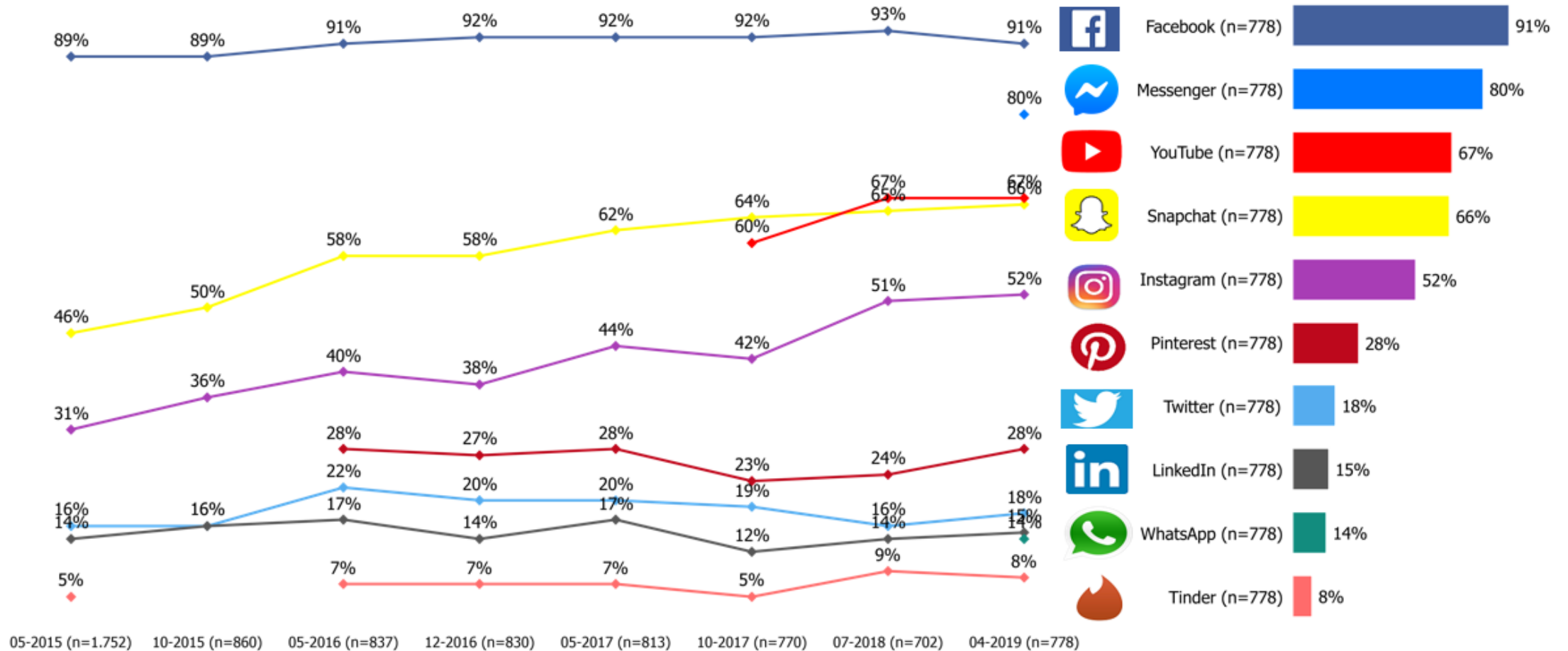
Samfélagsmiðlamæling Gallup veitir nákvæmar upplýsingar um notkun helstu samfélagsmiðla og mikilvægi þeirra í lífi fólks. Niðurstöðurnar sem hér fara á eftir eru sýnishorn úr samfélagsmiðlamælingu Gallup 2019.

Þú getur pantað heildarskýrslu nýjustu samfélagsmiðlamælingar Gallup með því að senda póst á olafur.elinarson@gallup.is eða hringja í síma 540 1200.

G Notar þú eftirfarandi samfélagsmiðla?

Áhugaverðir punktar

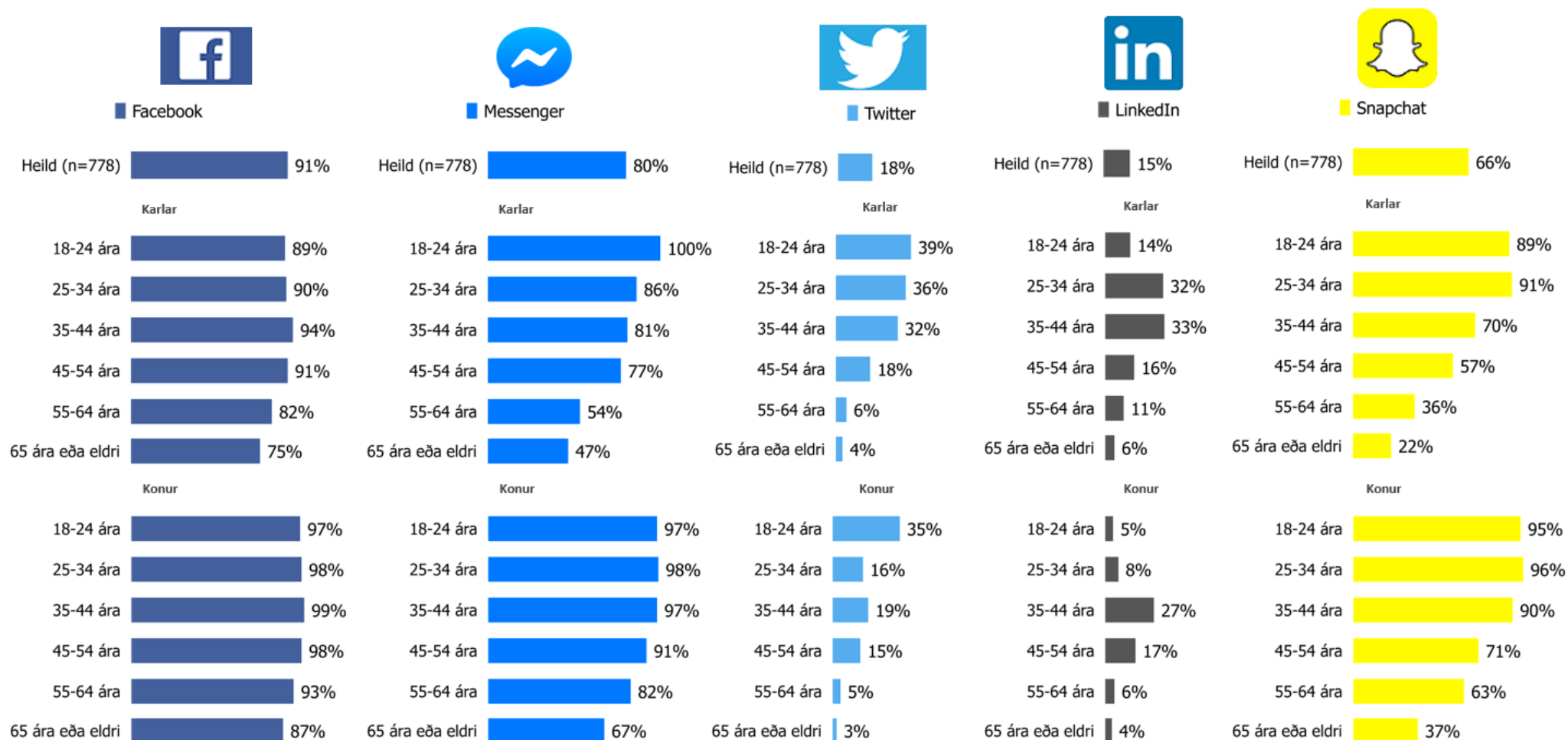
- Hlutfall Íslendinga sem nota Facebook lækkar í fyrsta skipti



G Notar þú eftirfarandi samfélagsmiðla?

Áhugaverðir punktar

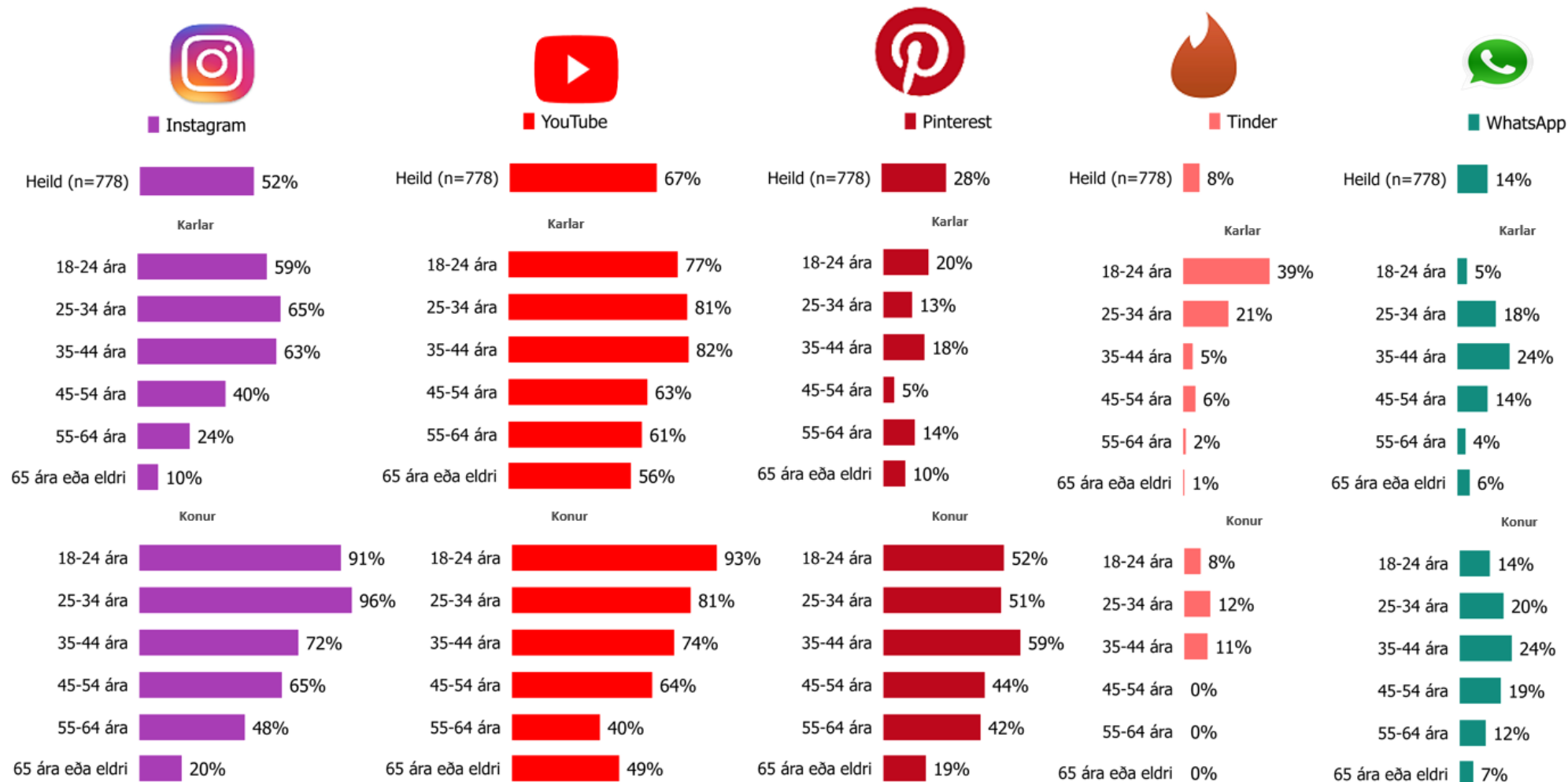
- Karlar eru líklegri til að nota Twitter og LinkedIn
- Konur eru líklegri til að nota Facebook, Messenger og Snapchat



G Notar þú eftirfarandi samfélagsmiðla?

Áhugaverðir punktar

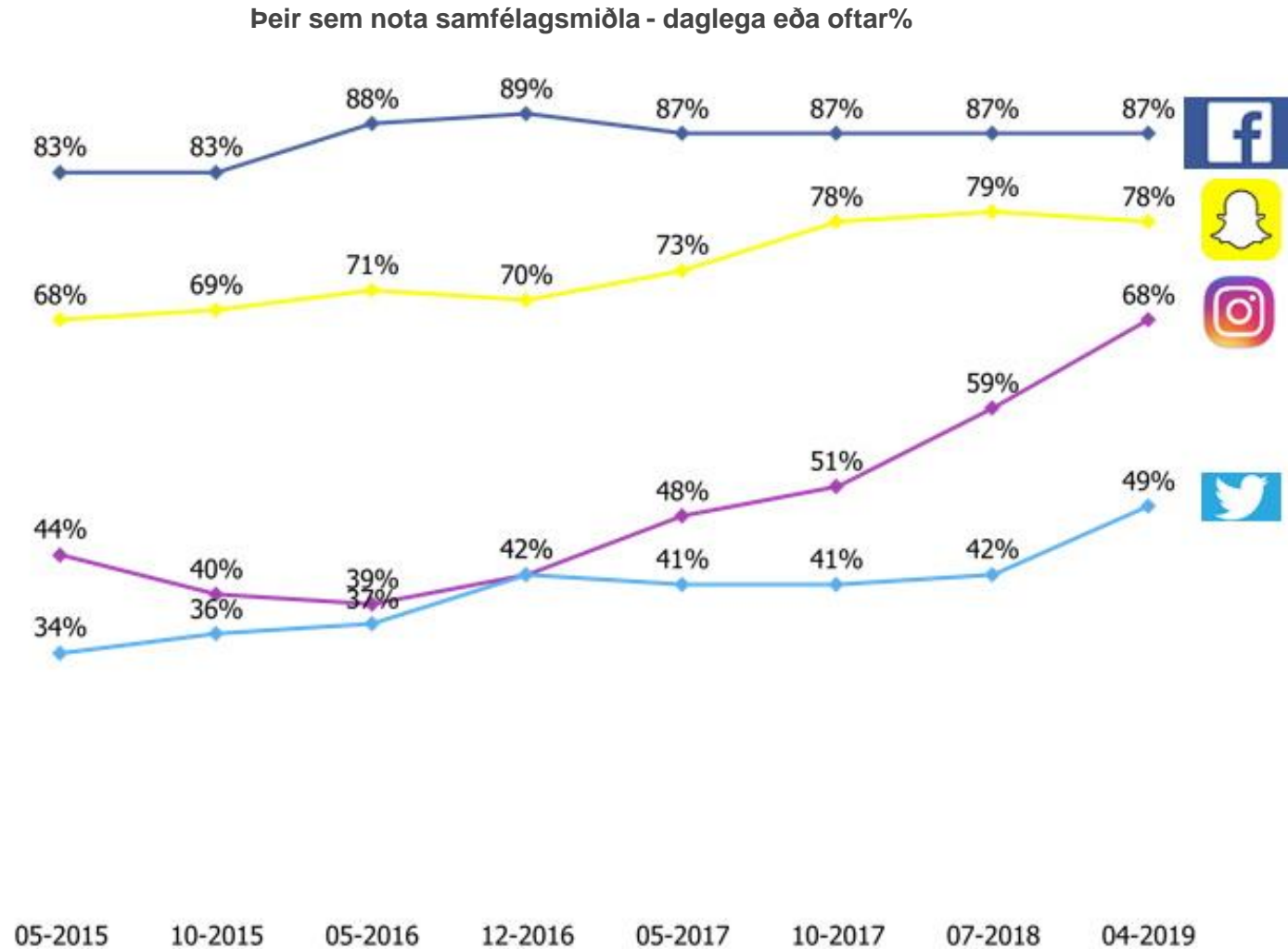
- Fólk á aldrinum 30 til 50 ára er líklegast til að nota WhatsApp



G Hversu oft ferð þú á eftirfarandi samfélagsmiðla?

Áhugaverðir punktar

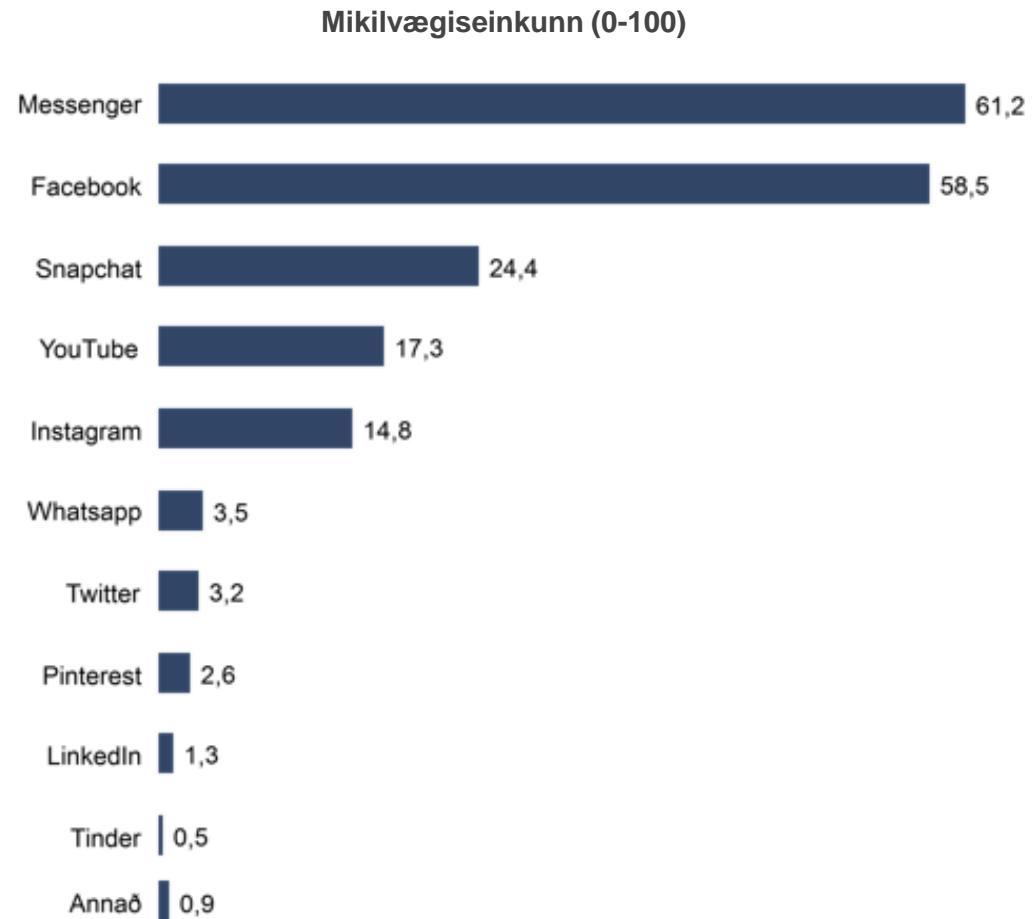
- Dagleg notkun á Instagram og Twitter eykst mikið milli ára



G Hver af eftirfarandi samfélagsmiðlum er þér mikilvægastur?

Áhugaverðir punktar

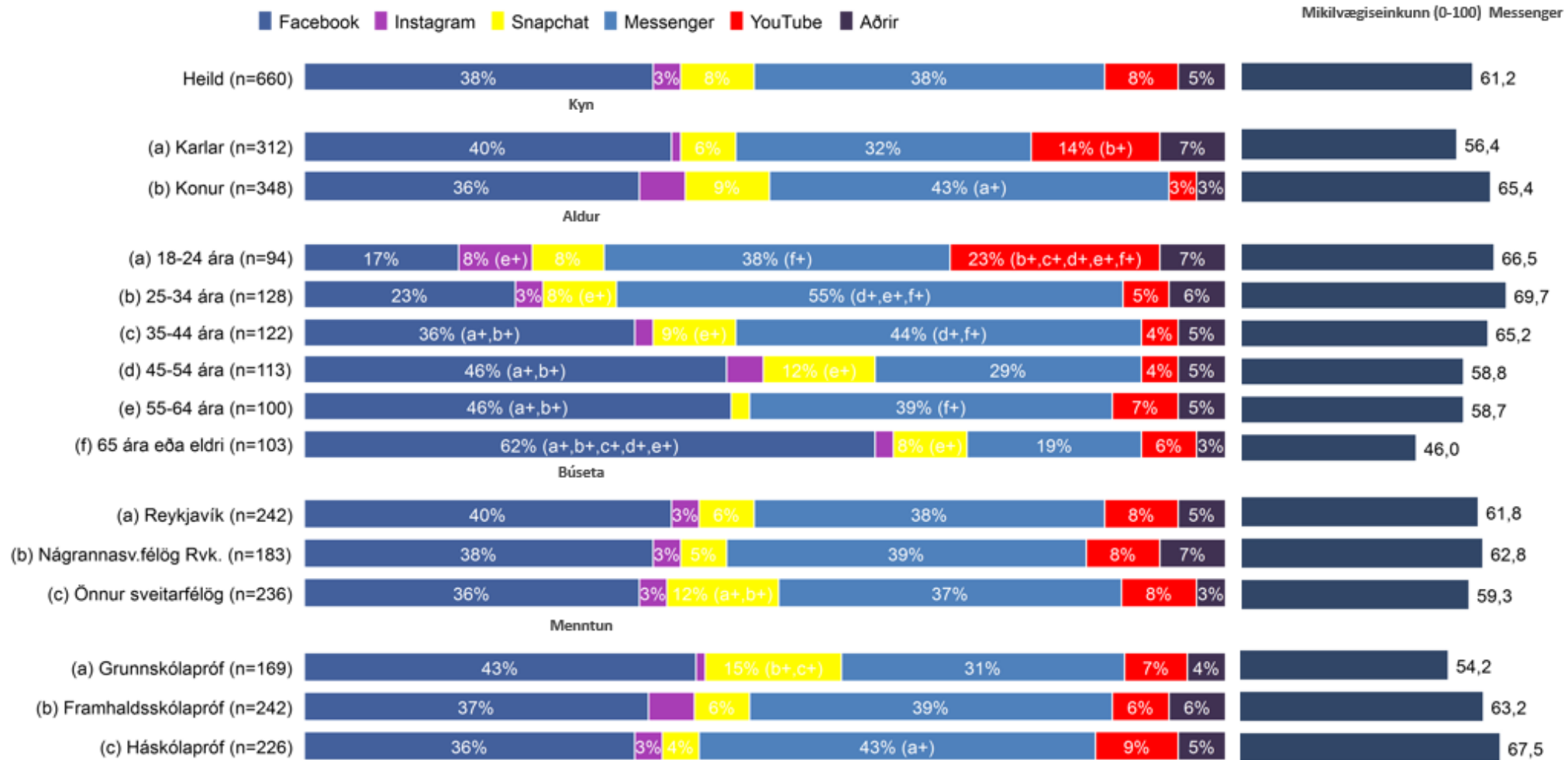
- Facebook og Messenger eru lang mikilvægustu samfélagsmiðlarnir fyrir fólk



G Hver af eftirfarandi samfélagsmiðlum er þér mikilvægastur?

Áhugaverðir punktar

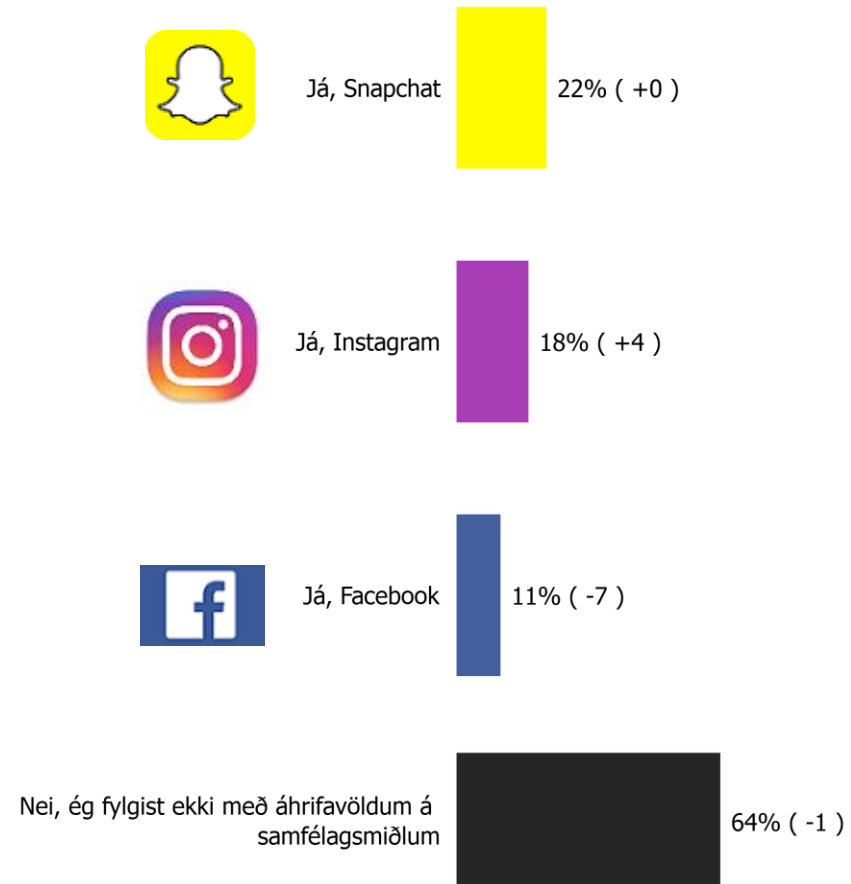
- Youtube er mikilvægasti samfélagsmiðillinn hjá ungu fólki, sérstaklega körlum



G Fylgist þú með íslenskum áhrifavöldum á samfélagsmiðlum?

Áhugaverðir punktar

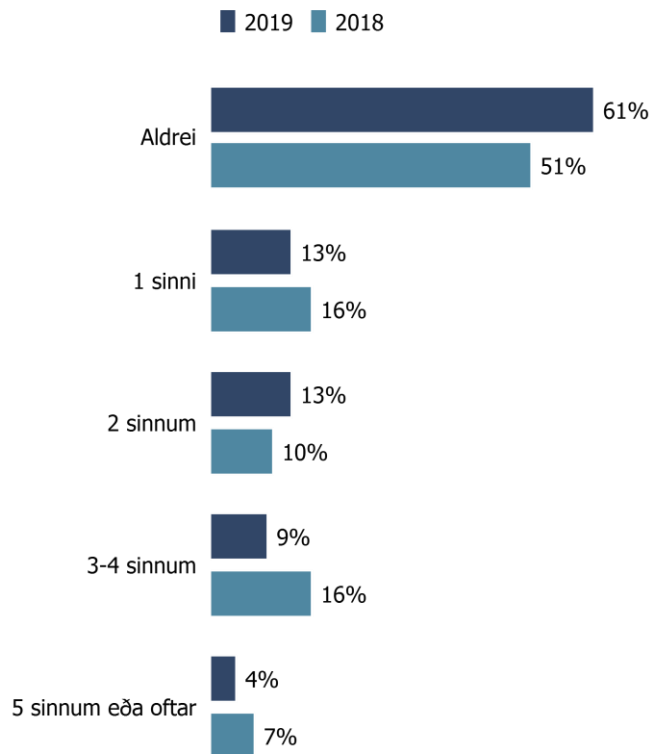
- 36% landsmanna fylgjast með íslenskum áhrifavöldum á samfélagsmiðlum
- Instagram er mest vaxandi miðillinn fyrir áhrifavalda, en Snapchat stendur í stað



G Ef þú hugsar um síðastliðna 12 mánuði, hversu oft hefur þú keypt vöru(r) eða þjónustu í kjölfar þess að íslenskur áhrifavaldur kynnti eða notaði vöruna/þjónustuna á samfélagsmiðlum?*

Áhugaverðir punktar

- 39% þeirra sem fylgjast með íslenskum áhrifavöldum keyptu vöru/þjónustu í kjölfarið á síðustu 12 mánuðum



G Hvers konar vörur og þjónustu hefur þú keypt í kjölfar þess að þú sást íslenskan áhrifavald kynna eða nota vöruna á samfélagsmiðli?*

Áhugaverðir punktar

- Algengustu kaupin eru snyrtivörur eða húðvörur



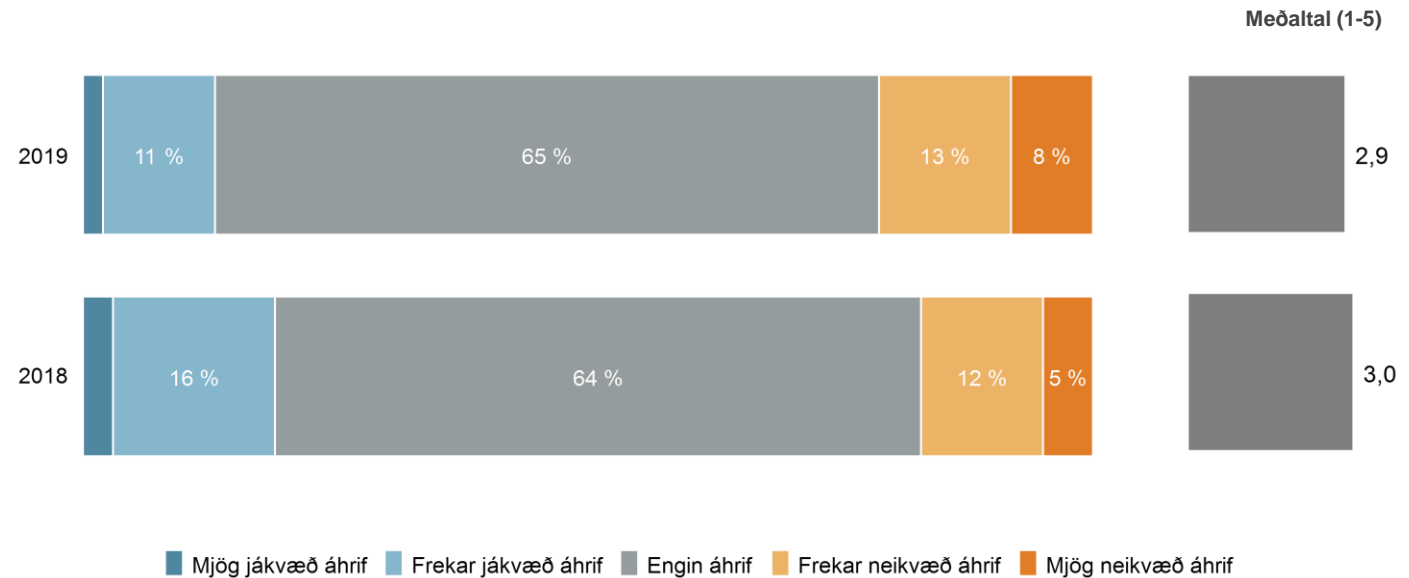
*Þeir sem fylgjast með áhrifavöldum voru spurðir þessara spurninga.

G Hvaða áhrif hefur það almennt séð á viðhorf þitt gagnvart vörum eða þjónustu ef íslenskur áhrifavaldur kynnir viðkomandi vöru/þjónustu?

Áhugaverðir punktar

- 21% fólks segir að kynningar áhrifavalda hafi neikvæð áhrif á viðhorf þess gagnvart vörum

Mjög jákvæð áhrif	2% (0)
Frekar jákvæð áhrif	11% (-5)
Engin áhrif	65% (+1)
Frekar neikvæð áhrif	13% (+1)
Mjög neikvæð áhrif	8% (+3)
Fjöldi svara	670
Tóku afstöðu	85%
Tóku ekki afstöðu	15%
Fjöldi svarenda	786



G Hvaða áhrif hefur það almennt séð á viðhorf þitt gagnvart vörum eða þjónustu ef íslenskur áhrifavaldur kynir viðkomandi vöru/þjónustu?

Áhugaverðir punktar

- Aldursdreifing er frekar jöfn þegar horft er til þeirra sem segja að kynningar áhrifavalda hafi neikvæð áhrif á viðhorf til vöru

