

Millennials+

Cesta do sveta mladých Slovákov



To, akú rolu hrajú značky v živote dnešných mladých ľudí, by sa dalo vyjadriť parafrázou známeho citátu. Jeho súčasná verzia by znela asi takto: „Povedz mi, ktoré sú tvoje obľúbené značky a ja ti poviem, kto si.“

Takto to vyzeralo pred dvomi rokmi...

Trojlistok a fajka. Adidas a Nike. Ak by sme chceli vytvoriť prototyp mladého Slováka, vyzeral by asi takto: tričko Adidas, tepláky Nike. A ak by bol 12 – 15 ročný, mal by v ruke Coca Colu, 16 – 19 ročný by mal na nohách tenisky Puma a 20 – 26 ročný by držal pri uchu Samsung.

A ako je to dnes? Čo sa zmenilo za dva roky? Ako je na tom vaša značka?

Vytvoriť vzťah medzi značkou a mladým človekom nie je jednoduché. Aj vašej značke pomôže, ak pochopí súčasnú kultúru mladých, ak bude touto kultúrou žiť, vyznávať rovnaké

hodnoty a prinášať výhody, ktoré mladí od značky očakávajú.

Akí sú teda slovenskí tínedžeri a mladí dospelí? Aký je ich svet? Ktoré značky preferujú a čo vyznávajú? A ako sa k nim priblížiť?

Odpovede na tieto otázky prináša štúdia o slovenských tínedžeroch a mladých dospelých vo veku 12 – 26 rokov Millennials+.

Hlavné témy

Štúdia monitoruje životy mladých ľudí, zameriava sa na ich životný štýl, hodnoty,

názory, životné postoje a správanie. Tiež sleduje konzumáciu médií, technológií či spotrebiteľské správanie, obľúbenosť značiek a celebrit ako aj mnoho ďalších oblastí.

Hlavné témy štúdie sú rozdelené do 4 častí:

- **Život**

Typický deň, vzťahy a priatelia, šport, čo je „in“ a čo je „out“, hodnoty, vyhliadky do budúcnosti, naše miesto vo svete, životný štýl mladých a spokojnosť s vlastným životom

- **Technológie a online**

Technologické hračky, mobilné telefóny, internet a sociálne siete

- **Médiá**

Vnímanie médií, televízia, rádio a hudba, časopisy a noviny, celebrity, značky

- **Spotrebiteľia**

Príjmy a výdavky, míňanie v kľúčových kategóriách, nakupovanie cez internet, banky

Dizajn projektu

Dizajn štúdie kopíruje viaceré výskumné metódy s cieľom poskytnúť komplexný pohľad na mladú generáciu.

Základ štúdie tvorí **kvantitatívne skúmanie** života mladých ľudí. Štruktúra vzorky rešpektuje štruktúru slovenskej populácie 12 – 26 rokov z hľadiska regiónu a veľkosti miesta bydliska.

Veľkosť vzorky je **1500 respondentov**, umožňuje detailné analýzy v rámci štyroch základných vekových skupín: 12 – 15 rokov: 2. stupeň základnej školy, 16 – 19 rokov: stredoškólači, 20 – 26 rokov: vysokoškólači a 20 – 26 rokov: pracujúci.

Kvantitatívny prieskum, ktorý pozostával z celkovo viac ako **180 otázok**, do detailov zmapoval životy mladých ľudí.

Na analýzu kvantitatívnych dát nadväzuje **kvalitatívne skúmanie** mladých Slovákov, ktoré objasňuje súvislosti získané z dát.

Tvorí ho **12 etnografických stretnutí** s mladými ľuďmi v ich prirodzenom prostredí (priamo u nich doma).

Štúdiu Millennials+ realizujeme kontinuálne, každé dva roky.

Výstupy z prieskumu

Súčasťou štúdie sú detailné výstupy, ktoré pomáhajú nielen lepšie pochopiť život mladých ľudí, ale aj cielene pracovať na stratégii zameranej na túto cieľovú skupinu:

- Správa v podobe knihy
- Prezentácia
- Video profily
- Dáta

Predbežný timing

jan. 2016: uzávierka dotazníka
feb.-mar. 2016: zber dát, kvantitatívny prieskum
apr.-máj 2016: video profily
apr.-máj 2016: analýza a príprava správy
máj 2016: prezentácia
jún 2016: správa

Cena

Cena štúdie je **9 900,- Eur bez DPH**.

Ponúkame aj čiastkové balíčky v hodnote **3 300,- Eur / balíček** podľa tematických oblastí:

1. médiá
2. technológie, internet
3. peniaze a banky

Cena balíčka pokrýva výstup za danú tematickú oblasť. Ku každému z balíčkov ponúkame aj bonus – výstup za všeobecnú časť.



V prípade ďalších informácií nás kontaktujte na t: **02/ 323 66 222** alebo e: info@tns-global.sk.

