



MyDigitalConsumerStudy

MyResearch

Denne præsentation er konfidentiel og må ikke distribueres uden skriftlig tilladelse fra MyResearch



Om MyDigitalConsumerStudy

- Undersøgelsen afdækker den digitale forbruger bl.a gennem segmentering ud fra internet- og mobil-brugen. Herefter identificeres forbrugerens digitale parathed ud fra DigitalReadynessIndex (DRI)
- Undersøgelsen er gennemført blandt et repræsentativt udsnit af danskere 15-65 år (dvs. også blandt folk der ikke har internetadgang)
- Dataindsamlingen er foretaget af Berent i uge 4-8 2008, og der er i alt gennemført 700 CATI interview
- I undersøgelsen afdækkes:
 - Internetbrug generelt og specifikt
 - Kendskab og brug af udvalgte sites
 - Mobiltelefon brug generelt og specifikt
 - Demografika, Livsfaser og Værdier



DigitalReadyness Index (DRI) på tværs af de 5 digitale segmenter



Social Seekers

261



Digital Living

334



Information Lovers

76



Practical Spectators

21



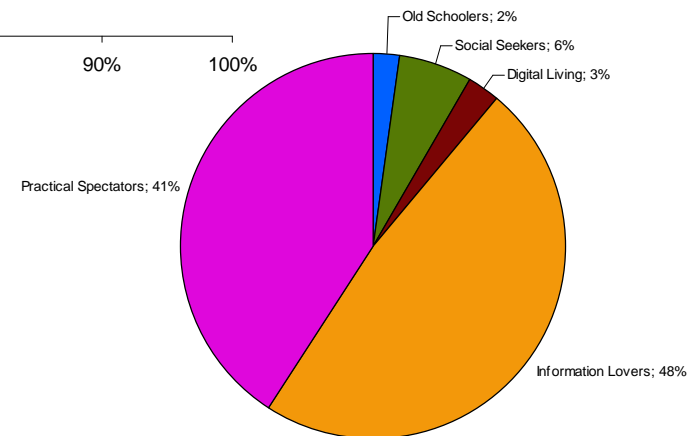
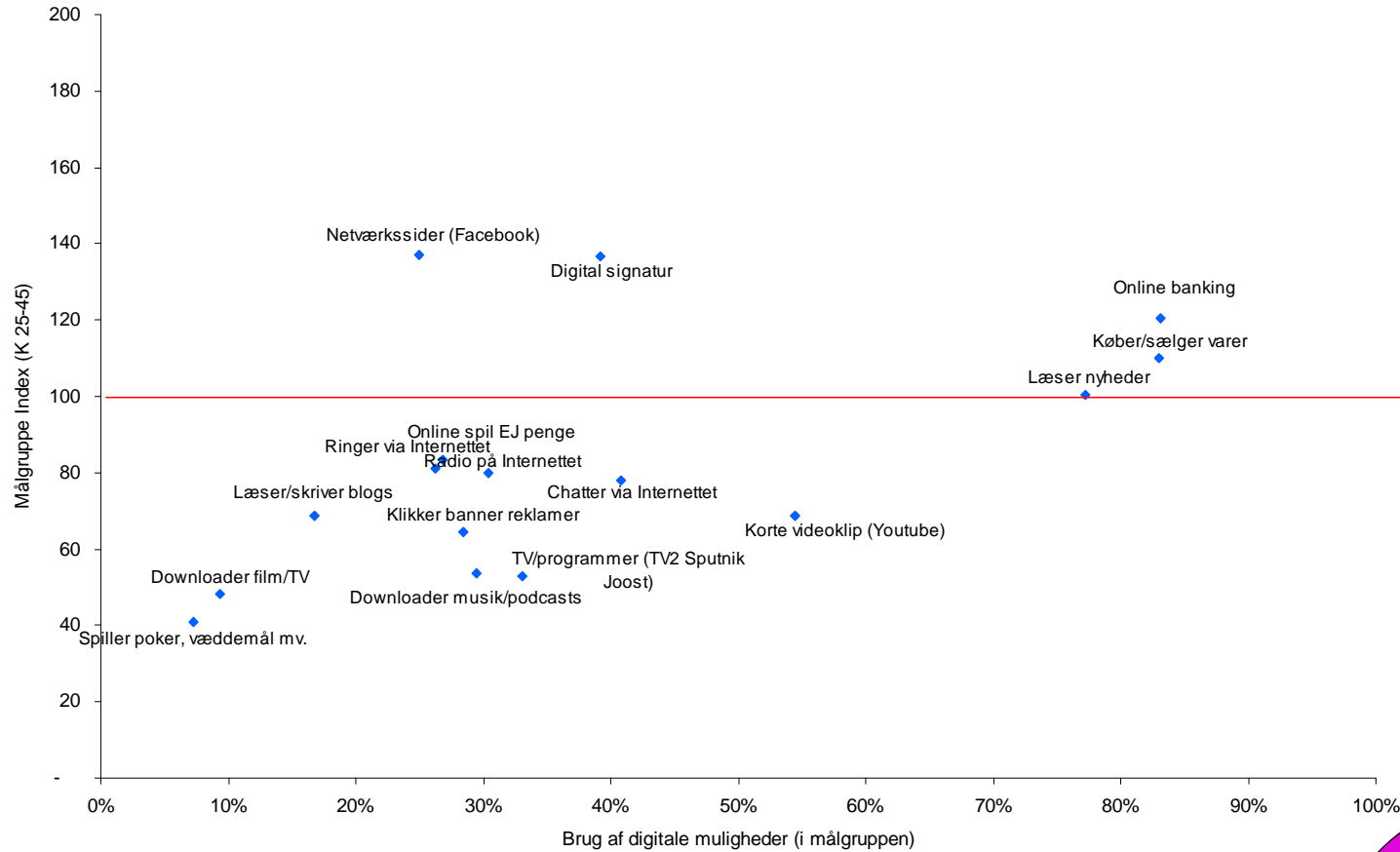
Old Schoolers

0

Brug af digitale muligheder

Kvinder 25-45 år

DRI = 73



Hvad kan MyDigitalConsumerStudy bruges til?



- Segmentprofil kan give input til retningslinier ift. content
- Identifikation af ens målgruppe digitale parathed via DigitalReadynessIndex (DRI)
- Sammenholdes DRI med virksomhedens digital performance kan man foretage en overordnet vurdering af om en digital indsats er påkrævet (slide 3)
- Undersøgelserne giver endvidere taktisk input til hvilke digitale indsatsområder der er hensigtsmæssige (slide 4)

Hvad koster MyDigitalConsumerStudy?



- MyDigitalConsumerStudy rapporten:
 - DKK 9.500,- ex. moms
- Skræddersyet rapport i en specifik målgruppe:
 - DKK 4.500,- ex. moms pr. målgruppe
- Begge former for rapporter er i PowerPoint og ovenstående priser er inkl. mulighed for en mundtlig præsentation i Storkøbenhavn
- Køb af skræddersyet rapport forudsætter køb af MyDigitalConsumerStudy rapporten
- Bestil rapporten ved at udfylde kontakt informationer her <http://www.myresearch.dk/mycontacts>