

Co MŚP myślą, wiedzą i robią w internecie? Prezentacja wyników badania.



Realizacja: wrzesień 2010

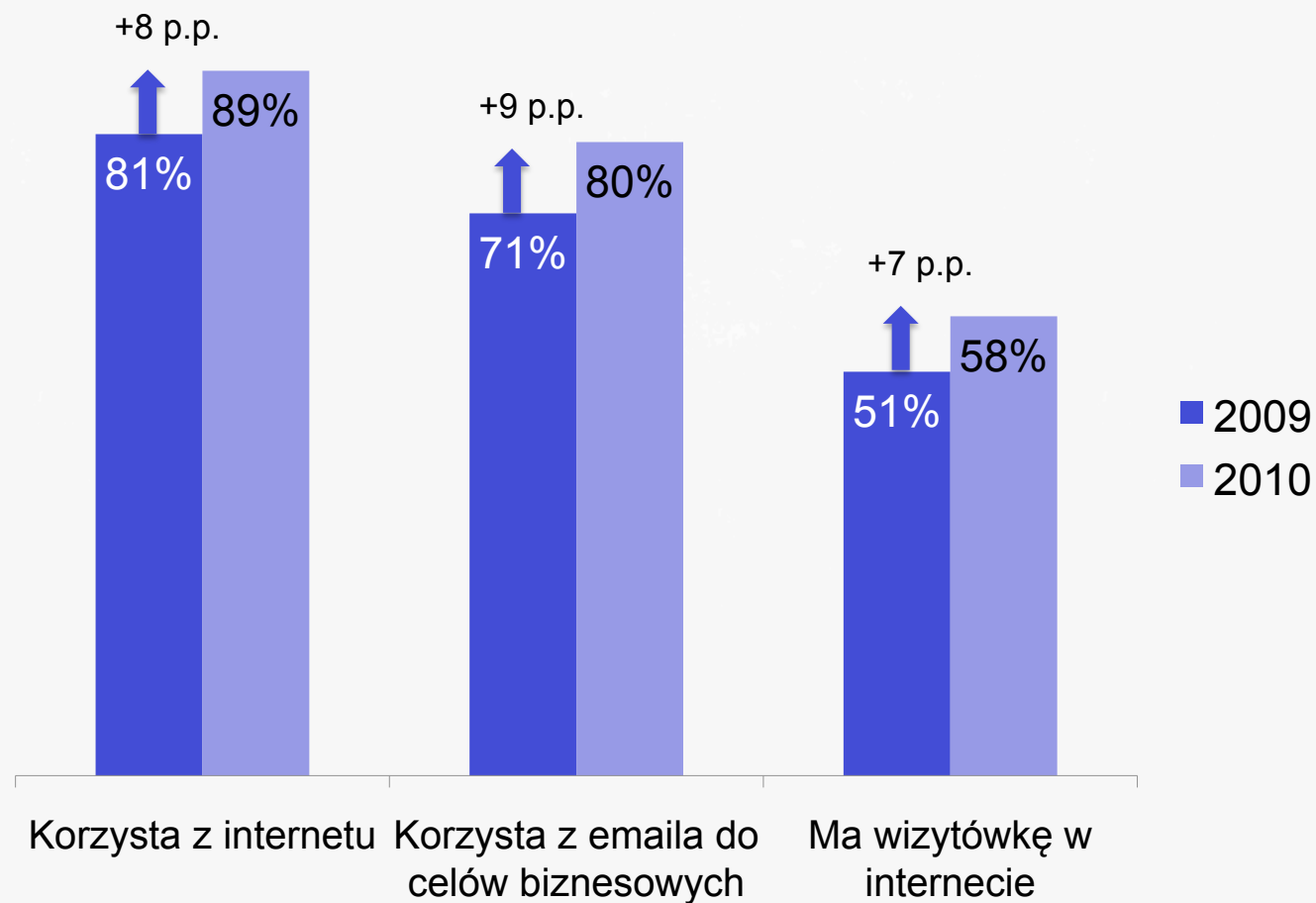
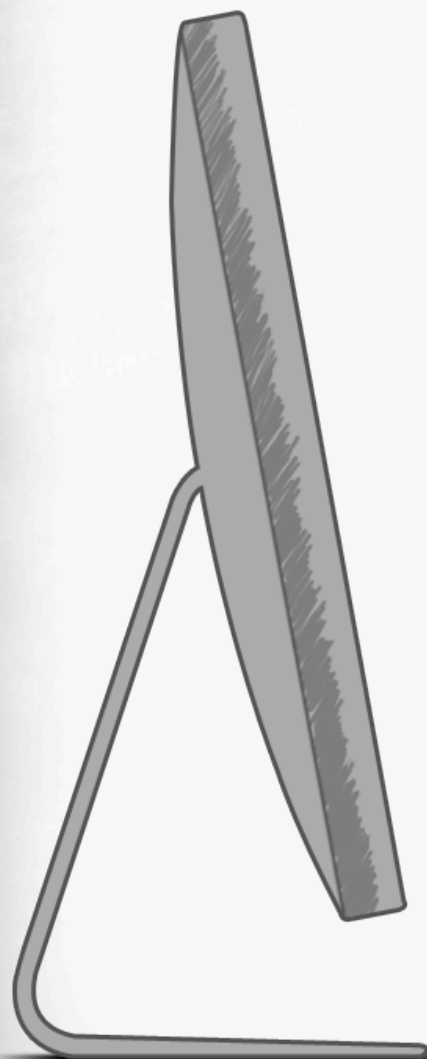
Próba: ogólnopolska, reprezentatywna dla firm o zatrudnieniu od 1 do 250 z wykluczeniem samozatrudnionych, n=433

Technika: wywiady telefoniczne (CATI)

Wykonawca:  **MillwardBrown**
SMG/KRC  dla Google Polska

Polskie firmy są coraz bardziej internetowe.

**INTERNETOWA
REWOLUCJA**



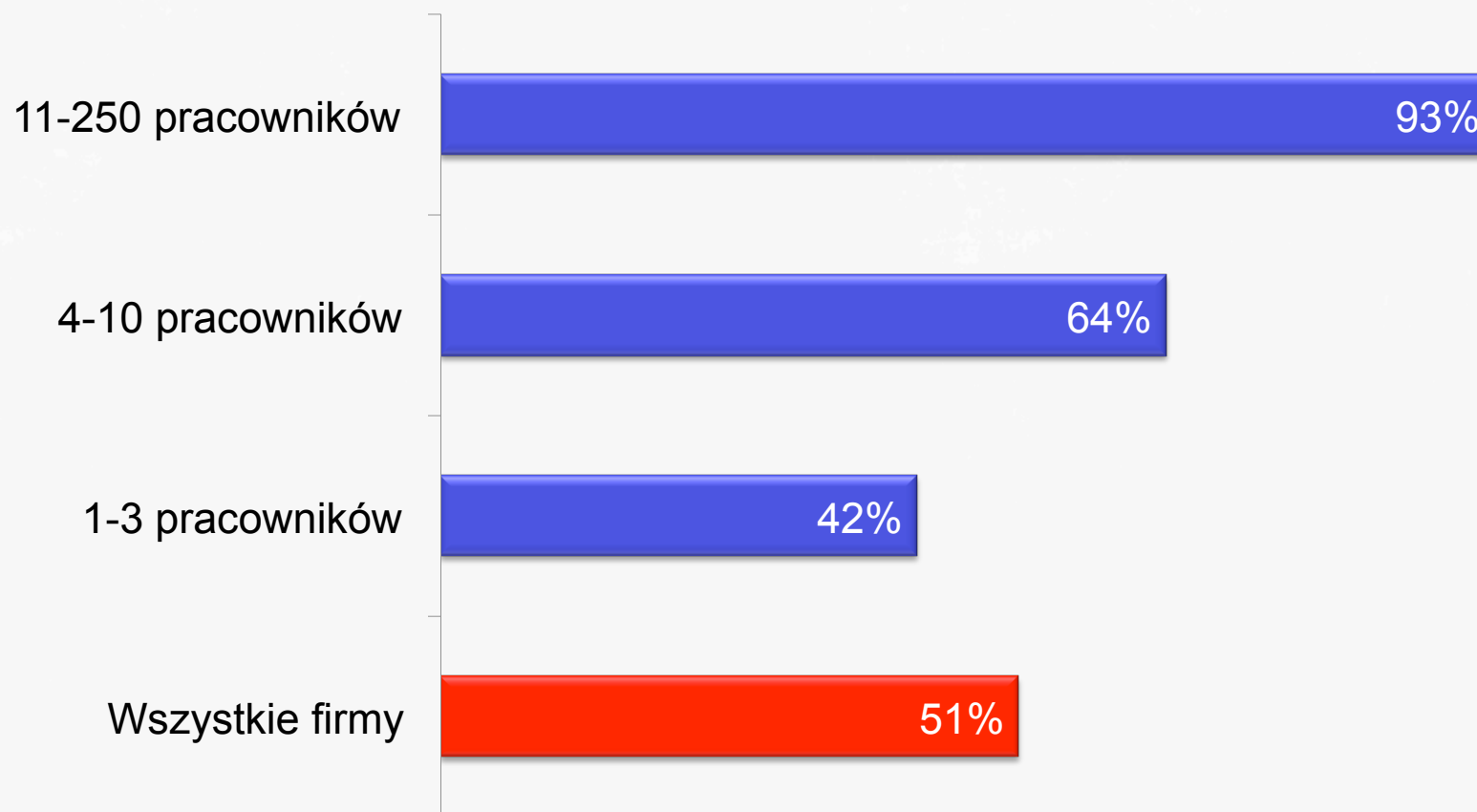
P1. Czy Państwa firma :
(możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: wszyscy respondenci 2010 n=433; 2009
n=446

Jednak nadal połowa nie ma strony WWW.
Przede wszystkim małe firmy zostają w tyle.

**INTERNETOWA
REWOLUCJA**

Odsetek firm posiadających stronę WWW



Dlaczego firmy nie mają stron? Nastawienie do internetu się zmienia.



2010

24%

Działalność firmy nie potrzebuje strony WWW

15%

Zrobienie i prowadzenie strony zabiera zbyt wiele czasu

12%

Nie mamy, ale planujemy założenie

2009

32%

Działalność firmy nie potrzebuje strony WWW

20%

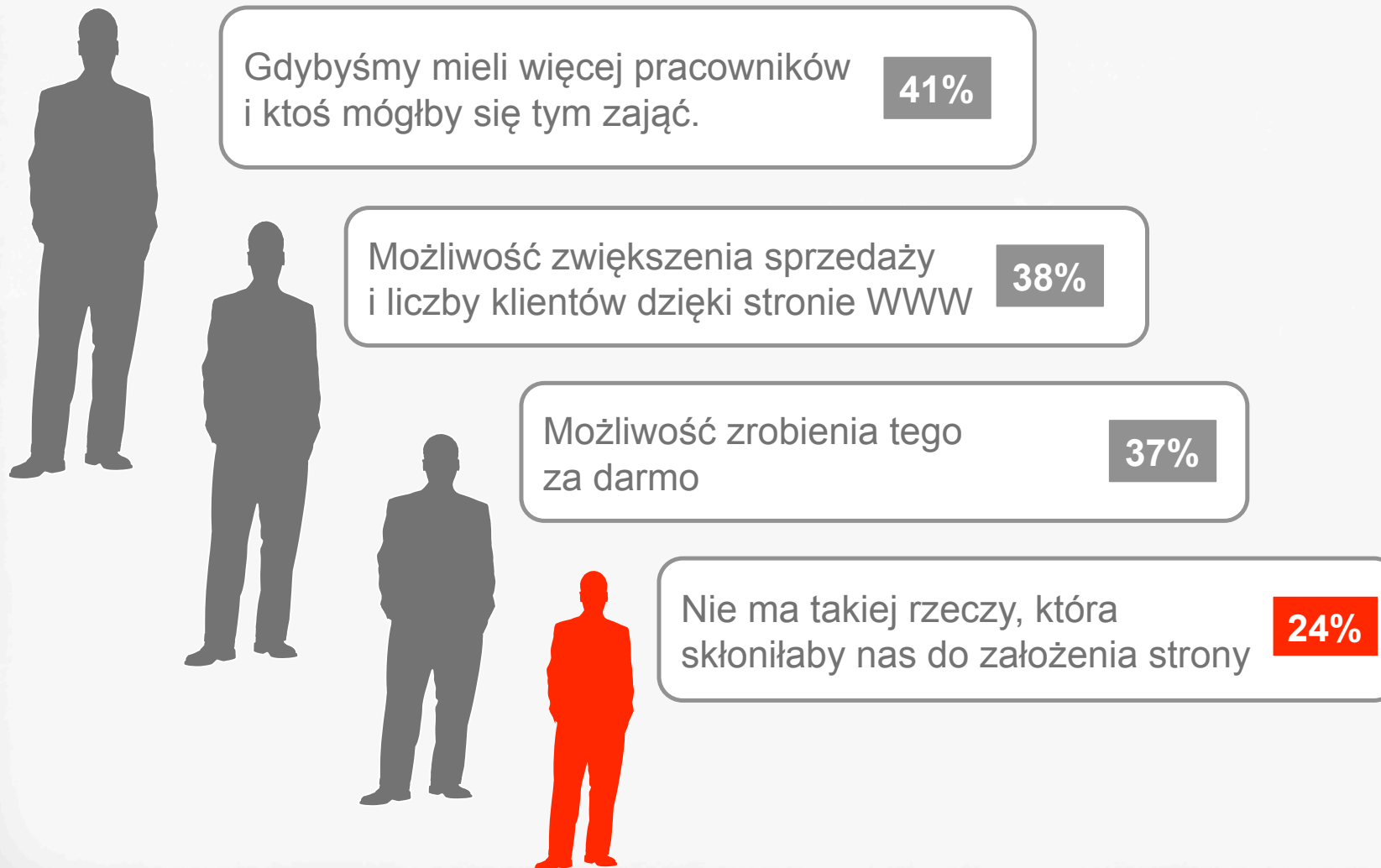
Mamy stałych klientów i nie szukamy aktywnie nowych

8%

Za drogie...

Jak możemy zachęcić polskie firmy do internetu?

**INTERNETOWA
REWOLUCJA**



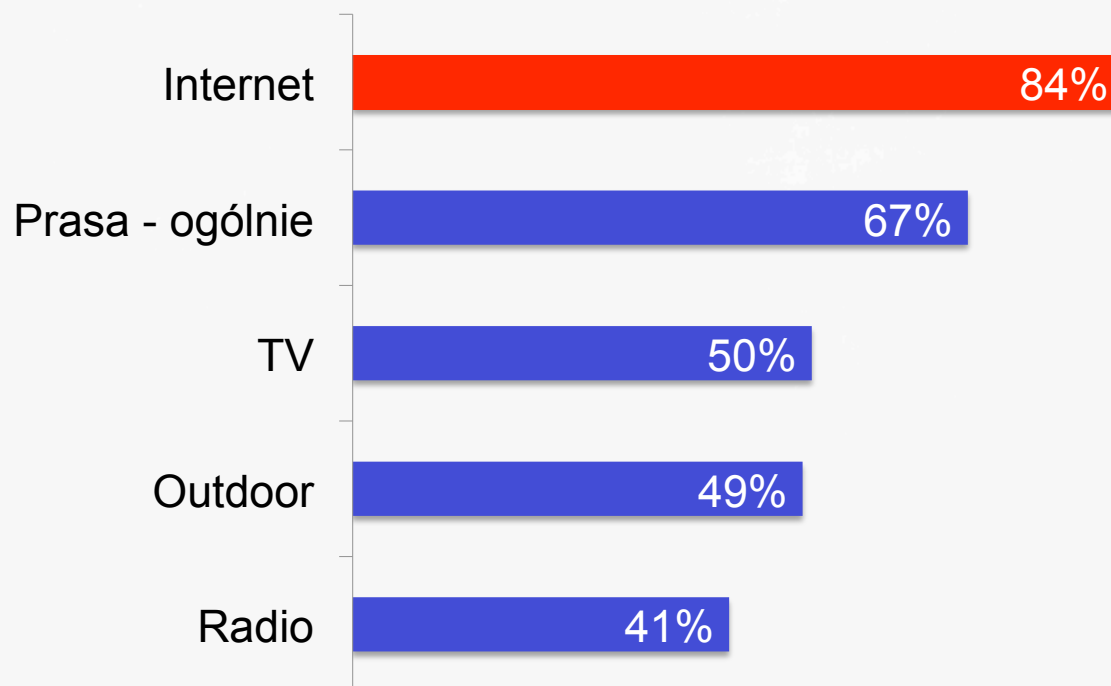
P6. Czy jest coś co skłoniłoby Państwa do założenia firmowej strony internetowej? Przedstawię Pan(u/i) listę różnych stwierdzeń, proszę powiedzieć które z nich najmocniej skłoniłby Państwa do założenia FIRMOWEJ strony internetowej? (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: respondenci, których firma nie posiada strony internetowej i nie planuje założenia w ciągu najbliższych 12 miesięcy n=112

**INTERNETOWA
REWOLUCJA**

Internet wciąż na czele.
Większość firm zna reklamę internetową.

Świadomość spontaniczna form reklamy: top 5 wskazań.



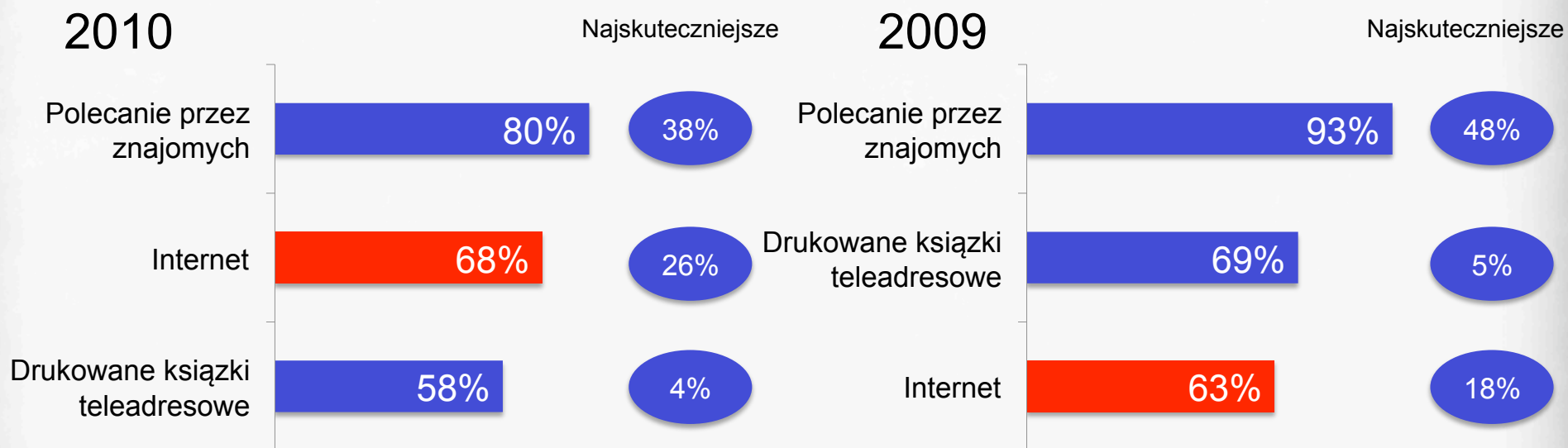
F1. Proszę pomyśleć, o tym, w jaki sposób i gdzie firmy mogą się reklamować, niezależnie do tego czy Państwa firma korzysta z reklamy czy też nie. Proszę wymienić wszystkie formy i miejsca reklamowania się, o jakich Pan/(i) słyszał/(a)?
(możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: wszyscy respondenci 2010 n=433;



Reklama internetowa to druga najczęściej stosowana forma promocji przez MŚP.

Jak polskie firmy się reklamują?



E2. Gdzie zamieszacie Państwo reklamy swojej firmy, jak się Państwa firma reklamuje? (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

E2A. A która z tych form reklamy, które Państwo stosujecie – jest dla Państwa NAJBARDZIEJ SKUTECZNA?

Podstawa: respondenci, których firmy reklamują się n=328

Kto pomaga polskim firmom?

Kto założył Waszą stronę WWW?



Kto zajmuje się Waszą reklamą w sieci?



P2B. Kto stworzył dla Państwa stronę internetową Państwa firmy? Jeśli była ona tworzona kilkakrotnie – kto pracował nad nią ostatnio? (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

E30. Powiedział(/a) Pan(i), że Państwa firma reklamuje się w Internecie. Kto zajmuje się Państwa promocją i reklamą w Internecie – zakupem usług, projektowaniem reklamy internetowej? (możliwość wskazania wielu odpowiedzi)

Podstawa: respondenci których firmy posiadające stronę internetową n=273

Podstawa: respondenci, których firmy reklamują się w Internecie n=234

Wnioski?



Internetowa Rewolucja **dociera** do firm, **ale podziały regionalne** są bardzo wyraźne.

Polskie **firmy są coraz bardziej internetowe**, ale nadal prawie **połowa nie ma strony**.

Główne **bariery ewoluują**: czy polskim firmom **brak czasu** na innowacje?

Internet stał się **drugą najczęściej stosowaną formą reklamy** wśród MSP.

Mimo to polskie firmy nadal **mało wiedzą o reklamie internetowej**.

I **potrzebują wsparcia** w prowadzeniu działań w sieci.