



INTERNETOWA
REWOLUCJA

Internetowa Rewolucja



PATRONAT HONOROWY:



Metodologia



INTERNETOWA
REWOLUCJA

Realizacja: wrzesień 2011

Próba: ogólnopolska, reprezentatywna dla firm o zatrudnieniu od 1 do 250 z wykluczeniem samozatrudnionych, n=400 firm

Technika: wywiady telefoniczne (CATI)

Wykonawca: MillwardBrown SMG/KRC dla Google Polska

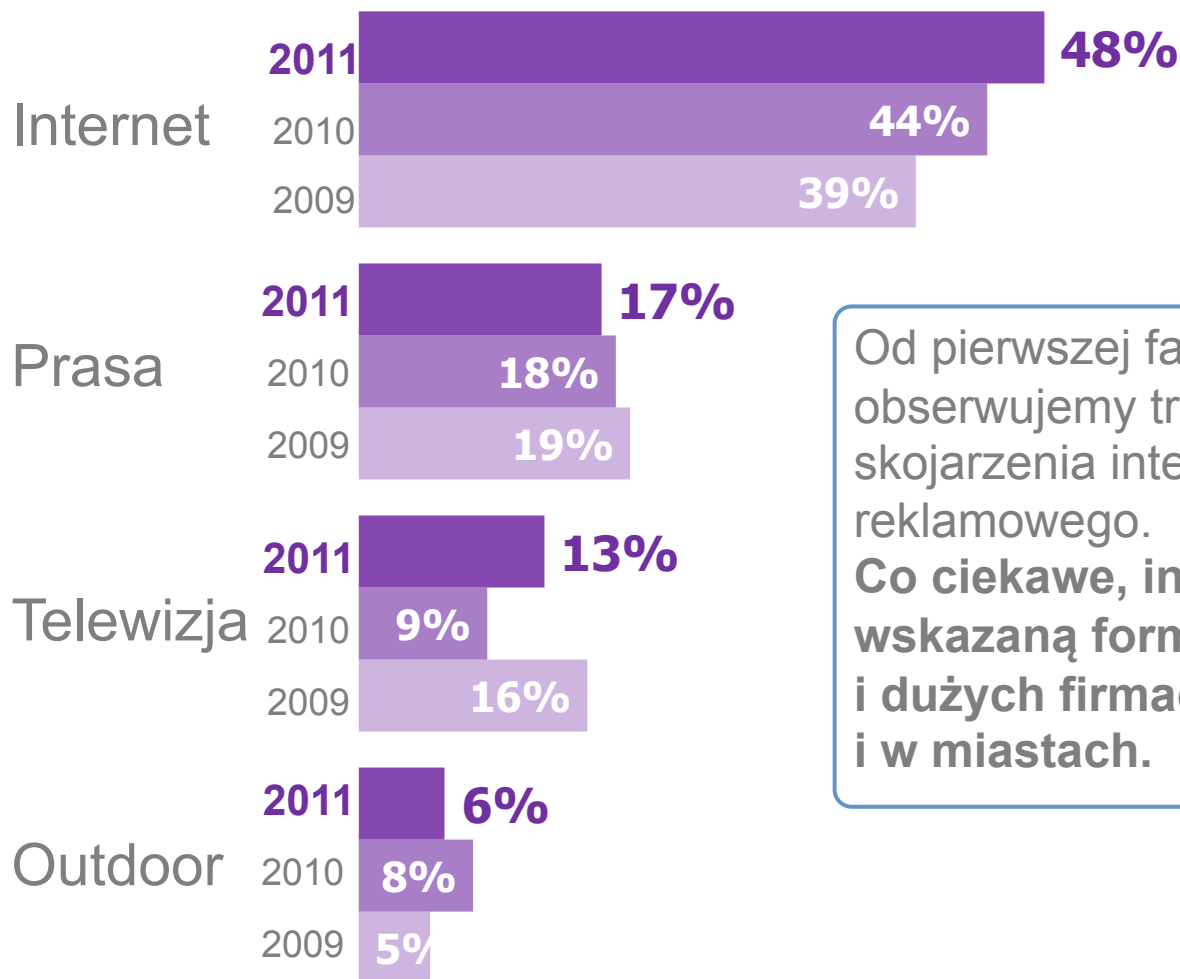
Wzrasta wiedza o Internetowej Rewolucji

INTERNETOWA
REWOLUCJA



Spontaniczna znajomość form reklamy (pierwsze wskazanie)

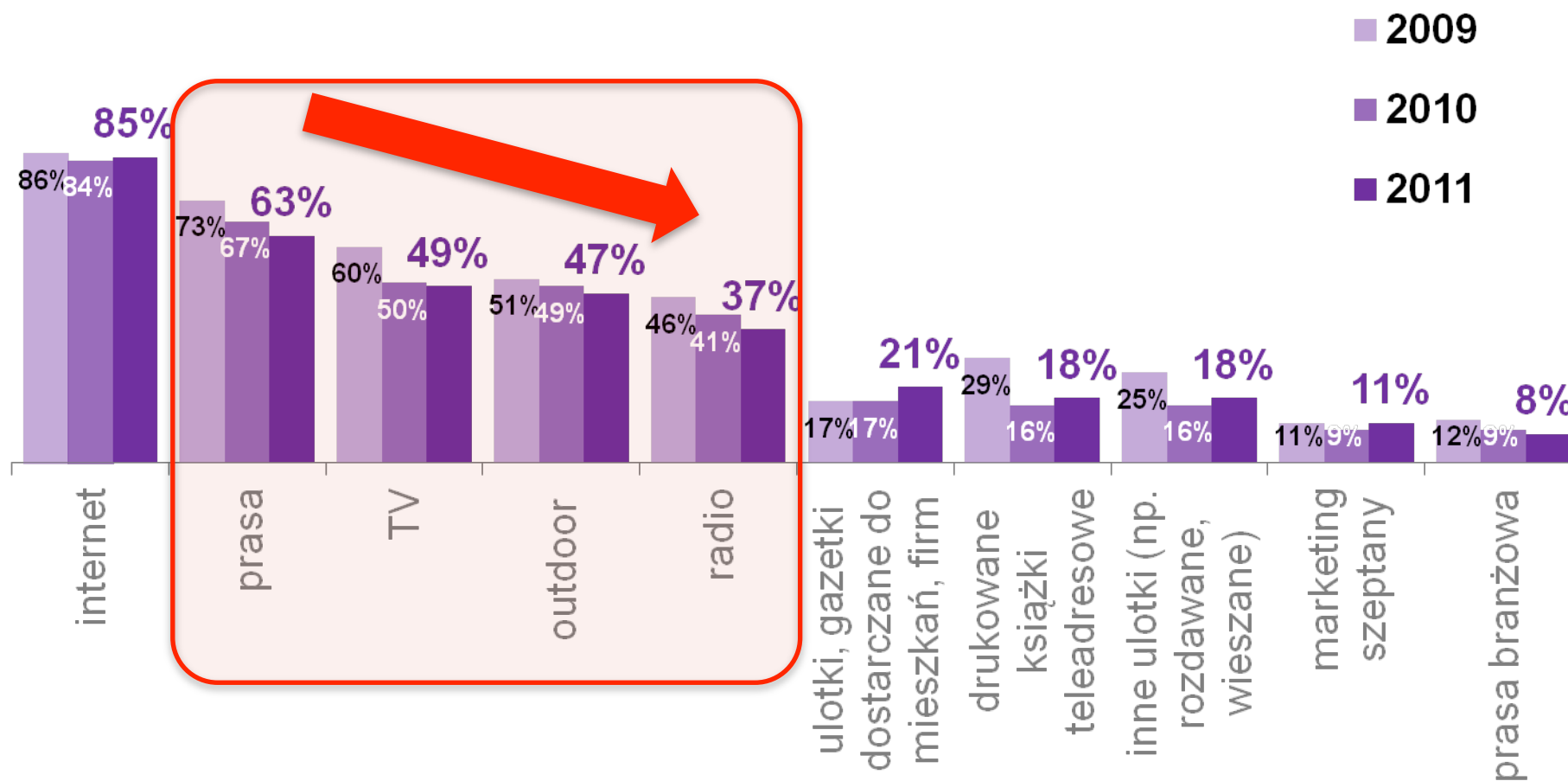
**INTERNETOWA
REWOLUCJA**



Od pierwszej fali badania, rok do roku obserwujemy trend wzrostu pierwszego skojarzenia internetu jako kanału reklamowego.
Co ciekawe, internet jest pierwszą wskazaną formą reklamy w małych i dużych firmach, na wsiach i w miastach.

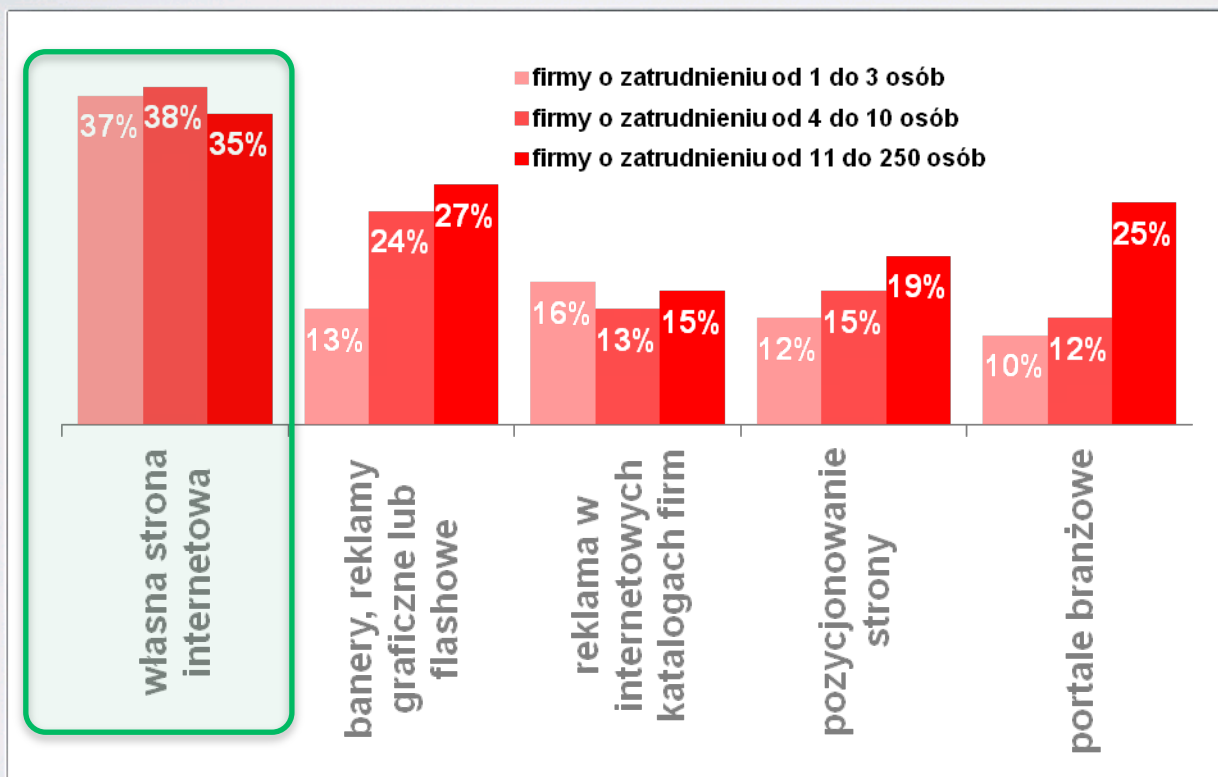
Spontaniczna znajomość form reklamy (wszystkie wskazania)

INTERNETOWA
REWOLUCJA



Spontaniczna znajomość form reklamy w internecie: strona www

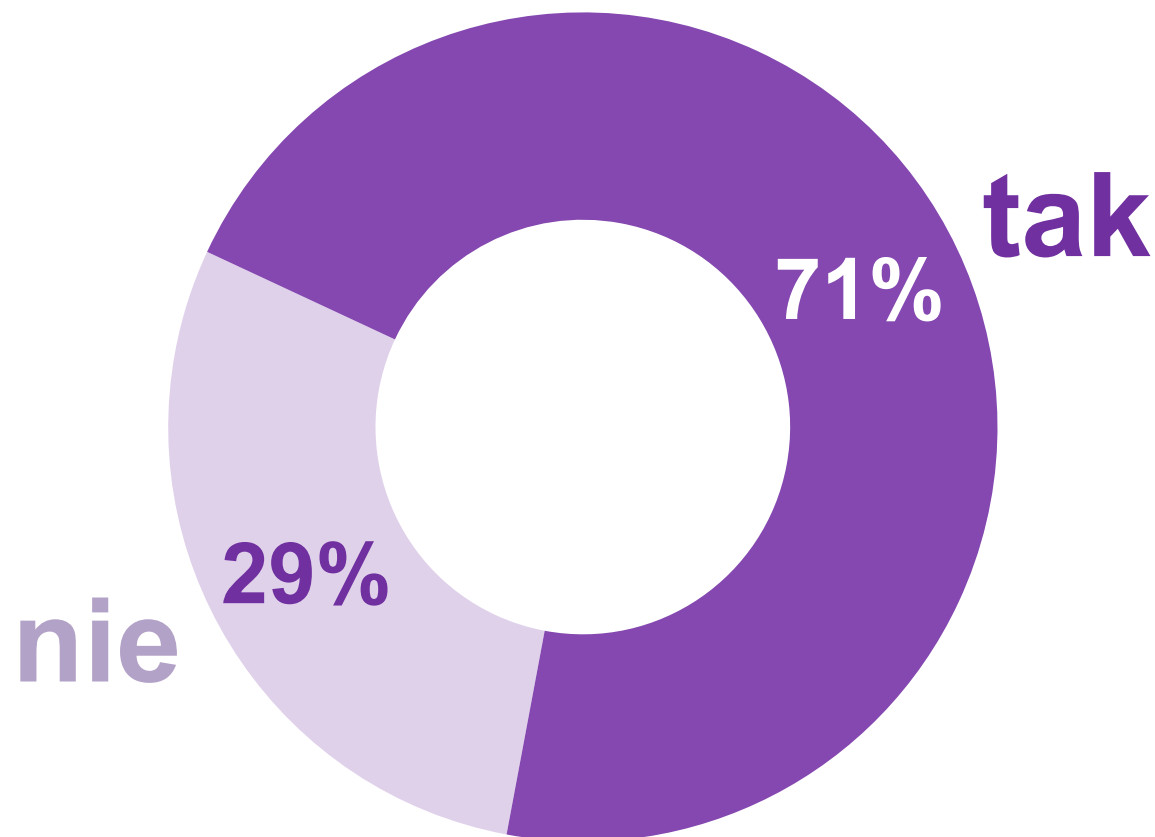
INTERNETOWA
REWOLUCJA



Większość firm z sektora MSP reklamuje się

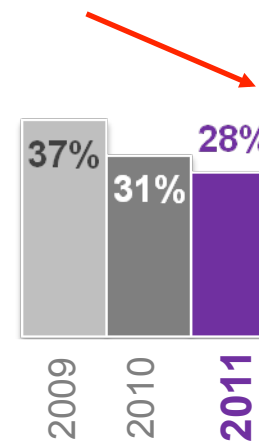
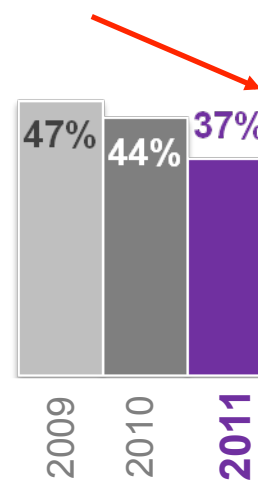
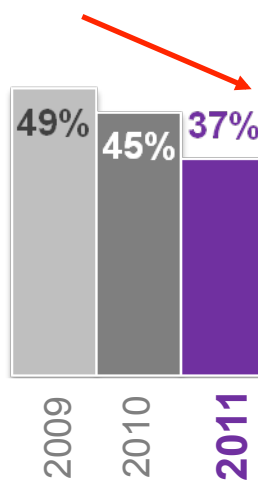
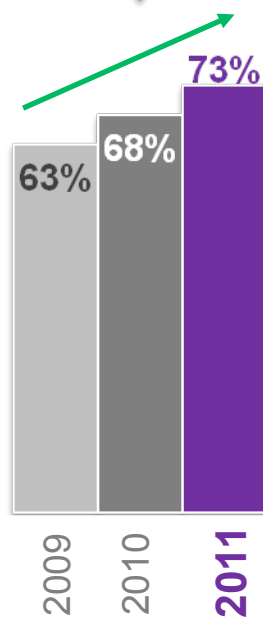
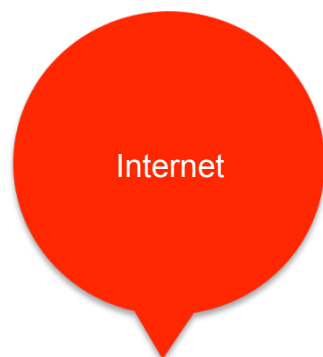
INTERNETOWA
REWOLUCJA

Czy Państwa firma reklamuje się lub promuje w jakikolwiek sposób, zarówno tradycyjnie lub w internecie?



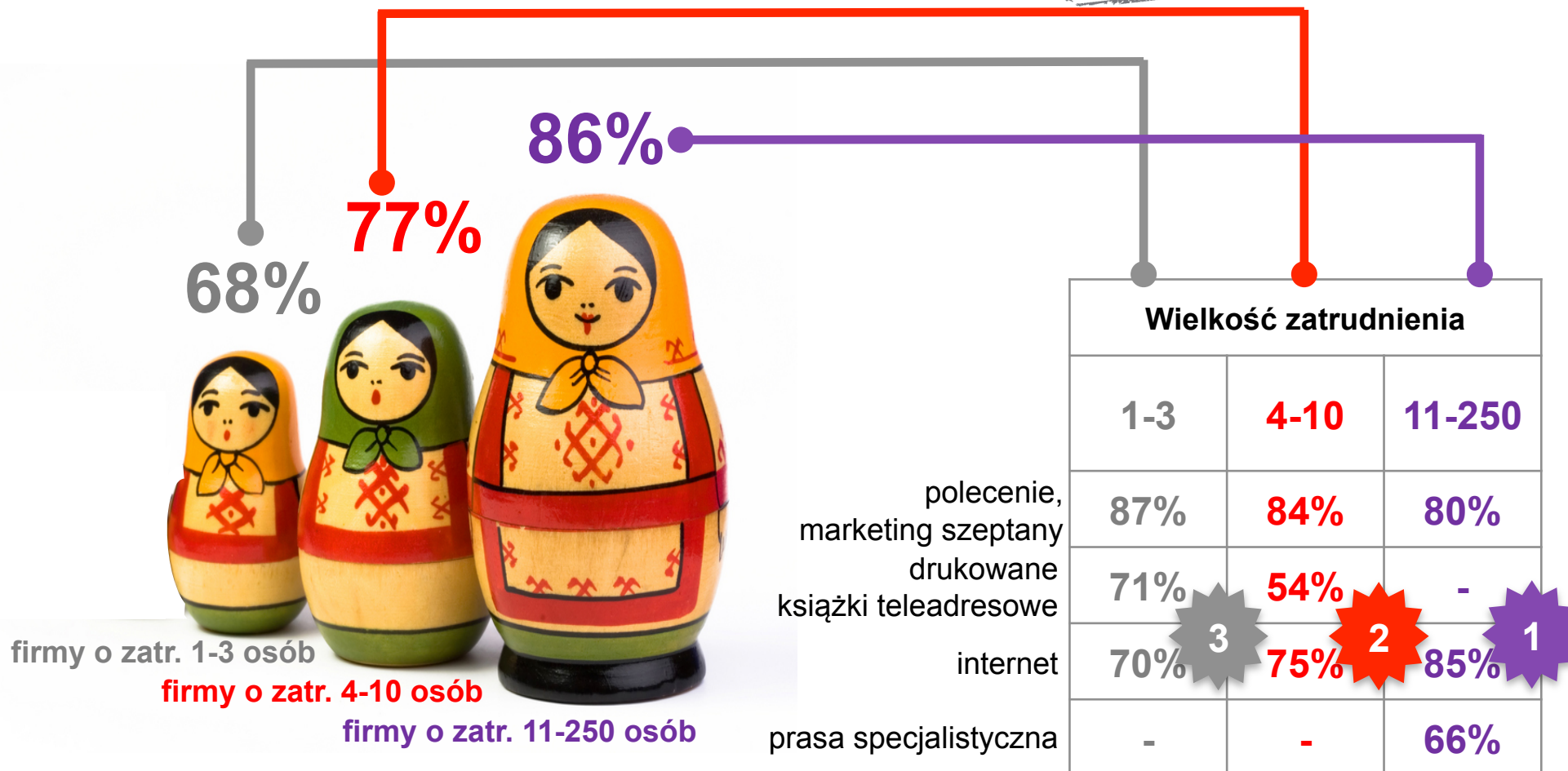
Gdzie reklamują się firmy z sektora MSP?

INTERNETOWA
REWOLUCJA



Aktywność reklamowa MSP

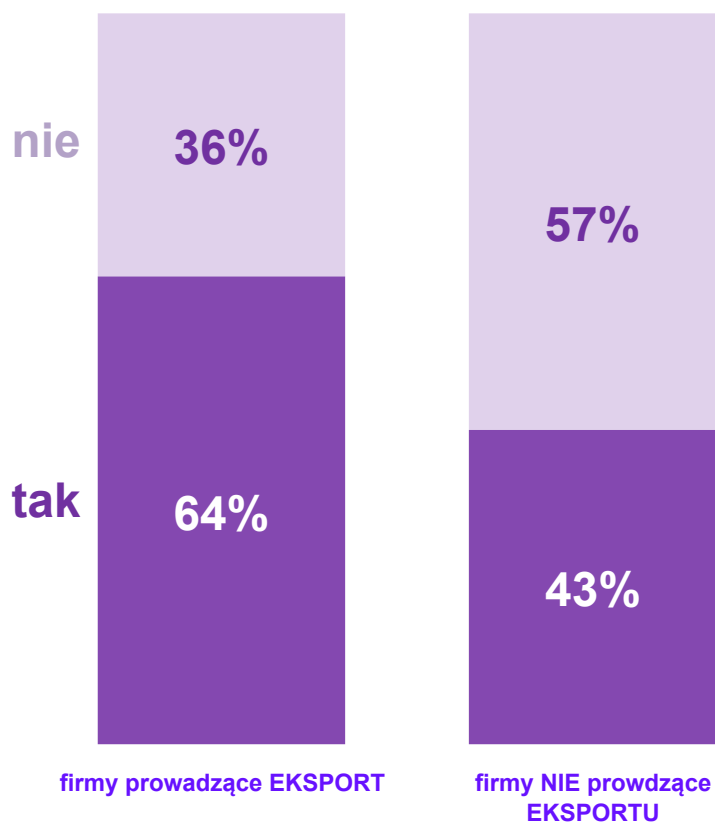
INTERNETOWA
REWOLUCJA



Osobną grupę stanowią Eksporterzy

**INTERNETOWA
REWOLUCJA**

Posiadanie strony WWW



Korzystanie z internetu lub e-maila
wśród firm eksportujących

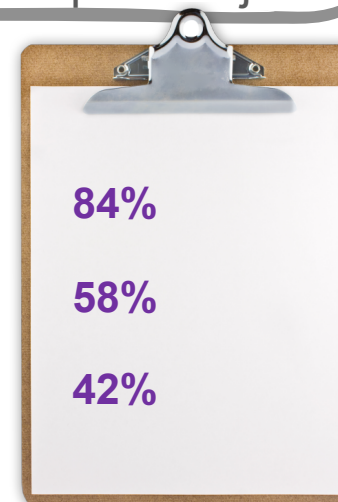
73%

Sposób wykorzystania internetu w
działalności eksportowej

E-mail 84%

Poszukiwanie informacji na zagr. stronach 58%

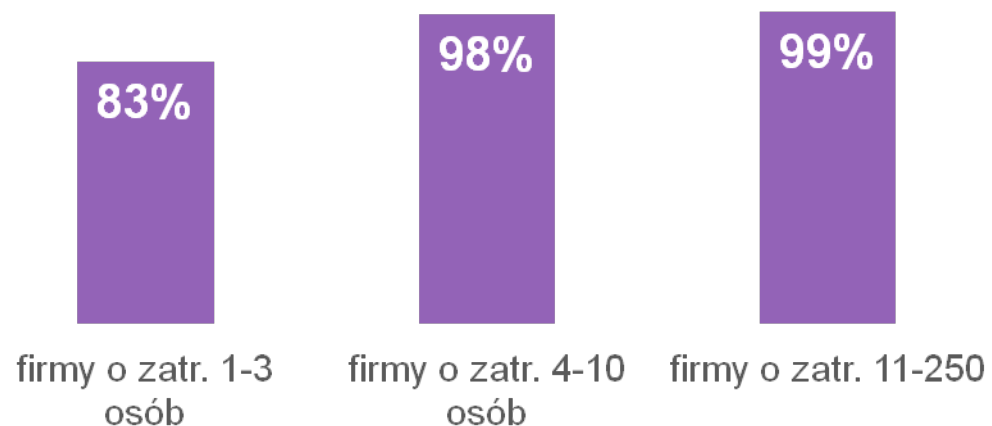
Używanie integrujących systemów IT 42%



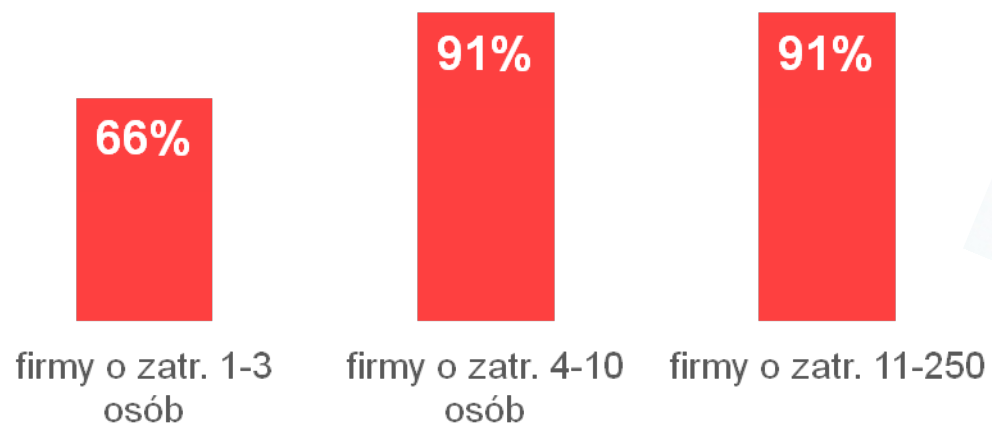
Internet w firmie (2011)

INTERNETOWA
REWOLUCJA

Korzystanie z internetu w firmie



Korzysta z e-maila w celach biznesowych



W dalszym ciągu jest wiele do zrobienia

**INTERNETOWA
REWOLUCJA**

