מחקרי שוק- קהל יעד

יצאנו למחקרי שוק על מנת לבדוק מי קהל היעד שישמח להתנדב בעמותה או לתרום לה

איפה נכון לפרסם את הפרסומות שלנו ומה המסר ובאיזו דרך כדאי לעשות זאת.

*שאלון –חיבוק ראשון*

גיל:30-40 ,40-50 ,50+  
מין :נשים\גברים   
סטטוס:רווקה\נשואה\גרושה\אלמנה   
  
1. האם אתה הורה לילדים ? כן\לא  
2. .האם יש לך נסיון עם ילדים ? כן\לא  
3.האם יש לך חיבור לתינוקות ? כן\לא  
4.האם אתה יודע מה עושים עם ילדים שננטשים ? כן\לא  
 5.האם אתה חושב שהמדינה מציעה מספיק פתרונות לילדים הנטושים בישראל ? כן\לא  
6.האם התנדבות עם תינוקות נטושים מדברת אליך ? כן\לא  
7. האם אתה מכיר את עמותת חיבוק ראשון? כן\לא

8.האם היית רוצה לשמוע עוד מידע על העמותה ? כן\לא   
9.האם הייתה מתנדב בעמותה זו? כן\לא

10.האם אתה מכיר אנשים שמתנדבים בעמותה ? כן\לא

11.האם חשבת על תרומה לעמותה לילדים נטושים ? כן\לא

12. האם היית מוכן לעזור לעמותה בפעילויות מודעות של עמותת "חיבוק ראשון"? כן\לא

13.האם אתה מסתכל באינטרנט על באנרים וסטריפים ? כן\לא

14.האם אתה מתייחס לשלטי חוצות ? כן\לא  
15. אתה צופה בפרסומות בטלוויזיה ? כן\לא  
16.האם אתה מתחבר לפרסומת שכלית של נתונים ועובדים ? כן\לא  
17.האם אתה מתחבר לפרסומת רגשית? כן\לא

1. האם אתה הורה לילדים?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 41 | 82% |
| לא | 9 | 18% |

מסקנה: רוב הנשאלים הורים לילדים.

1. האם את יודע מה עושים עם ילדים שננטשו?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 21 | 42% |
| לא | 29 | 58% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 14 | 48 |
| נשים | 15 | 52 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 18 | 62 |
| 40 ומעלה | 11 | 38 |

מסקנה   
  
  
  
5. האם אתה חושב שהמדינה מציעה מספיק פתרונות לילדים הנטושים בישראל ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 7 | 14% |
| לא | 43 | 86% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 29 | 67 |
| נשים | 14 | 33 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 31 | 72 |
| 40 ומעלה | 12 | 28 |

מסקנה רוב האנשים חושבים שהמדינה לא מציעה מספיק פתרונות  
  
6.האם התנדבות עם תינוקות נטושים מדברת אליך ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 39 | 78% |
| לא | 11 | 22% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 14 | 64 |
| נשים | 25 | 36 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 23 | 59 |
| 40 ומעלה | 16 | 41 |

מסקנה לרוב האנשים ההתנדבות כן מדברת אליהם.  
  
7.האם אתה מכיר את עמותת חיבוק ראשון ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 19 | 38% |
| לא | 31 | 68% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 16 | 52 |
| נשים | 15 | 48 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 18 | 58 |
| 40 ומעלה | 13 | 42 |

מסקנה רוב האנשים לא מכירים את העמותה  
  
8.האם היית רוצה לשמוע עוד מידע על העמותה ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 37 | 74% |
| לא | 13 | 26% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 19 | 51 |
| נשים | 18 | 49 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 18 | 49 |
| 40 ומעלה | 19 | 51 |

מסקנה רוב האנשים כן מעונינים לשמוע על העמותה  
  
  
  
  
9.האם היית מתנדב בעמותה זו ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 32 | 64% |
| לא | 18 | 36% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 8 | 75 |
| נשים | 24 | 25 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 22 | 69 |
| 40 ומעלה | 10 | 31 |

מסקנה רוב האנשים כן היו מתנדבים בעמותה.  
  
10.האם אתה מכיר אנשים שמתנדבים בעמותה ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 23 | 46% |
| לא | 27 | 54% |

מסקנה רוב האנשים לא מכירים אנשים שמתנדבים בעמותה  
 11.האם חשבת על תרומה לעמותה לילדים נטושים ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 30 | 60% |
| לא | 20 | 40% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 11 | 37 |
| נשים | 19 | 63 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 18 | 60 |
| 40 ומעלה | 12 | 40 |

מסקנה רוב האנשים כן חשבו על תרומה לעמותה לילדים נטושים  
12. האם היית מוכן לעזור לעמותה בפעילויות מודעות של עמותת "חיבוק ראשון"?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 38 | 76% |
| לא | 12 | 24% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 14 | 58 |
| נשים | 22 | 42 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 25 | 66 |
| 40 ומעלה | 13 | 34 |

מסקנה רוב האנשים כן היו מוכנים לעזור.  
13. האם אתה מסתכל באינטרנט על באנרים וסטריפים ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 17 | 34% |
| לא | 33 | 66% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 7 | 41 |
| נשים | 10 | 59 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 5 | 29 |
| 40 ומעלה | 12 | 71 |

מסקנה רוב האנשים לא מסתכלים על באנרים וסטריפים באיטרנט.  
  
  
  
14.האם אתה מתייחס לשלטי חוצות ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 29 | 58% |
| לא | 21 | 42% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 11 | 62 |
| נשים | 18 | 38 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 19 | 66 |
| 40 ומעלה | 10 | 34 |

מסקנה רוב האנשים כן מסתכלים על שלטי חוצות.  
  
15.אתה צופה בפרסומות בטלוויזיה ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 27 | 54% |
| לא | 23 | 46% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 9 | 67 |
| נשים | 18 | 33 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 19 | 67 |
| 40 ומעלה | 8 | 33 |

מסקנה רוב האנשים כן צופים בפרסומות בטלוויזה  
  
16.האם אתה מתחבר לפרסומת שכלית של נתונים ועובדות ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 31 | 62% |
| לא | 19 | 38% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 15 | 48 |
| נשים | 16 | 52 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 20 | 65 |
| 40 ומעלה | 11 | 35 |

1. מסקנות רוב האנשים כן מתחברים לפרסומת שכלית .  
     
   17. האם אתה מתחבר לפרסומת רגשית ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| כן | 40 | 80% |
| לא | 10 | 20% |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| גברים | 10 | 25 |
| נשים | 30 | 75 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | מספר משיבים | אחוזים |
| 30-40 | 24 | 60 |
| 40 ומעלה | 16 | 40 |

רוב האנשים כן מתחברים לפרסומת רגשית.

**קהל יעד:**

קהל היעד שלנו הוא נשים בנות 40 – 45 אמהות לילדים,

נשים שהתנדבות מדברת אליהן, סיוע לתינוקות נטושים נוגעת בהן והן היו שמחות לקחת חלק בתרומה לעמותה.

הן לא יודעות יותר מידי על העמותה, צריכות לקבל יותר מידע על מה עושים ומה מצריך מהן אבל בגדול התנדבות ותרומה לעמותה מסוג זה מדברת אליהן.

הן אינן מסתכלות על פרסומות באינטרנט, יותר צופות בפרסומות בטלויזיה ובשלטי חוצות.

מתחברות לפרסומות רגשיות אך גם רוצות לקבל מידע ונתונים.

**אסטרטגיית מסר:**איך המפרסמים מחליטים להעביר לקהל היעד מסר בפרסומות.  
ישנן שתי דרכים להעביר מסר : שכלית- לפנות לקהל בפרסומת עם נתונים ועובדות .  
רגשית- יותר פרסומות עצובה שתפנה ללב שלהם.

אנחנו בחרנו בפרסומת רגשית כי זה מדובר על ילדים שננטשו ופונה אל נשים שרוצות להתנדב והן יותר מתחברות לפרסומות רגשיות .

פריסת מדיה

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| כלי | זמן ומיקום | סיבה |
| טלויזיה | יום א'  ערוץ 12כותרות הבוקר 6:15, MKR – 00;21  ערוץ 13-העולם והבוקר 6:15  ערוץ 14-אורלי וגיא 5:40,פנים אמתיות 21:15  יום ב'  ערוץ-12כותרות הבוקר 6:15, MKR – 00;21  ערוץ 13-העולם והבוקר 6:15, משחקי השף 21:00  ערוץ 14 אורלי וגיא 5:40 ,  יום ג'  ערוץ -12כותרות הבוקר 6:15, MKR – 00;21  ערוץ 13- העולם והבוקר 6:15 ,משחקי השף 21:00  ערוץ 14-אורלי וגיא 5:20,להיות אבא 21:15 יום ד' ערוץ 12-כותרות הבוקר 6:15, MKR – 00;21  ערוץ 13- העולם והבוקר 6:15,משחקי השף 21:00  ערוץ 14- אורלי וגיא 5:20,להיות אבא 21:15 יום ה' ערוץ 12- כותרות הבוקר 6:15, MKR – 00;21  ערוץ 13- העולם והבוקר 6:15, THE FOUR-21:00  ערוץ 14-אורלי וגיא 5:40,הצינור-עם טל ברמן 22:40 יום ו'- שש עם גלית ויואב 6:15, סברי מרנן -21:00 ערוץ 12- כותרות הבוקר 6:15, MKR – 00;21  ערוץ 13- העולם והבוקר 6:15  ערוץ 14-אורלי וגיא 5:40,שי בשידור 21:30 יום שבת ערוץ 12- נינג'ה 21:15  ערוץ 13-חדשות 20:00  ערוץ 14-גב האומה 21:15 | אלה השעות שהכי מופנות לקהל היעד שלנו שעות הבוקר המוקדמות לפני ההיתארגנות הילדים וגם בשעות הערב בסופה |
| מגזינים | בעיתוני לאישה ואת נמקם מודעות פרסומת על העמותה | המגזינים האלה הם לקהל היעד שלנו |
| שלטי חוצות | בתחנות אוטובוס בצמתים ראשיים | כל אחד שעובר עם האוטו יראה את הפרסומות |
| אינטרנט | מאקו, X –NET , Saloona | קהל היעד שלנו משתמש באתרים האלה |