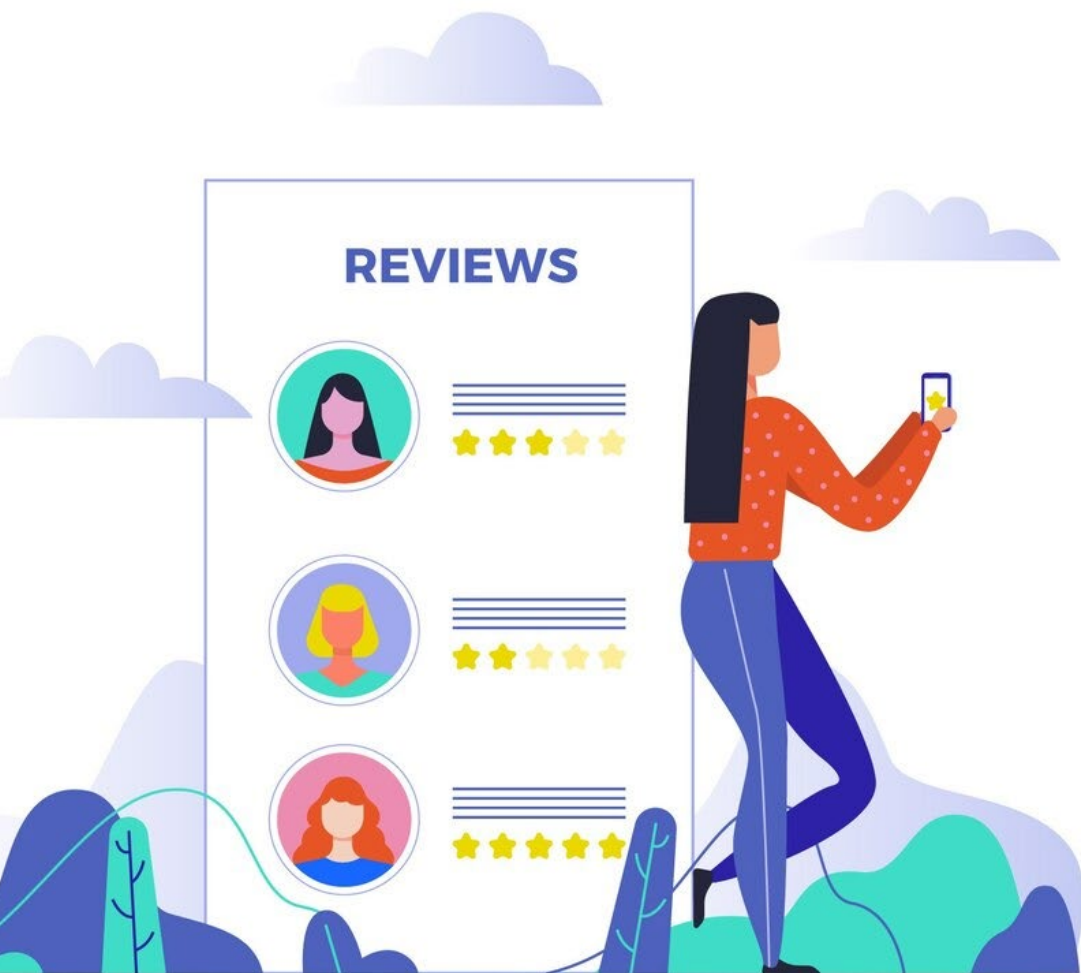


Emaitzen txostena: Euskadiko kontsumitzaileei Interneten egindako aipamenen eta/edo balorazioen kontsultari buruzko inkesta

2022ko abendua





Aurkibidea

- 01 Helburuak
- 2. Metodologia
- 03 Emaidzak
- 04 Funtsezko elementuak
-

2. Helburuak



NAGUSIA. Aztertu Interneteko aipamenak/balorazioak eta nola eragiten duten kontsumo-erabakietan.

Horretarako, 1.- IDENTIFIKATU baliozta daitezkeen **zerbitzuak**.

2.- Sektoreen pisua **zenbatestea** balioespenen arabera 3.- Aipatu ditugunen **profilak** eta tipologiak EZARTZEA. Nork idazten ditu aipamenak?

Zein zentzutan egiten dute, positiboa eta negatiboa, eta zergatik **egiten** dute? 4.- ADIERAZI aipamenek/balorazioek azken erosketa-/kontsumo-prozesuan duten eragin-maila, eta adierazi sektore- eta belaunaldi-desberdintasunak 5.- Kontsumitzaileak araudiari buruz duen **ezagutza** EZAGUTZEA, eta, zehazkiago, aipamenen erregulazioari buruzko berrikuntzak. Betetzen dira? Nola jakin fidagarriak diren? SEKUNDARIOAK

balorazioen

plataforma generikoak, zein dira? nola funtzionatzen dute? Zer garrantzi dute "iritzien" atalak tokiko webguneetan?

03 Metodologia



Proposatutako helburuak lortu ahal izateko, euskal gizarterako hurbilketa **kuantitatiboa** erabili dugu, gizartearen **ezaugarri** soziodemografikoekin bat etorriz.

Informazio **egiazkoa** eta erabilgarria lortzeko **berme** gehien eskaintzen digun kanala telefonoa da, eta horixe erabili dugu.

800 inkesta egin dizkiegu inoiz produktu edo zerbitzuen aipamenak edo Interneteko balorazioak irakurri edo kontsultatzen dituzten pertsoneri, eta horrek bermatzen digu $e = 3,5$ (i-ko konfiantza-maila% 95,5ekoa denean, 2σ , $p = q = 0,5$ izanik), multzoari buruz egin nahi diren kalkulu guztietarako.

Prozesu hori guztia EAEko hizkuntza ofizialetan egin da, euskaraz eta gaztelaniaz.

FITXA TEKNIKOA

FITXA TEKNIKOA

Eremu geografikoa Euskadi AE Euskadiko CA	Prozedura Telefono bidezko inkesta (euskaraz/gaztelaniaz)
Unibertsoa Euskadi EAEn bizi diren 18-73 urteko biztanleak. Interneten produktuen edo zerbitzuen aipamenak edo balorazioak irakurri edo kontsultatzen dituen Euskadikoa	Lagin-errorea $e=\pm\% 3,5$ (% 95eko mailarako) $e=\pm\% 3,5$ (konfiantza-maila% 95 denean)
Laginaren tamaina 801 elkarrizketa: lurralde historikoaren banaketa, sexua eta belaunaldia (adina)	Noiz egina 2022ko abendua

04 Emaitezak



1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.

Egindako azterketaren arabera, EAEko biztanleen %22k noizbait irakurtzen edo kontsultatzen dituzte produktu edo zerbitzuen aipamenak edo balorazioak Interneten.

Emaitza hauek portaerari eta balorazioei dagozkie.

1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.

% Bai/Bai

EROSKETA- IMPULTSIBOAPENAs - EROSKETA BULKATZAILEA	Neurri_kontzientziaioa	Kontuan hartzea	Bihurketa	ArauakEbaluazioa
	Produktu hori bazegoela jakinda, zinean edo nahi izan zenuena-Produktu hori existitzen zela eta/edo nahi zutela jakin zutenean	Produktua on line bilatu zenuenean -Produktua on line bilatu zuten unea	Noiz eta nola erosi erabaki zenuenean - Noiz eta non erosi erabaki zutenean	Erosi ondoren - Erosi ondoren
Libros/irakasleaLiburuak/musika	39,2	42,3	36,5	21,0
Ardoa/likoreak/garagardoa	15,6	16,2	15,5	9,9
Jantziak (gizonenak, emakumeenak, umeenak),- Arropa (gizona, emakumea, neskak), oinetakoak	○ 51,8	○ 57,1	○ 49,4 €	○ 27,6
ArauakElikadura	37,3 €	36,3 €	33,8	19,1
Maskotentzako janaria - Maskotentzako janaria	18,5	19,1	18,1	10,9
Hotelak/irakasleaHotelak/bidaia k	○ 70,7	○ 80,1	○ 67,5	○ 46,1

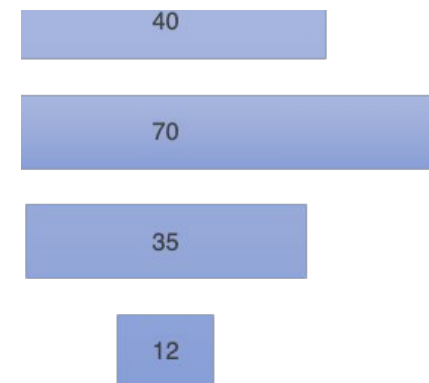
1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.

% Bai/Bai

Bultzadaz egindako erosketen une desberdinetan egindako balorazioen eta aipamenen kontsultek portaera oso antzekoak dituzte aztertutako produktu-kategoria guztietan. Kontzientziazio-fasean intentsitate handia **izan zuen, produktu hori bazela eta/edo nahi zutela jakin zutenean, climax delakoa, edo kontuan hartzeko maiztasun handiagoa, hau da, produktua on line bilatu zuten unea, konbertsio-fasean pixka bat behera egiteko, noiz eta non erosi erabaki zutenean, ebaluazioan nabarmen jaisteko, erosi ondoren.**

Interesgarria da nabarmentzea **bultzadaz erositako produktu-kategorietan bidaiak, alde handiz, eta arropa eta zapatak direla kontsultan intentsitate handiena duten** kategoriak, baina elikadura, liburuak eta musika, adibidez, aipu eta balorazioen kontsultan zifra nabarmenak lortzen dituzte.

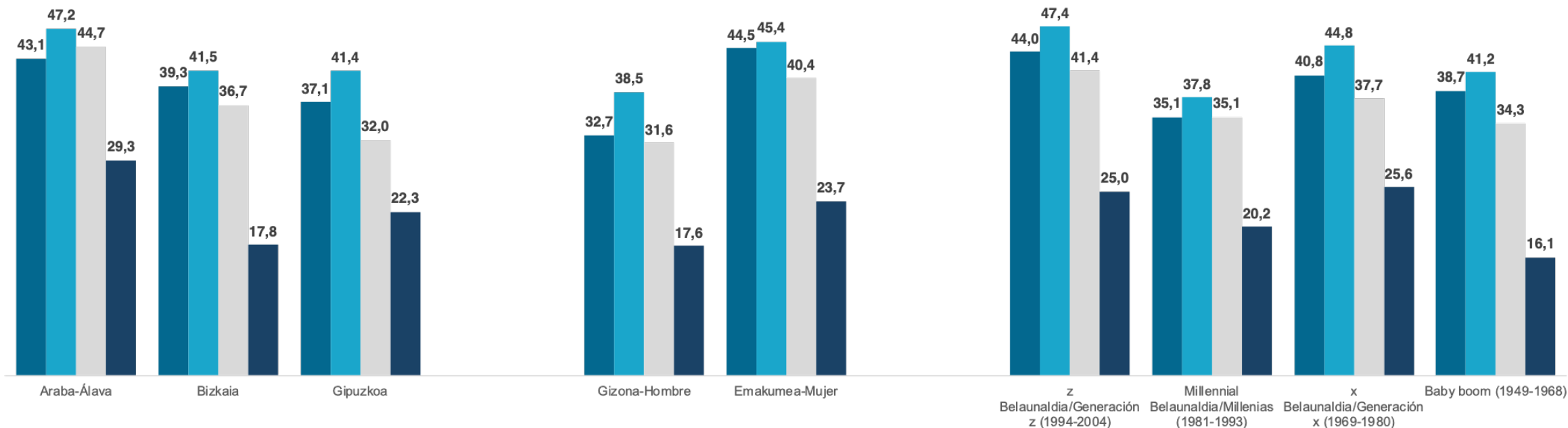


1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Libros/irakaslea Liburuak/musika

■ Konturatzea-Concienciación ■ Kontuan hartzea -Consideración ■ Erabakitzea-Conversión ■ Ebaluatzea-Evaluación

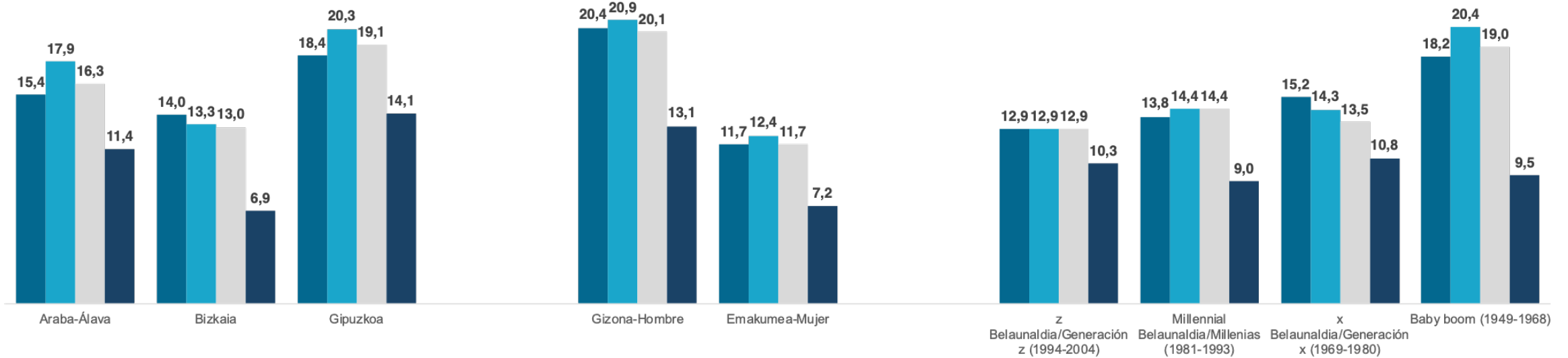


1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Ardoa/likoreak/garagardo-Ardoak/likoreak/garagardo

■ Konturatzea-Concienciación ■ Kontuan hartzea -Consideración ■ Erabakitzea-Conversion ■ Ebaluatzea-Evaluación

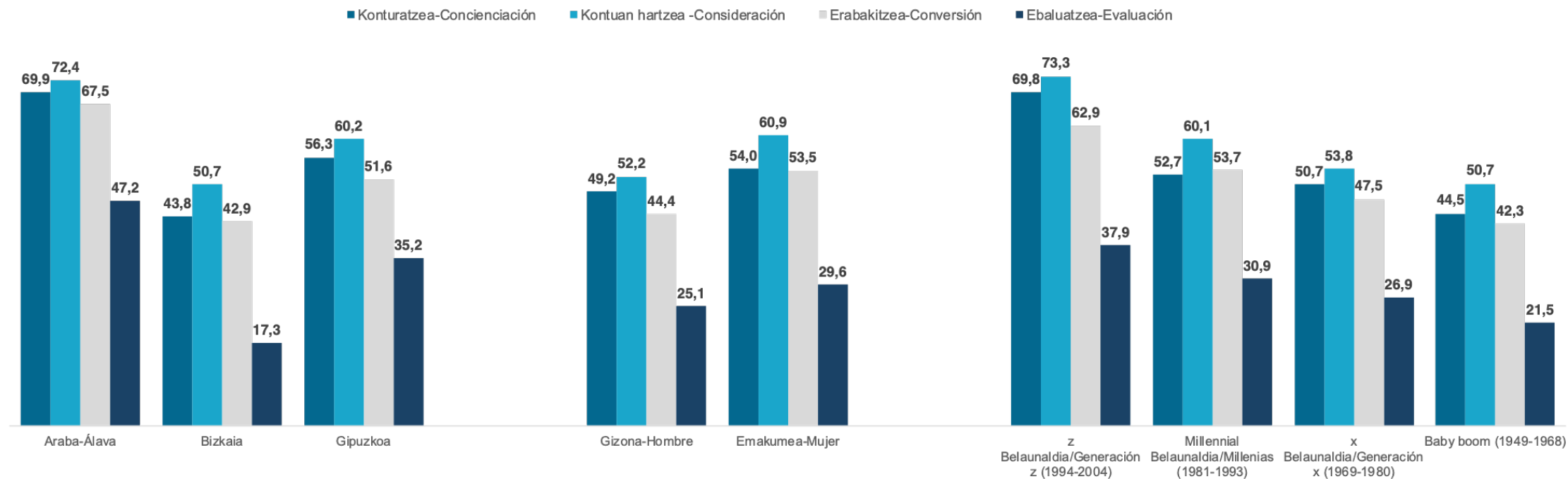


1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Jantziak (gizonenak, emakumeenak, umeenak), -Arropa (gizona, emakumea, neskak), oinetakoak

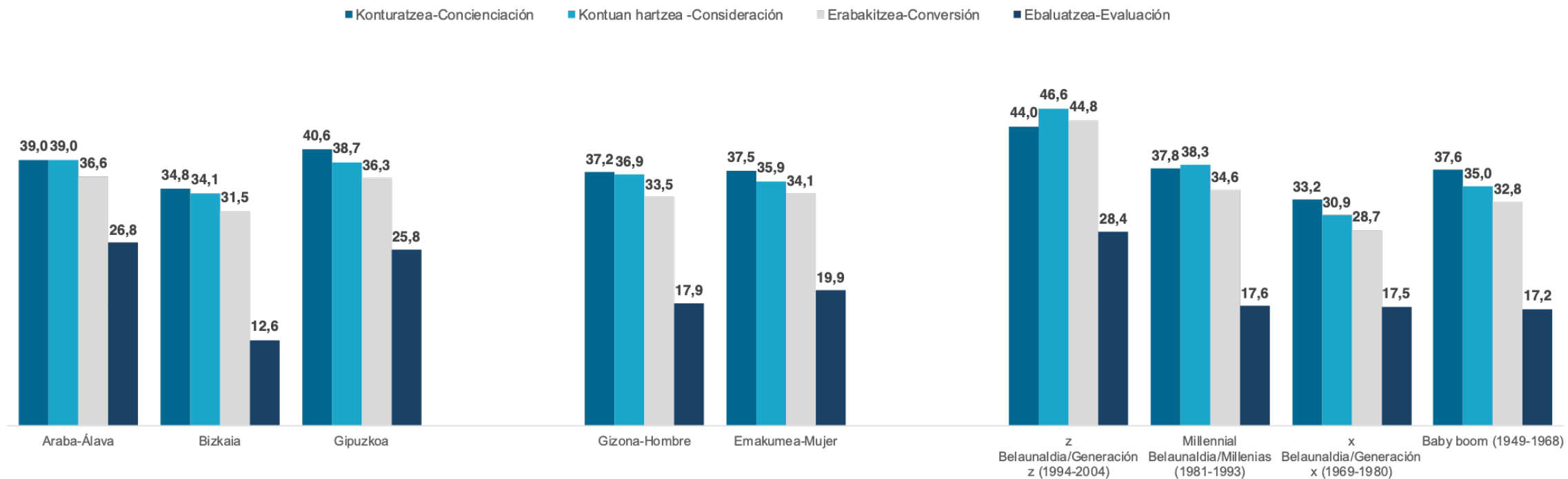


1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

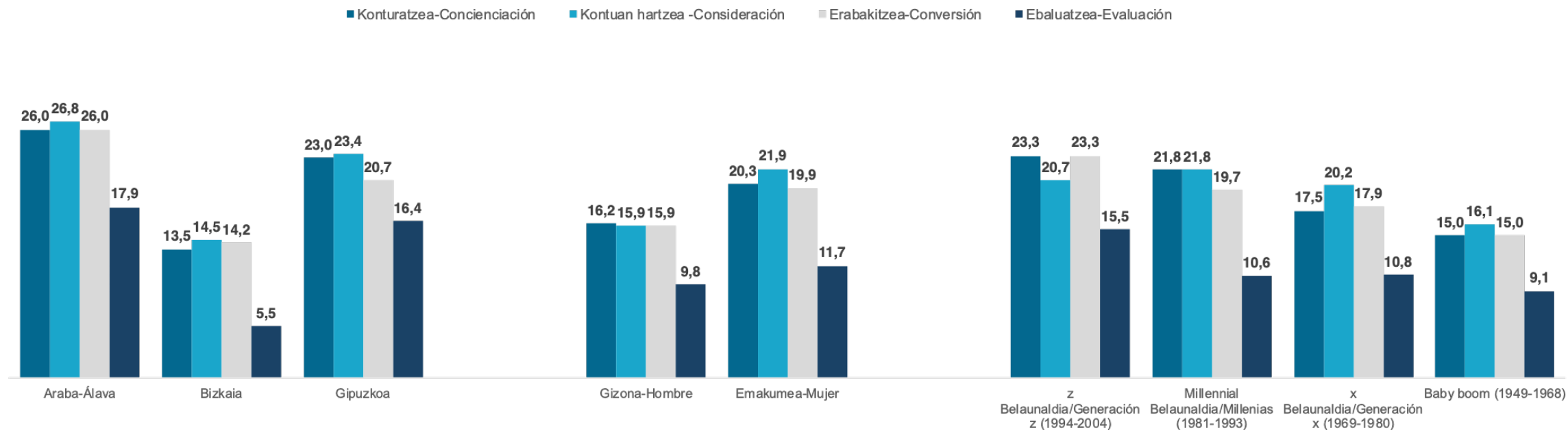
Elikagai



1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

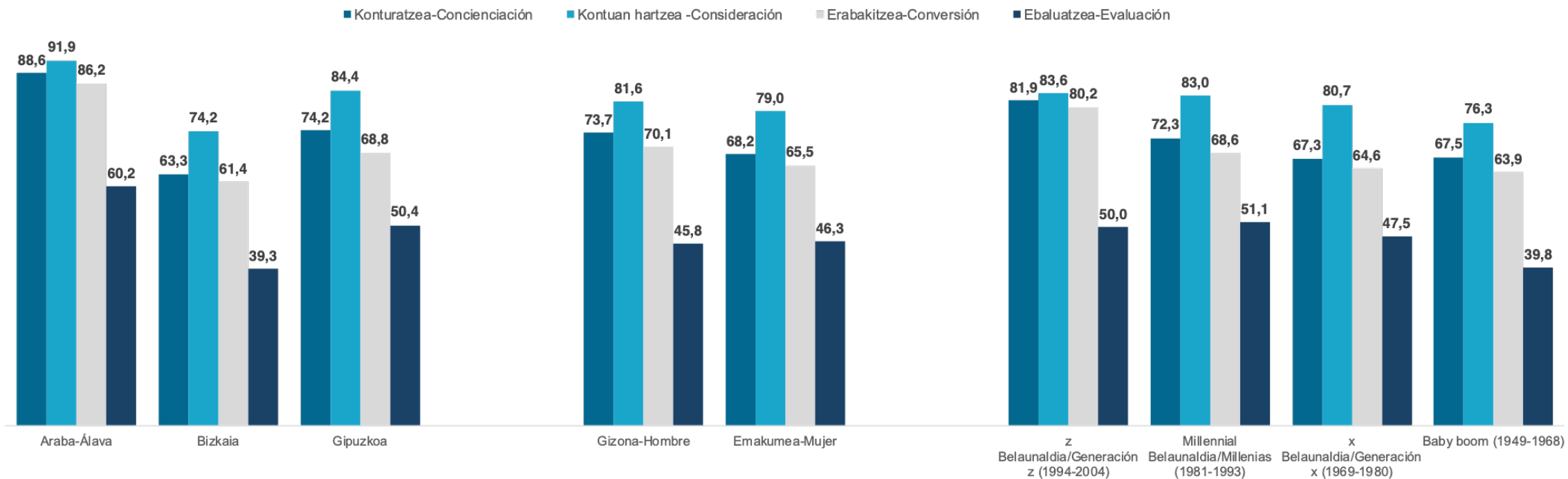
Irakaslea Maskotenzako janaria



1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Hotelak/irakaslea Hotelak/bidaiak



1.

Hainbat produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun erosketa-une desberdinetan.

% Bai/Bai

Arabarrek, **oro** har, indarren kontsultetan eta balioespenetan intentsitate handiagoa dutela adierazi dute bultzada bidezko erosketen kategorietan. Gutxiago **elikagaietan eta ardo eta likoreetan; kategoria** horietan, **gipuzkoarrek** besteek baino balorazio eta aipamen sendoagoak egiten dituzte kontsultan.

Gizonezkoek eta emakumezkoek antzeko jokabideak dituzte, emakumezkoek **baino** indartsuagoak, batez ere, liburuei, musikari, **arropari eta zapatei buruzko kontsultetan, eta** gizonezkoek ardoei eta likoreei dagokienez.

Normala denez, belaunaldi **gazteenek aurreko belaunaldiek baino portaera biziagoak dituzte aipamenak eta iritziak** kontsultatzeko, bi produktu-kategoriatan izan ezik: ardoak eta likoreak, non boomerrak baitira talde nagusia kontsultan, eta liburuak eta musika, non milioi askoko pertsonak aurkezten baitituzte belaunaldi guztien arteko kontsulta-zifrak.

*aldea antzekoa da erosketa-fase guztietan.



2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.

% Bai/Bai

INPUTSIBOAK EZ DIRENAK - EROSKETA EZ OLDARKORRAK	Neurri_kontzientziazioa	Kontuan hartzea	Bihurketa	ArauaEbaluazioa
	Produktu hori bazegoela jakinda, zinean edo nahi izan zenuena-Produktu hori existitzen zela eta/edo nahi zutela jakin zutenean	Produktua on line bilatu zenuenean -Produktua on line bilatu zuten unea	Noiz eta nola erosi erabaki zenuenean -Noiz eta non erosi erabaki zutenean	Erosi ondoren - Erosi ondoren
Altzariak/apaingarriak	34,5	37,0	32,2	20,5 euro
Elektronika/elektronika-/bideojokoak /jostapenaElektronika /ordenagailuak /bideojokoak /jostailuak	○ 55,2 €	○ 61,3	○ 51,8	○ 30,0
Perfumeak/koloniak/argizaria/zaintzekoak/kosmetikoak- Lurrinak/koloniak /azala zaintzea /kosmetika	31,3	32,6	29,8	19,0
Osasun_ produktuak/produktu irakasleaOsasun- produktuak/farmazia-produktuak/	21,0	22:00	20,2	13,9
Bitxiak/erlojuak/irakasleaBitxigintza/erlojuak/beta urrekoak	23,2	23,7	21,3	12:00
Telekomunikazioak/Telefonoak	○ 53,4 €	○ 58,2	○ 49,7	○ 30,2
Electrodomésticos/sukaldeko tresnak - Etxetresna elektrikoak/etxeko tresneria	○ 45,9 €	○ 50,6	○ 46,3 €	○ 27,0
Aseguru-produktuak/finantza-produktuak	23,6 €	24,8	22:00	15,1
Ibilgailu motordunak (autoak, traktoreak, etab.)	36,8	37,7	33,7	20,2

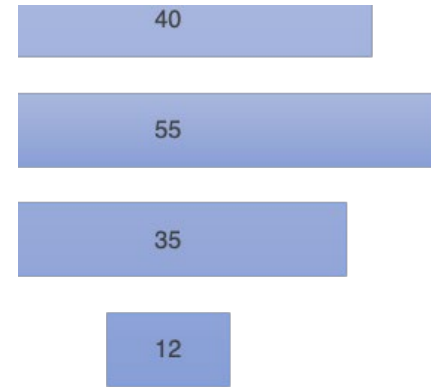
2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.

% Bai/Bai

Balorazioen eta aipamenen kontsultek, **bultzadaz EZ diren erosketen** une desberdinetan, antzeko portaerak dituzte aztertutako produktu-kategoria guztietan. Bulkada bidezko erosketan identifikatutako portaera errepikatzen da, baina erosketaantzeko intentsitateekin. Klimaxa **edo maiztasun altuena aztertzen jarraitzen dugu, hau da, on line produktua bilatu zuten unea, baina kontzientziazio- eta konbertsio-faseekiko aldea oso txikia da, eta berriro ere nabarmen jaisten da ebaluazioan, hau da, erosi ondoren.**

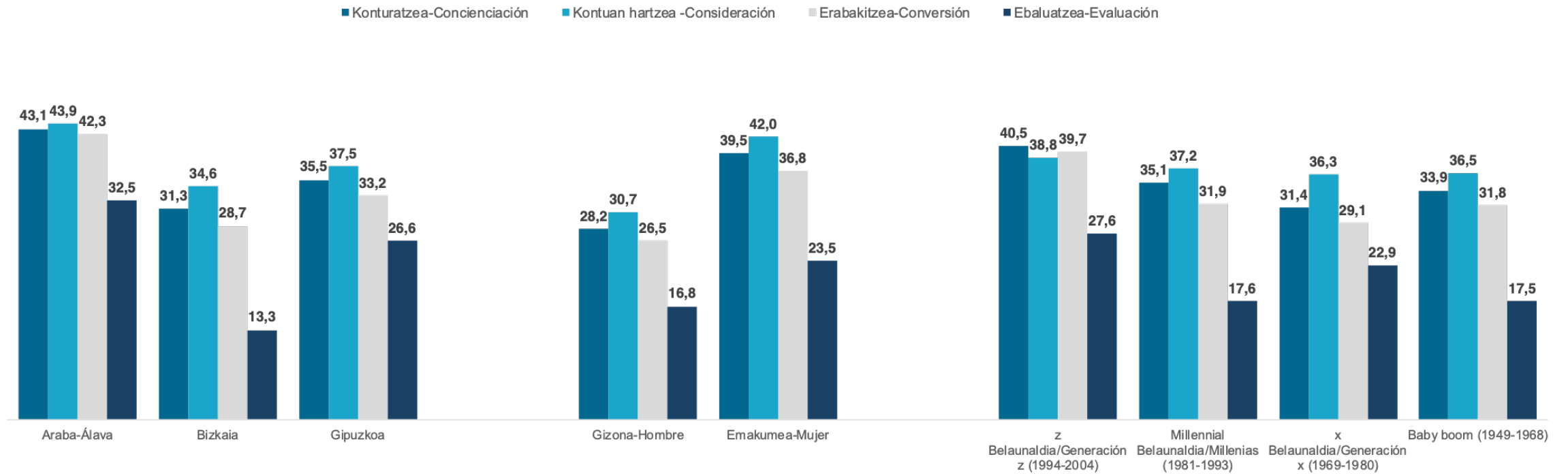
Interesgarria da nabarmentzea elektronikarekin zerikusia duen guztia, smartphone, bideojoko, ordenagailu eta abarrekin, **erosketako zita-indize altuenak lortzen** dituztela EZ bultzadaz, baina, gure ustez, garrantzitsua da osasun- eta farmazia-produktu gisa nabarmentzea, bankuko eta aseguru-produktuak bezala, gutxien kontsultatzen direnak.



2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Altzariak/apaingarriak



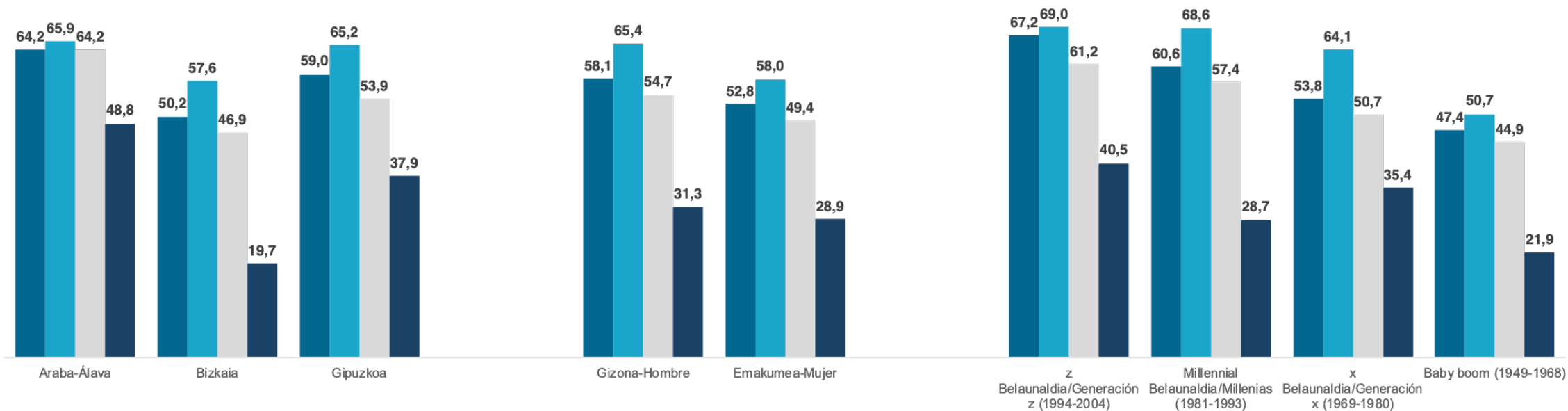
2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarhorrak, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Elektronika/elektronika-bideojokoak /jost.Elektronika/ordenagailuak/bideojokoak/jostailuak

■ Konturatzea-Concienciación ■ Kontuan hartzea -Consideración ■ Erabakitzea-Conversion ■ Ebaluatzea-Evaluación



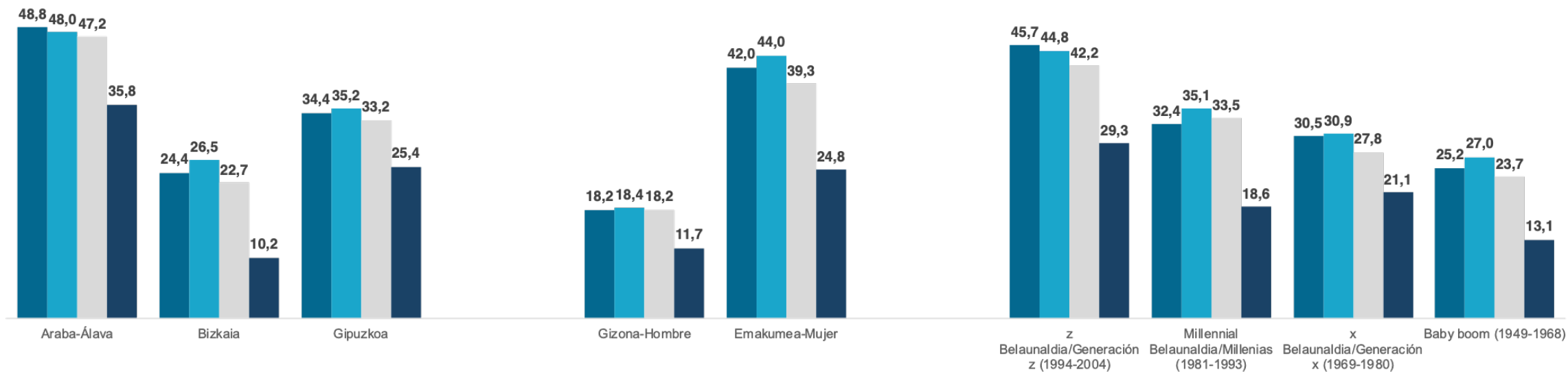
2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Perfumeak/koloniak/soldadurak/zaintzekoak/kosmetika- lurrinak/koloniak/azalaren zainketa/kosmetika

■ Konturatzea-Concienciación ■ Kontuan hartzea -Consideración ■ Erabakitzea-Conversion ■ Ebaluatzea-Evaluación



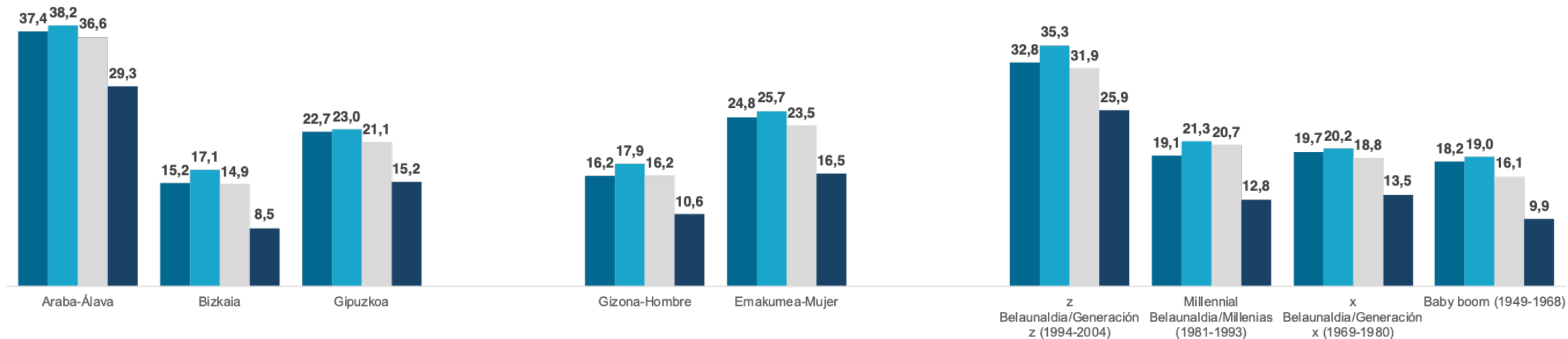
2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Osasun_produktuak/produktu irakaslea Osasun- produktuak/farmazia-produktuak

■ Konturatzea-Concienciación ■ Kontuan hartzea -Consideración ■ Erabakitzea-Conversion ■ Ebaluatzea-Evaluación

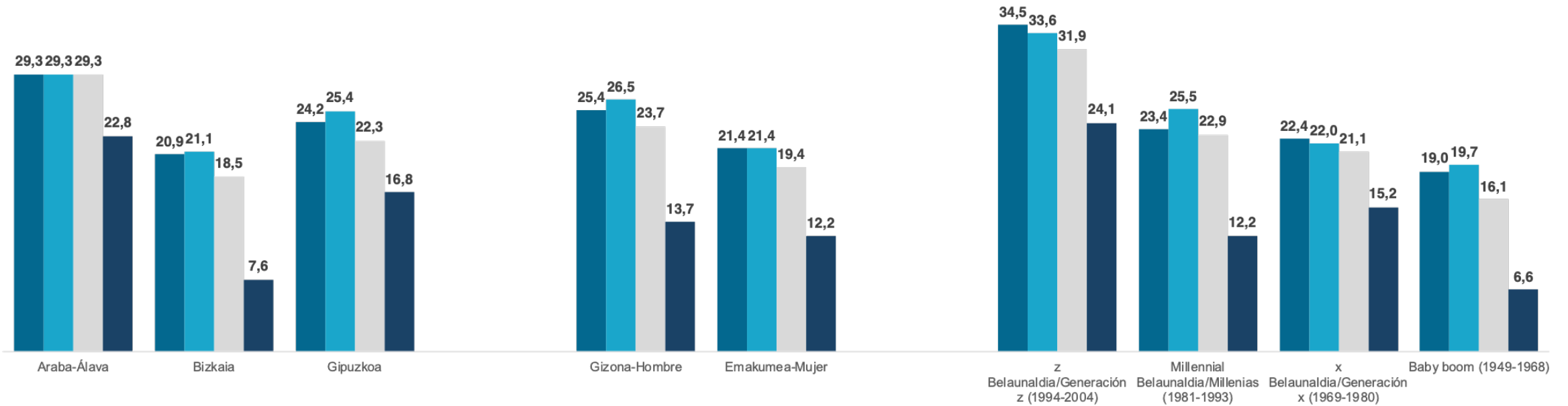


2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Bitxiak/erlojuak/irakaslea Bitxigintza/erlojuak/betaurrekoak

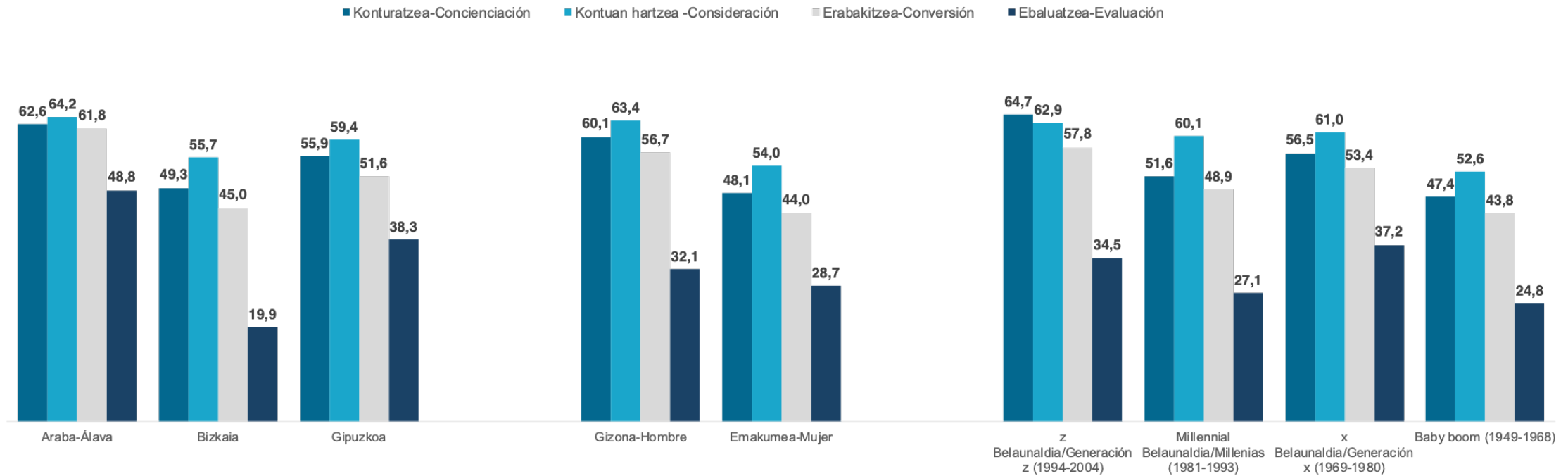
■ Konturatzea-Concienciación ■ Kontuan hartzea -Consideración ■ Erabakitzea-Conversion ■ Ebaluatzea-Evaluación



2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Telekomunikazioak/irakaslea Telekomunikazioak/telefonoak

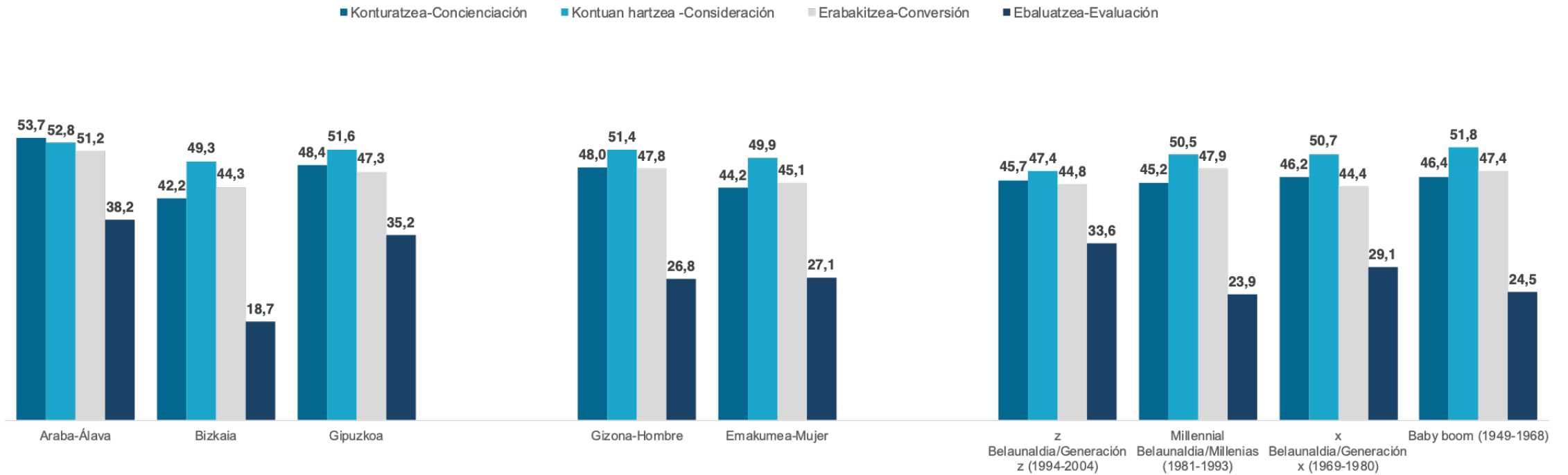


2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorak, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

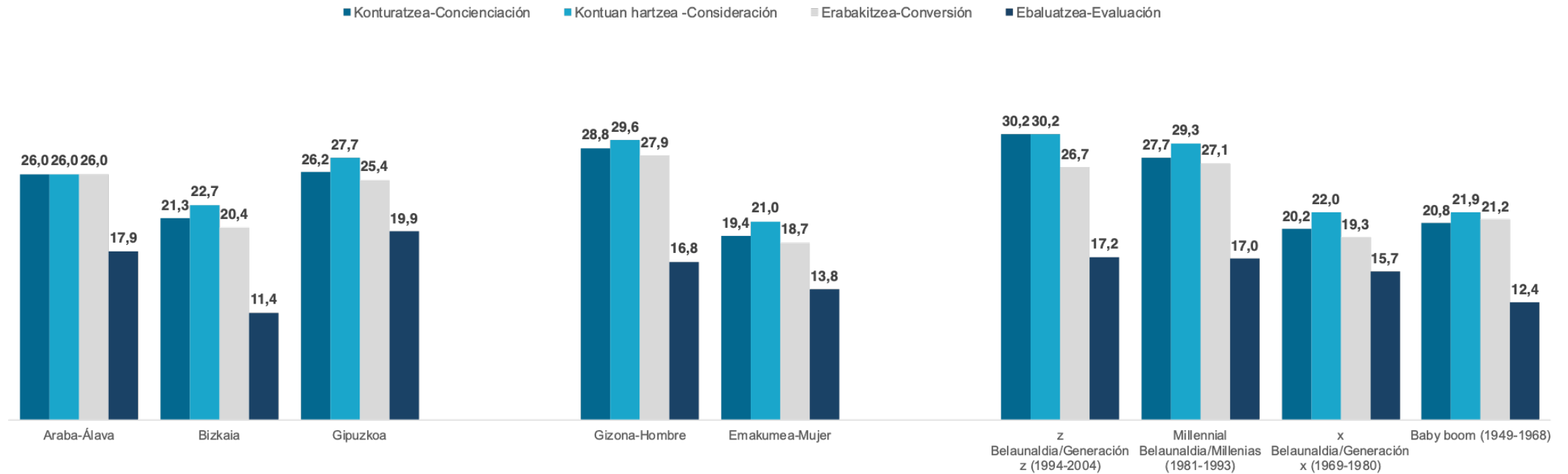
Etxetresna elektrikoak/sukaldeko tresneria



2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketarenean desberdinetan. % lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Aseguru-produktuak/finantza-produktuak

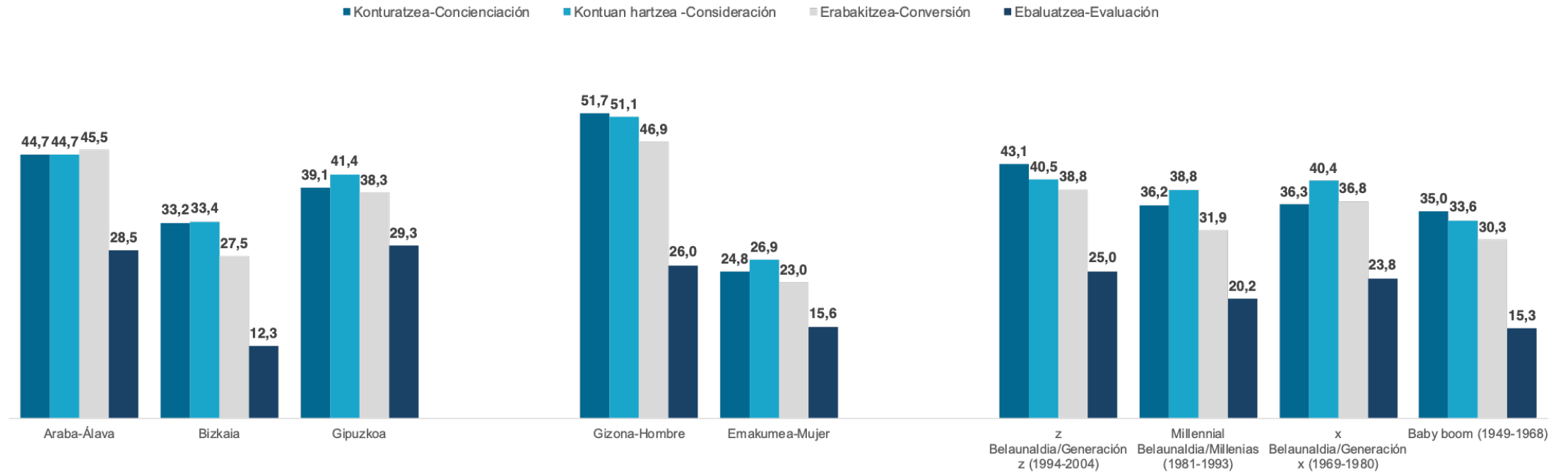


2.

Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Ibilgailu motordunak (autoak, traktoreak, etab.)



2.

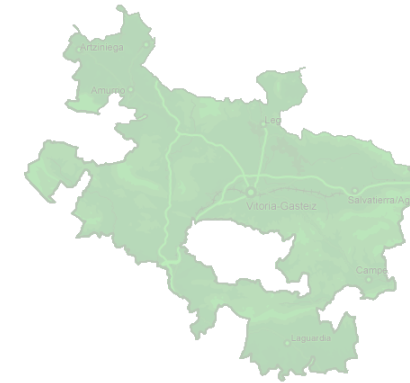
Zenbait produktu- eta zerbitzu-kategoria aipatuko dizkizut, ez hain oldarkorrek, eta gustatuko litzaidake esatea ea horien balorazioak eta aipamenak kontsultatzen dituzun ala ez erosketa-une desberdinetan.
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

Arabarrek, oro har, EZ bulkada bidezko erosketa-kategorietako aipamenen eta balorazioen kontsultetan intentsitate handiagoa dutela adierazi dute. Gutxiago **finantza- eta aseguru-produktuetan**; kategoria horietan, gipuzkoarrek **besteek** baino balorazio eta aipamen sendoagoak egiten dituzte kontsultan. Erosketa mota honetan, gipuzkoarren eta arabarren arteko aldeak bultzadaz egindako erosketetan baino txikiagoak dira, eta bizkaitarrak dira, berriro ere, kontsultarako maiztasun txikiena dutenak kategoria guztietan.

Gizonek eta emakumeek portaera nahiko desberdinak dituzte, aztertutako produktu-kategorien arabera: **gizonezkoak**, motordun ibilgailuei edo produktu finantzarioei buruzko kontsultak, eta emakumezkoak, kosmetika eta osasun-produktuak. Gainerako kategorietan alde txikiak daude.

Belaunaldiei dagokienez, azpimarratzekoa da EZ bultzatzeagatik egindako erosketan kontsulten intentsitatea berdintzen dela.

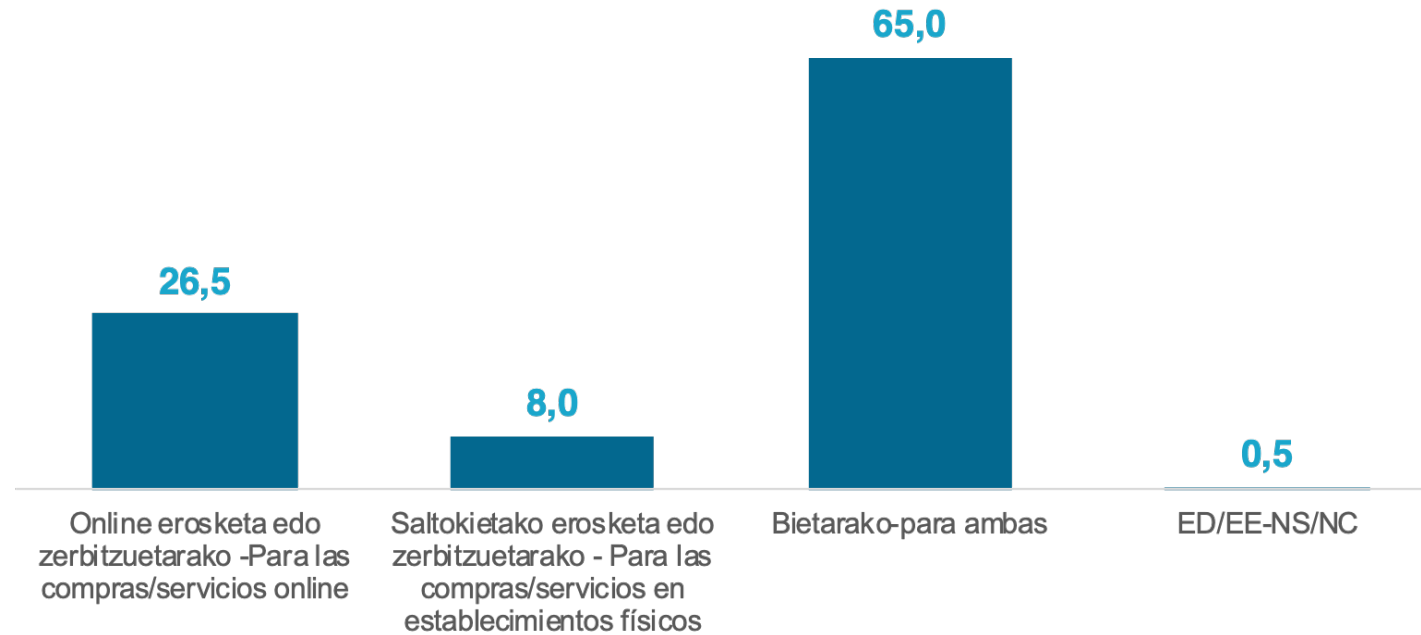
*aldea antzekoa da erosketa-fase guztietan.



3.-

Aipamenak edo balorazioak kontuan hartzen dituzu...(irakurri aukerak)

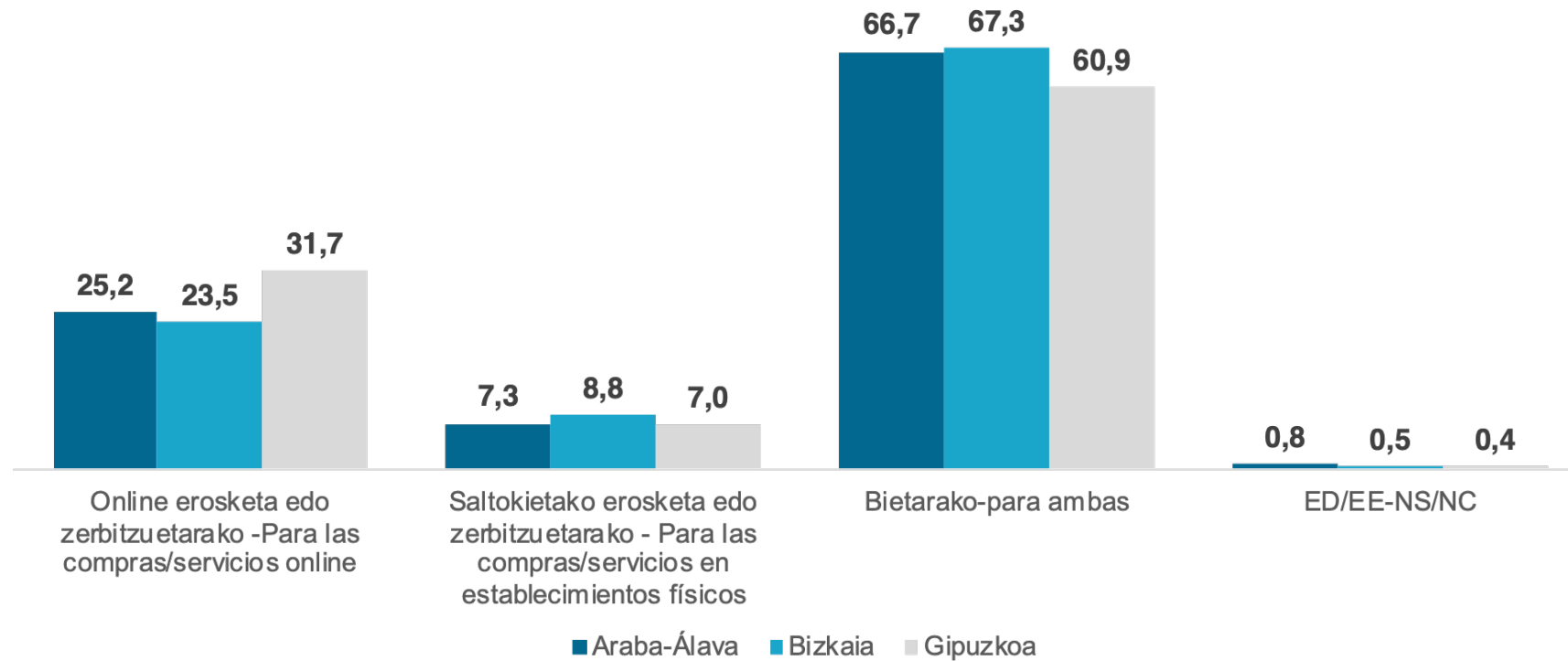
%



Aipamenak edo balorazioak "MUST" bat dira, euskal herritar gehienentzat erosketa-prozesuaren beste alderdi bat, aipamenak edo balorazioak kontuan hartzen dituenak.

3.-

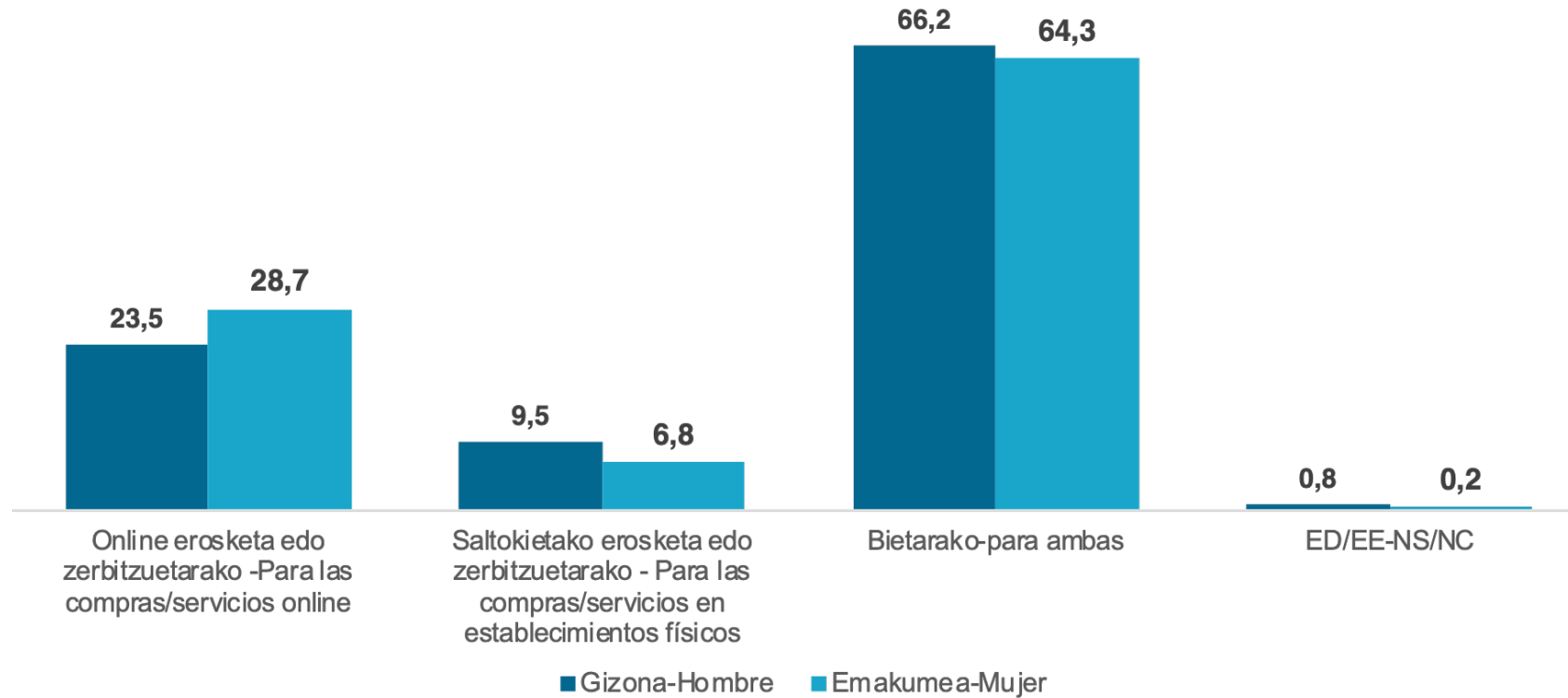
Aipamenak edo balorazioak kontuan hartzen dituzu...(irakurri aukerak)
% lurraldez lurralde



Ez dago alde handirik LHaren arabera; Gipuzkoak bakarrik bideratzen ditu gehiago online kanalerako kontsultak.

3.-

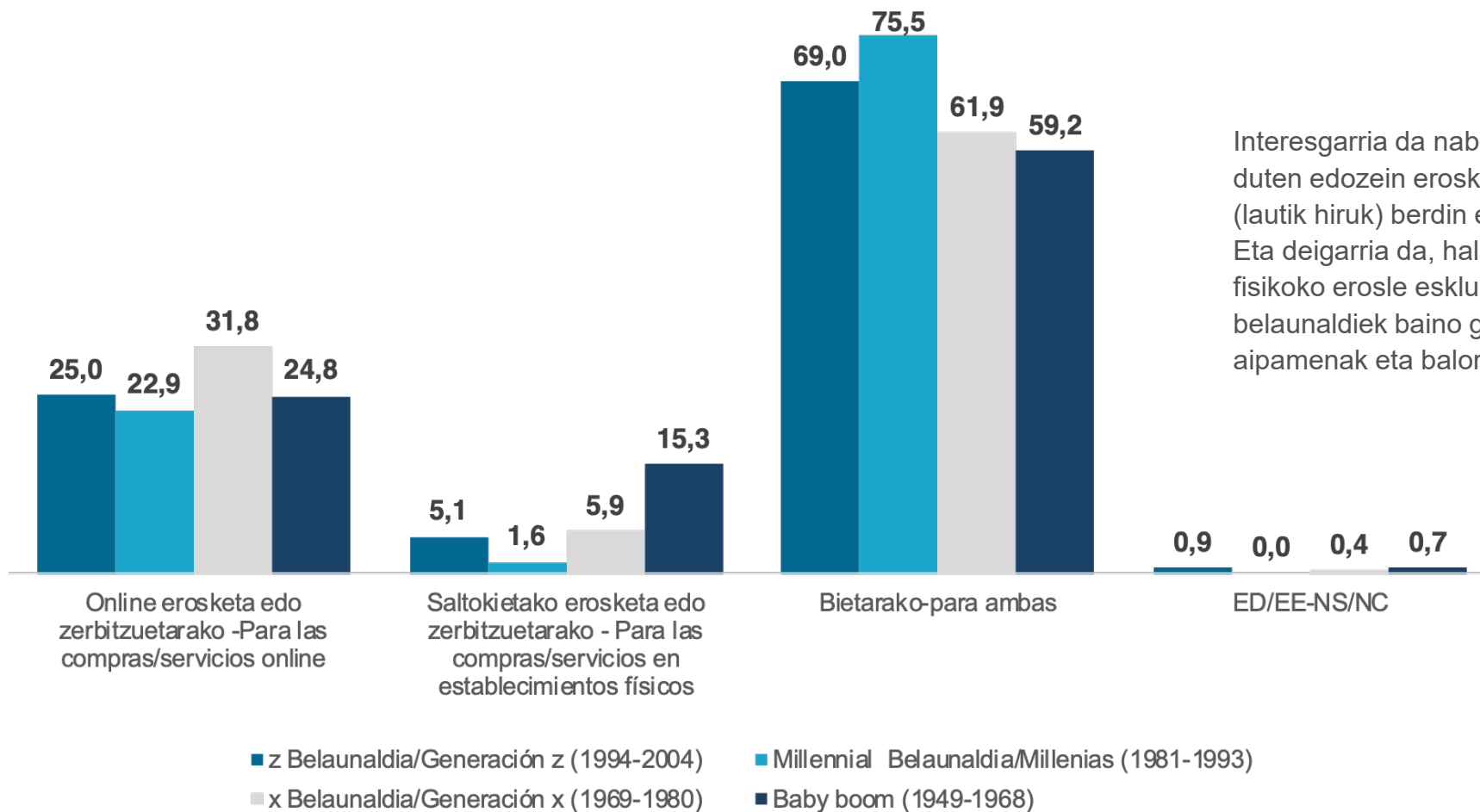
Aipamenak edo balorazioak kontuan hartzen dituzu...(irakurri aukerak)
% sexuaren arabera



Sexuaren arabera ere ez da alderik ageri.

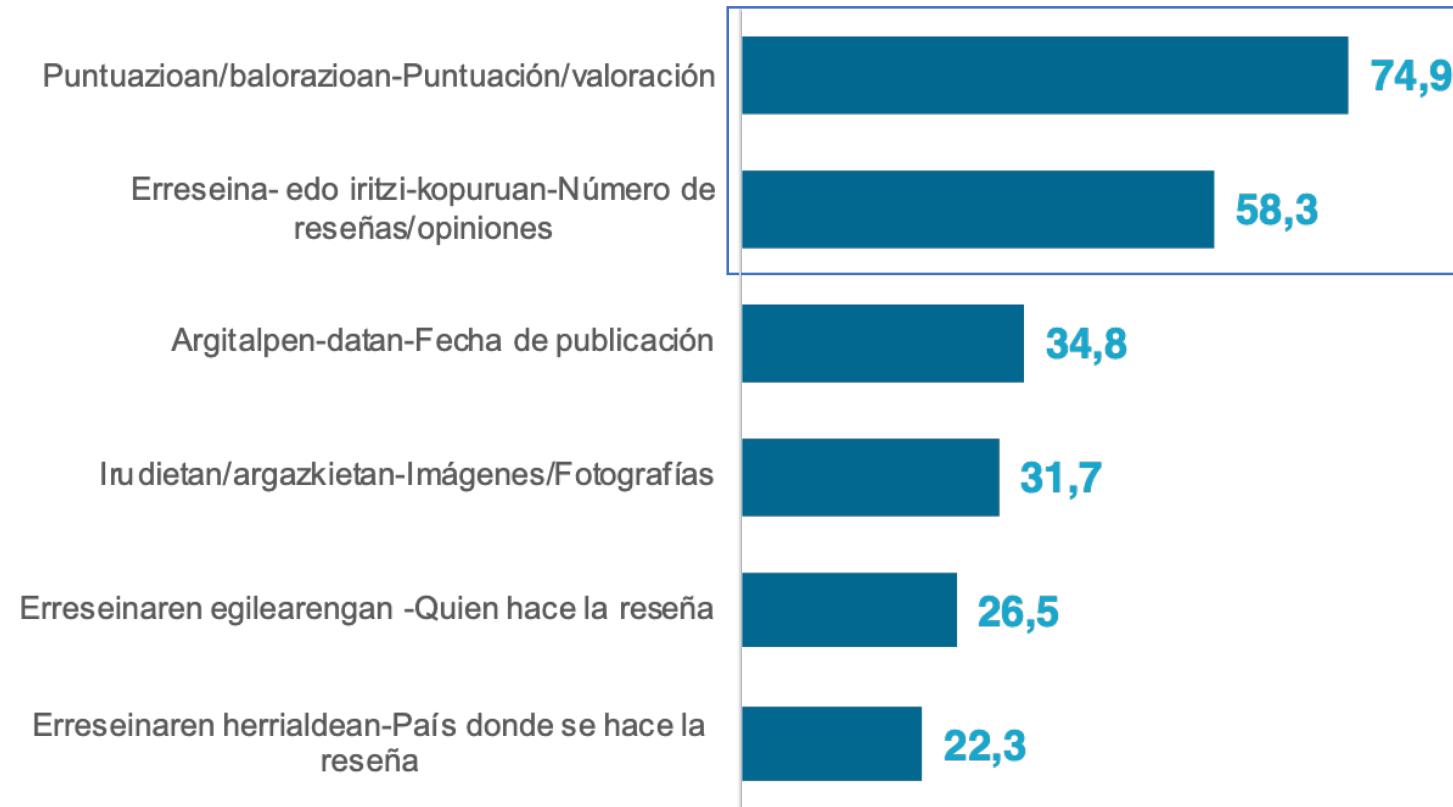
3.-

Aipamenak edo balorazioak kontuan hartzen dituzu...(irakurri aukerak)
%, belaunaldiz belaunaldi (adina)



4.-

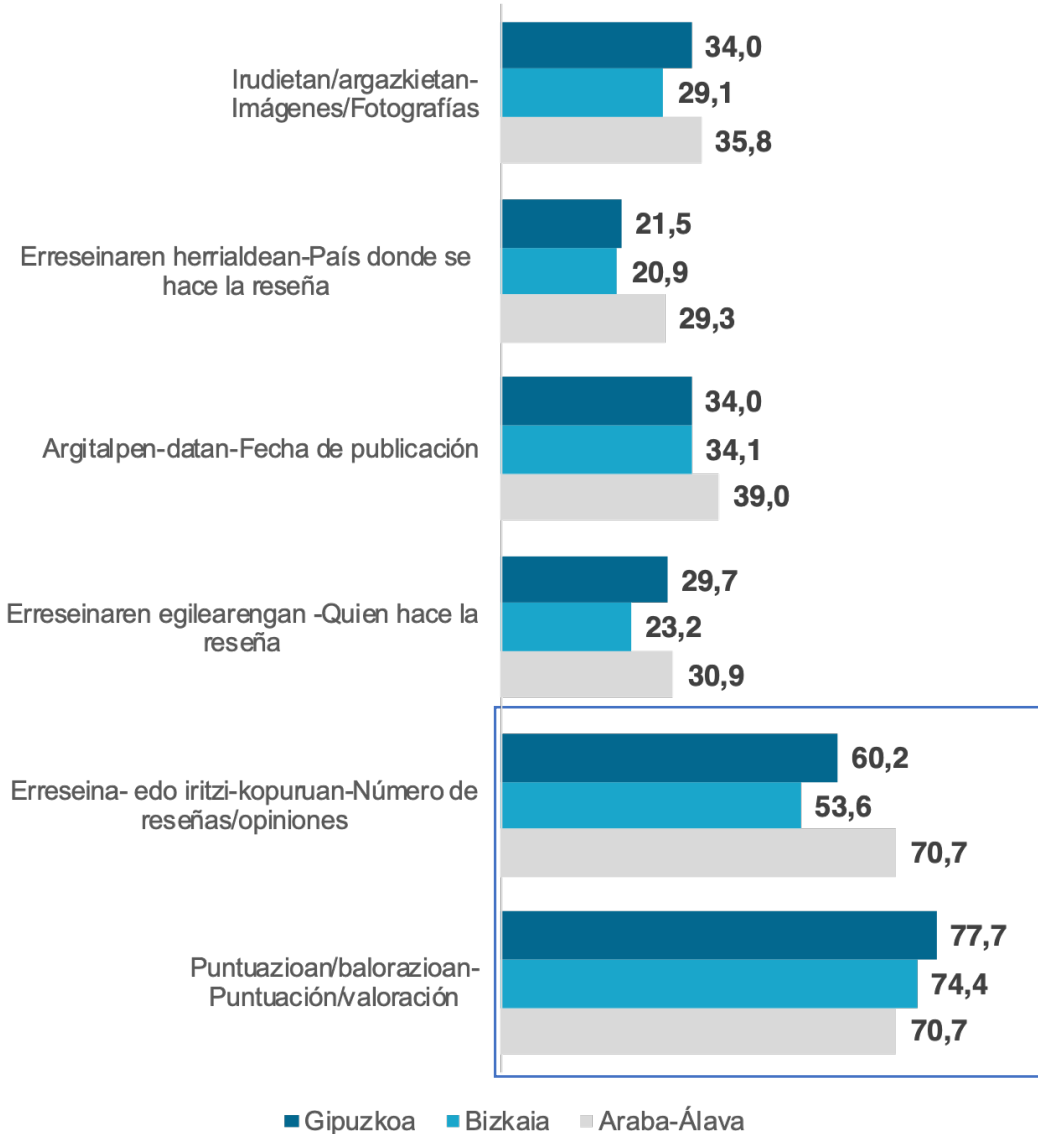
Irukin edo balorazio bat kontsultatzean, zer alderditan finkatu ohi da? (markatu dagozkion aukerak)
%



Argi dago puntuazioa/balorazioa eta aipamen-kopurua direla kontsultaren ondoriozko iritzia eraikitzeke irizpideak.

4.-

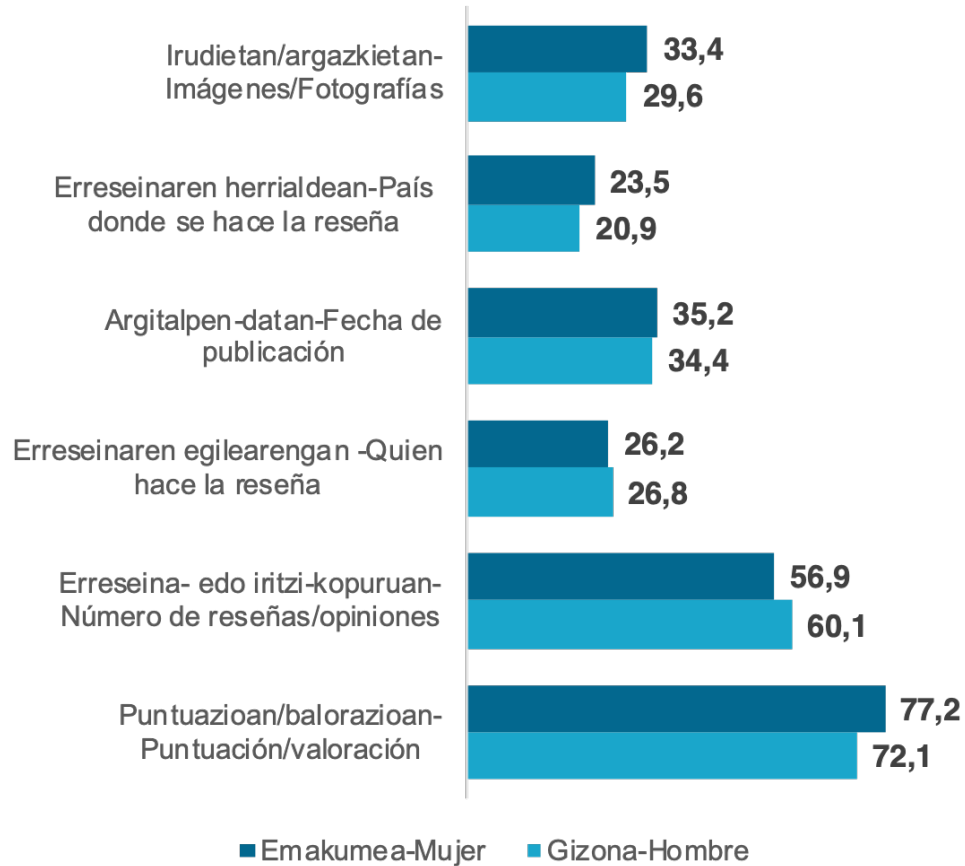
Iruzkina edo balorazio bat kontsultatzean, zer alderditan finkatu ohi da? (markatu dagozkion aukerak) % lurraldez lurralde



Arabarrek balorazio/punutazioarekin parekatzen dute aipamen-kopurua, emandako garrantziaren arabera; bizkaitarrek eta gipuzkoarrek, berriz, puntuazioa/balorazioa nabarmentzen dute iritzia eraikitzeko faktore nagusi gisa.

4.-

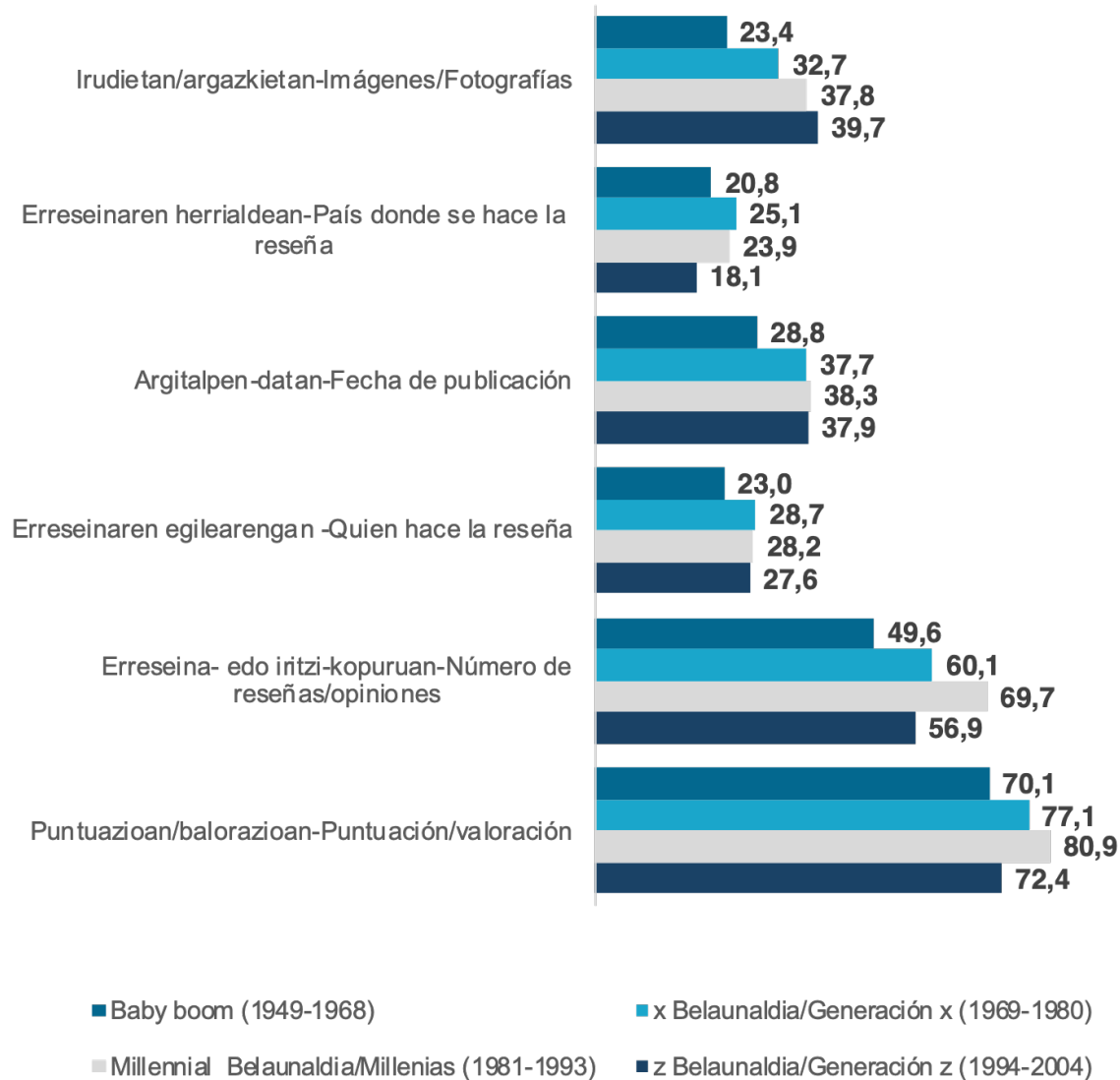
Iruzkín edo balorazio bat kontsultatzean, zer alderditan finkatu ohi da? (markatu dagozkion aukerak)
% sexuaren arabera



Gizonek eta emakumeek antzeko portaera izatea, emakumeak gizonekiko puntuazio/balorazioari indar handiagoa emanaz.

4.-

Iruzkín edo balorazio bat kontsultatzean, zer alderditan finkatu ohi da? (markatu dagozkion aukerak)
 %, belaunaldiz belaunaldi (adina)

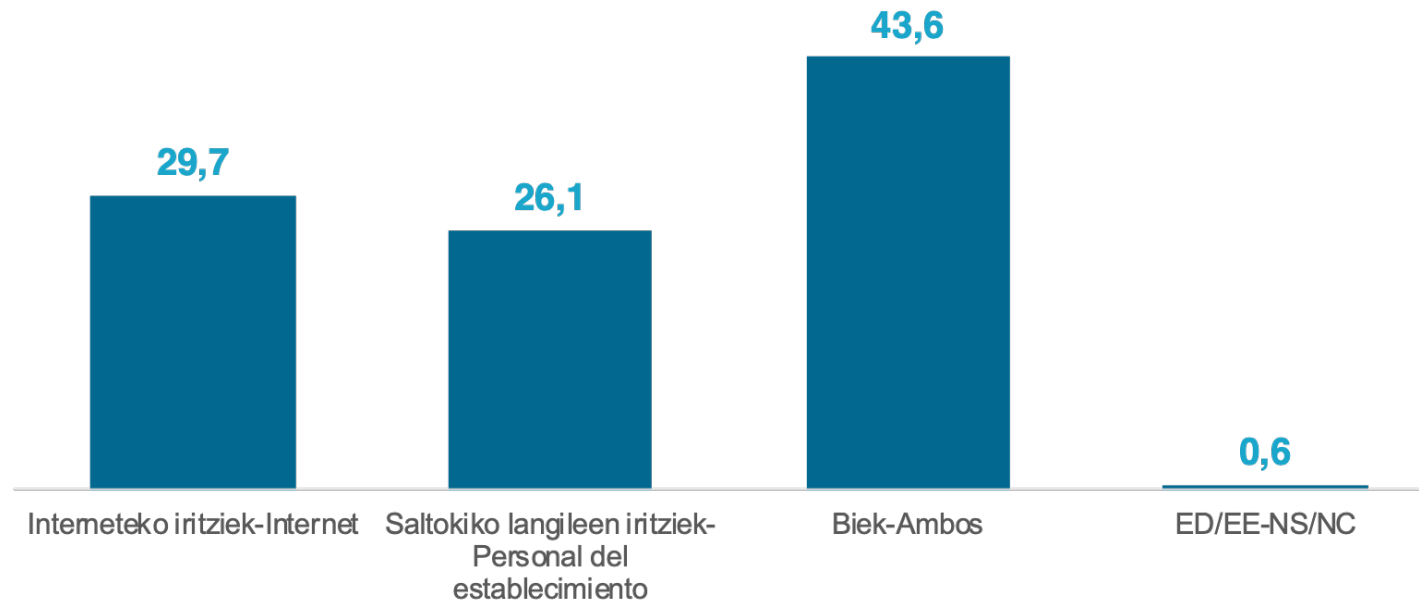


Milurtekoak dira puntuazioa/balorazioa kontuan hartzeko sendoenak, ia 10etik 8, baina baita iritzi-kopuruan finkatzen direnak ere, 10etik 7.

5.-

Zerk ematen dizu konfiantza gehien, Interneten idazten diren iritziek edo establezimendu bateko langileek ematen dizkizutenek?

%

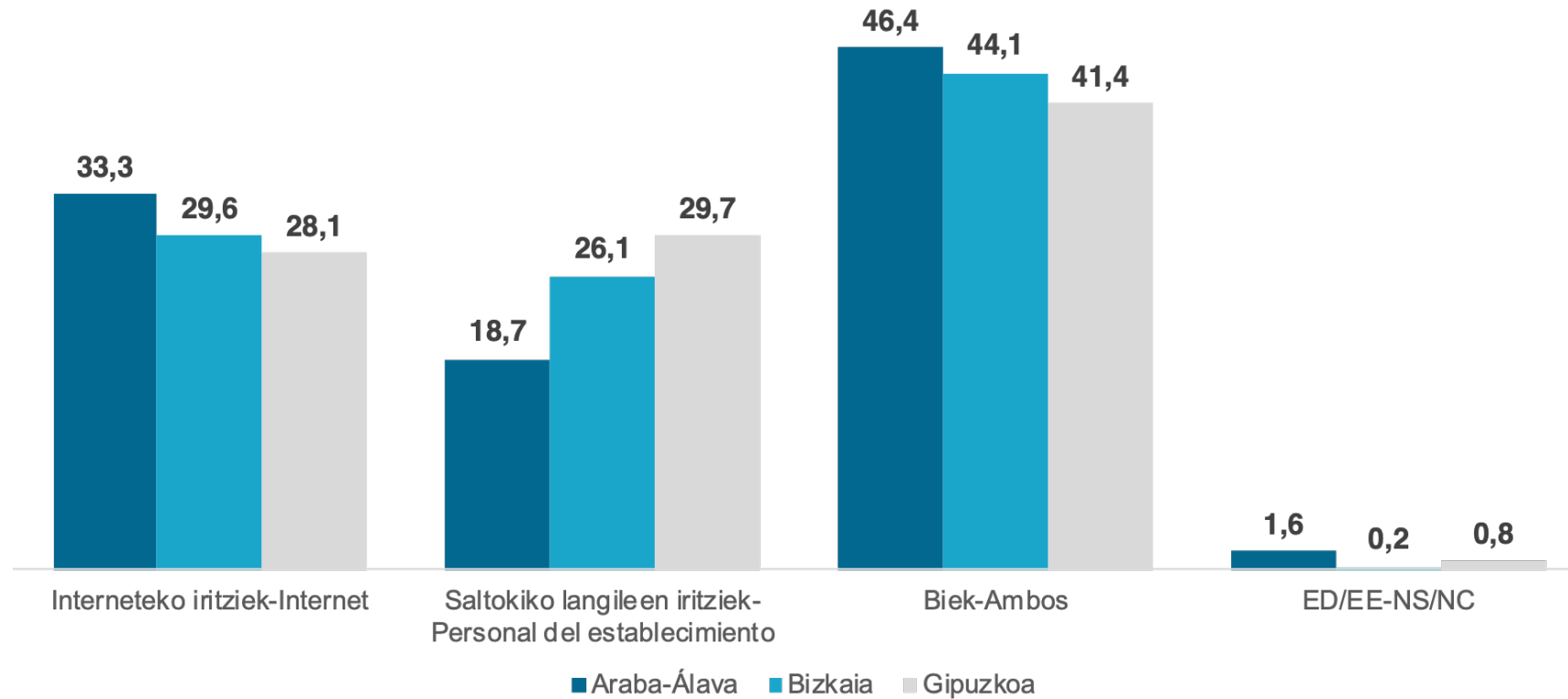


Oreka-une batean gaude. Gehienek konfiantza bilatzen dute bi iritzi-iturrietan, ezarpenean eta Interneten, eta bi bloketan, konfiantza-iturri nagusietako baten alde.

5.-

Zerk ematen dizu konfiantza gehien, Interneten idazten diren iritziek edo establezimendu bateko langileek ematen dizkizutenek?

% lurraldez lurralde

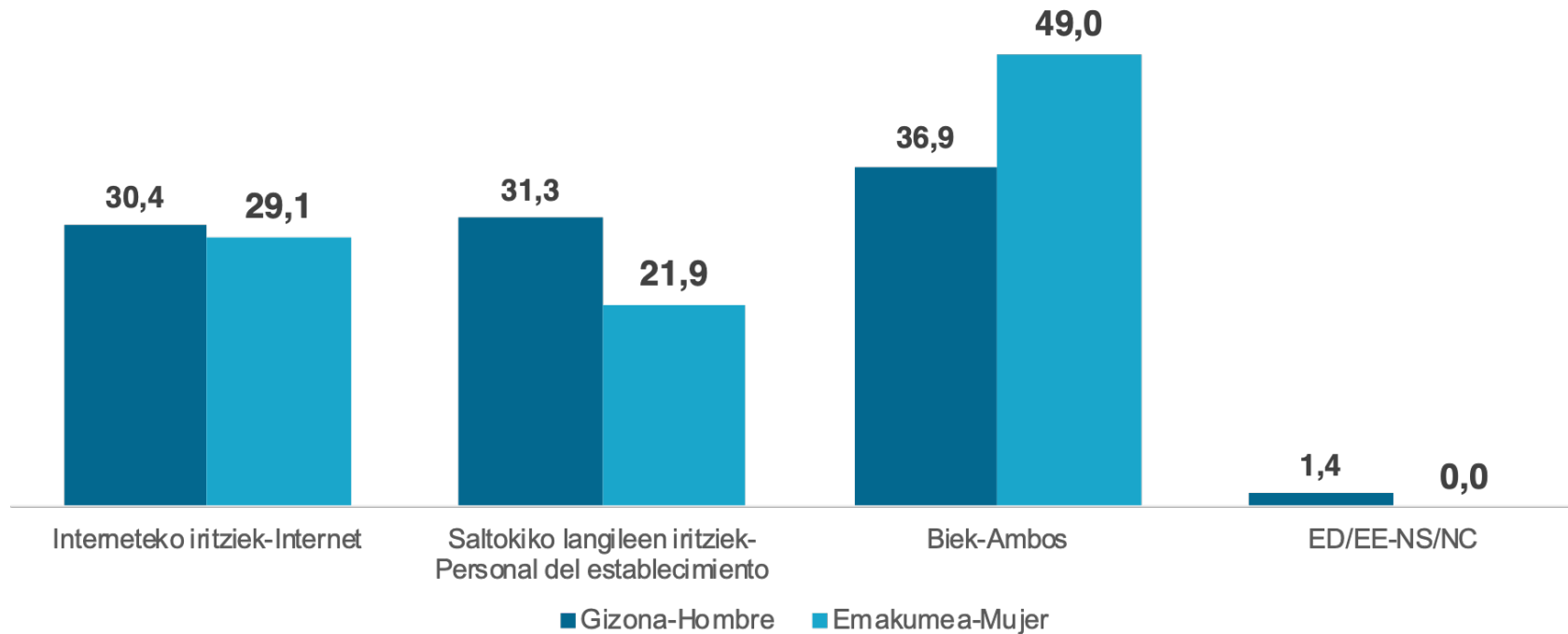


Arabarrek dute konfiantza gutxien establezimenduetako langileengan, eta gipuzkoarrek konfiantza handiena.

5.-

Zerk ematen dizu konfiantza gehien, Interneten idazten diren iritziek edo establezimendu bateko langileek ematen dizkizutenek?

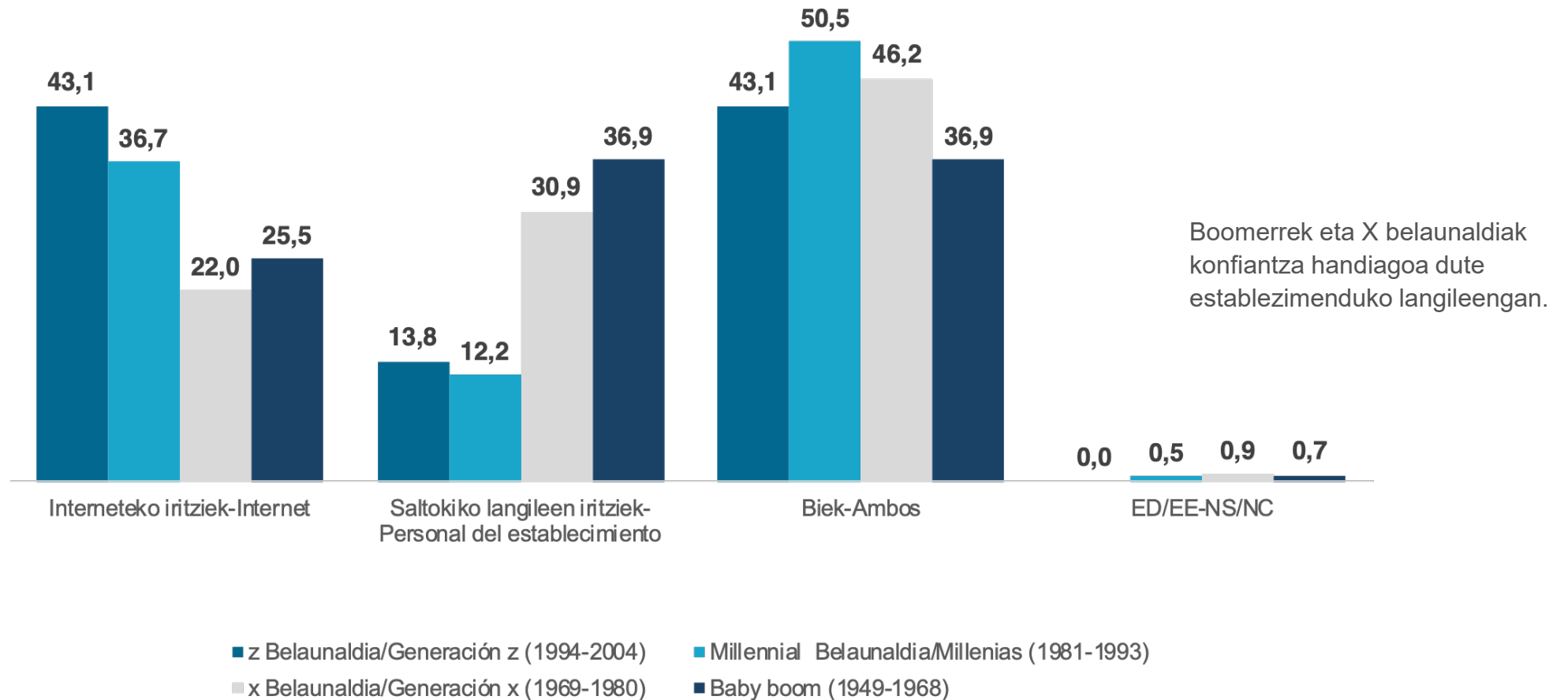
% sexuaren arabera



Emakumeek gizonek baino gehiago jotzen dute bi iturrietan konfiantza izatera, eta gutxiago establezimenduetako langileengan.

5.-

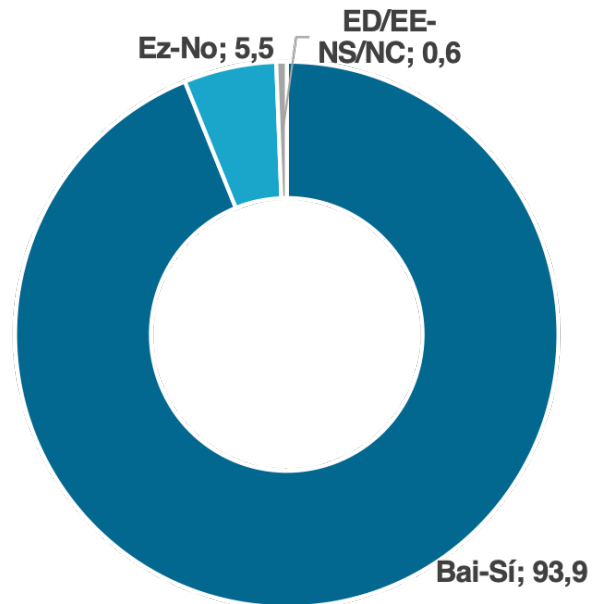
Zerk ematen dizu konfiantza gehien, Interneten idazten diren iritziek edo establezimendu bateko langileek ematen dizkizutenek?
%, belaunaldiz belaunaldi (adina)



6.-

Zure esperientziatik, aipamenak/balorazioak erabilgarriak izan zaizkizu?

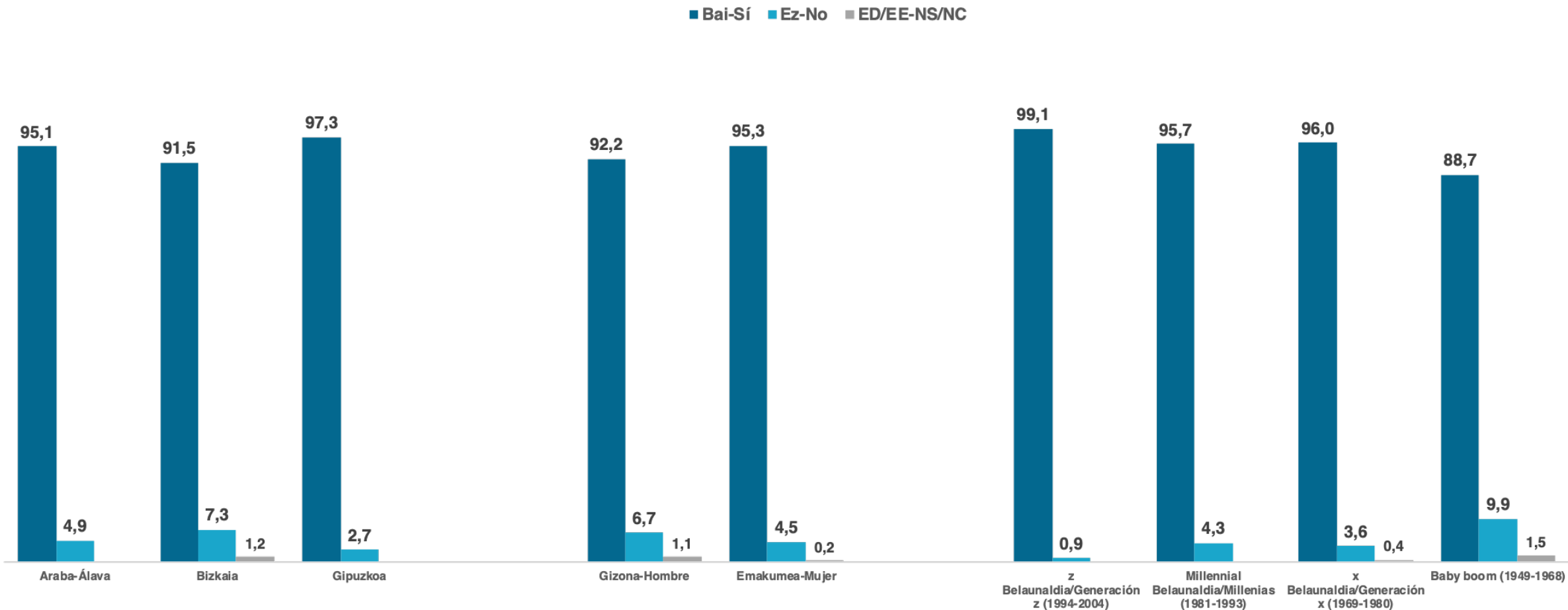
%



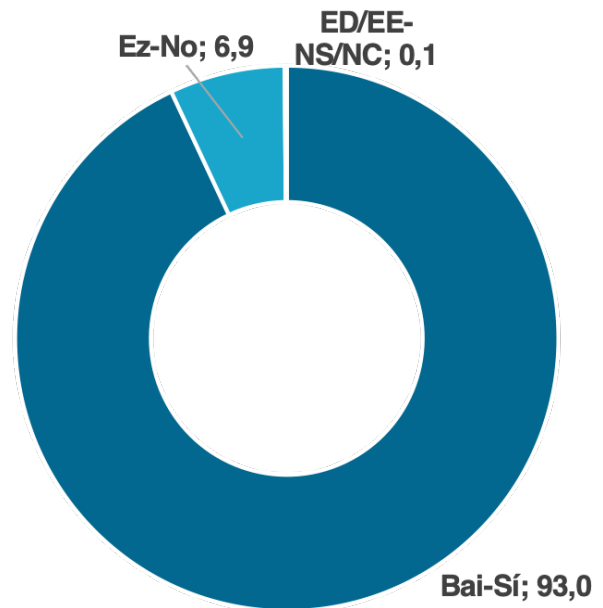
Aipamen eta balorazioen erabilgarritasuna unibertsalki onartzen da.

6.-

Zure esperientziatik, aipamenak/balorazioak erabilgarriak izan zaizkizu?
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)



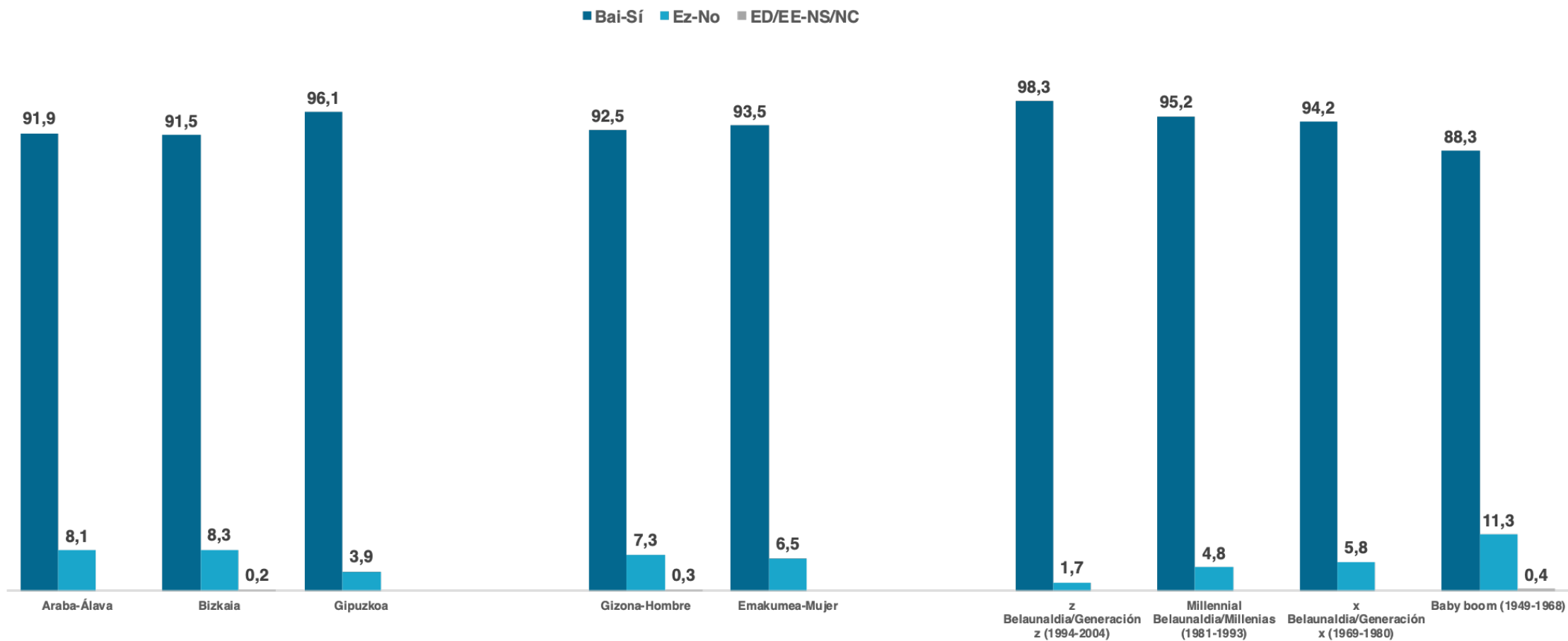
Ez dago alde nabarmenik.



Hautemandako erabilgarritasuna errepikapen eta erabilera-maiztasun bihurtzen da.

Eta, kontuan hartu ditu berriro?

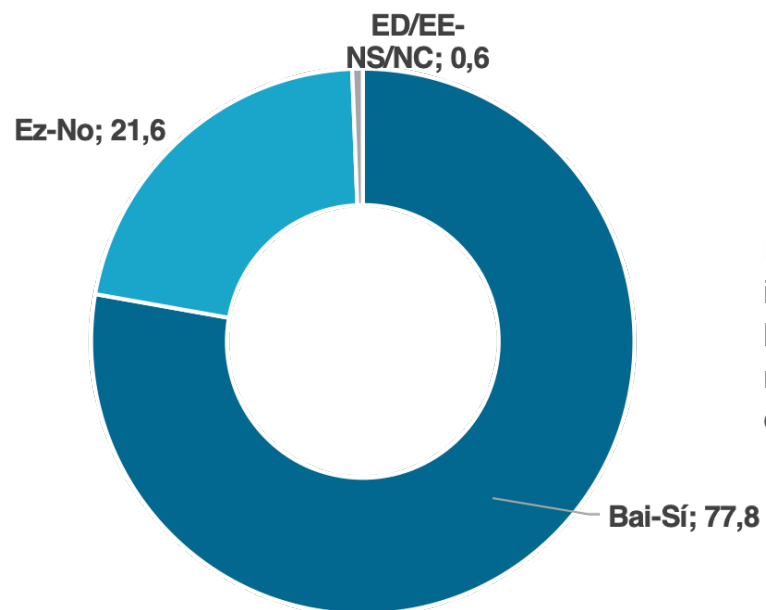
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)



Ez dago alde nabarmenik.

Aipamenak eta balorazioak kontsultatzeaz hitz egin dugu, baina inoiz egin al duzu zuk. balorazio edo iruzkinen bat?

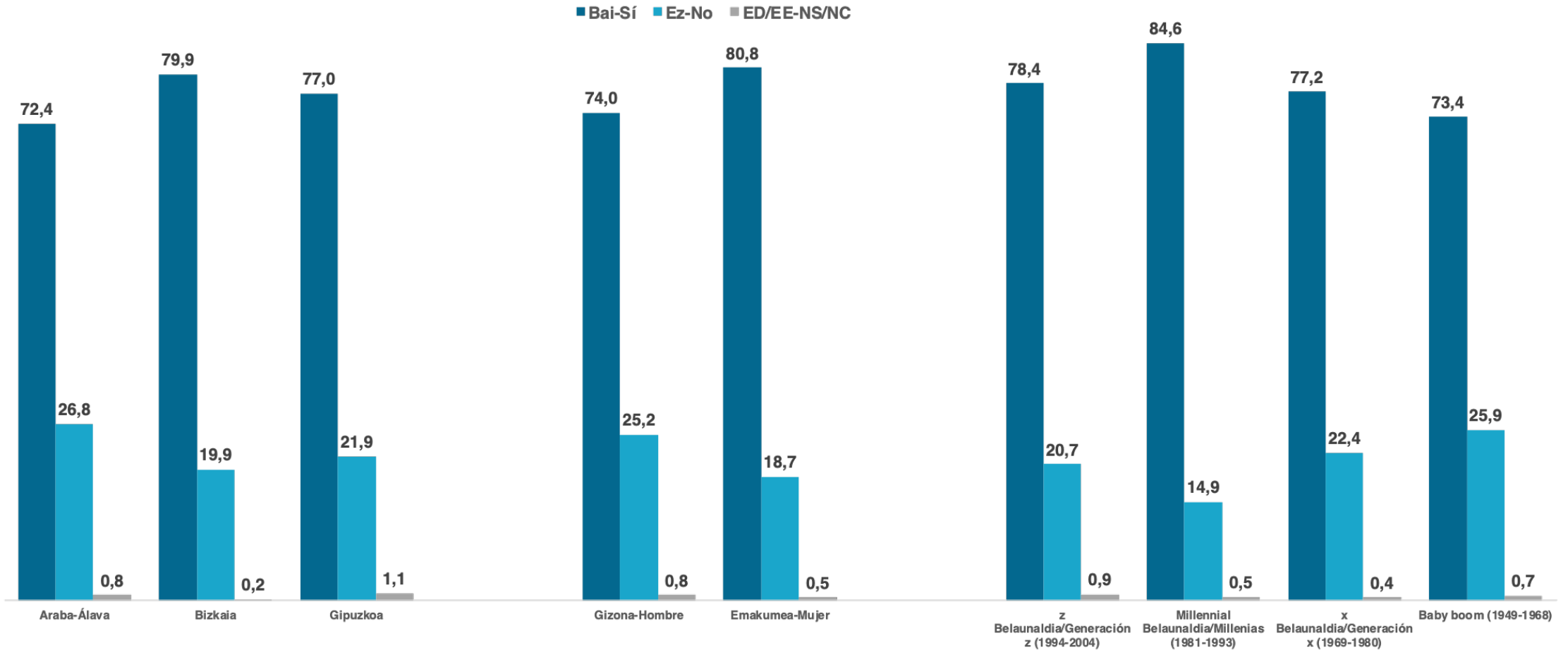
%



Irakurtzen dituzten 10 euskal herritarretatik ia 8k aipamenak eta balorazioak kontsultatzen dituzte, eta adierazi dute noizbait iruzkinen bat edo aipamen bat egin dutela.

Aipamenak eta balorazioak kontsultatzeaz hitz egin dugu, baina inoiz egin al duzu zuk. balorazio edo iruzkinen bat?

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)



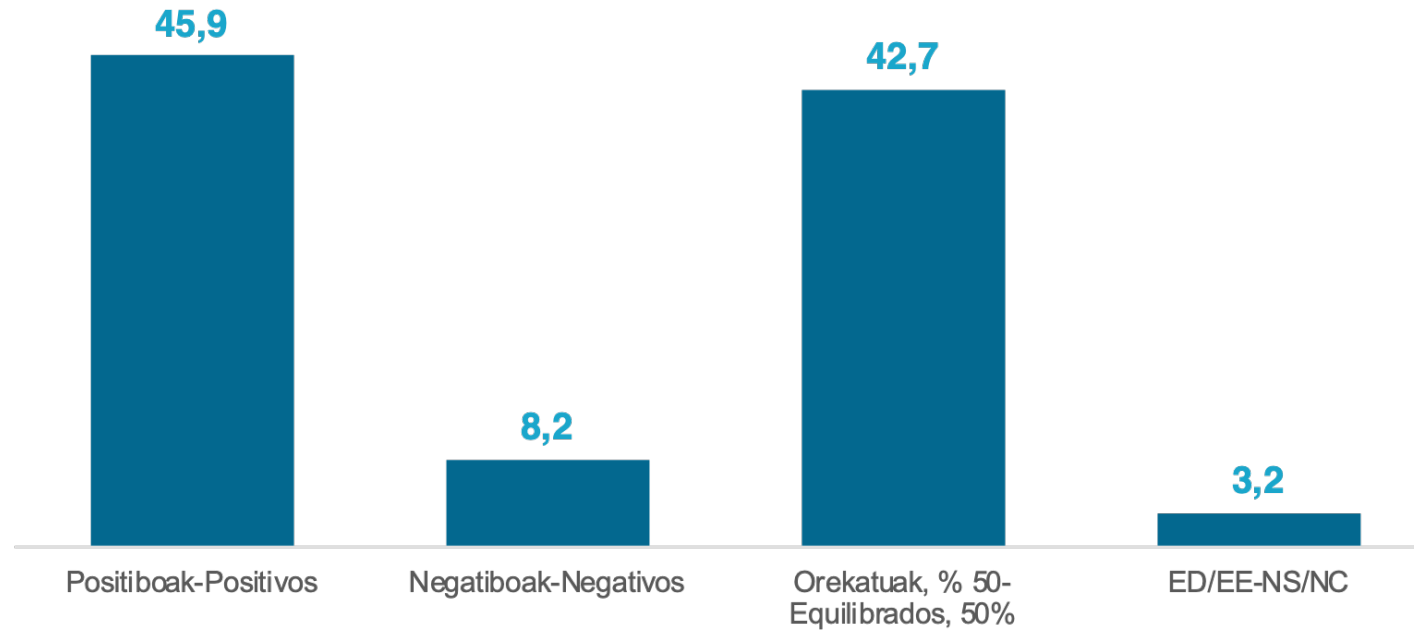
Emakumeak, milurtekoak eta Bizkaiko biztanleak nabarmentzen dira, baina ez dago alde nabarmenik

1.-

Baietz diotenentzat... zu! idazten dituen aipamen eta iruzkin gehienak honako hauek direla esango

nuke:

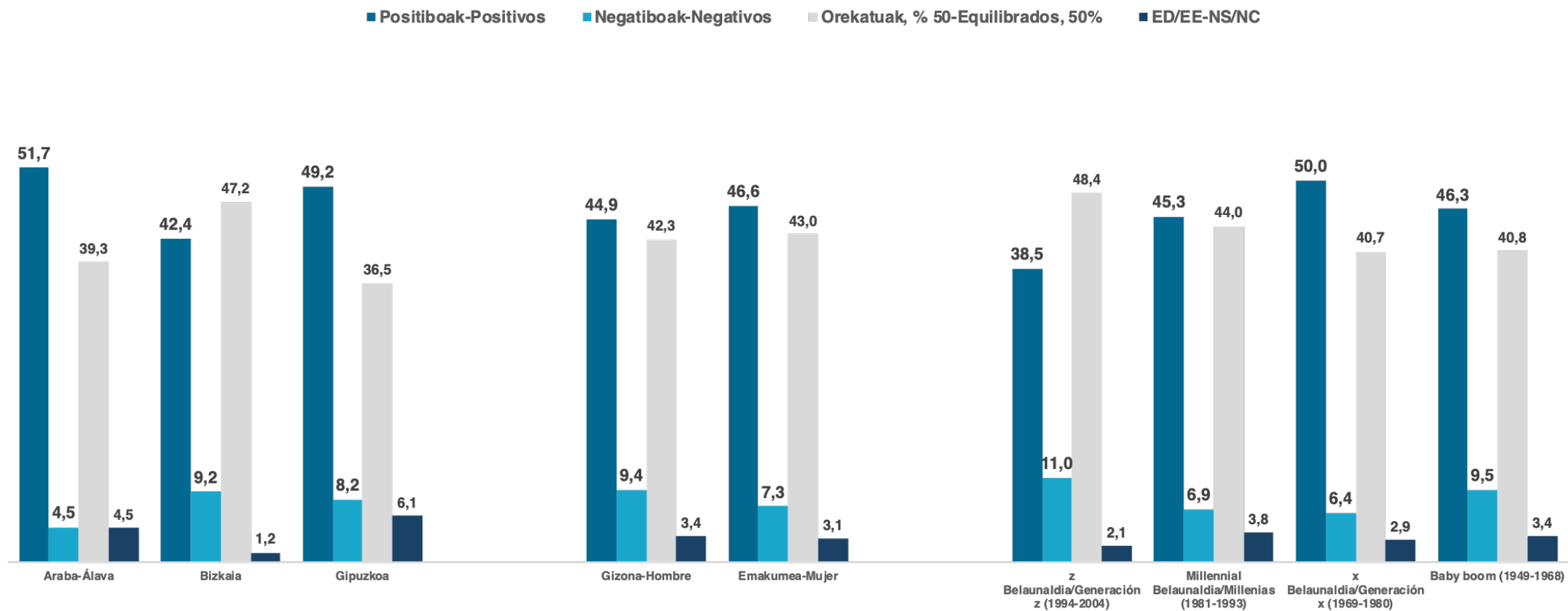
%



Iruzkinetan orekatutzat jotzen direnek iruzkin negatiboak nahiz positiboak egiten dituztela onartzen badute, esan dezakegu iruzkin negatiboek eta positiboek antzeko garrantzia dutela.

Baietz diotenentzat... zu! idazten dituen aipamen eta iruzkin gehienak honako hauek direla esango nuke:

% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)

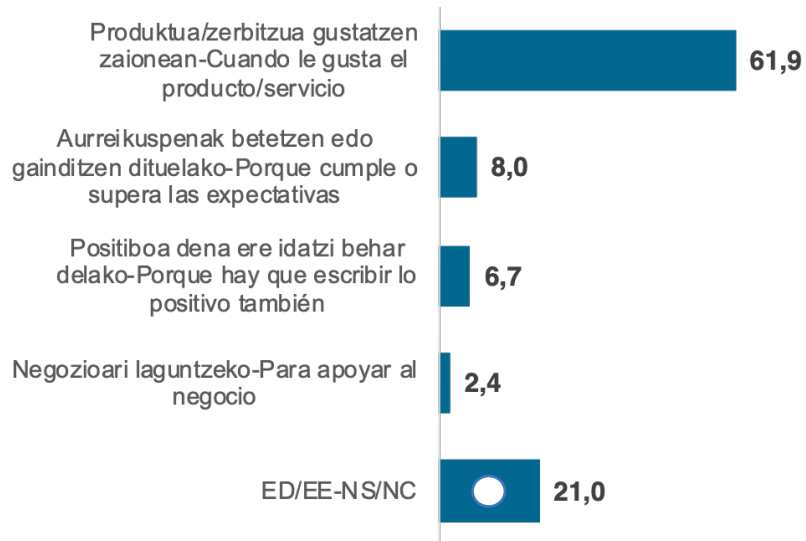


Bizkaitarrak kritikoagoak dira beren iruzkinetan, bai eta milurtekoak ere.

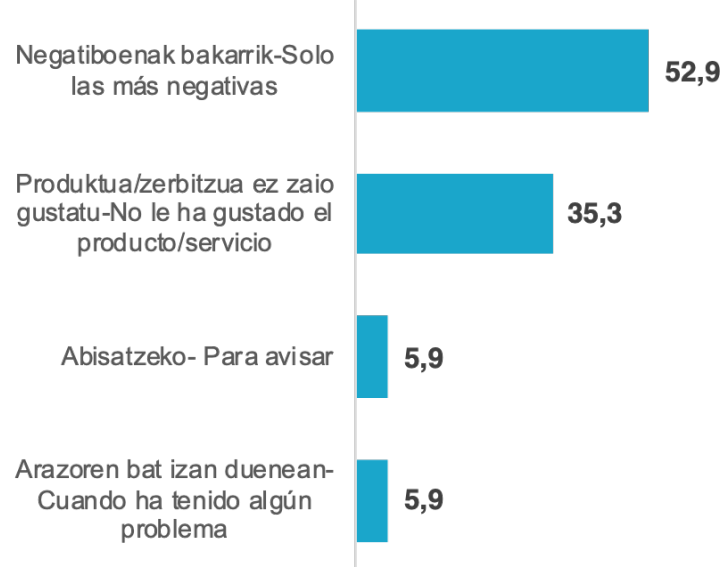
2.-

(Irekoa) Azaldu zergatik egiten dituen aipamenak eta iruzkinak
%

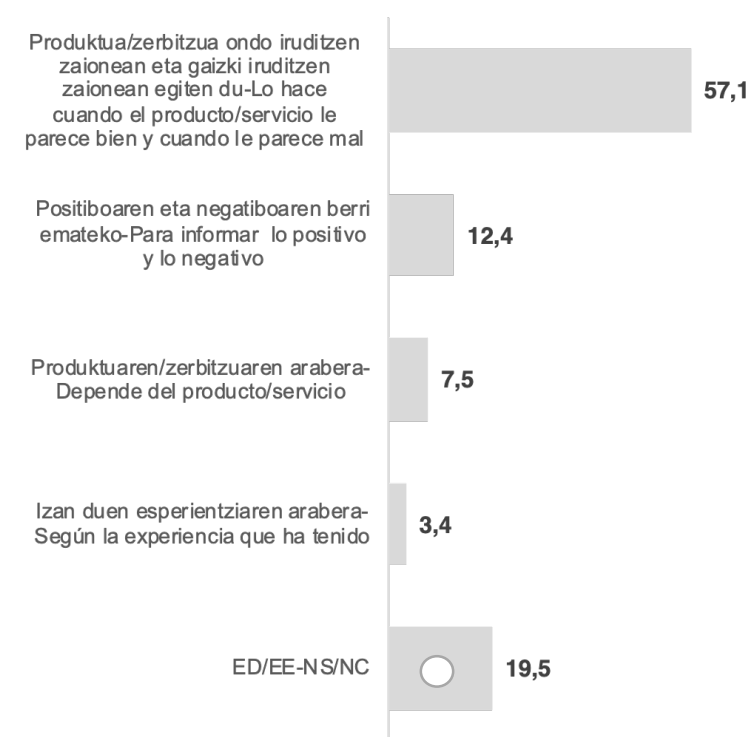
Araua Positiboak



Araua Negatiboak



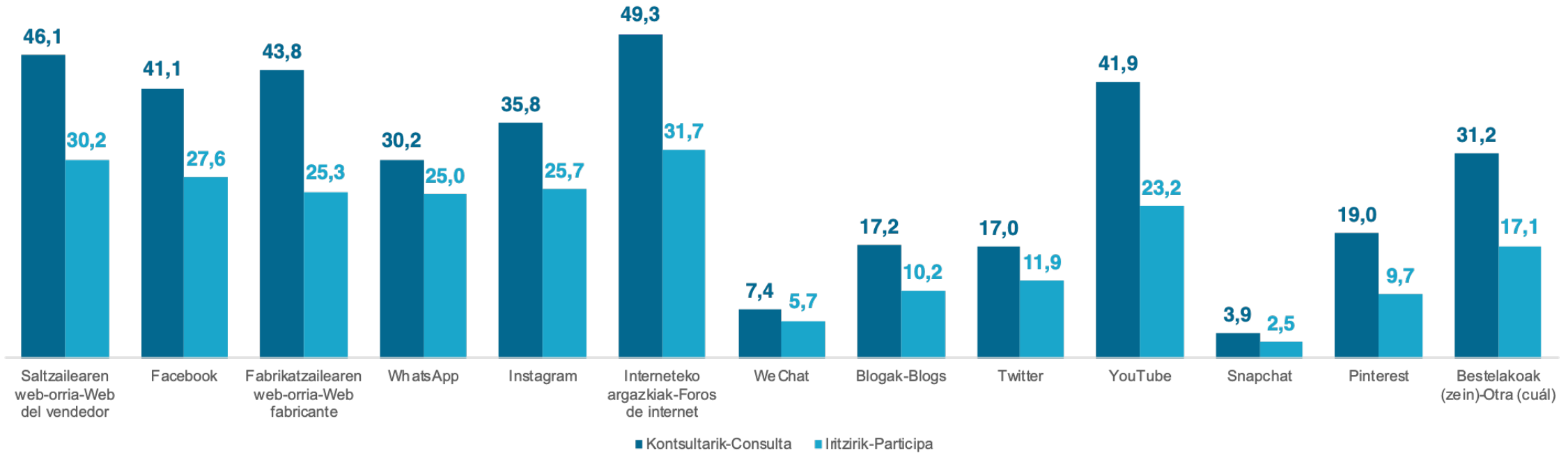
Orekatuak, % 50-Orekatuak, % 50



9.-

Ondoren, iritziak partekatzeko plataforma generiko batzuk aipatuko dizkizut, esaniezadazu kontsultatzen dituzun, eta noizbait iritzia eman baduzu.

%



Interneteko foroak, saltzailearen webgunea eta fabrikatzailearen webgunea dira aipamenak edo balorazioak partekatzeko lekuri gogokoena, eta, ondoren, YouTube, Facebook eta Instagram.

9.-

Ondoren, iritziak partekatzeko plataforma generiko batzuk aipatuko dizkizut, esan iezaazu kontsultatzen dituzun, eta noizbait iritzia eman baduzu.

% lurrez lurrez

	Kontsulta			Colaboración		
	Araba-Araba	Bizkaia	Gipuzkoa	Araba-Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
Saltzailearen webgunea-Web orria	24,4	53,1	44,9 €	13,8	34,6	30,9
Facebook	62,6	33,4	43,4 €	30,9	46,4 €	45,7
Webgunea-fabrikatzailea	30,9	46,4 €	45,7	18:00	23,9 €	30,9
WhatsApp	51,2	23,7	30,9	43,1	18,5	27,0
Instagrama	52,0	28,7	39,5	43,1	18:00	30,1
Interneteko foroak	60,2	48,1	46,1	46,3 €	26,3	33,6
WeChat	7,3	6,2	9,4	6,5	4,5	7,4
Blogak	26,0	14,2	18:00	18:00	7,1	11:00
Twitter	26,0	12:00	20,3 €	17,9	8,3	14:00
YouTube	54,4	37,4 €	44,1	37,4 €	14,9	29,7
Snapchat	9,8	1,4	5,1	6,5	0,7	3,5
Pinterest	26,0	16,6 €	19,5	17,9	6,6	10,9

9.-

Ondoren, iritziak partekatzeko plataforma generiko batzuk aipatuko dizkizut, esan ieza dazazu kontsultatzen dituzun, eta noizbait iritzia eman baduzu.

% lurraldez lurralde



Konsulta/ Kontsulta	Emon/ Parte hartu
--------------------------------	------------------------------

Facebook Interneteko foroak Instagrama	Interneteko foroak Instagrama Whatsappa
---	--



Konsulta/ Kontsulta	Emon/ Parte hartu
--------------------------------	------------------------------

Saltzailearen webgunea Interneteko foroak Fabrikatzailearen webgunea	Facebook Saltzailearen webgunea Interneteko foroak
---	--



Konsulta /Kontsulta	Emon/ Parte hartu
--------------------------------	------------------------------

Saltzailearen webgunea Interneteko foroak Fabrikatzailearen webgunea	Facebook Interneteko foroak Instagramaren webgunea
---	--

9.-

Ondoren, iritziak partekatzeko plataforma generiko batzuk aipatuko dizkizut, esan iezaazu kontsultatzen dituzun, eta noizbait iritzia eman baduzu.

% sexuaren arabera

	Kontsulta		Colaboración	
	ArauakGizona	ArauakEmakumea	ArauakGizona	ArauakEmakumea
Saltzailearen webgunea-Web orria	46,6 €	45,6 €	29,9	30,5
Facebook	34,1	46,7	22,1	32,1
Webgunea-fabrikatzailea	43,0	44,5	25,7	25,1
WhatsApp	29,1	31,2	24,9	25,1
Instagrama	26,0	43,6 €	19,3 €	30,9
Interneteko foroak	52,0	47,2 €	33,8	30,0
WeChat	8,9	6,1	7,0	4,7
Blogak	16'5	17,8	8,9	11:00
Twitter	19,8	14:00	14:5	9,7
YouTube	43,6 €	40,0	22,9	23,3 €
Snapchat	1,7	5,6 €	0,8	3,8
Pinterest	10:00	25,7	3,9 €	14:4

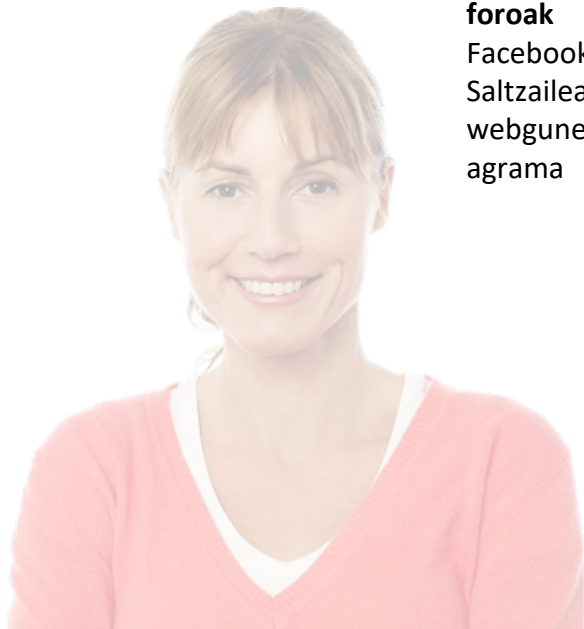
9.-

Ondoren, iritziak partekatzeko plataforma generiko batzuk aipatuko dizkizut, esan iezadazu kontsultatzen dituzun, eta noizbait iritzia eman baduzu.

% lurraldez lurralde

Konsulta/Emon/Par Kontsulta te hartu

Interneteko foroak	Facebook Instagrama
Facebook	Interneteko foroa
Saltzailearen webgunea/Instagrama	WEb saltzailea



Konsulta/Emon/Par Kontsulta te hartu

Interneteko foroak	Interneteko foroak
Saltzailearen webgunea	Saltzailearen webgunea
Youtube	Fabrikatzailearen webgunea



9.-

Ondoren, iritziak partekatzeko plataforma generiko batzuk aipatuko dizkizut, esan iezadazu kontsultatzen dituzun, eta noizbait iritzia eman baduzu.

%, belaunaldiz belaunaldi (adina)

	Kontsulta				Colaboración			
	z belaunaldia/z belaunaldia (1994-2004)	Millennial Belaunaldia/ Millenias (1981-1993)	x Belaunaldia/ X belaunaldia (1969-1980)	Baby boom (1949-1968)	z belaunaldia/z belaunaldia (1994-2004)	Millennial Belaunaldia/Mil lenias (1981-1993)	x Belaunaldia/ X belaunaldia (1969-1980)	Baby boom (1949-1968)
Saltzailearen webgunea-Web orria	42,2	46,8	45,3 €	47,8 puntu	25,0	30,9	32,3	30,3
Facebook	47,4 €	32,4	43,5	42,3	28,4	23,4 €	26,9	30,7
Webgunea-fabrikatzailea	25,9	44,7	45,7	49,3 €	13,8	26,1	30,0	25,9
WhatsApp	44,8	22,9	28,7	30,7	32,8	20,7	25,6 euro	24,1
Instagrama	63,8	39,4 €	34,5	22:00	45,7	25,5	26,5	16,8
Interneteko foroak	57,8 puntu	53,7	49,8	42,3	41,4	32,4	35,9 €	23,7
WeChat	7,8	6,9	7,2	7,7	4,3	5,3	5,4	6,9
Blogak	26,7	18:00	16,1	13,1	16,4 €	8,0	11,2	8,4
Twitter	31,0	16,0	15,2	13,1	19,8	13,3 €	11:00	7,7
YouTube	59,5 €	41,5	34,5	39,8	35,3 €	26,1	20:00	17,9
Snapchat	12:00	3,7	3,1	0,7	6,9	3,7	1,3	0,7
Pinterest	25,9	19,1	18:00	16,1	14:00	8,5	11:00	6,9

9.-

Ondoren, iritziak partekatzeko plataforma generiko batzuk aipatuko dizkizut, esan iezadazu kontsultatzen dituzun, eta noizbait iritzia eman baduzu.

% lurrez lurrez

Alde handia dago Z belaunaldiaren eta Baby Boom belaunaldiaren artean, instagram vs Facebook eta Interneteko foroak vs saltzailearen web guneak partekatzean. Aldiz, milurtekoak eta X belaunaldikoak dira iritziekin elkarreraginean aritzeko gune gogokoenak.

10.-

Tokiko merkataritzaren webguneetan pentsatuz, adieraz ezazu zenbateraino zauden ados baieztapen hauekin, 0tik 10era bitarteko eskalan, 0 baieztapenarekin guztiz bat ez datorrelako eta 10 baieztapenarekin gehienezko akordioa delako
Media/media

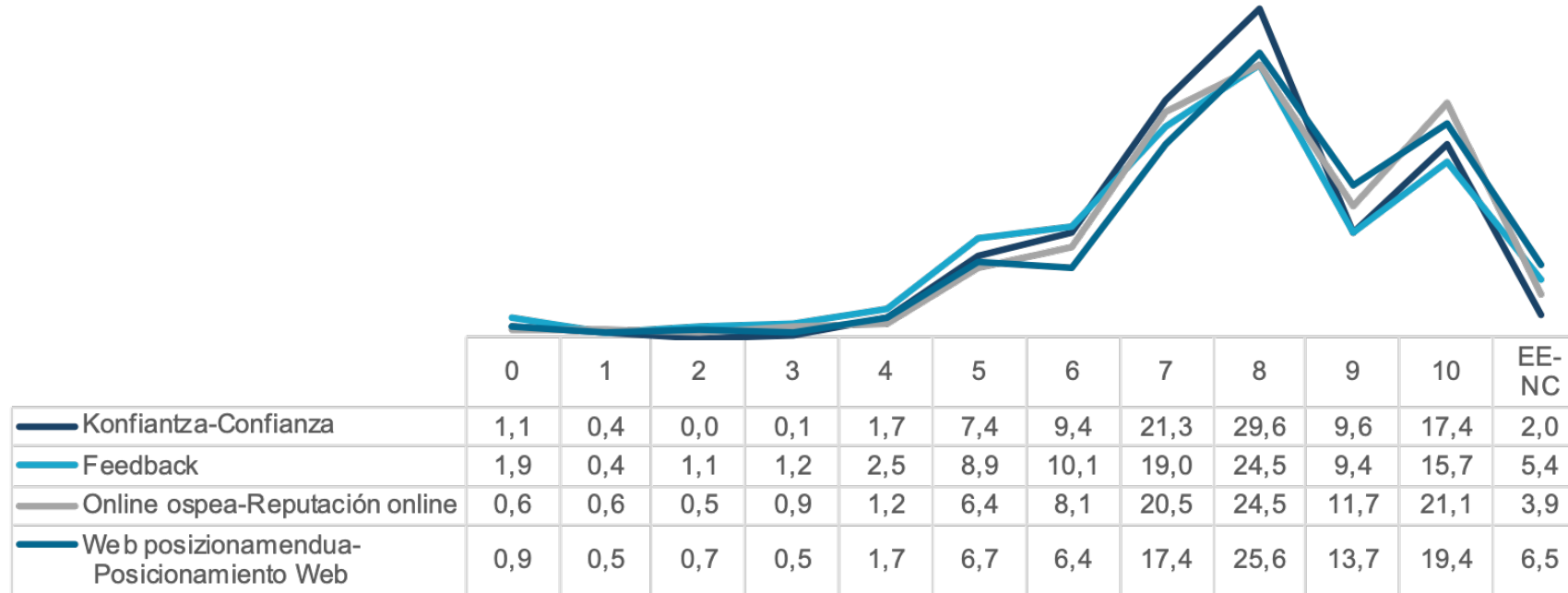
	Media/media	ED/EE-NS/NC (%)
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da konfiantza sortzeko; aldeko iritziek zerbitzua edo produktua gomendagarria dela berresten dute, eta negatiboek, ondo kudeatuta, bezeroarekiko ardura transmititzen dute	7,62	2,0
Tokiko web-orrietako iritzien atala feedback-a bultzatzen dute: bezeroarekin komunikatzeko modua zabaltzen dute, horren gogobetetasun-maila ezagutzeko-	7,31	5,4
Tokiko web-orrietako iritzien atala online entzutea sortzen dute marka edo produktuaren inguruan-	7,75	3,9 €
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da WEB kokapena hobetzeko: zenbat eta aukera gehiago, orduan eta eduki gehiago eta kokapen hobea Googlen-	7,76	6,5



Tokiko web guneak izatearekin eta sustatzearekin nahiko ados daude.

10.-

Tokiko merkataritzaren webguneetan pentsatuz, adieraz ezazu zenbateraino zauden ados baieztapen hauekin, 0tik 10era bitarteko eskalan, 0 baieztapenarekin guztiz bat ez datorrelako eta 10 baieztapenarekin gehienezko akordioa delako %



10.-

Tokiko merkataritzaren webguneetan pentsatuz, adieraz ezazu zenbateraino zauden ados baieztapen hauekin, 0tik 10era bitarteko eskalan, 0 baieztapenarekin guztiz bat ez datorrelako eta 10 baieztapenarekin gehienezko akordioa delako
Batezbestekoa/lurraldez lurralde

	Araba- Araba	Bizkaia	Gipuzkoa
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da konfiantza sortzeko; aldeko iritziek zerbitzua edo produktua gomendagarria dela berresten dute, eta negatiboek, ondo kudeatuta, bezeroarekiko ardura transmititzen dute-	7,83	7,57	7,6 €
Tokiko web-orrietako iritzien atala feedback-a bultzatzen dute: bezeroarekin komunikatzeko modua zabaltzen dute, horren gogobetetasun-maila ezagutzeko-	7,66	7,24	7,26
Tokiko web-orrietako iritzien atala online entzutea sortzen dute marka edo produktuaren inguruan	7,7	7,68	7,91
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da WEB kokapena hobetzeko: zenbat eta aukera gehiago, orduan eta eduki gehiago eta kokapen hobea Googlen-	7,53	7,78	7,85

Konfiantza, ospea eta feedbacka dira tokiko webguneen onura nagusiak.

10.-

Tokiko merkataritzaren webguneetan pentsatuz, adieraz ezazu zenbateraino zauden ados baieztapen hauekin, 0tik 10era bitarteko eskalan, 0 baieztapenarekin guztiz bat ez datorrelako eta 10 baieztapenarekin gehienezko akordioa delako

Batezbestekoa/sexuaren arabera

	ArauakGizona	ArauakEmakumea
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da konfiantza sortzeko; aldeko iritziek zerbitzua edo produktua gomendagarria dela berresten dute, eta negatiboek, ondo kudeatuta, bezeroarekiko ardura transmititzen dute	7,52	7,7
Tokiko web-orrietako iritzien atala feedback-a bultzatzen dute: bezeroarekin komunikatzeko modua zabaltzen dute, horren gogobetetasun-maila ezagutzeko	6,97	7,58
Tokiko web-orrietako iritzien atala online entzutea sortzen dute marka edo produktuaren inguruan	7,63	7,85
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da WEB kokapena hobetzeko: zenbat eta aukera gehiago, orduan eta eduki gehiago eta kokapen hobea Googlen-	7,54	7,94

10.-

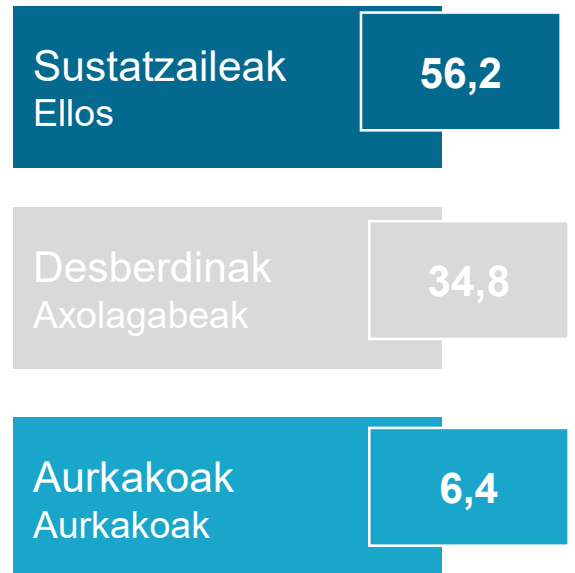
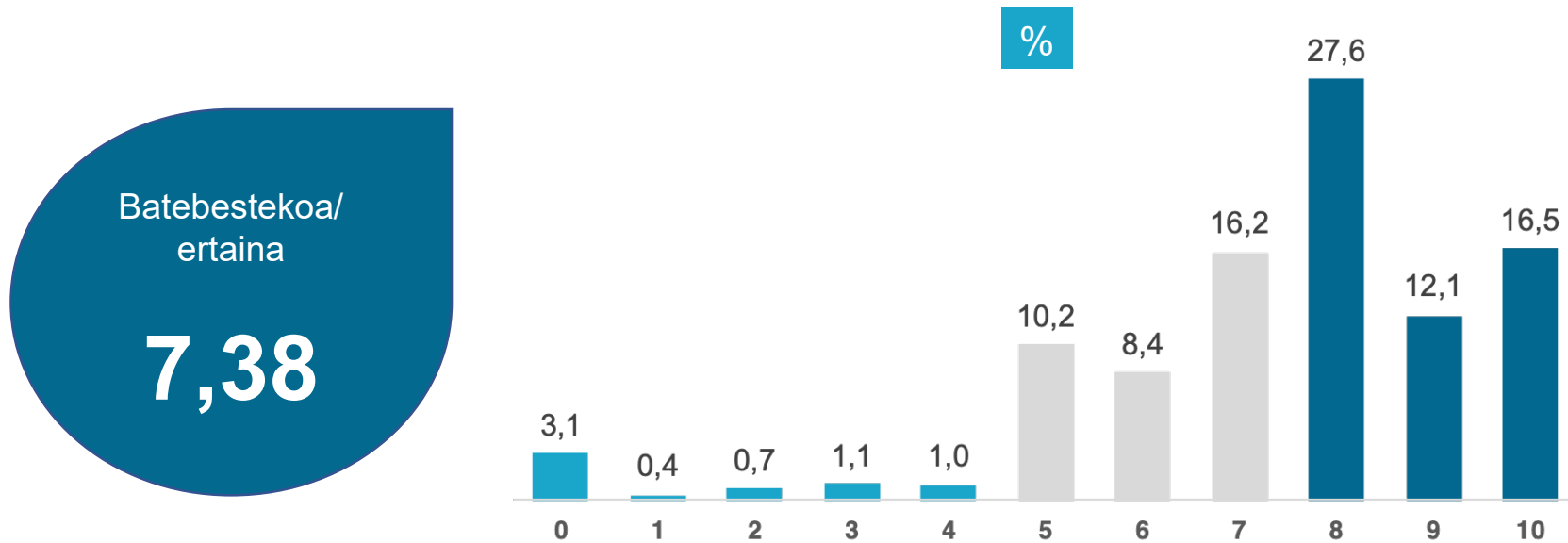
Tokiko merkataritzaren webguneetan pentsatuz, adieraz ezazu zenbateraino zauden ados baieztapen hauekin, 0tik 10era bitarteko eskalan, 0 baieztapenarekin guztiz bat ez datorrelako eta 10 baieztapenarekin gehienezko akordioa delako

Batezbestekoa/belaunaldiko (adina)

	Belaontzia/ z sorkuntza (1994-2004)	Millennial Belaunaldia/Millenia s (1981- 1993)	x Belaunaldia/ X belaunaldia (1969-1980)	Baby boom (1949- 1968)
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da konfiantza sortzeko; aldeko iritziek zerbitzua edo produktua gomendagarria dela berresten dute, eta negatiboek, ondo kudeatuta, bezeroarekiko ardura transmititzen dute	8,12	7,88	7,73	7,13
Tokiko web-orrietako iritzien atala feedback-a bultzatzen dute: bezeroarekin komunikatzeko modua zabaltzen dute, horren gogobetetasun-maila ezagutzeko-	7,59	7,59	7,48	6,83
Tokiko web-orrietako iritzien atala online entzutea sortzen dute marka edo produktuaren inguruan-	8,19	8,01	7,86	7,29
Tokiko web-orrietako iritzien atala garrantzitsua da WEB kokapena hobetzeko: zenbat eta aukera gehiago, orduan eta eduki gehiago eta kokapen hobea Googlen-	7,87	8,11	7,82	7,42

Otik 10era bitarteko eskala batean, non 0 “ez nuke inola ere gomendatuko” eta 10 “erabat gomendatuko nuke”, zer gradutan gomendatuko zenieke senideei edo pertsona ezagunei produktu edo zerbitzu baten aipamenak jarraitzea?

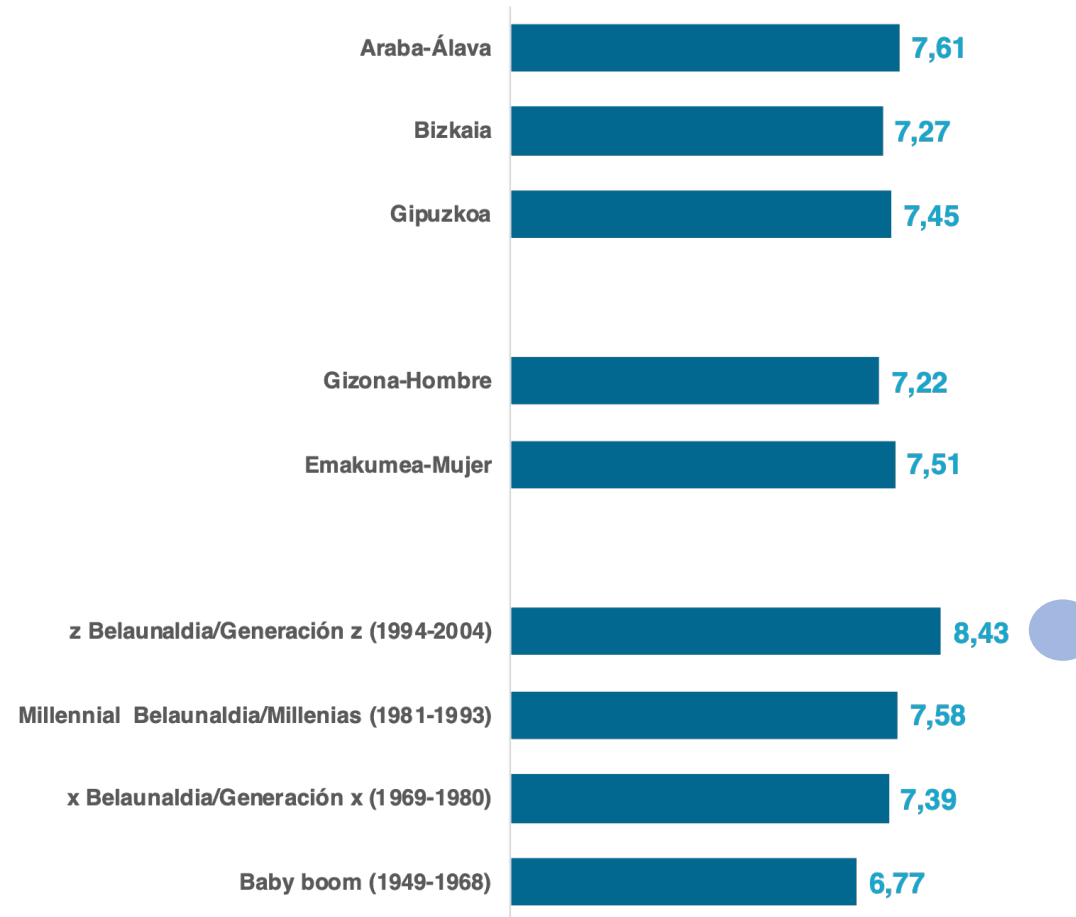
Batezbestekoa/%



* ED/EE-NS/NC=2,6

Otik 10era bitarteko eskala batean, non 0 “ez nuke inola ere gomendatuko” eta 10 “erabat gomendatuko nuke”, zer gradutan gomendatuko zenieke senideei edo pertsona ezagunei produktu edo zerbitzu baten aipamenak jarraitzea?

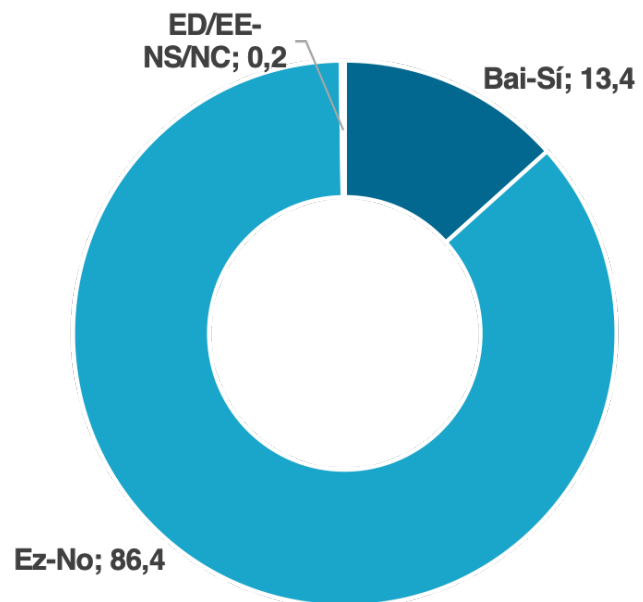
Batezbestekoa/ lurraldearen, sexuaren eta belaunaldiaren arabera (adina)



Z belaunaldia ezinbesteko faktorea da aipamenak eta iruzkinak egiteko.

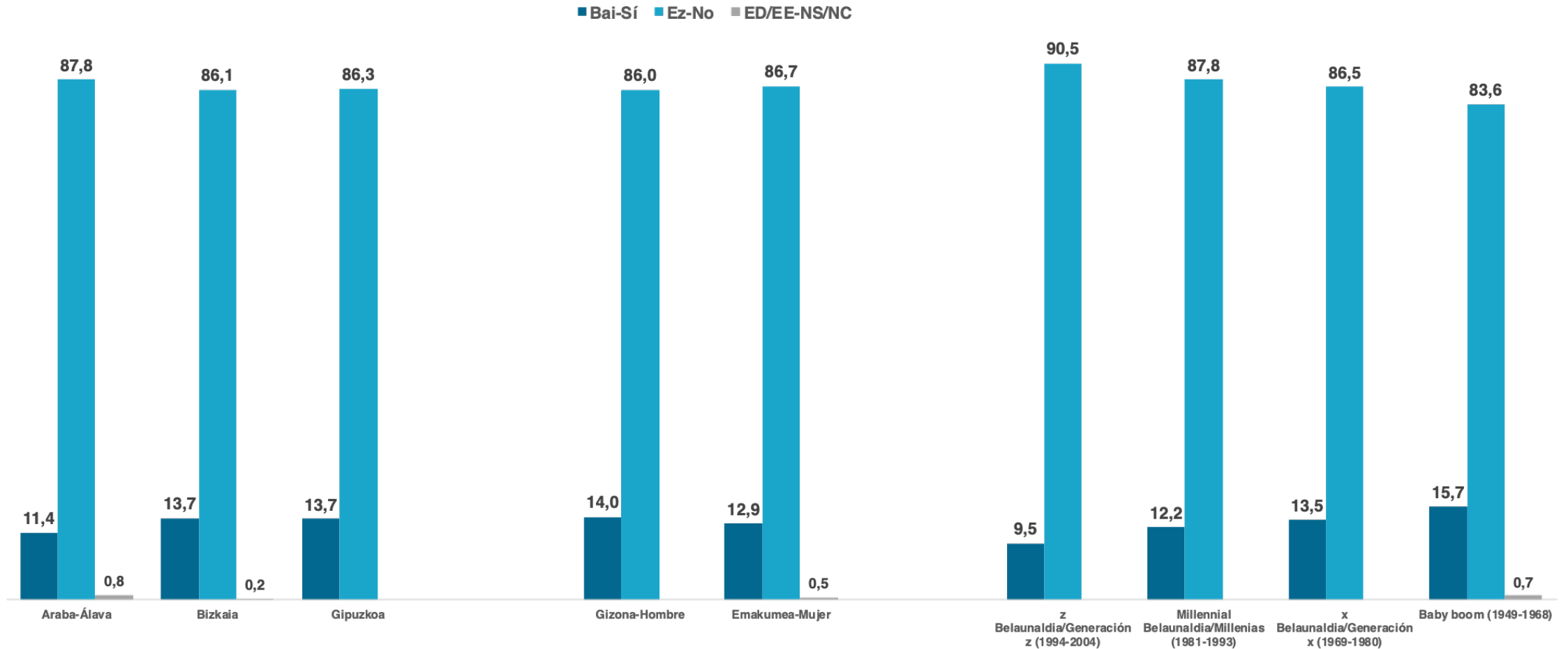
Azkenik, jakin nahiko genuke zenbateraino dagoen informatuta gai honi buruzko araudia, entzun duzu aipamenak eta balorazioak arautzen dituen araudi honetaz?

%

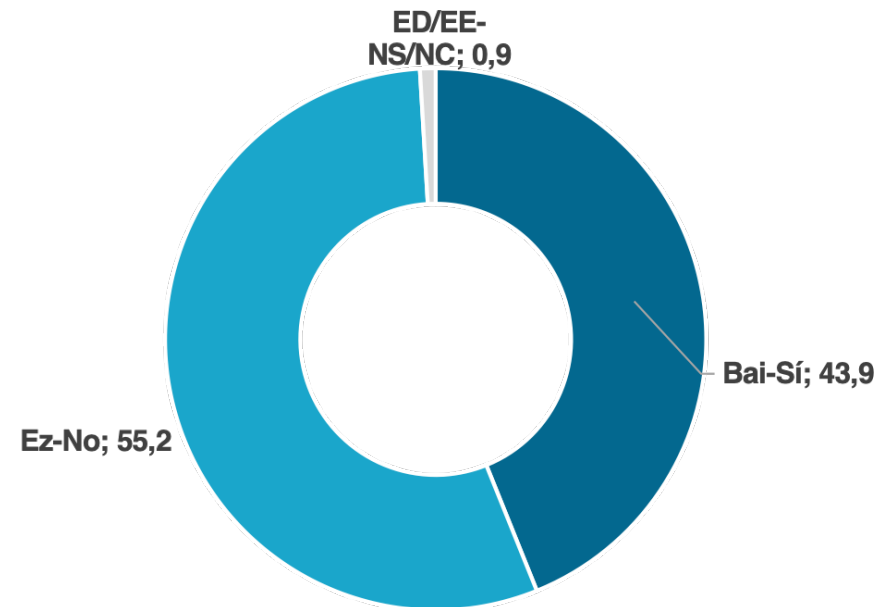


Araudia ez da oso ongi ezagutzen.

**Azkenik, jakin nahiko genuke zenbateraino dagoen informatuta gai honi buruzko araudia, entzun duzu aipamenak eta balorazioak arautzen dituen araudi honetaz?
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)**

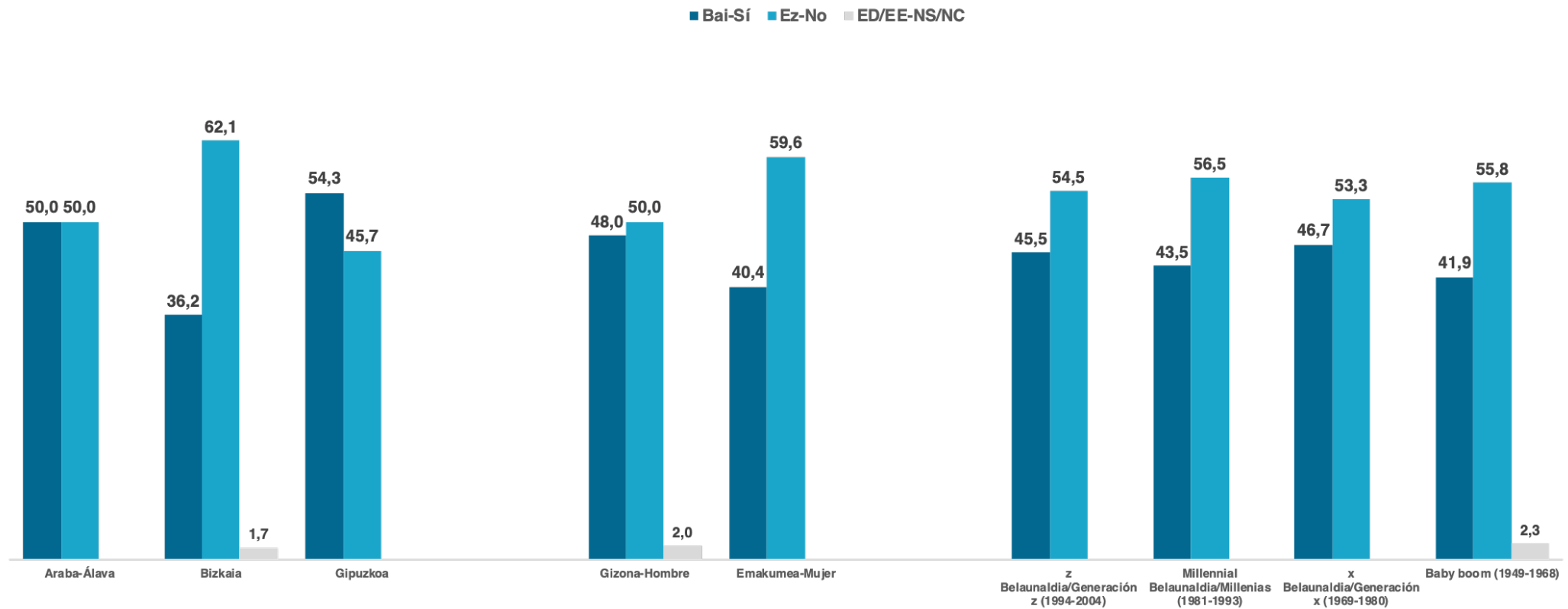


Gazteen artean ezjakintasun handiagoa dago



Oso erantzun gutxi dira, baina esan daiteke aipamenak eta balorazioak kontsultatzen dituzten EAEko biztanleen %6k, gutxi gorabehera, baieztatzen duela ezagutzen duela aipamenen erregulazio berria.

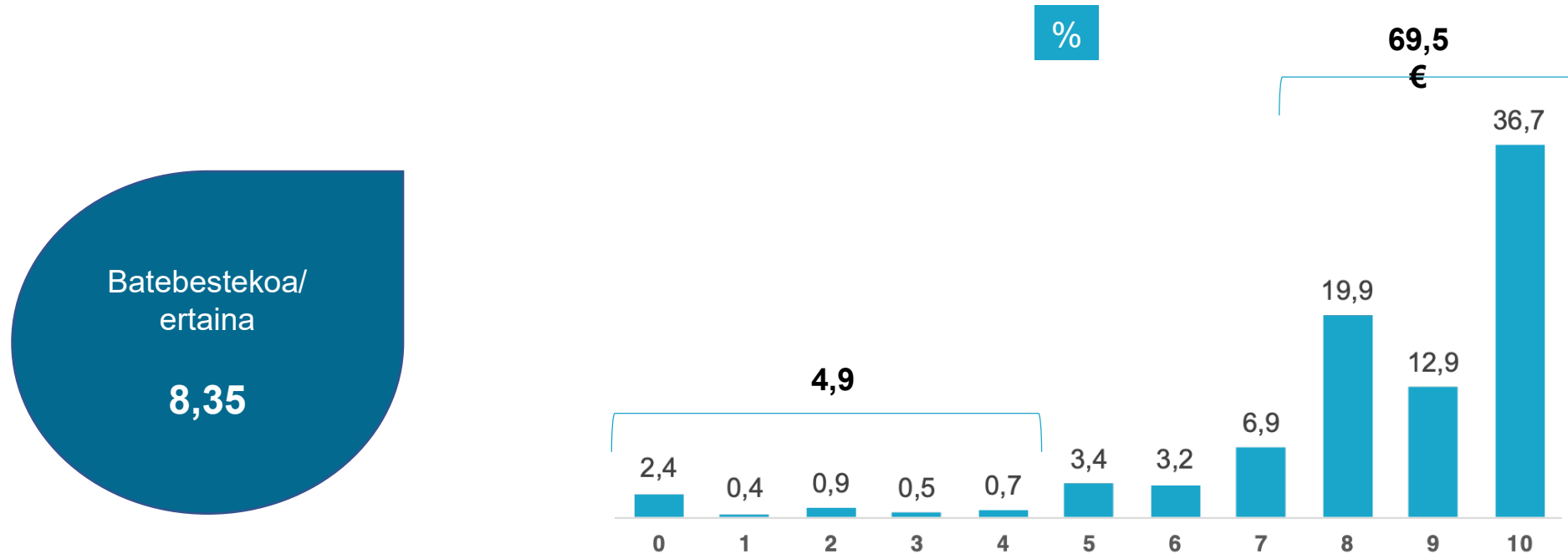
Baietz diotenentzat... eta aipamenen erregulazioari buruzko berrikuntzez?
% lurraldearen, sexuaren eta sorkuntzaren arabera (adina)



13.-

(Guztiontzat, berriro ere) Aipamenen erregulazioa kontuan hartuta, horien fidagarritasuna bermatzeko, 0tik 10era bitarteko eskala batean, non 0 garrantzi minimoa baita eta 10, berebiziko garrantzia, zu, zer garrantzi ematen dio araudi horri?

Batezbestekoa / %



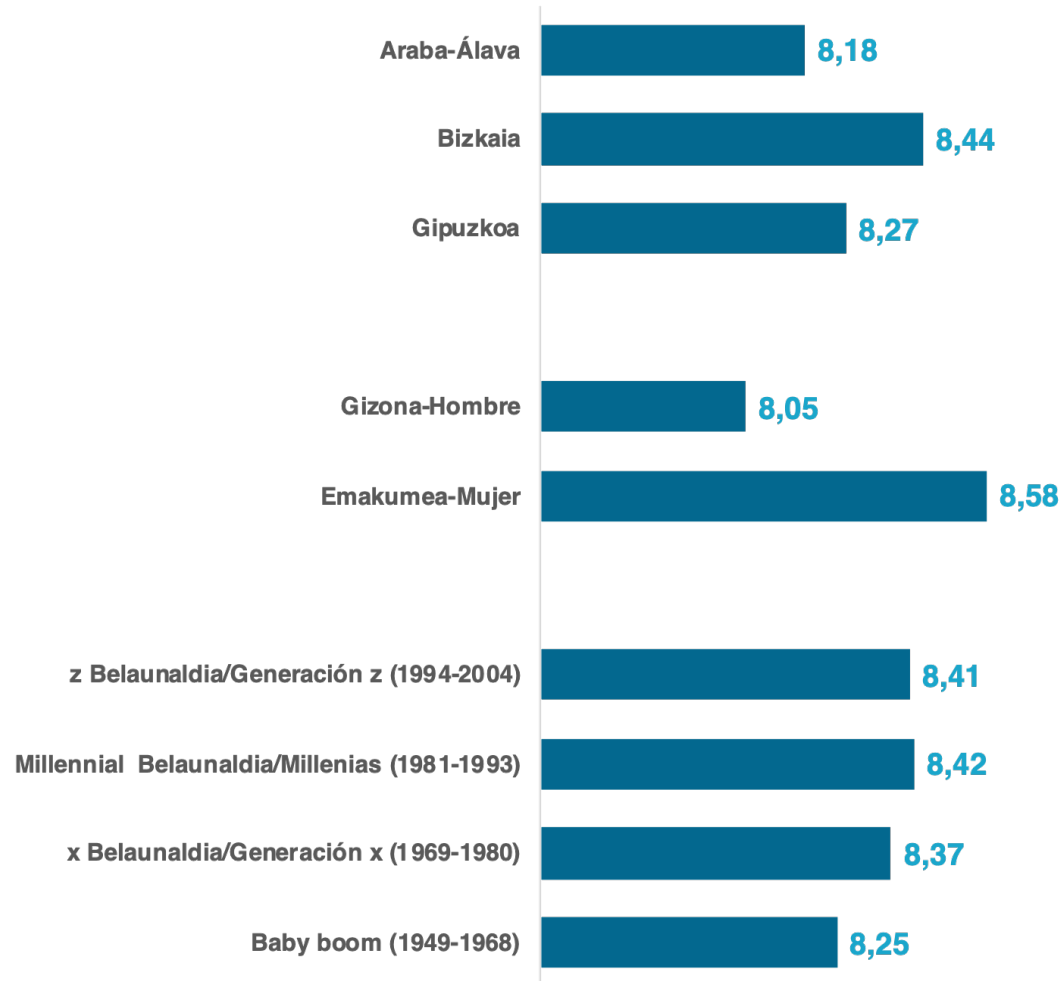
Oso garrantzitsua da erregulazio hori izatea.

* ED/EE-NS/NC=12,2

13.-

(Guztiantzat, berriro ere) Aipamenen erregulazioa kontuan hartuta, horien fidagarritasuna bermatzeko, 0tik 10era bitarteko eskala batean, non 0 garrantzi minimoa baita eta 10, berebiziko garrantzia, zu, zer garrantzi ematen dio araudi horri?

Batezbestekoa/ lurraldearen, sexuaren eta belaunaldiaren arabera (adina)

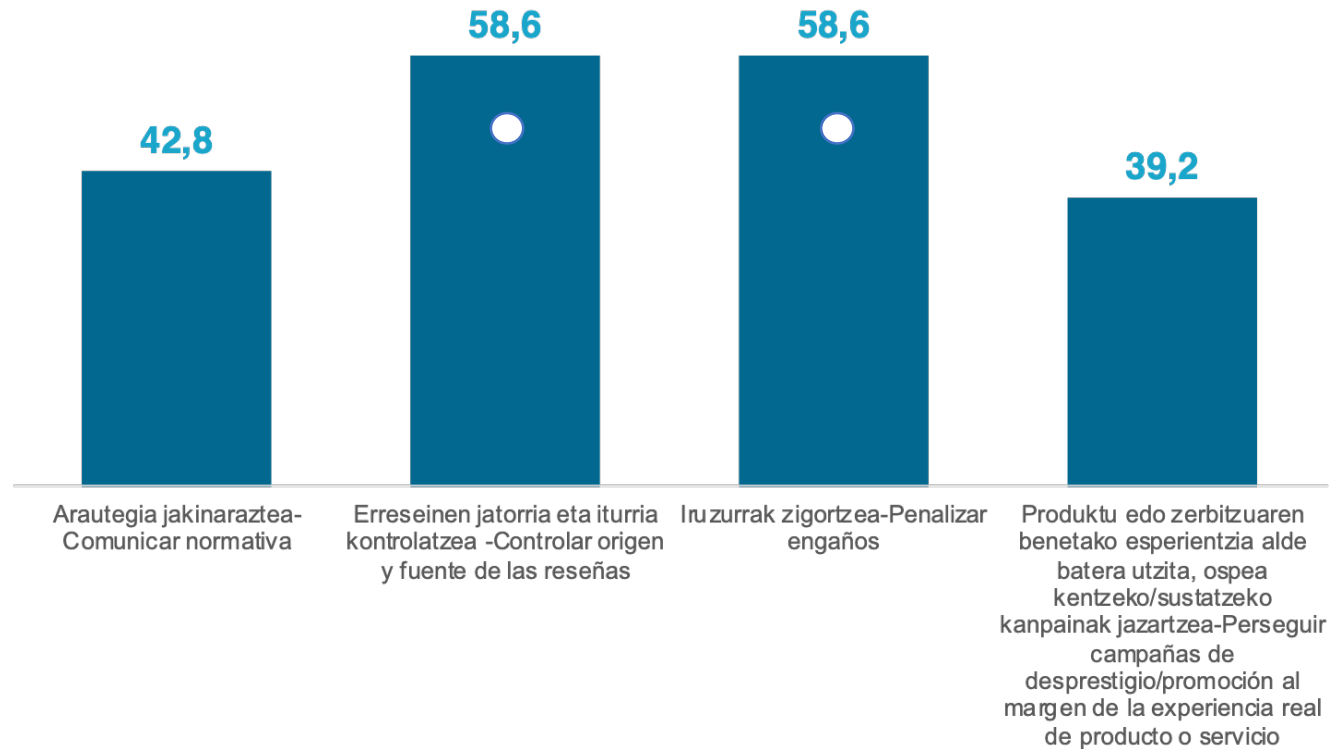


Ez dago alde nabarmenik LHaren, sexuaren edo belaunaldiaren araberako balorazioan.

14.

Zer egin behar lukete erakundeek Interneteko aipamenen eta balorazioen fidagarritasuna herritarrei eskaintzeko? (irekia)

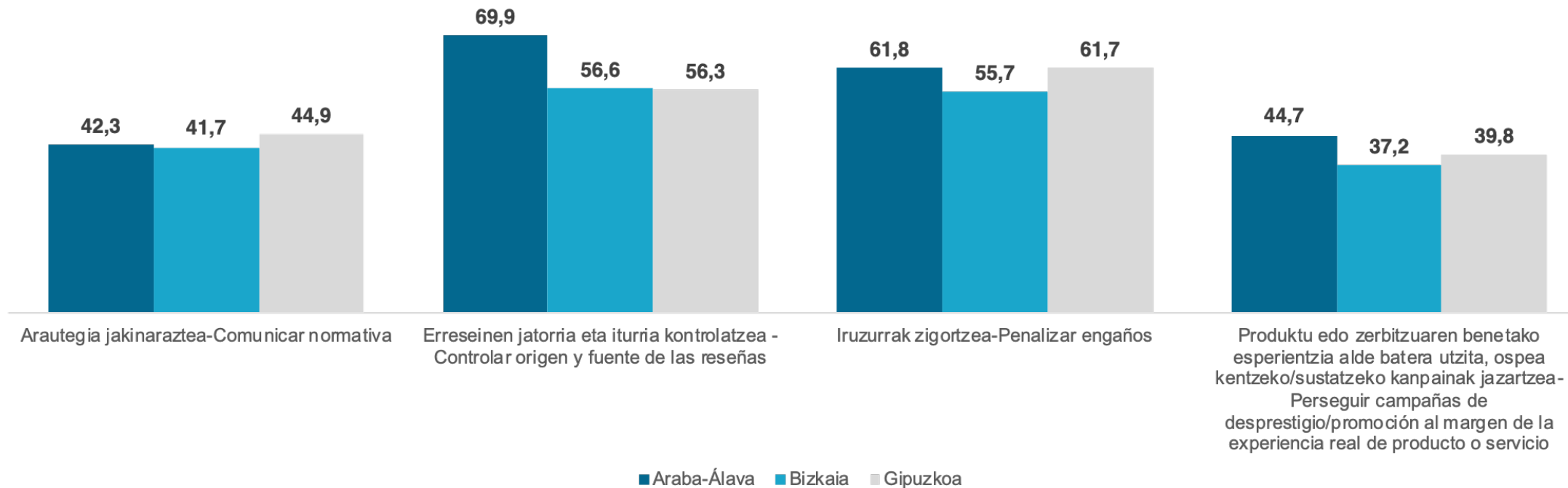
%



Jasotako proposamenak batez ere zigor- eta kontrol-arlokoak dira.

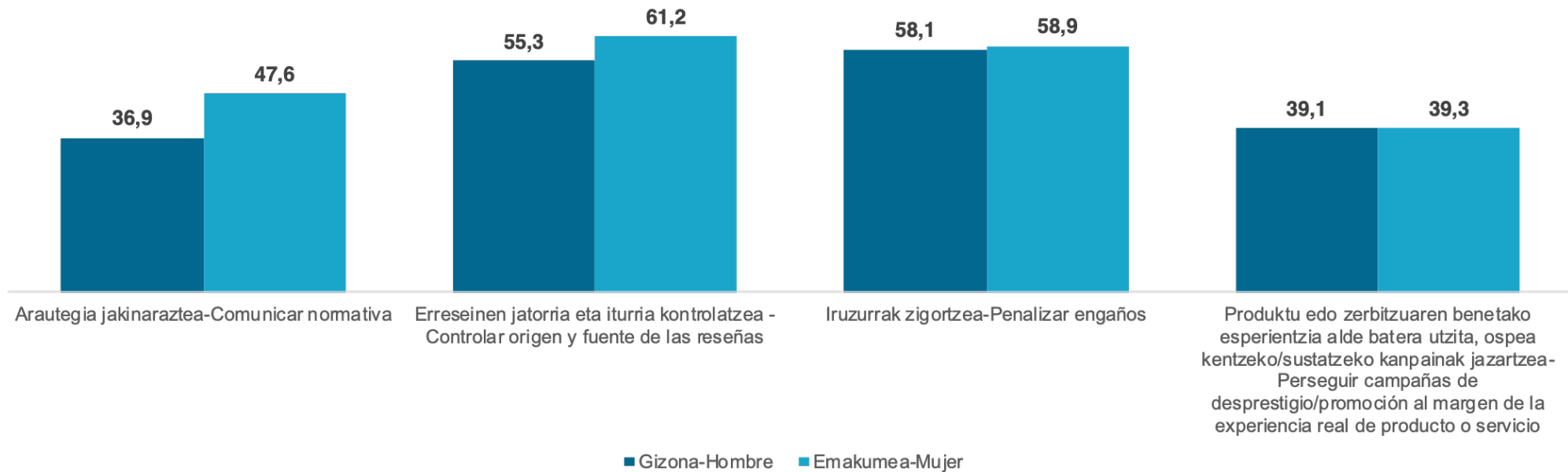
14.

Zer egin behar lukete erakundeek Interneteko aipamenen eta balorazioen fidagarritasuna herritarrei eskaintzeko? (irekia)
% lurraldez lurralde



14.

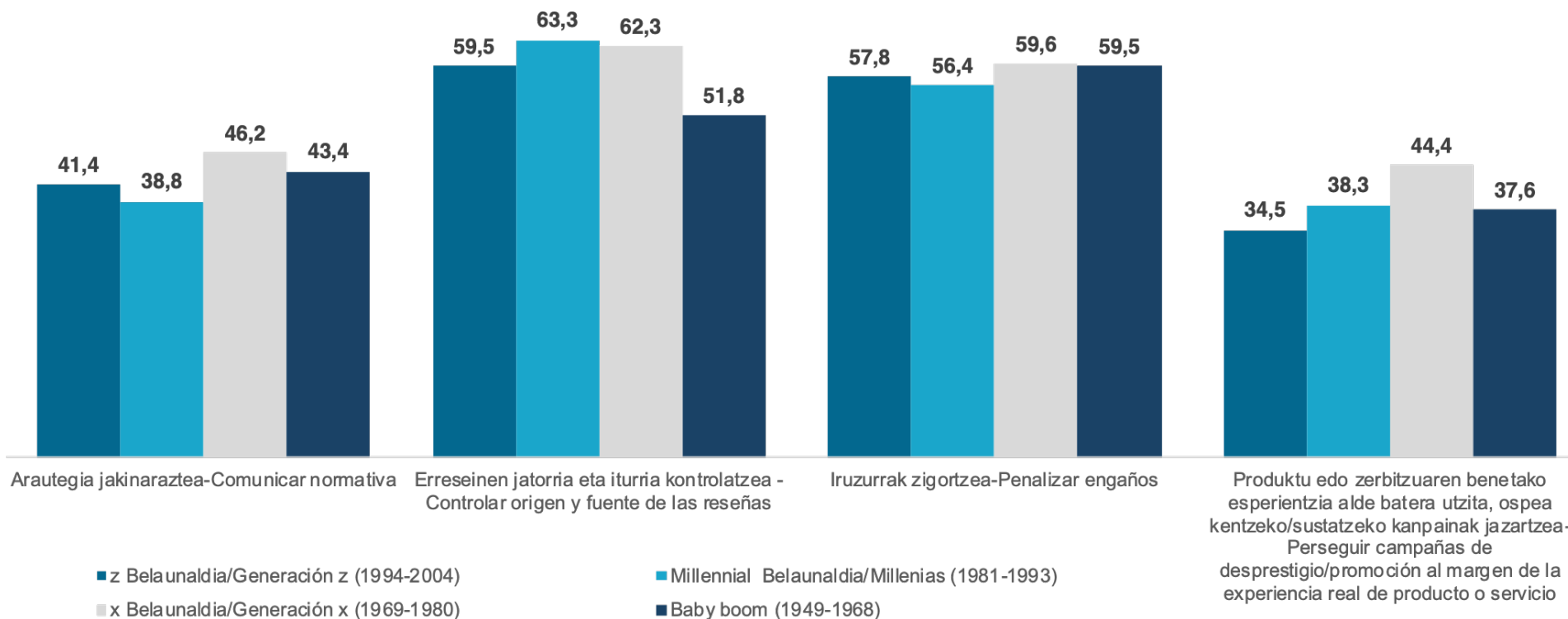
Zer egin behar lukete erakundeek Interneteko aipamenen eta balorazioen fidagarritasuna herritarrei eskaintzeko? (irekia)
% sexuaren arabera



14.

Zer egin behar lukete erakundeek Interneteko aipamenen eta balorazioen fidagarritasuna herritarrei eskaintzeko? (irekia)

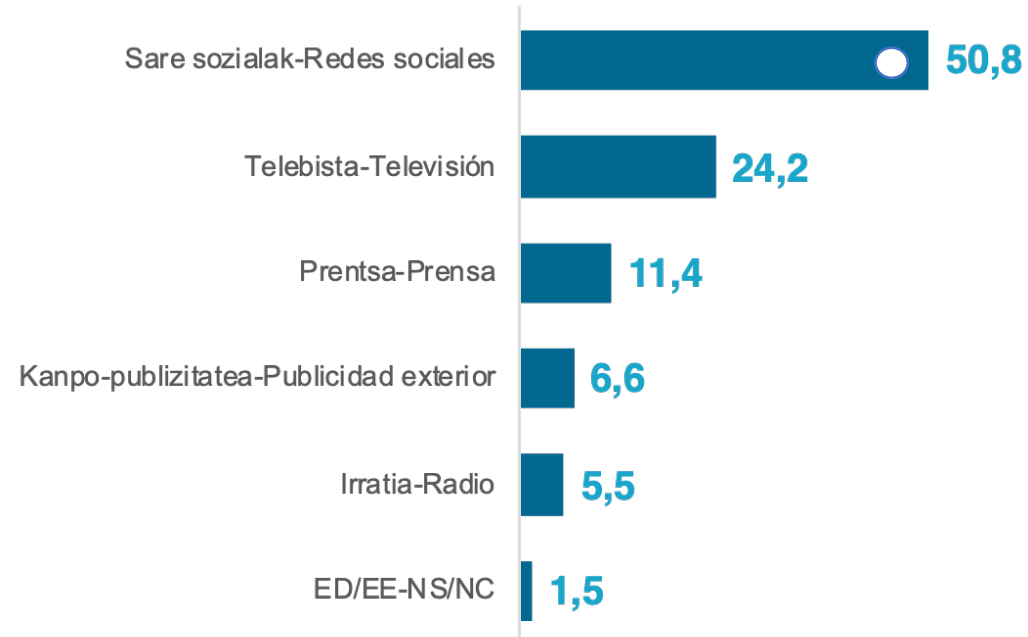
%, belaunaldiz belaunaldi (adina)



14.

Zure ustez, zein kanal da egokiena aipamenen eta balorazioen araudi honen inguruko eskubideak eta betebeharrak ezagutzeko? (iradokia)

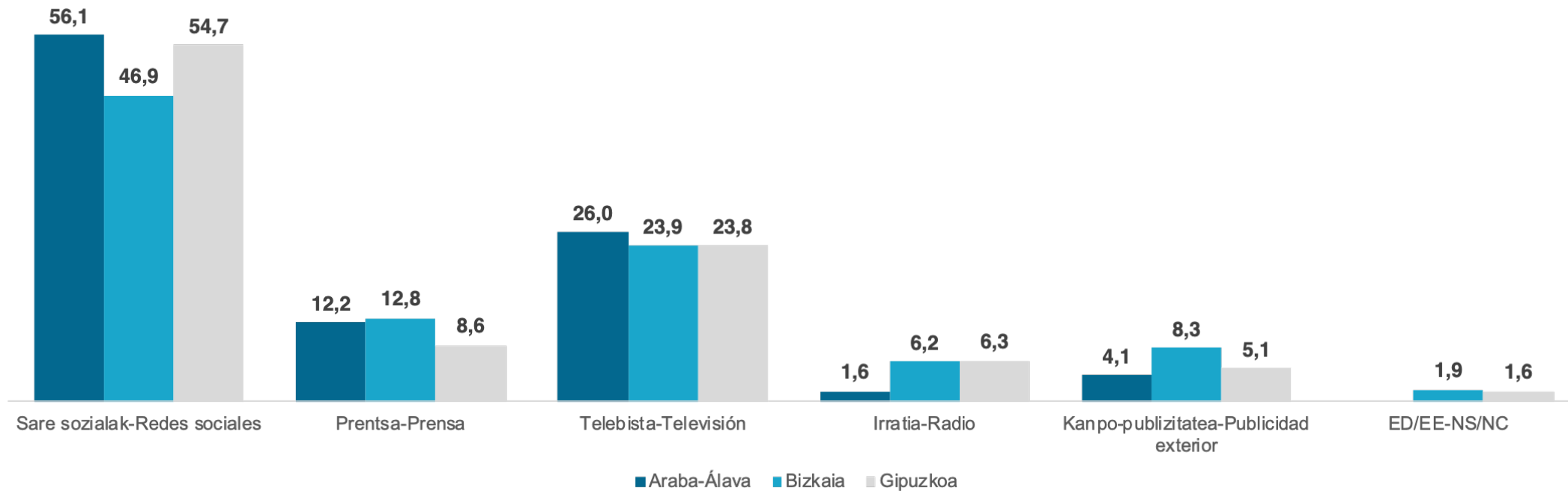
%



Sare sozialak dira araudi honen berri emateko bide egokiena

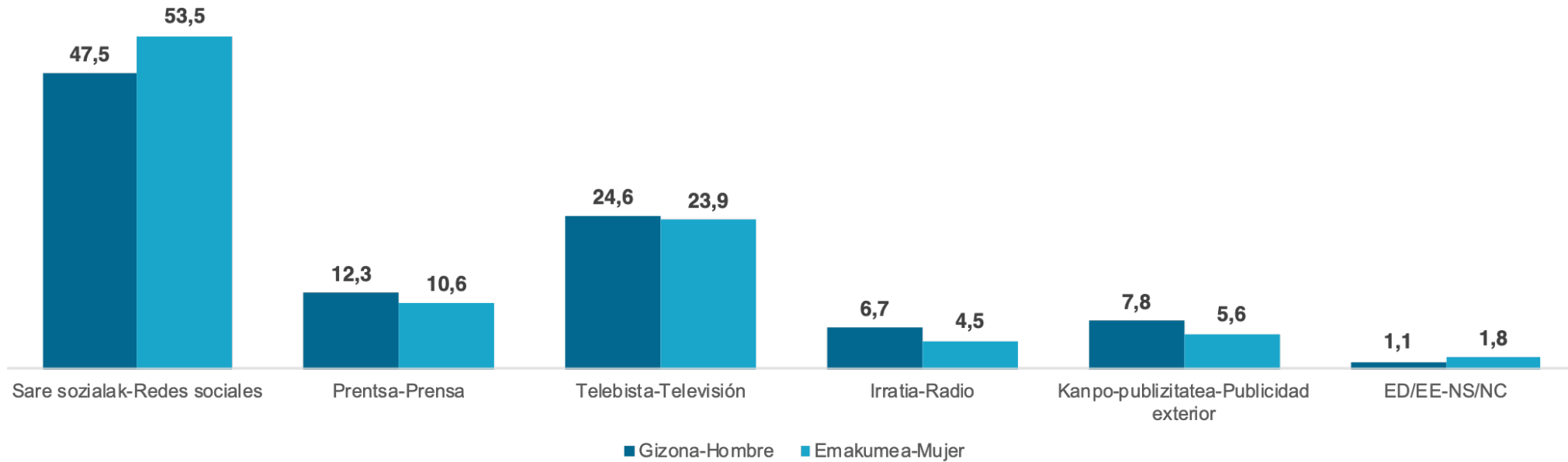
14.

Zure ustez, zein kanal da egokiena aipamenen eta balorazioen araudi honen inguruko eskubideak eta betebeharrak ezagutzeko? (iradokia)
% lurraldez lurralde



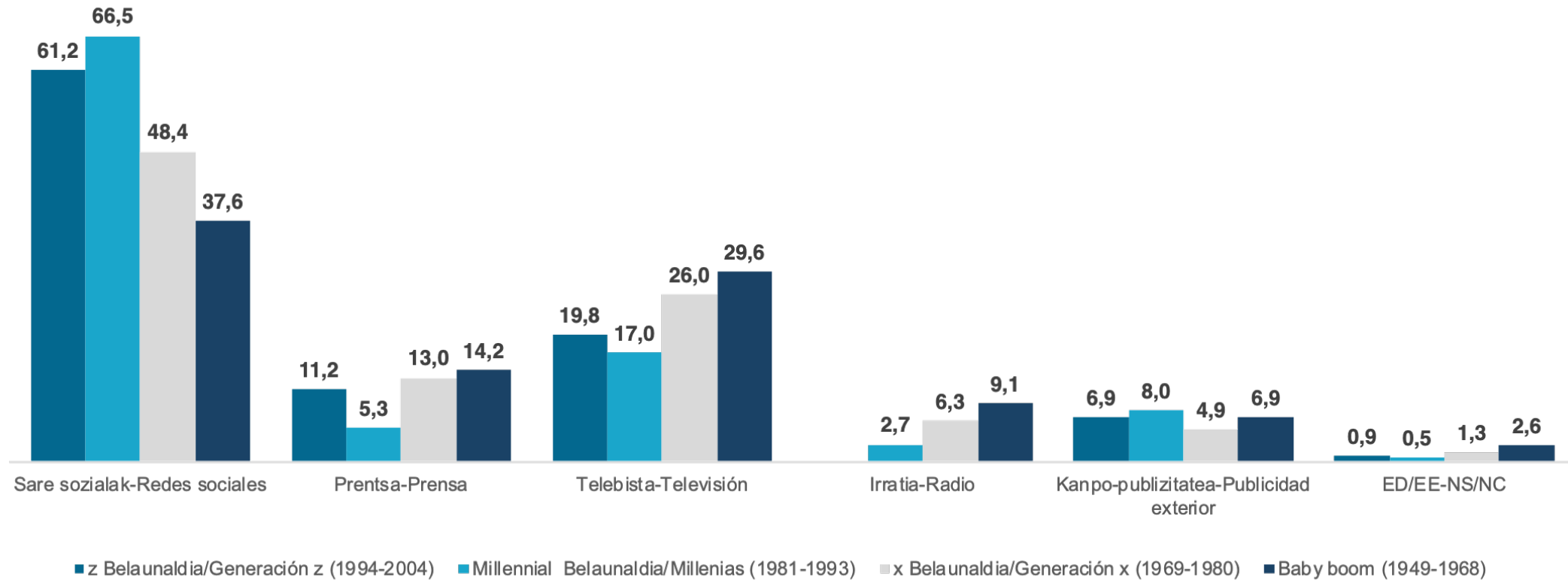
14.

Zure ustez, zein kanal da egokiena aipamenen eta balorazioen araudi honen inguruko eskubideak eta betebeharrak ezagutzeko? (iradokia)
% sexuaren arabera



14.

Zure ustez, zein kanal da egokiena aipameneren eta balorazioen araudi honen inguruko eskubideak eta betebeharrak ezagutzeko? (iradokia)
%, belaunaldiz belaunaldi (adina)



05: Funtsezko elementuak



Euskal gizarteak nabarmen integratu du aipamenen eta iritzien kontsulta erosketa-prozesuan. Bai bultzadaz erositako produktuetarako, bai erosketarik planifikatuenetarako. Aipamenak kontsultatzeko eredu bat ezar dezakegu. Eredu horretan, kontzientziazio-fasean, produktu hori badagoela eta/edo nahi dutela dakitenean, kontsultaren intentsitatea oso handia da, eta gorenera iristen da iritzi-fasean, **hau da, on line produktua bilatzen duten unean, konbertsio-fasean pixka bat behera** egiteko, noiz eta non erosi erabakitzen dutenean, eta ebaluazioan nabarmen erortzen da, erosketaren ondoren.

Kontsultarako ohiturak gizonen eta emakumeen artean antzekoak izan arren, estereotipo batzuk baieztatu egiten dira, esate baterako, **gizonezkoak gehiago joaten dira ardo, likore edo aseguru eta finantza-produktuei lotutako aipamenak eta kontsultak** egitera; emakumezkoak, berriz, arropa edo kosmetikari lotutako kontsultak egitera eta aipamenak bisitatzera joateko **joera handiagoa dute**.

Araba da kontsulta-maiztasun handieneko lurralde historikoa, eta beste bi lurralde historikoetan nabarmentzen da.

Gipuzkoak nabarmendu egiten du beste bi lurraldeekiko aseguruari eta finantza-produktuei buruzko kontsultak.

Belaunaldiei dagokienez, normala denez, belaunaldi gazteenek portaera biziagoak dituzte aipamenak eta iritziak kontsultatzeko, baina, belaunaldi nagusi gisa, boomerrak eta X belaunaldi osoa bezala, nabarmen gehitu dira iritziak eta balorazioak kontrastatzeko ariketa honetan, erosketari gero eta lotuago baitago.

Aipamenak edo balorazioak dagoeneko “MUST” bat dira, euskal herritarren zati handi batentzat erosketa-prozesuaren beste alderdi bat.

Adierazgarria da kontsultaren bat egiten dutela aitortzen duten milurtekoak ia egingo duten edozein erosketatarako egiten dituztela; berdin da kanala, aurrez aurrekoa edo online. Nabarmendu nahi genuke **boomerrek, kanal fisikoan eskusiboak diren erosle nagusiek, gainerako belaunaldiek baino gehiago sartu dituztela aipamenak eta balorazioak kanal horretako erosketatarako ere.**

Aipamenak eta balorazioak kontsultatzearen ondoriozko iritzia bi faktoreren bidez **eratzten** da: **puntuazioa/balorazioa eta horien kopurua.**

Establezimenduetako langileen aholkuek beren garrantziari eusten diote kontsumitzaileen artean, batez ere boomerrentzat **eta X belaunaldiarentzat, baina** on line iritziek eremu propioa hartu dute euskal herritarren eta euskal herritarren erosketan, eta askorentzat, batez ere milioi askorentzat eta Z belaunaldiarentzat, gauza bera edo fidagarriagoak izan dira.

Aipamenak eta balorazioak kontsultatzea oso ondo baloratutako erosketa-prozesuaren zati bat da, eta oso erabilgarritzat jotzen da, eta ezinbestekoa da Z sorkuntzarako.

Aipamenak kontsultatzen dituzten 10 euskal herritarretatik ia 8k adierazi dute noizbait iruzkinen edo aipamenen bat egin dutela, hau da, kontsultatzeaz gain, **elkarrizketatu askok beren iritziarekin parte hartzen dutela eta balorazioak eta aipamenak egiten dituztela.**

Elkarrizketatutako pertsonen **erdiak, gutxi** gorabehera, uste du **iruzkin positiboak egiten dituela batez ere; beste erdiak**, berriz, iruzkin edo aipamen positiboak eta negatiboak konbinatzen dituela uste du, eta gutxiengoak onartzen du iruzkin negatiboak soilik egiten dituela.

Hauek dira **parte hartzeko gune gustukoenak: Interneteko foroak eta fabrikatzaile eta saltzailearen web orriak, nahiz eta Facebook, Instagram edo YouTube** leku garrantzitsuetan egon.

Tokiko establezimenduei eta horiek sare eta foroetan duten presentziari dagokienez, bai eta toki propioei dagokienez ere, positibotzat jotzen da jarduera hori.

Aipamen edo iruzkin bat egitean, iritzi positibo edo negatibo bat partekatu (informatu) nahi da, hau da, beste pertsona bati esperientzia edo iritzi baten berri eman, irakurleari erabilgarria izan dakioken sinesmenarekin, beste batzuen aukera edo esperientzia baliagarria izan den bezala.

EZ dago aipamenen eta kontsulten legediari buruzko gutxieneko ezagutzarik, eta, legeria horren arabera aztertuz gero, bi ideia agertzen dira: Arau-hausleen KONTROLA eta ZIGORRA. Hori komunikatzeko modurik onena sareen bidez komunikatzea dela uste da.

