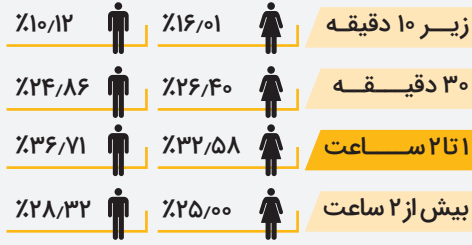
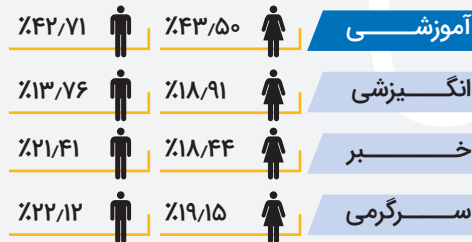
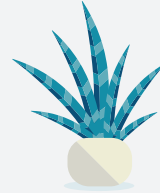


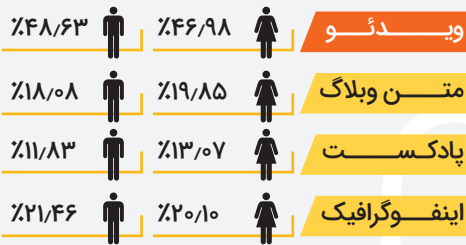
موضوع پژوهش: محتوای مورد نیاز مخاطب ایرانی
جامعه آماری: مخاطبان ایرانی
حجم نمونه: ۱۲۷۳ نفر
زمان پژوهش: ۶ الی ۹ مرداد ۱۳۹۷
مکان: نمایشگاه الکامپ



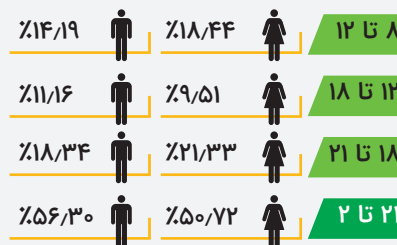
روزانه چقدر زمان برای خواندن محتوای مورد علاقه خود بصورت آنلاین صرف می‌کنید؟



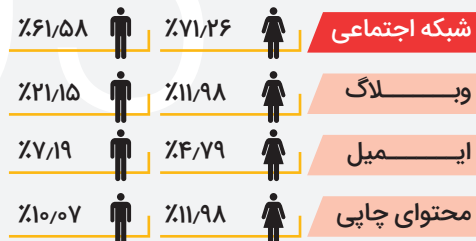
چه محتوایی را برای مطالعه انتخاب می‌کنید؟



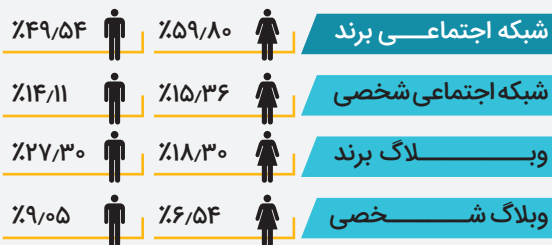
چه محتوایی را برای مطالعه انتخاب می‌کنید؟



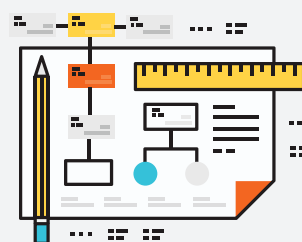
ترجیح می‌دهید در چه ساعتی از شبانه‌روز وقت خود را به مطالعه محتوا اختصاص دهید؟



کدام پلتفرم را برای دریافت محتوای مورد علاقه خود مناسب می‌دانید؟



به کدام منبع بیشترین اعتماد را دارید؟



این پژوهش از نوع میدانی و با هدف شناسایی موضوعات مورد علاقه مخاطبان، قالب‌ها و پلتفرم‌های انتشاری که بیشترین بازدید را دارند، ساعات مشخصی از شبانه‌روز و مدت زمانی که مخاطب وقت صرف محتوا می‌کند و منابع مورد اعتماد آن‌ها انجام شده است. این پژوهش توسط تیم پژوهشی فرامختوا در نمایشگاه الکامپ اجرا شد که در مجموع چهار روز متوالی ۱۲۷۳ نفر به سوالات پاسخ دادند. نتایج پژوهش نشان داد که ترجیحات محتوایی مردان و زنان ایرانی ویدیوهای آموزشی در شبکه‌های اجتماعی برندهاست که بین ۱ تا ۲ ساعت از زمان خود را در بازه زمانی ۲۱ الی ۲ بامداد صرف دیدن آنها می‌کنند.

ویدئو

آموزشی

۱ تا ۲ ساعت

شبکه اجتماعی برند

