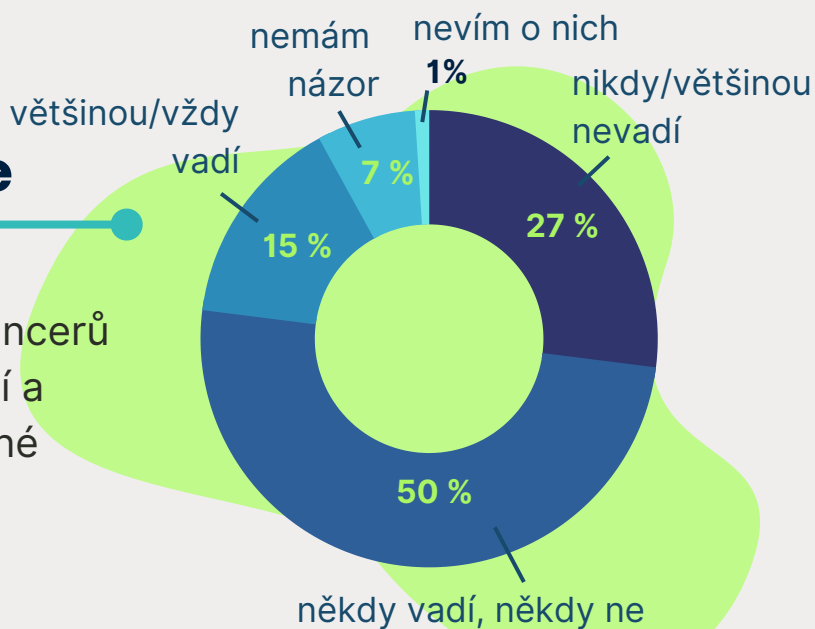


Influenceri, propagace & dobročinnost

Necelá třetina online uživatelů v ČR sleduje na sociálních sítích nějakého influencera nebo známou osobnost. Jaký mají postoj k jejich placeným spolupracím a dobročinným aktivitám?

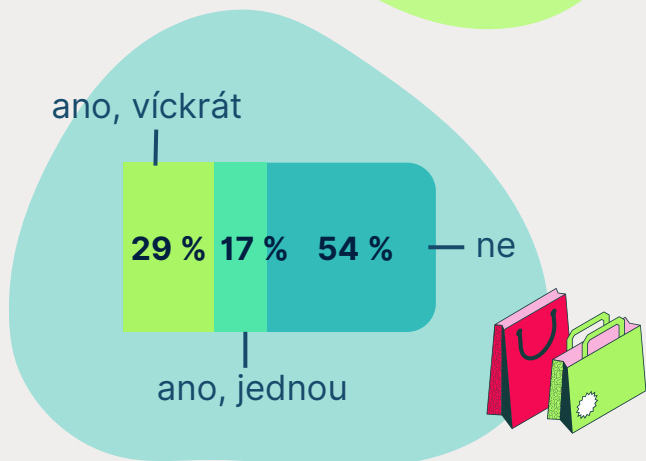
Názor na propagace

Polovina sledujících je v názoru na propagace v příspěvcích influencerů "na vážkách", resp. někdy jim vadí a někdy ne. Více než čtvrtině placené spolupráce nevadí.



Je taková propagace důvěryhodná?

Jen 16 % věří placené propagaci ze strany influencerů. 31 % v ní naopak důvěru spíše nebo vůbec nemá. Zbýlých 53 % jí někdy věří a někdy ne.



A co nákupy na základě doporučení influencerů?

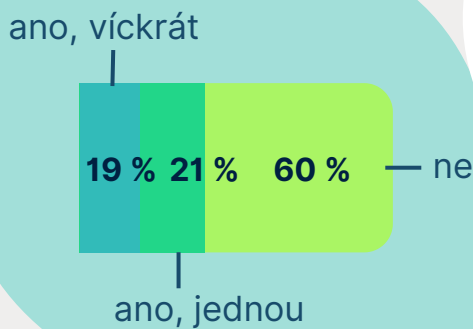
Skoro polovina dotázaných, kteří sledují influencerů, alespoň jednou koupila produkt/službu na základě doporučení osobnosti na sociálních sítích.

Dobročinné projekty

Čtyři pětiny uživatelů sledujících influencerů zaznamenaly z jejich strany výzvu k podpoře nějakého dobročinného projektu.

Podpora dobročinnosti

40 % z těch, kteří na sítích zaznamenali výzvu k podpoře dobročinnosti, už někdy sami podpořili konkrétní projekt nebo sbírku právě na základě výzvy influencerů.



Jakého influencera si jako první vybaví generace 15-34 let?

(Dle výzkumu Influencer Monitor, VŠE)

