

Raport

Z czym kojarzy się Ziemia Łódzka?

IMAS International we wrześniu 2011 w badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów, z czym kojarzy im się Ziemia Łódzka. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem regionu oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Ziemi Łódzkiej, a także stanowić pomoc w planowaniu i ukierunkowaniu przyszłych działań związanych z budową obrazu województwa.

IMAS International Sp. z o.o.
Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej

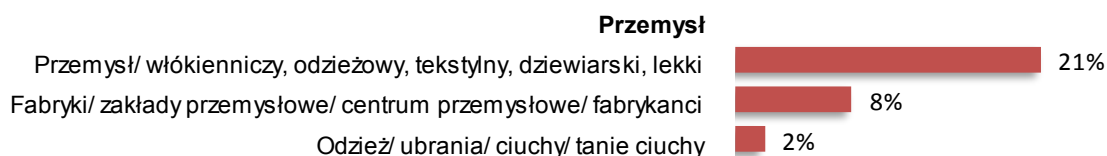
Data przygotowania raportu: marzec 2012 r.
Data przeprowadzenia badania: 15-19 września 2011 r.

Większość internautów kojarzy Ziemię Łódzką z czymś konkretnym. Wśród wymienianych skojarzeń przeważają te, które odnoszą się do miasta Łodzi.

Większość (84%) ma określone skojarzenia z Ziemią Łódzką. Wśród osób, którym region z czymś się kojarzy, prawie wszyscy wymieniają coś specyficznego dla danego regionu (np. konkretne miejsca, obiekty). Odpowiedzi, które mogłyby dotyczyć również innych miejsc w Polsce (np. „mieszkają tam moi znajomi”) pojawiały się sporadycznie, łącznie tylko 1% internautów ma takie skojarzenia. Ziemia Łódzka przywodzi na myśl ok. 20 różnych zagadnień, jednak żadne z nich nie jest wymieniane przez większość ankietowanych. Najczęściej pojawiające się skojarzenia to przemysł - szczególnie włókienniczy, fabryki, miasto Łódź, Łódzka Manufaktura i ul. Piotrkowska. Co piąty badany (22%) na myśl o regionie przywoływał pojedyncze, trudne do skategoryzowania skojarzenia, wymieniane przez mniej niż 1% ogółu badanych.

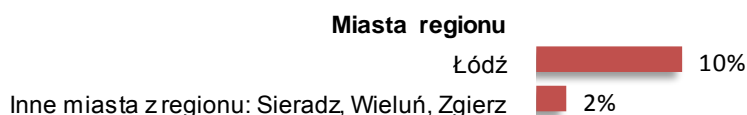
Przemysł włókienniczy wciąż jest znakiem rozpoznawczym Ziemi Łódzkiej.

Główny obszar tematyczny, z którym kojarzy się Ziemia Łódzka to przemysł i obiekty przemysłowe. Skojarzenia z tej kategorii skupiają się głównie wokół: przemysłu włókienniczego (tekstylnego, dziewiarskiego), który jest wymieniany spontanicznie przez 21% internautów co czyni go liderem wśród wszystkich skojarzeń z regionem. Skojarzenia związane z przemysłem dotyczą również fabryk, zakładów przemysłowych, fabrykantów - łącznie 8%, a także wyrobów przemysłu tekstylnego: odzieży, ubrań - łącznie 2%.



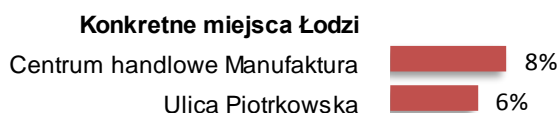
Najbardziej znane miasto regionu - Łódź.

Ziemia Łódzka budzi skojarzenia z miastami regionu. Przede wszystkim z jego stolicą - Łodzią (10%). Inne miejscowości wymieniane są sporadycznie (łącznie 2%).



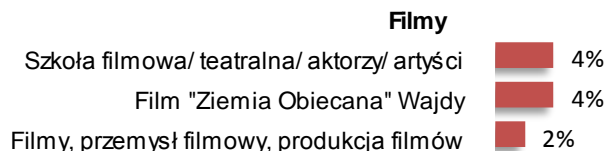
W Ziemi Łódzkiej można spędzać czas na zakupach, bawić się. Tylko trzeba pojechać do Łodzi.

Skojarzenia Ziemi Łódzkiej ze stolicą regionu nie ograniczają się jedynie do wymieniania samej nazwy miasta, ale także jego charakterystycznych aspektów. Wśród nich najczęściej wymienianymi są miejsca użyteczności publicznej o charakterze handlowym i rozrywkowym: Otwarte w 2006 r. Centrum Manufaktura nieznacznie przewyższa popularnością historyczną ulicę Piotrkowską (8% vs. 6%).



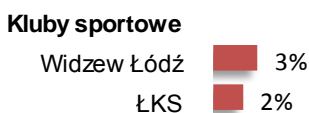
Tutaj kręć się filmy...

Kolejna grupa skojarzeń z Ziemią Łódzką, odnoszących się do stolicy regionu to te związane z kinematografią - łódzką „filmówką”, filmami – ogólnie oraz w szczególności filmem o łódzkich fabrykantach - „Ziemią Obiecana” A. Wajdy.



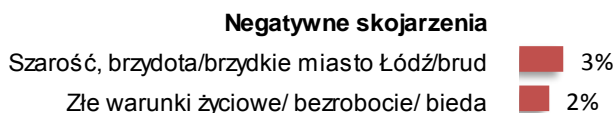
...gra w piłkę nożną.

Niewielki odsetek odpowiedzi dotyczy łódzkich klubów sportowych: Widzewa (3%) oraz ŁKS-u (2%).

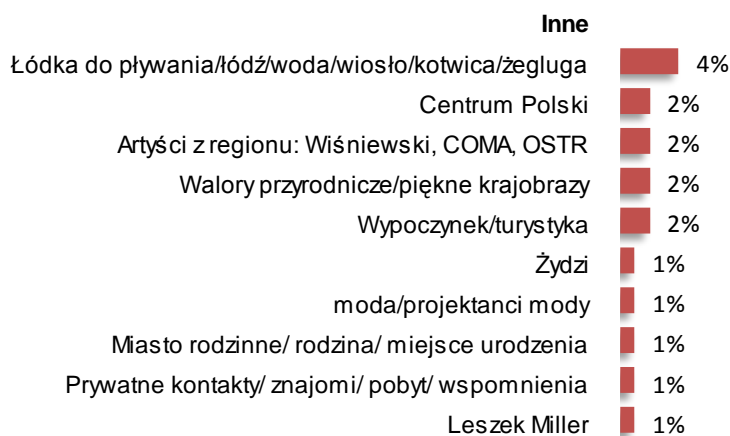


Nie wszyscy Internauci mają pozytywne skojarzenia z regionem.

W odpowiedziach pojawiają się negatywne oceny dotyczące wyglądu regionu (i częściowo miasta Łodzi) takie jak szarość, brzydota, bród (łącznie 3%) oraz ogólnie – złych warunków życiowych, bezrobocia, biedy – (łącznie 2%).



Inne, nietworzące szerszej kategorii, sporadyczne skojarzenia (1-4%) dotyczą: „łódki”, położenia w centrum Polski, artystów pochodzących z tego regionu, pięknych krajobrazów, wypoczynku, Żydów, mody, własnej rodziny i znajomych oraz Leszka Millera.



Top4 – najczęstsze skojarzenia z Ziemią Łódzką.

Top4
Przemysł włókienniczy
Łódź
Fabryki
Centrum Manufaktura

O badaniu skojarzeń

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków z polskimi regionami. Ziemia Łódzka to szesnasty i ostatni region przebadany w ramach tego projektu. Skojarzenia przedstawione w raporcie są wynikiem analiz spontanicznych odpowiedzi, jakie respondenci udzielili na pytanie „Różne regiony Polski mogą nam się kojarzyć z jakimiś symbolami, np. z różnymi osobami, miejscami, zdarzeniami itp. Z czym kojarzy Ci się Ziemia Łódzka?”

Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online (www.omnibus-online.pl) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 15-19 września 2011 roku techniką ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu, ważonej próbie n= 510 osób w wieku 18 – 54 lat. Dobór do próby losowo-kwotowy.

O IMAS International

Nasza firma działa na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju. Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak też za granicą – w Europie, Azji, Ameryce, Afryce. Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb. Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe. Więcej informacji można uzyskać na: www.imas.pl

O badaniu Omnibus-Online

IMAS International prowadzi badania wśród użytkowników Internetu w Polsce. Zachęcamy Państwa do zamieszczenia swoich pytań w wielotematycznym badaniu Omnibus-Online.

Czym jest Omnibus-Online?

Omnibus to zwyczajowa nazwa na wielotematyczne badanie, w którym respondentom zadawane są pytania przygotowane przez różnych klientów. Omnibus-Online realizowany jest przez Internet, wśród zarejestrowanych uczestników panelu IMAS OnLine (→ www.imasonline.pl). Badanie prowadzone jest każdorazowo na reprezentatywnej próbie 500 użytkowników Internetu w wieku od 18 do 54 lat.

Dlaczego Omnibus-Online?

- minimalne koszty - a jednocześnie bez rezygnacji z jakości, które daje badanie na dużych, reprezentatywnych próbach,
- szybkość - dane są gotowe już po tygodniu od uruchomienia badania,
- możliwość załączania elementów audio i video,
- realizowany co miesiąc pozwala na obserwowanie zmian zachodzących w czasie.

Przykładowe zastosowania

- sprawdzenie stopnia zainteresowania produktem,
- pozyskanie opinii na temat własnych produktów i porównanie ich do konkurencji,
- szybki test pomysłu na produkt we wczesnej fazie projektowania, a potem sprawdzanie w kolejnych etapach przygotowania.

Badanie Omnibus-Online pozwala na szybki wgląd w problem, natomiast do pogłębionej analizy wymagane jest przygotowanie kompleksowego projektu pod potrzeby klienta.

Badanie realizowane jest raz w miesiącu. Szczegółowy harmonogram znajduje się poniżej.

Styczeń - grudzień 2011	
Zamknięcie kwestionariusza (ostateczny termin przesyłania pytań *)	Drugi poniedziałek miesiąca do godz.12:00
Programowanie kwestionariusza i przygotowanie próby respondentów	wtorek-środa
Realizacja badania	czwartek-poniedziałek
Wyniki (dane)	środa do końca dnia

*) pytania przesyłane na adres omnibus-online@imas.pl

→ Więcej o Omnibusie-Online znaleźć można na stronie: www.omnibus-online.pl

IMAS International Sp. z o.o. (www.imas.pl) - działa na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju.

Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak też za granicą - w Europie, Azji, Ameryce, Afryce.

Nasi klienci - producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb.

Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe.

Potrzebujesz więcej informacji?

Aby otrzymać pomoc w ustaleniu warunków badania, terminów i kosztów skontaktuj się z Marcinem Piwowarczykiem:

marcin.piwowarczyk@imas.pl
+48 71 77 10 814