

Warszawa, 17 stycznia 2011



WISŁAWA SZYMBORSKA NAJBARDZIEJ LUBIANA „CELEBRYTKĄ”. NIETYPOWI CELEBRYCI W PROJEKCIE CEBRA

BADANIE CEBRA JEST UNIKALNYM NA POLSKIM RYNKU NARZĘDZIEM, KTÓRE POZWALA SPECJALISTOM W ZAKRESIE MARKETINGU ORAZ AGENCJOM MEDIOWYM NA WYŁONIENIE PAR TYPU „ZNANA OSOBA + MARKA” O NAJWIĘKSZYM POTENCJALE

Druga odsłona projektu CEBRA pozwala przyjrzeć się nietypowym celebrytom reprezentującym świat kultury wysokiej. Do naszej listy dołączyliśmy **Wisławę Szymborską, Katarzynę Grochołę, Krzysztofa Pendereckiego i Andrzeja Wajdę**. CEBRA pozwala dobrze pokazać w jaki sposób przedstawiciele kultury wysokiej postrzegani są na tle bardziej typowych celebrytów.

Badanie Cebra (celebrity + brand) bazuje na nowym narzędziu badawczym wiodącego w swojej branży instytutu Millward Brown SMG/KRC.

Jest to pierwsze narzędzie wykraczające poza badanie znajomości sławnych osób wśród konsumentów (*Familiarity*) i uwzględnia także pomiar sympatii (*Affinity*) wskazujący, na ile dana osoba jest lubiana oraz pomiar „szumu medialnego” (*Buzz*) tzn. jak dużo się o danej osobie mówi, zarówno w Internecie, jak i poza nim.

Te trzy czynniki (tzw. FAB) składają się na końcowy wskaźnik Cebra, który – po połączeniu z dodatkową analizą osobowości marek i znanych osób – pozwala wyłonić te pary „marka + znana osoba”, które mają największy potencjał rynkowy. Wskaźnik może osiągać wartość od 1 do 100 (1 – wartość najslabsza, a 100 – najlepsza).

Dostępne dane pozwalają na rzetelny audyt pozycji gwiazdy i zrozumienie, czy mamy do czynienia z osobą, która może stać się stałym ambasadorem marki, czy też może być wykorzystana jedynie podczas nadarzającej się okazji (popularność wynikająca z udziału w głośnym wydarzeniu, filmie, serialu telewizyjnym).

Wisława Szymborska jest na szczycie rankingu pod względem sympatii - 91% respondentów, którzy ją znają deklaruje, że odczuwa do znanej poetki sympatię.

Odpowiednio pozytywne skojarzenia z osobą **Andrzeja Wajdy** deklaruje 85%, **Krzysztofa Pendereckiego** 83%, a **Katarzyny Grocholi** 72%. Podobnie wysokie oceny uzyskują omawiane postaci w rankingu talentu i zdolności twórczych: Wisława Szymborska 92%, Andrzej Wajda 91%, Krzysztof Penderecki 86% i Katarzyna Grochala 74%.

CEBRA ma za zadanie odpowiednio „kojarzyć” celebrytów i marki. Dla przykładu marki „bliskie”:

- Wisławie Szymborskiej - Tissot, ING, Soraya, Winiary
- Katarzynie Grocholi – Knorr, Gillette, Winiary, Rexona
- Krzysztofowi Pendereckiemu – BPH, Orlen, Mercedes, Tissot
- Andrzejowi Wajdzie – Tissot, BPH, Mercedes, Nissan

Badanie CEBRA zostało zainicjowane w 2010 roku z myślą o zaoferowaniu informacji i analiz medialnych spółkom z branży medialnej (rozpoznanie i wykorzystanie marek mediów), agencjom (wsparcie silnych strategii ukierunkowanych na konkretne kanały medialne) i reklamodawcom (optymalizacja inwestycji medialnych). Ostatnia fala badania CEBRA została zrealizowana w grudniu 2010, metodą CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) na reprezentatywnej próbie 1900 internautów w wieku 15-60 lat.

Kontakty: Malgorzata.Polawska@millwardbrown.com
Pawel.Ciacek@millwardbrown.com

MillwardBrown SMG/KRC

Instytut Badania Rynku i Opinii Publicznej SMG/KRC (www.smgkrc.pl) powstał w 1990 roku. W ciągu dwudziestu lat swojej działalności stał się największym ośrodkiem badań marketingowych w Polsce i na całym obszarze Europy Środkowej i Wschodniej.

Firma specjalizuje się w: badaniach komunikacji masowej i kondycji marek (pre-testy, post-testy reklam, trackingi, badania strategii i kondycji marek), zaawansowanych badaniach jakościowych, badaniach mediów. Najlepiej znane projekty prowadzone przez SMG/KRC to: Target Group Index (studium konsumpcji marek i mediów), PBC (drugi co do wielkości w Europie system pomiaru czytelnictwa prasy), Radio Track (drugi co do wielkości w Europie system pomiaru słuchalności radia), CAPIBUS, Omnibus „Matki” i Omnibus „Młodzież”, Net Track - badanie użytkowników polskiego Internetu.

Od 2000 roku instytut SMG/KRC Poland jest członkiem globalnej sieci Millward Brown International i funkcjonuje pod nazwą Millward Brown SMG/KRC.