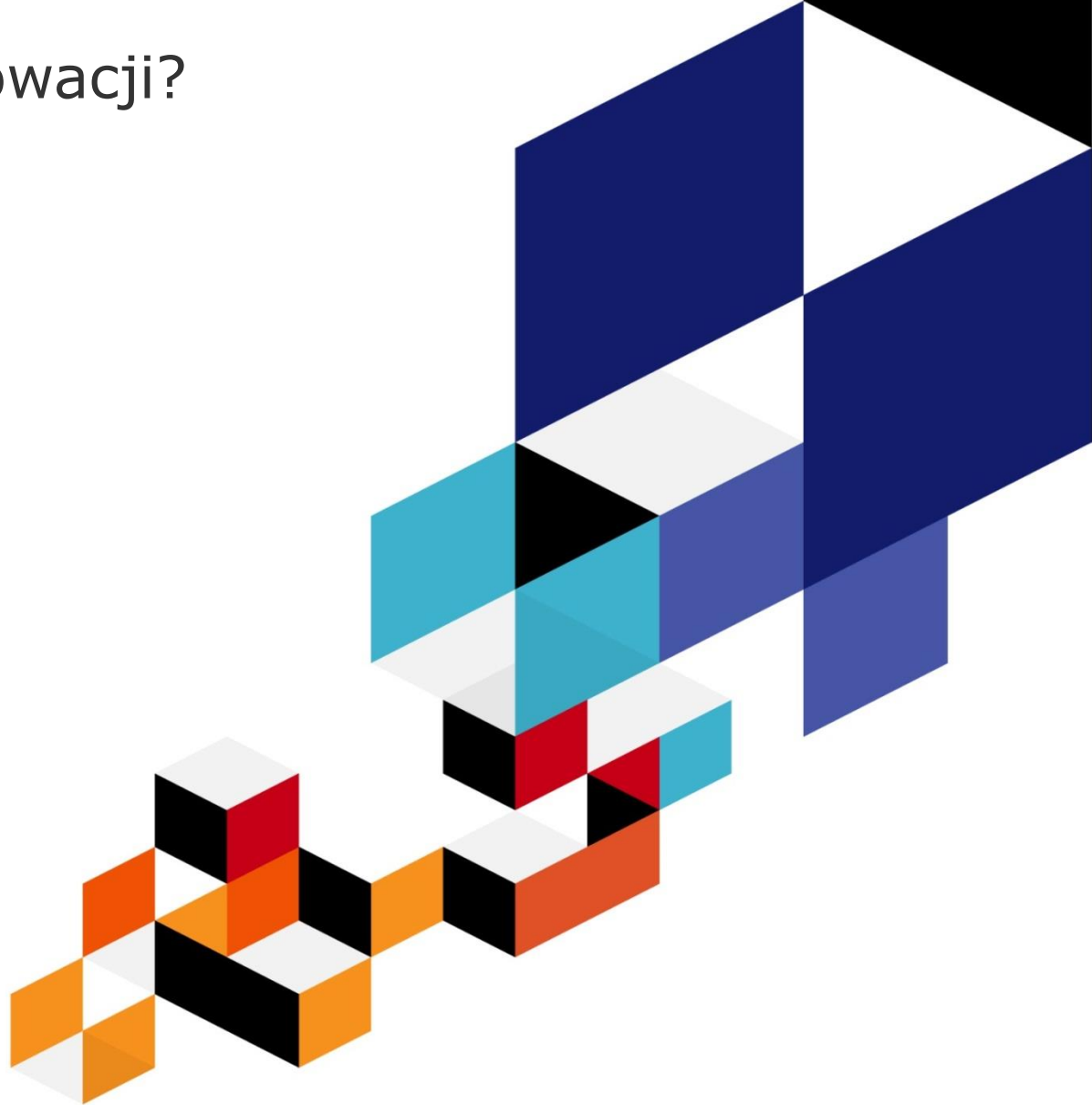


Czy Polacy chcą innowacji?



Czy Polacy chcą innowacji?

© TNS czerwiec 2015

Innowacja. Etap bullshit-bingo?



W maju 2012 WSJ zadał sobie trud zmierzenia się z tym pojęciem. Policzył, że słowo „innowacja” (w różnych odmianach) padło w rocznych i kwartalnych raportach spółek

notowanych na giełdzie w NY **33.528** razy.

WSJ policzył dodatkowo, że taka liczba przywołań pojęcia „innowacja” i jego odmian to

wzrost o **64%** wobec stanu rok wcześniej.

Wysoka liczba „innowacji” w raportach spółek technologicznych nikogo nie dziwiła...

Google

14



22

10

20

Ale już w raportach takiego P&G, nic nie wspominając o Campbell's – i owszem.



W tym samym czasie...

Czy Polacy chcą innowacji?

I ty to nazywasz Innowacją? Taki był tytuł tego artykułu



Konkluzją było stwierdzenie, że obok takich pojęć jak „synergia” czy „optymalizacja” pojęcie innowacja/ innowacyjność stało się kolejnym elementem korporacyjnego żargonu, które już dawno straciło swoje pierwotne znaczenie wiążące je z odkryciem, przełomem.

Co się mieści w tej przestrzeni? I czego możemy się po niej spodziewać?



Modyfikacja zachowań

Szersze portfolio w ramach tej samej kategorii

Nowi konsumenci, nowe okazje, nowe sub-kategorie/ kategorie

Zmiana zachowań

Otwarcie zupełnie nowej płaszczyzny konkurencji

Czy Polacy chcą innowacji?

Przyjmijmy, że innowacje to ...



Monitorowanie osobistych parametrów

17

28

35



Samochód podłączony do internetu

14

28

38



Wearable technology

14

20

43



Asset-light lifestyle

23

17

39



Ekonomia dzielenia się

20

12

47



Multiscreening

27

20

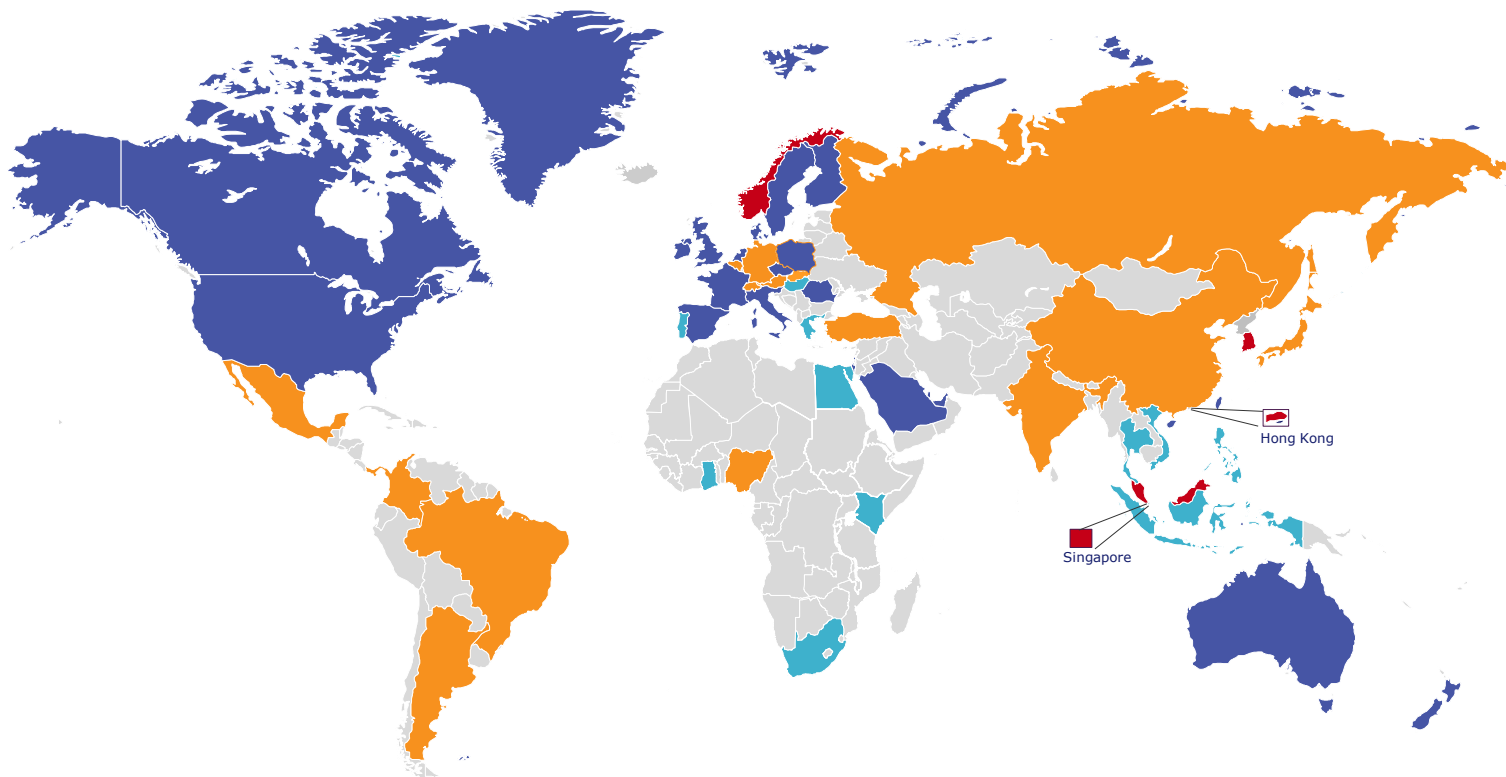
33

■ korzystający ■ zainteresowani ■ niezainteresowani

Czy Polacy chcą innowacji?

... Inteligentny dom, drukarki 3D

Fast followers pod względem aktualnej adopcji cyfrowych trendów



- Markets not covered
- Slow adopters
- Followers
- Fast followers
- Early adopters



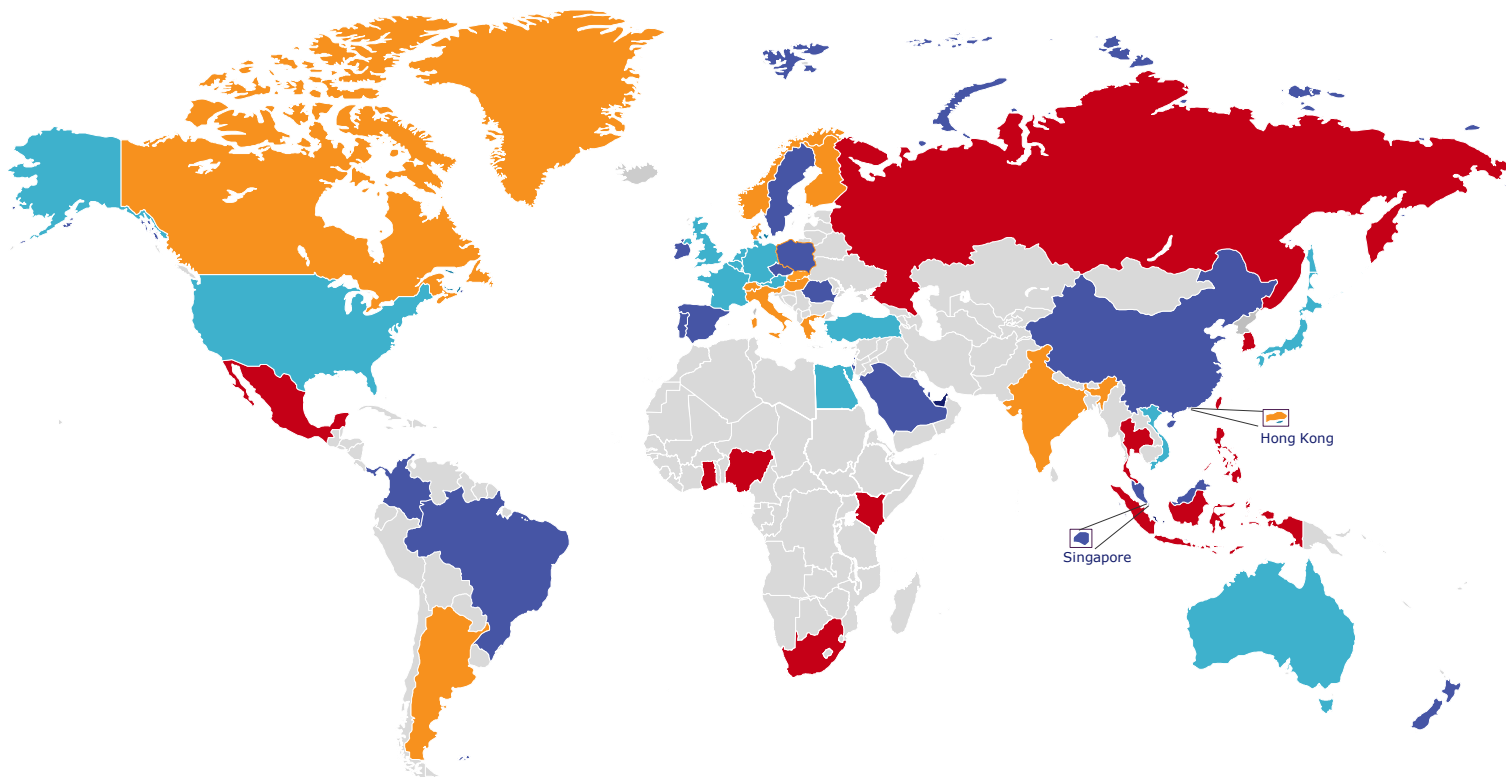
Czy Polacy chcą innowacji?

© TNS czerwiec 2015

Connected Life 2014

H1. Usage of new digital trends
Base: Global (54,775) | Poland (979)
Note: See definition page for details of market classification

... i pod względem zainteresowania nimi



■ Markets not covered ■ Slow adopters ■ Followers ■ Fast followers ■ Early adopters



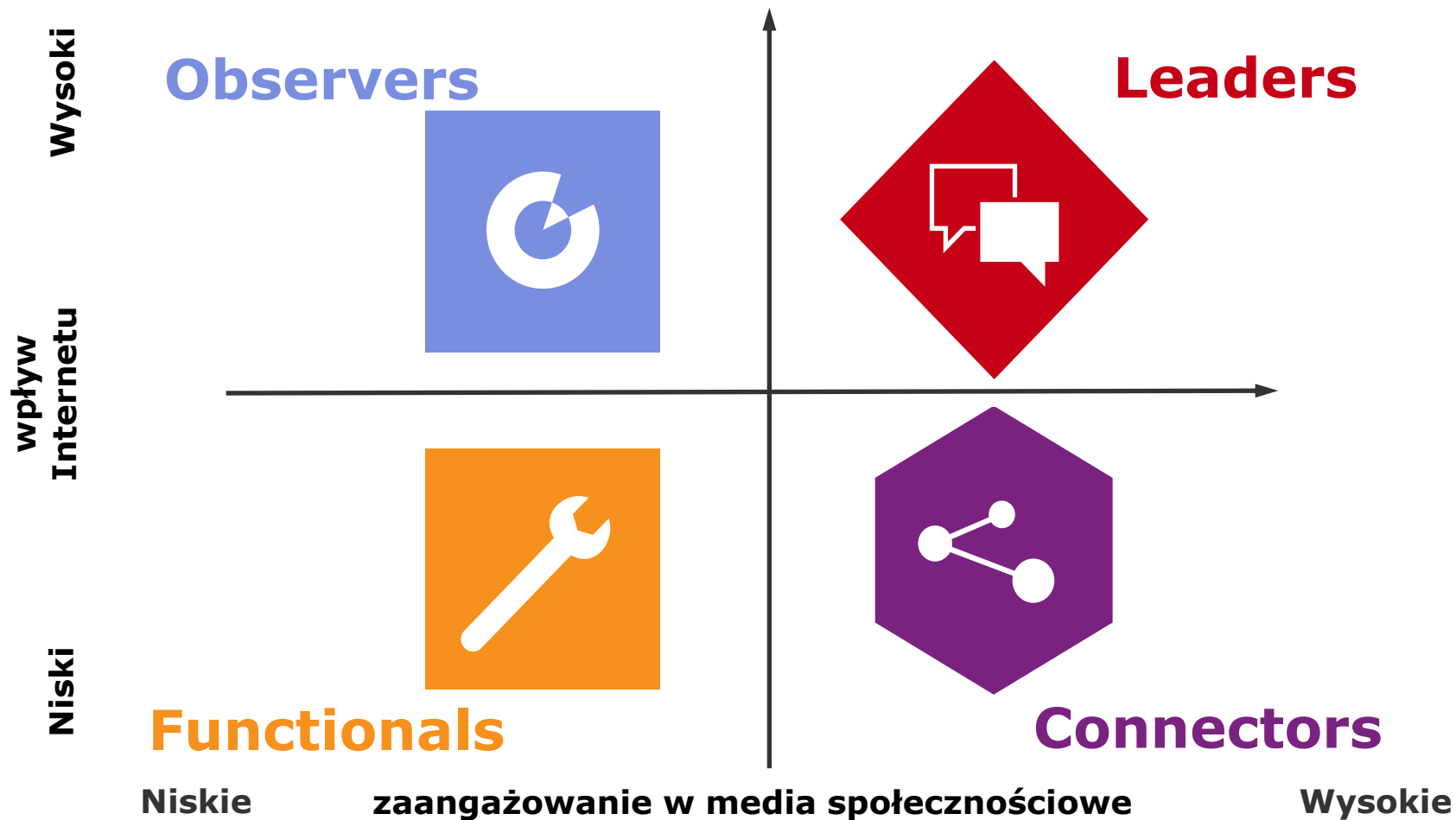
Czy Polacy chcą innowacji?

© TNS czerwiec 2015

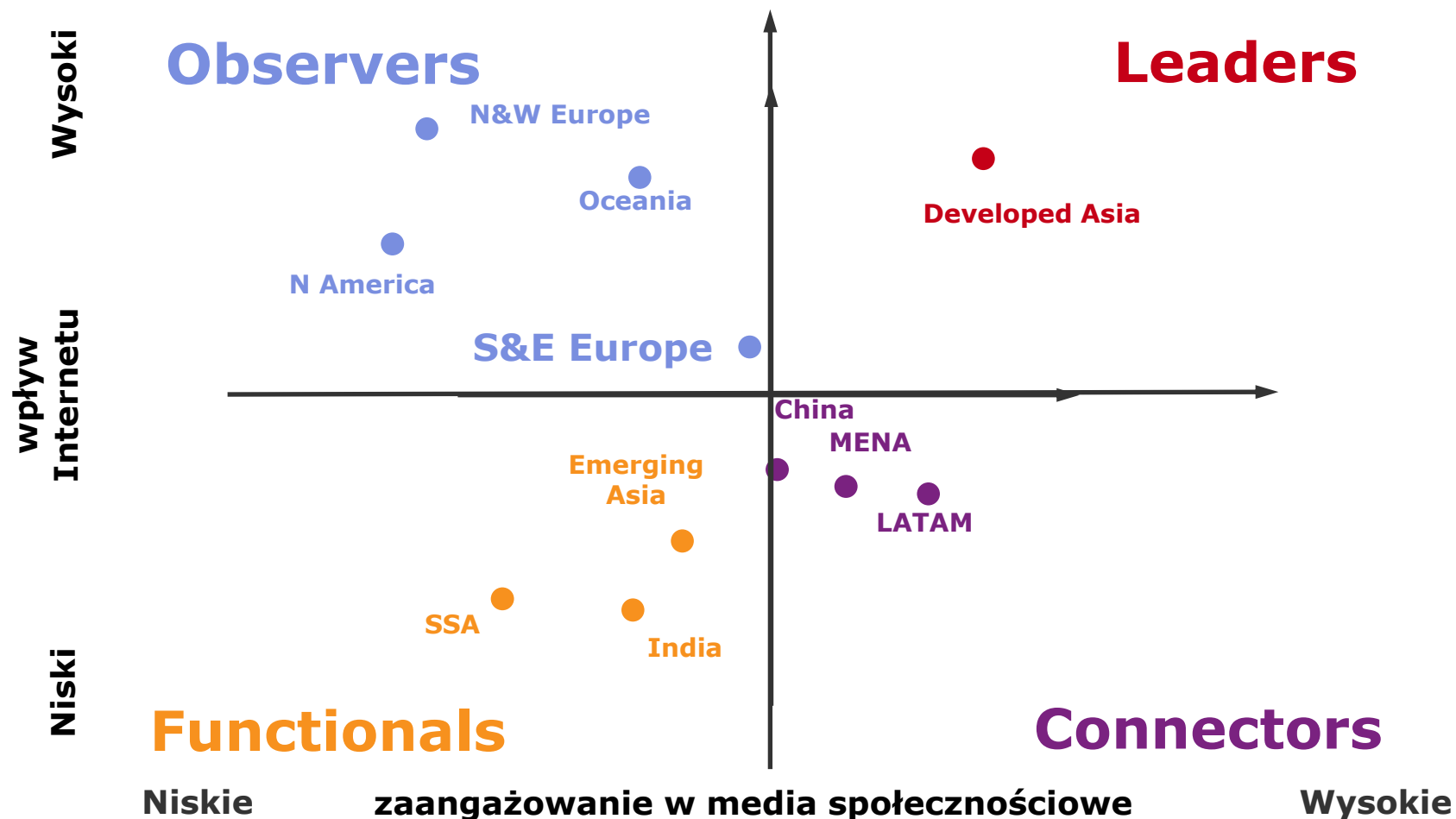
Connected Life 2014

H2. Interest towards new digital trends
Base: Global (54,775) | Poland (979)
Note: See definition page for details of market classification

Komu zawdzięczamy pozycję fast followersów



Internauci nie są jednorodni



Czy Polacy chcą innowacji?

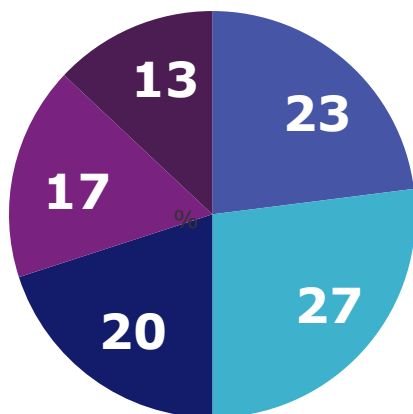
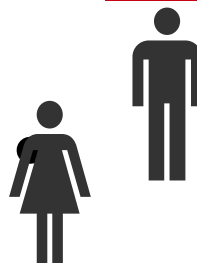
Connected Life 2014

Jak rozpoznać lidera?

Internauci

54%

46%

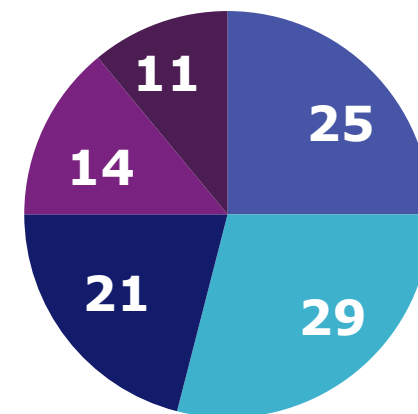


- 16-24 lata
- 25-34 lata
- 35-44 lata
- 45-54 lata
- 55-65 lata

Leaders

55%

45%



... brak różnic ze względu na wielkość miejscowości, dochód, poziom wykształcenia, posiadanie dzieci

Czy Polacy chcą innowacji?

Connected Life 2014

Jak rozpoznać lidera?

Internauci

Leaders

4.6

Liczba urządzeń

5.1



bardziej ...

...aktywni w zakresie zakupów różnych kategorii,

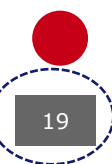
...otwarcia na relacje z markami,

...aktywni w zakresie ecommerce ...

Czy Polacy chcą innowacji?

Connected Life 2014

Jak rozpoznać lidera?

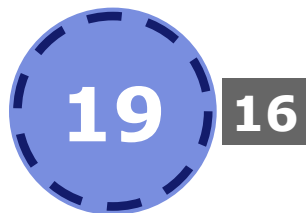


Ogół Polaków, internautów

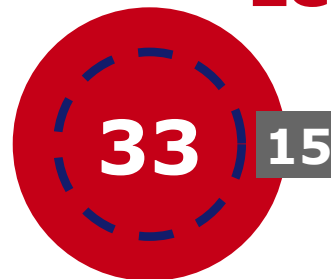
Klienci zamożni, internauci

Wysoki

Observers



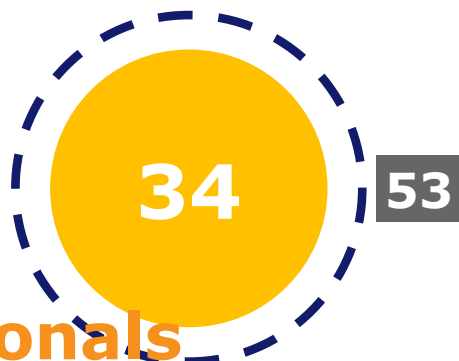
Leaders



wpływ Internetu

Niski

Functionals



Connectors



Niskie

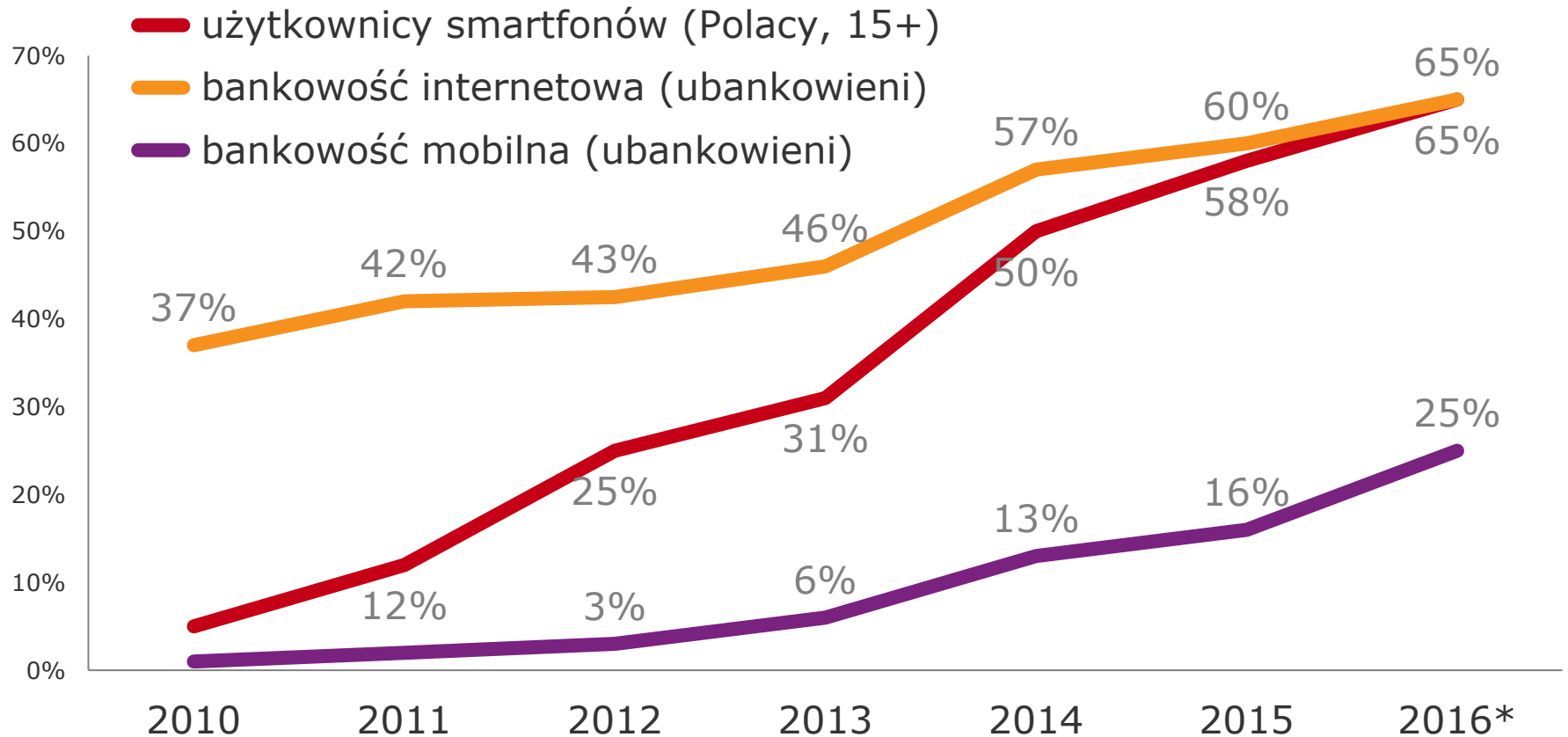
zaangażowanie w media społecznościowe

Wysokie

Czy Polacy chcą innowacji?

Connected Life 2014

Absorbpcja samej technologii przebiega szybciej niż jej zastosowanie w finansach



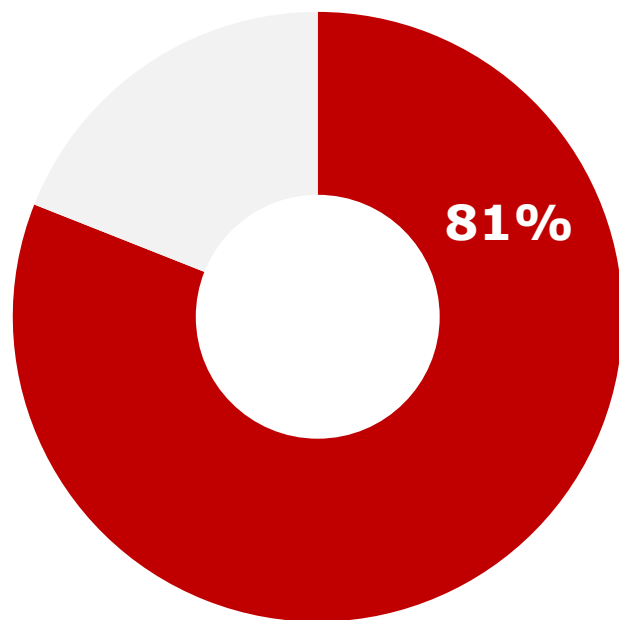
Źródło: Badania własne TNS Polska (ogólnopolska próba reprezentatywna dla osób powyżej 15 lat)



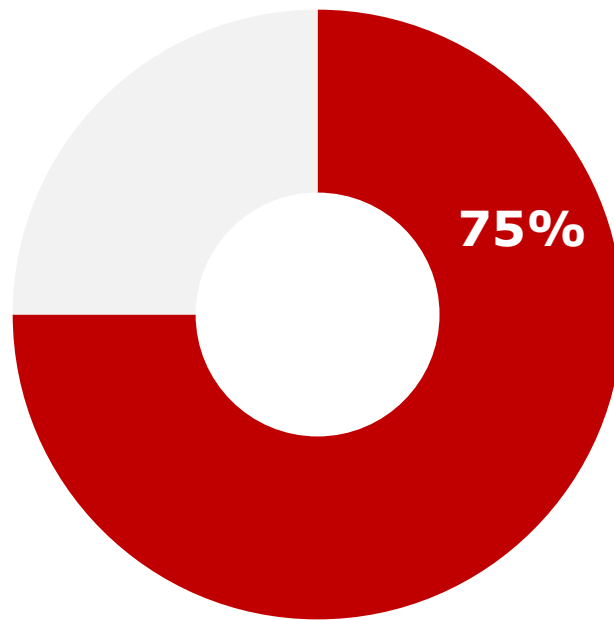
Czy Polacy chcą innowacji?

Znaczenie innowacji

Innowacje pozwalają zaoszczędzić czas



Innowacje pomagają mi w codziennym życiu



Raport dla 3M, Innowacyjny jak Polak, 2014, Podstawa: Polacy 15+



Czy Polacy chcą innowacji?

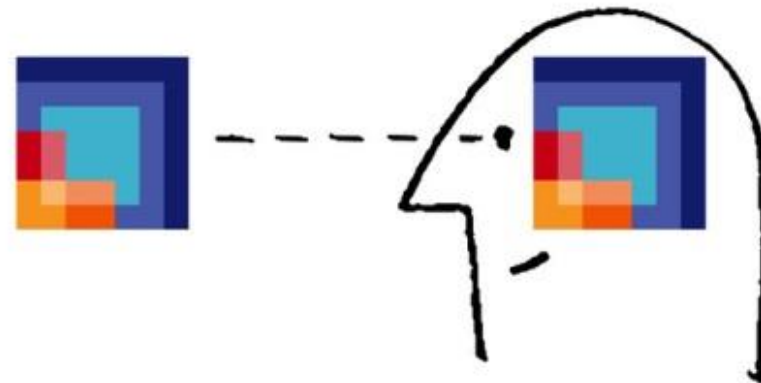
Do podsumowania

- Polacy chcą innowacji
- Ułatwienie procesów i możliwość zaoszczędzenia czasu to często ważniejszy argument niż niższe koszty
- Dotarcie z nowymi rozwiązaniami do szerokiej grupy odbiorców – nie tylko early adopters
- Nie ograniczamy nowych rozwiązań tylko do „gadżeciaży” lub osób zaawansowanych technologicznie. Ważny czynnik – social engagement



Czy Polacy chcą innowacji?

Dziękujemy



Karolina Flaht

Karolina.flah@tnsglobal.com

728 421 620

Agnieszka Rządca

Agnieszka.rzadca@tnsglobal.com

721 421 626

TNS Polska | ul.Wspólna 56 00-687 Warszawa | 22 598 98 98 | www.tnsglobal.pl



Czy Polacy chcą innowacji?

© TNS czerwiec 2015