

Mottagarmakt

2020

Så vill kunder ta emot kommunikation
från företag och myndigheter.



Undersökningen i korthet



Så vill kunden få information i form av ...

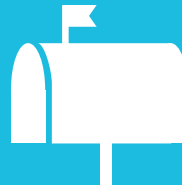
Postlåda
och mejl
är de
starkaste
kanalerna

... reklam

1  **49 %**
Mejl

2  **30 %**
Postlådan

... administrativ kommunikation

1  **32 %**
Postlådan

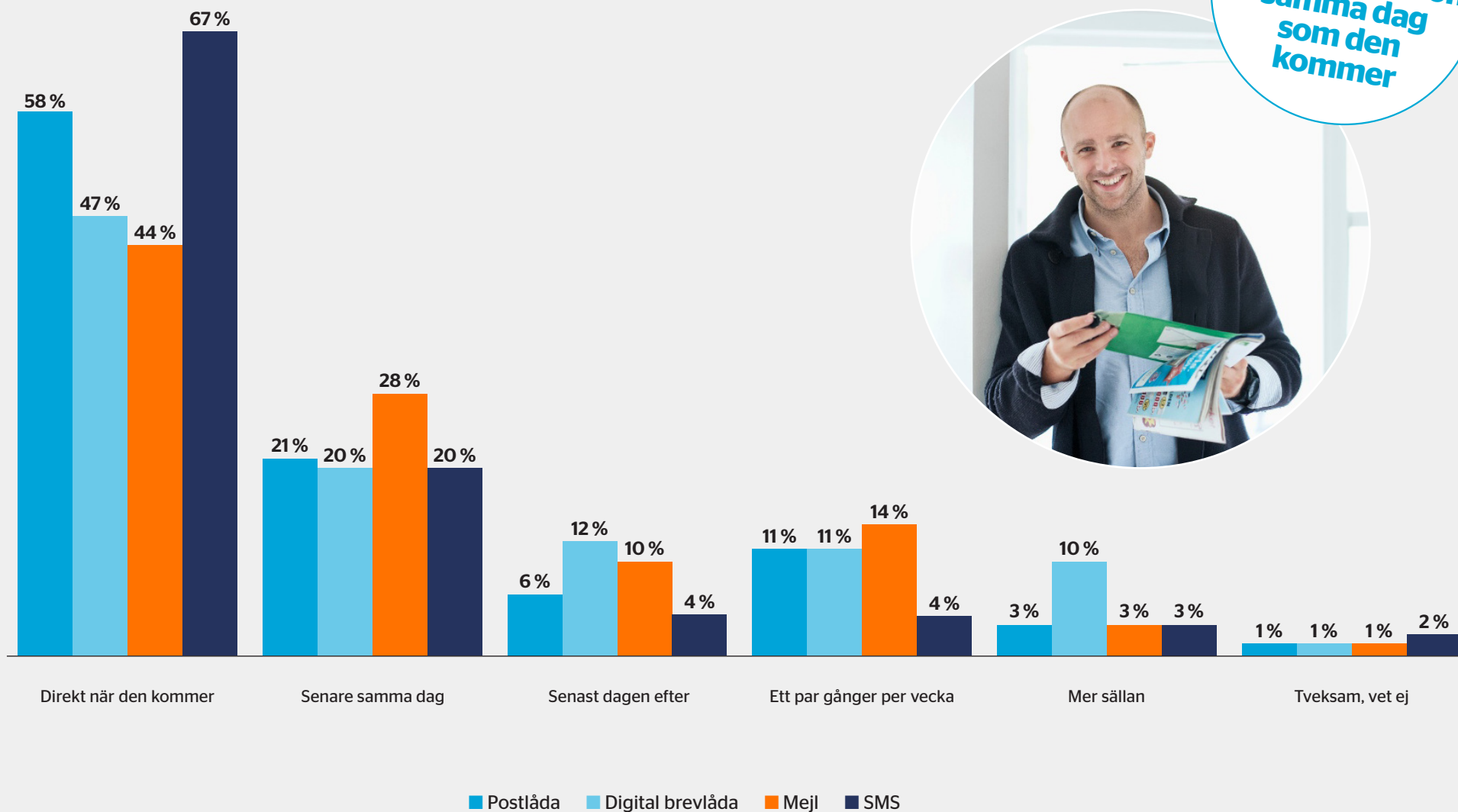
2  **31 %**
Mejl

3  **24 %**
Digital brevlåda

Källa: Mottagarundersökning – Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO

Då tar kunden del av informationen

Vi tar
oftast del av
kommunikation
samma dag
som den
kommer



Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO

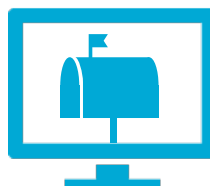
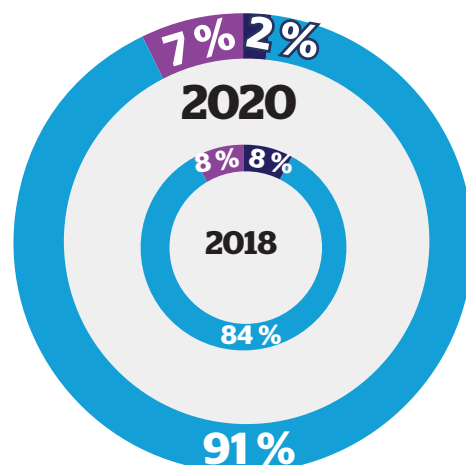
Postlådor – fysisk och digital

84 %
tömmer
postlådan
varje
vardag!

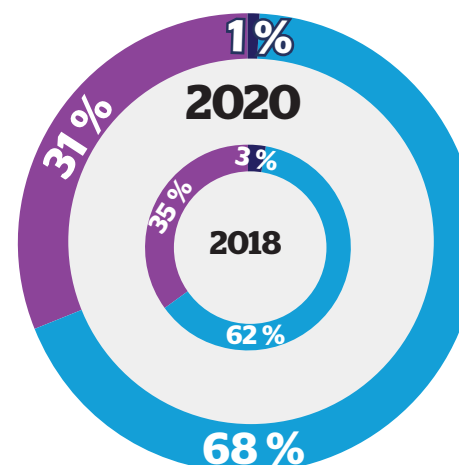
Vilka dagar brukar ni ta hand om posten?



Känner du till att det finns digitala brevlådor?

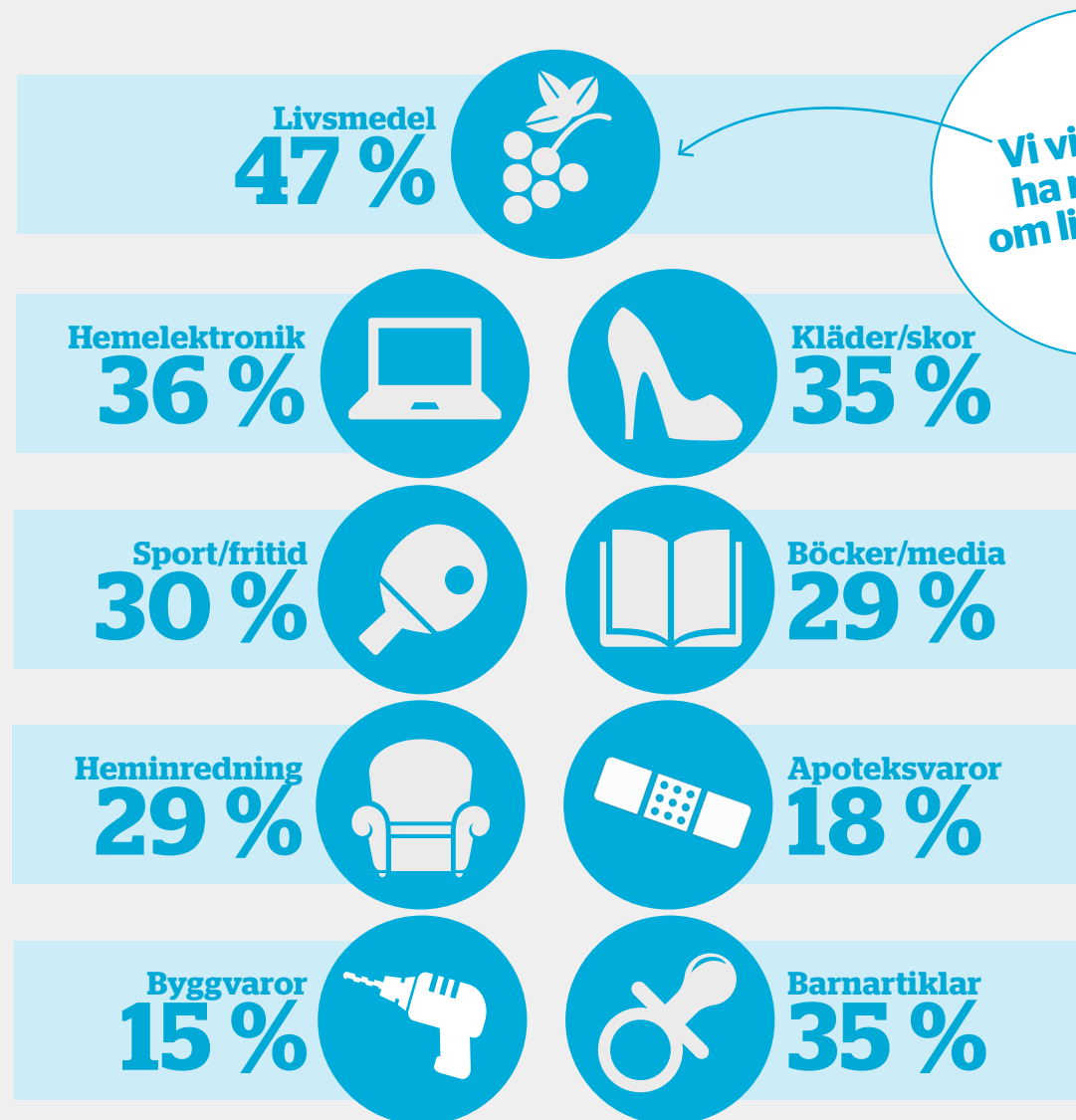


Är du själv ansluten till någon digital brevlåda?



Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO - Mottagarmakt 2017 - NCC 2018

Intressant att ta del av kommunikation vad gäller ...



Vi vill helst
ha reklam
om livsmedel



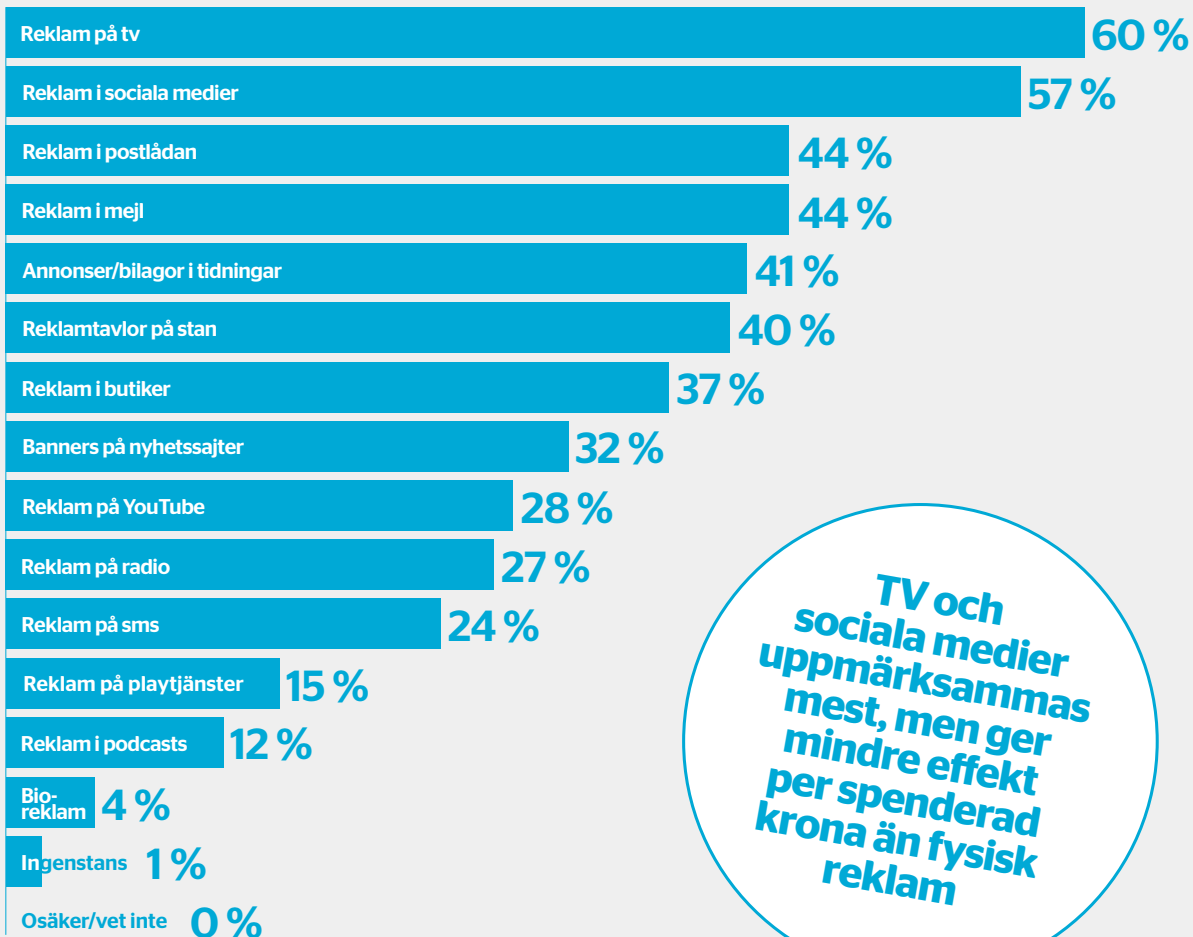
Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO, "Inom vilket eller vilka av dessa områden tycker du att det kan vara intressant att ta del av info, reklam"

Därför tar vi del av reklam ... och så agerar vi



Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020

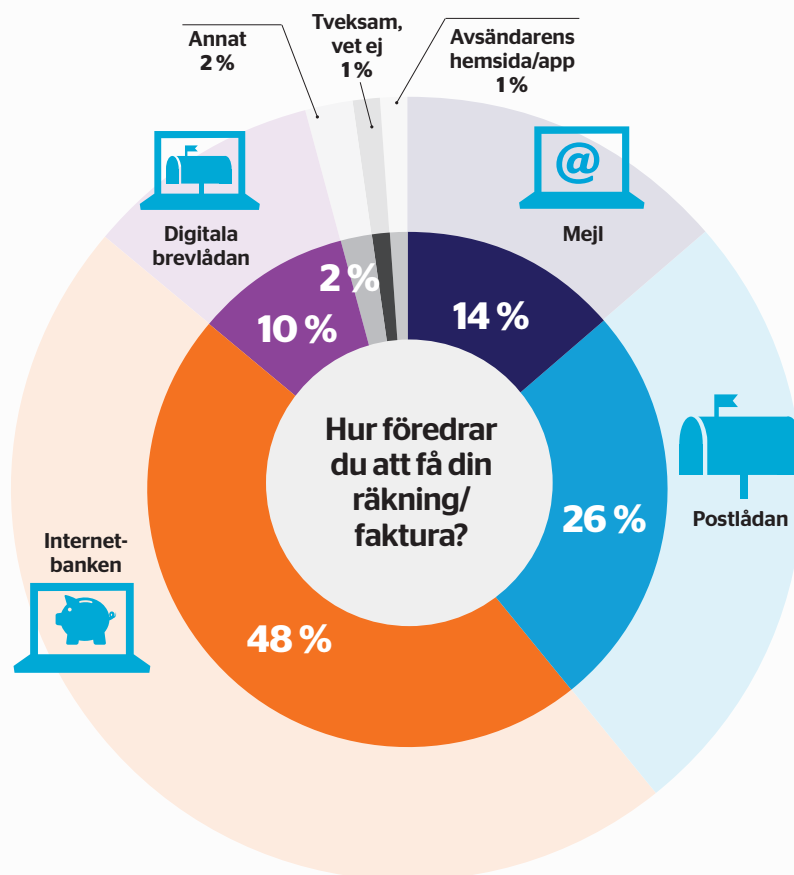
Här ser vi reklam



TV och sociala medier uppmärksammas mest, men ger mindre effekt per spenderad krona än fysisk reklam

Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020 - SIFO, IRM Årsrapport 2019. "Om du tänker på en vanlig dag, var brukar du se/höra reklam"

Så föredrar vi att få fakturor



Källa: Mottagarundersökning – Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO – NCC 2018

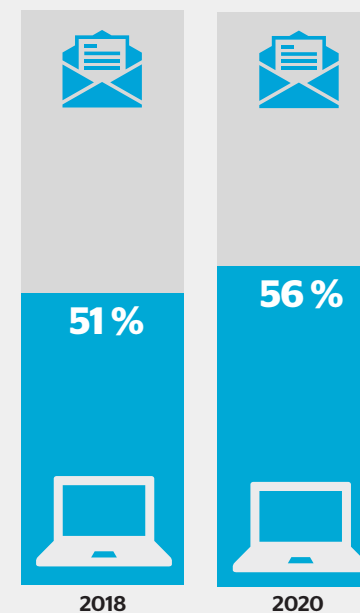


9,3

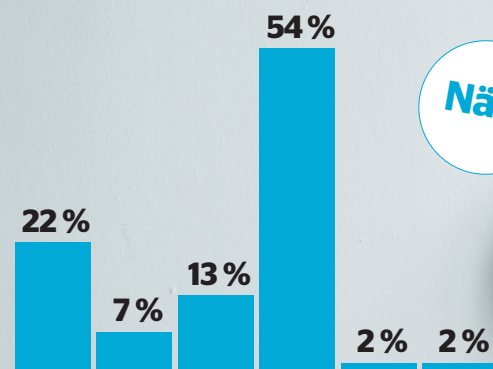
... fakturor är det genomsnittliga antalet som varje svenskt hushåll får i månaden.



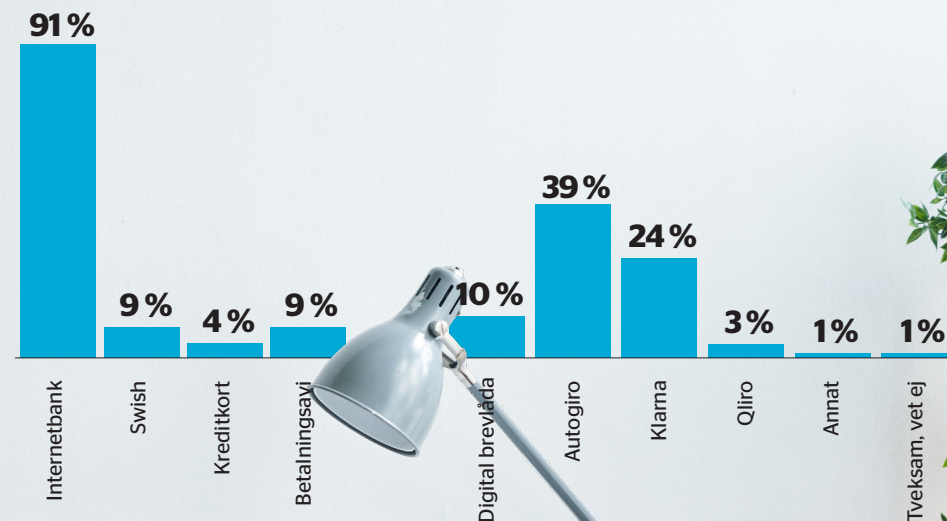
Så stor andel av fakturorna är digitala



Då och så betalas hushållets fysiska fakturor



Hur?



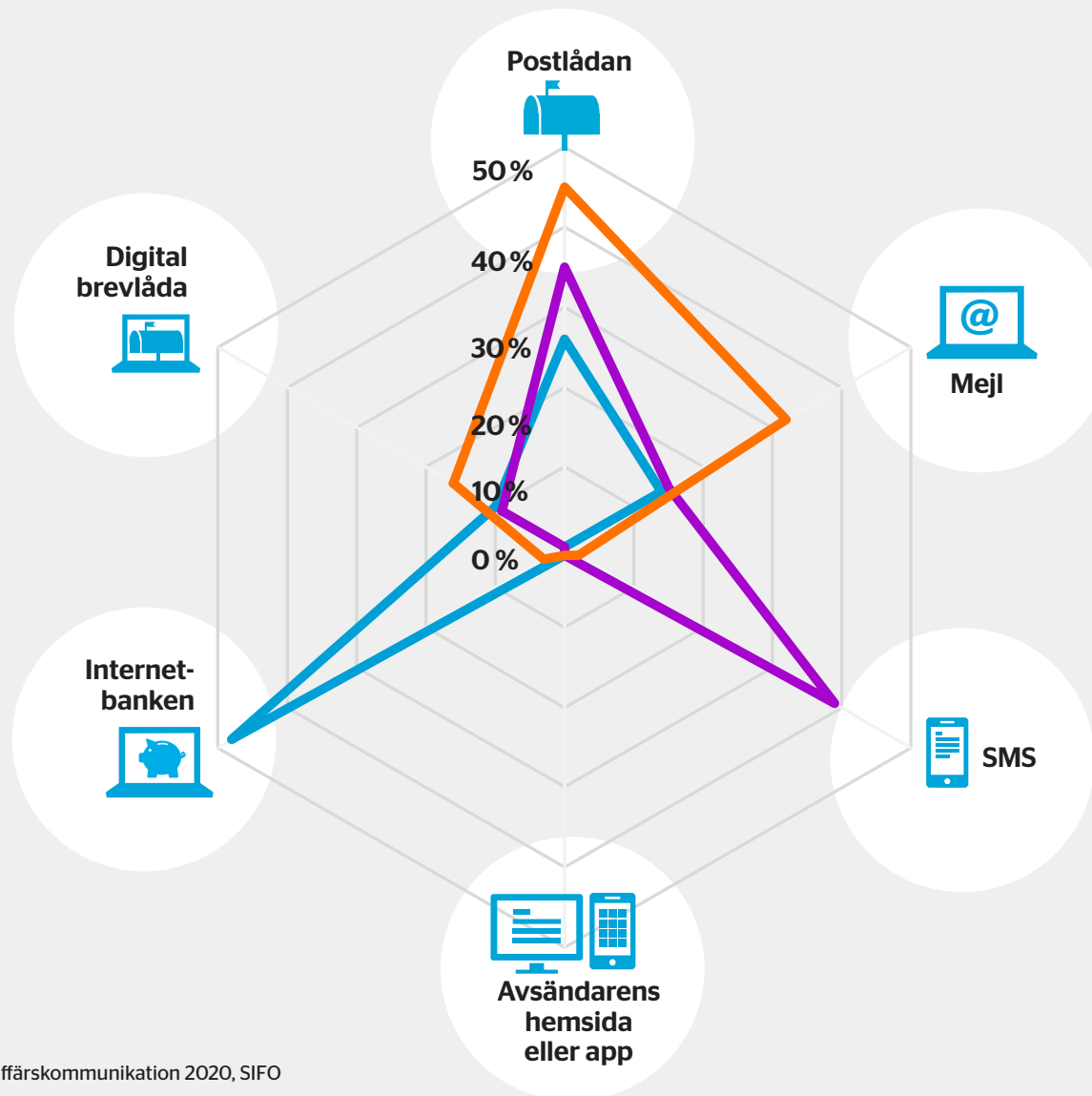
Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO

Så föredrar vi att få ...

... räkning/faktura ■

... kallelse/information
från sjukvård/tandläkare ■

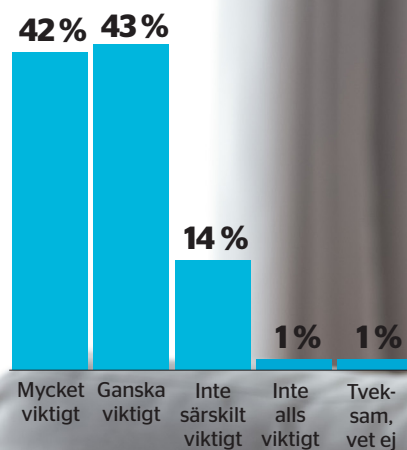
... information gällande
avtal/villkorsförändring ■



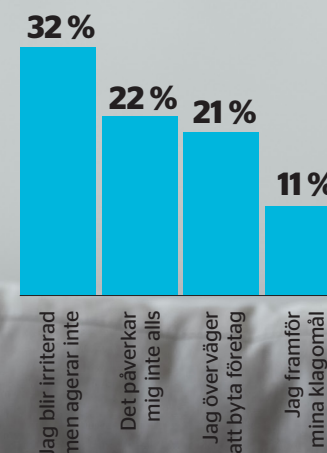
Källa: Mottagarundersökning – Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO

Preferenser om kommunikation/information

Hur viktigt är det för dig att
välja hur du blir informerad?

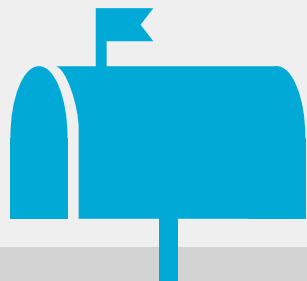


Hur påverkar det dig som
kund om du inte får välja?



Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO

Fördelar med att informationen kommer ...



... i postlådan

Överskådligt/
bra kontroll

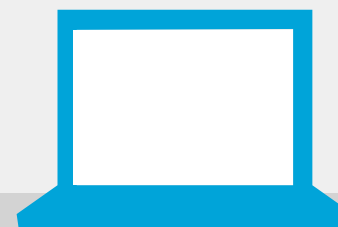
55 %

Enkelt att
spara/arkivera

29 %

Säkert/
tryggt

13 %



... digitalt

Kan nå informationen
var jag än befinner mig

62 %

Snabbt

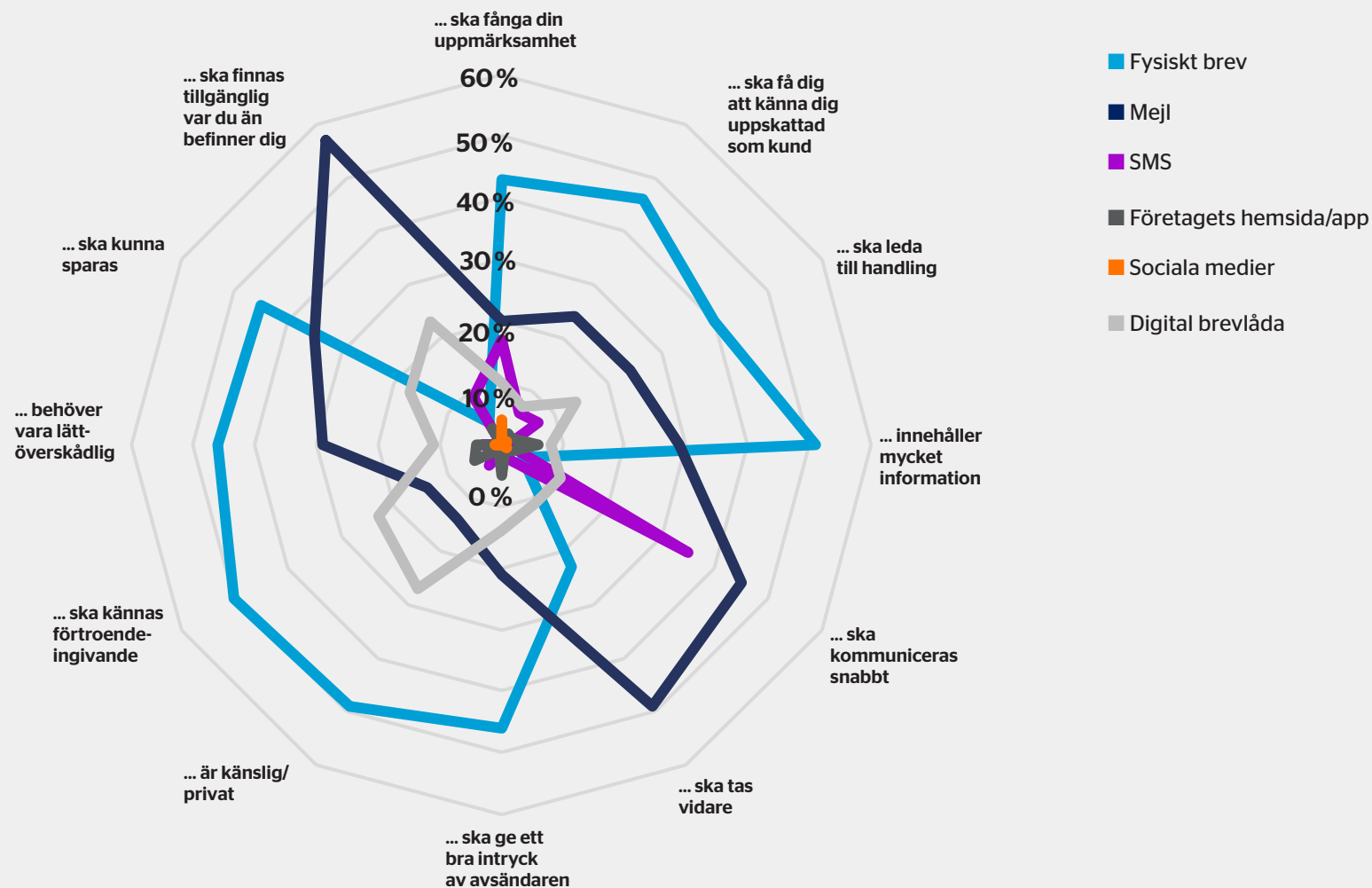
39 %

Säkert/
tryggt

31 %

Källa: Mottagarundersökning - Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO

Denna kommunikationskanal fungerar bäst när informationen ...



Källa: Mottagarundersökning – Reklam och affärskommunikation 2020, SIFO

Mottagarmakt 2020

PostNord har under många år undersökt svenskarnas mediekonsumtionsvanor i olika mätningar, bland annat i DR-monitorn och Brevvanerappen. Senast dessa undersökningar gjordes kallades rapporterna Nordic Advertising Compass och Nordic Channel Compass och omfattade ett nordiskt innehåll. 2020 har vi gått tillbaka till att göra en undersökning avseende den svenska marknaden och låtit den omfatta både reklam och administrativ kommunikation. Vi kallar mätningen Mottagarmakt 2020.

Undersökningen är gjord online av Kantar Sifo. Urvalet har varit 3 493 st återkontakter via Orvesto Konsument 2019:3.