



## Badanie skuteczności kampanii „Zawód Żołnierz”




Przygotował: dr Grzegorz Banerski  
Grudzień, 2008

# Podsumowanie – diagnoza kampanii

## Kampania telewizyjna

- 39% procent respondentów widziało reklamę telewizyjną, co można uznać za wynik nieco powyżej przeciętnej.
  - Reklama telewizyjna została uznana za atrakcyjną.
  - Reklama angażuje uwagę w pozytywny sposób. Wyniki dla reklamy telewizyjnej Wojska Polskiego znacznie przewyższają normy dla reklam na wymiarach pozytywnie angażujących uwagę (wciągająca, wyróżniająca się i interesująca) .
  - Powiązanie reklamy z „marką” jest na bardzo wysokim poziomie.
  - Reklama telewizyjna jest w stanie wpłynąć pozytywnie na atrakcyjność zawodu żołnierza.
  - Reklama Wojska Polskiego jest bardzo łatwa do zrozumienia przez osoby badane.
  - Badane osoby w umiarkowany sposób są skłonne uwierzyć, że treści przekazywane przez reklamę są prawdziwe.
  - Reklama w pozytywny sposób zmienia ocenę zawodowego Wojska Polskiego
- „Wojsko charakteryzuje profesjonalizm” to główne wrażenie jakie po sobie pozostawiła reklama telewizyjna Wojska Polskiego.

Generalnie osoby, które widziały wcześniej reklamę (przed jej emisją podczas badania) oceniały ją lepiej na większości badanych wymiarach.

-  Wynik powyżej przeciętnej
-  Wynik przeciętny
-  Wynik poniżej przeciętnej

**KIEDY?**

**Grudzień 2008**

**JAK?**

**Badanie realizowane techniką CAWI – badanie przeprowadzone przy wykorzystaniu Internetu**

**ILE?**

**Próba n=820 wywiadów**

**GDZIE?**

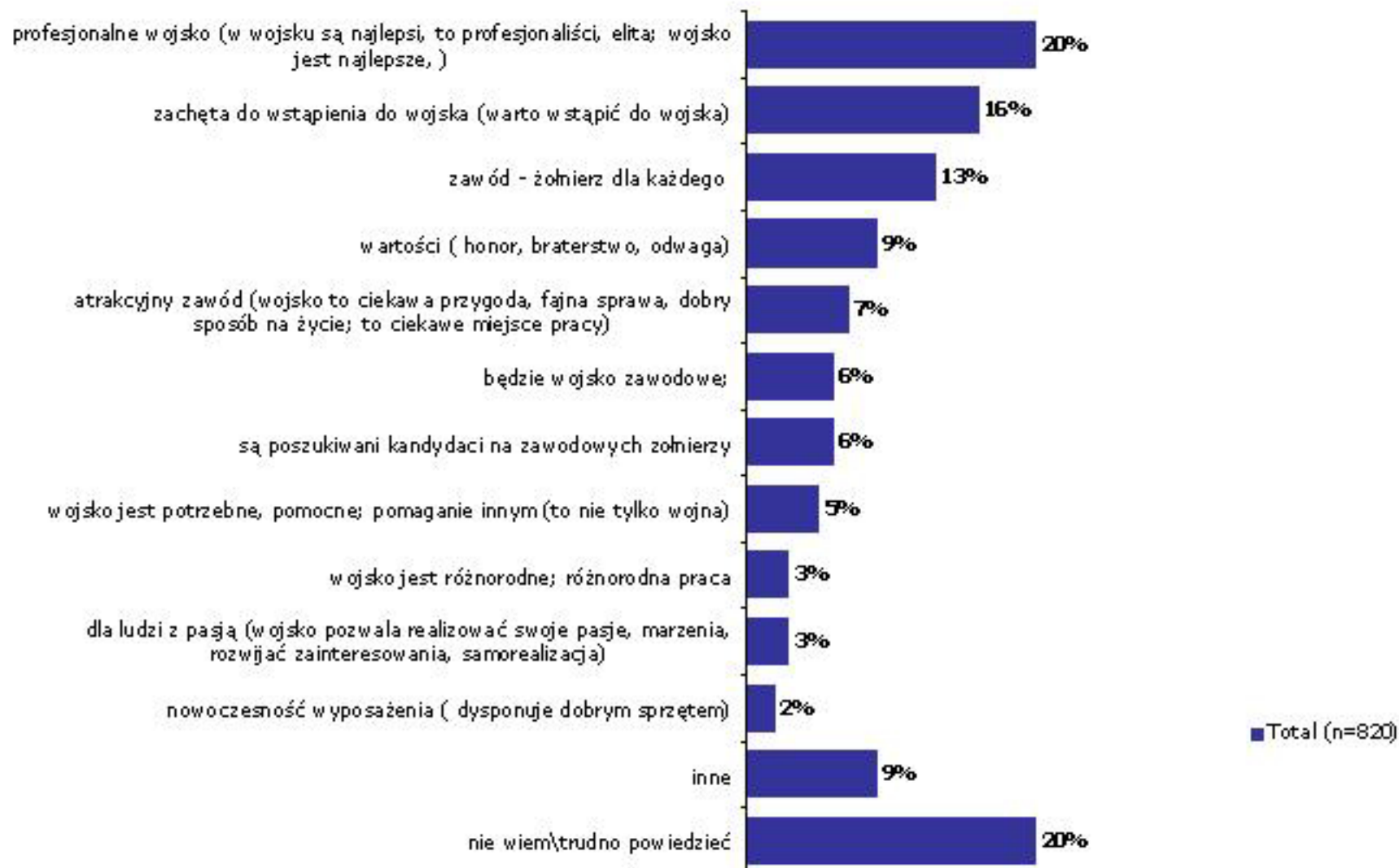
**Badanie na terenie całej Polski**

**KTO?**

**Osoby w wieku 17 – 20 lat  
21 – 30 lat**

## Odczytane komunikaty

RT8\_0. Jak była główna informacja o Wojsku Polskim, którą przekazała Panu(i) ta reklama?\*

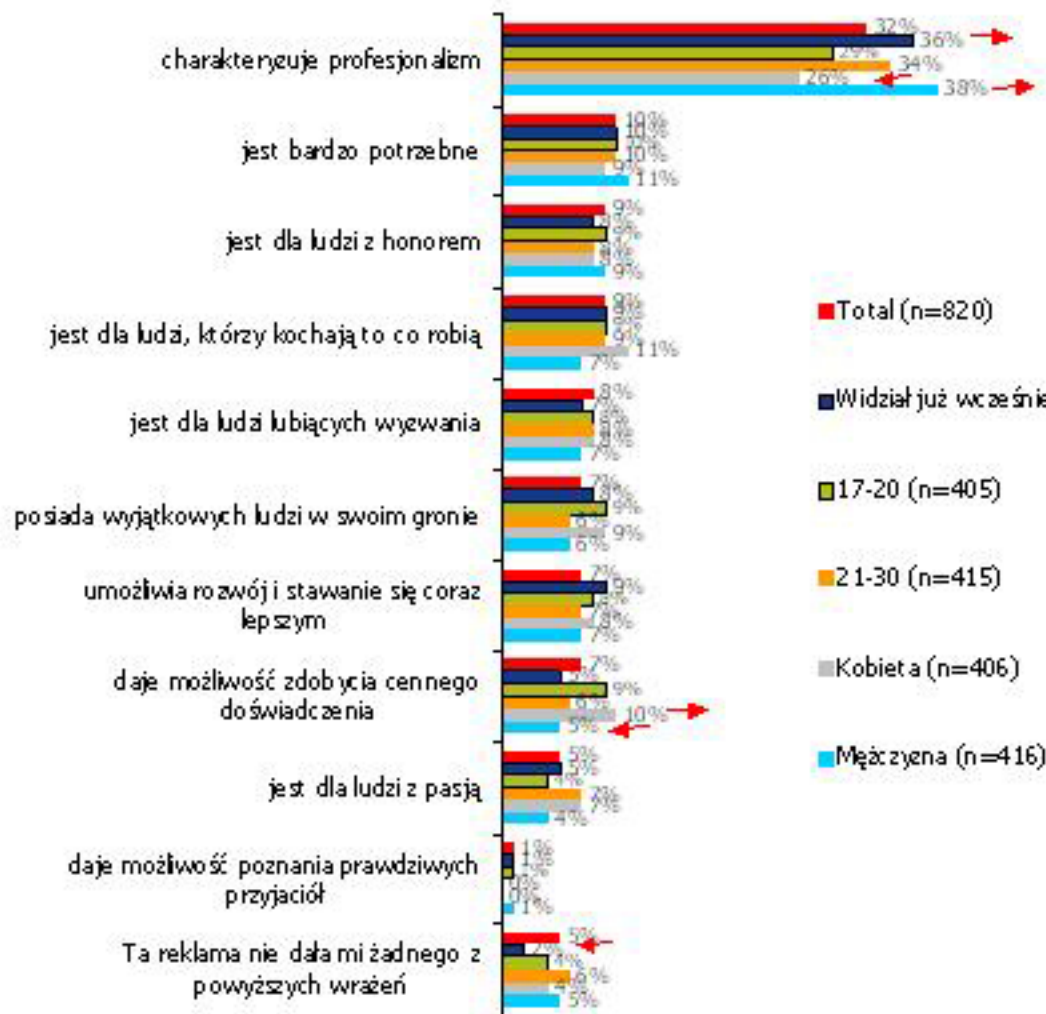


\*zrekodowane pytanie otwarte



## Najsilniejszy komunikat odczytany z reklamy

RTB9 „Jakie **jedno, najsilniejsze** wrażenie o Wojsku Polskim dała Panu/i ta reklama?”



„Wojsko charakteryzuje profesjonalizm” to główne wrażenie jakie po sobie pozostawiła reklama telewizyjna Wojska Polskiego.

■ Total (n=820)

■ Widział już wcześniej tę reklamę w telewizji (n=318)

■ 17-20 (n=405)

■ 21-30 (n=415)

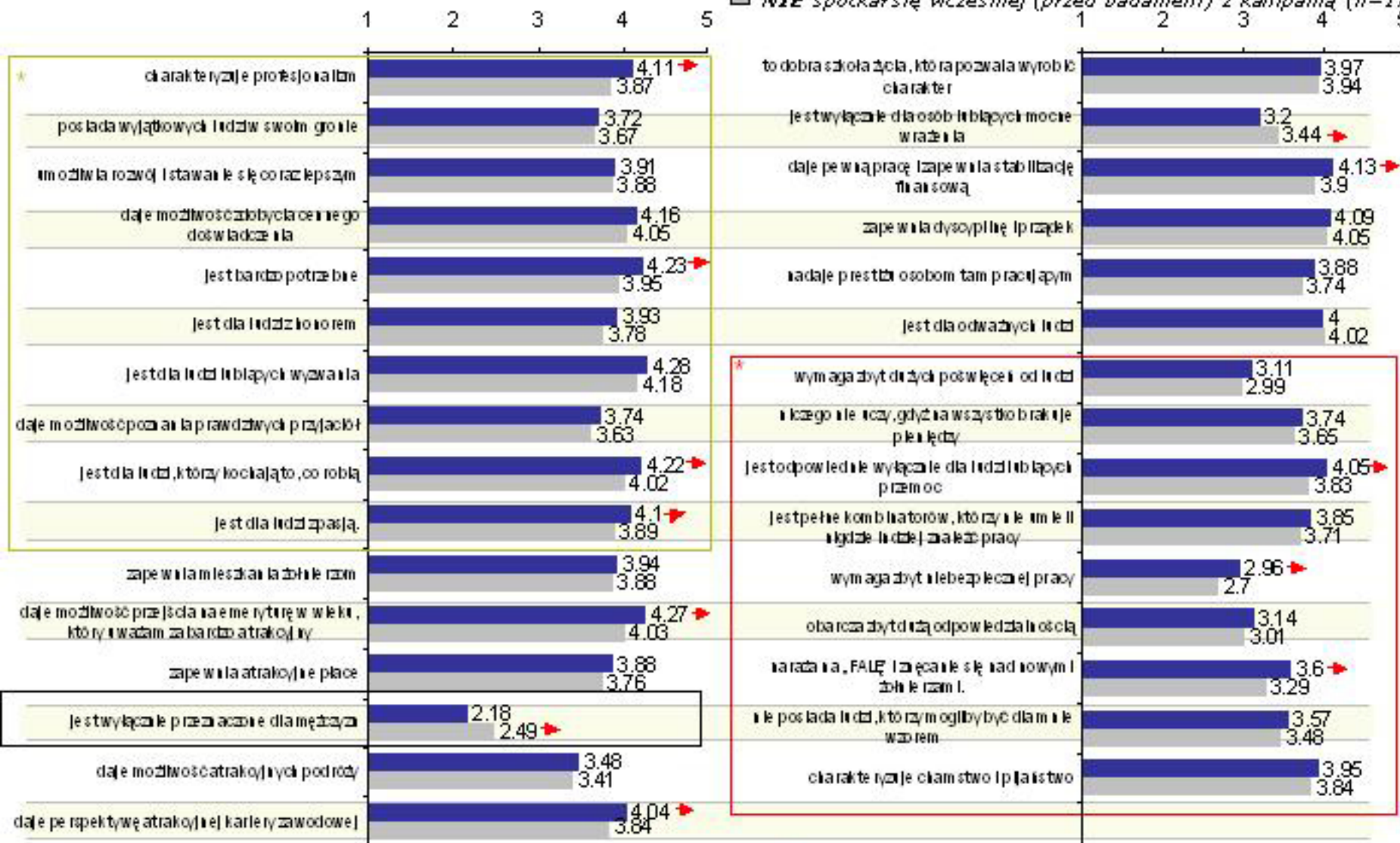
■ Kobieta (n=406)

■ Mężczyzna (n=416)

# Wpływ kampanii na opinie o zawodowym Wojsku Polskim

■ Spotkał się wcześniej (przed badaniem) z kampanią (n=642)

■ NIE spotkał się wcześniej (przed badaniem) z kampanią (n=178)



\* Stwierdzenia zawarte w kampanii

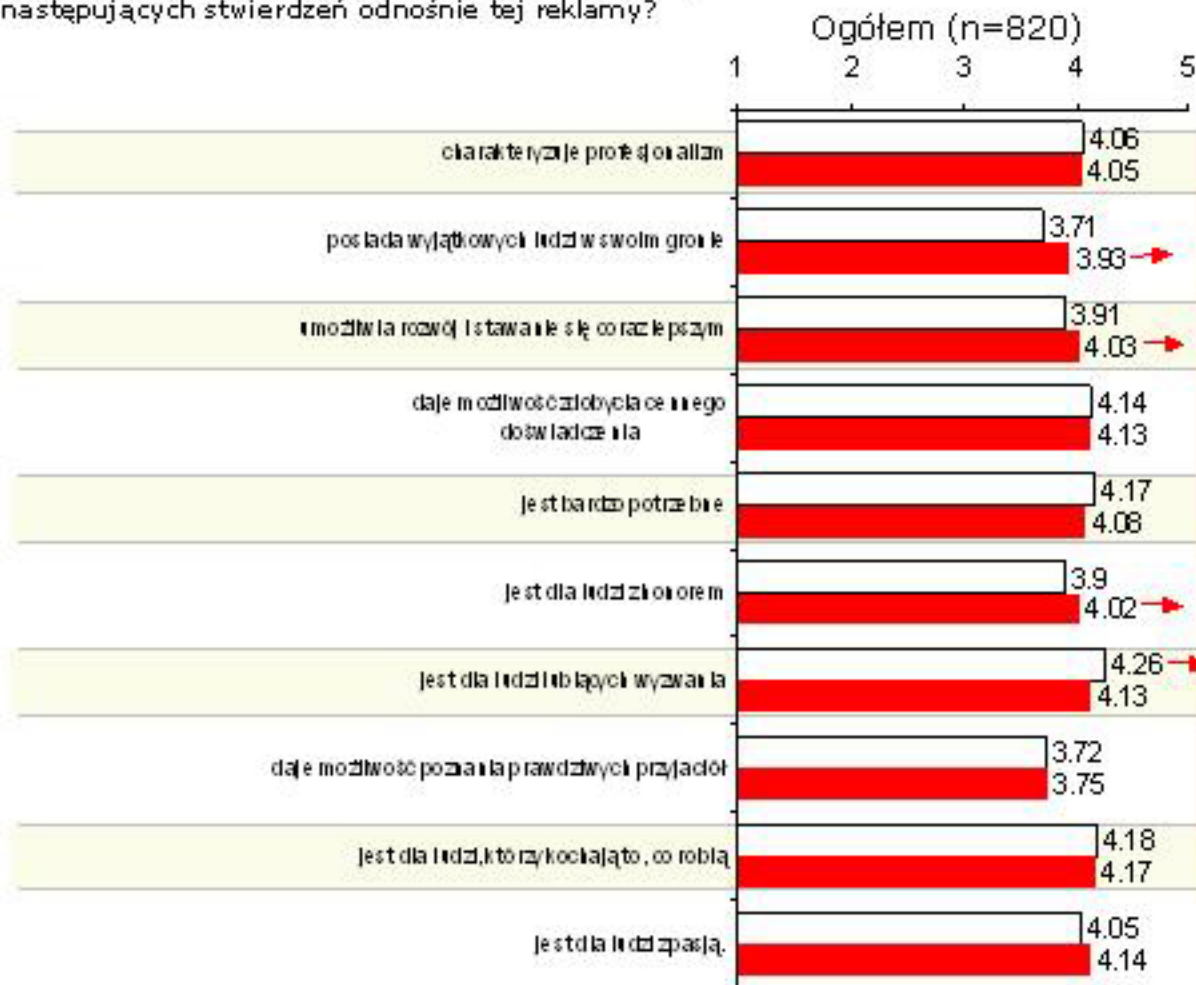
\* W stwierdzeniach negatywnych na poziomie kodowania odwrócono skalę w celu łatwiejszego ich porównywania z pozostałymi stwierdzeniami. Dodając przed każdym zdaniem wyraz „NIE” otrzymujemy stwierdzenia pozytywne.

↑ Różnica istotna statystycznie **na plus** dla danego stwierdzenia z porównywanej pary stwierdzeń (na poziomie  $\alpha < 0,05$ ).

# Ocena porównawcza zawodowego Wojska Polskiego przed i po zobaczeniu kampanii telewizyjnej

□ Ocena zawodowego Wojska Polskiego **przed** zobaczeniem reklamy  
 ■ Ocena zawodowego Wojska Polskiego **po** zobaczeniu reklamy

RT8 Na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z każdym z następujących stwierdzeń odnośnie tej reklamy?



Badani przed obejrzeniem reklamy (która była emitowana w czasie trwania badania) oceniali zawodowe Wojsko Polskie pod wieloma względami. Porównano oceny badanych przed i po obejrzeniu reklamy.

Można stwierdzić, że reklama oddziałuje pozytywnie na niektóre opinie dotyczące zawodowego Wojska Polskiego.

Po obejrzeniu reklamy opinia badanych dotycząca wojska była bardziej pozytywna odnośnie tego że:

- wojsko posiada wyjątkowych ludzi w swoim gronie,
- umożliwia stawanie się coraz lepszym
- oraz jest dla ludzi z honorem.

Natomiast po obejrzeniu reklamy badani w mniejszym stopniu byli zgodni ze stwierdzeniem, że „wojsko jest dla ludzi lubiących wyzwania”.

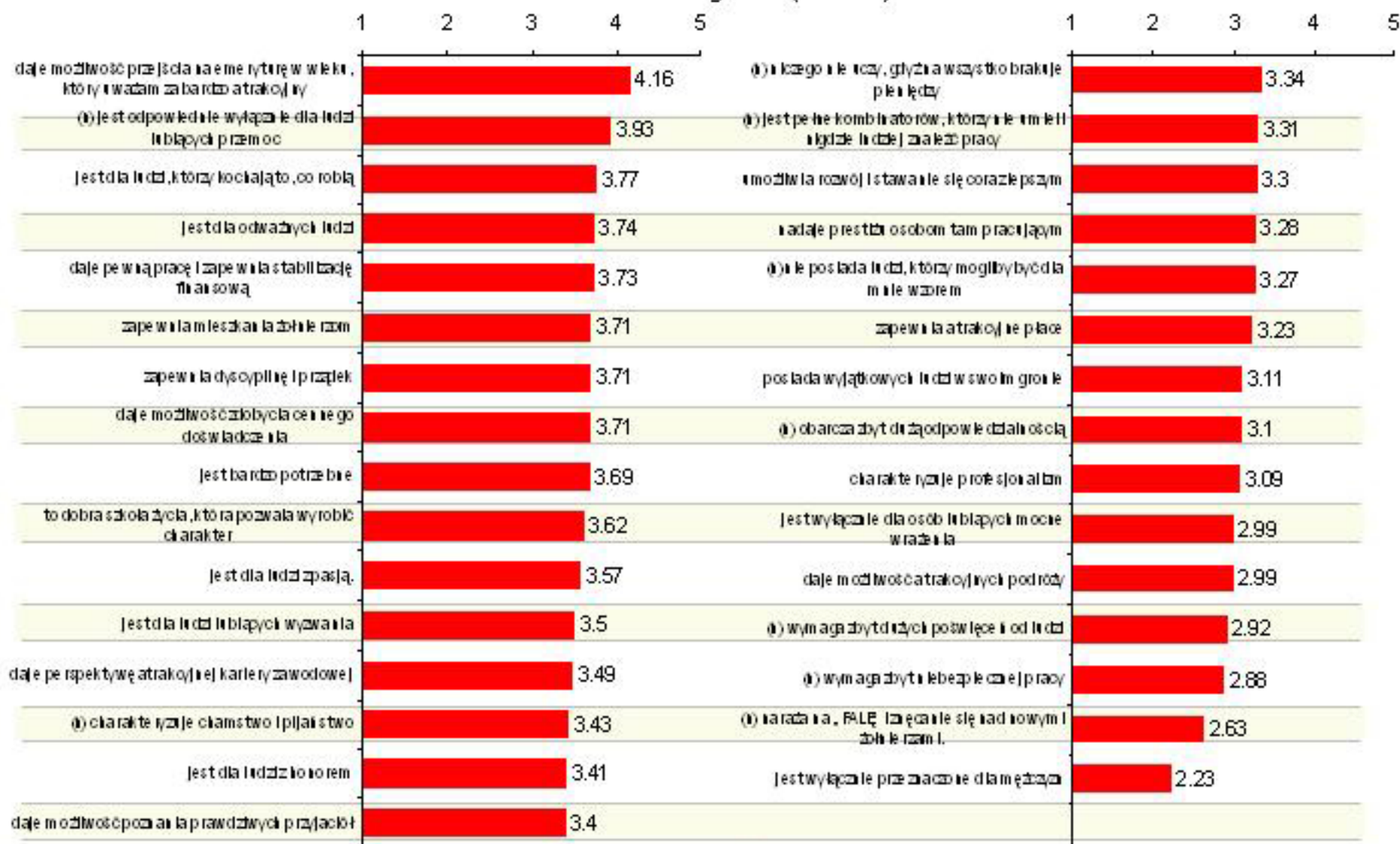


# Ocena obecnego Wojska Polskiego

– posortowane od opinii najbardziej pozytywnych do opinii najbardziej negatywnych

Ogółem (n=820)

■ Ocena obecnego Wojska Polskiego

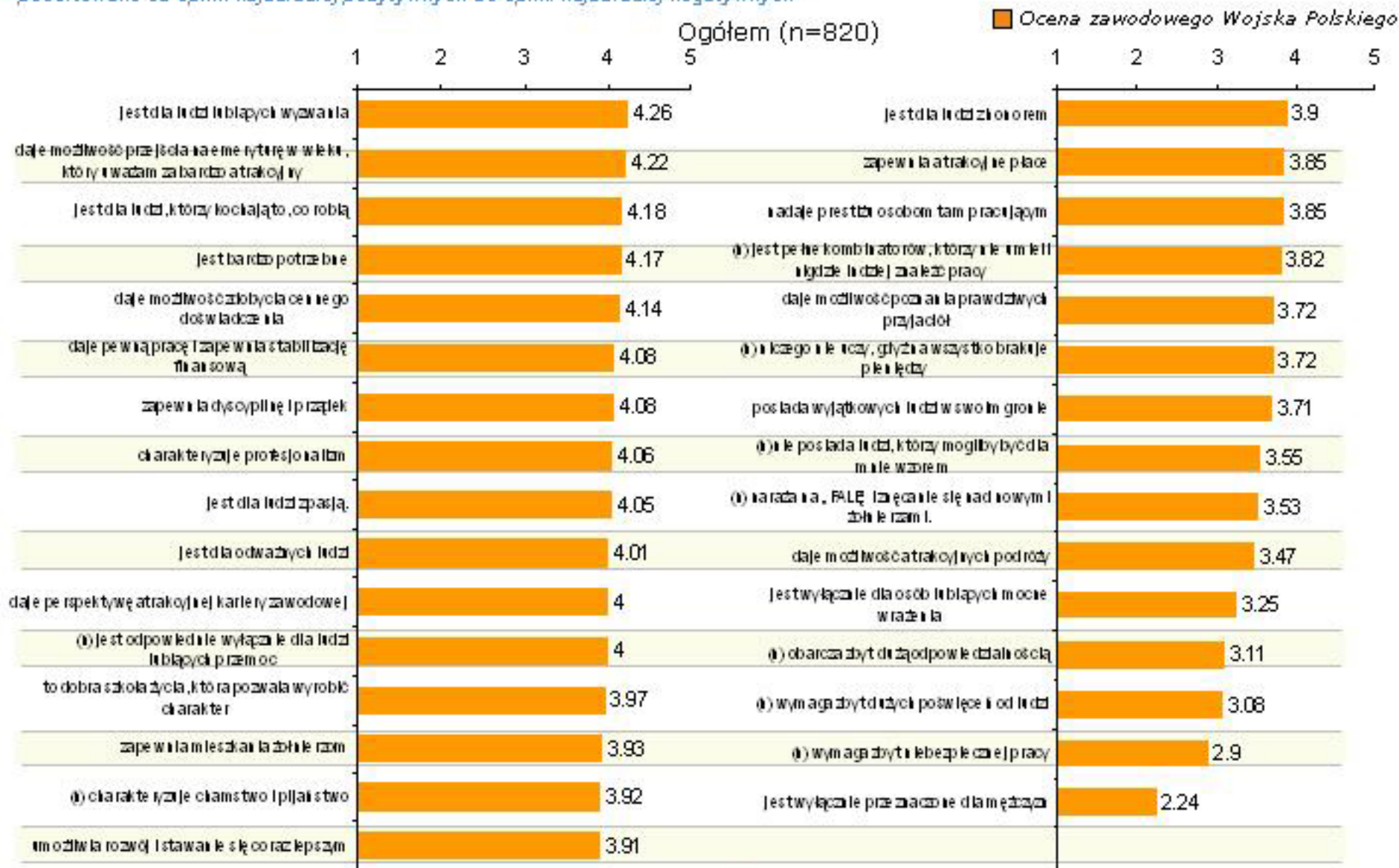


(n) W stwierdzeniach negatywnych na poziomie kodowania odwrócono skalę w celu łatwiejszego ich porównywania z pozostałymi stwierdzeniami pozytywnymi. Dodając przed każdym zdaniem wyraz „NIE” otrzymujemy stwierdzenia pozytywne.



# Ocena zawodowego Wojska Polskiego

– posortowane od opinii najbardziej pozytywnych do opinii najbardziej negatywnych



(n) W stwierdzeniach negatywnych na poziomie kodowania odwrócono skalę w celu łatwiejszego ich porównywania z pozostałymi stwierdzeniami pozytywnymi. Dodając przed każdym zdaniem wyraz „NIE” otrzymujemy stwierdzenia pozytywne.

# Ocena porównawcza obecnego Wojska Polskiego z zawodowym Wojskiem Polskim

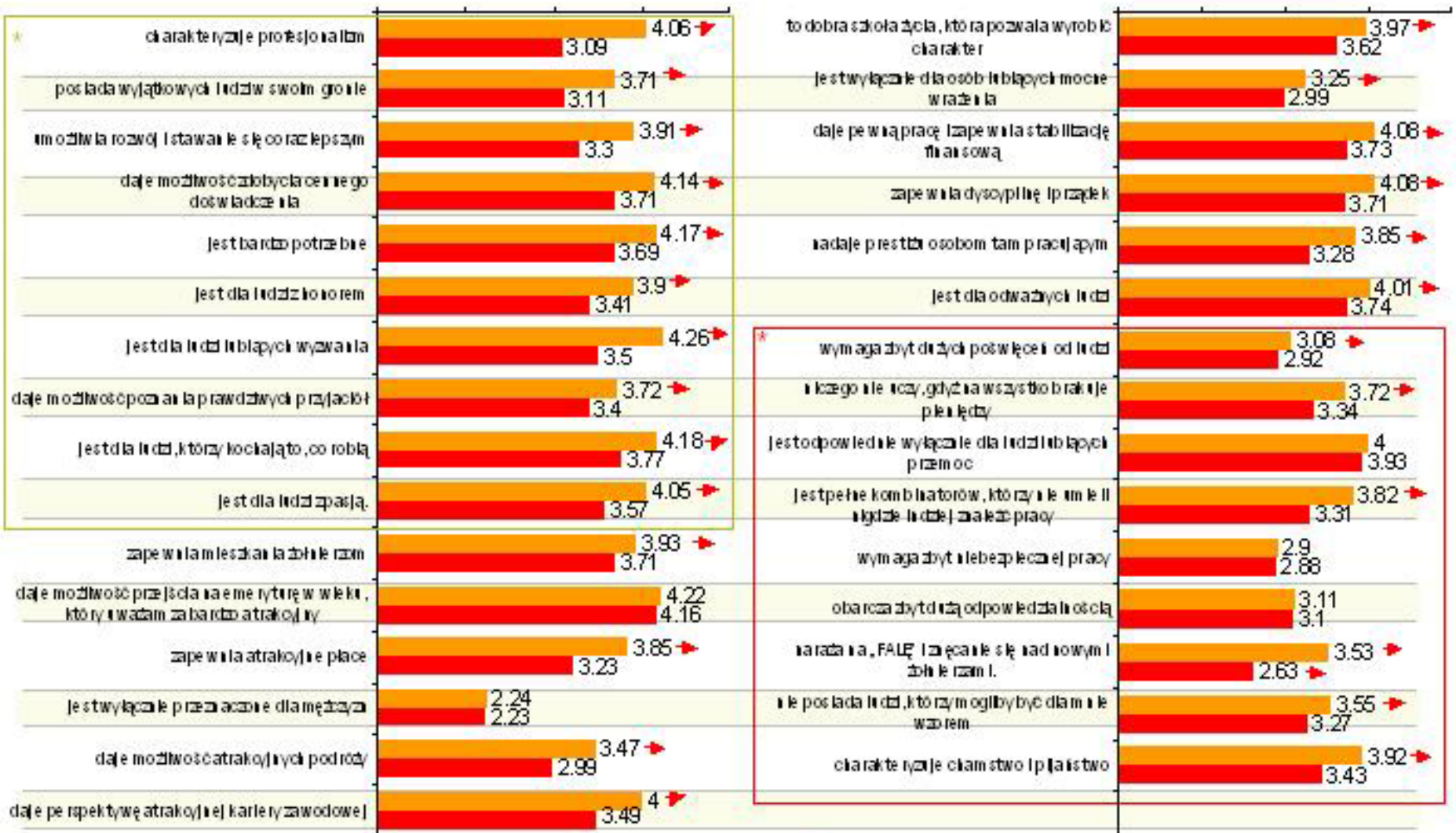
Ogółem (n=820)

Ocena zawodowego Wojska Polskiego

Ocena obecnego Wojska Polskiego

1 2 3 4 5

1 2 3 4 5



\* Stwierdzenia zawarte w kampanii

\* W stwierdzeniach negatywnych na poziomie kodowania odwrócono skalę w celu łatwiejszego ich porównywania z pozostałymi stwierdzeniami. Dodając przed każdym zdaniem wyraz „NIE” otrzymujemy stwierdzenia pozytywne.

↑ Różnica istotna statystycznie **na plus** dla danego stwierdzenia z porównywanej pary stwierdzeń (na poziomie  $\alpha < 0,05$ ).

## Przekonania dotyczące Wojska Polskiego (1..)

- Badani, niemal na wszystkich wymiarach wyraźnie lepiej oceniali zawodowe Wojsko Polskie od wojska, w którym obowiązuje przymus służby wojskowej. Zdecydowanie bardziej pozytywna ocena w stosunku do zawodowego Wojska Polskiego potwierdza się zarówno wśród młodszej grupy wiekowej (17 – 20 lat) jak i starszej (21 -30 lat).
- W stosunku do obecnego Wojska Polskiego **młodsza grupa** badanych wykazuje większą zgodność z następującymi stwierdzeniami:
  - Obecne Wojsko Polskie...
    - charakteryzuje profesjonalizm,
    - daje możliwość rozwoju i stawania się lepszym,
    - jest dla ludzi lubiących wyzwania,
    - jest dla ludzi z pasją,
    - nie jest wyłącznie przeznaczone dla mężczyzn,
    - daje możliwość atrakcyjnych podróży,
    - to dobra szkoła życia, która pozwala wyrobić charakter,
    - jest dla odważnych ludzi,
    - może czegoś nauczyć ,
    - nie naraża na „Falę” i znęcanie się nad nowymi żołnierzami,
    - nie ma tam chamstwa i pijaństwa.
- W stosunku do obecnego Wojska Polskiego **starsza grupa** badanych wykazuje większą zgodność z następującymi stwierdzeniami:
  - Obecne Wojsko Polskie...
    - daje możliwość przejścia na emeryturę w wieku, który uważam za atrakcyjny,
    - Nie obarcza zbyt dużą odpowiedzialnością,



## Przekonania dotyczące Wojska Polskiego (.2.)

- W sytuacji oceny zawodowego Wojska Polskiego nie wykryto wielu różnic pomiędzy młodszą i starszą grupą badanych.
- W stosunku do zawodowego Wojska Polskiego **młodsza grupa** badanych wykazuje większą zgodność z następującymi stwierdzeniami:
  - Zawodowe Wojsko Polskie...
    - Nie jest wyłącznie przeznaczone dla mężczyzn,
    - Jest wyłącznie dla ludzi lubiących mocne wrażenia,
    - jest dla odważnych ludzi.
- W stosunku do zawodowego Wojska Polskiego **starsza grupa** badanych wykazuje większą zgodność z następującymi stwierdzeniami:
  - Zawodowe Wojsko Polskie...
    - nie wymaga zbyt dużych poświęceń od ludzi,
    - daje możliwość przejścia na emeryturę w wieku, który uważam za atrakcyjny,
    - nie wymaga zbyt niebezpiecznej pracy,
    - nie obarcza zbyt dużą odpowiedzialnością.

## Przekonania dotyczące Wojska Polskiego (..3)

- Porównano także grupę osób, która wcześniej spotkała się z kampanią (przed badaniem) z grupą osób, która nie widziała kampanii w ogóle.
- Wykryto różnice w opiniach na temat wojska zawodowego pomiędzy tymi dwoma grupami.
- Osoby, **które widziały wcześniej kampanię wyrażały większą zgodność** z następującymi stwierdzeniami:

Zawodowe Wojsko Polskie...

- charakteryzuje profesjonalizm\*
- jest bardzo potrzebne\*
- jest dla ludzi, którzy kochają to co robią\*
- jest dla ludzi z pasją\*
- daje możliwość przejścia na emeryturę w wieku, który uważam za atrakcyjny
- daje perspektywę atrakcyjnej kariery zawodowej
- daje pewną pracę i zapewnia stabilizację finansową
- (nie) jest tylko dla ludzi wyłącznie lubiących przemoc
- (nie) naraża na fałę i znęcanie się nad nowymi żołnierzami

Pozytywnym wynikiem jest także to, że osoby które widziały kampanię **mniej zgadzały się** ze stwierdzeniem, że „wojsko jest wyłącznie przeznaczone dla mężczyzn”.