

POWERED BY

Go4insight

ODBORNÍ GARANTI PRIESKUMU



DIVINO
Juicy PR solutions

**VÝSLEDKY
PRIESKUMU
LINKEDIN
JE  | 2022**

**AKÝ JE
SLOVENSKÝ
LINKEDIN
V ROKU 2022?**

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O PRIESKUME



TÉMA

Spôsob a dôvody využívania sociálnej siete LinkedIn



METODOLÓGIA

Online dopytovanie dotazníka distribuovaného predovšetkým prostredníctvom samotného LinkedIn-u



CIEĽOVÁ SKUPINA

Slovenskí užívatelia sociálnej siete LinkedIn



VEĽKOSŤ VZORKY

Vzorka: 1 446 plne vyplnených dotazníkov



ZBER DÁT

5. júl 2022 – 4. september 2022

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE O PRIESKUME

Prieskum „LinkedIn je in“ bol realizovaný počas 9 týždňov, od 5. júla 2022 do 4. septembra 2022.

Dôvodom takéhoto dlhého obdobia zberu dát bolo, aby sa prieskumu mali príležitosť zúčastniť nie len aktívni a intenzívni užívatelia LinkedIn-u, ale aj tí, ktorí na túto sociálnu sieť zavítajú menej často. Pozvanie do prieskumu bolo zdieľané predovšetkým prostredníctvom samotného LinkedIn-u mnohými užívateľmi / ambasádormi – „celebritnými“ LinkedIn influencermi ako aj bežnými užívateľmi, ktorým sa zapáčila myšlienka lepšie pochopiť slovenský LinkedIn.

Do prieskumu sa celkovo zapojilo viac ako 1 600 respondentov. Nie všetky odpovede však prešli prísnyimi nárokmi na kvalitu.

Po dôslednej analýze a kontrole odpovedí sa celkový počet respondentov znížil na finálnych 1 446 kompletne a kvalitne vyplnených dotazníkov.

Z metodického hľadiska, aj napriek vysokému počtu respondentov však nemôžeme túto vzorku považovať za plne reprezentatívnu vzhľadom na všetkých užívateľov slovenského LinkedIn-u.

Predpokladáme totiž, že prieskumu sa predsa len zúčastnili vo väčšej miere tí, ktorí sú na LinkedIn-e častejšie ako tí, ktorí na LinkedIn-e trávajú len minimum času s nízkou frekvenciou.

Na druhej strane, práve tí, čo sú na LinkedIn-e častejšie a trávajú tu viac času slovenský LinkedIn tvoria a formujú jeho charakter.

Dá sa konštatovať, že náš prieskum dostatočne presne popisuje bežných užívateľov LinkedIn-u, ktorí ho aj aktívnejšie využívajú.

POWERED BY

Go4insight



TOP 7 HLAVNÝCH ZISTENÍ

LINKEDIN JE „INÁ SIET’“. A JE FAKT OBLÚBENÝ.

- LinkedIn je, svojimi používateľmi, vnímaný inak ako ostatné sociálne siete. Je považovaný viac za „pracovnú“ alebo „profesionálnu“ sociálnu sieť. Užívateľmi je využívaný ako doplnková resp. špecializovaná sociálna sieť.

- Prakticky všetci užívatelia LinkedIn-u využívajú paralelne aj iné sociálne siete.

- LinkedIn je však svojimi užívatelmi výrazne obľúbenejší ako ostatné sociálne siete, ktoré bežní užívatelia LinkedIn-u taktiež využívajú.

- LinkedIn získal signifikantne lepšie hodnotenie ako Instagram, Twitter, Tik-Tok aj Facebook.

KTO JE NA SLOVENSKOM LINKEDIN-E

Medzi bežnými užívateľmi LinkedIn-u na Slovensku je približne rovnaký podiel mužov aj žien, muži však majú veľmi jemnú prevahu. Väčšina užívateľov je v mladšom strednom veku (najmä tridsiatnici a mladší štyridsiatnici).

Z regionálneho hľadiska dominujú užívatelia z Bratislavského kraja, tvoria takmer polovicu bežných užívateľov.

Nie je zrejmé, či niekedy bol LinkedIn sieťou „personalistov“ a tých, čo si hľadajú prácu. Každopádne, v súčasnosti tomu rozhodne tak nie je.

Najväčšia časť užívateľov LinkedIn-u pracuje v marketingu, marketéri tvoria (len) 14% užívateľov. Ďalšími typickými pracovnými funkciami užívateľov LinkedIn-u sú obchodné „sales“ pozície (10%) a rôzne IT pozície (10%).

DOBŘÉ ČASY LINKEDIN-U

● LinkedIn sa na Slovensku vezie na „priaznivej vlne“.

● Bežní užívatelia trávia na LinkedIn-e viac času ako pred rokom a využívajú ho intenzívnejšie, ako tomu bolo v predchádzajúcom období. A rovnako predpokladajú, že v nasledujúcich 12 mesiacoch budú LinkedIn využívať ešte častejšie.

● Tí, ktorí už v súčasnosti využívajú LinkedIn veľmi často sú presvedčení, že čas trávený na tejto sieti ešte navýšia.

● LinkedIn má pred sebou tak ešte celkom slušný rast...

KONTAKTY NADO VŠETKO

- Za najdôležitejší benefit, ktorý poskytuje LinkedIn svojim užívateľom je považované udržiavanie kontaktov a networking. Užívateľia LinkedIn-u veľmi oceňujú možnosť udržiavať a rozširovať svoju sieť kontaktov.

- Za prínosné považujú mať informácie z prvej ruky o zmenách a novinkách týkajúcich sa ľudí, s ktorými sú v kontakte.

LINKEDIN AKO NÁHRADA ZA ODBORNÉ MÉDIA

- Jedným z dvoch najdôležitejších dôvodov, prečo užívateľia trávajú časť na LinkedIn-e je získanie odborných informácií a dozvedanie sa noviniek z brandže a z oblasti biznisu vo všeobecnosti.

- LinkedIn sa tak stal, do veľkej miery, aj informačným médiom. Nahrádza tak čiastočne aj funkciu špecializovaných médií.

HLAVNE CEZ MOBIL

- Obsah na LinkedIn-e konzumujú užívatelia viac cez mobil ako cez počítač. Čisto mobilných užívateľov je približne pätina z celkového počtu. Naopak, cez mobil na LinkedIn vôbec nechodí približne sedmina užívateľov.

- Najtypickejší užívatelia však kombinujú obe zariadenia, pričom na mobile trávajú na LinkedIn-e viac času ako na počítači.

FEJSBUKIZÁCIA LINKEDIN-U

„Fejsbukizácia“ LinkedIn-u je už faktom. Hoci veľkej časti (približne 40%) užívateľov „súkromné“ príspevky (napr. príspevky z dovolení, fotky domácich zvieratiek a pod.) výrazne vadia, väčšine užívateľom sú takéto príspevky ľahostajné alebo ich dokonca vítajú.

Dokonca platí, že tí užívatelia, ktorí slovenský LinkedIn formujú najviac (Heavy useri) majú voči príspevkom „nepracovného“ charakteru väčšie pochopenie a vítajú ich ako osvieženie.

„Fejsbukizácia“ LinkedIn-u tak bude zrejme pokračovať, napriek tomu LinkedIn určite zostane predovšetkým odbornou a profesionálnou sieťou

POWERED BY

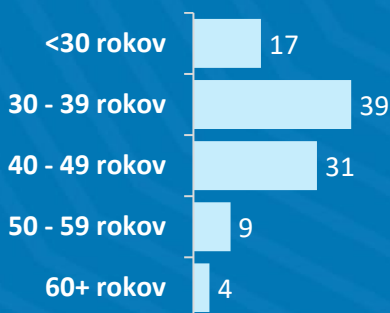
Go4insight



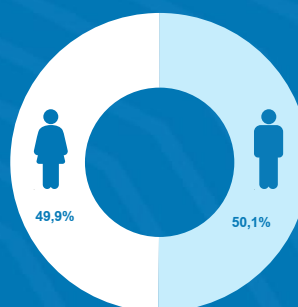
**KTO NÁM ODPOVEDAL
NA DOTAZNÍK
LINKEDIN JE
IN 2022?**

PROFIL ÚČASTNÍKOV PRIESKUMU

VEK



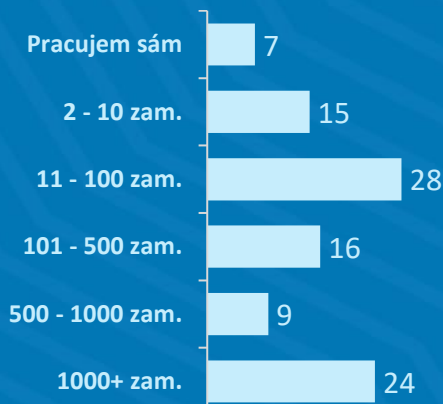
POHLAVIE



REGIÓN

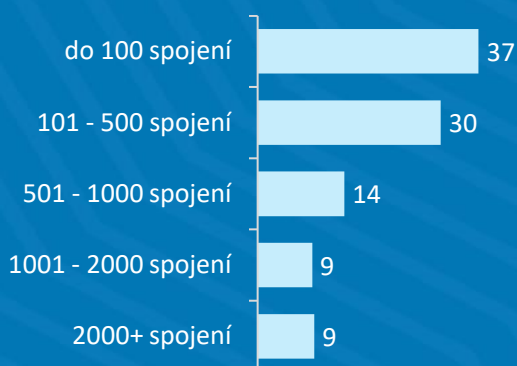


VEĽKOSŤ ZAMESTNÁVATEĽA

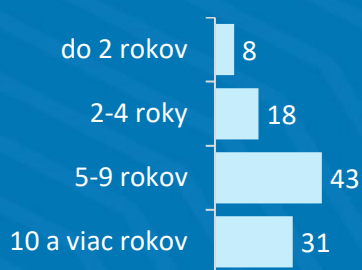


Medzi bežnými užívateľmi je približne rovnaký podiel mužov aj žien. Muži majú veľmi jemnú prevahu. Väčšina užívateľov je v mladšom strednom veku (najmä tridsiatnici a štyridsiatnici). Z regionálneho hľadiska dominujú užívatelia z Bratislavského kraja. Takmer polovica (48%) užívateľov pochádza z oblasti hlavného mesta. Vyšší podiel majú ešte užívatelia z košického kraja.

POČET SPOJENÍ



DĚŽKA REGISTRÁČIE



AKTÍVNE VYUŽÍVANIE



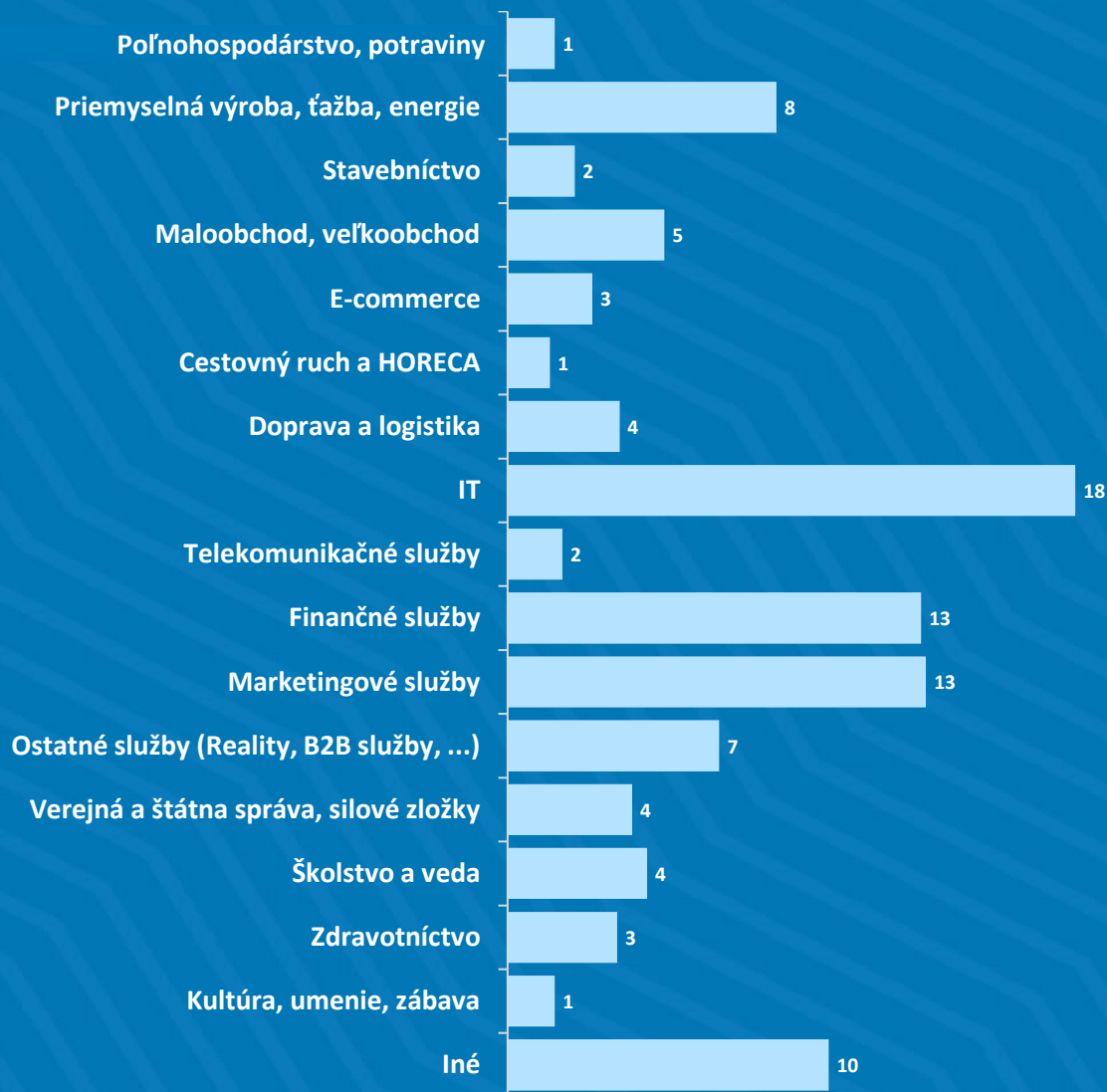
Hoci najväčšia časť bežných užívateľov LinkedIn-u sa zaregistrovala pred viac ako 5 rokmi (kategória 5-9 rokov má najvyšší podiel), aktívnymi užívateľmi sú kratšie. Takmer tri pätiny užívateľov LinkedIn-u sú aktívnymi užívateľmi siete menej ako 5 rokov. Priemerný „gap“ medzi registráciou a aktívnym využívaním je (resp. bol) dva roky.

PRACOVNÁ FUNKCIA



Nie je zrejmé, či niekedy bol LinkedIn sieťou „personalistov“. Každopádne, v súčasnosti tomu rozhodne tak nie je. Najväčšia časť užívateľov pracuje v marketingu. Aj napriek tomu marketéri tvoria len 14%. Ďalšími typickými pracovnými funkciami sú obchodné „sales“ pozície (10%) a IT pozície (10%). Až za touto TOP trojkou nasledujú pracovné funkcie týkajúce sa HR (7%), práca v administratíve (7%), managementu (7%) a konzultačných služieb.

ODVETVIE

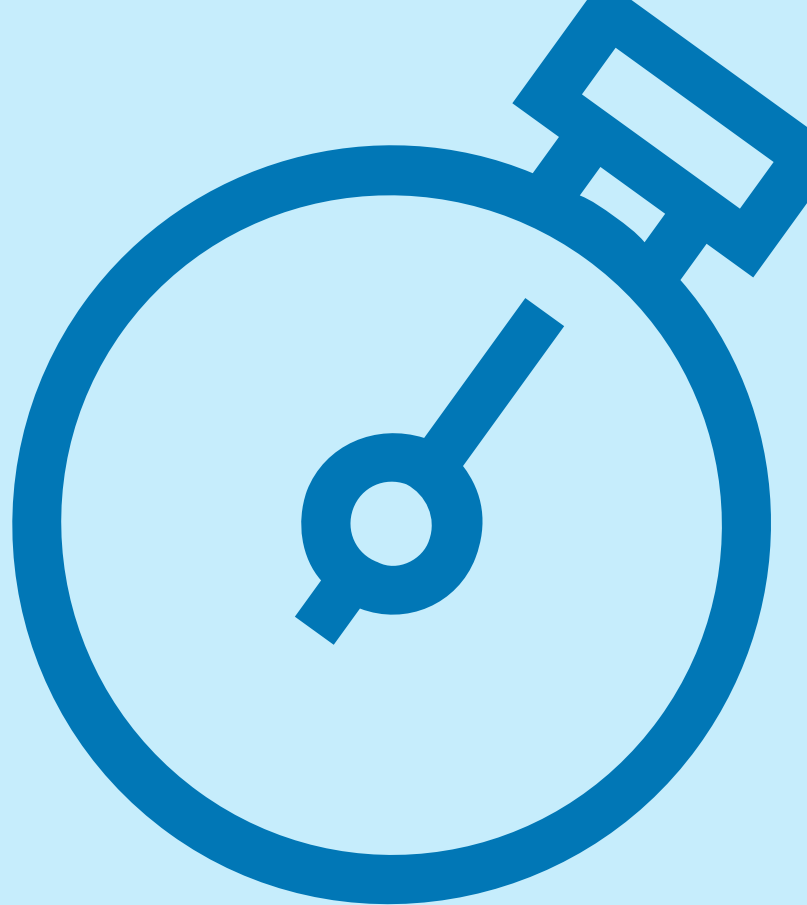


Užívatelia LinkedIn-u najčastejšie pracujú v spoločnostiach, ktoré sú v odvetví IT (18%), finančných službách (13%) a marketingových službách (13%).

Výrazne pod-proporčne sú zastúpené spoločnosti vo výrobnjej sfére aj v oblasti maloobchodu (nie však e-commerce).

POWERED BY

Go4insight



**ROZDELENIE
POUŽÍVATEĽOV
PODĽA
INTENZITY
VYUŽÍVANIA**

LINKEDIN SEGMENTÁCIA POUŽÍVATEĽOV

PODĽA INTENZITY VYUŽÍVANIA

Užívateľov LinkedIn-u sme rozdelili podľa intenzity využívania LinkedIn-u do **3 kategórií (segmentov)**.

Do úvahy sme brali 4 parametre využívania LinkedIn-u:

- FREKVENCIA **VYTVÁRANIA PRÍSPEVKOV** NA SVOJ PROFIL
- FREKVENCIA **LAJKOVANIA** OSTATNÝCH PRÍSPEVKOV
- DĹŽKA **ČASU STRÁVENÉHO** NA LINKEDIN ZA MESIAC
- **POČET SPOJENÍ** NA LINKEDIN

**LIGHT
USER**

54 %

**MEDIUM
USER**

28 %

**HEAVY
USER**

18 %

Najväčší podiel (54%) tvoria užívatelia, ktorých môžeme považovať za málo aktívnych užívateľov. Stredne aktívnych je 28%. Najviac aktívni užívatelia, ktorých môžeme označiť za „heavy userov“ je 18%.

POWERED BY

Go4insight

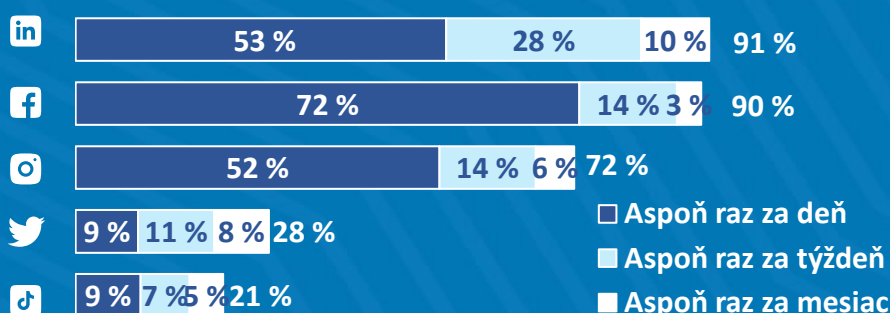


VYUŽÍVANIE
SOCIÁLNYCH SIETI
UŽÍVATEĽMI
LINKEDIN-U

VYUŽÍVANIE SOCIÁLNYCH SIETÍ POUŽÍVATEĽMI LINKEDIN

VYUŽÍVANIE ASPOŇ RAZ ZA MESIAC A ČASTEJŠIE

Spomedzi všetkých účastníkov prieskumu 91% užívateľov navštevuje LinkedIn aspoň raz za mesiac. Užívateľov na týždennej báze je 81%. Spomedzi účastníkov prieskumu na LinkedIn každý deň chodí o niečo viac ako polovica (53%).

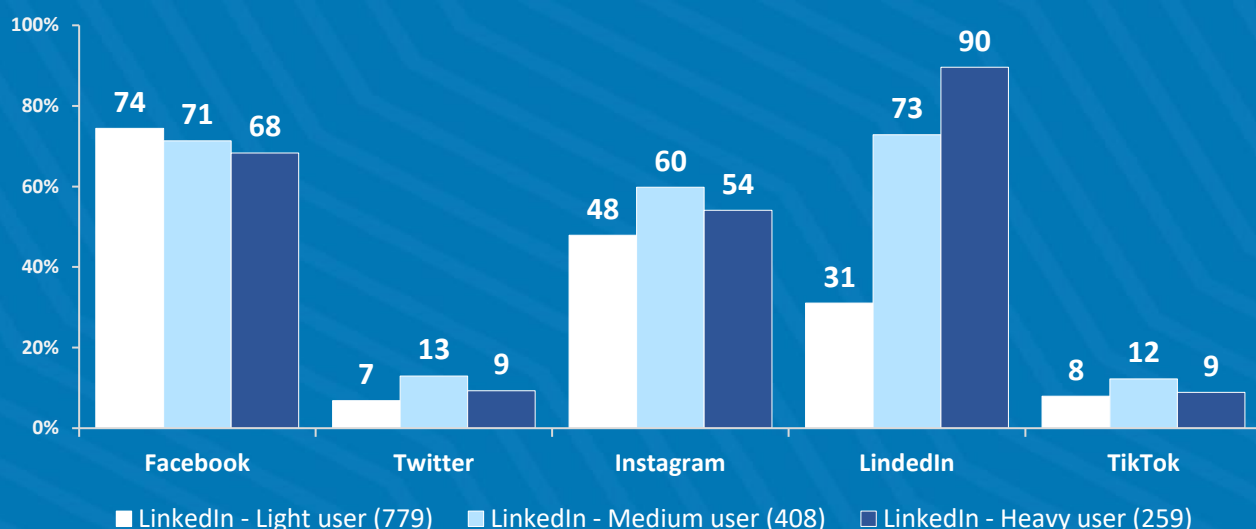


Užívatelia LinkedIn-u sú pomerne častí užívatelia aj ostatných sociálnych sietí. Všetky z ostatných sietí, ktoré sme sledovali, sú užívatelmi využívané častejšie ako je tomu v celej internetovej populácii Slovenska. LinkedIn je považovaný skôr za špecifickú resp. špecializovanú sociálnu sieť. Len skutočne veľmi nízky podiel užívateľov LinkedIn-u (3%) nevyužíva okrem LinkedIn-u žiadnu inú sociálnu sieť.

Deväť z desiatich užívateľov LinkedIn-u využíva Facebook aspoň raz mesačne. Na dennej báze je Facebook využívaný dokonca troma štvrtinami užívateľov LinkedIn-u. Instagram využíva na mesačnej báze 72% užívateľov LinkedIn-u. Každý deň je na Instagrame približne polovica z tých, čo používajú LinkedIn. Štvrtina užívateľov LI používa aspoň raz mesačne aj Twitter a pätina aj Tik-Tok. Na dennej báze tieto dve siete používa približne desatina z nich.

DENNÉ VYUŽÍVANIE SOCIÁLNYCH SIETI LINKEDIN

PODĽA INTENZITY UŽÍVATEĽA LINKEDIN

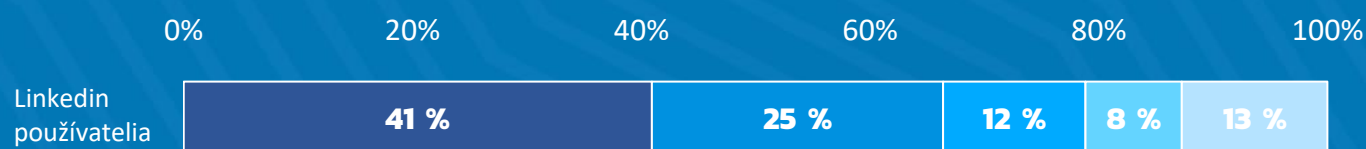


Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | V1 [S] Ako často používate nasledujúce sociálne siete?

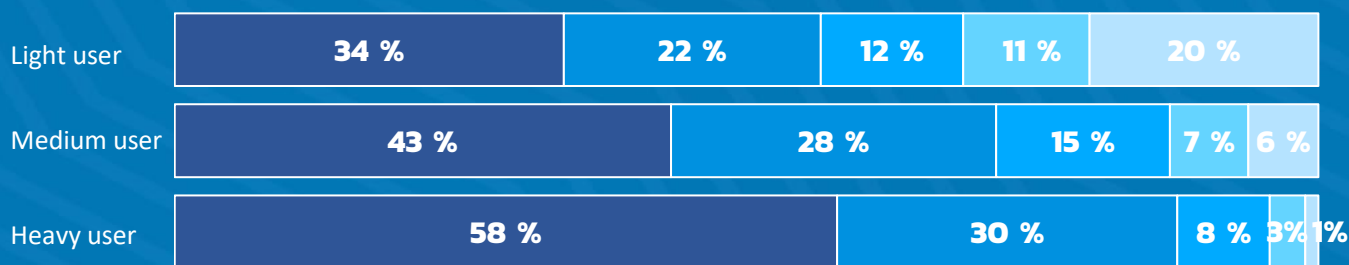
To, že je LinkedIn pre mnohých jej užívateľov skôr špecifickou alebo doplnkovou sociálnou sieťou vypovedá to, že využívanie **ostatných sociálnych** sietí veľmi nezávisí od toho, ako často sú jednotliví užívatelia na LinkedIn-e. Len „heavy useri“ LinkedIn-u využívajú ostatné siete menej často. Aj to len mierne.

SPÔSOB VYUŽÍVANIA LINKEDIN

PODĽA TYPU POUŽÍVATEĽA LINKEDIN



TYP POUŽÍVATEĽA



- Výlučne pracovne
- Viac pracovne ako súkromne
- Pracovne aj súkromne narovnaoko
- Viac súkromne ako pracovne
- Výlučne súkromne

Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | V2 [S] Využívate LinkedIn viac pracovne alebo viac súkromne?

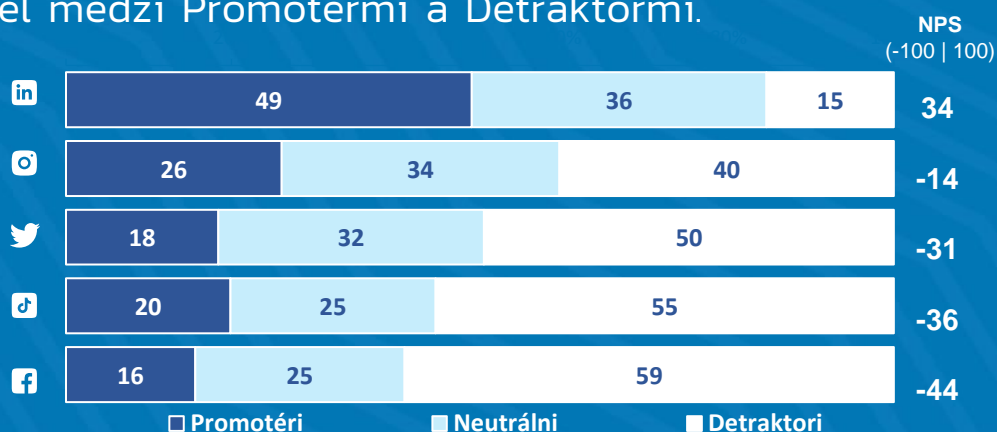
LinkedIn vznikla a aj je považovaná predovšetkým za „sieť pre profesionálov“. Aj slovenskí užívatelia využívajú LinkedIn predovšetkým pre pracovné účely.

Až dve tretiny užívateľov (66%) využívajú LinkedIn výlučne alebo predovšetkým pre pracovné účely a len pätina z nich (21%) viac alebo výlučne na súkromné účely. Dokonca, čím je užívateľ aktívnejším užívateľom LinkedInu, tým viac ho využíva na pracovné účely.

NET PROMOTER SCORE SOCIÁLNYCH SIETE UŽÍVATEĽMI LINKEDIN

VYUŽÍVANIE ASPOŇ RAZ ZA MESIAC

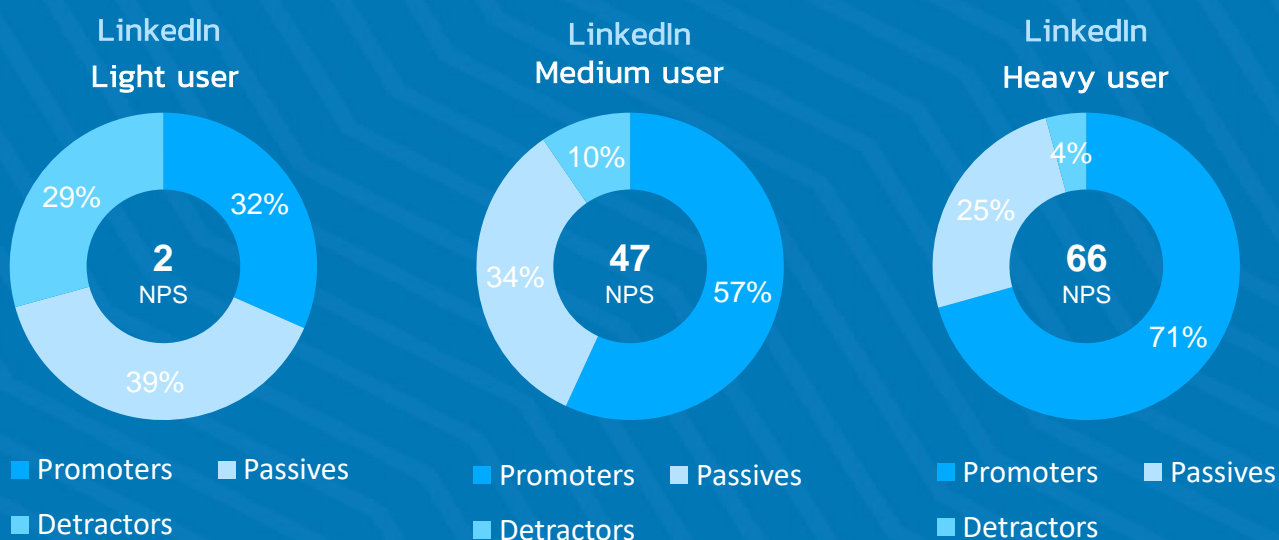
Na meranie vnímania, spokojnosti a lojality sociálnych siete sme využili metodiku NPS (Net Promoter Score). Táto pozostáva z otázky o pravdepodobnosti odporúčania využívania danej sociálnej siete svojim kolegom alebo známym na 10 bodov škále. Tí, ktorí by danú sieť odporúčali (hodnotenie 9 a 10 na 10-bodovej škále) sa nazývajú Promotéri. Tí, ktorí by danú sieť neodporučili (body 0–6 na 10-bodov škále) sa nazývajú Detraktori. Zvyšných užívateľov môžeme označiť za neutrálnych. Index NPS sa počíta ako rozdiel medzi Promotérmi a Detraktormi.



Celkovo platí, že užívatelia LinkedIn-u majú na LinkedIn výrazne lepší názor ako na ostatné siete, ktoré využívajú. V ich očiach je „najhoršou“ sieťou Facebook. Nepriaznivé hodnotenie má aj Tik-Tok a Twitter. O niečo lepšie je hodnotený Instagram, ale aj v prípade tejto siete je viac tých, čo by Instagram neodporučali ako tých, čo by ho svojim priateľom odporučili.

NET PROMOTER SCORE LINKEDIN

PODĽA TYPU UŽÍVATEĽA LINKEDIN



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: viď graf (n) | NPS [S] Keď zoberiete do úvahy všetky Vaše skúsenosti, do akej miery je pravdepodobné, že by ste odporučili <sociálna sieť> Vaším kolegom alebo známym?

Hodnotenie samotného LinkedInu je veľmi závislé od toho, ako intenzívne ho daný užívateľ využíva. Čím častejšie je LinkedIn využívaný, tým je hodnotený priaznivejšie.

Zásadný rozdiel je už medzi „Light userom“ a „Medium userom“. Najpriaznivejšie hodnotenia LinkedIn jeho „Heavy useri“.

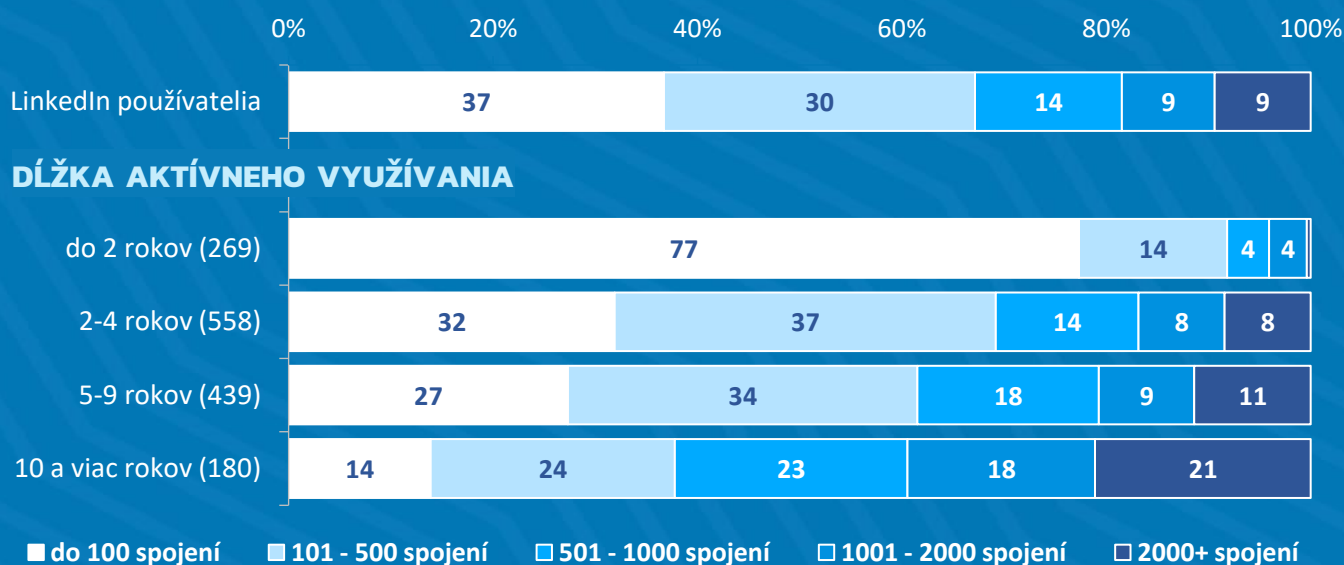
POWERED BY

Go4insight



AKO VYUŽÍVAME LINKEDIN

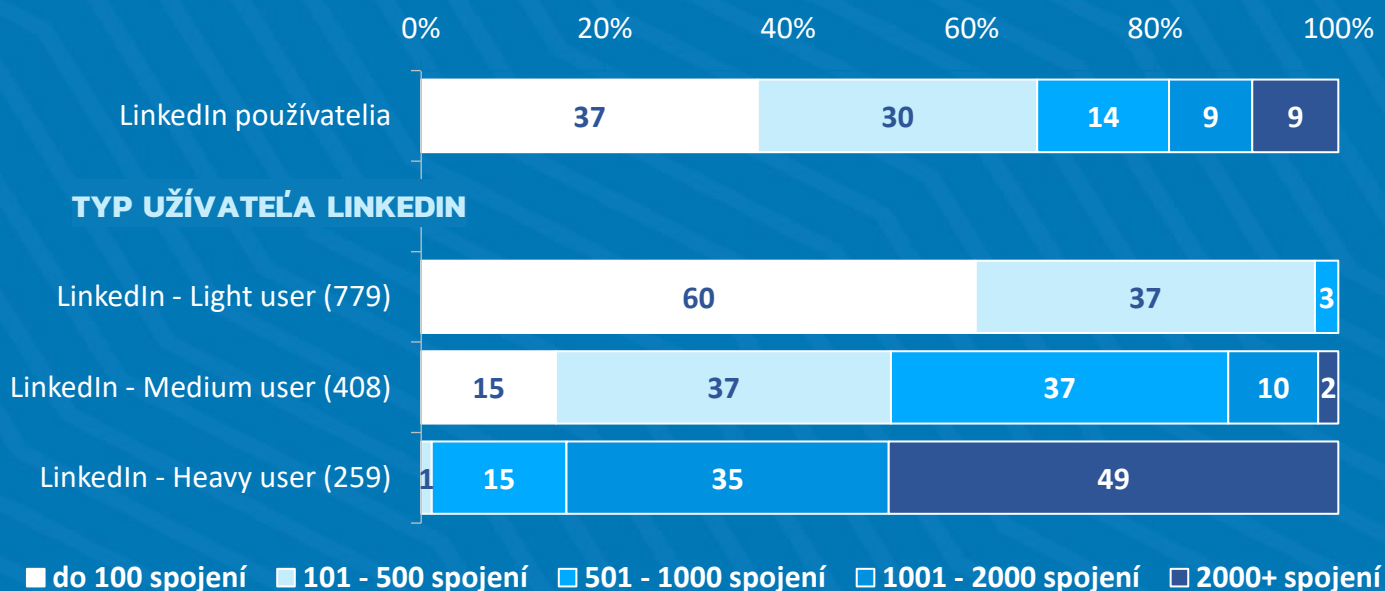
POČET SPOJENÍ LINKEDIN UŽÍVATEĽOV



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: vid' graf (n) | NPS [S] Keď zoberiete do úvahy všetky Vaše skúsenosti, do akej miery je pravdepodobné, že by ste odporučili <sociálna sieť> Vaším kolegom alebo známym?

Viac ako tretina užívateľov siete LinkedIn má menej ako 100 kontaktov. Ďalšia necelá tretina uvádza, že je v spojení so 100 až 500 ďalšími užívateľmi. Viac ako 500 kontaktov má len zvyšná tretina užívateľov. Tých, čo majú nad 1 000 kontaktov je len šestina (18%).

Počet kontaktov na sieti LinkedIn priamo úmerne rastie s dĺžkou jej aktívneho využívania. Kým po dvoch rokoch má viac ako 500 kontaktov len tretina užívateľov, po 10 rokoch sú to už dve tretiny užívateľov.

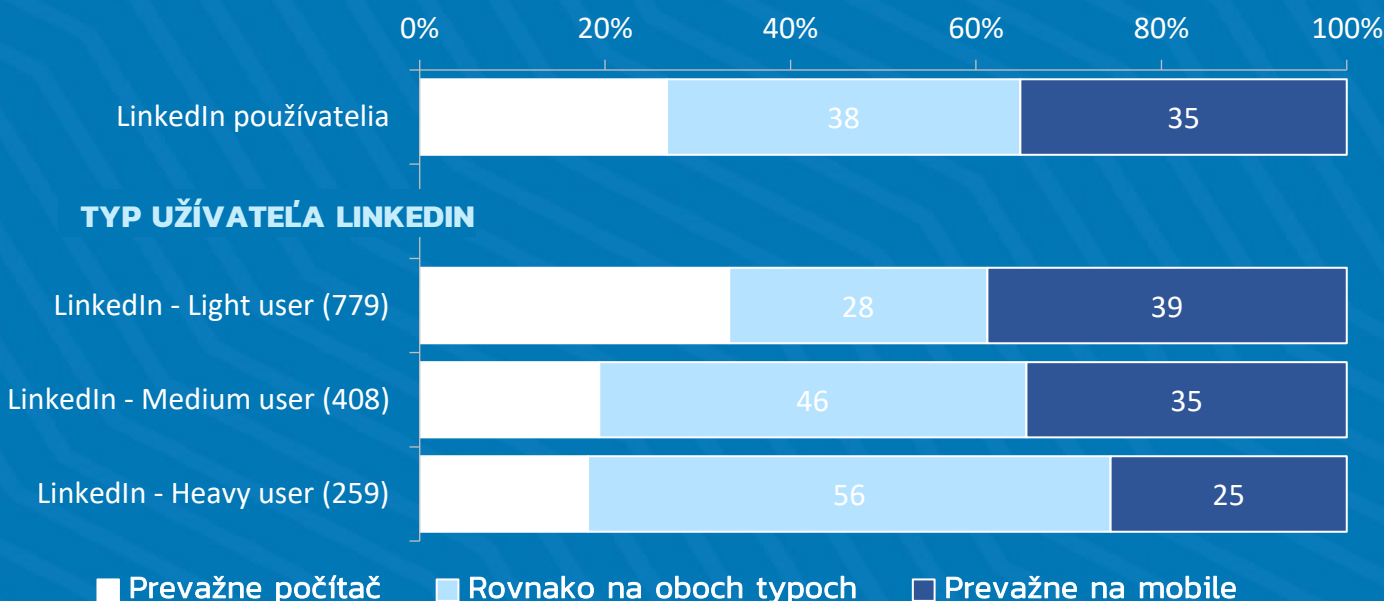


Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: vid' graf (n) | Z3 [S] Koľko máte v súčasnosti kontaktov/spojení na sieti LinkedIn?

Užívatelia, ktorí najintenzívnejšie využívajú LinkedIn (Heavy useri), majú aj najviac kontaktov – polovica z nich má dokonca viac ako 2 000 spojení.

U „Light userov“ naopak jednoznačne dominujú tí, ktorí majú menej ako 100 kontaktov – sú ich takmer dve tretiny.

VYUŽÍVANIE ZARIADENIA NA PREZERANIE LINKEDIN



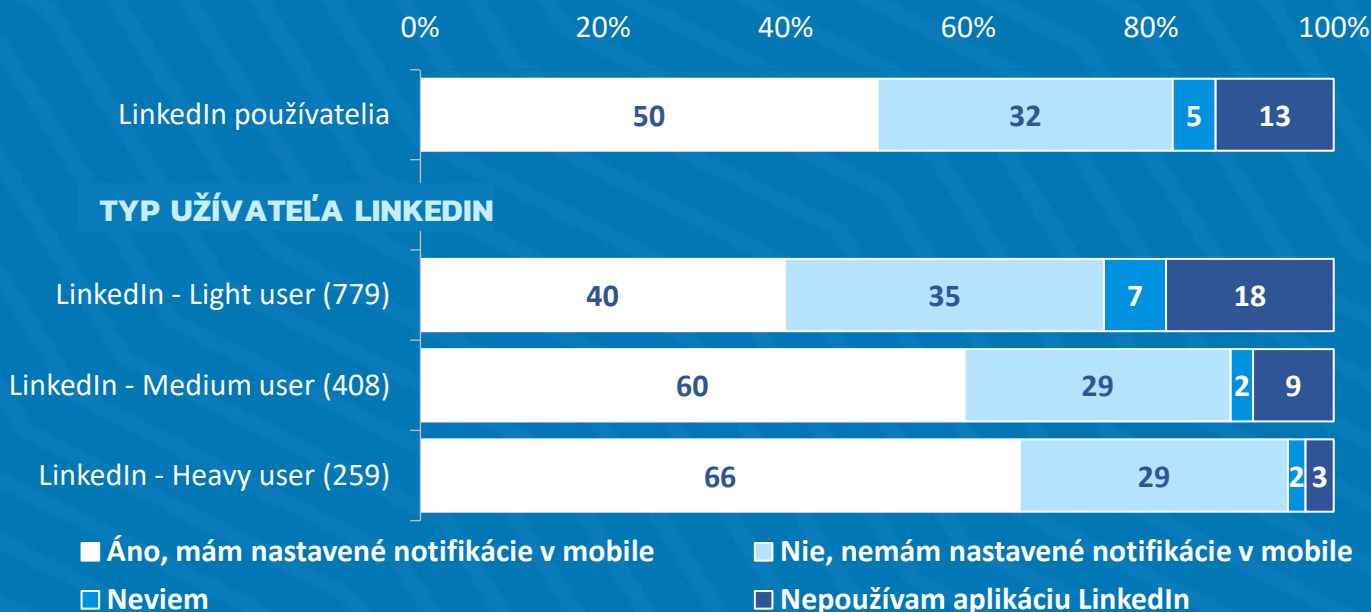
Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: vid' graf (n) | Z5 [S] Na akom zariadení si prezeráte LinkedIn?

Užívatelia sa pripájajú na LinkedIn prostredníctvom **mobilu aj na počítači**.

Veľmi často sú využívané oba typy zariadení. Viac ako tretina užívateľov používa LinkedIn približne rovnako často na počítači aj na mobile. Takmer rovnaká časť deklaruje, že sa LinkedIn-u venuje viac na mobile. Len štvrtina užívateľov preferuje pri používaní tejto siete počítač.

Čisto mobil využíva pätina užívateľov (19,7%). Len na počítači sleduje LinkedIn 13% užívateľov. Čím intenzívnejšie užívateľ so sieťou LinkedIn pracuje, tým častejšie používa mobil a počítač v rovnakom pomere.

AKTIVOVANÉ NOTIFIKÁCIE V LINKEDIN MOBILNEJ APLIKÁCIÍ

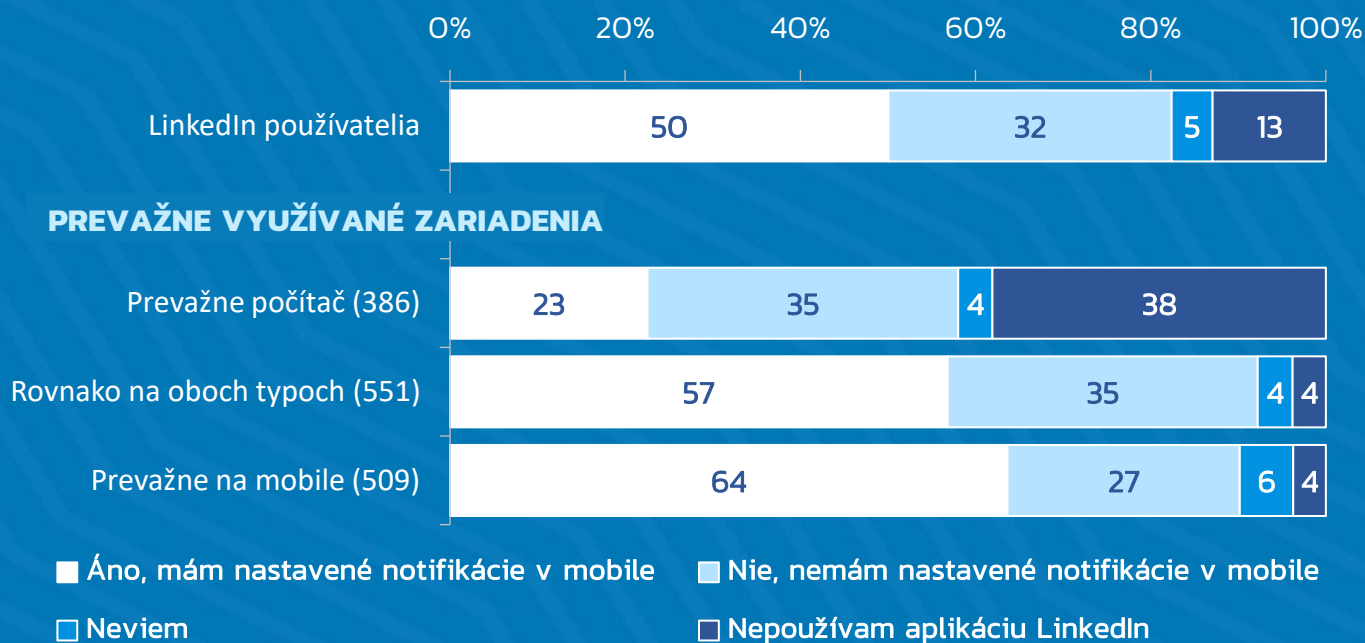


Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: vid' graf (n) | Z4 [S] [default] Máte v mobilnej aplikácii LinkedIn zapnuté upozornenia/notifikácie?

Aplikáciu LinkedIn na mobile využíva 87% jej užívateľov, zvyšných 13% aplikáciu nevyužíva (to však nemusí znamenať, že LinkedIn na mobile nevyužívajú).

Notifikácie z mobilnej aplikácie LinkedIn má nastavené polovica užívateľov tejto siete, kým tretina má notifikácie vypnuté.

Podiel tých, čo ich majú nastavené, stúpa s intenzitou využívania siete. Kým u „light userov“ notifikácie využíva len 40%, u „heavy userov“ sú to až dve tretiny (66%).



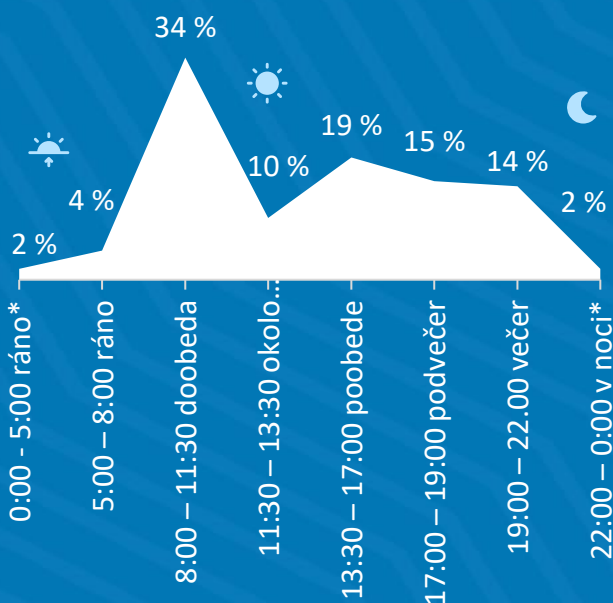
Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: vid' graf (n) | Z4 [S] [default] Máte v mobilnej aplikácii LinkedIn zapnuté upozornenia/notifikácie?

Najčastejšie majú notifikácie z aplikácie LinkedIn nastavené tí, ktorí pri užívaní tejto siete používajú hlavne mobil – u nich sú to až dve tretiny (64%).

Naopak u tých, ktorí preferujú počítač, je to len necelá štvrtina (23%).

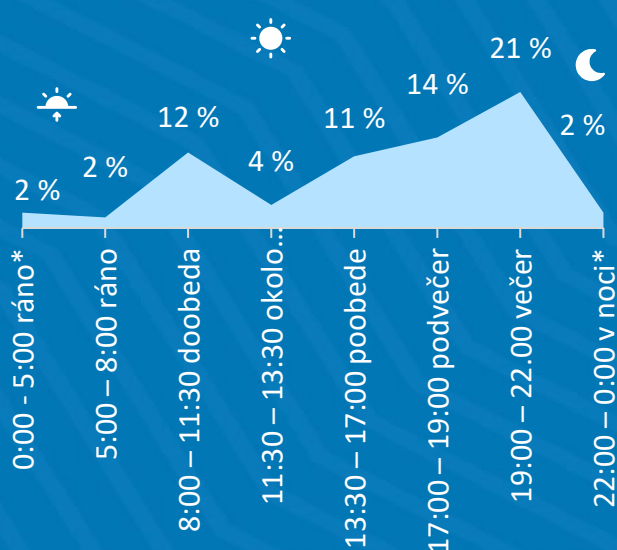
VYUŽÍVANIE LINKEDIN V RÁMCI DŇA

PRACOVNÝ DEŇ



Vôbec nevyužíva cez pracovný deň: **2%**

VÍKEND



Vôbec nevyužíva cez víkend: **34%**

Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L1 [S] Kedy využívate LinkedIn najčastejšie?...cez pracovný deň / ...cez víkend

* Tieto kategórie boli rozdelené kvôli vizualizácii výsledkov, v dotazníku bol dopytovaný časový interval 22:00 – 5:00 hod.

To, že je LinkedIn pre mnohých „pracovnou“ sieťou dokazuje aj jeho využívanie počas pracovných dní a počas víkendov.

Počas pracovných dní využíva LinkedIn najväčšia časť jeho užívateľov doobeda medzi 8:00 a 11:30 (34%). V ostatných častiach pracovných dní je LinkedIn využívaný výrazne menej.

Počas víkendov je situácia pomerne odlišná – kedy využívanie LinkedInu stúpa od obeda k večeru – najvyššie je medzi 19:00 a 22:00 – kedy sa mu venuje 21% užívateľov. Cez víkend sa na LinkedIn nepripája vôbec až tretina jeho užívateľov.

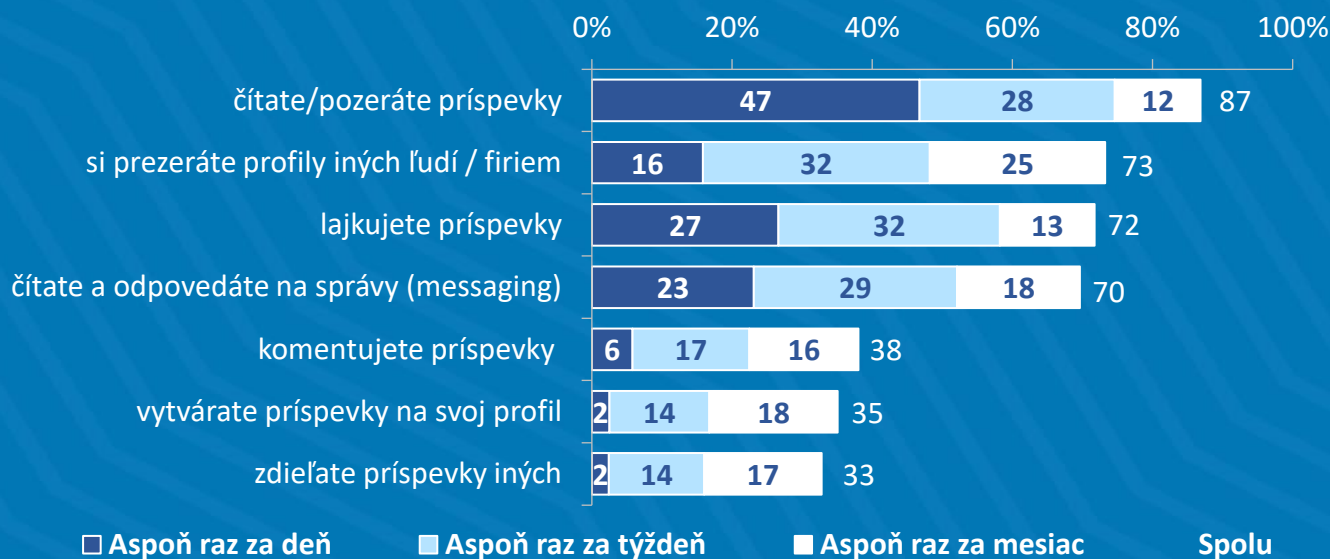
POWERED BY

Go4insight



ČO ROBÍME NA LINKEDIN-E?

VYKONÁVANIE ČINNOSTI NA LINKEDIN



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L2 [S] Ako často na LinkedIn...

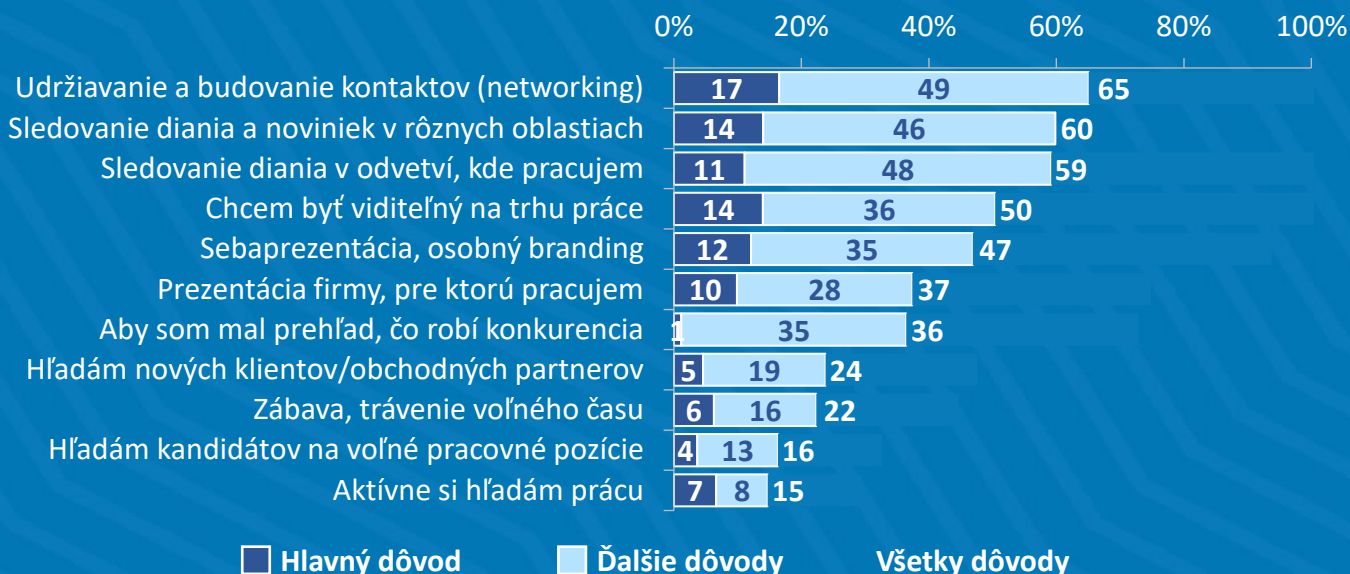
Najčastejšou činnosťou na LinkedIn-e, ktorú užívatelia vykonávajú je **čítanie** resp. **pozeranie** príspevkov – a to tak na dennej báze (47%) ako aj celkovo (87%).

Obľúbenou činnosťou je aj prezeranie si profilov iných užívateľov, prípadne firiem – tejto činnosti sa však ľudia venujú skôr na týždennej báze (32%) alebo mesačnej (25%).

Medzi časté denné činnosti patria aj **lajkovanie** príspevkov (27%) a **čítanie správ** + odpovede na ne (23%).

Aktívne **vytváranie** príspevkov je realizované oveľa menej. Na týždennej báze vytvára príspevky 16%, častejšie len 2%.

DÔVODY VYUŽÍVANIA LINKEDIN



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | Z9 [S] Ktorý z týchto dôvodov je momentálne hlavným dôvodom, prečo využívate LinkedIn?

Hlavnými dôvodmi využívania siete LinkedIn je networking, sledovania diania a noviniek a viditeľnosť na trhu práce.

Vo všeobecnosti prevažujú skôr pasívne spôsoby využívania (čítanie statusov, sledovanie kontaktov).

Dá sa povedať, že LinkedIn prináša pre svojich užívateľov dve základné funkcie – prepájaciu a informačnú.

Aktívne zatiaľ využíva LinkedIn na hľadanie obchodných partnerov, zamestnancov, práce skôr menšia časť jeho užívateľov.

TYP PREZERANÉHO OBSAHU NA LINKEDIN



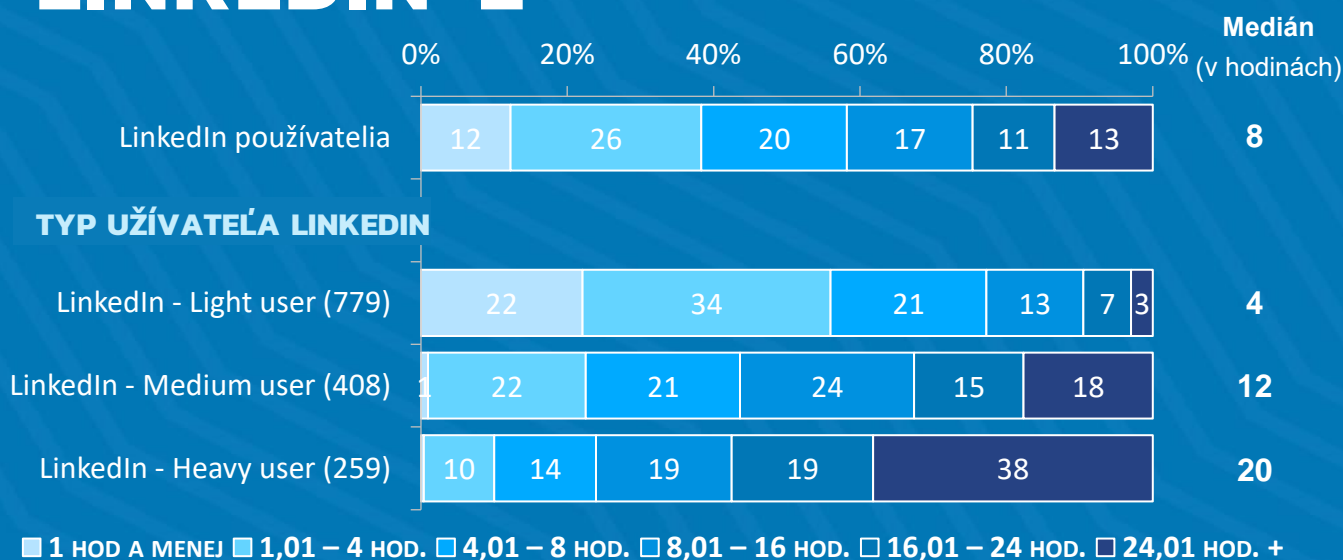
Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L5 [M] Aký typ obsahu si radi prezeráte na LinkedIn? Vyberte všetky možnosti, ktoré sú pre Vás relevantné.

Z obsahu na sieti LinkedIn sú najatraktívnejšie informácie z brandže užívateľa (65%), praktické rady a vzdelávanie (63%) a odborné novinky (63%).

Tento typ informácií z hľadiska atraktivity výrazne prevyšuje ostatné typy obsahu. Ukazuje to, že LinkedIn čiastočne nahrádza funkciu odborných médií. Informácie, praktické rady a novinky zatienili aj dôležitosť ponúk práce.

Naopak najmenej vyhľadávajú užívatelia na LinkedIn-e príspevky, ktoré sa netýkajú pracovných záležitostí: zábava (18%), súkromné novinky kontaktov (25%).

MESAČNE STRÁVENÝ ČAS NA LINKEDIN-E



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L3 [Time] Koľko času odhadujete, že strávite týždenne na LinkedIn?
L4 [Time] Koľko času odhadujete, že strávite mesačne na LinkedIn?

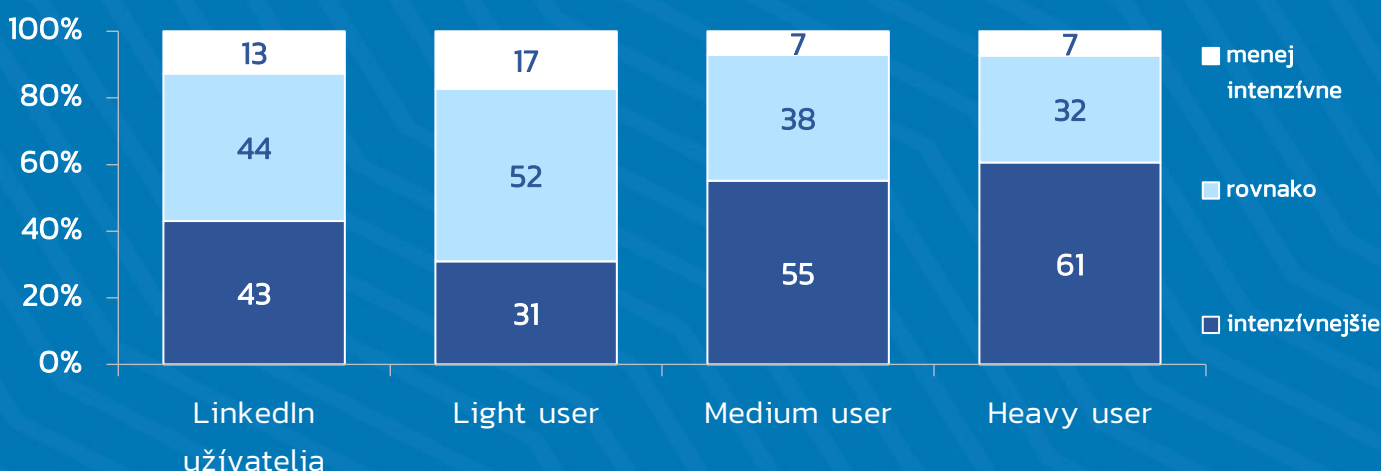
Bežný užívateľ strávi na LinkedIn-e 8 hodín za mesiac (mediánová hodnota), čo predstavuje približne 2 hodiny týždenne.

Najväčšia časť užívateľov siete LinkedIn trávi na nej cca 1-4 hodiny mesačne (26%). Päťina užívateľov (20%) jej venuje 4-8 hodín mesačne. Viac ako deň času (na mesačnej báze) venuje LinkedInu približne jedna osmina užívateľov. Títo užívatelia tak trávajú na LinkedIn-e približne jednu hodinu denne.

Dĺžka času stráveného na sieti LinkedIn stúpa úmerne s intenzitou jej využívania. U „Heavy userov“ viac ako tretina užívateľov strávi na LinkedIn-e 24 a viac hodín mesačne, mediánová hodnota je 20 hodín mesačne. U „Medium userov“ je bežný čas strávený na sieti 12 hodín mesačne a u „Light userov“ sú to 4 hodiny za mesiac.

INTENZITA VYUŽÍVANIA LINKEDIN

V SÚČASNOSTI (V POROVNANÍ S ROKOM 2021)



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L11 [S] Keď si spomeniete, ako ste LinkedIn používali pred rokom, myslíte si, že LinkedIn používate v súčasnosti...? L12 [S] Myslíte si, že v najbližších 12 mesiacoch budete používať LinkedIn oproti súčasnosti...?

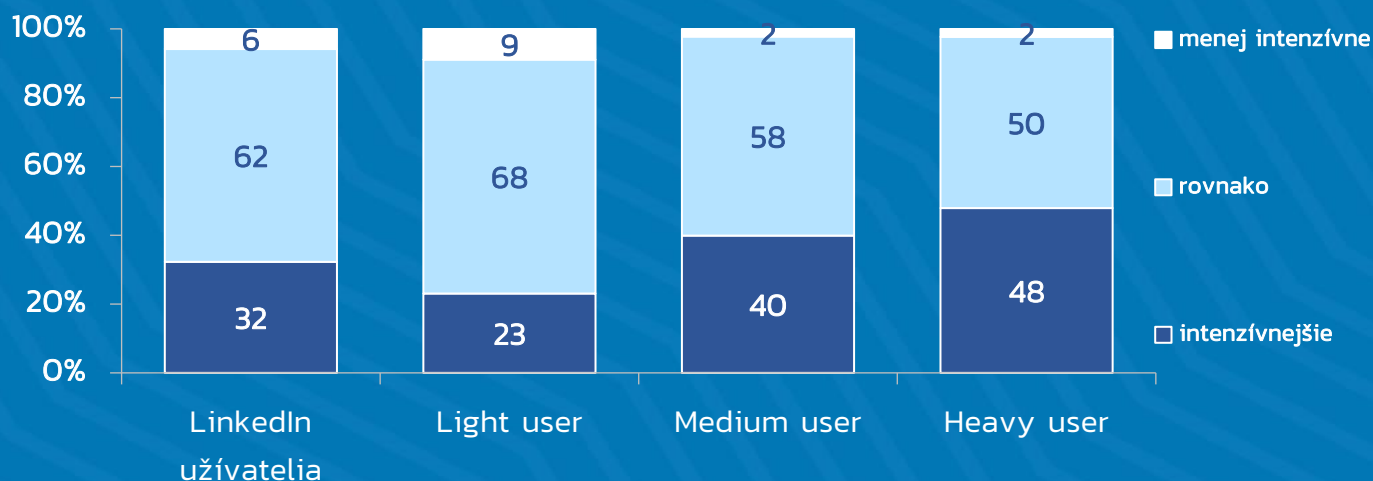
V porovnaní s obdobím pred rokom, veľká časť užívateľov LinkedIn-u deklaruje, že začala využívať túto sieť častejšie. Až 43% užívateľov LinkedInu deklaruje, že túto sieť využíva intenzívnejšie v porovnaní s minulým rokom.

Približne rovnaká časť užívateľov intenzitu využívania siete nezmenila. Len 13% užívateľov trávi na sieti LinkedIn o niečo menej času, než v minulosti.

Intenzívnejšie využívanie LinkedIn-u deklarujú všetky skupiny užívateľov – „Light useri“, „Medium useri“ aj „Heavy useri“. Dokonca platí, že čím je jednotlivý užívateľ intenzívnejší, tým jeho užívanie LinkedIn-u za posledný rok narástlo viac.

INTENZITA VYUŽÍVANIA LINKEDIN

V NASLEDUJÚCICH 12 MESIACOCH



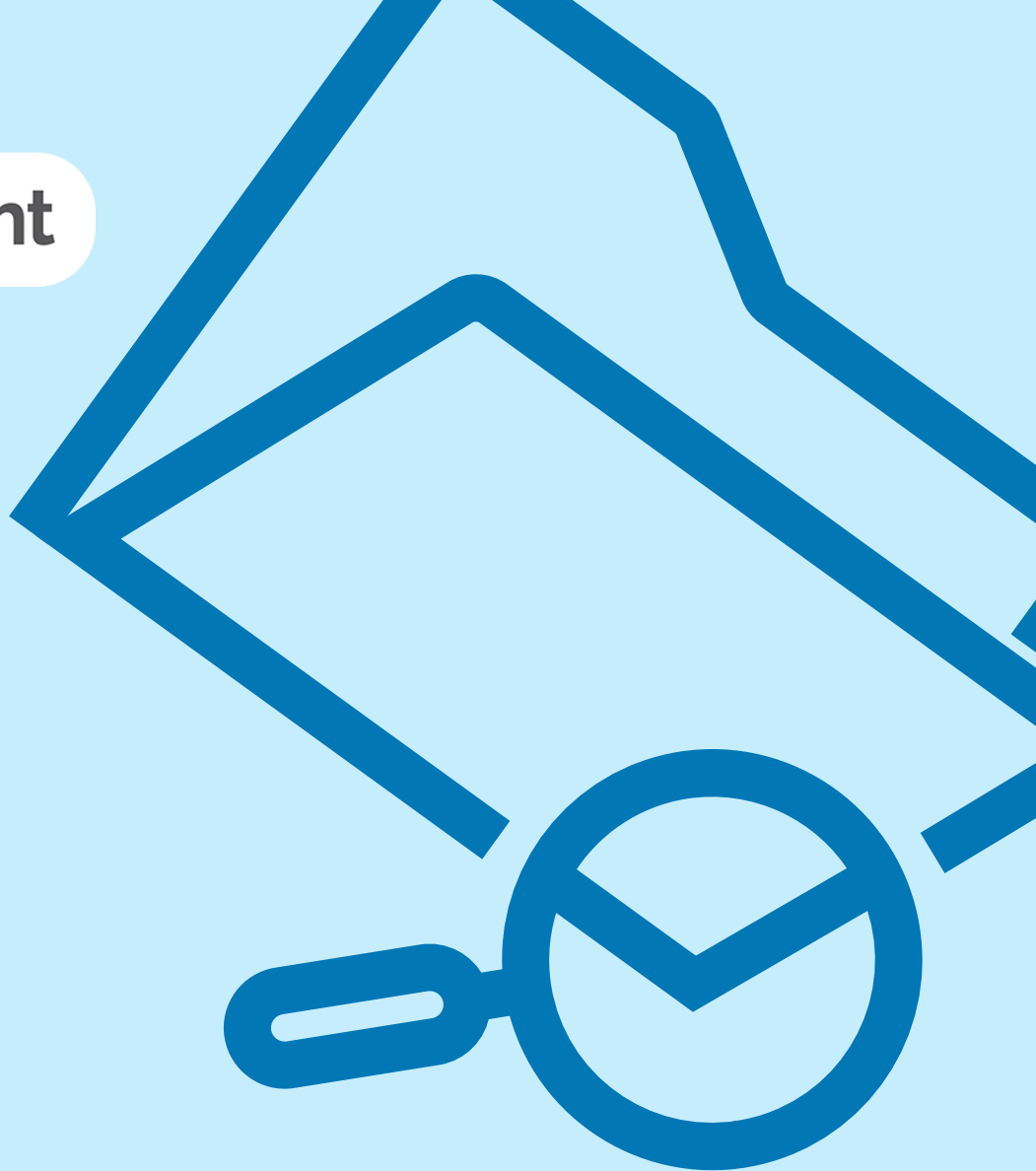
Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L11 [S] Keď si spomeniete, ako ste LinkedIn používali pred rokom, myslíte si, že LinkedIn používate v súčasnosti ...? L12 [S] Myslíte si, že v najbližších 12 mesiacoch budete používať LinkedIn oproti súčasnosti... ?

Užívatelia LinkedIn-u sú optimistickí, aj čo sa týka využívania tejto siete do budúcnosti. Až tretina z nich predpokladá, že na LinkedIne bude tráviť viac času ako v súčasnosti. Len 9% súčasných užívateľov predpokladá, že budú LinkedIn využívať menej často.

Čím aktívnejší sú užívatelia LinkedIn-u dnes, tým viac majú záujem svoju prítomnosť na tejto sieti zvyšovať aj v budúcnosti. Napr. až polovica (47%) „Heavy userov“ sa ho chystá do budúcnosti využívať ešte častejšie ako dnes.

POWERED BY

Go4insight



**ČO NÁM
LINKEDIN
PRINÁŠA**

PRÍNOS LINKEDIN PRE UŽÍVATEĽA



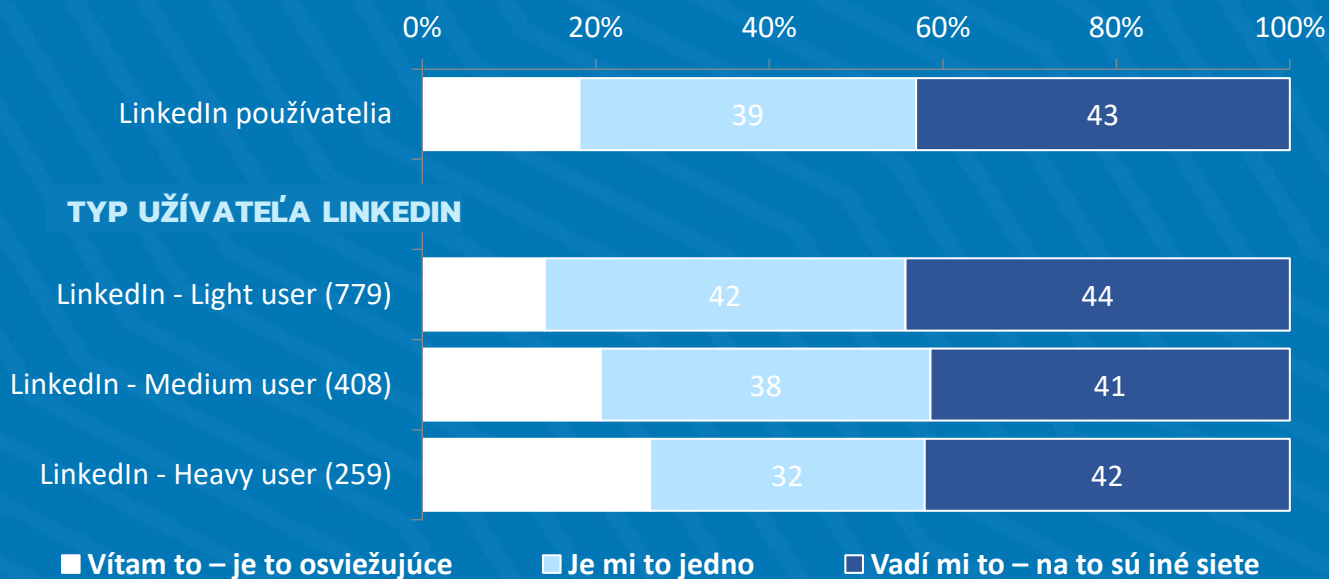
Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L10 [M] Čo Vám využívanie LinkedIn prinieslo? Vyberte všetky možnosti, ktoré sú pre Vás relevantné.

Najväčšej časti užívateľov LinkedInu priniesla táto sieť najmä nové kontakty (67%). Tento prínos jasne prevažuje nad všetkými ostatnými. Ďalšími prínosmi sú novo získané informácie a nimi podnietený osobný a vedomostný rast.

K reálnej spolupráci (dodávateľ, zamestnávateľ, zamestnanec) prispel LinkedIn zatiaľ skôr len menšine (6-12%)

Dve percentá ľudí si vďaka LinkedInu našli k sebe cestu aj po súkromnej stránke dočkali sa tu pozvania na rande. :-)

VNÍMANIE PUBLIKOVANIA SÚKROMNÉHO OBSAHU NA LINKEDIN



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | L13 [S] Niektorí ľudia majú tendenciu na LinkedIn-e publikovať skôr súkromný obsah (fotografie, videá, vlastné príhody,...) než odborný alebo biznisový. Aký je Váš názor na tento trend?

O tom, že sieť LinkedIn je vnímaná skôr ako profesionálna, svedčí aj fakt, že 43 percentám užívateľov súkromný obsah na tejto sieti vyslovene vadí. Ďalších takmer 40% majú voči „fejsbukácii“ LinkedIn-u neutrálne stanovisko. Súkromné príspevky víta necelá pätina (18%) užívateľov.

Je zaujímavé, že čím intenzívnejšie ľudia LinkedIn využívajú, tým viac sa ich postoj k súkromnému obsahu mení z neutrálneho na pozitívny. Kým u Light userov považuje súkromný obsah na LinkedIn-e za osviežujúci len 14% z nich, u Heavy userov je to až 26%. Negatívny názor na súkromné príspevky má vo všetkých troch segmentoch viac ako 40% užívateľov.

OBSAH, KTORÝ NA LINKEDIN-E „LEZIE NA NERVY“



Báza: užívatelia LinkedIn | Vzorka: 1446 | Q24 [Open] Aký obsah na LinkedIn Vám najviac lezie na nervy?

Okrem želaného obsahuje je na LinkedIn-e aj obsah, ktorý užívateľom vyslovene „lezie na nervy“. Zo všetkého na LinkedIn-e vadí súkromný obsah, ako fotky z dovolení, fotografie z domácnosti, fotky domácich zvierat a podobne. Súkromný obsah spontánne ako obťažujúci uviedla približne štvrtina užívateľov.

Ďalším obsahom, ktorí vyslovene vadí sú rôzne motivačné príspevky alebo citáty, politický obsah alebo prehnaná seba prezentácia, ktorá hraničí so seba vychvaľovaním.

Reklama vadí len 5% užívateľom (čo je spôsobené obchodnou stratégiou LinkedIn-u na Slovensku a v okolitých krajinách).

POWERED BY

Go4insight

ODBORNÍ GARANTI PRIESKUMU



RASŤO KOČAN, Go4insight

LinkedIn preberá funkciu odborného média. Užívatelia sa z neho dozvedajú o novinkách zo svojej brandže a biznisu.

JÚLIUS FILO, Go4insight

LinkedIn na Slovensku sa vezie na priaznivej vlne. Je obľúbený a jeho intenzita využívania rastie a aj bude rásť.



ĽUBOMÍRA MARDIAKOVÁ, Divino

Častejšie ako raz za týždeň vytvára obsah na LinkedIn iba 2 % užívateľov. Správna obsahová stratégia vám prinesie cenné biznis kontakty aj leady.



MIKI PLICHTA, LinkedIn Storyteller

V dnešnej dobe post-pravdy je LinkedIn bezpečný prístav komunikácie, efektívneho networkingu a relevantných informácií.



Go4insight s.r.o
www.go4insight.com



Kýčerského 5
811 05 Bratislava
Slovak Republic