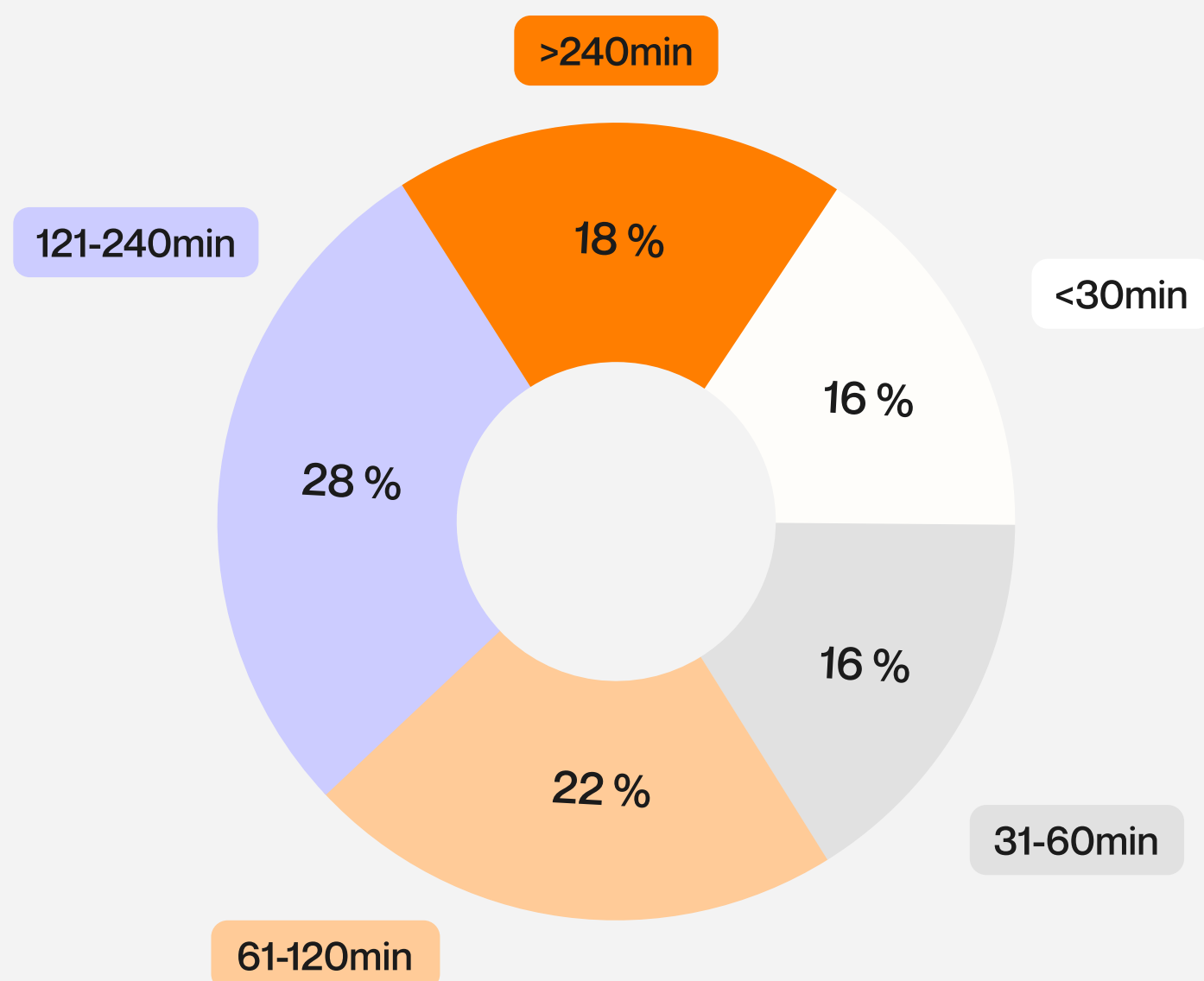


Doba na sítích

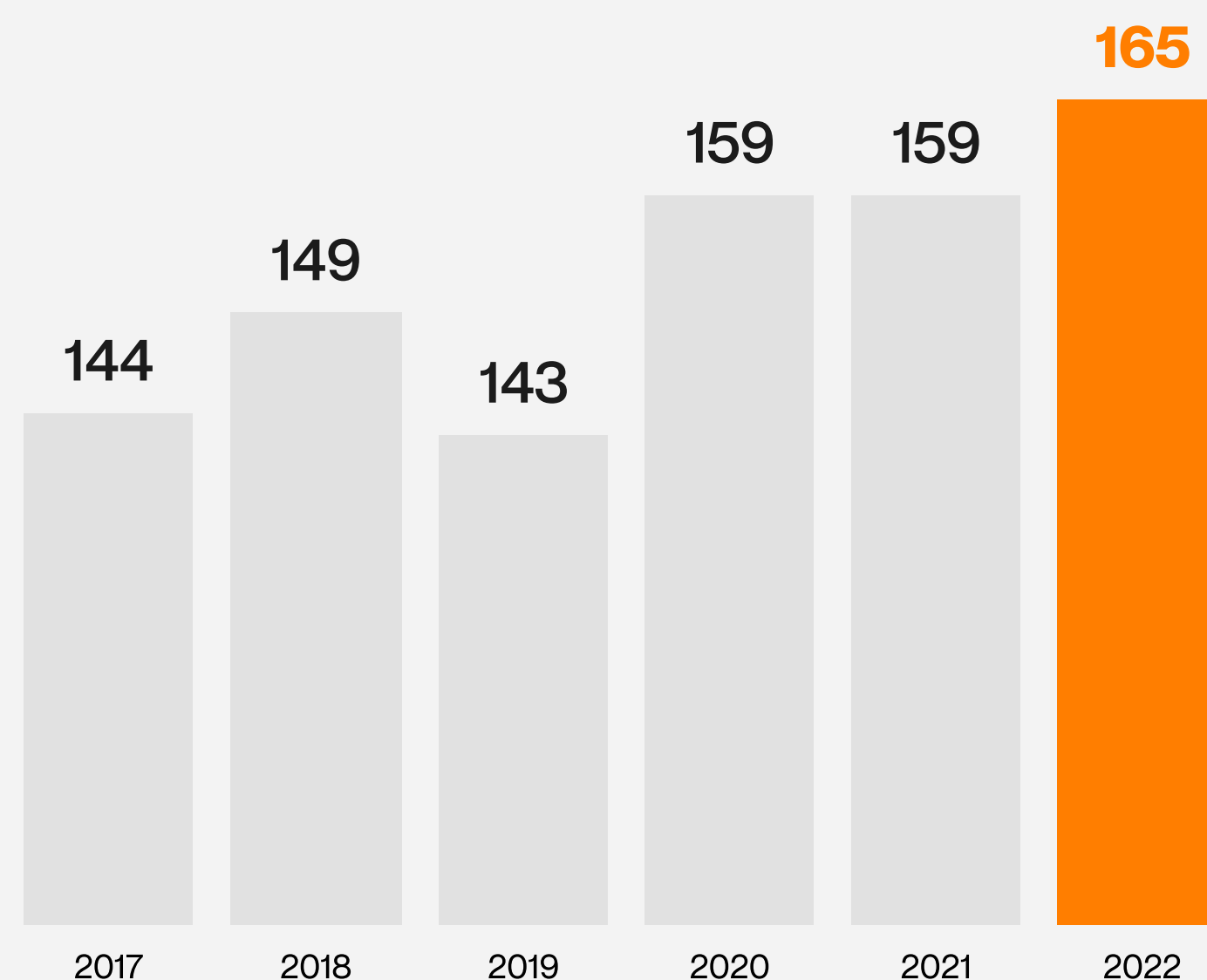
Češi tráví na sociálních sítích rekordní čas. V průměru dvě a tři čtvrtě hodiny denně. V předchozích covidových letech došlo k postupnému nárůstu, který se nezastavil ani v letošním roce. Čas, který uživatelé tráví na sociálních sítích, se proto už tolik neliší od sledování televize (cca 4 hodiny denně).

Průměrná doba na sociálních sítích

Procentní podíl uživatelů, kteří tráví na sítích uvedený čas



Roční přehled (min/den)



Rekordní průměrná doba

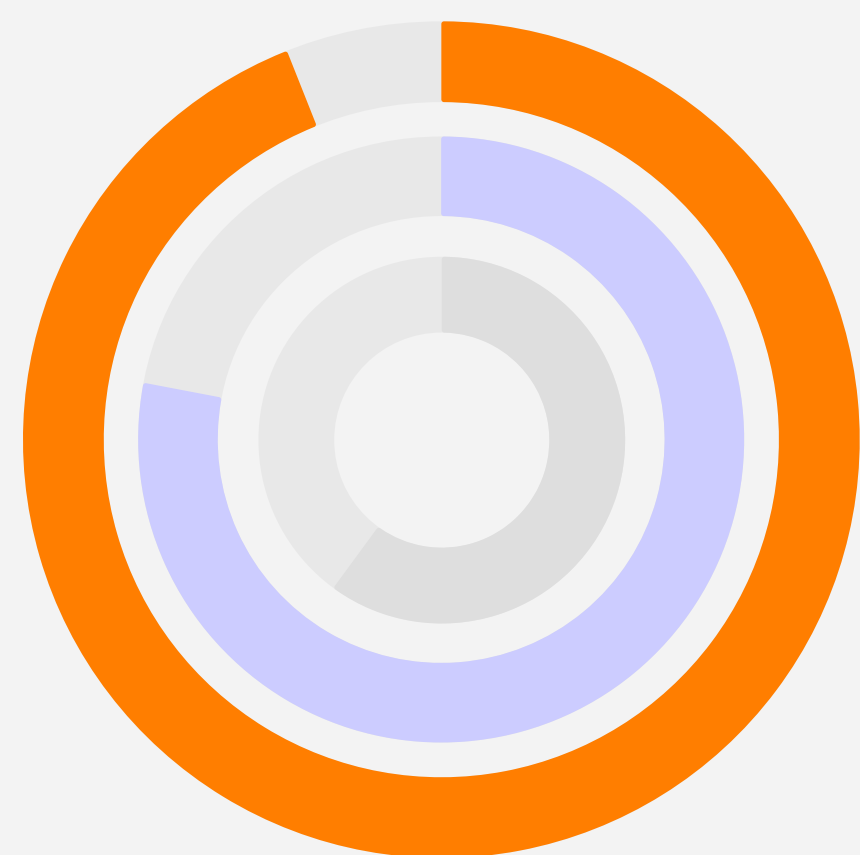
2h 45min

Kdo je často na sítích

Téměř 80 % uživatelů je na sociálních sítích každý den. Netýká se to ale už pouze nejmladších věkových skupin. Podíl lidí ve vyšším věku se dlouhodobě zvyšuje a postupně se blíží neaktivnější věkové skupině do 30 let. Zřetelné rozdíly jsou ale mezi jednotlivými platformami – například na Facebooku patří k neaktivnějším (každodenním) přispěvatelům lidé ve věku nad 60 let.

Frekvence používání

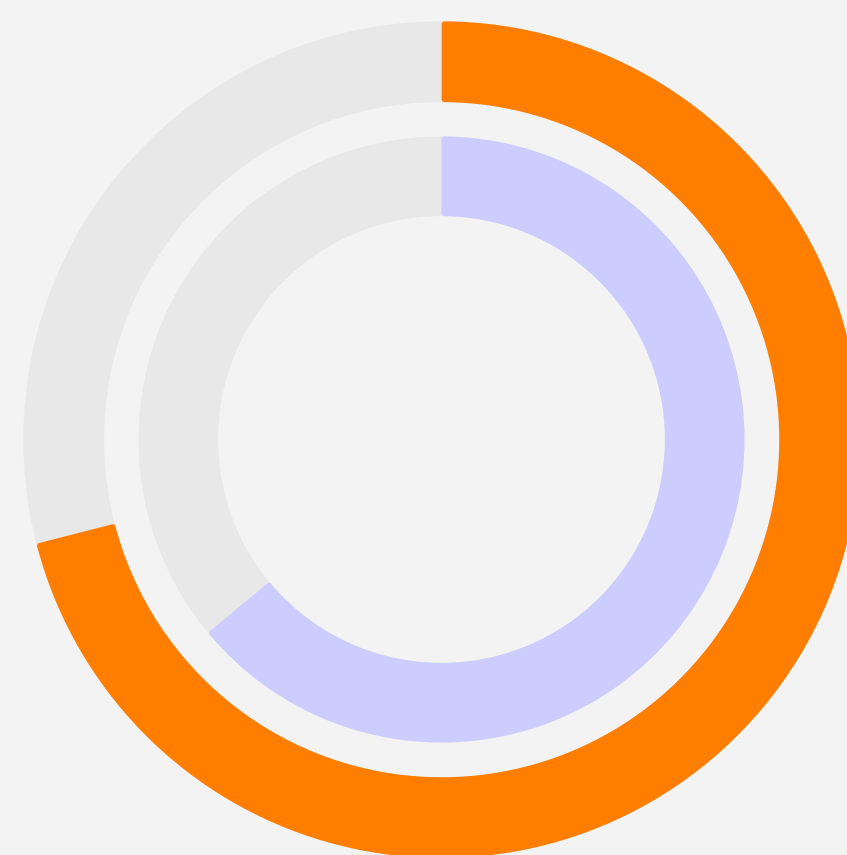
Podíl uživatelů, kteří jsou na sociálních sítích každý den



94 % 15-29 78 % 15+ 60 % 60+

Kdo je na sítích nejvíc?

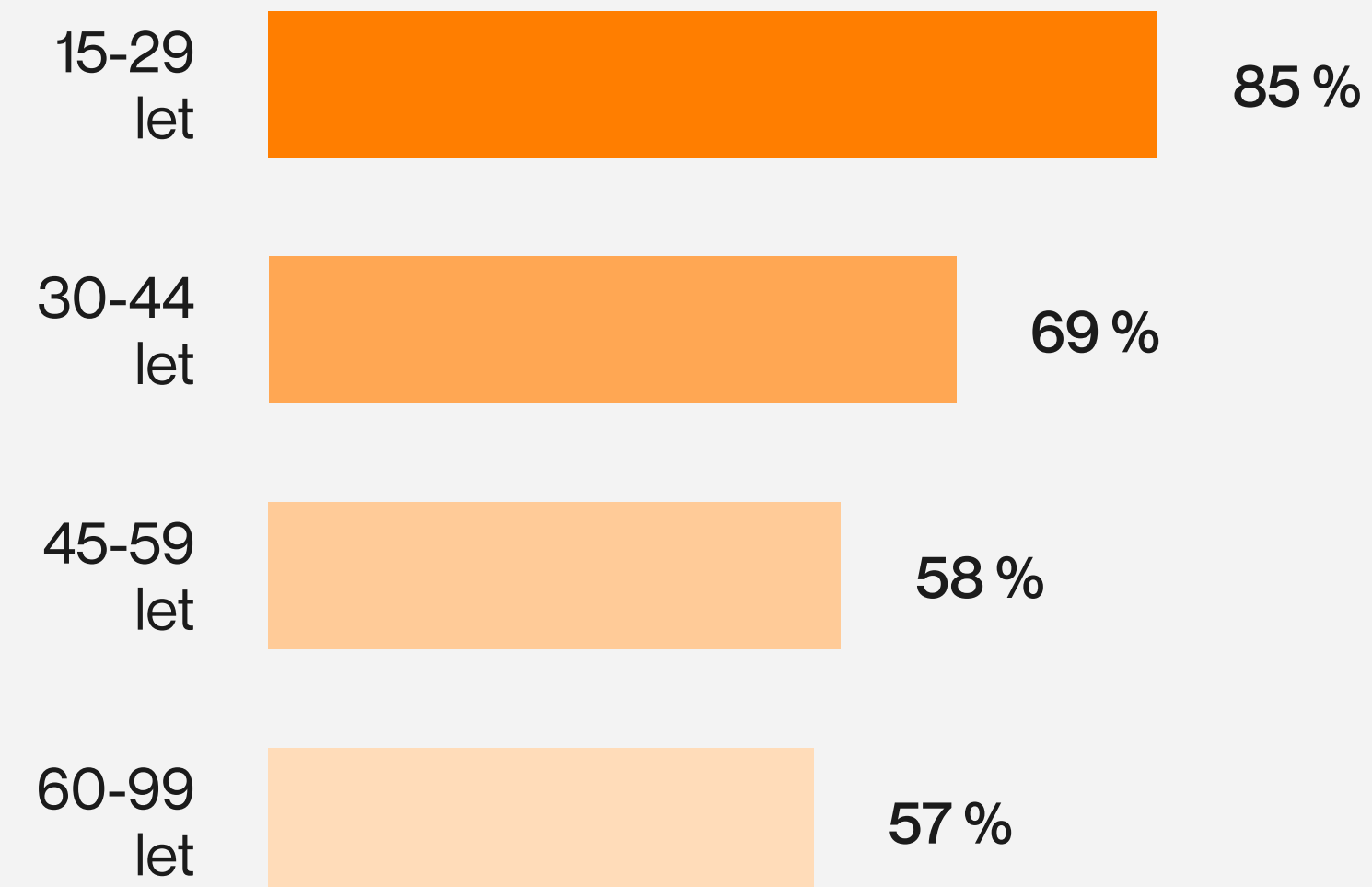
Procento uživatelů, kteří jsou na sociálních sítích v průměru přes hodinu denně



71 % Ženy 64 % Muži

Kdo je na sítích nejvíc?

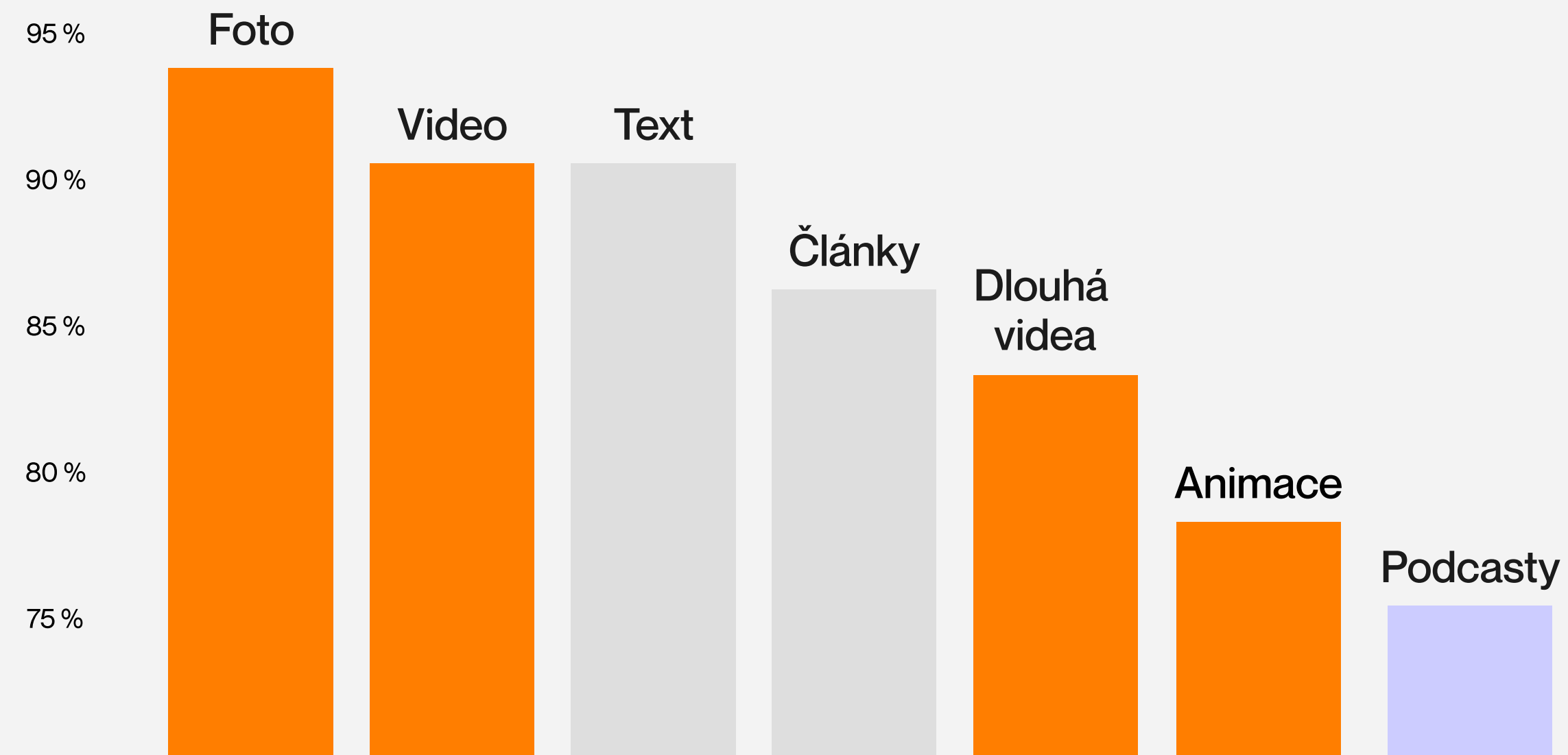
Procento uživatelů, kteří jsou na sociálních sítích v průměru přes hodinu denně



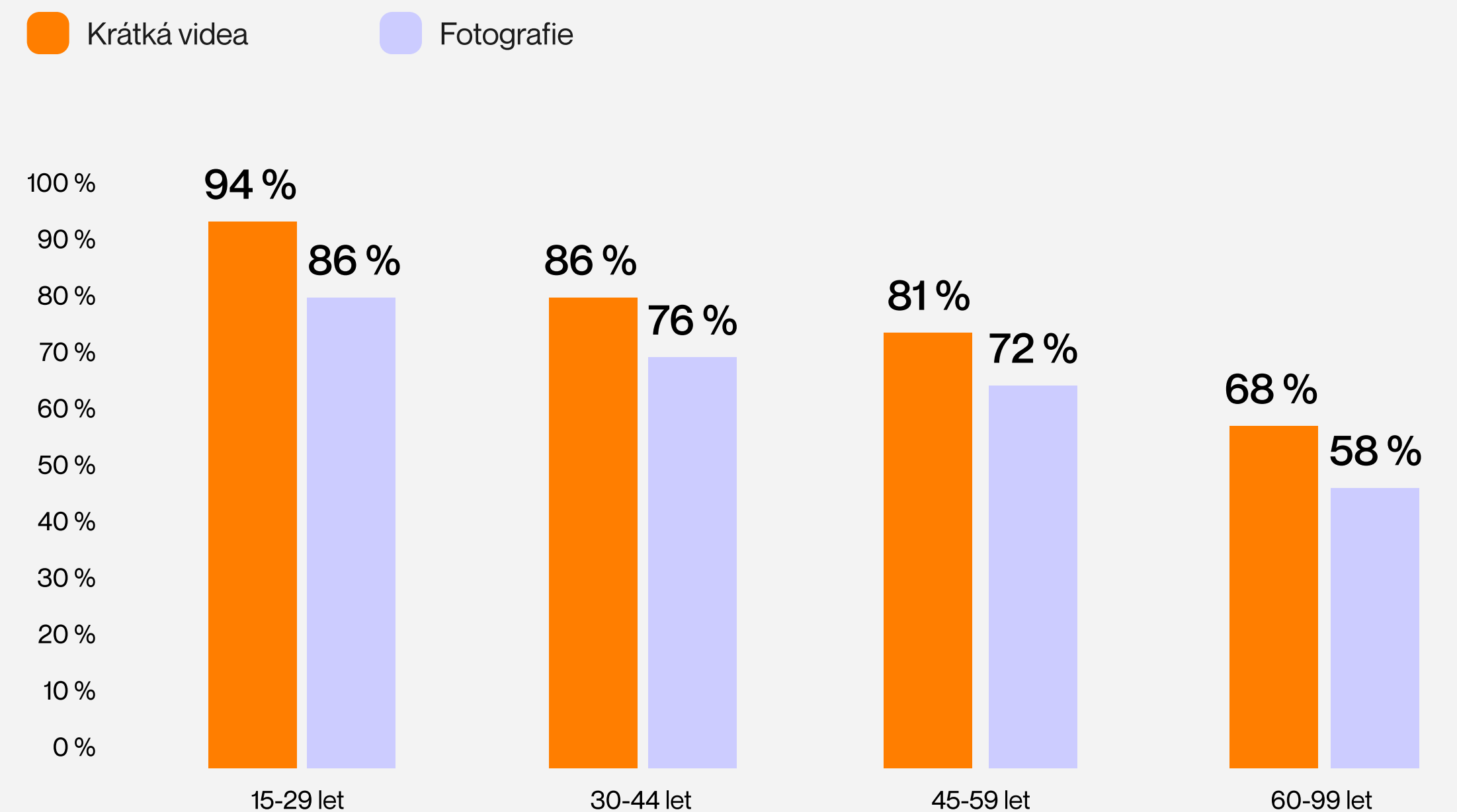
Větší vizuálnost

Nejoblíbenější je mezi všemi skupinami uživatelů vizuální obsah. Stále vedou příspěvky s fotografiemi, ale narostla popularita krátkých videí. To se projevuje v rozšiřování formátů jako jsou Stories nebo Reels.

Oblíbenost formátů



Oblíbenost vybraných formátů podle věku



Zábavný obsah

Poslední 4 roky roste podíl uživatelů, kteří jsou na sociálních sítích každý den. Naopak se příliš nemění důvody, proč lidé sociální média používají.

Mezi 3 hlavní dlouhodobě patří kontakt s přáteli, zábava a získávání informací. Letos poprvé předešla „zábava“ na sítích kontakt s přáteli.

Důvody pro používání sociálních sítí



86 %
Zábava

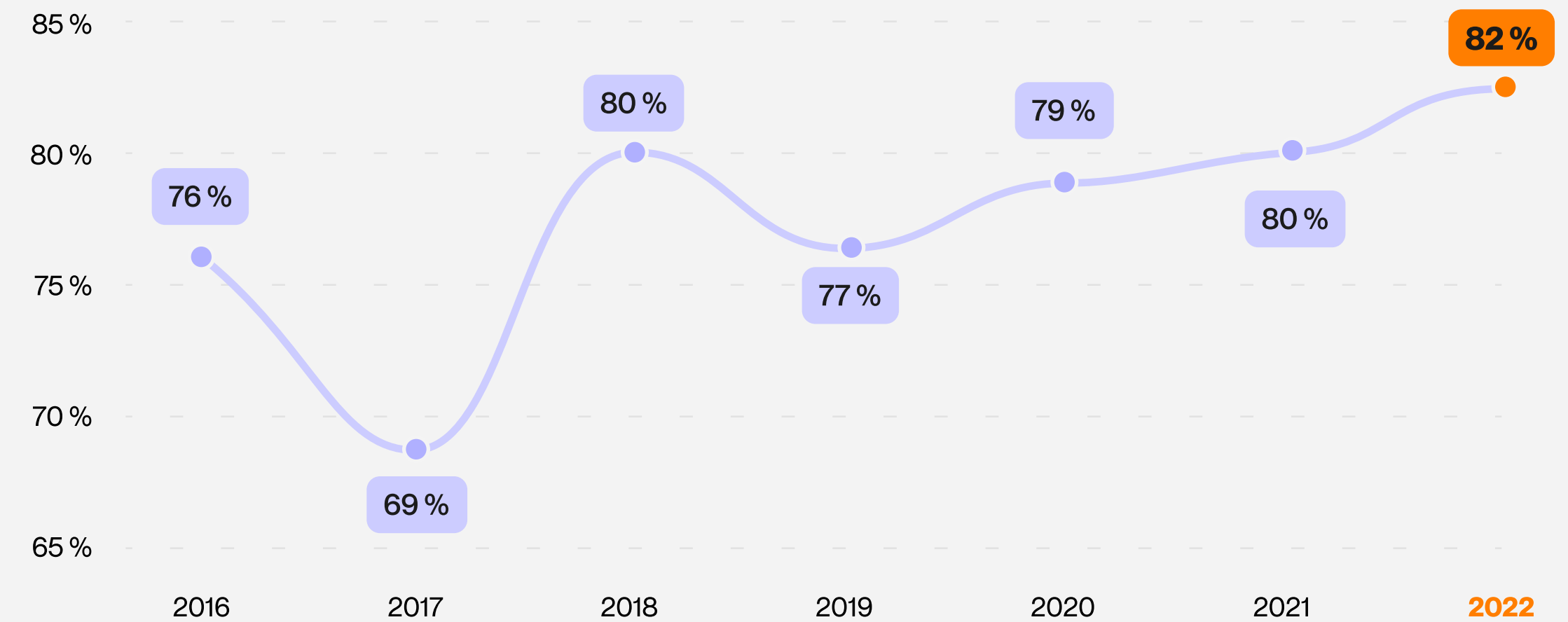


85 %
Kontakt s přáteli



77 %
Zdroj informací

Procento uživatelů, kteří jsou na sítích denně - vývoj

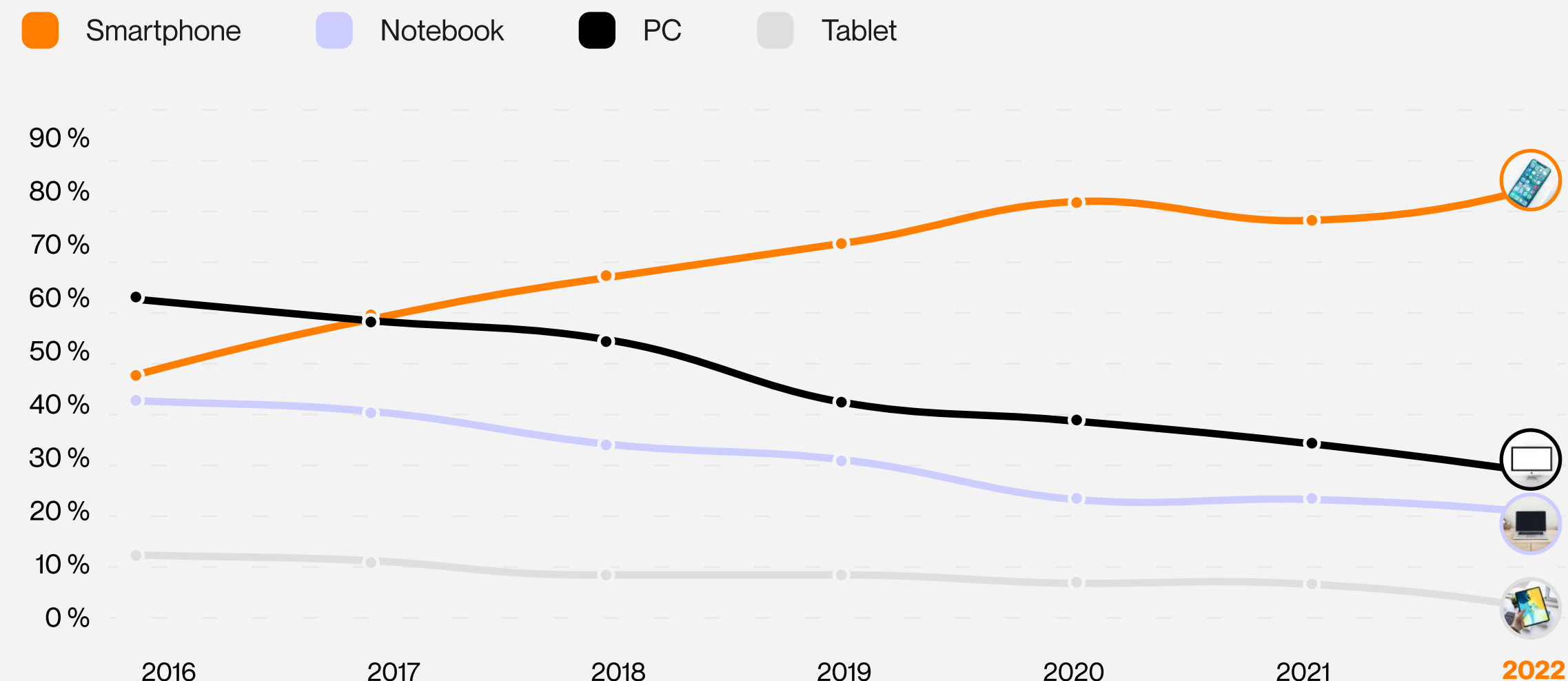


Odkud na síť

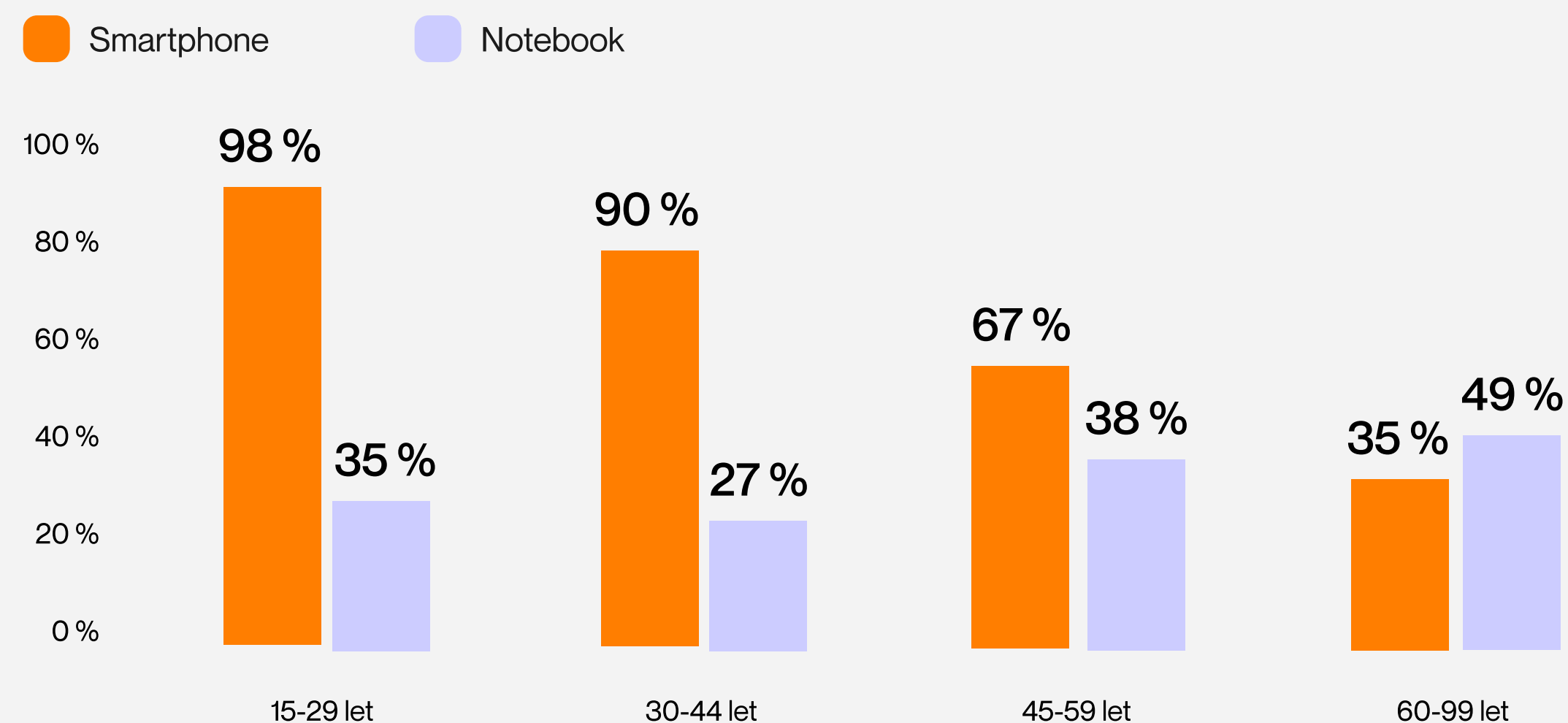
Pokud bychom měli vybrat jeden hlavní trend, tak je to přesun na mobilní telefony. Od roku 2016 neustále roste podíl lidí, kteří sociální média navštěvují prostřednictvím mobilu.

Všechna další zařízení (stolní počítač, notebook i tablet) každoročně oslabují. Pouze u uživatelů nad 60 let ještě stále mírně převládají notebooky. Jednotlivé síť přizpůsobují své formáty mobilům a některé na počítačích ani nejsou dostupné.

Podíl uvedených zařízení pro přístup na sociální síť



Srovnání preferovaných zařízení podle věkových skupin

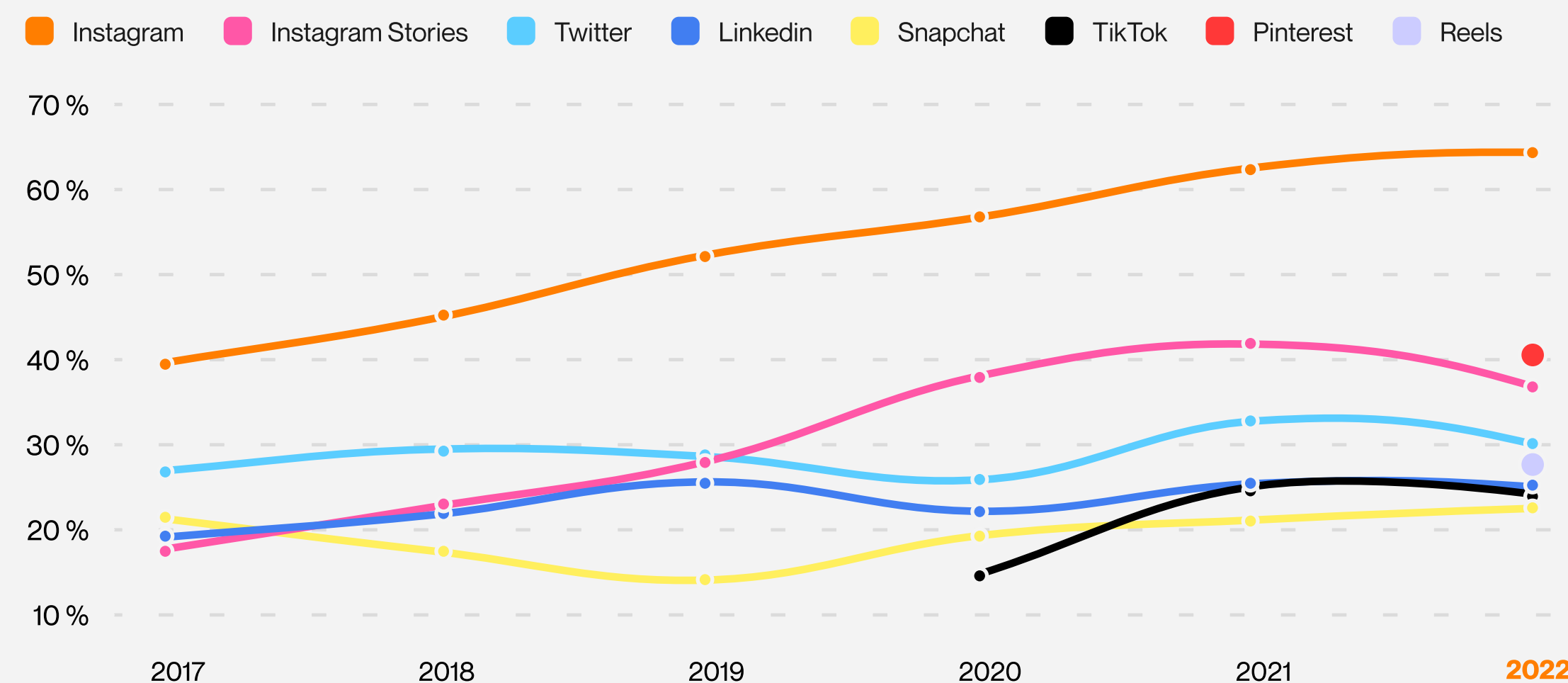


Nejdynamičtější sítě

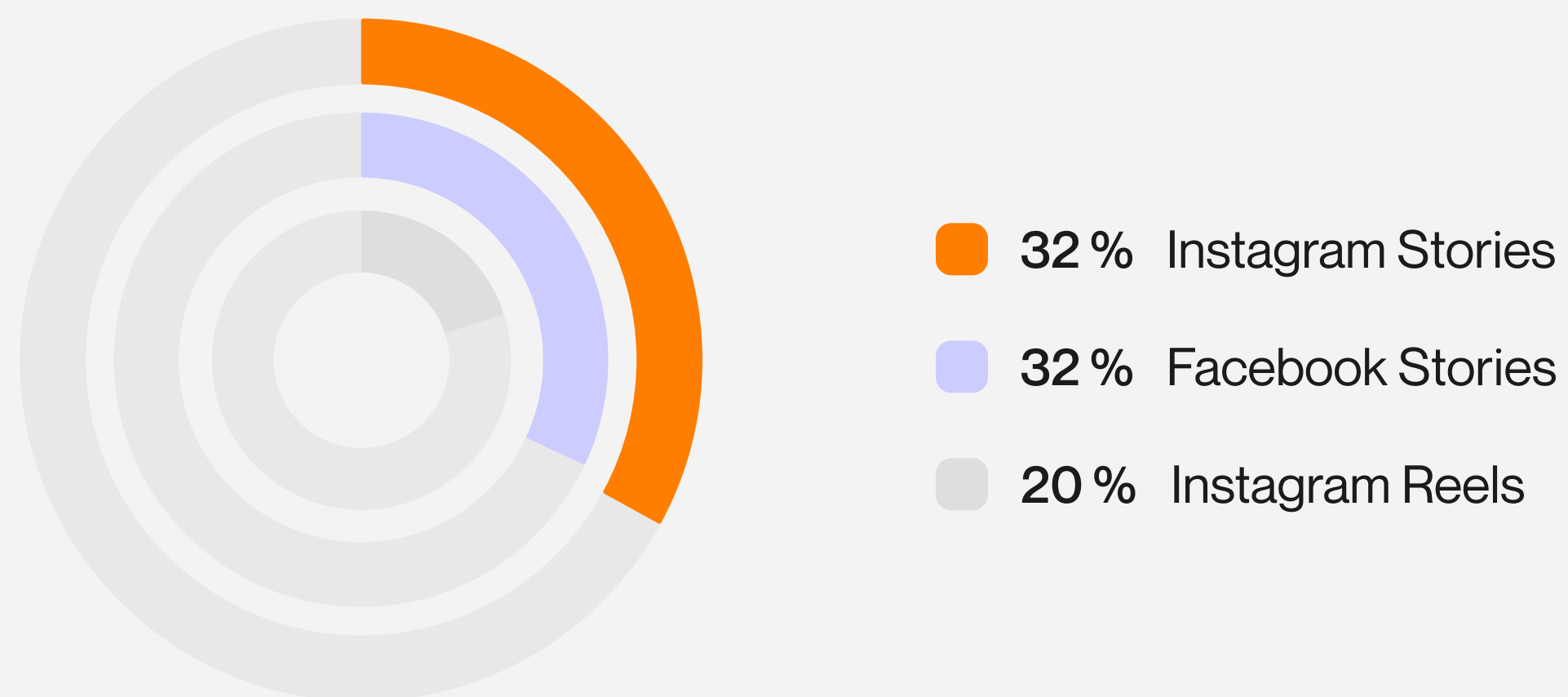
YouTube a Facebook jsou mezi sociálními sítěmi trvale nejrozšířenější. Soustavně je ale dohání nejdynamičtější Instagram. Na 4. příčce je letos Pinterest.

Budoucími hvězdami se mohou stát TikTok a Snapchat, které hodně ovlivňují obsahové trendy. V jejich prospěch mluví obliba mezi nejmladšími, a tedy neaktivnějšími uživateli.

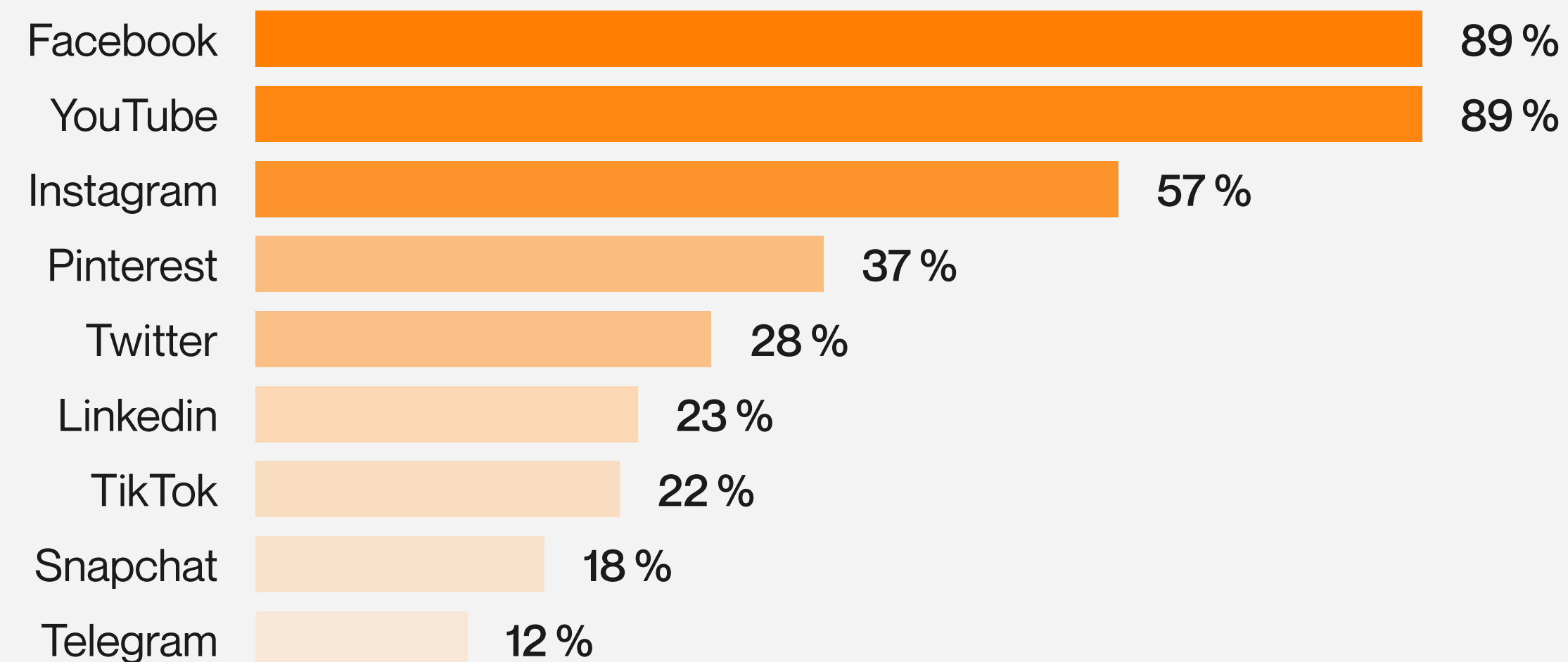
Vývoj vybraných sociálních sítí a formátů



Zkušenost uživatelů s vybranými formáty



Zkušenost uživatelů s vybranými sítěmi

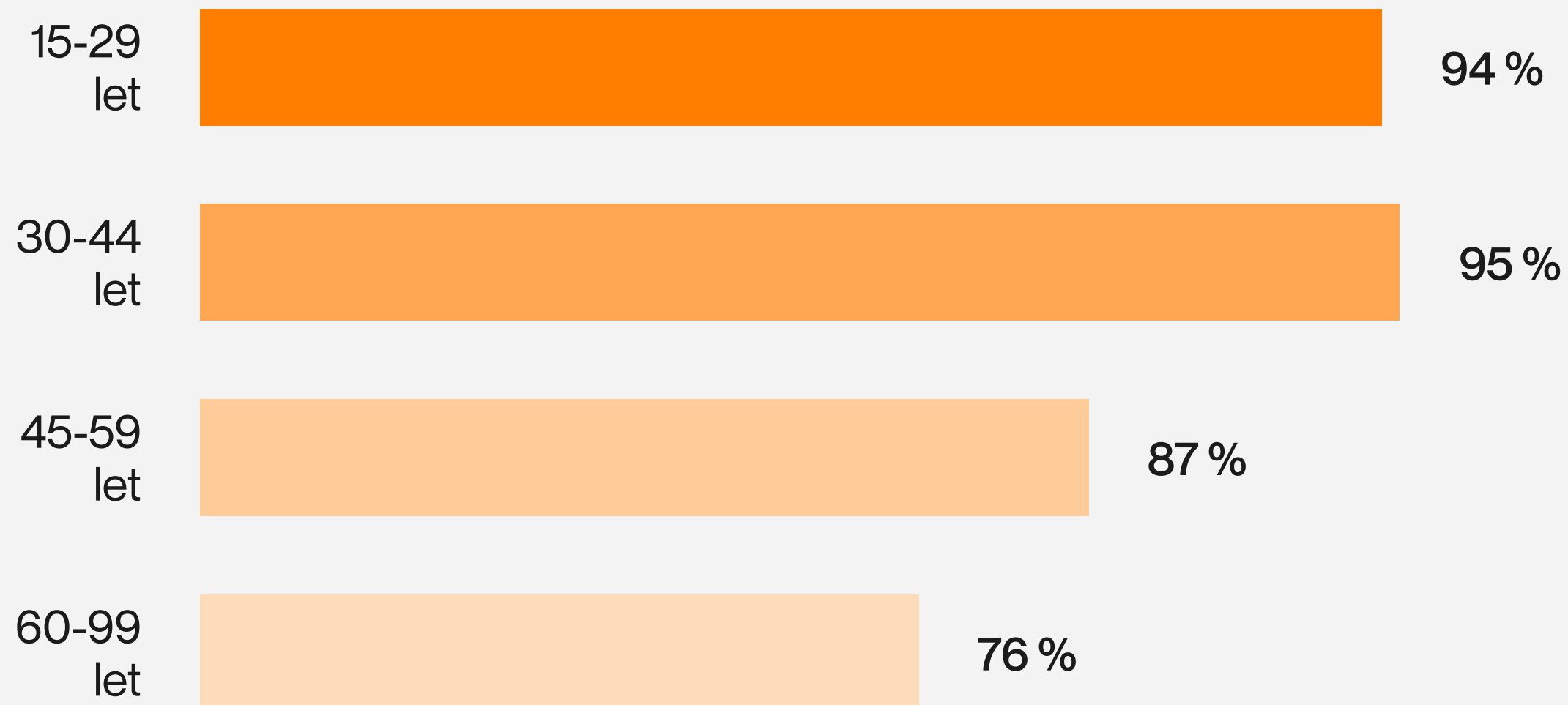


Facebook

Facebook je v Česku nejrozšířenější a nejsilnější sociální síť. V posledních letech je na něm ale znatelné posilování vyšších věkových skupin. Nejvíce ho nyní používají Češi mezi 30 až 44 lety, neaktivnějšími uživateli (kteří sami přidávají příspěvky) jsou dokonce lidé nad 60 let.

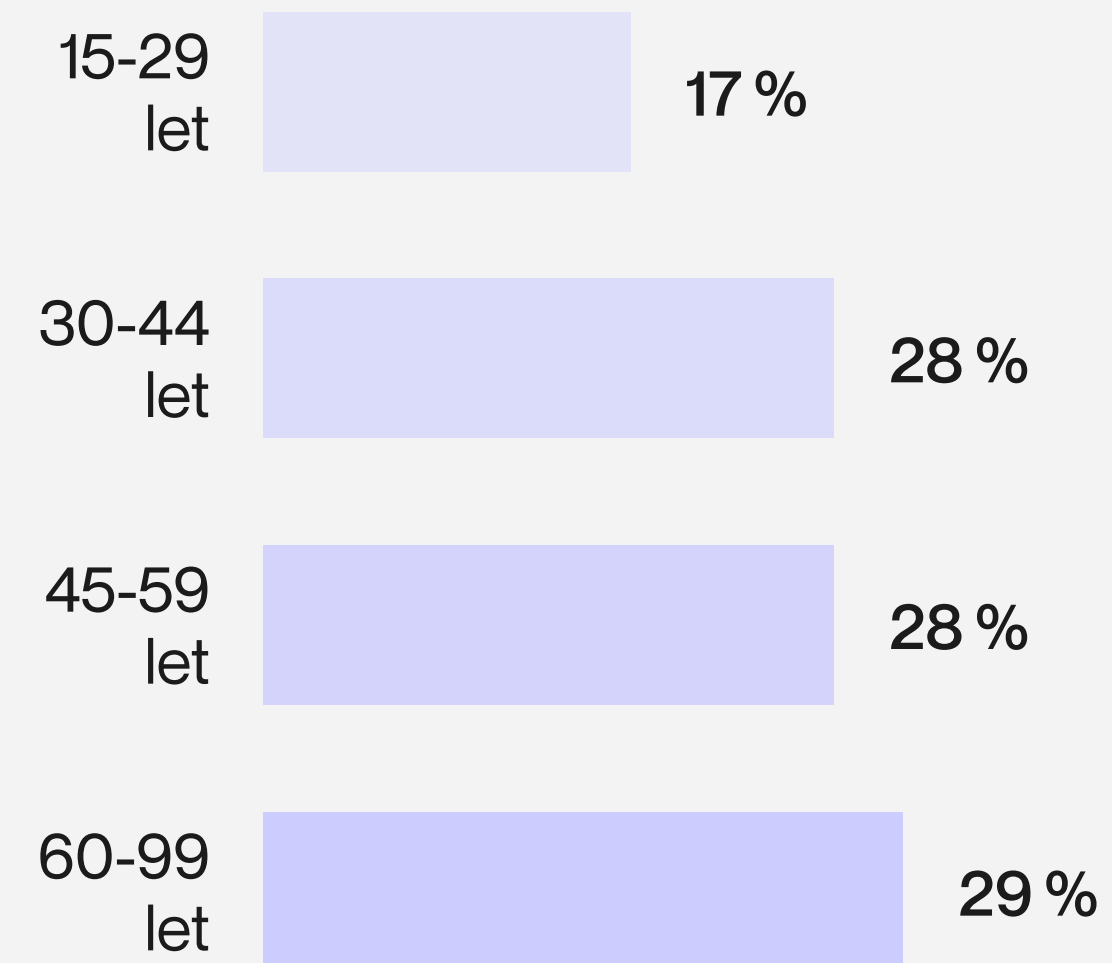
Uživatelé Facebooku

Má uživatelskou zkušenost s Facebookem - podíl podle věku



Na Facebook aktivně přispívají nejstarší

Podíl uživatelů, kteří sami aktivně postují na FB alespoň několikrát za týden

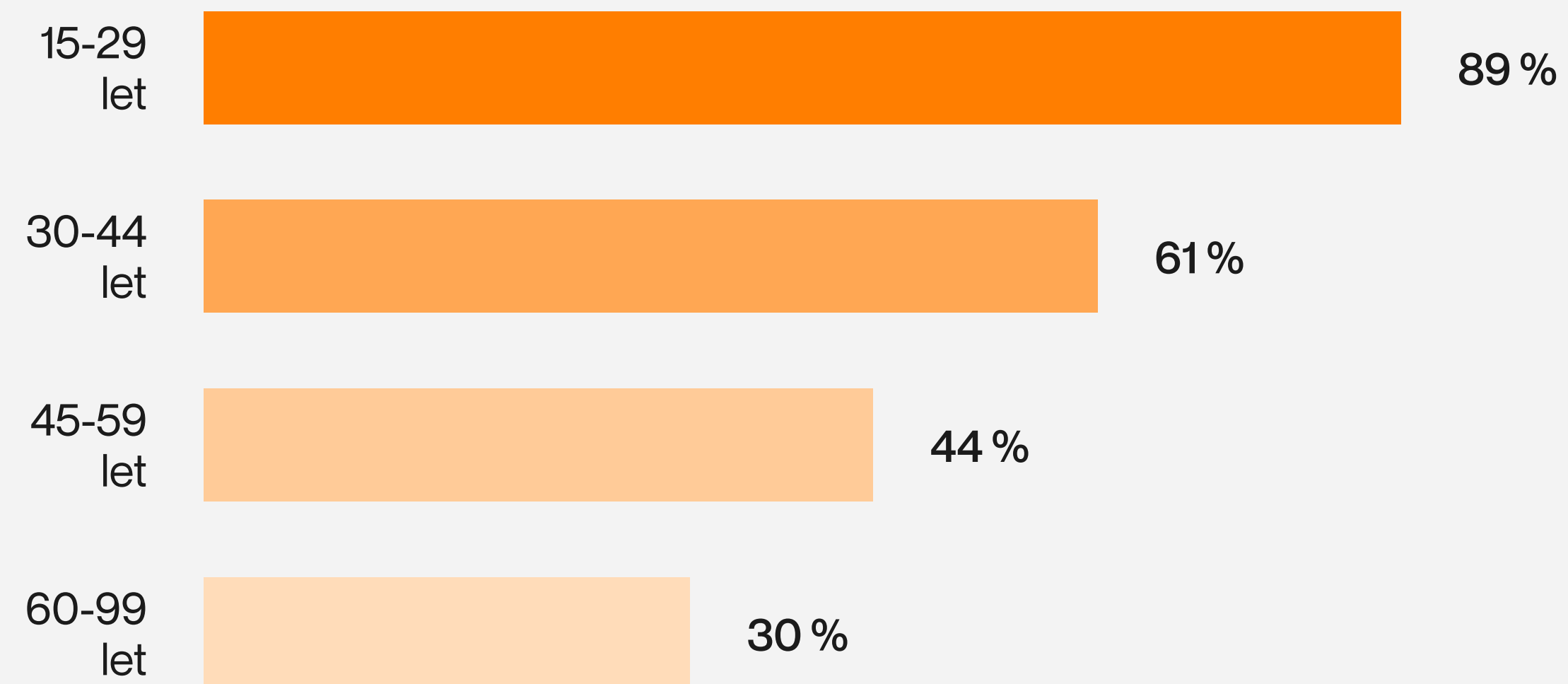


Instagram

Instagram posledních 5 let slušně jede. Dlouhodobě je to v Česku nejdynamičtější síť. Nejvíce ho používají lidé do 30 let, ale postupně posilují i vyšší věkové skupiny. Většina uživatelů se na něj chodí jen koukat, pravidelně přispívá pouze malá část z nich. Instagram s oblibou přebírá úspěšné formáty konkurenčních sítí (Stories, Reels, méně úspěšně Instagram TV).

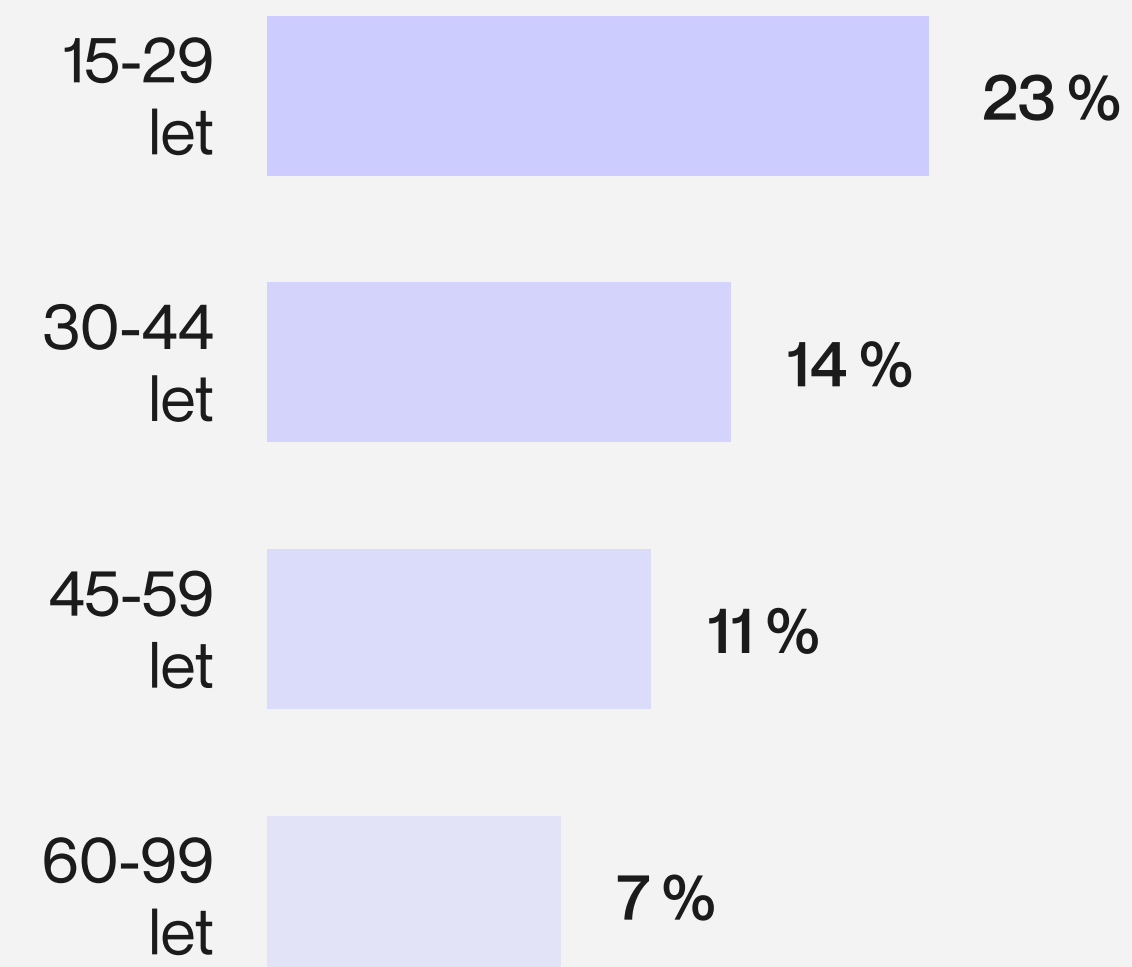
Uživatelé Instagramu

Podíl uživatelů Instagramu v různých věkových skupinách



Pravidelně přispívá menší část uživatelů

Podíl uživatelů Instagramu, kteří sami postují alespoň několikrát za týden



Překvapivý Pinterest

Pinterest jsme do průzkumu zařadili letos poprvé. Co do popularity se řadí na solidní čtvrté místo. Největším rozdílem oproti jiným platformám je, že ho používají výrazně více ženy než muži. Na Pinterestu je jich zhruba 2x více než mužských uživatelů. Tahle síť má v Česku pro řadu značek potenciál, který ještě zdaleka není využitý.

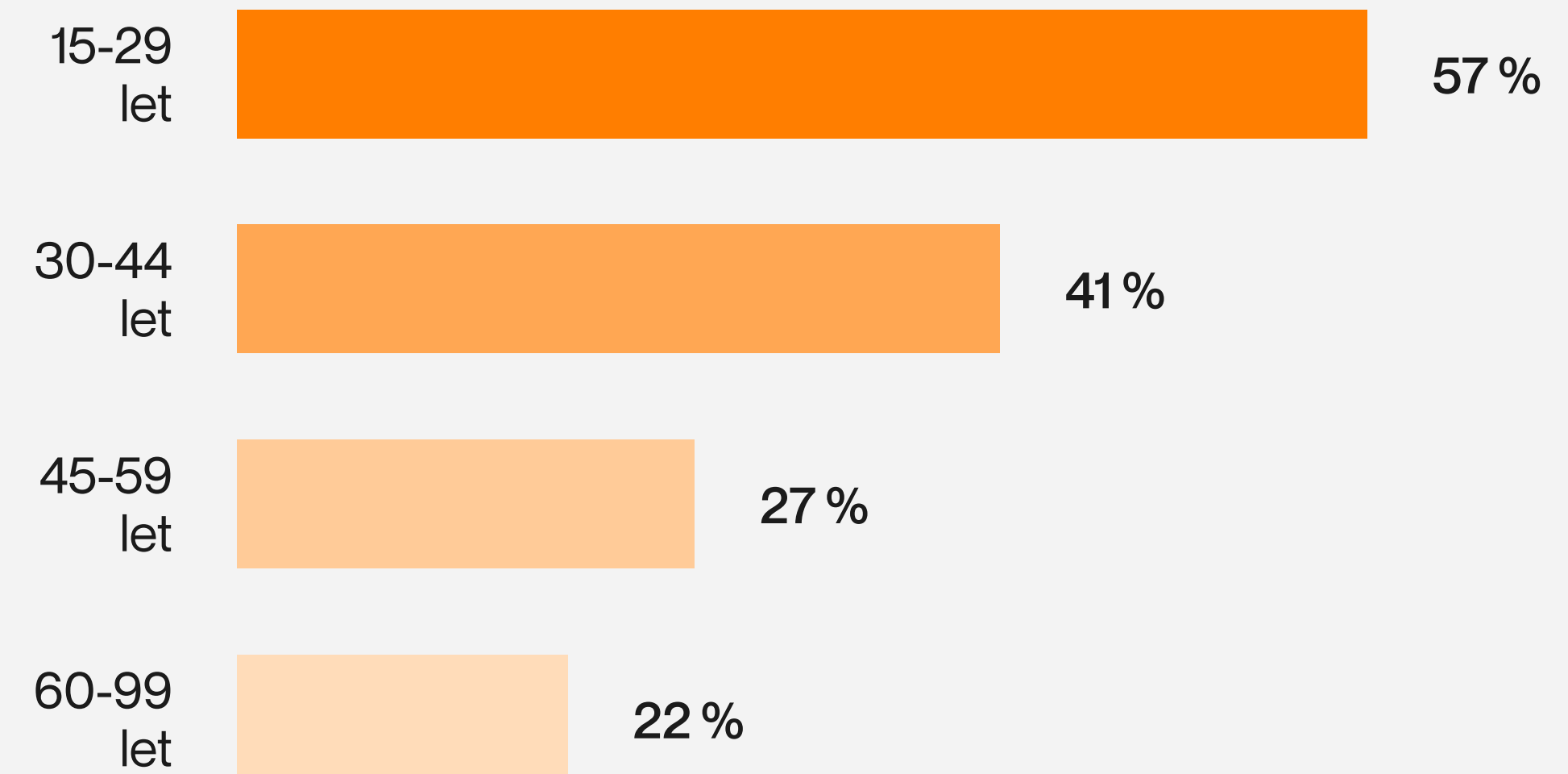
Ženy jsou na Pinterestu více

Podíl lidí, kteří mají uživatelskou zkušenost s Pinterestem



Nejoblíbenější je u nejmladší cílové skupiny

Podíl lidí, kteří mají uživatelskou zkušenost s Pinterestem



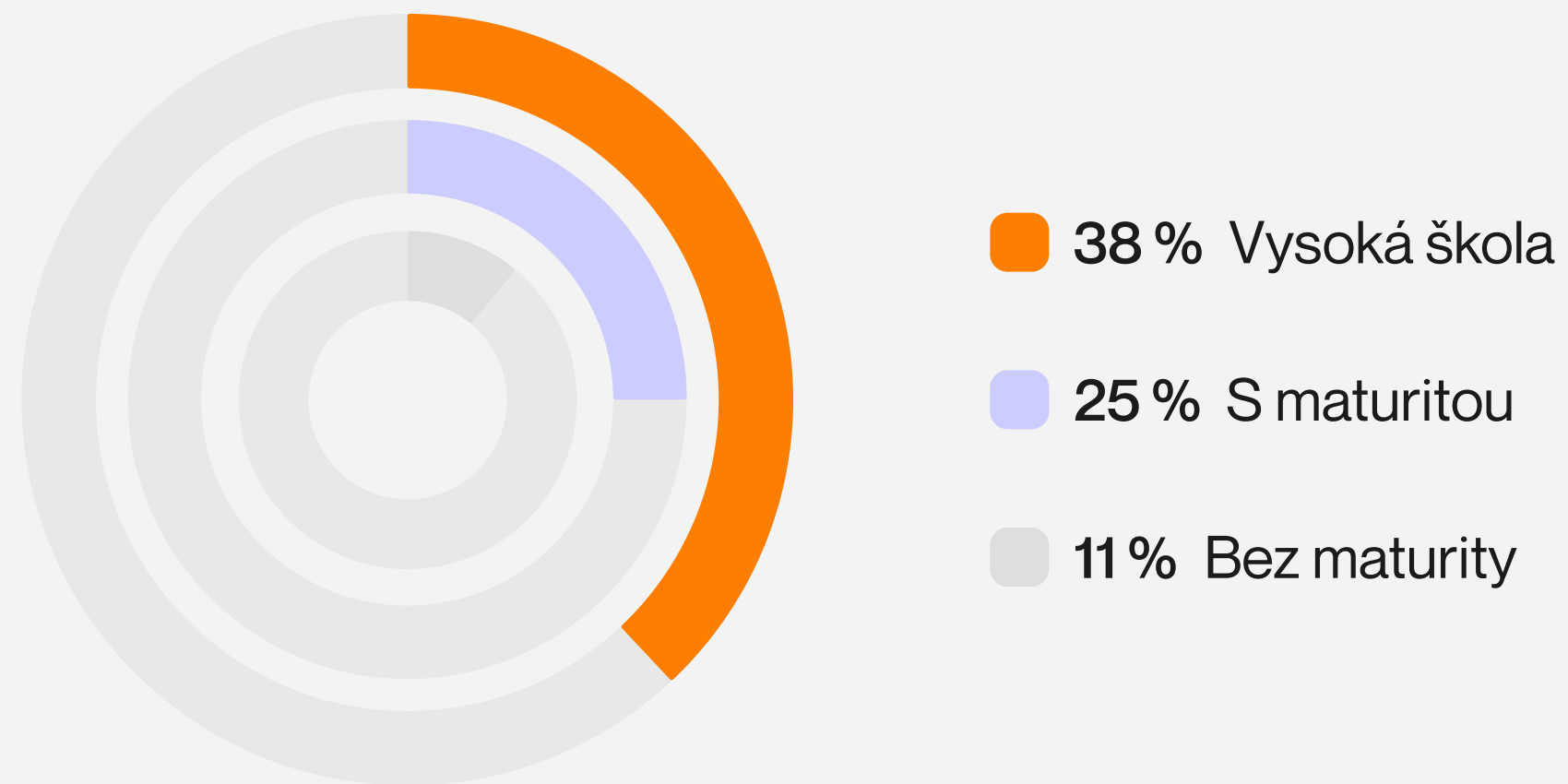
LinkedIn + Twitter

LinkedIn se už několik let drží na 20 %, ale dávno to už není sbírka online CVček pro náboráře. Je na něm větší podíl lidí s vysokoškolským vzděláním než jinde a v posledních letech hodně roste konkurence mezi značkami, které ho kromě recruitmentu využívají jako jeden z nástrojů employer branding.

Twitter je opakovaně uváděn jako síť, kterou by uživatelé chtěli vyzkoušet... a opakovaně se to na dalších číslech neprojevuje. Jinak je to trochu „nuda v Praze“ – vzdělanější uživatelé, hlavně muži, hodně politiky, hodně byznysu a hodně řečí.

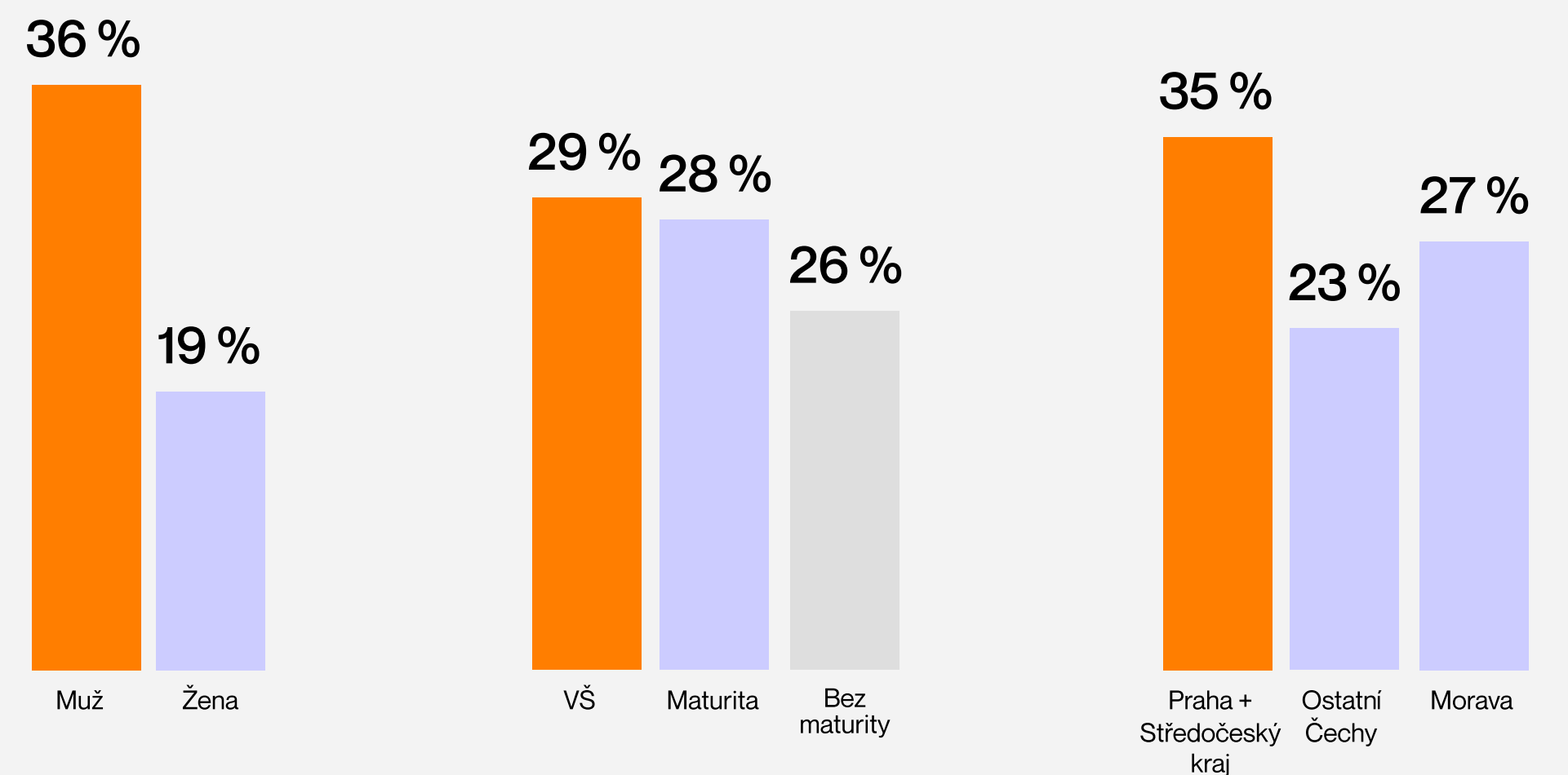
Vzdělání jsou na LI

Procento uživatelů LinkedIn mezi uživateli s různým stupněm vzdělání



Kdo je na Twitteru?

Podíl uživatelů Twitteru ve vybraných demografických skupinách



TikTok + Snapchat

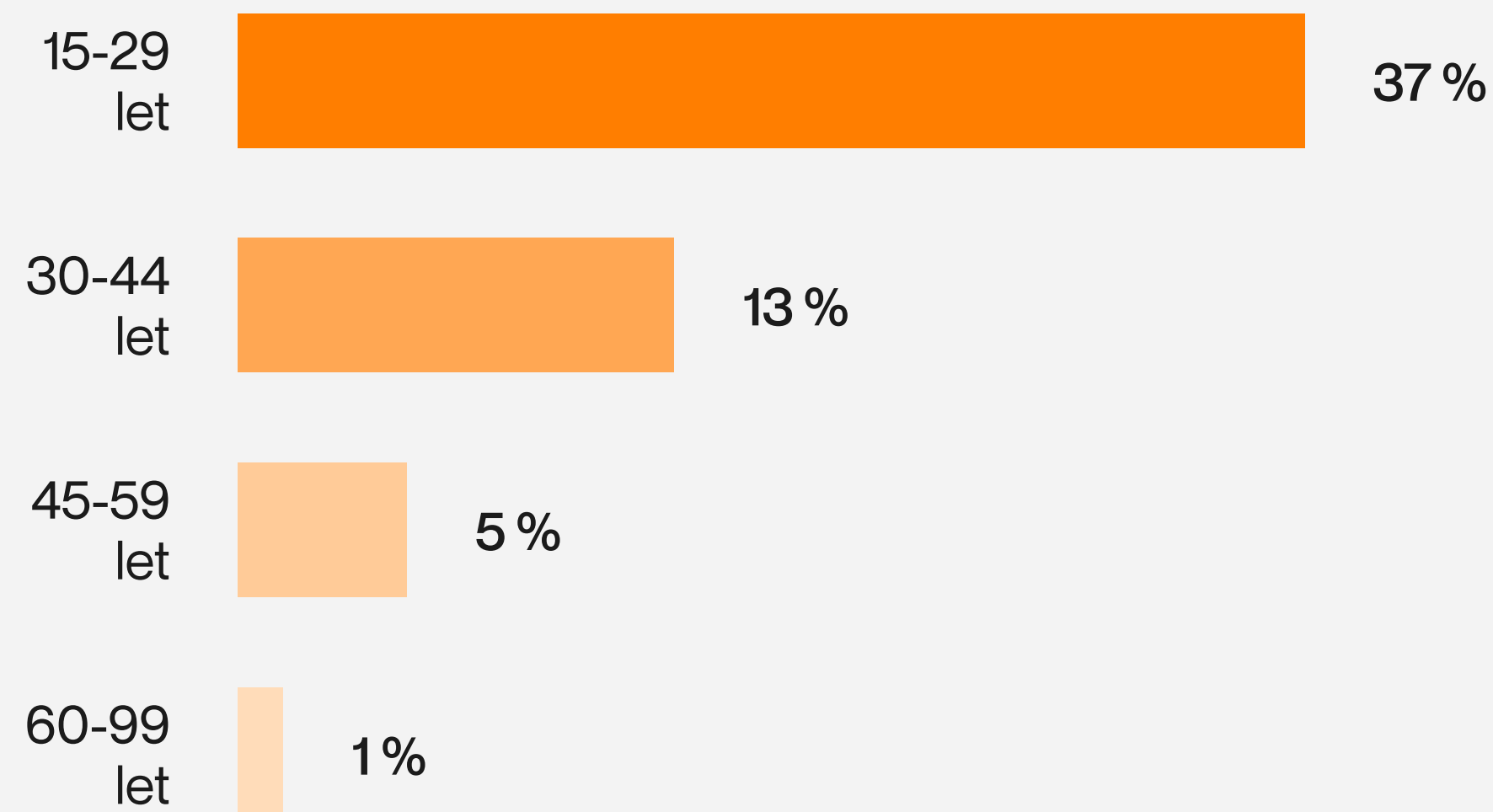
Když Instagram před několika lety ukradl Snapchatu formát Stories, zdálo se, že to má tahle síť v Česku hodně nahnuté, ale poslední roky ukazují něco jiného. Díky jedinečným funkcím a zábavnosti je atraktivní pro nejmladší uživatele – a ti rozhodují o tom, co bude na sítích vládnout za pár let.

Mladí jsou také na Snapchatu hodně aktivní – už druhým rokem je v top 2 z pohledu procenta lidí, kteří sami přispívají.

O TikToku se dost mluví a hodně se od něj očekává, překvapivě ale podle aktuálních výsledků v Česku zásadně nenarostl. Je hodně populární u nejmladších uživatelů. Obsah a používané formáty na něm do značné míry určují trendy na ostatních sítích – Instagram se jím v současnosti hodně „inspiruje“. Podobně jako u Pinterestu je tu zatím relativně levná reklama, která je ale z hlediska pravidel nejpřísněji regulovaná ze všech sítí.

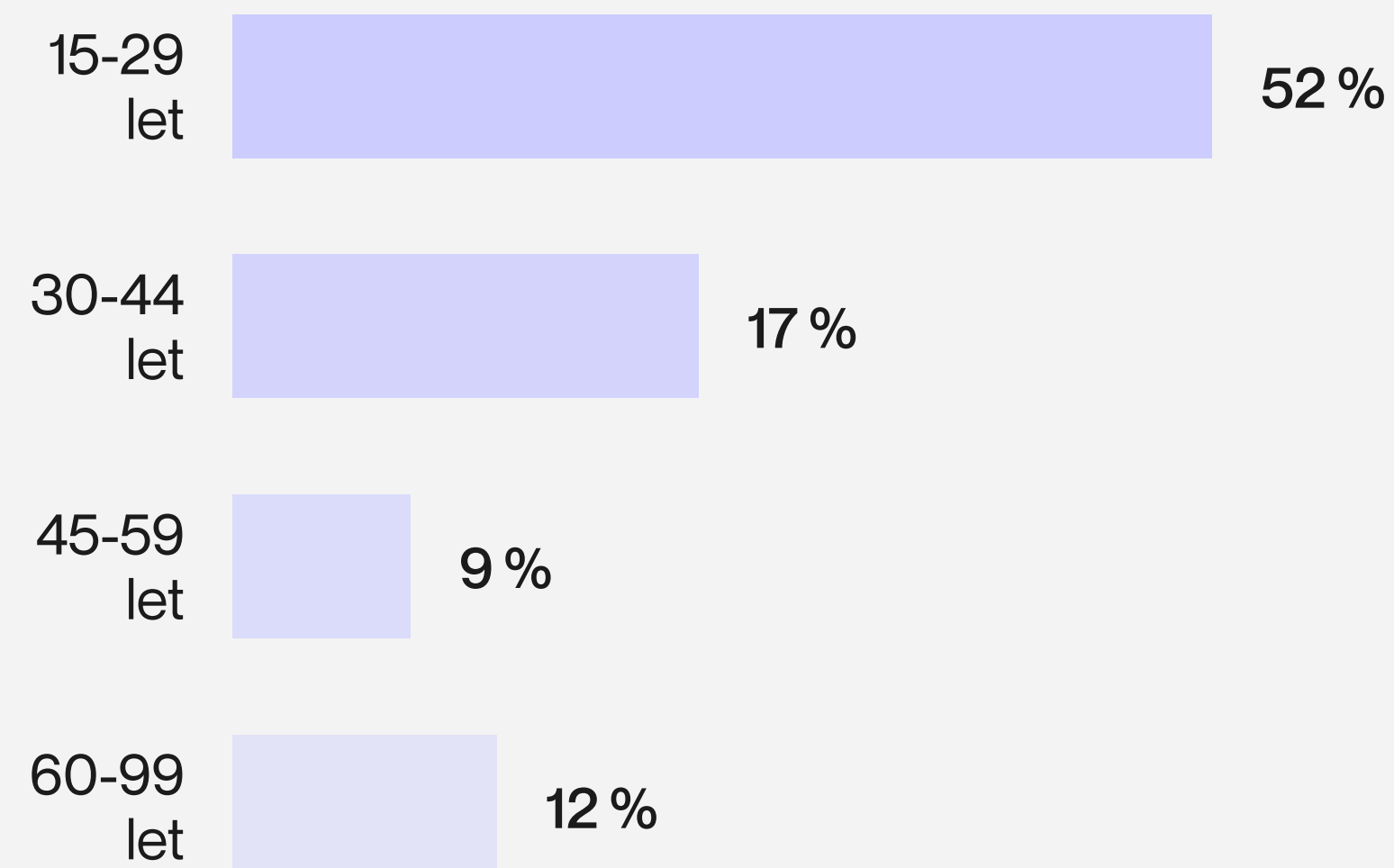
Na Snapchat uživatele aktivně přispívají

Podíl uživatelů Snapchatu, kteří aktivně přispívají alespoň několikrát za týden



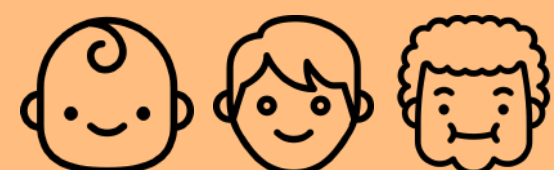
TikTok je stále populární u nejmladších uživatelů

Podíl uživatelů TikToku v různých věkových skupinách

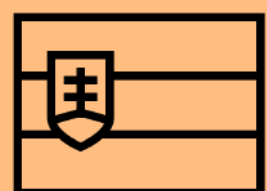


Historicky nejdelší denní
průměrná doba na sítích

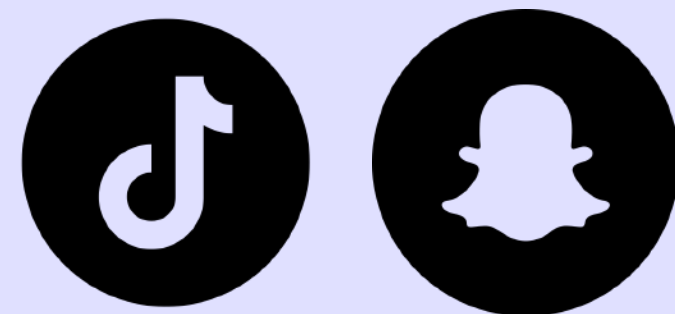
2hod 45min



Sociální média se používají
napříč **všemi věkovými**
skupinami



Slováci sledují stejný typ
obsahu, ale **častěji a déle**



Nejmladší uživatelé
dávají přednost TikToku
a Snapchatu



Instagram je stále
na vzestupu



Slušně **rozšířený**
je v Česku
Pinterest, baví
hlavně ženy



Facebook je masovka,
ale má nejstarší uživatele

ami: digital

AMI Digital působí na trhu od roku 2009. Jsme dceřinka ze skupiny AMI Communications a specializujeme se na komunikaci a budování značky v digitálním prostředí.

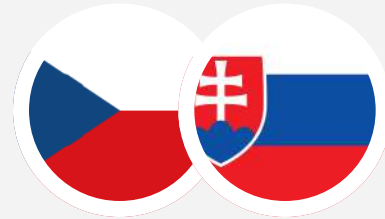
Pravidelný průzkum **#AMIDigitalIndex** nám pomáhá být neustále v obraze co se trendů a vývoje chování uživatelů na sociálních sítích týče. A to je v tak dynamickém prostředí k tvorbě kvalitních komunikačních strategií potřeba.



Metodika průzkumu



7. ročník průzkumu



Přes 1000 lidí v ČR
a to samé na Slovensku



Terénní sběr dat:
květen 2022



Sběr dat proběhl prostřednictvím
internetového dotazníku (CAWI)
na internetovém panelu ve spolupráci
s agenturou STEM/MARK



Cílová skupina: internetová populace ČR
ve věku 15 a více let

