



Slik er nordmenn! Et grundig innsyn i nordmenns verdier, holdninger og adferd

Norsk Monitor gir en omfattende beskrivelse av det norske samfunn. Vi dokumenterer nordmenns holdninger og adferd på viktige samfunnsområder og forklarer samtidig hvilke krefter og motiver som ligger bak adferdsvalg og utvikling av holdninger. Med ca. 3000 spørsmål dekker undersøkelsen mediebruk, samfunnspolitiske spørsmål, forbrukeradferd, spisevaner, politisk adferd osv, og resultatene fremstår som en beskrivelse av den virkelighet politikere, forvaltning, markedsførere, media, forskere og andre møter når de skal kommunisere med hele befolkningen eller spesielle grupper. I og med at Norsk Monitor er gjennomført hvert annet år siden 1985, er undersøkelsen helt unik når det gjelder å beskrive trender og markedsutvikling for varer og tjenester. Undersøkelsen viser også viktige utviklingstrekk i nordmenns holdninger og adferd på områder som er avgjørende for samfunnsutviklingen.

Med dette opplegget fremstår Norsk Monitor som en database for informasjon om markeder og samfunnsproblemer der brukeren får tilgang til lange tidsserier og detaljert informasjon om egne problemstillinger. Således er Norsk Monitor et helt utnyttet trendverktøy på samme tid som det er et operativt segmenteringsverktøy for alle som vil henvende seg til befolkningen eller deler av denne.

Norsk Monitor er gjennomført hvert annet år siden 1985. Datainnsamlingen foregår ved et kort telefonintervju i kombinasjon med et svært omfattende selvutfyllingsintervju. Utvalget er landsrepresentativt for befolkningen over 15 år, og består av netto ca. 4000 personer.

Alle som abonnerer på Norsk Monitor gis anledning til å ha med spesialspørsmål om bruk av egne produkter og tilslutning til relevante holdninger, slik at man kan analysere egne og konkurrenters målgrupper.

Norsk Monitor er en kontinuerlig læreprosess omkring den virkelighet man befinner seg i med sikte på forbedring eller justering av produktutvikling og påvirkningsprosesser, eller tilpasning av egen organisasjon til daglige utfordringer.



Norsk Monitor har forskjellige funksjoner:

Første funksjon

Norsk Monitor måler sosio-kulturelle verdier og beskriver det norske verdilandskapet

Ved å analysere hvilke verdier som ofte preger de samme personer, og hvilke som sjelden gjør det, beskrives verdilandskapet eller verdimønsteret i befolkningen i Norsk Monitors verdikart. Verdikartet deler befolkningen i fire hovedgrupper:

- Moderne materialister
- Moderne idealister
- Tradisjonelle materialister
- Tradisjonelle idealister

Andre funksjon

Norsk Monitor måler endring i oppslutning om sosio kulturelle verdier

Norsk Monitor beskriver sosiokulturelle trender som påvirker samfunnets utvikling og endringer i folks tilpasninger på ulike arenaer. Slik utvikling kan forklare hvorfor endringer i adferd, forbruk og holdninger finner sted, en kunnskap som kan benyttes til å beskrive hvordan fremtidens utfordringer og marked kan tenkes å bli.

Tredje funksjon

Norsk Monitor viser sammenhengen mellom verdiprioriteringer, holdninger og adferd.

Gjennom Norsk Monitor kan verdiprofilen til enhver målgruppe som defineres ut fra registreringene i spørreskjemaet, analyseres. Analysen forklarer i hvilken grad verdiene gir føringer på ulike typer adferd, forbruk og individuelle valg, og gir markedsførere mulighet til å tilpasse seg eller endog påvirke de virkelige markeds- og opinionsprosessene.

Femte funksjon

PC-Monitor gjør Norsk Monitor til et ekte oppslagsverk for markedsdata

Abonentene på Norsk Monitor har helt siden 1993 fått hele databasen levert sammen med et brukervennlig dataprogram. Med dette kan de gjøre egne analyser av materialet, både med verdikart og tyngdepunkter, sosiografer og respondentplot og helt vanlige krystabeller med horisontal eller vertikal presentuering.

Fjerde funksjon

Norsk Monitor er et operativt segmenteringsverktøy

Markedssegmentering blir stadig viktigere i moderne markedsføring og opinionsarbeid, en utvikling som har grunnlag i en befolkning som blir mer og mer heterogen i sine behovsmønstre, motiver og smaksretninger. Dette gjør det nødvendig å dele markedet inn slik at aktørene er gruppert med stor homogenitet innenfor gruppene når det gjelder behov og verdier, og med størst mulig ulikhet mellom gruppene.

Norsk Monitor viser markeds- og samfunnstrender på de fleste viktige områder

Med tidsserier helt tilbake til 1985 for mange spørsmål, blir Norsk Monitor en unik kilde for trendanalyse. Det helhetlige bildet av det norske samfunnet som Monitor gir over lang tid viser at overordnede trender på forskjellige markeder henger nært sammen med den generelle samfunnsutviklingen. Norsk Monitor gir anledning til analyser av slike sammenhenger. Alle abonnenter får tilgang til alle Monitordata som er samlet inn gjennom mer enn 25 år.

Ta kontakt med din konsulent i Ipsos MMI eller:

Erik Dalen på 915 94 470, erik.dalen@ipsos.com

Karen Lillebø på 950 37 900, karen.lillebo@ipsos.com

Kristin Rogge Pran på 909 74 810, kristin.Pran@ipsos.com

Jan-Paul Brekke på 918 79 907, jan-paul.brekke@ipsos.com

Ipsos MMI

Telefon: 22 95 47 00
firmapost.norway@ipsos-mmi.no
www.ipsos-mmi.no