

The logo consists of the letters 'UM' in a bold, red, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is partially enclosed by a red ring at the top, which is part of a larger white circle that serves as the background for the main text.

UM

LIETUVOS REKLAMOS RINKA

MĖNUO KARANTINE

MEDIJOS VARTOJIMĄ KEIČIANTYS RIBOJIMAI BUVO PRADĖTI DAR 11 SAVAITĘ (KOVO 9-15) TAČIAU PILNAS KARANTINO „RĖŽIMAS“ MEDIJOJE STEBIMAS NUO VISUOTINIO KARANTINO ĮSIGALIOJIMO 12 SAVAITĘ (KOVO 16-22)



2020.02.28 – Pirmasis Corona viruso atvejis Lietuvoje, Šiauliuose.

2020.03.14 – Lietuvos Respublikos Vyriausybė skelbia karantiną. Uždaromos visos švietimo įstaigos. Namuose lieka 443 170 iki mokyklinio ir mokyklinio amžiaus vaikų. Iš jų 367 093 yra 2-14 metų amžiaus vaikai, kurių, pagal Lietuvos Respublikos įstatymus, negalima palikti namuose vienu, be suaugusio priežiūros.

2020.03.16 – Lietuvoje įsigalioja karantinas. Uždaromi laisvalaikio ir pramogų centrai, DIY kategorijos parduotuvės, sporto klubai, kavinės, kino teatrai. Draudžiami masinio susibūrimo renginiai.

2020.03.25 – Lietuvos Respublikos Vyriausybė nusprendžia pratęsti karantino laikotarpį iki balandžio 13 d.

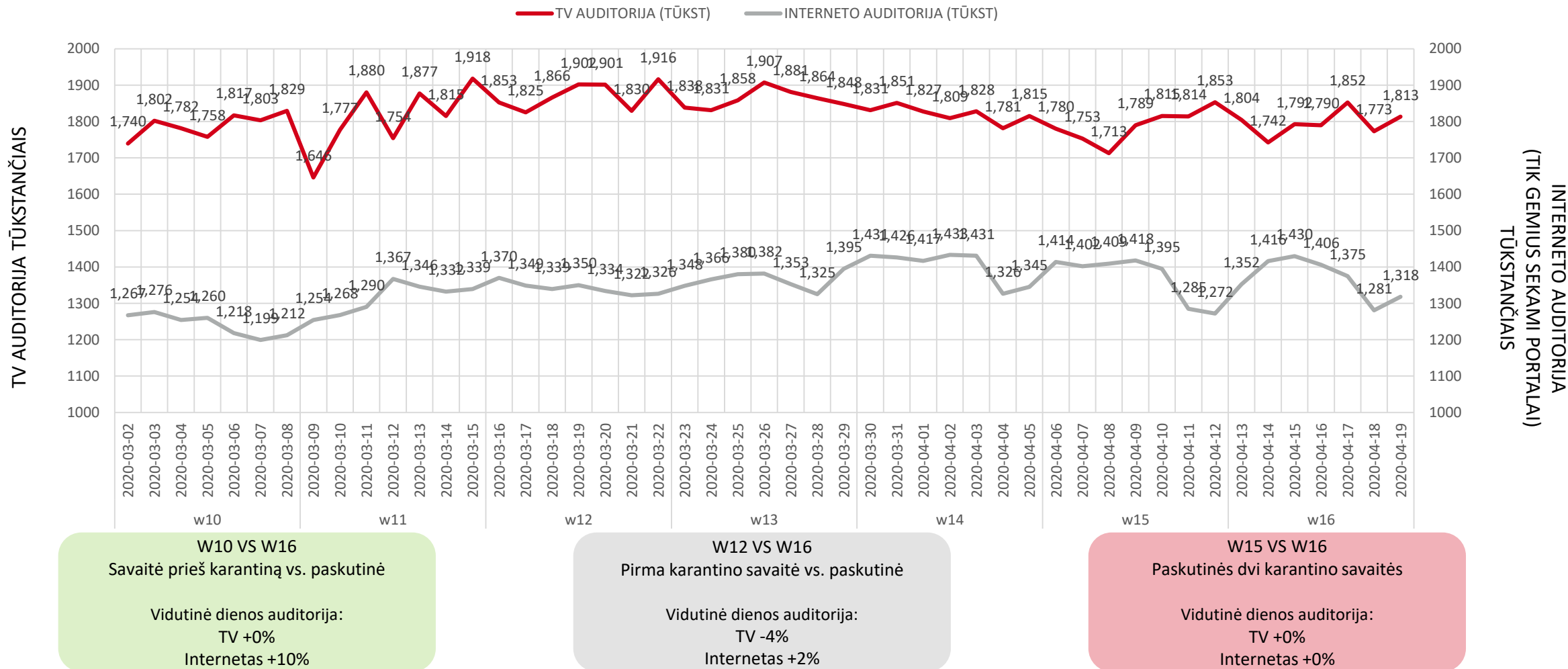
2020.04.06 – Lietuvos Respublikos Prezidentas teigia, kad karantinas bus pratęstas ir po Velykų.

2020.04.16 – Lietuvos respublikos vyriausybė švelnina karantino sąlygas verslui: pradeda veikti parduotuvės turinčio įėjimus iš lauko. Ribojamas žmonių srautas.

PENKTOJI KARANTINO SAVAITĖ (W16):

PENKTAJĄ KARANTINO SAVAITĘ TV PER DIENĄ PASIEKIAMA AUDITORIJA PRAKTIŠKAI GRĮŽO Į PRIŠKARANTINĮ LAIKOTARPĮ. LIETUVIŠKI INTERNETO PORTALAI PER DIENĄ PASIEKIA 10% DAUGIAU.

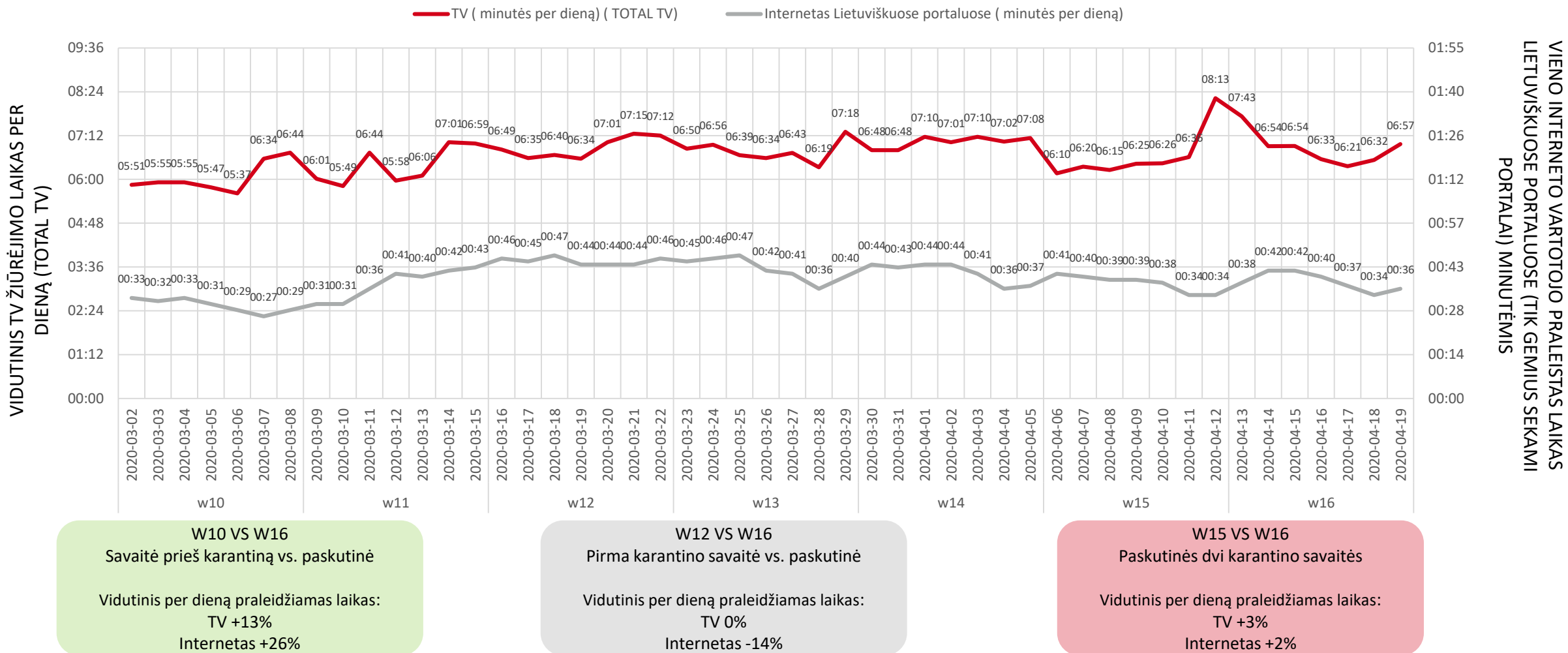
LYGINANT AUDITORIJOS PASIEKIAMUMĄ 5 KARANTINO SAVAITĘ SU KARANTINO PRADŽIA (W12) TV PASIEKIA NEŽENKLIAI MAŽIAU AUDITORIJOS, O LIETUVIŠKO INTERNETO PORTALŲ PASIEKIAMUMAS AUKŠTESNIS 2%.



PENKTOJI KARANTINO SAVAITĖ (W16):

PENKTĄJĄ KARANTINO SAVAITĘ LAIKAS PRALEIDŽIAMAS SU TELEVIZIJA IR LIETUVIŠKAIS INTERNETO PORTALAIS VIS DAR ŽENKLIAI DIDESNIS NEI PRIEŠ KARANTINĄ : ATITINKAMAI SU TV PRALEIDŽIAME PER DIENĄ 48 MINUTĖMIS, O LIETUVIŠKAIS INTERNETO PORTALAIS 8 MINUTĖMIS DAUGIAU

LYGINANT PRALEIDŽIAMĄ LAIKĄ SU MEDIJOMIS 5 KARANTINO SAVAITĘ SU KARANTINO PRADŽIA (W12) TV VARTOJIMO TRUKMĖ IŠLIEKA TOKIA PAT, O LIETUVIŠKO INTERNETO TURINIO VARTOJIMAS KIEK PAKRITĘS – SUMAŽĖJO VIDUTINIŠKAI 6 MINUTĖMIS



UM

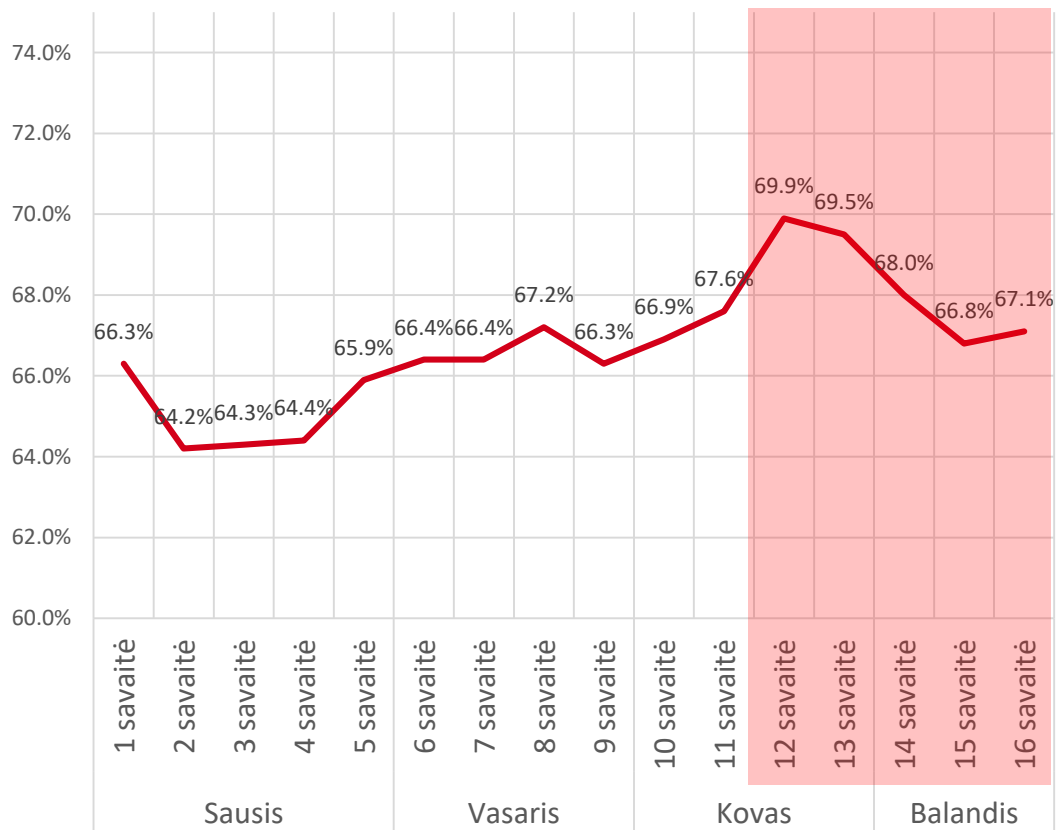
5
KARANTINO
SAVAITĒ

TV

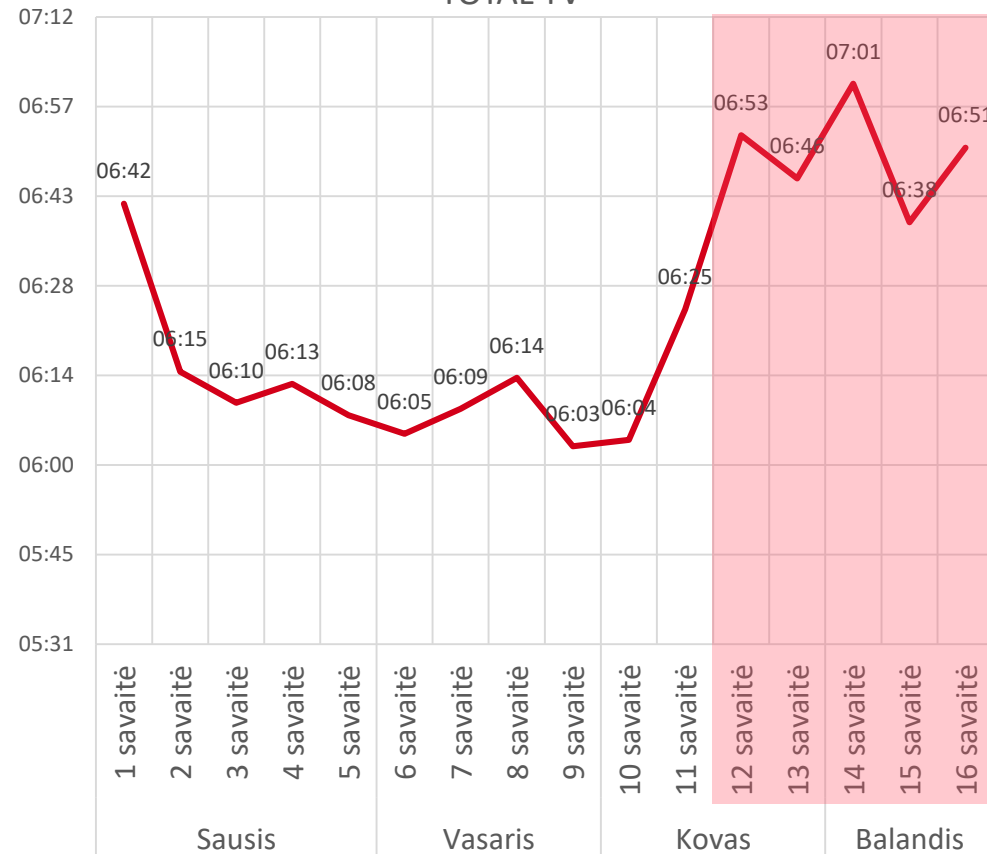
PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16):

TV VIDUTINIS DIENOS PASIEKIAMUMAS 5 KARANTINO SAVAITĘ GRĮŽO Į PRIŠKARANTININĮ LAIKOTARPĮ. TAČIAU ŽIŪROVŲ SU TV PRALEIDŽIAMAS LAIKAS IŠLIEKA AUKŠTAS: VIDUTINIŠKAI 47 MINUTĖMIS DAUGIAU

TV kanalų vidutinis dienos pasiekiamumas
(Total TV Reach%)



Vidutinis per dieną praleidžiamas laikas su TV
TOTAL TV

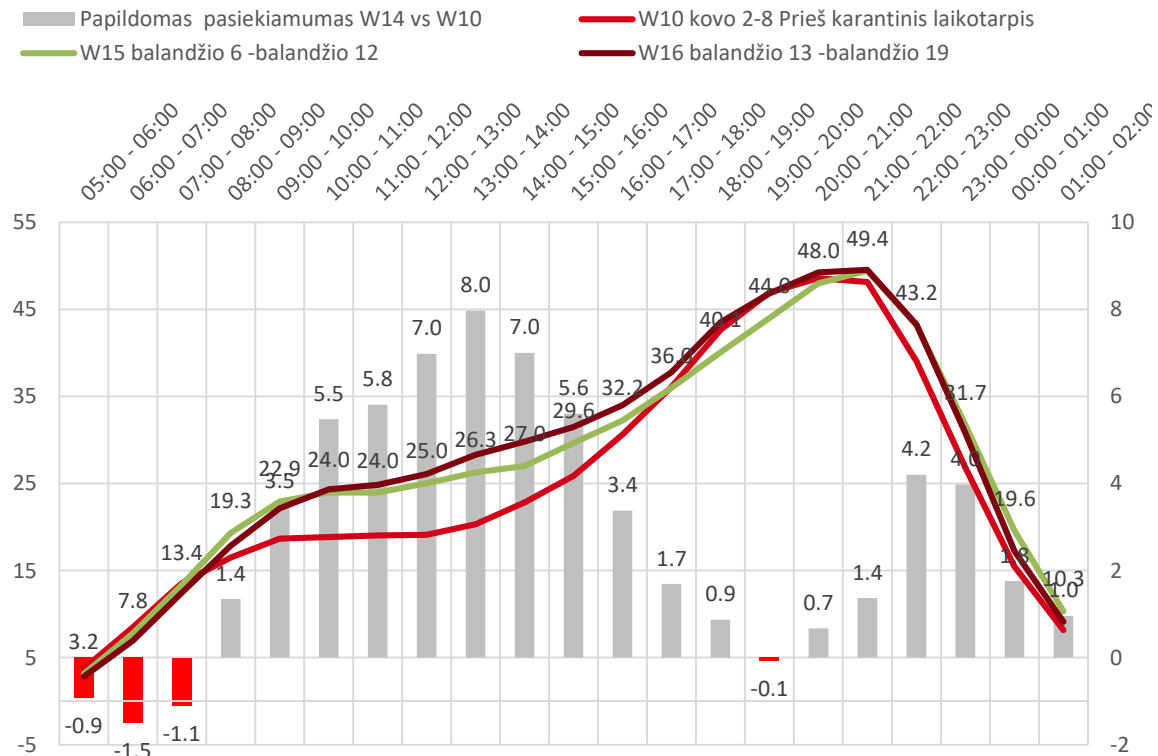


PIRMAJĄ IR ANTRĄJĄ VELYKŲ DIENOMIS VIDUTINĖ DIENOS TV ŽIŪRĖJIMO TRUKMĖ BUVO 8 VAL 13 MIN IR 7 VAL 43 MIN.

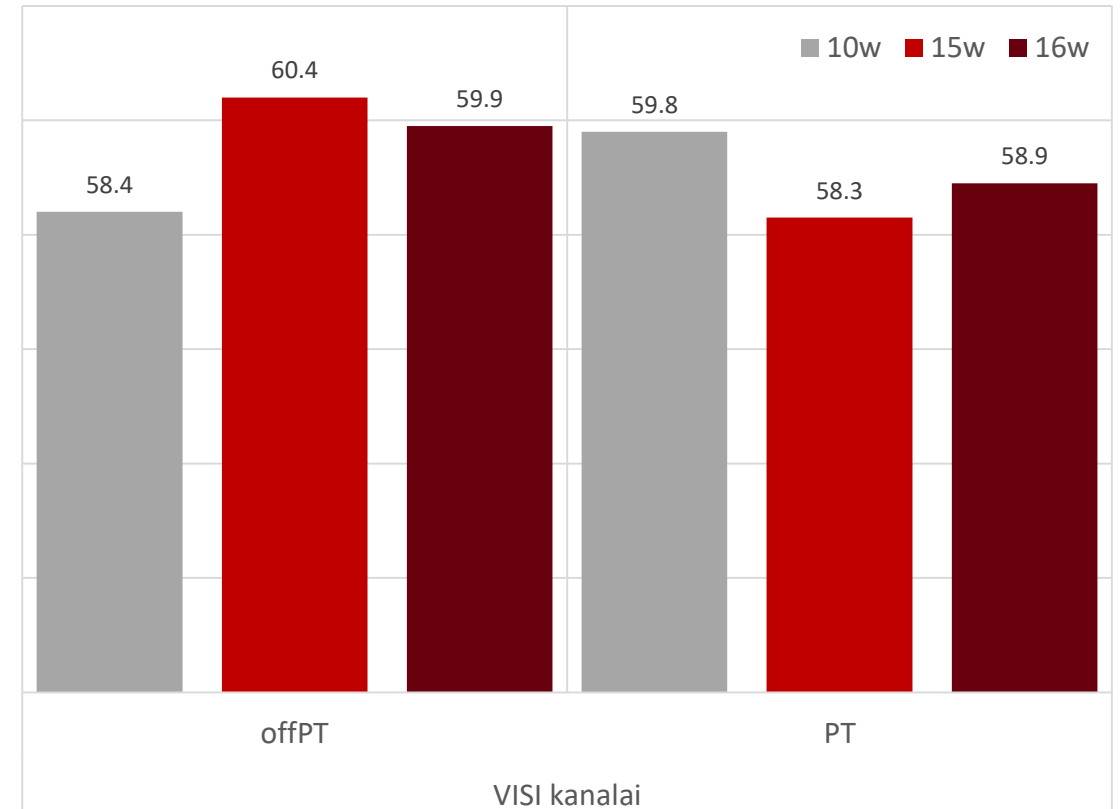
PENKTA KARANTINO SAVAITE (W16): GYVENTOJŲ RITMO POKYČIAI

GYVENTOJŲ RITMO POKYČIAI VIS DAR IŠLIEKA IR TV VARTOJIME: DIDESNĖ DALIS GYVENTOJŲ KELIASI VĒLIAU DĒL KO YRA KIEK PAMAŽĒJĒS TV PASIEKIAMUMAS ANKSTYVUOJU RYTINIU LAIKU (05:00-08:00). TAČIAU DĒL VĒLESNIO ĒJIMO MIEGOTI GEROKAI DAUGIAU AUDITORIJOS GALIMA PASIEKTI NAKTINĖJE LAIKO ZONONE – PO 22 VALANDOS

Bendrosios auditorijos pasiekiamumas (reach%) visos dienos metu



Vidutinis TV dienos pasiekiamumas skirtingose zonose



AUDITORIJOS DALIS, KURIAŲ GALIMĄ PASIEKTI OFF PRIME TIME LAIKO ZONOJE, LYGINANT SU PRIEŠ KARANTINIŲ LAIKOTARPIU IŠAUGUSI 2% PUNKTAIS

PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16):

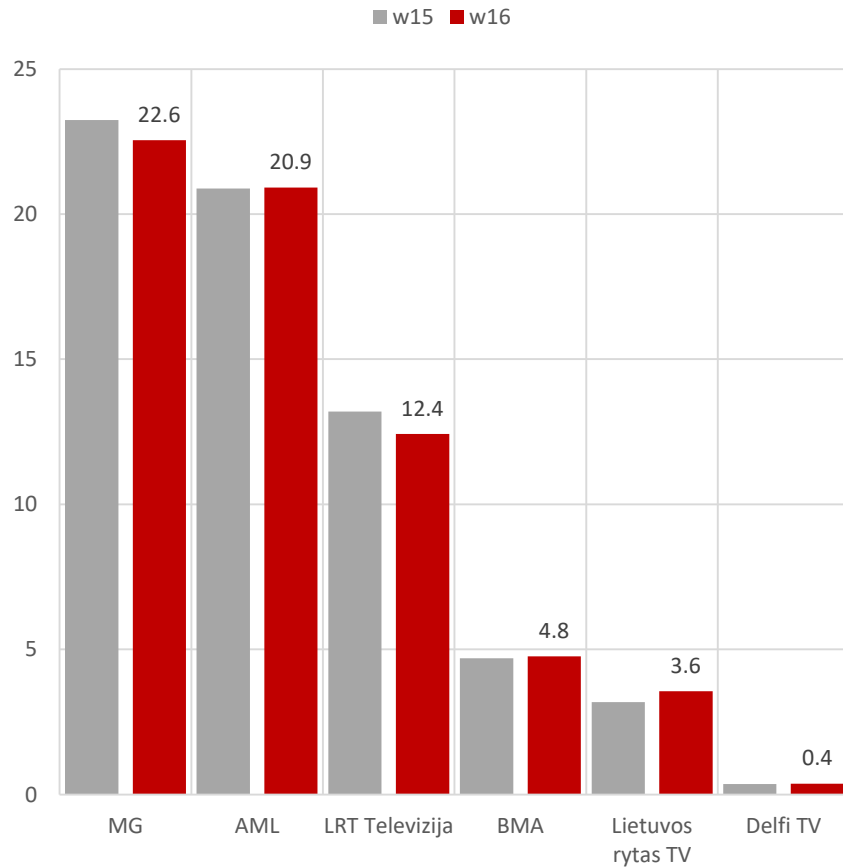
PASIEKIAMUMAS DIDŽIOJE DAUGUMOJE DEMOGRAFINIŲ GRUPIŲ PASIEKĖ IKI KARANTINŲ LYGĮ, IŠSKYRUS VAIKUS (4-14 M.) KURIŲ PASIEKIAMUMAS VIS DAR 10% AUKŠTESNIS. TV ŽIŪRĖJIMO TRUKMĖ IŠLIEKA GEROKAI AUKŠTESNĖ – IR TAI GALIOJA VIŠOSE DEMOGRAFINĖSE GRUPĖSE

		DIENOS PASIEKIAMUMAS						TV ŽIŪRĖJIMO TRUKMĖ PER DIENĄ					
		W10	W12	W15	W16	AUDITORIJOS POKYTIS	AUDITORIJOS POKYTIS	W10	W12	W15	W16	LAIKO POKYTIS	LAIKO POKYTIS
		03.02-08	03.16-22	04.06-12	04.13-19	W16 VS W10	W16 VS W15	03.02-08	03.16-22	04.06-12	04.13-19	W16 VS W10	W16 VS W15
	LIETUVA	67%	70%	67%	67%	0%	0%	06:04	06:53	06:39	06:51	13%	3%
LYTIS	Vyras	63%	65%	61%	61%	-3%	0%	05:47	06:28	06:22	06:29	12%	2%
	Moteris	71%	74%	72%	72%	2%	1%	06:16	07:11	06:52	07:07	14%	4%
GYVENAMO OSIOS VIETOVĖS DYDIS	> 200 t.	68%	68%	63%	65%	-5%	2%	05:56	06:49	06:49	06:43	13%	-1%
	100-200 t.	67%	69%	68%	68%	2%	1%	05:10	06:27	06:26	06:34	27%	2%
	30-100 t.	65%	69%	69%	68%	5%	-2%	05:16	06:31	06:05	06:04	15%	0%
	2-30 t.	70%	77%	71%	75%	8%	6%	06:11	06:55	06:33	06:49	10%	4%
	< 2 t.	65%	68%	67%	65%	0%	-3%	06:24	07:03	06:42	07:10	12%	7%
AMŽIAUS GRUPĖS	A4-14	48%	56%	51%	53%	10%	3%	03:51	04:42	05:00	04:53	27%	-2%
	A15-24	30%	33%	29%	28%	-7%	-5%	04:16	04:43	05:02	05:26	27%	8%
	A25-34	61%	60%	57%	57%	-6%	0%	05:21	06:21	05:53	06:01	12%	2%
	A35-44	68%	73%	71%	73%	7%	3%	05:44	06:32	06:22	06:15	9%	-2%
	A45-54	73%	77%	72%	71%	-3%	-2%	06:28	07:05	07:11	07:21	14%	2%
	A55-64	80%	83%	80%	81%	1%	1%	06:43	07:42	07:19	07:36	13%	4%
	A65+	86%	88%	86%	87%	1%	0%	06:51	07:46	07:12	07:37	11%	6%
PAJAMŲ GRUPĖS	Iki 150 Eur	57%	59%	55%	56%	-1%	2%	07:01	07:34	07:47	08:02	14%	3%
	151-200 Eur	69%	70%	70%	69%	0%	-1%	06:18	07:39	07:27	07:35	20%	2%
	201-250 Eur	70%	74%	67%	70%	-1%	4%	06:18	06:52	06:43	06:46	7%	1%
	251-300 Eur	71%	76%	73%	72%	2%	-1%	06:16	07:08	06:47	07:02	12%	4%

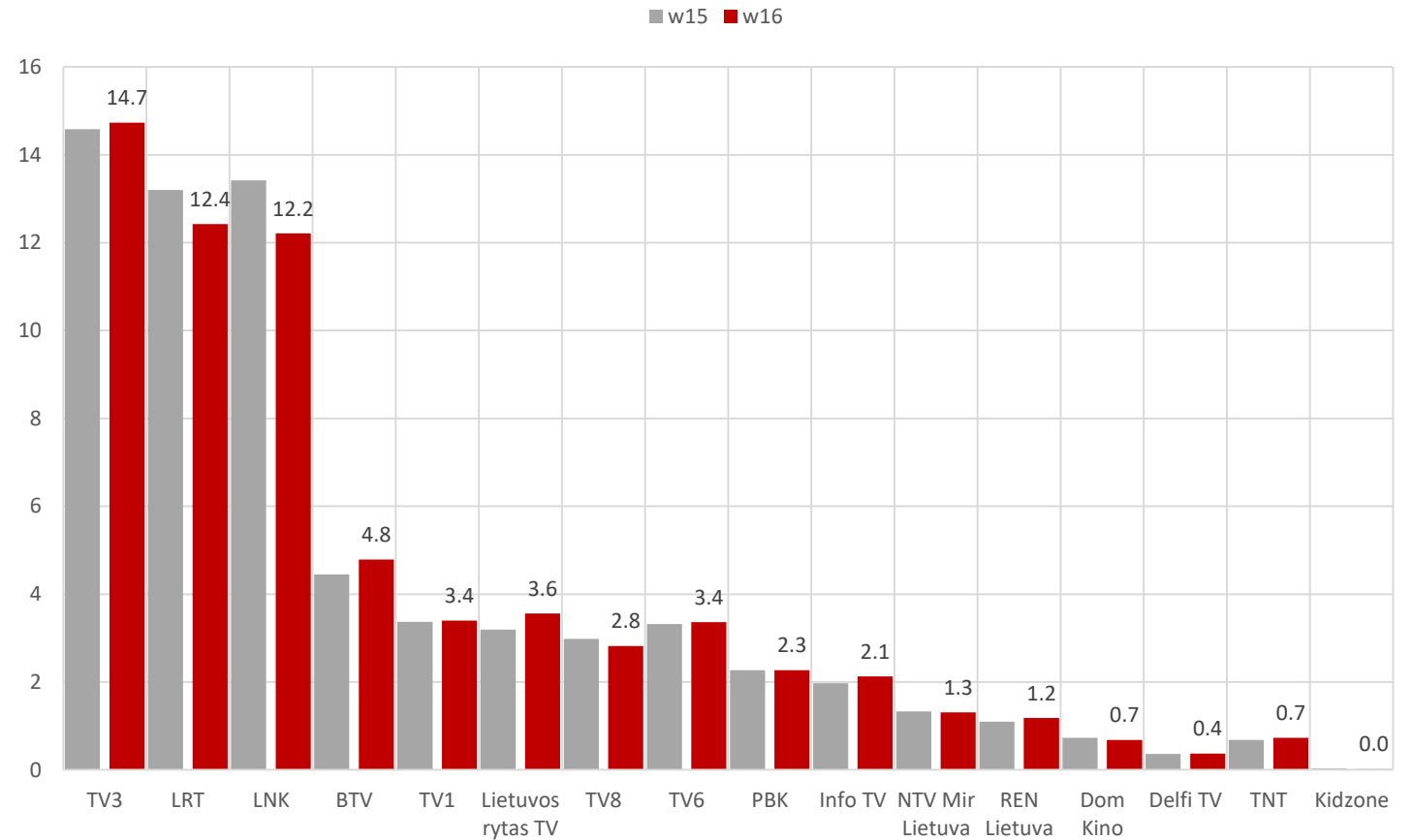
PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16): TV KANALŲ DALYS (SHARE %)

PENKTĄ KARANTINO SAVAITĖ KANALŲ GRUPIŲ SHARE RODIKLIAI KITO NEŽYMIAI. ŽENKLESNI POKYČIAI: BTV IR LIETUVOS RYTO ŽIŪRĖTO LAIKO DALIS AUGO, O LRT IR LNK KRITO

TV Kanalų grupių share W15-W16



TV Kanalų share W15–W16

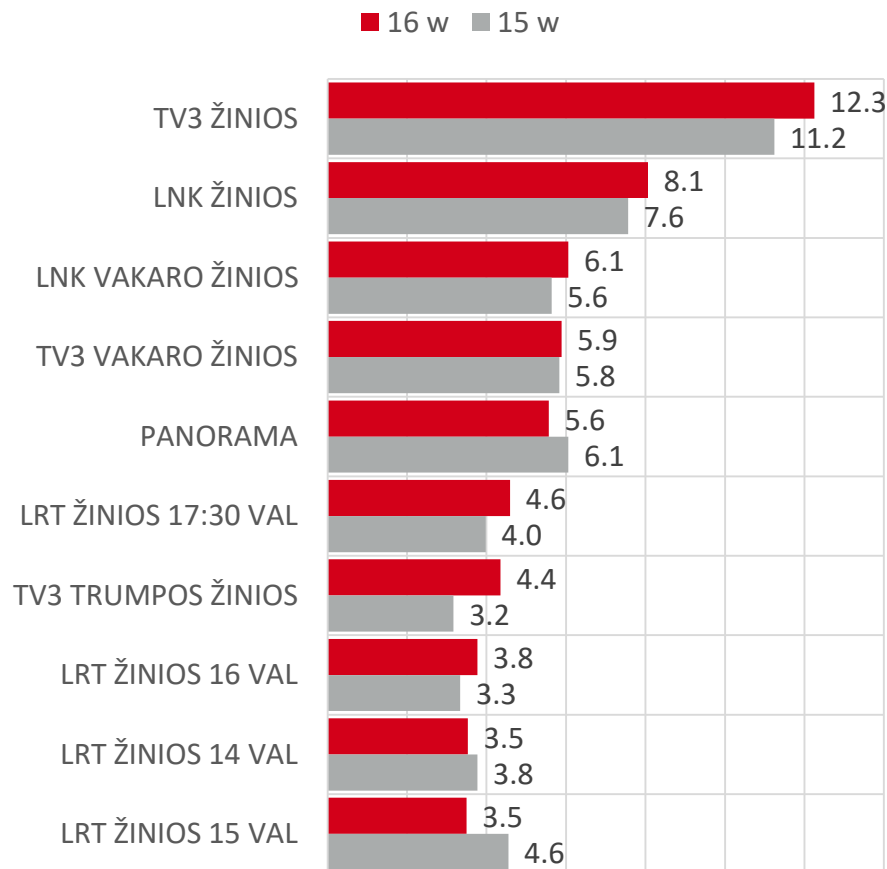


PENKTA KARANTINO SAVAITĖ: PRAMOGINIS TURINYS TOLIAU AUGA

NORS PAGRIDINIŲ KOMERCINIŲ TV KANALŲ TV3 IR LNK ŽINIŲ REITINGAI IŠLIEKA STABILIAI AUKŠTI, TAČIAU ŽINIŲ TURINIO VARTOJIMAS MAŽĖJA. LRT PANORAMOS REITINGAS PIRMĄ KARANTINO SAVAITĘ PASIEKĖ 8 GRP, PASKUTINĘ SAVAITĘ – TIK 5.6 GRP.

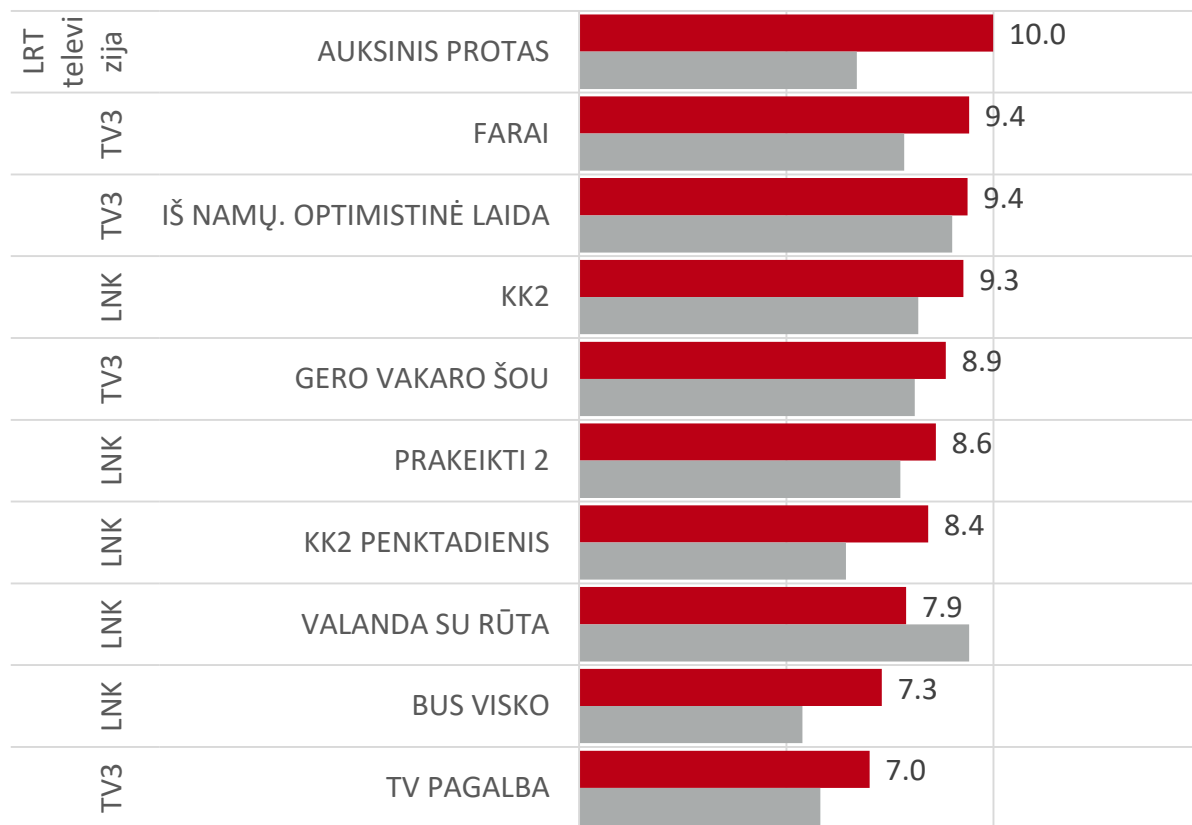
PRAMOGINIS TURINYS AUGA – SPECIALIAI KARANTINUI SUKURTA TV 3 LAIDA IŠ NAMŲ RENKA 9.4 GRP

ŽINIOS. TOP 10
REITINGAI W15-W16



TOP 10 ŽIŪRIMIAUSIOS PRAMOGINĖS PROGRAMOS

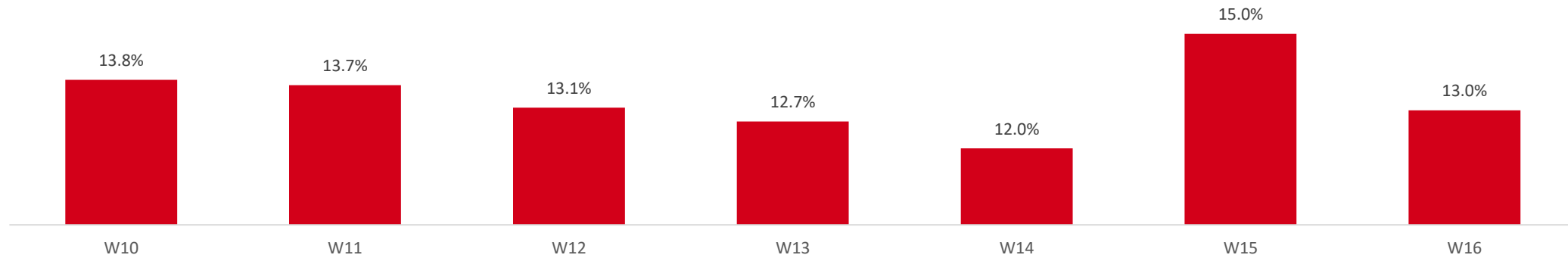
■ W16 ■ W15



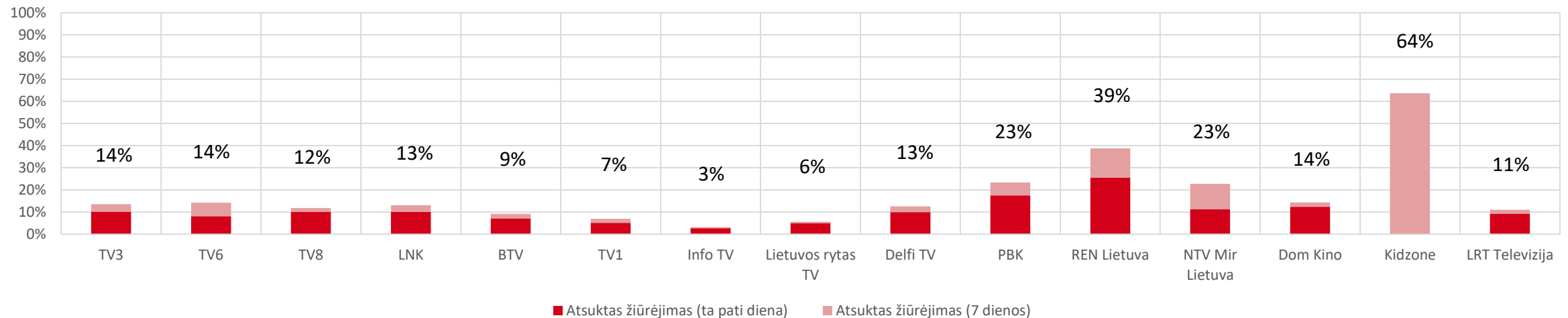
PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16): ATSUKAMAS TV TURINYS

15 IR 16 KARANTINO SAVAITĖ ATSUKAMO TURINIO VARTOJIMO DALIS LYGINANT SU TIESIOGINIU ŽIŪRĖJIMO PAKILO: TAI SIETINA SU VELYKINIŲ PERIODU

ATSUKAMO TV ŽIŪRĖJIMO DALIS NUO VISO ŽIŪRĖJIMO (TIME SHIFT IKI 7 DIENŲ)



ATSUKAMO TV ŽIŪRĖJIMO DALIS KANALUOSE W16

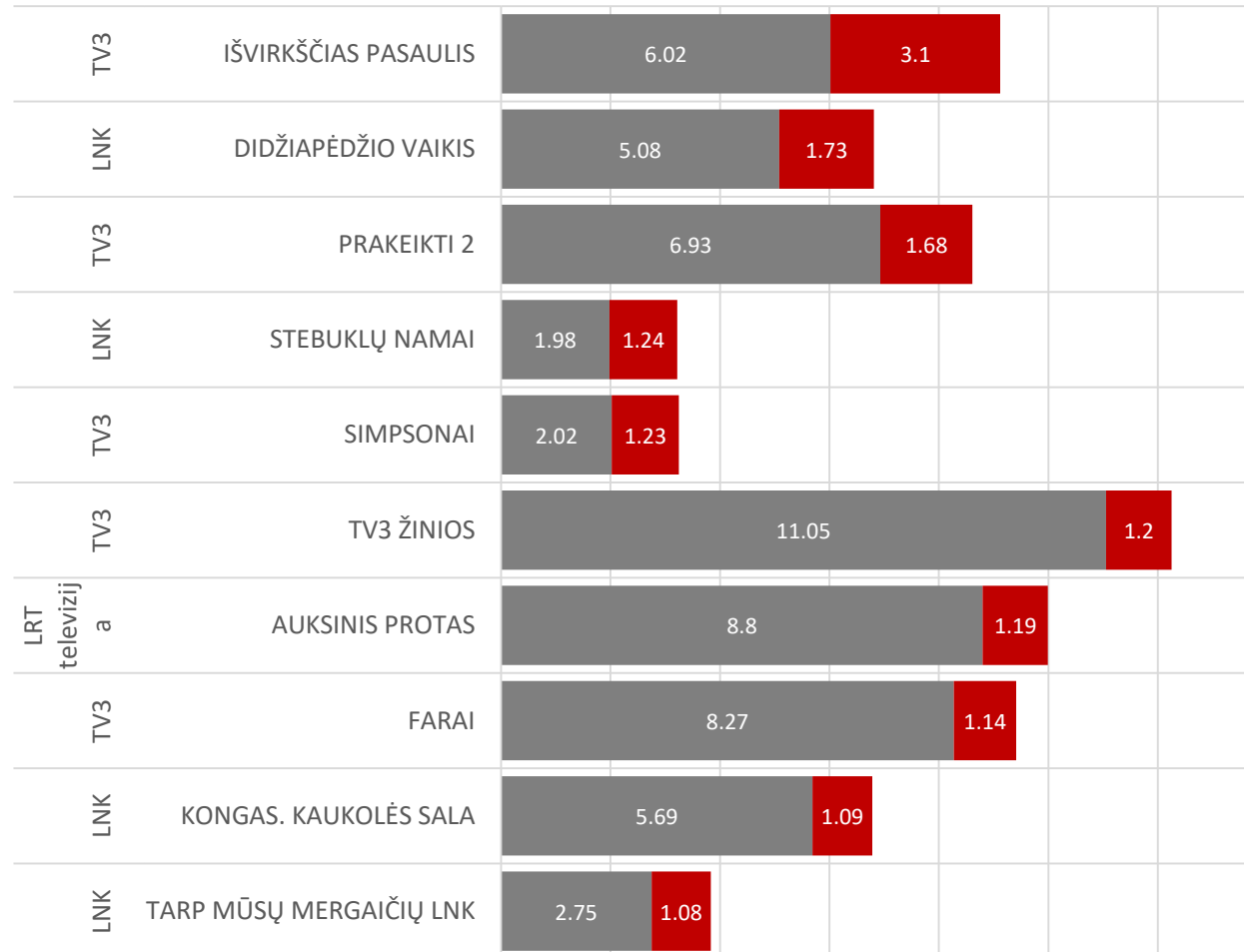


PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16): ATSUKAMAS TV TURINYS

VELYKINIŲ PERIODU LIETUVOS GYVENTOJAI LABIAUSIAI ATSUKINĖJO ANIMACINIUS FILMUS

W16 TOP 10 ATSUKAMŲ LAIDŲ PAGAL PAPILDOMUS ATSUKTO ŽIŪRĖJIMO REITINGUS

■ Tiesioginis žiūrėjimas ■ Atidėtas žiūrėjimas



The logo consists of the letters 'UM' in a bold, red, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is partially overlapped by a larger white circle that serves as the background for the main text.

UM

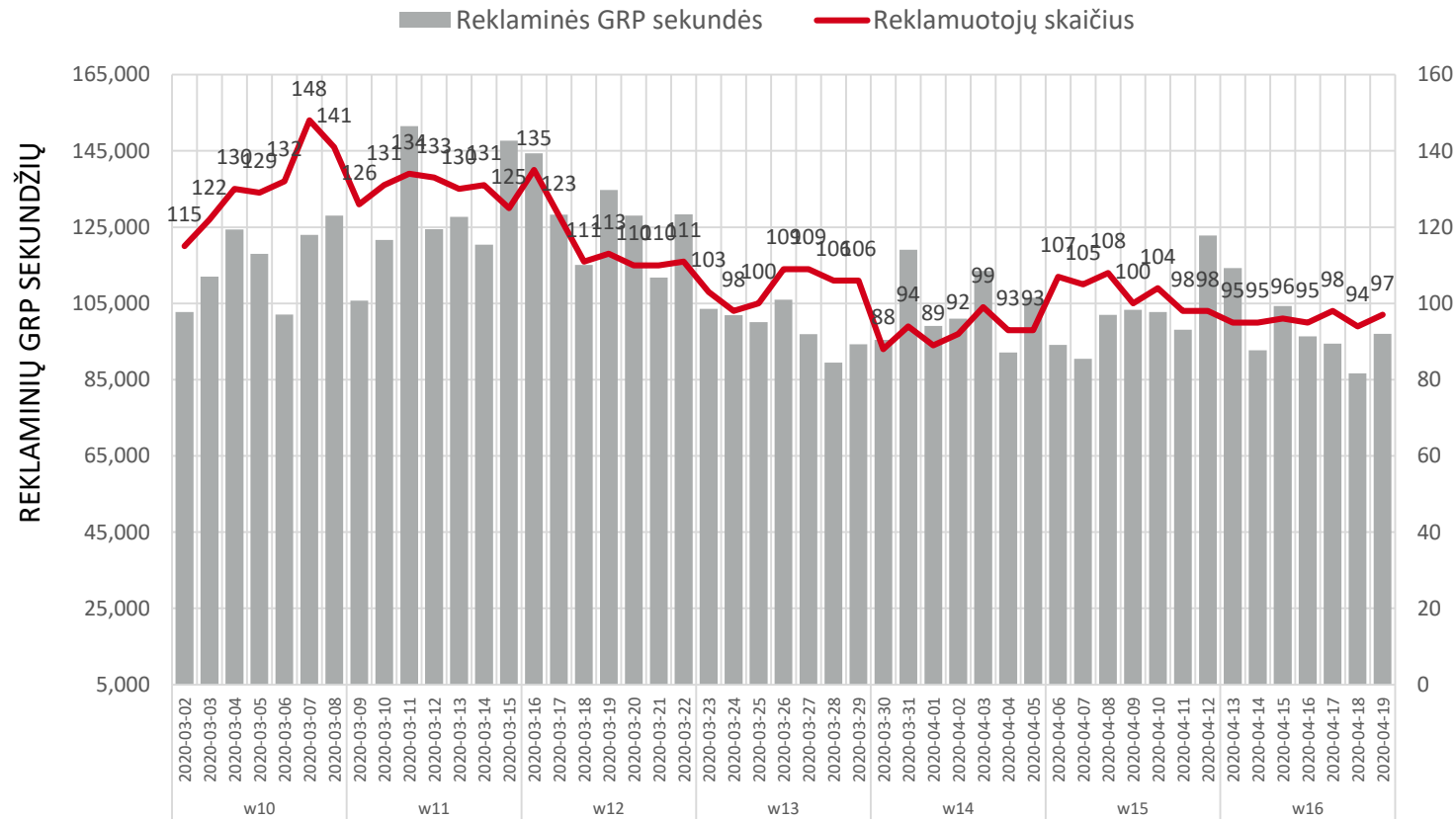
KARANTINAS

KAS REKLAMUOJASI?

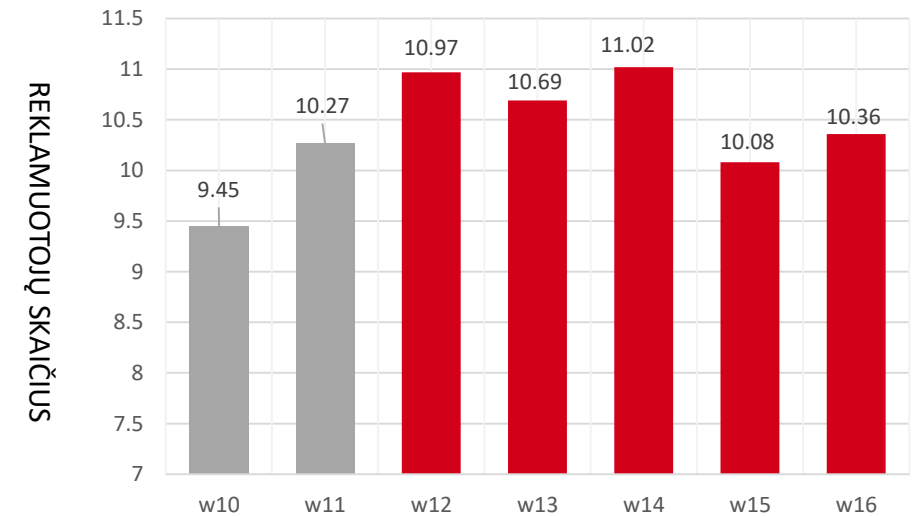
PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16): REKLAMUOTOJAI

LYGINANT SU PRIEŠ KARANTININIŲ LAIKOTARPIU 5 KARANTINO SAVAITĖ REKLAMUOTOJŲ SKAIČIUS TV ETERYJE MAŽESNIS 26%, TAČIAU REKLAMINIŲ GRP SEKUNDŽIŲ NUPERKAMA TIK 13% MAŽIAU.

TV ETERIS DABARTINIŲ METŲ LAISVESNIS NE TIK DĖL MAŽESNIO REKLAMUOTOJŲ SKAIČIAUS, BET IR DĖL IŠAUGUSIŲ REITINGŲ: VIDUTINIAI KANALŲ REITINGAI 16 SAVAITĖ YRA 10% AUKŠTESNI NEI PRIEŠ KARANTINĄ



Vidutinis komercinių TV kanalų dienos reitingas



Vidutinis komercinių kanalų dienos reitingas karantino metu (w12-16) lyginant su prieš karantininiu laikotarpiu (w10) pakilo 10%

PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16): TOP PRODUKTŲ GRUPĖS TV ETERYJE

16 SAVAITĖ TV ETERYJE DIDESNIŲ POKYČIŲ REKLAMUOJAMŲ PRODUKTŲ KATEGORIJOSE NEBUVO IŠSKYRUS TELEKOMUNIKACINĮ SEKTORŲ KURIAME BITĖ SUMAŽINO SAVAITINIUS SVORIUS

GRP 30" (be rėmimų ir LRT)

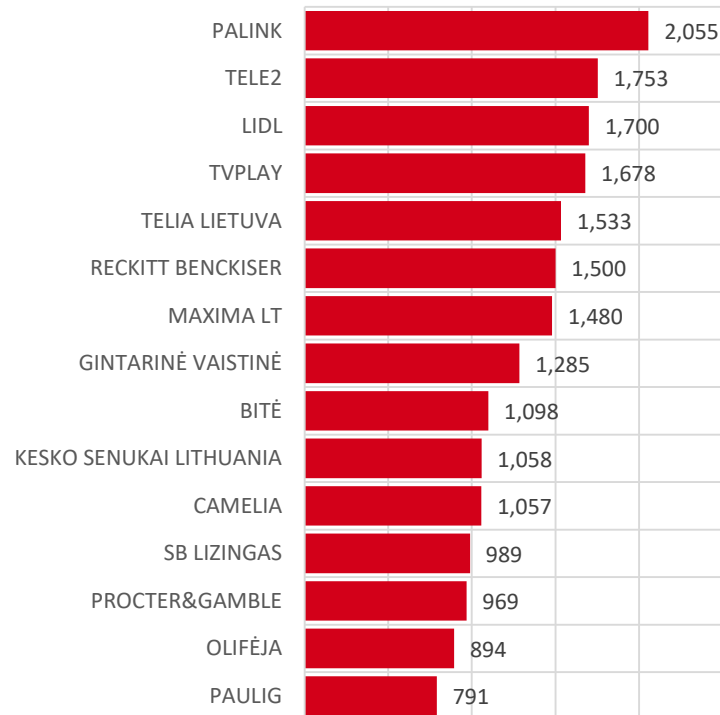
#	PRODUKTŲ GRUPĖ	W10	W12	W15	W16	SOV%	GRP pokytis (W16 su w10)	SOV pokytis (W16 su w10)	GRP pokytis (W16 su w15)	SOV pokytis (W16 su w15)
		Kovo 2-8	Kovo 16-22	Balandžio 6-12	Balandžio 13-19					
1	MAŽMENINĖ PREKYBA BENDRAI	5703	5285	4860	4884	20,9%	-819	-3,3%	24	0,5%
2	MEDICINOS PASLAUGOS, INSTITUCIJOS	1673	1606	2496	2332	10,0%	659	2,9%	-164	-0,5%
3	MOBILUS RYŠYS	1262	2615	2336	2171	9,3%	909	3,9%	-165	-0,5%
4	ELEKTRONINĖ ŽINIASKLAIDA	659	1039	1657	1907	8,2%	1 248	5,4%	250	1,2%
5	MEDIKAMENTAI	3939	4045	1742	1850	7,9%	-2 089	-8,8%	108	0,6%
6	BUITIES HIGIENA	1093	1781	1217	1559	6,7%	466	2,0%	342	1,6%
7	TELEKOMUNIKACIJA	1623	1477	1902	995	4,3%	-628	-2,6%	-907	-3,7%
8	FINANSŲ INSTITUCIJOS, PASLAUGOS	1334	1239	598	681	2,9%	-653	-2,7%	83	0,4%
9	KARŠTIEJI GĖRIMAI	404	388	487	652	2,8%	248	1,1%	165	0,8%
10	SALDUMYNAI, KONDITERIJA	1899	2076	964	594	2,5%	-1 305	-5,5%	-370	-1,5%
11	INTERNETAS	218	185	537	553	2,4%	335	1,4%	16	0,1%
12	SOCIALINĖ REKLAMA	252	211	524	532	2,3%	280	1,2%	8	0,1%
13	NAMINIAI GYVŪNAI	390	316	409	482	2,1%	92	0,4%	73	0,3%
14	NAMŲ ŪKIO REIKMENYS	135	249	517	460	2,0%	325	1,4%	-57	-0,2%

MAŽMENINĖS PREKYBOS SOV IR GRP RODIKLIAI STABILIZAVOSI. ŠI PRODUKTŲ GRUPĖ IR TOLIAU UŽIMA LYDERIAUJANČIĄ POZICIJĄ.

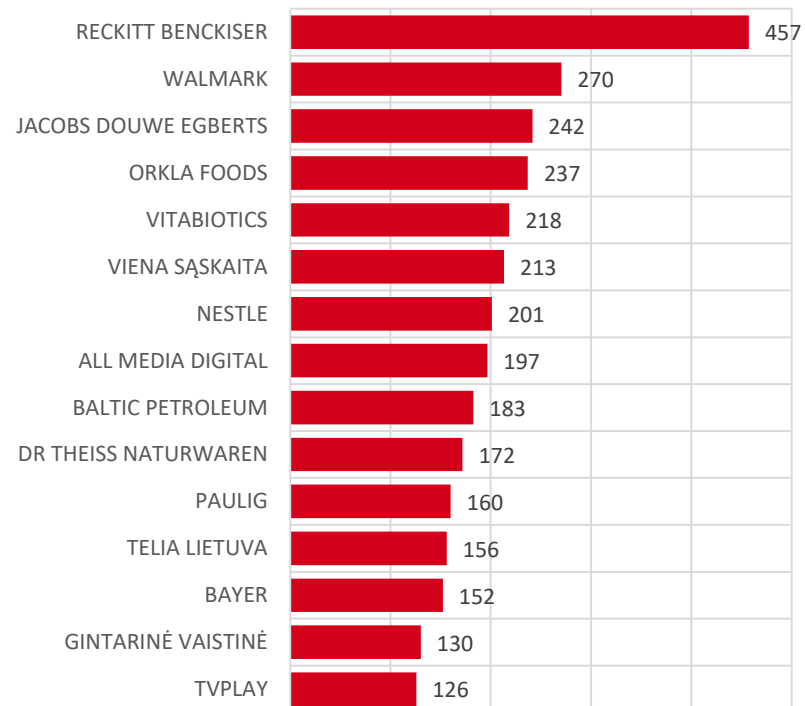
PENKTA KARANTINO SAVAITĖ (W16): TOP REKLAMUOTOJAI

TELEKOMUNIKACIJOS IR PREKYBOS TINKLAI TOLIAU PIRMAUJA PAGAL TV KOMUNIKACIJOS SVORĮ

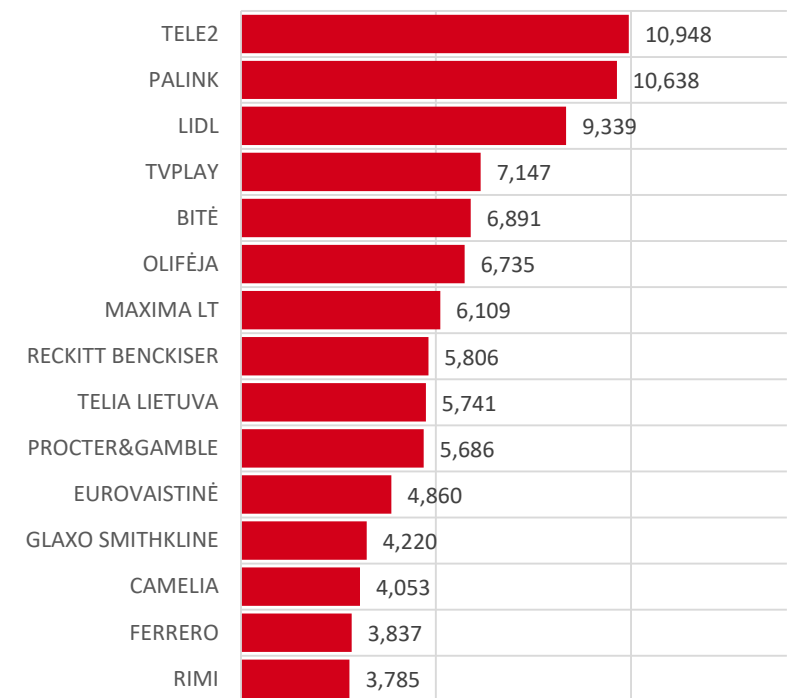
TOP 15 REKLAMUOTOJŲ W16 -TV GRP



TOP 15 REKLAMUOTOJŲ, KURIE W16 DIDINO TV SVORĮ
(DAUGIAU GRP NEI W15)



TOP 15 REKLAMUOTOJŲ, KARANTINO METU
PAGAL TV GRP W12-16



TV PREKINIŲ ŽENKLŲ TOP VIRŠŪNĖJE IŠLIEKA PALINK (IKI), O Į ANRAJĄ VIETĄ GRĮŽO TELE2.

The logo consists of the letters 'UM' in a bold, red, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is partially overlapped by a larger red circle that forms the top part of the main graphic.

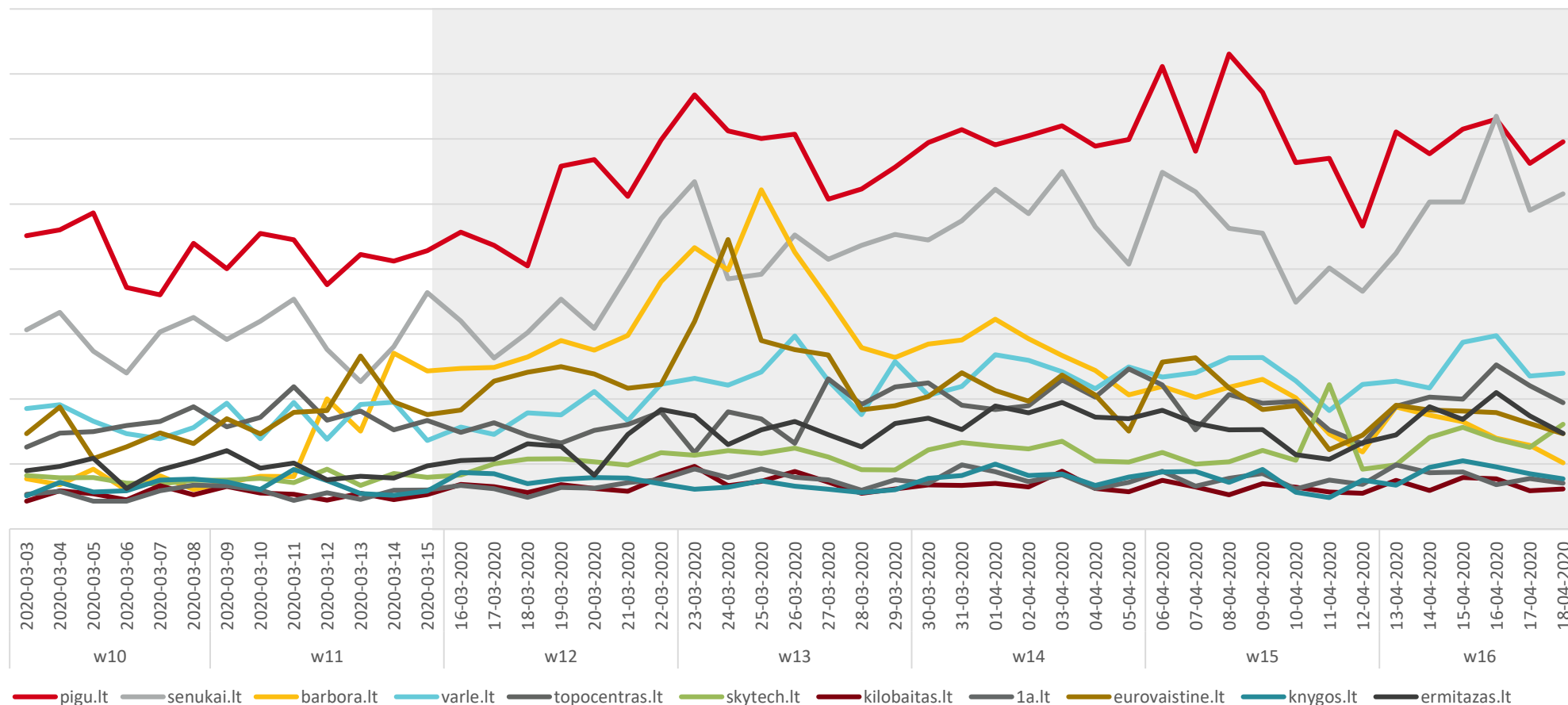
UM

KARANTINAS

LIETUVOS PORTALAI

E-KOMERCIJOS TENDENCIJOS

DAUGUMOJE DIDŽIŲ LIETUVOS E-PARDUOTUVIŲ ŽENKLIAI AUGO LANKYTOJŲ SRAUTAI. DIDŽIAUSIAS ŠUOLIS BUVO FIKSUOJAMAS BARBORA.LT, PIGU.LT, SENUKAI.LT, EUROVAISTINĖ.LT



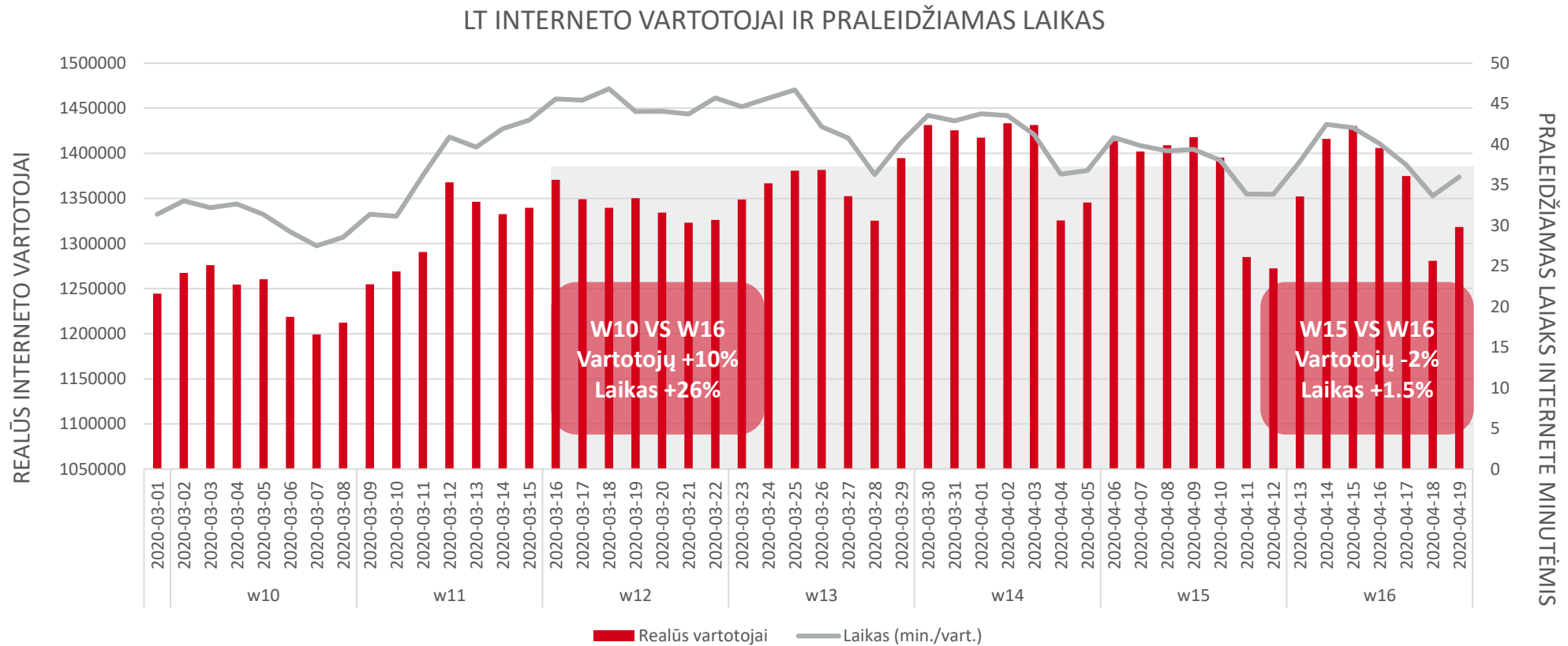
Po pirmosios karantino savaitės ženkliai išaugę el. parduotuvių srautai ir toliau išlaiko pakilimą lyginant su prieškriziniu laikotarpiu. Labiausiai išsiskiria pigu.lt, varle.lt, senukai.lt, ermitazas.lt

Taip pat, velykų savaitgalis turėjo neigiamos įtakos el. parduotuvių srautams – beveik visur buvo fiksuojamas srauto kritimas.

INTERNETO VARTOJIMAS ŽENKLIAI AUGA

GEMIUS DUOMENIMIS, REALIŲ INTERNETE BESILANKANČIŲ VARTOTOJŲ KIEKIS LYGINANT SU PRIEŠKRIZINIU LAIKOTARPIU (W10) IŠAUGO +10%, O PRALEIDŽIAMAS LAIKAS +26%.

KARANTINUI TĘSIANTIS VARTOTOJŲ KIEKIS IR PRALEIDŽIAMAS LAIKAS IŠLIEKA GANA STABILUS.



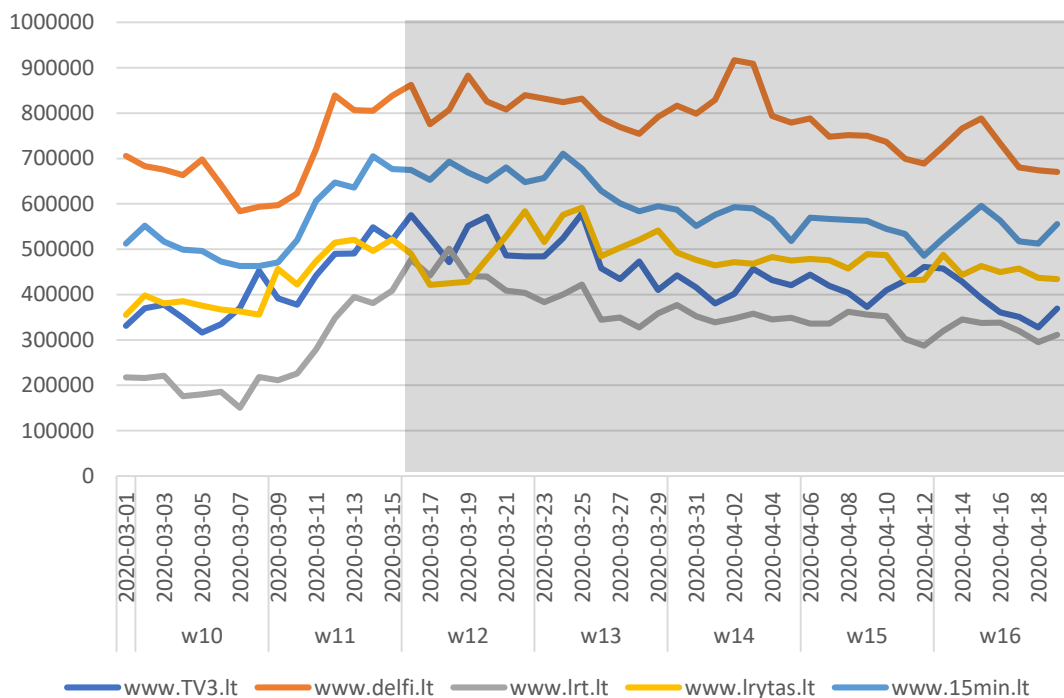
Realių interneto vartotojų kiekis ir praleidžiamas laikas lietuviškuose portaluose pradėjo didėti aktualėjant COVID-19 viruso temai dar prieš paskelbiant karantino laikotarpį. Stiprus realių vartotojų augimas fiksuojamas nuo kovo 12 dienos, o balandžio mėnesį dar labiau iškilęs ir išlieka stabilus.

IŠAUGUSI NAUJIENŲ PAKLAUSA

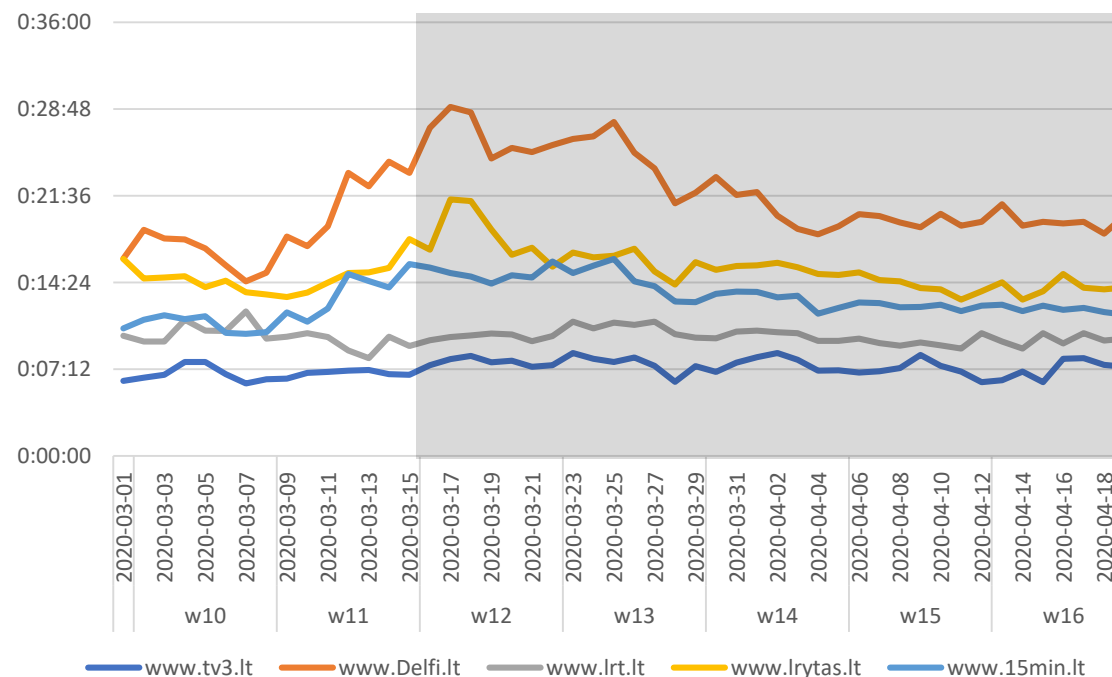
FIKSUOJAMAS PADIDĖJĘS VARTOTOJŲ KIEKIS IR PRALEIDŽIAMAS LAIKAS
NAUJIENŲ PORTALUOSE, **po +16% VARTOTOJŲ IR + 5% LAIKO** (W10 vs W16).

PENKTĄJĄ KARANTINO SAVAITĘ REALIŲ VARTOTOJŲ KIEKIS SUMAŽĖJO **-3%**, O PRALEIDŽIAMAS LAIKAS BEVEIK NEPAKITO **-0.33%** (W15 vs W16).

REALŪS INTERNETO VARTOTOJAI



PRALEIDŽIAMAS LAIKAS (MIN.)



Ketvirtosios karantino savaitės duomenys rodo, jog vartotojų lankomumas pagrindiniuose šalies portaluose yra vis dar iškilęs lyginant prieškriziniu laikotarpiu, tačiau jau nebeatome tokio drastiško augimo kaip pirmosiomis savaitėmis.

The logo consists of the letters 'UM' in a bold, red, sans-serif font, centered within a white circle. This circle is partially enclosed by a red ring at the top, which is part of a larger white circle that frames the main text on the slide.

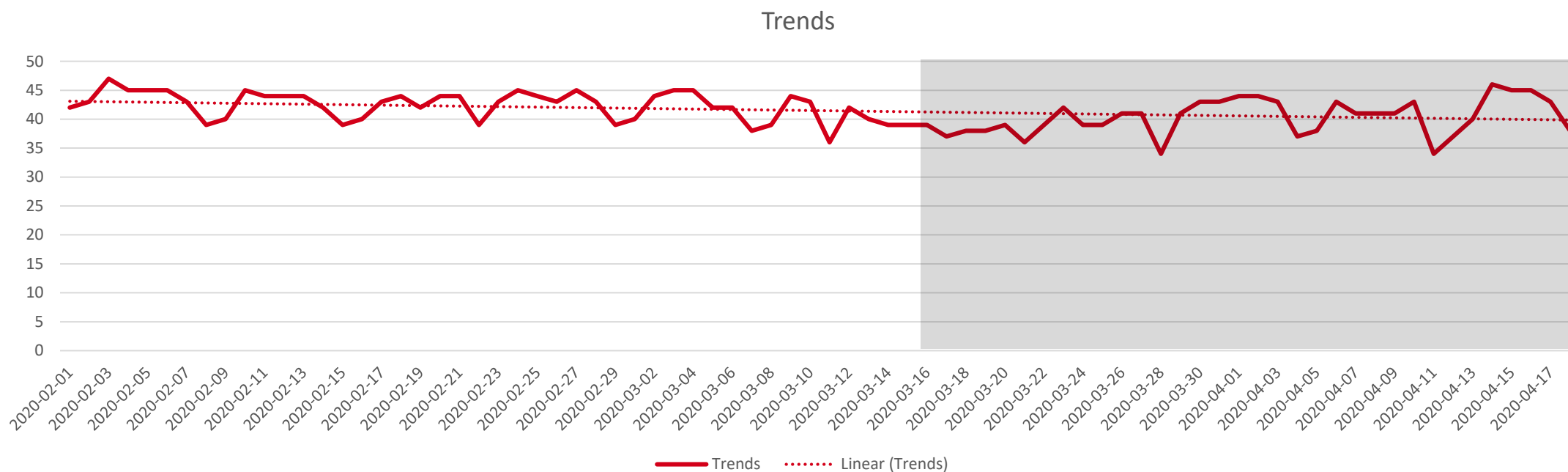
UM

KARANTINAS

**GOOGLE
TENDENCIJOS**

BENDRAS GOOGLE KATEGORIJŲ AKTUALUMAS

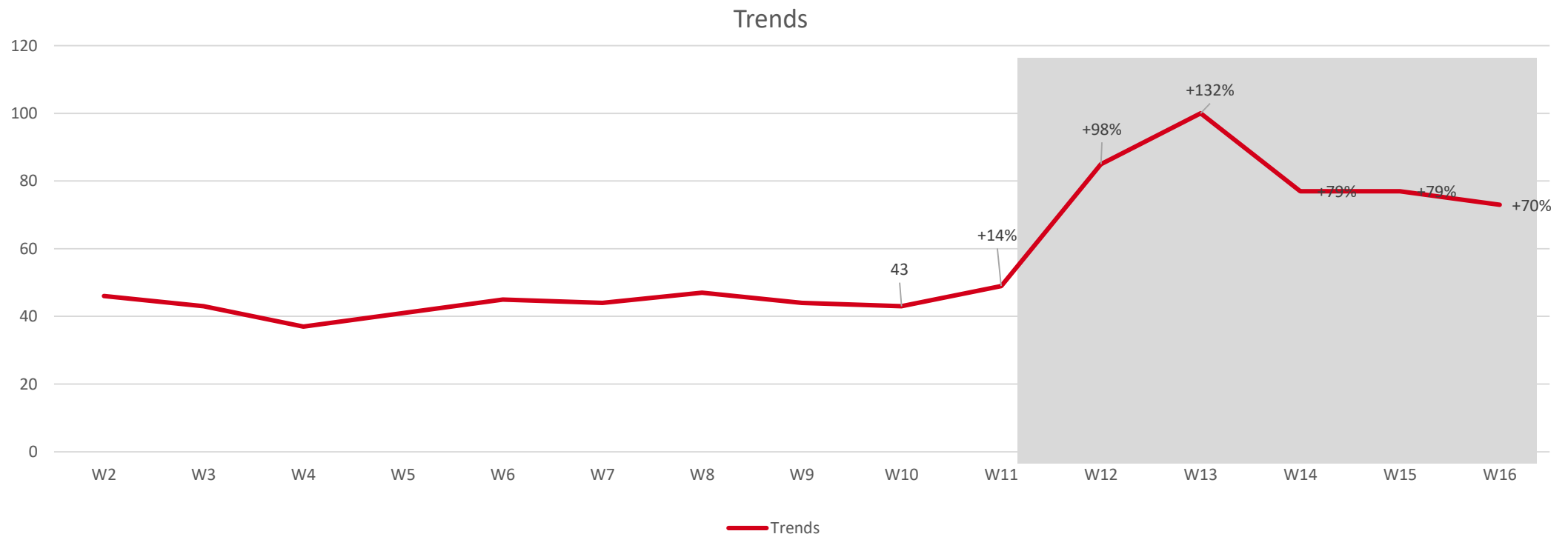
GOOGLE TRENDS DUOMENIMIS VISŲ KATEGORIJŲ AKTUALUMO VIDURKIS KARANTINO PRADŽIOJE KRITO IR NORS PO TRUPUTĮ GRĮŽTA Į BUVUSĮ LYGĮ, TAČIAU JO DAR NEPASIEKĖ.



Pirmąją karantino savaitę žmonės dėmesį skyrė aktualijoms naujienų portaluose, todėl atitinkamai šiek tiek sumažėjo kasdienės veiklos ir domėjimasis kitais dalykais, tačiau nuo antrosios karantino savaitės bendras visų kategorijų aktualumas vėl pradeda kilti į buvusį lygį (naujienų portalų statistika nors ir išlieka didesnė nei prieškriziniu laikotarpiu).

PIRKIMAS INTERNETU IR PRISTATYMAS

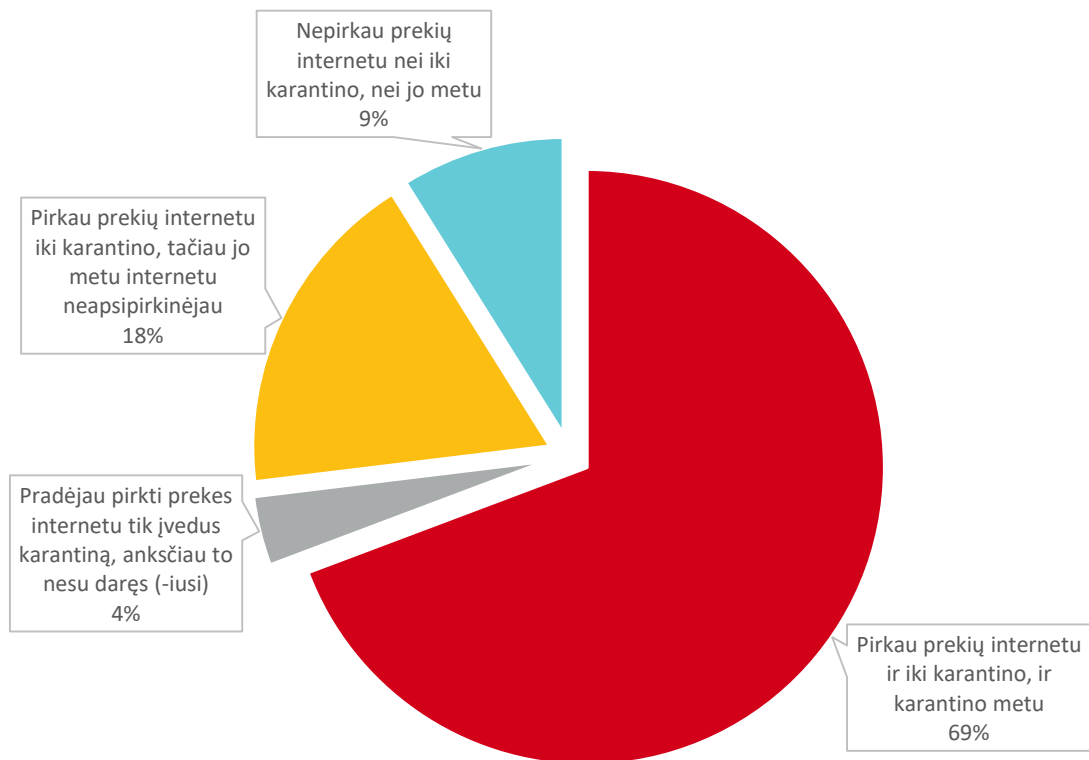
PREKIŲ/MAISTO PRISTATYMO Į NAMUS KATEGORIJOS SUSIDOMĖJIMAS PASKELBUS KARANTINĄ BUVO LABIAUSIAI AUGUSI KATEGORIJA. 13 SAVAITĘ KATEGORIJA BUVO PASIEKUSI PIKĄ, O NUO 14 SAVAITĖS NORŠ KATEGORIJOS SUSIDOMĖJIMAS ŠIEK TIEK NUKRITO, TAČIAU IŠLIEKA ŽENKLIAI AUKŠTESNIAME LYGYJE NEI PRIEŠKRIZINIŲ LAIKOTARPIU.



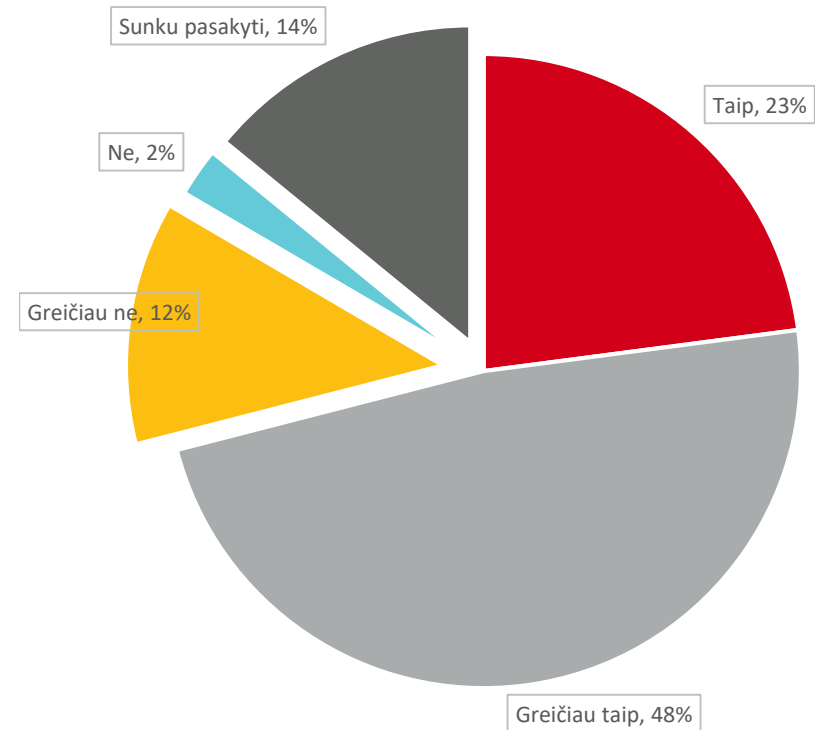
PIRKIMAS INTERNETU KARANTINO LAIKOTARPIU

KARANTINO LAIKOTARPIU PREKES INTERNETU PIRKO 73% LIETUVOS INTERNETO NAUDOTOJŲ. DIDESNĖ DALIS MANO, KAD IR PASIBAIGUS KARANTINUI JŲ PIRKIMO INTERNETU ĮPROČIAI IŠLIKS ARTIMI KARANTINIAM LAIKOTARPIUI

Kuris teiginys geriausiai atspindi Jūsų apsipirkimo internetu įpročius?

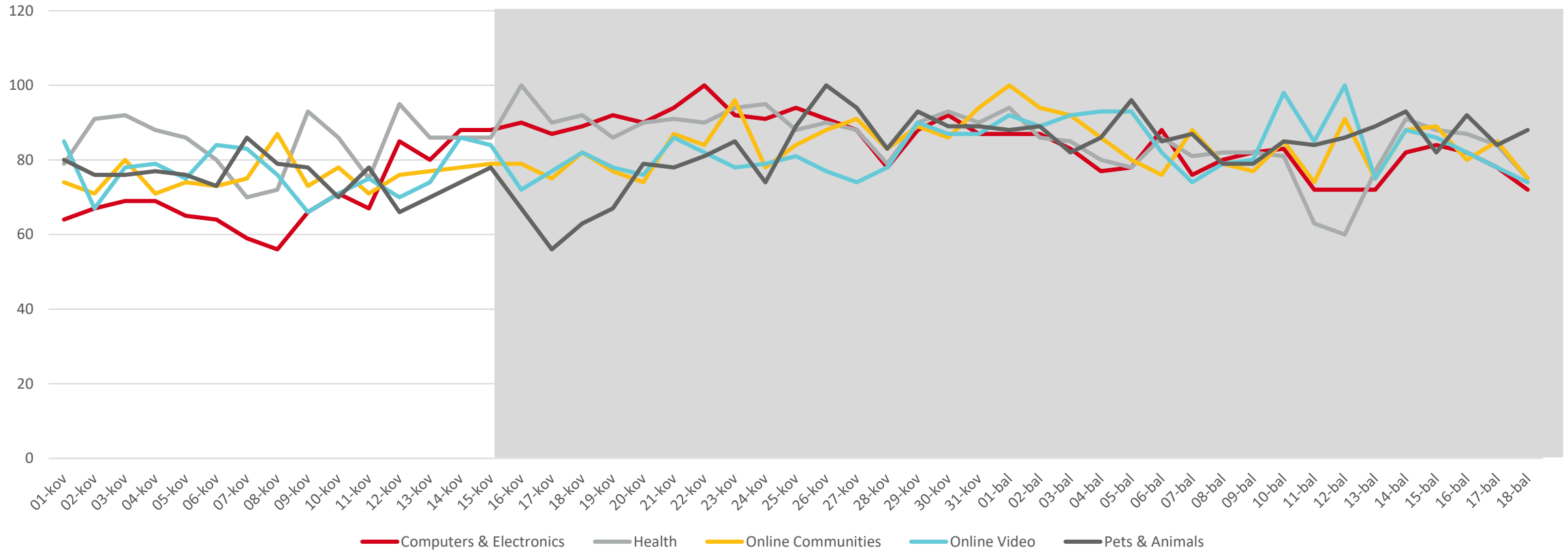


Kaip manote, ar pasibaigus karantinui ir toliau internetu pirksite tiek, kiek perkate dabar?



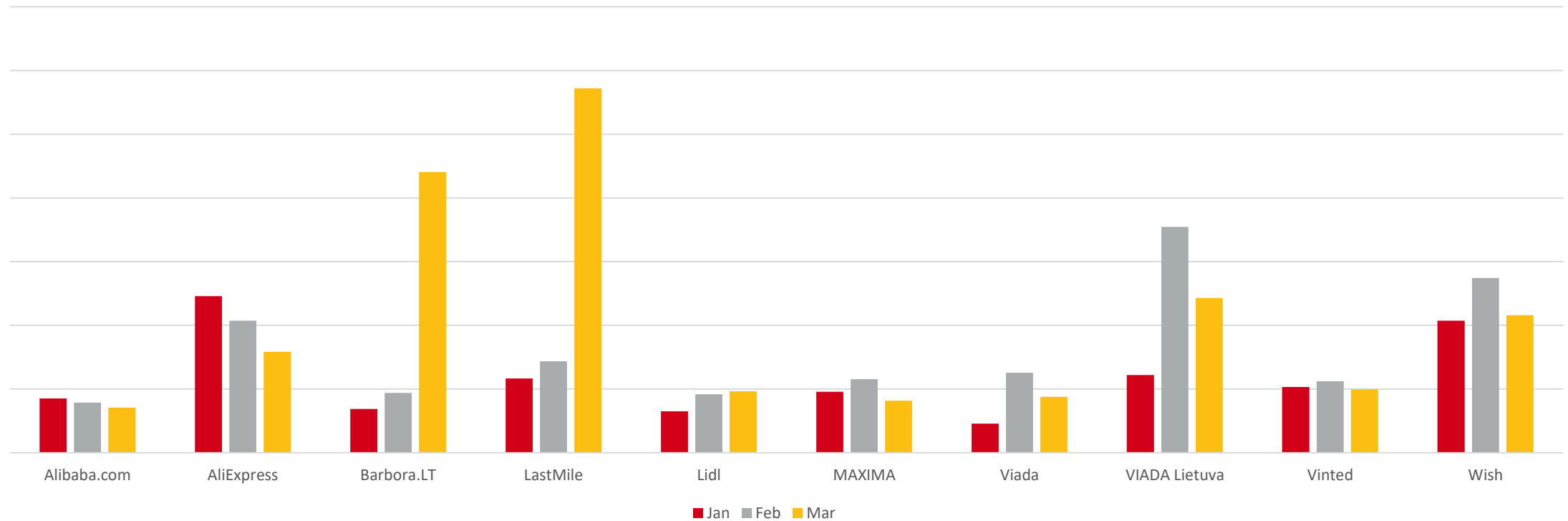
TOP 5 KATEGORIJOS, FIKSUOJAMOS KARANTINO PERIODU

AUKŠTAS SUSIDOMĖJIMAS IŠLIKA SVEIKATOS KATEGORIJOJE, TAIP PAT, SMULKIA ELEKTRONIKA, SOCIALINIAIS TINKLAIS, NAMŲ APYVOKA. PASTARĄJĄ SAVAITĘ Į TOP KATEGORIJAS PAKILO IR AUGINTINIŲ IR NAMINIŲ GYVŪNĖLIŲ KATEGORIJA.



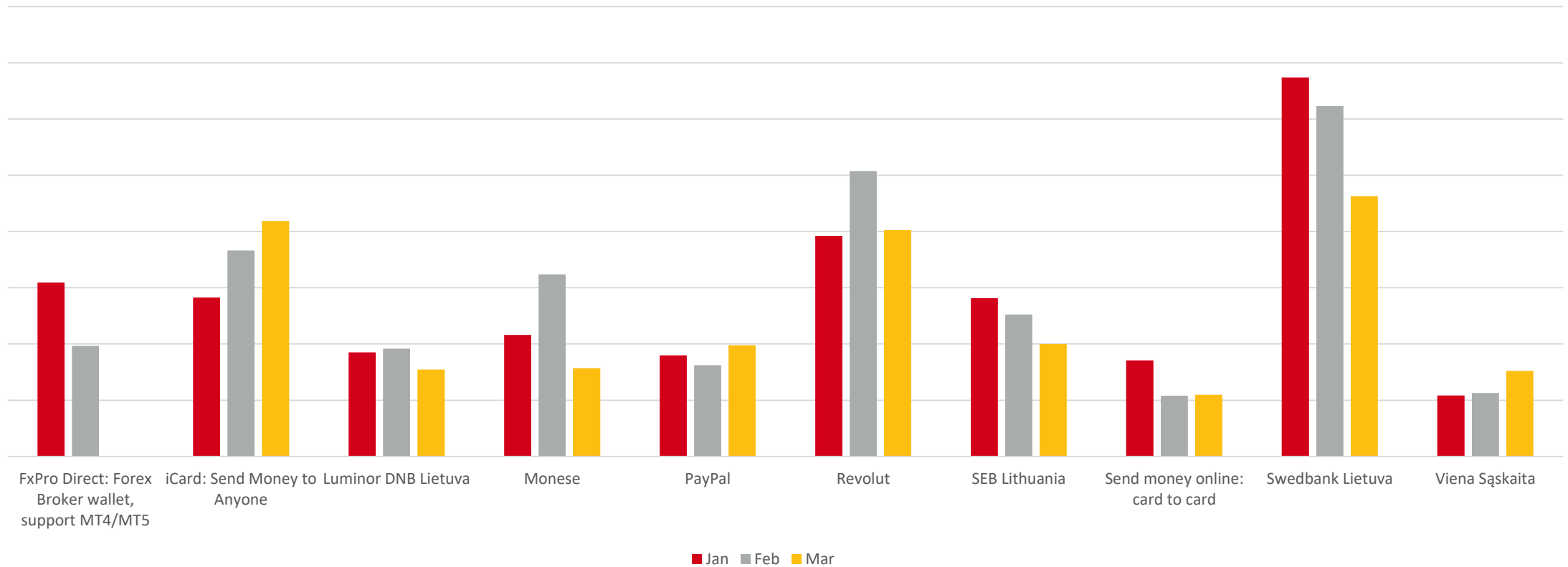
SHOPPING KATEGORIJOS PROGRAMĖLIŲ PARSISIUNTIMAI

DIDŽIAUSIAS PARSISIUNTIMŲ ŠUOLIS YRA FIKSUOJAMAS BARBORA.LT ir LASTMILE PROGRAMĖLIŲ PARSISIUNTIMO STATISTIKOJE STATISTIKOJE.



FINANSŲ KATEGORIJS PROGRAMĖLIŲ PARSISIUNTIMAI

FINANSŲ KATEGORIJOJE PADAUGĖJO ICARD, PAYPAL IR VIENA SĄSKAITA PROGRAMĖLIŲ ATSISIUNTIMŲ SKAIČIUS. TUO TARPU DIDŽIŲJŲ BANKŲ PROGRAMĖLIŲ PARSISIUNTIMŲ SKAIČIAI MAŽĖJO.



GOOGLE GYVENTOJŲ MOBILIMO ĮŽVALGOS

KARANTINO LAIKOTARPIU PASIKEITĖ VARTOTOJŲ ELGSENA IR LANKOMOS VIETOS. GYVENTOJAI LAIKOSI KARANTINO TAISYKLIŲ, BEI DAŽNIAU LIEKA NAMUOSE.

ŽENKLIAUSIAI KRITO VIEŠOJO TRANSPORTO PASLAUGŲ VARTOJIMAS, PADAUGĖJO DIRBANČIŲ IŠ NAMŲ. UŽDRAUDUS VEIKTI PREKYBOS CENTRAMS IR KAVINĖMS, KINO TEATRAMS - KATEGORIJA FIKSUOJA DIDŽIAUSIĄ KRITIMĄ, NET -69%.

Grocery & pharmacy

-22%

compared to baseline



Workplaces

-39%

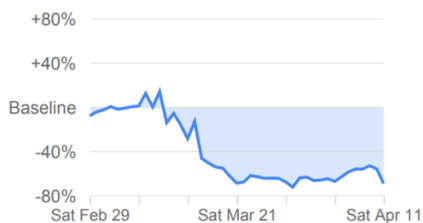
compared to baseline



Retail & recreation

-69%

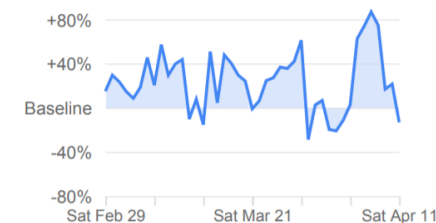
compared to baseline



Parks

-13%

compared to baseline



Residential

+16%

compared to baseline



Transit stations

-59%

compared to baseline



JEI JUS DOMINA KONKREČIŲ/PAPILDOMŲ KATEGORIJŲ POKYČIAI, DĖL
DUOMENŲ KVIEČIAME KREIPTIS Į INSPIRED UM PROJEKTŲ VADOVUS
ARBA KAROLIS.VOLUNGEVICIUS@INSPIRED.LT

PENKTOJI KARANTINO SAVAITĖ (W16): PAGRINDINIAI POKYČIAI

- ŽMONĖMS APSIPRANTANT SU ESAMA SITUACIJA MATOMAS MEDIA VARTOJIMO NUSISTOVĖJIMAS. TV IR ONLINE MEDIA PASIEKIAMUMAS IŠLIEKA AUKŠTAS. LAIKAS PRALEIDŽIAMAS SU JOMIS – ILGESNIS NEI PRIEŠ KARANTINĄ.
- VAIKŲ (4-14 M.) IR JAUNIMO (15-24 M.) TV PASIEKIAMUMAS IŠLIEKA AUKŠTESNIS NEI PRIEŠ KARANTINĄ. AUGA IR ŠIŲ GRUPIŲ TV ŽIŪRĖJIMO LAIKAS.
- IŠLIEKA GALIMYBĖ EFEKTYVIAI PASIEKTI AUDITORIJĄ NE TIK „PRIME TIME“ METU – AUDITORIJA IR TOLIAU TV ŽIŪRI VISĄ DIENĄ.
- TV ŽIŪROVAI PRADEDA RINKTIS DAUGIAU PRAMOGINĮ, O NE NAUJIENŲ TURINĮ.
- STIPRIAUSIAI IŠAUGĘS VIETINIŲ NAUJIENŲ PORTALŲ LANKOMUMAS SUTEIKIA DAUGIAU GALIMYBIŲ JIEMS KONKURUOTI SU UŽSIENIO PORTALAIS.
- E-PARDUOTUVIŲ LANKYTOJŲ SRAUTAI KARANTINO METU YRA PAAUGĘ IR SUSIDOMĖJIMAS IŠLIEKA DIDELIS. LANKYTOJAI IEŠKO NE TIK KASDIENIŲ, BUITIES, BET IR DRABUŽIŲ, KOMPIUTERINĖS TECHNIKOS PREKIŲ.
- GYVENTOJAI VIS DAR AKTYVIAI SKAITO TURINĮ NAUJIENŲ PORTALUOSE, KARANTINO METU IŠAUGĘS SUSIDOMĖJIMAS IŠLIEKA GANA STABILUS.
- NEMAŽA DALIS GYVENTOJŲ LIEKA DIRBTI IŠ NAMŲ IR MAŽIAU LANKOSI VIEŠOSE ERDVĖSE BEI PARDUOTUVĖSE.



THANK YOU