

סקר טלמרקטינג- ממצאים סקר אינטרנטי בלבד

- רוב הציבור (86%) רואים את שיחות הטלמרקטינג כתופעה שלילית. בהלימה, רק שיעור שולי של 4% מעוניין להמשיך ולקבל שיחות מסוג זה.
- ההתייחסות השלילית לשיחות מסוג זה באה לידי ביטוי גם בהיבטים אלו:
 - בשיעור הגבוה של כשני שלישי שמנתקים את השיחה, ברגע שמזהים שמדובר בשיחת מכירה
 - בשיעור הגבוה (70%) שהצהירו שאם יהיה צורך להתקשר ולחסום את המספר יפנו באופן יזום לחסימתו.
- רוב הציבור (88%) מדווח כי בשנה האחרונה קיבל שיחות טלמרקטינג, כ-20 שיחות בממוצע!.
- יתרה מזאת, שיעור גבוה של כשני שלישי מהציבור מדווחים שנתקלו בחברות שהתקשרו אליהם מספר פעמים. עם זאת, רק מיעוט "נשבר" ורכש מוצרים שהוצעו לו במסגרת השיחה.
- בבחינת הקונספטים המוצעים, 80% הביעו עניין ביישום השיטה בה כל המספרים חסומים לשיחות מסוג זה, ורק כשליש הביעו עניין בשיטה בה כל המספרים פתוחים ולחסימה יש להתקשר.
- גם בבדיקה של האופציה המועדפת, העדפה ברורה (73%) לשיטה בה כל המספרים חסומים לשיחות טלמרקטינג.
- בניתוח בקרב אוכלוסיית הגיל השלישי, עמדות כלפי שיחות מסוג זה דומות לרוב לכלל האוכלוסייה, אם כי בבחינת האופציה המועדפת, העדפה מעט נמוכה יותר לשיטה בה כל המספרים חסומים (60%), אם כי בעיקר על חשבון שיעור גבוה יחסית לאחרים (כרבע) שלא מעדיפים אף אחת מהשיטות

מידת העניין בקבלת שיחת טלמרקטינג- נעזר

גיל			מין		אחוז מהמדגם		
61+	41-60	20-40	אשה	גבר			
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)		
2%	2%	2%	2%	2%	2%	לא יודע	באיזה מידה אתה מעוניין לקבל שיחות שיווק ומכירה טלפוניות?
5%	5%	4%	4%	4%	4%	סה"כ כן	
1%	1%	1%	1%	1%	1%	בטוח שכן	
4%	4%	3%	4%	4%	4%	חושב שכן	
93%	94%	94%	94%	94%	94%	סה"כ לא	
19%	20%	18%	19%	19%	19%	חושב שלא	
74%	73%	76%	75%	75%	75%	בטוח שלא	
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

האם קיבל שיחת טלמרקטינג השנה- נעזר

גיל			מין		אחוז מהמדגם		
61+	41-60	20-40	אשה	גבר			
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)		
88%	90%	86%	89%	87%	88%	כן	האם במהלך השנה האחרונה קבלת שיחות שיווק ומכירה בטלפון מחברות שאתה לא נמצא איתן בקשר כלשהו?
12%	10%	14%	11%	13%	12%	לא	
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

קיבלו הצעות השנה							
גיל			מין				
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	קיבלו הצעות השנה		
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	וכעת נסה להעריך כמה שיחות שיווק ומכירה בטלפון- קבלת בשנה האחרונה?	
28%	19%	27%	27%	21%	24%		
		B	A				
25%	29%	28%	30%	26%	28%		
24%	25%	25%	23%	27%	25%		
6%	9%	9%	7%	10%	9%		
11%	9%	7%	8%	9%	9%		
5%	8%	5%	5%	7%	6%		
(114)	(253)	(338)	(362)	(343)	(705)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.
Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

מספר שיחות טלמרקטינג שקיבל השנה- ממוצע							
קיבלו הצעות השנה							
גיל			מין		קיבלו הצעות השנה		
61+	41-60	20-40	אשה	גבר			
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	וכעת נסה להעריך כמה שיחות שיווק ומכירה בטלפון- קבלת בשנה האחרונה?	
19.1	21.9 A	18.0	17.8	21.4 B	19.6		ממוצע
20.8	23.4 A	19.7	19.5	22.9 B	21.3		סטיית תקן
114	253 A	338	362	343 B	705	מספר משיבים	

Results are based on two-sided tests assuming equal variances. For each significant pair, the key of the smaller category appears in the category with the larger mean.
Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

האם נתקל השנה בחברה שפנתה במספר שיחות טלמרקטינג- נעזר								
קיבלו 3 הצעות או יותר השנה						אחוז מהמדגם		
מין			קיבלו 3 הצעות או יותר השנה			אחוז מהמדגם		
61+	41-60	20-40	אשה	גבר				
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	(A)		
						15%	לא קיבלו 3 הצעות או יותר השנה- לא נשאלו	האם נתקלת בשנה האחרונה בחברה שפנתה אליך טלפונית מספר פעמים עם הצעת שיווק ומכירה?
77%	75%	80%	77%	79%	78%	66%	כן	
5%	7%	6%	6%	7%	6%	5%	לא	
18%	17%	14%	17%	14%	16%	13%	לא זוכר/ לא יודע	
(111)	(247)	(322)	(347)	(333)	(680)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.
Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

האם רכש השנה מוצרים שהוצעו בשיחות טלמרקטינג- נעזר

קיבלו הצעות השנה						אחוז מהמדגם	
גיל			מין				
61+	41-60	20-40	אשה	גבר	קיבלו הצעות השנה	אחוז מהמדגם	
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	(A)	
						12%	לא קיבלו הצעות השנה- לא נשאלו
4%	5%	6%	7%	4%	5%	5%	כן
96%	95%	94%	93%	96%	95%	83%	לא
(114)	(253)	(338)	(362)	(343)	(705)	(802)	N=

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.
Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

מוצרים שרכש- נעזר

רכשו מוצרים						אחוז מהמדגם	
גיל			מין				
61+	41-60	20-40	אשה	גבר	רכשו מוצרים	אחוז מהמדגם	
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	(A)	
						95%	לא רכשו מוצרים- לא נשאלו
40%	46%	65%	52%	62%	55%	3%	פיננסים+ ביטוחים
40%	31%	25%	24%	38%	29%	1%	תרבות (סרטים, הצגות, מופעים וכד)
20%	15%	10%	8%	23%	13%	1%	תיירות (כגון נופשים, נסיעות לחו"ל)
	8%	10%	8%	8%	8%	0%	ביגוד
	8%	10%	8%	8%	8%	0%	כלי בית
40%	23%	35%	32%	31%	32%	1%	אחר פרט
(5)	(13)	(20)	(25)	(13)	(38)	(802)	N=

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.
Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

המידה בה היה מרוצה מהמוצר הנרכש- נעזר

רכשו מוצרים						אחוז מהמדגם	
גיל			מין				
61+	41-60	20-40	אשה	גבר	רכשו מוצרים	אחוז מהמדגם	
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	(A)	
						95%	לא רכשו מוצרים- לא נשאלו
	8%	10%	8%	8%	8%	0%	טרם קבלתי את המוצר/ השירות
40%	85%	50%	64%	54%	61%	3%	סה"כ מרוצה
	15%	5%	12%		8%	0%	מטעם מרוצה

40%	69%	45%	52%	54%	53%	2%	די מרצה
60% B	8%	40% B	28%	38%	32%	1%	סה"כ לא מרצה
20%		30%	16%	23%	18%	1%	לא כל כך מרצה
40%	8%	10%	12%	15%	13%	1%	כלל לא מרצה
(5)	(13)	(20)	(25)	(13)	(38)	(802)	N=

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

תפיסה כללית של שיחות הטלמרקטינג- נעזר

גיל			מין			באופן כללי, כיצד הינך רואה את שיחות הטלמרקטינג-שיווק ומכירת מוצרים טלפונית	
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	אחוז מהמדגם		
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)		
3%	5%	3%	4%	2%	3%	כתופעה חיובית	
86%	86%	87%	86%	86%	86%	כתופעה שלילית	
11%	9%	11%	9%	11%	10%	אדיש/ לא משנה לי	
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

תגובה לקבלת שיחת טלמרקטינג- נעזר

גיל			מין			וכשאתה מקבל שיחת שיווק ומכירה בטלפון איך בדרך כלל אתה מגיב?	
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	אחוז מהמדגם		
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)		
71%	64%	67%	67%	66%	67%	ברגע שמזהה שמדובר בשיחת מכירה, לא מקשיב ומנתק או מנתק בנימוס	
22%	25%	25%	25%	24%	25%	מקשיב להצעה אך עקרונית לא ארכוש מוצר בדרך זו	
8%	11%	7%	8%	10%	9%	מקשיב להצעה ואם המוצר רלוונטי עבורי ארכוש אותו	
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

מידת העניין לכך שחברות וגופים יוכלו לבצע שיחות טלמרקטינג ומי שלא מעוניין יצטרך לבקש שלא- נעזר

גיל			מין		אחוז מהמדגם	<div> <div>חברות וגופים יוכלו להתקשר עם הצעות למכירת מוצרים ושירותים לכל מספרי הטלפון. אנשים שלא מעוניינים שיתקשרו אליהם מחברות אלו, יצטרכו לבקש באופן יזום להוריד את מספר הטלפון שלהם מהרשימה. באיזה מידה תהיה מעוניין שגישה זו תהיה בישראל?</div> </div>
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	(A)	
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	
2%	3%	1%	2%	2%	2%	
43%	36%	32%	37%	34%	35%	
A						
30%	21%	18%	22%	20%	21%	
A						
13%	15%	14%	15%	13%	14%	
9%	11%	14%	12%	12%	12%	לא יודע
45%	51%	53%	49%	53%	51%	
5%	11%	17%	13%	12%	13%	
	C	B C				סה"כ מעוניין
40%	40%	37%	36%	41%	38%	
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	
						מאוד מעוניין
						די מעוניין
						ככה-ככה
						סה"כ לא מעוניין
						לא כל כך מעוניין
						כלל לא מעוניין
						N=

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

מידת העניין לכך שחברות וגופים יוכלו לבצע שיחות טלמרקטינג ומי שלא מעוניין יצטרך לבקש שלא- נעזר

ספליט ב'- שאלה 12 קודם						ספליט א'- שאלה 11 קודם						<div> <div>כל המספרים פתוחים ומי שמעוניין לחסום יצטרך לפנות באופן אקטיבי לחסימה</div> </div>
גיל			מין		ספליט ב'- שאלה 12 קודם	גיל			מין		ספליט א'- שאלה 11 קודם	
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	(A)	60+	41-60	20-40	אשה	גבר	(A)	
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	
3%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	3%	2%	3%	2%	2%	
36%	33%	28%	30%	33%	31%	49%	39%	35%	44%	34%	39%	
						A			A			
21%	19%	13%	16%	17%	16%	38%	24%	23%	29%	23%	26%	
						A B						
16%	14%	15%	14%	16%	15%	11%	16%	12%	15%	11%	13%	די מעוניין
7%	10%	16%	15%	10%	13%	11%	11%	11%	9%	13%	11%	
53%	54%	55%	53%	56%	55%	38%	47%	52%	44%	51%	48%	
								C				סה"כ לא מעוניין
5%	13%	21%	16%	16%	16%	4%	9%	12%	11%	9%	10%	
		C										
48%	41%	34%	38%	40%	39%	34%	38%	40%	34%	42%	38%	לא כל כך מעוניין
(58)	(145)	(196)	(212)	(187)	(399)	(71)	(135)	(197)	(196)	(207)	(403)	N

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

מידת העניין לכך שחברות וגופים לא יוכלו לבצע שיחות טלמרקטינג ומי שמעוניין יצטרך לבקש שכן- נעזר

גיל			מין		אחוז מהמדגם	<div> <div>חברות וגופים לא יוכלו</div> </div>
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	(A)	
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	
2%	3%	1%	2%	1%	2%	לא יודע

74%	79%	82% C	79%	81%	80%	סה"כ מעוניין	להתקשר טלפונית עם הצעות למכירת מוצרים ושירותים. אנשים שיהיו מעוניינים לקבל שיחות מסוג זה יצטרכו לפנות באופן יזום ולתת את הסכמתם לקבלת שיחות מסוג זה. באיזה מידה תהיה מעוניין שגישה זו תיושם בישראל?
49%	56%	61% C	56%	59%	57%	מאוד מעוניין	
25%	23%	22%	23%	22%	23%	די מעוניין	
12%	8%	10%	12% A	7%	9%	ככה-ככה	
12% A	11%	7%	7%	11%	9%	סה"כ לא מעוניין	
4%	3%	5%	4%	4%	4%	לא כל כך מעוניין	
9% A	8% A	2%	4%	7% B	5%	כלל לא מעוניין	
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

מידת העניין לכך שחברות וגופים לא יוכלו לבצע שיחות טלמרקטינג ומי שמעוניין יצטרך לבקש שכן- נעזר

ספליט א'- שאלה 11 קודם						ספליט ב'- שאלה 12 קודם							
מין			גיל			מין			גיל				
ספליט א'- שאלה 11 קודם	גבר (A)	אשה (B)	20-40 (A)	41-60 (B)	60+ (C)	ספליט ב'- שאלה 12 קודם	גבר (A)	אשה (B)	20-40 (A)	41-60 (B)	60+ (C)		
2%	2%	3%	2%	3%	3%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	לא יודע	כל מהספרים חסומים להתקשרות ומי שרוצה שיוכלו להתקשר אליו צריך לפנות באופן יזום יצטרכו לפנות באופן יזום
77%	77%	77%	79%	76%	73%	83%	86%	81%	86%	82%	74%	סה"כ מעוניין	
55%	58%	51%	58%	51%	51%	60%	59%	61%	63% C	61%	47%	מאוד מעוניין	
22%	18%	27% A	20%	25%	23%	23%	27%	20%	23%	21%	28%	די מעוניין	
10%	8%	13%	11%	10%	10%	8%	6%	10%	8%	6%	14% B	ככה-ככה	
10%	14% B	7%	8%	11%	14%	8%	8%	8%	6%	10%	10%	סה"כ לא מעוניין	
4%	4%	4%	5%	3%	4%	4%	4%	3%	5%	3%	3%	לא כל כך מעוניין	
6%	10% B	3%	4%	8%	10% A	4%	4%	5%	1%	8% A	7% A	כלל לא מעוניין	
(403)	(207)	(196)	(197)	(135)	(71)	(399)	(187)	(212)	(196)	(145)	(58)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

האופציה המועדפת- נעזר

גיל			מין		אחוז מהמדגם	קבלת שיחות טלמרקטינג רק בתנאי שאפנה באופן יזום לאשר שימוש במספר לשיחות אלו	ואיזה מבין האופציות הבאות מועדפת בעיניך?
60+	41-60	20-40	אשה	גבר			
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)		
60%	74% C	77% C	73%	73%	73%		

5%	4%	7%	6%	6%	6%	קבלת שיחות טלמרקטינג בכל מקרה , להסרה יש לפנות באופן יזום
11% A	9%	6%	8%	8%	8%	שתי האופציות מועדפות במידה דומה
24% A B	12%	10%	13%	13%	13%	אף אחת מהן
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

המידה שבה יפנה באופן יזום להכנס לרשימה של אנשים שלא מעוניינים לקבל שיחות טלמרקטינג- נעזר

גיל			מין		אחוז מהמדגם		
60+	41-60	20-40	אשה	גבר			
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)		
14% B	8%	8%	11%	7%	9%	לא יודע	במידה ויוחלט על בניית רשימה של אנשים שלא מעוניינים לקבל שיחות מכירה ושיווק טלפוניות באיזו מידה נראה לך שתפנה באופן יזום להכנס לרשימה?
62%	73% C	70%	67%	72%	70%	סה"כ כן	
26%	44% C	41% C	37%	42%	39%	בטוח שכן	
36%	29%	30%	30%	30%	30%	חושב שכן	
24%	20%	22%	22%	21%	21%	סה"כ לא	
11%	12%	13%	13%	11%	12%	חושב שלא	
13%	8%	8%	9%	9%	9%	בטוח שלא	
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

סיבות לכך שלא יפנה להכנס לרשימה באופן יזום- נעזר

לא יפנו באופן יזום					אחוז מהמדגם			
גיל			מין		לא יפנו באופן יזום	אחוז מהמדגם		
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	באופן יזום			
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)	(A)		
						79%	יפנו באופן יזום/ לא יודעים	מדוע נראה לך שלא תפנה באופן יזום להכנס לרשימה?
19%	29%	47% B C	39%	33%	36%	8%	אין זמן/ עצלנות	
3%	18% C	15%	18%	10%	14%	3%	זה מורכב לפנות/ קשה לפנות	
16%	15%	9%	4%	21% B	12%	3%	מעדיף להיות כמו הרוב	
10%	9%	4%	6%	7%	6%	1%	לא נעים לפנות	
52% A B	29%	25%	33%	28%	31%	7%	אחר פרט	
(31)	(55)	(85)	(90)	(81)	(171)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

proportion appears in the category with the larger column proportion.
Significance level for upper case letters (A, B, C): .05

תחומים בהם היה מעוניין לקבל שיחות טלמרקטינג- נעזר

גיל			מין				
60+	41-60	20-40	אשה	גבר	אחוז מהמדגם		
(C)	(B)	(A)	(B)	(A)	(A)		
71%	75%	74%	73%	75%	74%	לא מוכן לקבל שיחות מכירה טלפונית מאף גורם	האם יש תחומים מסויימים בהם בכל זאת היית מעוניין לקבל שיחות טלמרטינג- שיחות שיווק ומכירות באמצעות הטלפון ? אם כן, איזה?
29%	25%	26%	27%	25%	26%	סה"כ ציינו תחומים	
16%	11%	10%	11%	12%	11%	תיירות	
16%	10%	7%	11%	8%	9%	תרבות	
A						תקשורת (כבלים, סלולר)	
8%	9%	7%	7%	9%	8%	בנקאות	
7%	8%	8%	7%	9%	8%	ביטוח	
2%	5%	4%	4%	5%	4%	עיתונות	
2%	3%	2%	2%	2%	2%	אחר פרט	
	2%	2%	1%	2%	2%		
(129)	(280)	(393)	(408)	(394)	(802)	N=	

Results are based on two-sided tests. For each significant pair, the key of the category with the smaller column proportion appears in the category with the larger column proportion.

Significance level for upper case letters (A, B, C): .05