

Agárdi Irma

A TOP-TV piaci esélyei

Minden újonnan indult kereskedelmi televízió komoly problémákkal küzd. A hazai média- és reklámpiac helyzete, a célközönség, a versenytársak jelenléte, a kábelhálózat kiépítettsége mind-mind jelentősen meghatározzák a televízió működési feltételeit. A tényleges piaci sikert a cég megfelelő tőkeellátottsága mellett erős fogyasztói piacot képviselő célközönség garantálhatja.

A tematikus televíziók, így a TOP TV is, egy bizonyos témára specializálódnak, amellyel a teljes tévé néző lakosságot szegmentálják, kiválasztanak egy vélhetőleg rentabilitást biztosító célcsoportot, és ennek megfelelően állítják össze műsoraikat.

A non-stop könnyűzenét sugárzó televíziók természetesen a fiatalok érdeklődésére tartanak számot elsősorban, akik érzelmileg erősen kötődnek az együttesekhez, a dalokhoz, a zenékhez kapcsolódó életstílusokhoz.

A fiatalság mint fogyasztói réteg minőségileg új korszakba lépett, passzív befogadóból a piac aktív alakítóivá váltak, s a vásárlóerejükre pályázó hirdetőik évente megközelítőleg 5-6 milliárd forintot költenek elérésükre Magyarországon.

Az előadásban a vizsgált televíziós csatorna célközönségét elsősorban a következő szempontok szerint vizsgálta:

- kor szerinti összetétel;
- végzettség szerinti összetétel;
- jövedelmi viszonyok;
- gazdasági aktivitás;
- kulturális minták (a különböző kulturális csoportok igényeit milyen műsorokkal elégíti ki a zenecsatorna);
- motivációk (milyen okból nézik a fiatalok a zenecsatornák műsorait, amerikai kutatás eredményei);

A hirdetőik nem kevés áldozatot hoznak annak érdekében, hogy a fiatalok „jólnevelt” fogyasztókká váljanak. Az előadó meggyőződése, hogy a befolyásolás sokkal inkább meghatározó eszköze a hirdetőiknek a fogyasztási szokások kialakításánál, mint a szükségletek felmérése és kielégítése.

A legizgalmasabb, s egyben legnehezebben mérhető jelenség azonban az, hogy a fiatalok, s azon belül is a diákok és a gyerekek a családi jövedelem mekkora részét diszponálják, tehát valójában mekkora vásárlóerővel rendelkeznek.