Warszawa, 17.09.2020 r.

**Pierwsze badanie polskich użytkowników Pinteresta**

**Pinterest coraz mocniej otwiera się na e-commerce w Polsce. Rośnie więc potrzeba poznania użytkowników tego medium. Jacy są polscy Pinnersi? Czy platforma ma potencjał sprzedażowy? Open Mobi przedstawia wnioski z przeprowadzonego niedawno badania.**

Pinterest na przestrzeni lat z prostego narzędzia do dzielenia się pomysłami znalezionymi w internecie, zmienił się w globalną, wirtualną tablicę inspiracji. Po ponad dekadzie od debiutu z platformy korzysta 367 milionów użytkowników, którzy poszukują na niej ciekawych produktów oraz kreatywnych rozwiązań. Na polskim rynku medium dostępnie jest od 2013 r. i ma 3,7 mln aktywnych użytkowników.

– *Na Facebooku czy Instagramie użytkownicy dzielą się tym, co się wydarzyło w przeszłości lub dzieje aktualnie w ich życiu. Z klasycznych wyszukiwarek korzystają, gdy mają już gotowy pomysł i wiedzą, czego potrzebują. Na Pintereście skupieni są na przyszłości i planowaniu, są otwarci na nowe rzeczy i rozwiązania. Aż 97% wyszukiwań w tej aplikacji jest niebrandowanych, a więc bez wskazania konkretnej marki. Jednocześnie Pinnersi chętnie realizują pomysły znalezione właśnie tutaj* – mówi Magdalena Pietruk, social content manager Open Mobi.

**Jaki jest polski Pinners?**

Jak wynika z badania przeprowadzonego przez agencję Open Mobi, najliczniejszą grupę użytkowników w Polsce stanowią osoby w wieku 25-34 lata (47%). Zdecydowana większość Pinnersów to kobiety (86%). – *Nie jest to zaskoczeniem, ponieważ właśnie panie uznawane są za głównych inicjatorów zmian i decydentów w wielu obszarach życia domowego. One też najczęściej finalnie dokonują zakupu[[1]](#footnote-1)* – zwraca uwagę Pietruk.

72% respondentów badania sprawdza aplikację Pinterest kilka razy dziennie, a aż 92% zagląda do niej przynajmniej raz w ciągu dnia. Prawie połowa Pinnersów w ciągu doby spędza na platformie godzinę, a 1/4 badanych nawet dłużej. 78% ankietowanych korzysta z tej wirtualnej wyszukiwarki przynajmniej 2 lata, a blisko 1/3 od ponad 3 lat.

Polscy Pinnersi szukają na platformie inspiracji prawie z każdej dziedziny życia, ale najbardziej lubią treści dotyczące mody, urody, wnętrz oraz kulinariów. 96% z nich deklaruje, że wcieliło w życie pomysł pochodzący z Pinteresta, a ponad połowa używa tej aplikacji do planowania wydarzeń. – *Już teraz 90% naszych respondentów uznało treści pojawiające się w aplikacji za inspirujące do zakupów, a 57% kupiło produkt znaleziony w tym medium. A w Polsce Pinterest tak naprawdę dopiero otwiera się na e-commerce i działania reklamowe* – zauważa Magdalena Pietruk.

Osoby korzystające z Pinteresta dbają o swoją kondycję fizyczną. 87% z nich uprawia sport, a 67% deklaruje, że jest aktywna fizycznie co najmniej 2 razy w tygodniu. Najchętniej jeżdżą na rowerze, uprawiają fitness oraz biegają. Zakupy najczęściej robią w sieciach sklepów H&M, Rossmann, IKEA, Biedronka i Castorama. Jeśli nie mają ochoty gotować, zamawiają jedzenie bezpośrednio z restauracji lub poprzez Pyszne.pl.

**O badaniu**

Badanie „Użytkownik Pinterest w Polsce” przeprowadzone zostało przez agencję Open Mobi między 12 a 29 maja 2020 roku metodą ankietową. Wzięło w nim udział 701 osób. W kwestionariuszu znalazło się 40 pytań dotyczących m.in. demografii, korzystania z aplikacji, szukanych Pinów, a także afiliacji z markami z kategorii uroda, moda, wystrój wnętrz, kulinaria, samochody oraz sport. Wykorzystano pytania jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz dodatkowe pola na pogłębienie odpowiedzi. To pierwsze badanie polskiej społeczności użytkowników Pinteresta.

Link do raportu: <https://www.openmobi.pl/public/raportpinterest/>

\*\*\*

**Open Mobi** to agencja digitalowa, która pomaga dotrzeć z przekazem do każdego segmentu konsumenckiego niezależnie czy to poprzez mobile czy desktop. Bazując na własnym know-how oraz nowoczesnych technologiach, realizuje kampanie, które swoim zasięgiem obejmują miliony unikalnych użytkowników.

Działalność agencji skupiona jest wokół czterech głównych obszarów: mobile marketingu, Social Audience, Mobile Ads Design Studio oraz autorskiej platformy DMP, która poprzez machine learning oraz AI zbiera i analizuje dane ze środowiska internetowego, mobile web, mobile apps oraz od dostawców usług internetowych. Współpracuje przy tym z ponad 30 zewnętrznymi platformami DMP. Więcej informacji na temat spółki oraz jej realizacji dostępnych jest na [www.openmobi.pl](http://www.openmobi.pl).

1. Mindshare Polska, „Zakupy w polskich domach – kto decyduje, a kto kupuje?”, 2019 [↑](#footnote-ref-1)