

Resultater fra TNS Gallups undersøkelse april/mai 2011

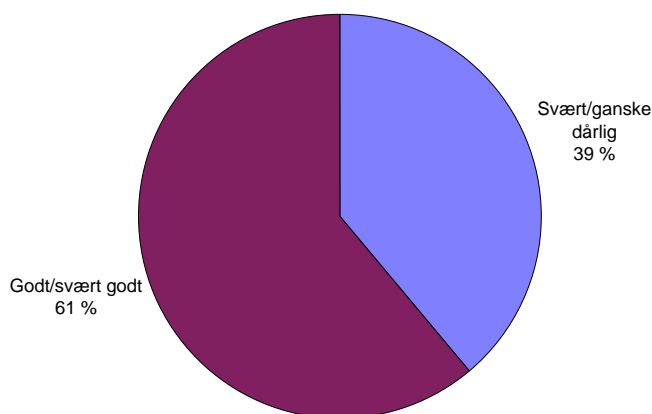
## Givernes holdning til telefonsalg

Norges Innsamlingsråd, 9. mai 2011

### 1. De fleste husker samtalen godt

De fleste bidragsyterne ble intervjuet 1-3 måneder etter telefonsamtalen med organisasjonen. 61% av de som svarte, oppgir at de husker samtalen godt eller svært godt. Det er tydelig sammenheng mellom hvor lenge det er siden samtalen, og hvor god de husker den.

Du er blitt oppringt fra [organisasjon A] i løpet av det siste halve året. Hvordan husker du (den siste) samtalen? Vil du si ..



### 2. Nesten halvparten av bidragsyterne er reservert i Brønnøysund

Har du reservert deg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?

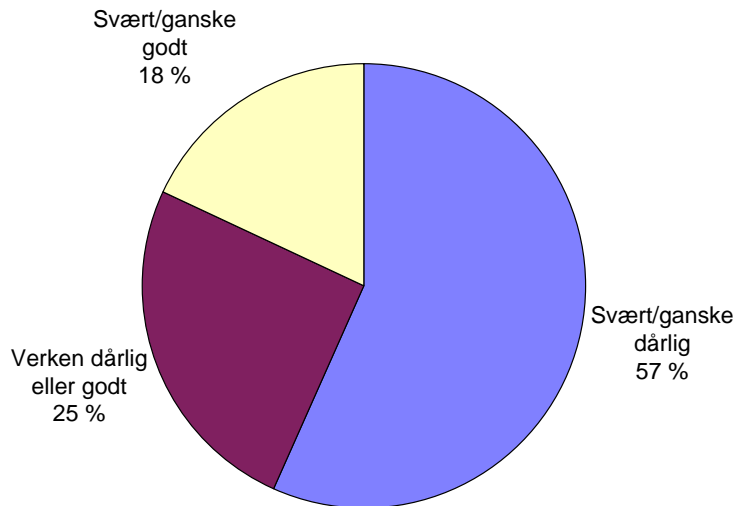
Ja	47,3%
Nei	50,3%
Var ikke klar over at dette var mulig (SPONTANT)	,6%
Vet ikke	1,8%

Giverne er altså reservert mot henvendelser i samme grad som befolkningen for øvrig.

### 3. Flertallet oppgir generelt å være negative til telefonhenvendelser

Når man spør generelt "i hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon av organisasjon A", så svarer 57 % negativt, 25 % verken /eller og 18 % positivt. Dette samsvarer med generelle undersøkelser om publikums holdning til telefonhenvendelser og annen reklame, selv om andelen positive her er høyere enn i generelle undersøkelser.

### "1 I hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon av organisasjon A"

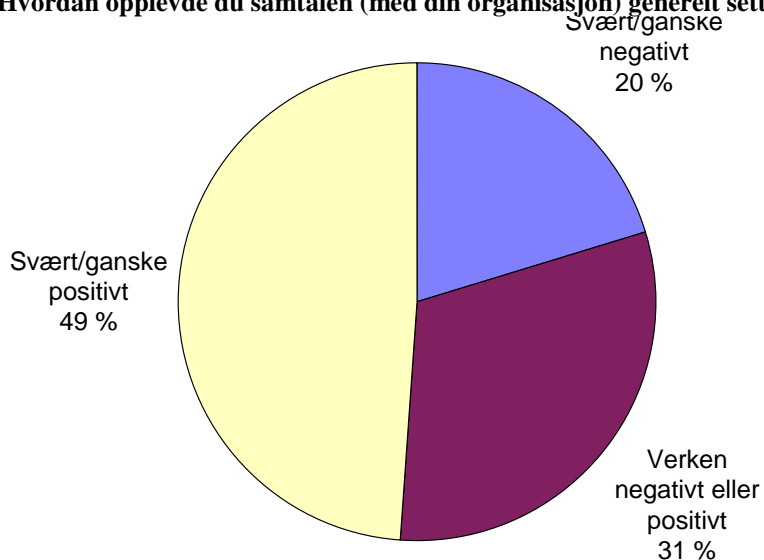


Undersøkelser om forbrukernes generelle holdning til reklame har vist at respondentene oppgir at de er mer negative til reklame enn de faktisk er. For eksempel viser undersøkelser om reklame i postkassen en generell negativ holdning, samtidig som samme respondent oppgir at han faktisk leser reklamen og har positivt utbytte av konkrete reklamebrosjyrer. Derfor var en viktig del av undersøkelsen å stille kontrollspørsmål for å avdekke hvordan forbrukerne opplevde den siste, faktiske telefonhenvendelsen fra den organisasjonen vedkommende støtter.

#### 4. Flertallet er positive til den faktiske samtalen med sin organisasjon

Halvparten av bidragsyterne oppgir at de opplevde samtalen positivt, mens bare 20 % hadde et negativt inntrykk.

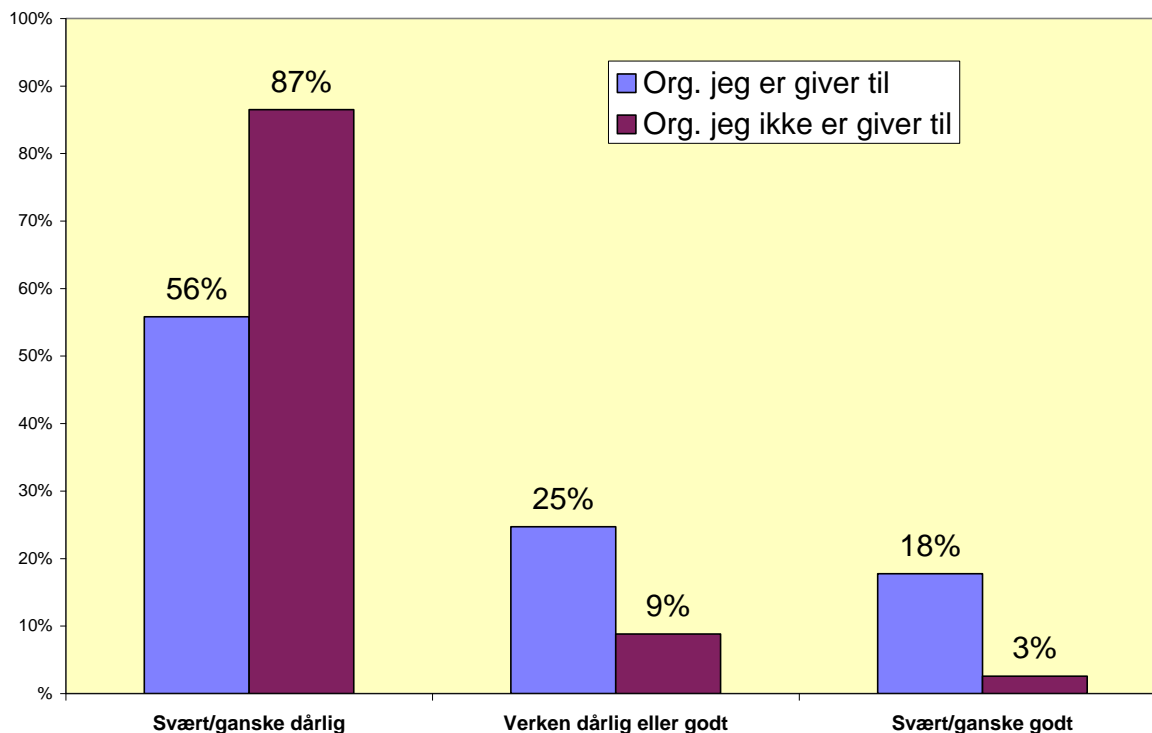
#### "Hvordan opplevde du samtalen (med din organisasjon) generelt sett?"



## 5. Publikum liker dårligst å bli kontaktet av organisasjoner man ikke er giver til

Tabellen under viser betydelig forskjell i den generelle holdning til å bli kontaktet av en organisasjon man støtter og en organisasjon man ikke er giver til.

I hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon [organisasjonen du er giver til]?  
Og, i hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon av en organisasjon du ikke er giver til?



## 6. Giverne er lite spesifikke på hva de liker godt eller dårlig

De som har en oppfatning av hva de like godt ved telefonhenvendelsene, trekker frem at det gir mulighet for å støtte en god sak. Med de fleste trekker ikke frem spesielle forhold.

Er det forhold du liker godt ved telefonhenvendelsene fra [organisasjon A].?

<i>Gir mulighet for å støtte en god sak</i>	12,8%
<i>Liker å holde kontakt med organisasjonen</i>	1,4%
<i>Positivt å høre hva pengene går til</i>	3,%
<i>Hyggelig å få takk for støtten</i>	2,8%
<i>Er interessert i organisasjonens arbeid</i>	2,6%
<i>Ingen spesielle forhold godt likt</i>	60,1%
<i>Annet: Noter</i>	16,9%
<i>Vet ikke / Ubesvart</i>	6,%

Også på spørsmål om hva de liker dårlig, er det lite spesifikke svar.

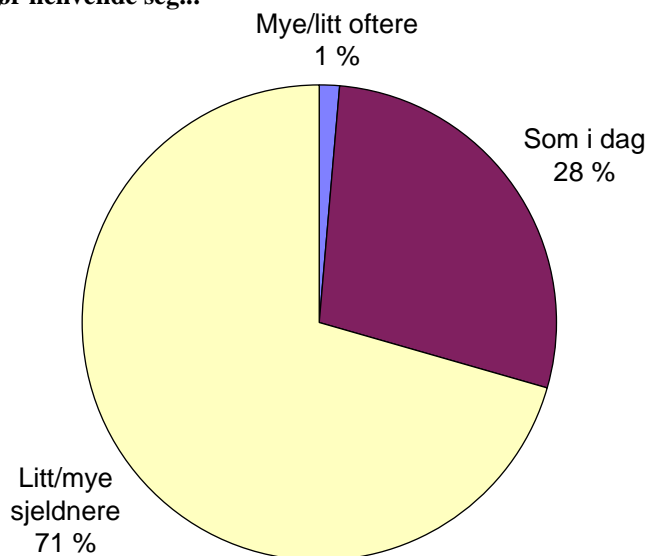
Er det forhold du liker dårlig ved telefonhenvendelsene fra [organisasjonA].?

<i>Føler meg presset til å bidra</i>	4,3%
<i>Tidspunktet passer dårlig</i>	2,4%
<i>Den som ringer er for familær ('Dus')</i>	,6%
<i>Den som ringer er for påtrengende / aksepterer ikke 'Nei'</i>	10,2%
<i>Ingen spesielle forhold dårlig likt</i>	51,7%
<i>Annet: Noter</i>	30,3%
<i>Vet ikke / Ubesvart</i>	5,3%

## 7. Giverne vil bli kontaktet sjeldnere

De fleste som har en mening om hyppigheten på henvendelser, oppgir at de vil bli kontaktet sjeldnere. Nesten ingen vil ha oftere kontakt.

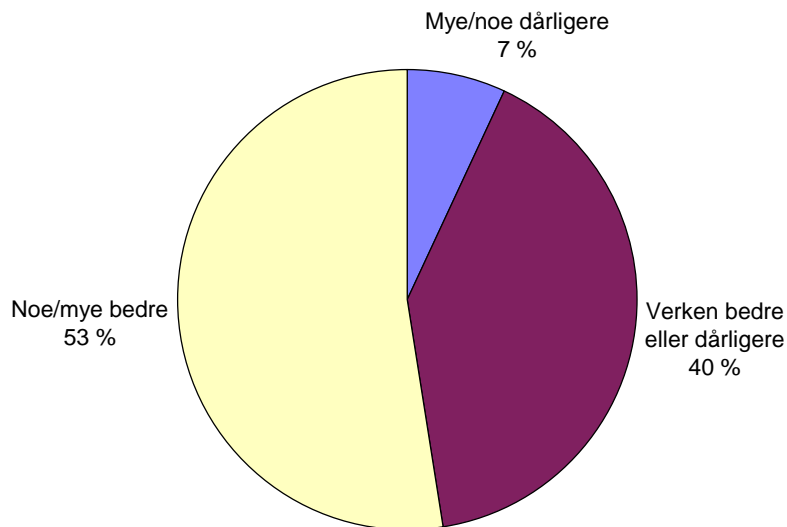
2Hvordan vurderer du hyppigheten i telefonhenvendelsene fra [organisasjon A]?  
Vil du si at de bør henvende seg...



## 8. Stor forskjell i holdning til henvendelser fra organisasjoner og kommersielle bedrifter

Flertallet av de som har en mening oppgir at de liker henvendelser fra organisasjoner noe eller mye bedre sammenlignet med telefonsalg fra kommersielle bedrifter. Bare 7 % liker kommersielle henvendelser bedre.

**Hvordan liker du henvendelsene fra [organisasjon A], sammenliknet med telefonsalg fra kommersielle bedrifter? Vil du si...**



### **9. Den viktigste lærdommen fra undersøkelsen**

- Giverne oppgir en generell negativ holdning til telefonhenvendelser, men er positive til den konkrete telefonhenvendelsen fra organisasjonen de støtter
- Giverne vil bli kontaktet sjeldnere
- Giverne er langt mer negative til å bli kontaktet av organisasjoner de ikke støtter, enn av organisasjoner de gir støtte til
- Giverne er langt mer positive til å blir kontaktet av organisasjoner enn av kommersielle bedrifter