گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن کا رائے عامہ سروے

موضوع : " میڈیا"

" عام طور پر میڈیا"

آن لائن دیکھے جانے والے اشتہارات میں سب سے پہلے ذہن میں آنے والے اشتہارات میں کریم کے کمرشل / اشتہار کی شرح سب سے زیادہ پائی گئی۔

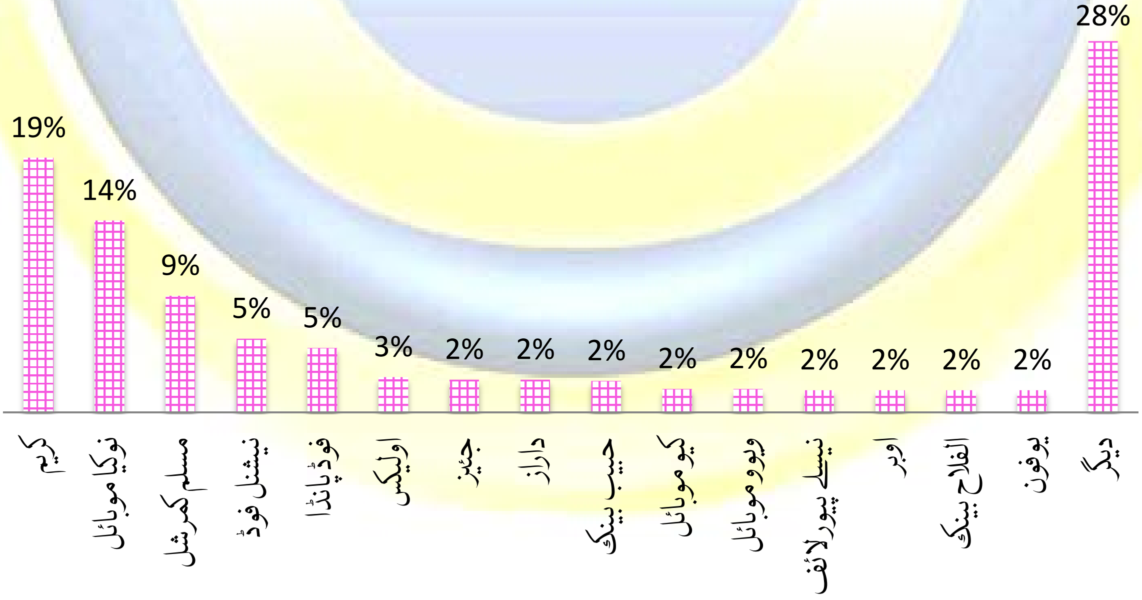
(گیلپ & گیلانی پاکستان پول)،

اسلام آباد، 27 دسمبر، 2019

گیلپ & گیلانی پاکستان کے ایک حالیہ سروے کے مطابق، آن لائن دیکھے جانے والے اشتہارات میں سب سے پہلے ذہن میں آنے والے اشتہارات میں کریم کے کمرشل / اشتہار کی شرح سب سے زیادہ پائی گئی ۔

سروے میں ملک بھر سے شماریاتی طور پر منتخب انٹرنیٹ استعمال کرنے والے خواتین و حضرات سے یہ سوال پوچھا گیا تھا کہ، " گذشتہ ایک ہفتے کے دوران آن لائن / انٹرنیٹ پر دیکھائے جانے والے کمرشل / اشتہارات کے حوالے سے سوچتے ہوئے بتائیں کہ اگر آپ سے پوچھا جائے کہ آپ نے گزشتہ ہفتے کے دوران آن لائن / انٹرنیٹ پر کونسے اشتہارات دیکھے تو آپ کے ذہین میں سب سے پہلے کس کمرشل / اشہار کا نام آتا ہے ؟"۔ اس سوال کے جواب میں 19% جوابدہندگان کے مطابق ان کے ذہن میں سب سے پہلے کریم کے کمرشل / اشتہار کا نام آتا ہے، 14% کے مطابق نوکیا موبائل کا، 9% کے مطابق مسلم کمرشل بینک، 5% کے مطابق نیشنل فوڈ اور فوڈپانڈا دونوں، جبکہ 5% سے کم شرح والے برانڈ کے نام جیسے کہ اولیکس، جینز، دا راز، حبیب بینک، کیو موبائل، ویوو موبائل، نیسلے، اوبر، یوفون اور الفلاح بینک، 28% جوابدہندگان نے دیگر کمرشلز / اشتہارات کے نام درج کروائے ۔

"گذشتہ ایک ہفتے کے دوران آن لائن / انٹرنیٹ پر دیکھائے جانے والے کمرشل / اشتہارات کے حوالے سے سوچتے ہوئے بتائیں کہ اگر آپ سے پوچھا جائے کہ آپ نے گزشتہ ہفتے کے دوران آن لائن / انٹرنیٹ پر کونسے اشتہارات دیکھے تو آپ کے ذہین میں سب سے پہلے کس کمرشل / اشہار کا نام آتا ہے ؟"



Source: Gallup & Gilani Pakistan Poll

Field work conducted by Gallup & Gilani Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International Association (www.gallup-international.com; www.gallup.com.pk, www.gilanifoundation.com

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن کا حالیہ سروے گیلپ انٹرنیشنل سے منسلک گیلپ اور گیلانی پاکستان کی مدد سے کیا گیا۔ یہ سروے پاکستان کے چاروں صوبوں کی دیہی و شہری آبادی کے 1200 مرد و خواتین سے 07 اکتوبر تا 20 اکتوبر 2019 میں منعقد ہوا۔ غلطی کے امکان کا تخمینا شماریاتی طور پر 95% اعتماد کے ساتھ تقریباً ±2-3% لگایا گیا ہے ۔

Opinion Poll from Gallup & Gilani Pakistan

The Pakistani Affiliate of Gallup International

GILANI RESEARCH FOUNDATION

Friday, December 27, 2019

(2 Pages, Urdu version only)

Gilani Research Foundation is a not for profit public service project to provide social science research to students, academia, policy makers and concerned citizens in Pakistan and across the globe.

Gilani Research Foundation is headed by Dr. Ijaz Shafi Gilani who pioneered the field of opinion polling in Pakistan and established Gallup Pakistan in 1980. Currently Dr. Gilani, who holds a PhD from the Massachusetts Institute of Technology (MIT) and has taught at leading universities in Pakistan and abroad, is Chairman of Gallup Pakistan.

If you have any further questions regarding this poll, please feel free to contact us.

Best Regards,

Ms. Fatima Idrees
Phone: +92-51-2655630
E-mail: fatima.idrees@gilanifoundation.com

Disclaimer: *Gallup Pakistan is not related to Gallup Inc. headquartered in Washington D.C. USA. We require that our surveys be credited fully as Gallup Pakistan (not Gallup or Gallup Poll). We disclaim any responsibility for surveys pertaining to Pakistani public opinion except those carried out by Gallup Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International Association. For details on Gallup International Association see website:* *www.gallup-international.com*

Disclaimer: *Gallup Pakistan and Gilani Research foundation are a nonpartisan fact tank and think tank respectively. As a neutral source of data and analysis, both organizations do not take policy positions.*

Daily Gilani Poll
2019

celebrating
39
years

of Gallup Pakistan
(1980-2019)