



Prezentace výzkumných projektů SPIR

- zkrácená verze -

Výsledky za duben 2010

1.června 2010, Café Louvre

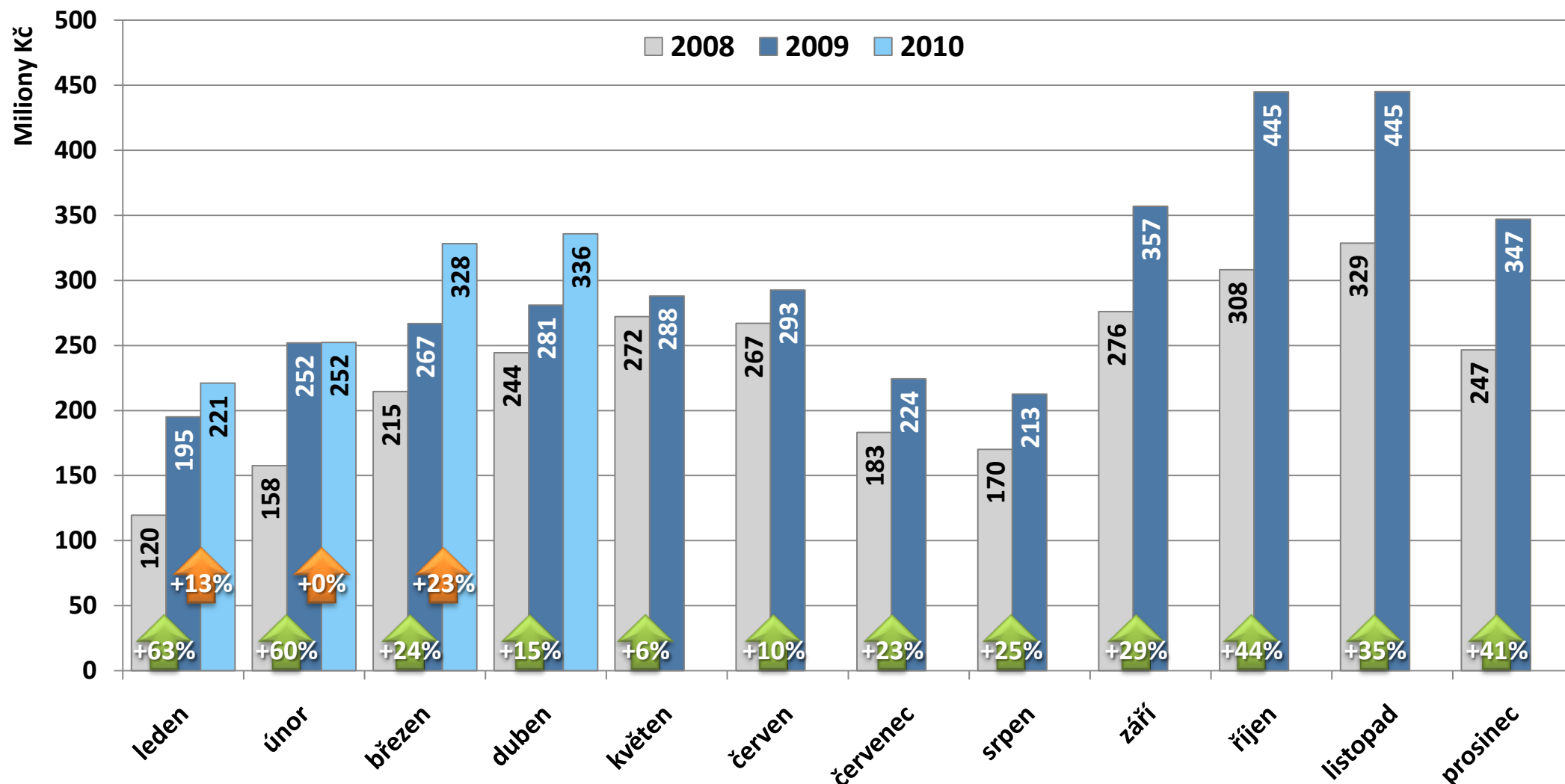


- 1. Výsledky AdMonitoring**
- 2. Výsledky NetMonitor**
- 3. Netmonitor Consumer**
- 4. Agenda SPIR**



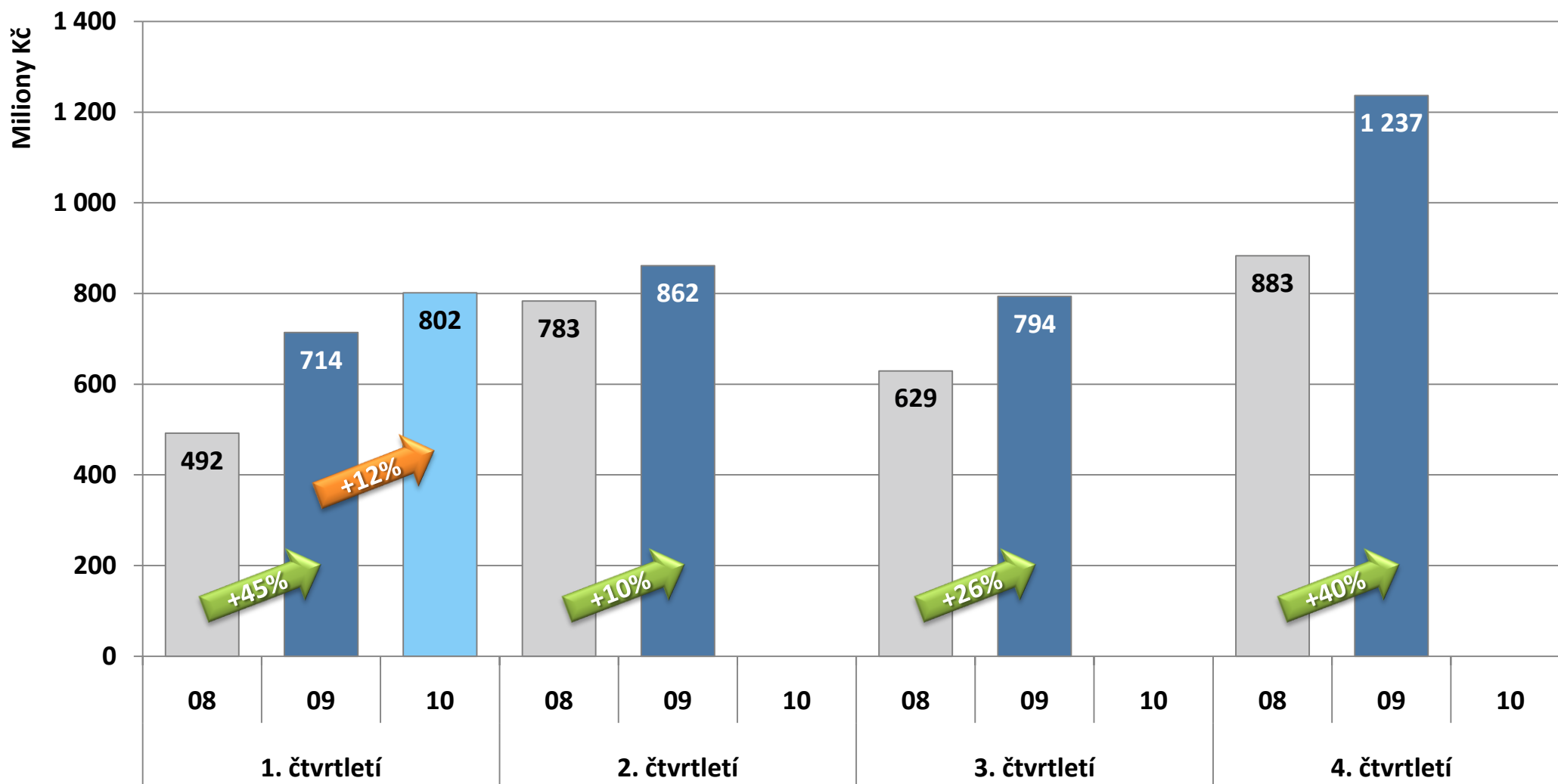
1. Výsledky AdMonitoring duben 2010

Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (1)



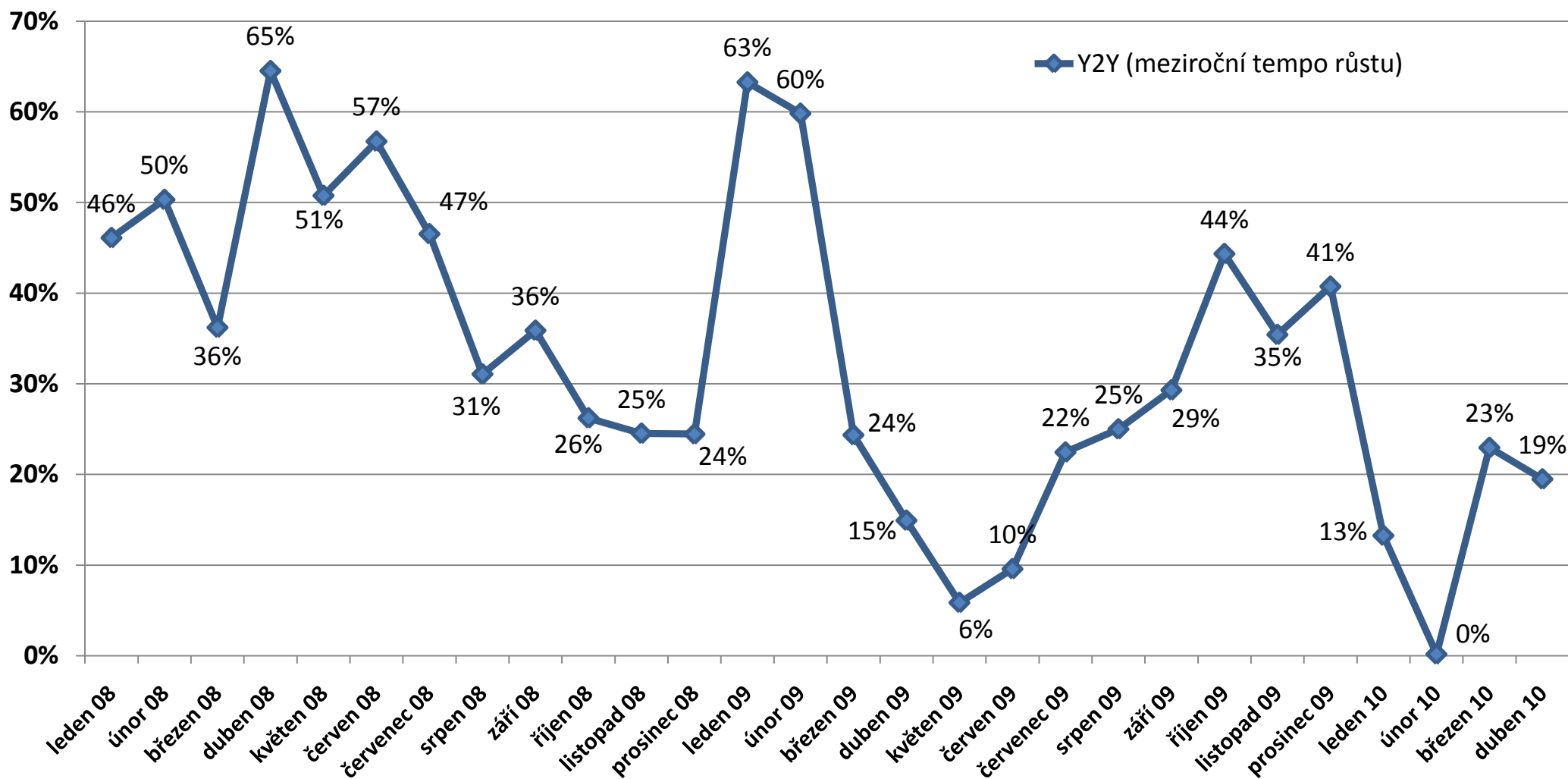


Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (2)



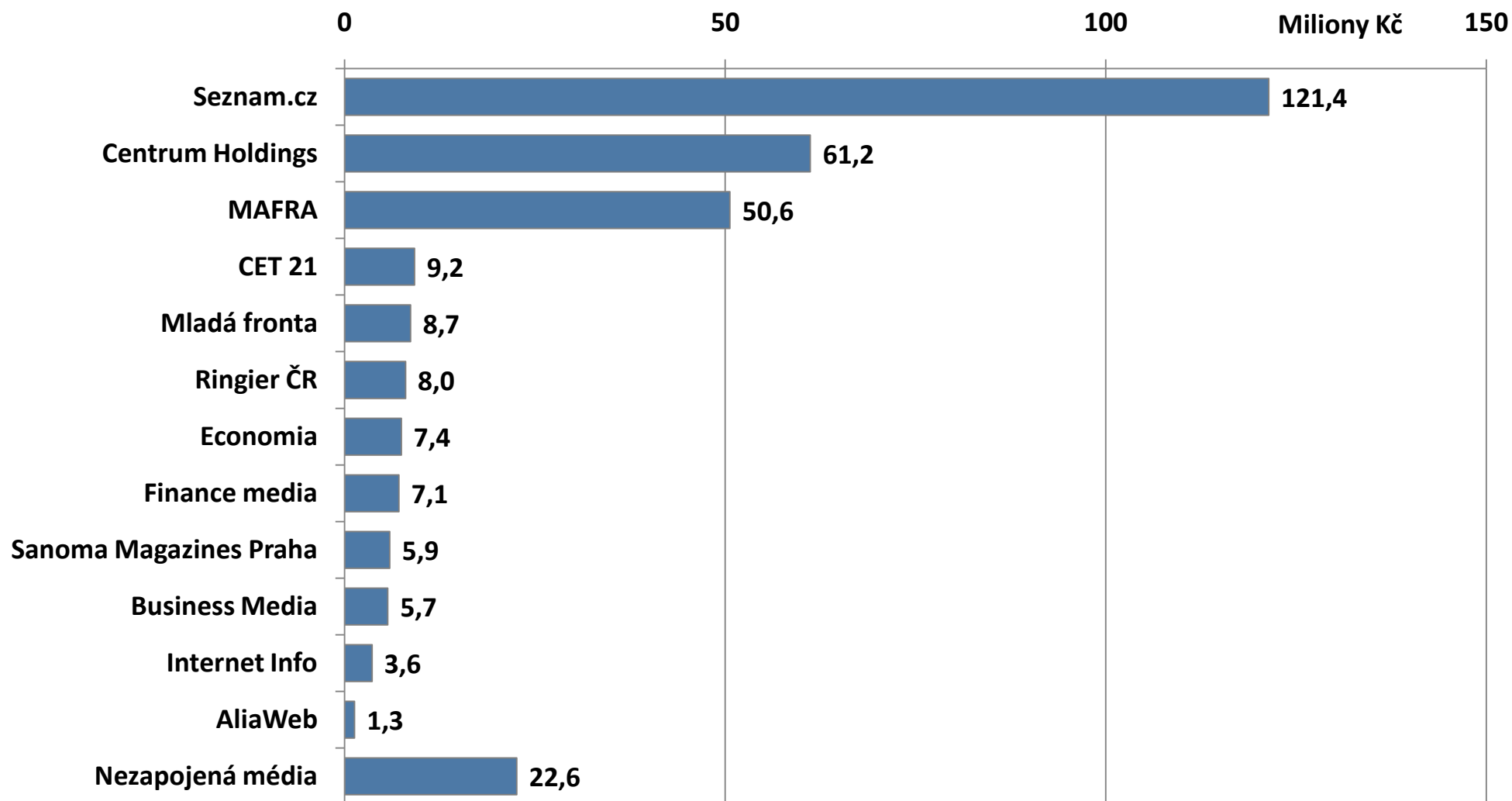


Meziroční změny výdajů do internetové display reklamy (Y2Y)





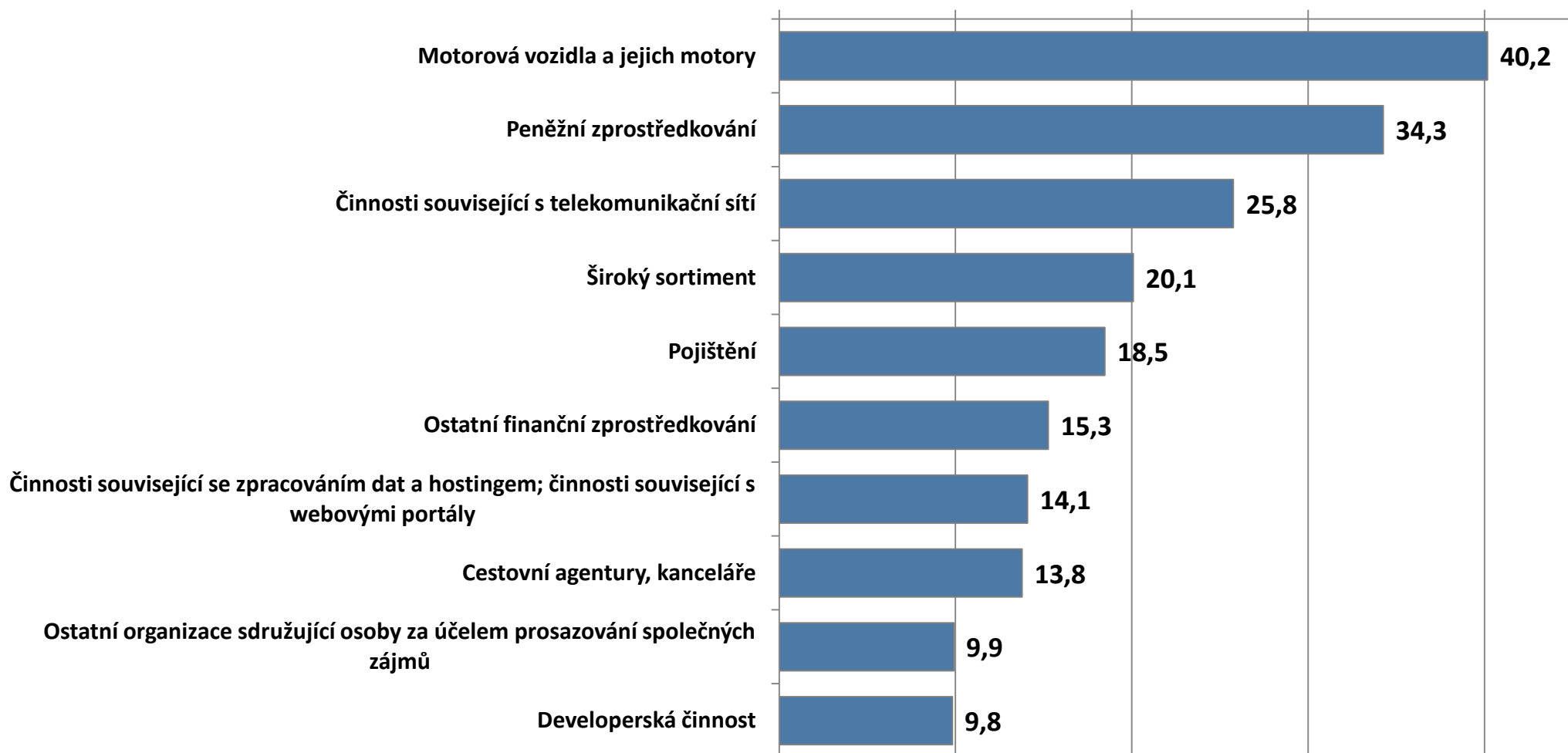
Skupiny médií podle celkových reklamních výkonů – duben 2010





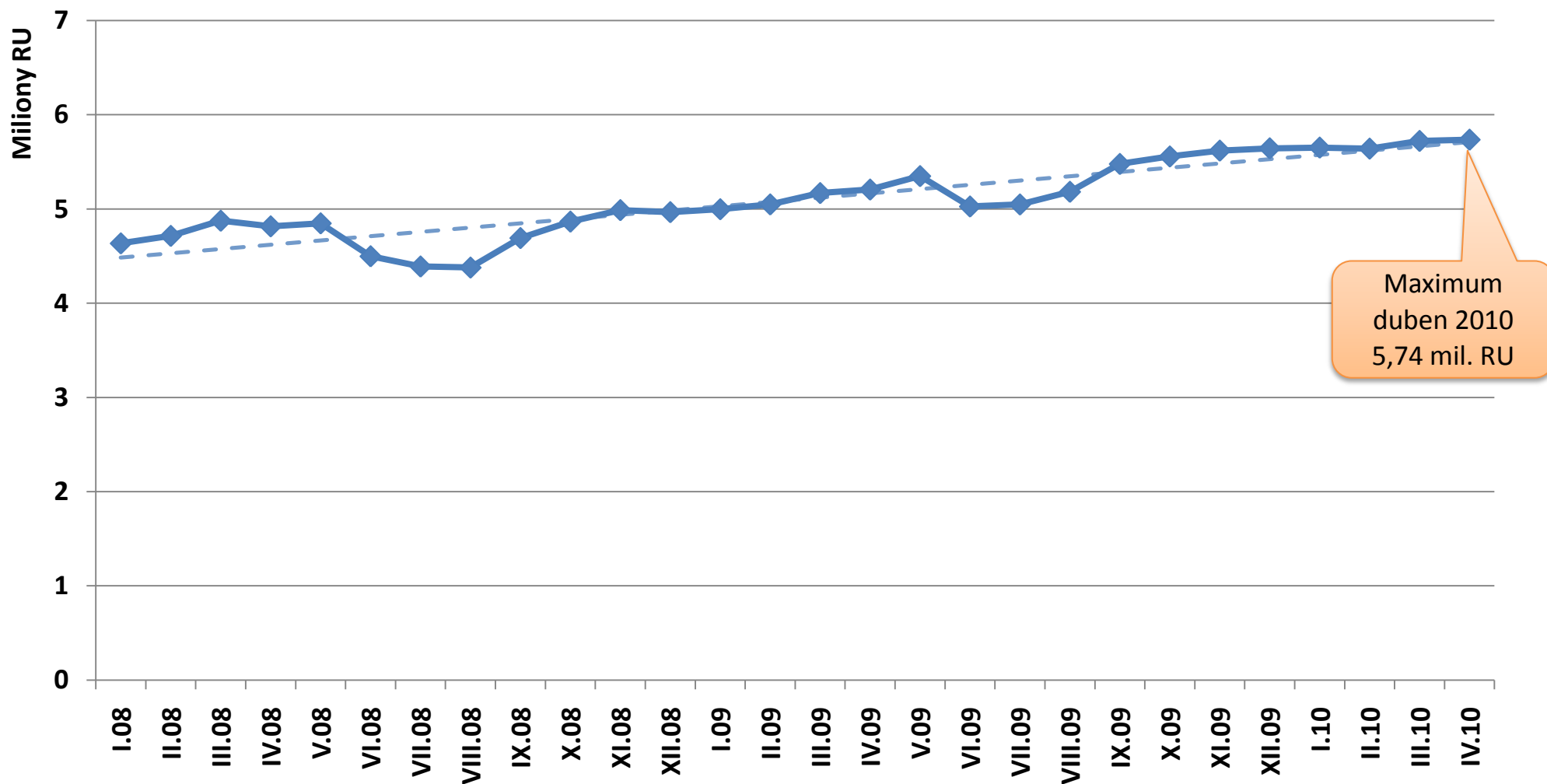
TOP 10 produktových segmentů – duben 2010

0 10 20 30 40 Miliony Kč

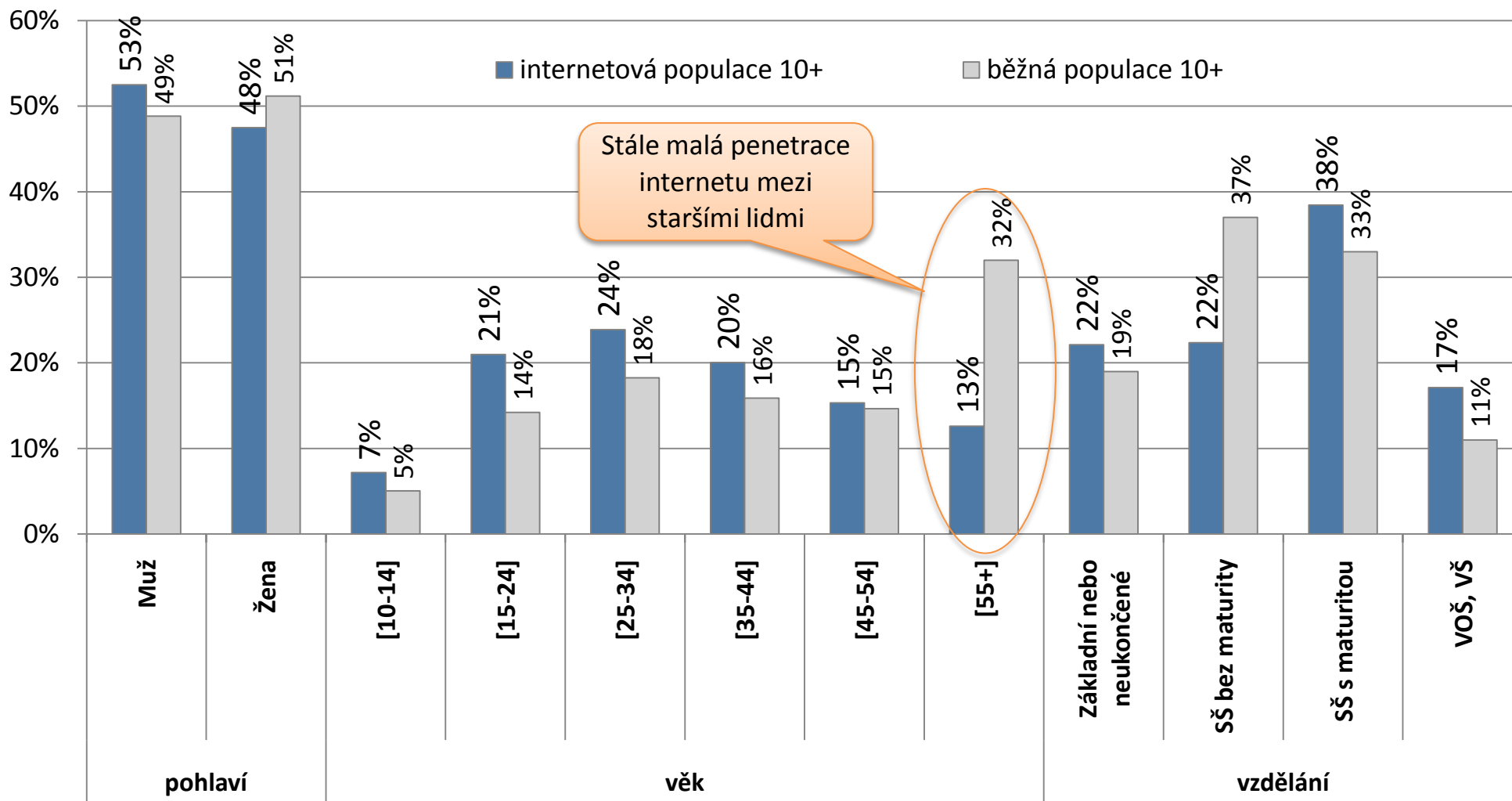


2. Výsledky NetMonitor duben 2010

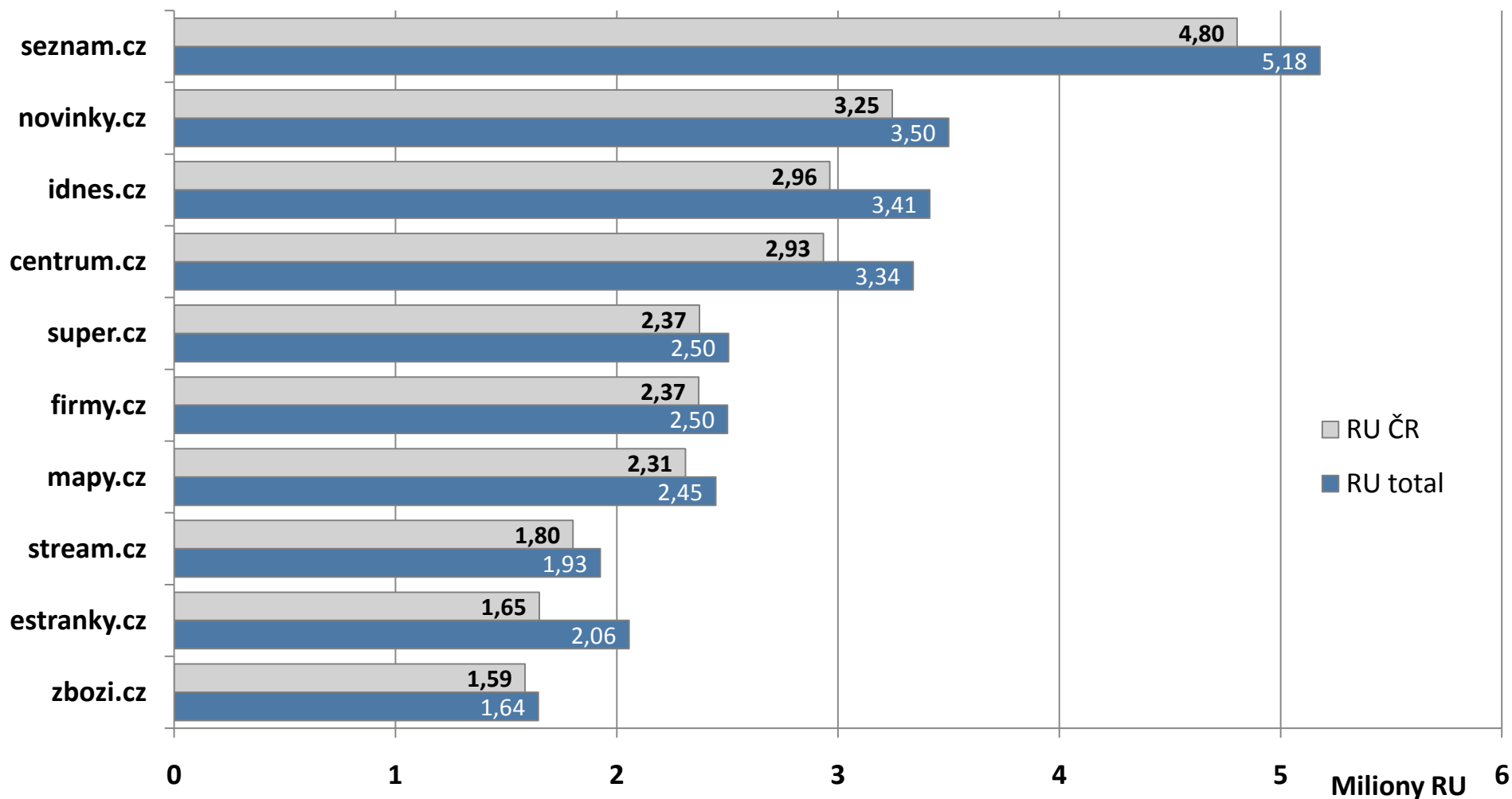
Vývoj velikosti internetové populace ČR



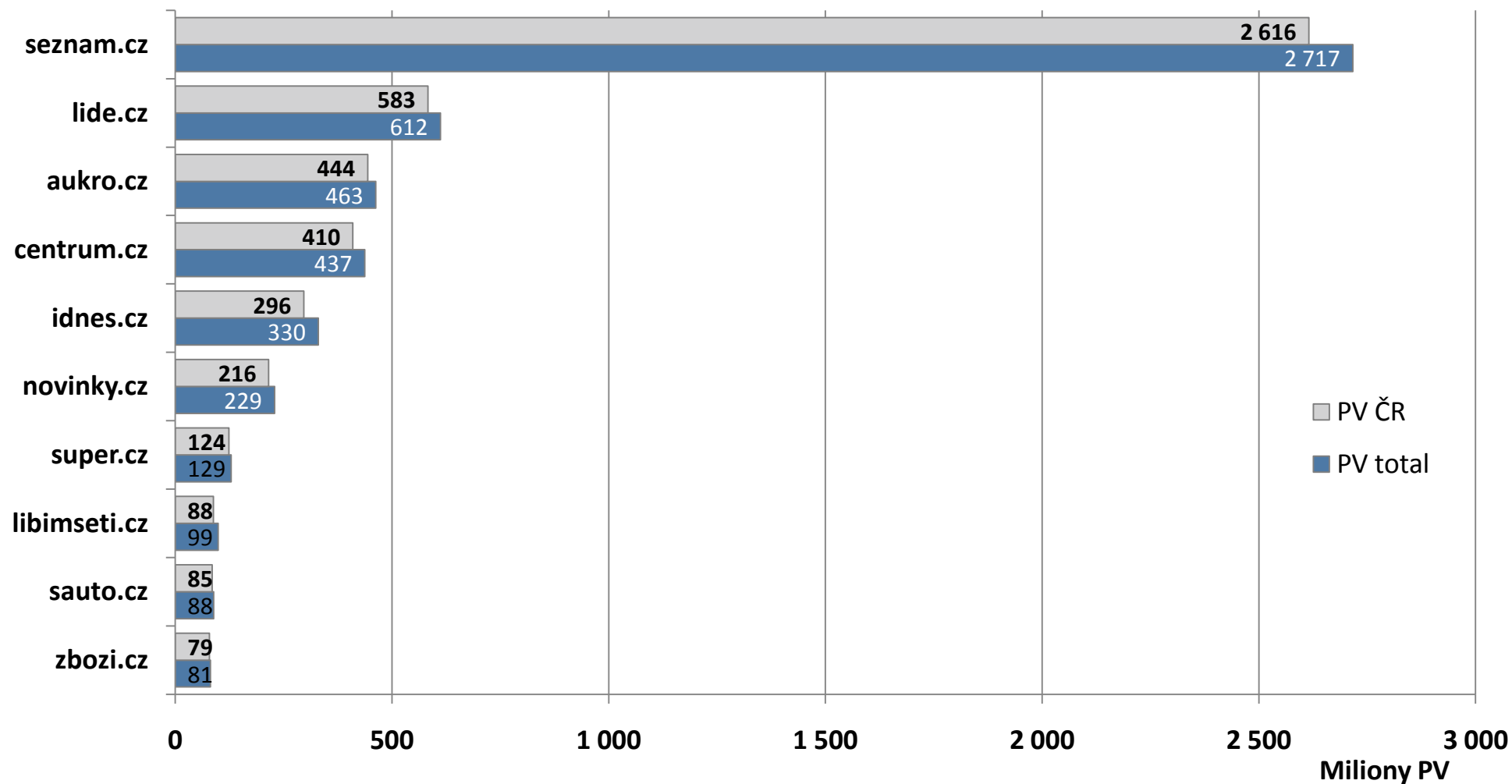
Základní sociodemografie návštěvníků



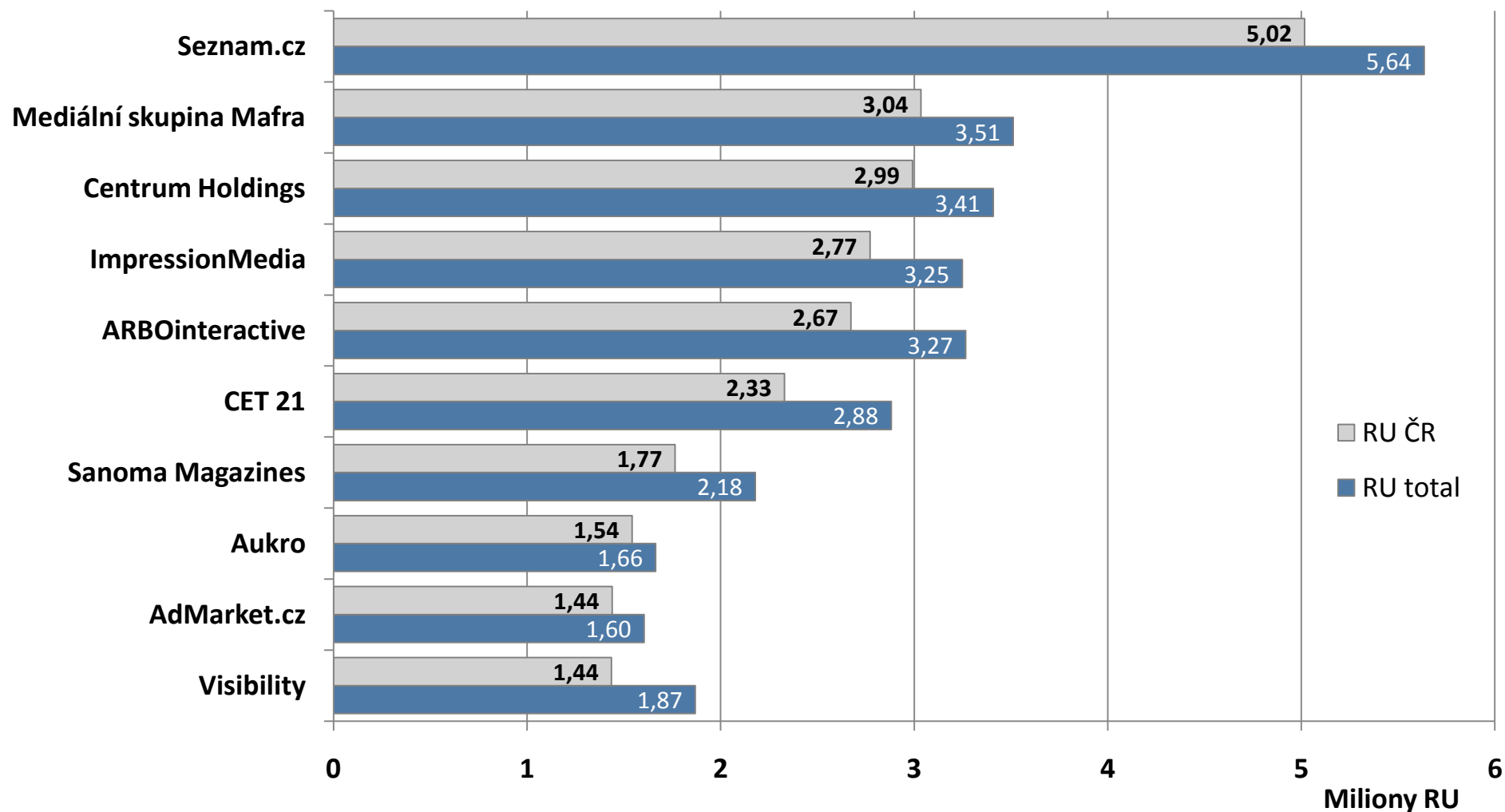
TOP 10 serverů podle počtu návštěvníků (RU)



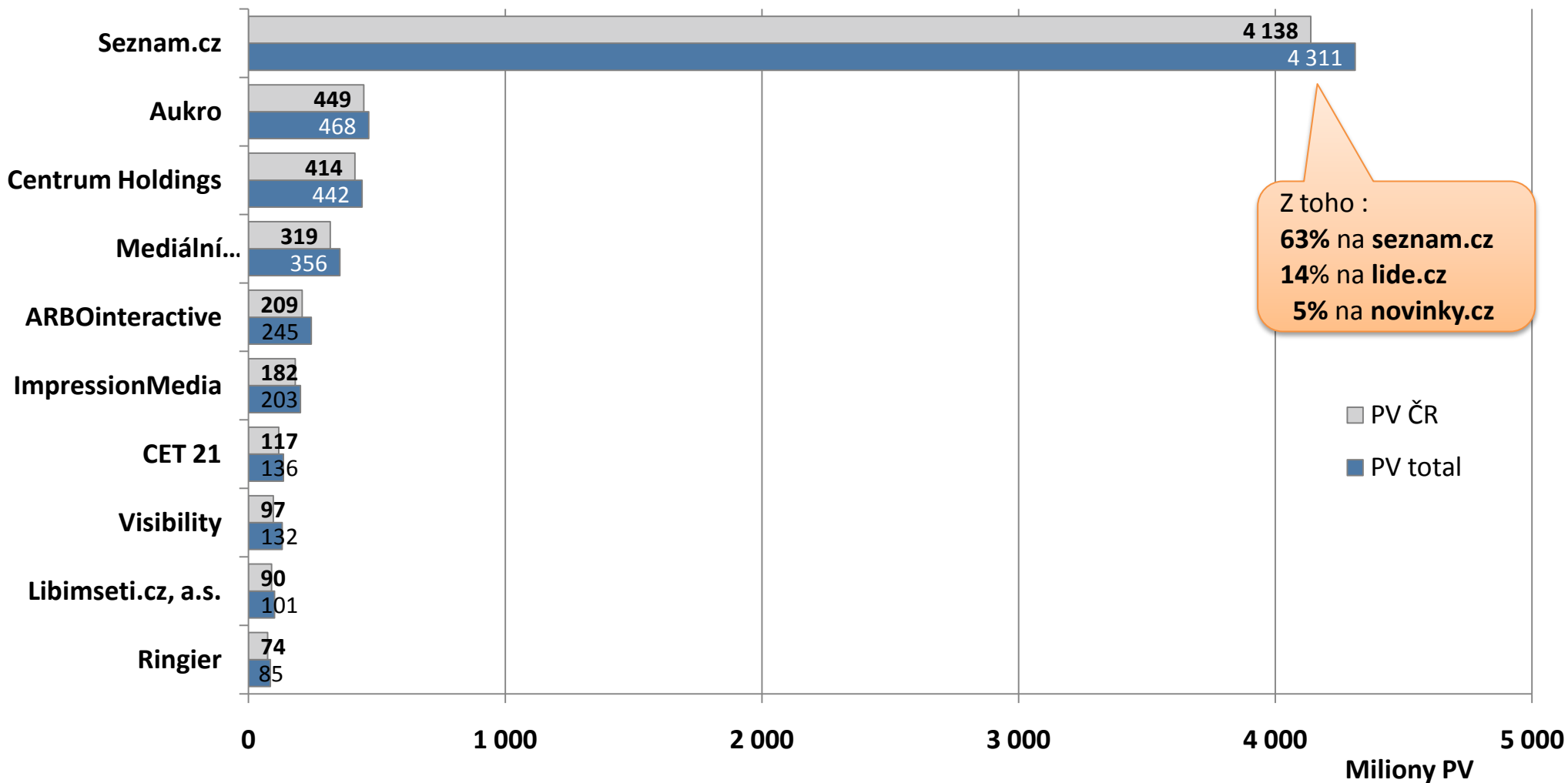
TOP 10 serverů podle počtu shlédnutých stránek (PV)



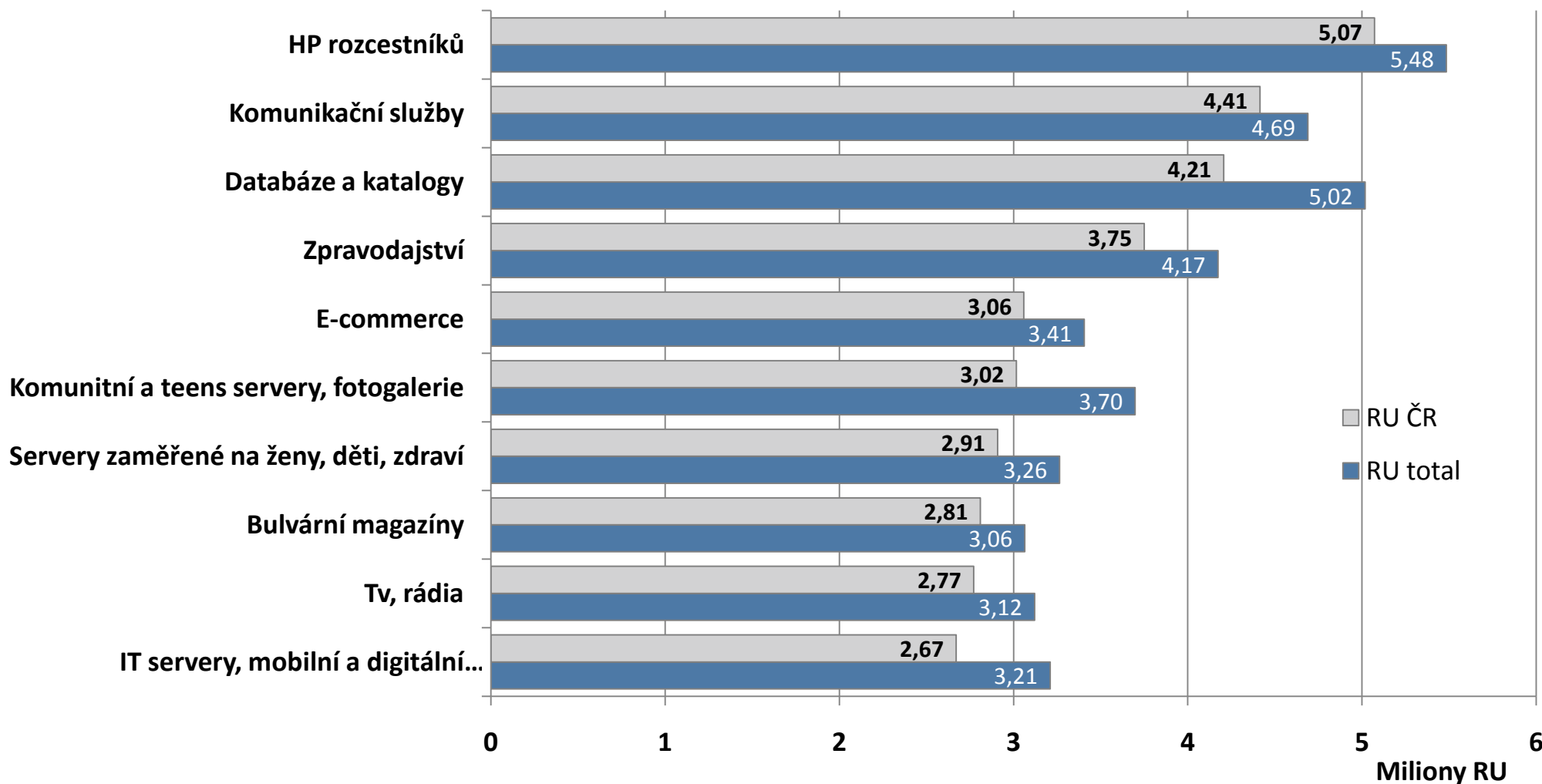
TOP 10 provozovatelů podle počtu návštěvníků (RU)



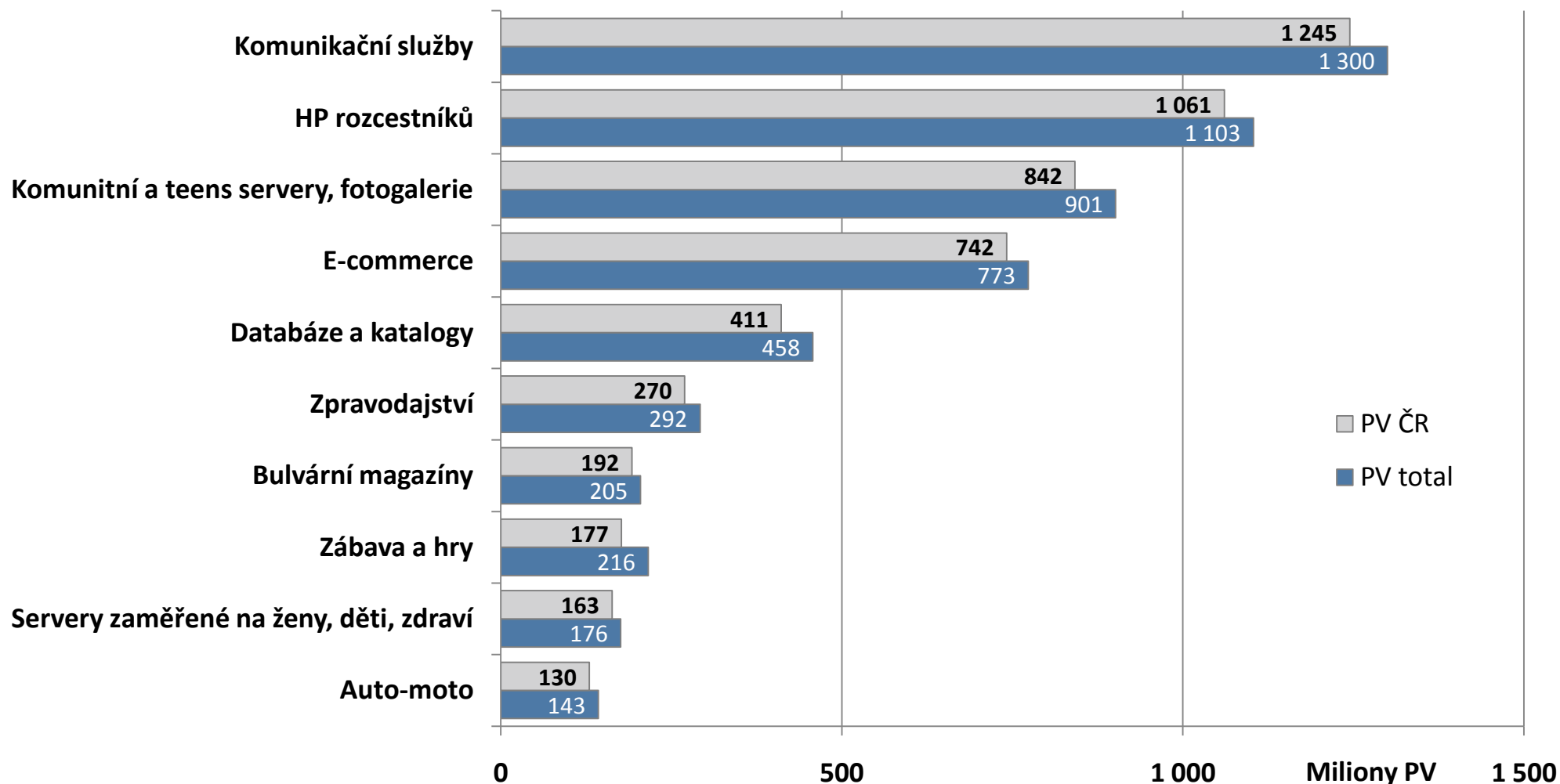
TOP 10 provozovatelů podle počtu shlédnutých stránek (PV)



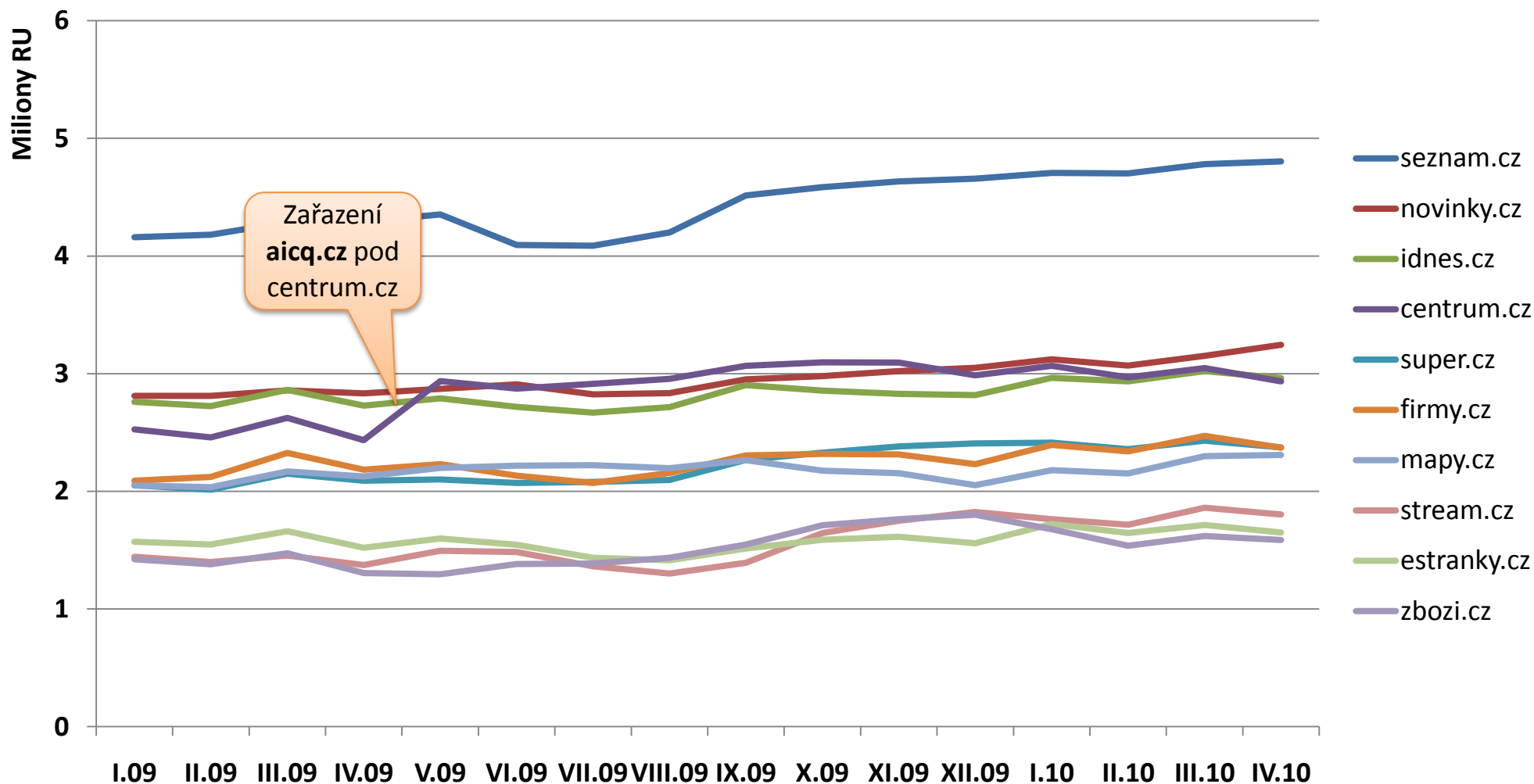
TOP 10 kategorií podle počtu návštěvníků (RU)



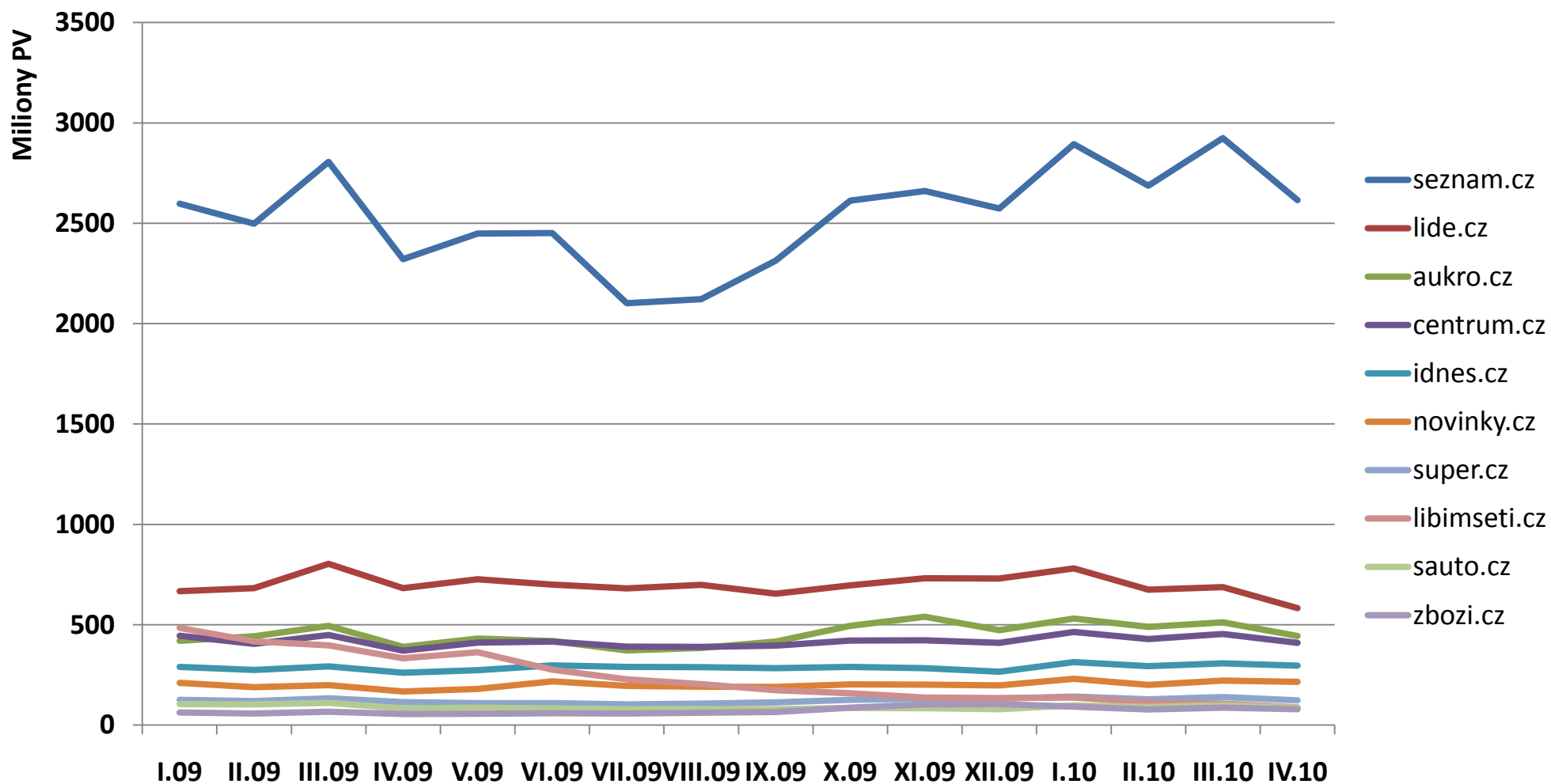
TOP 10 kategorií podle počtu shlédnutých stránek (PV)



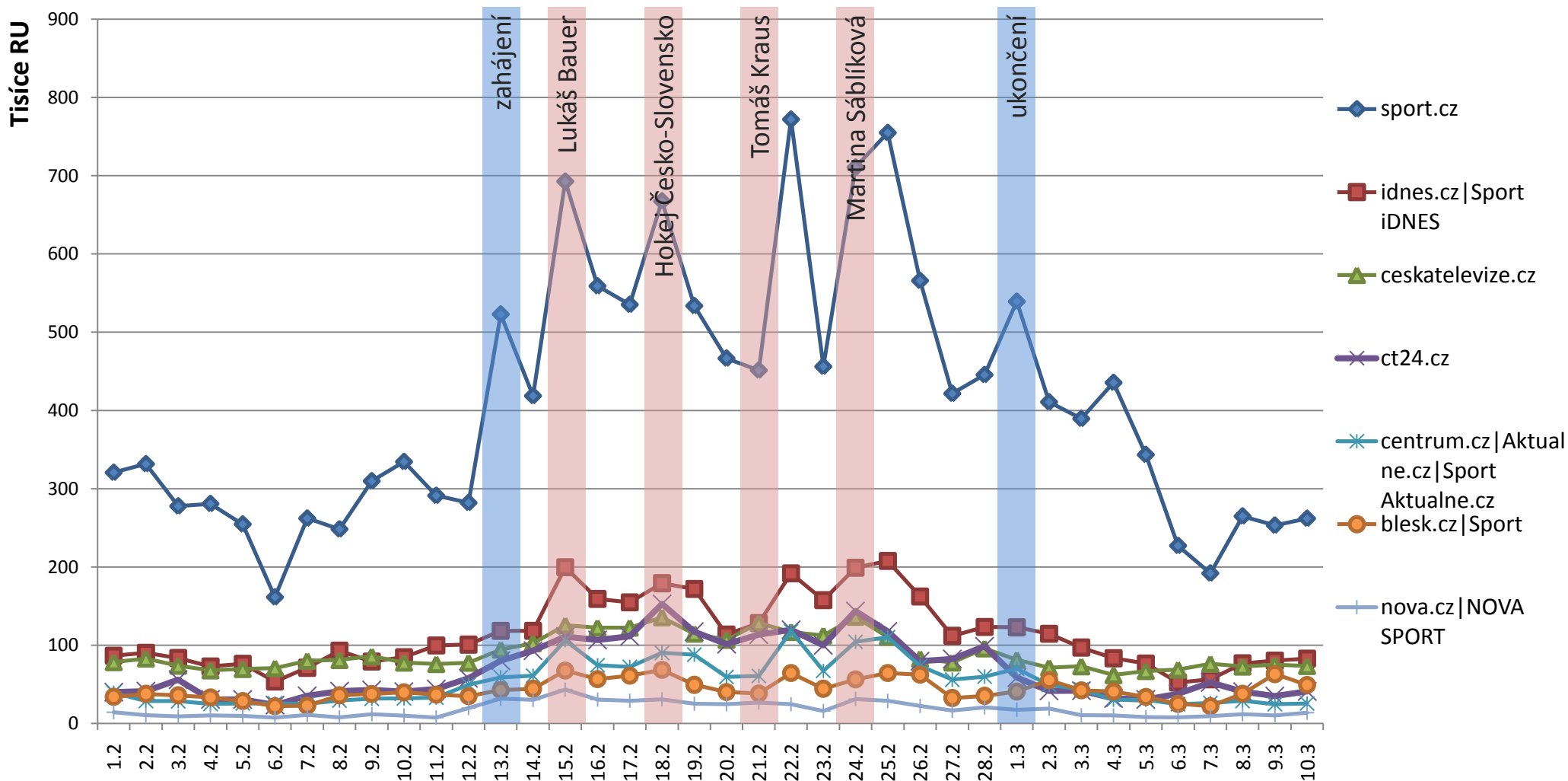
Vývoj počtu RU z ČR u TOP10 serverů



Vývoj počtu PV z ČR u TOP10 serverů



Vývoj návštěvnosti (RU z ČR) během konání zimní olympiády



3. Netmonitor Consumer

Doplňkový marketingový
výzkum k projektu NetMonitor

2. vlna

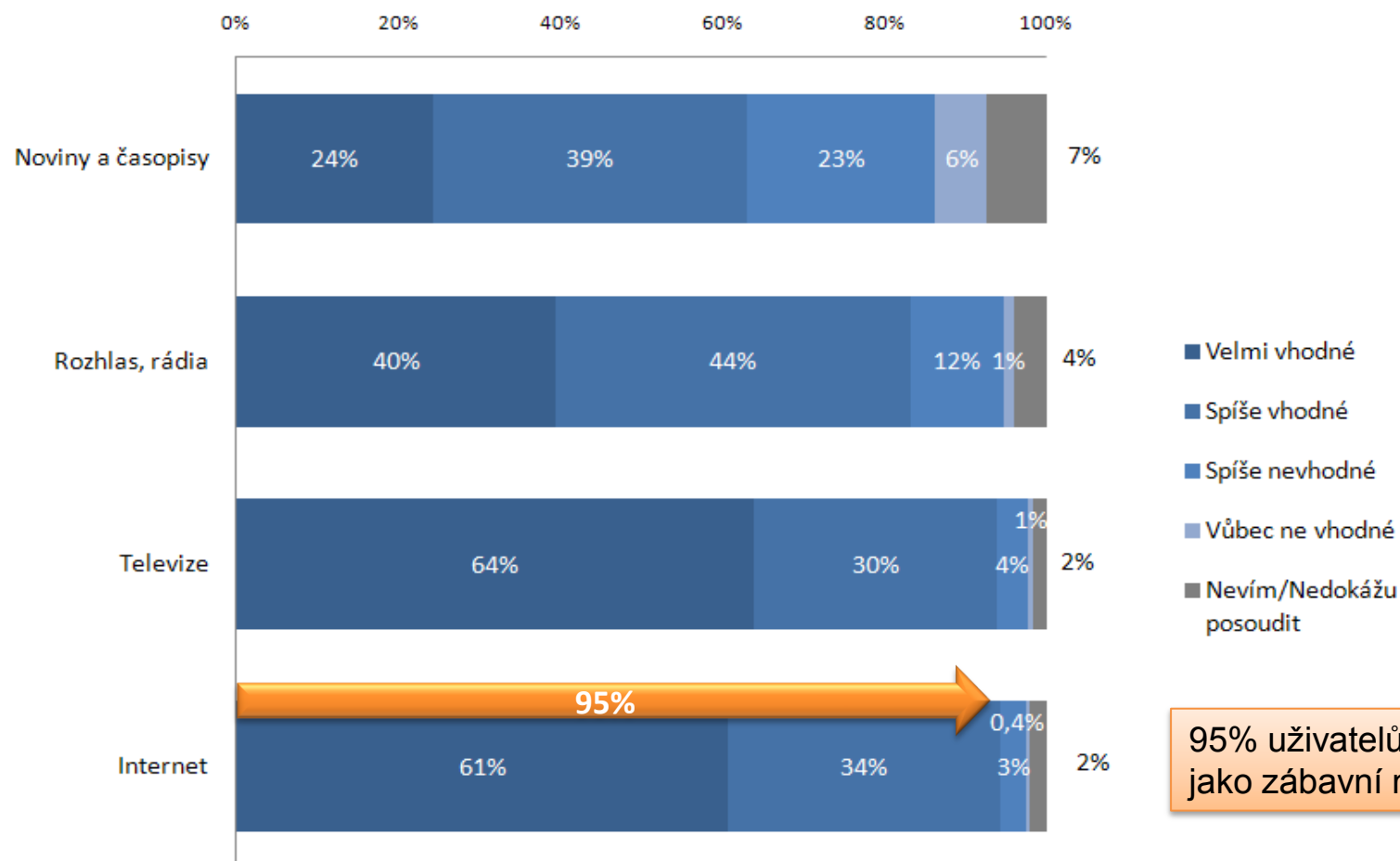
Základní informace o NetMonitor Consumer

Téma výzkumu: **Internetoví uživatelé v ČR a jejich zvyky**

- chování, zvyky a postoje uživatelů ve vztahu k používání médií, k e-komerci, internetové reklamě a placenému obsahu na internetu.
- 2x ročně na menší skupině respondentů z projektu NetMonitor
- **reprezentativní vzorek 1 700 respondentů ve věku 15 a více let**, kteří se po celý únor 2010 účastnili projektu NetMonitor a kteří navštívili některý z internetových serverů zapojených do projektu NetMonitor v období 2.–11.dubna
- **propojení s daty z projektu NetMonitor** (sociodemografie, návštěvnost serverů)

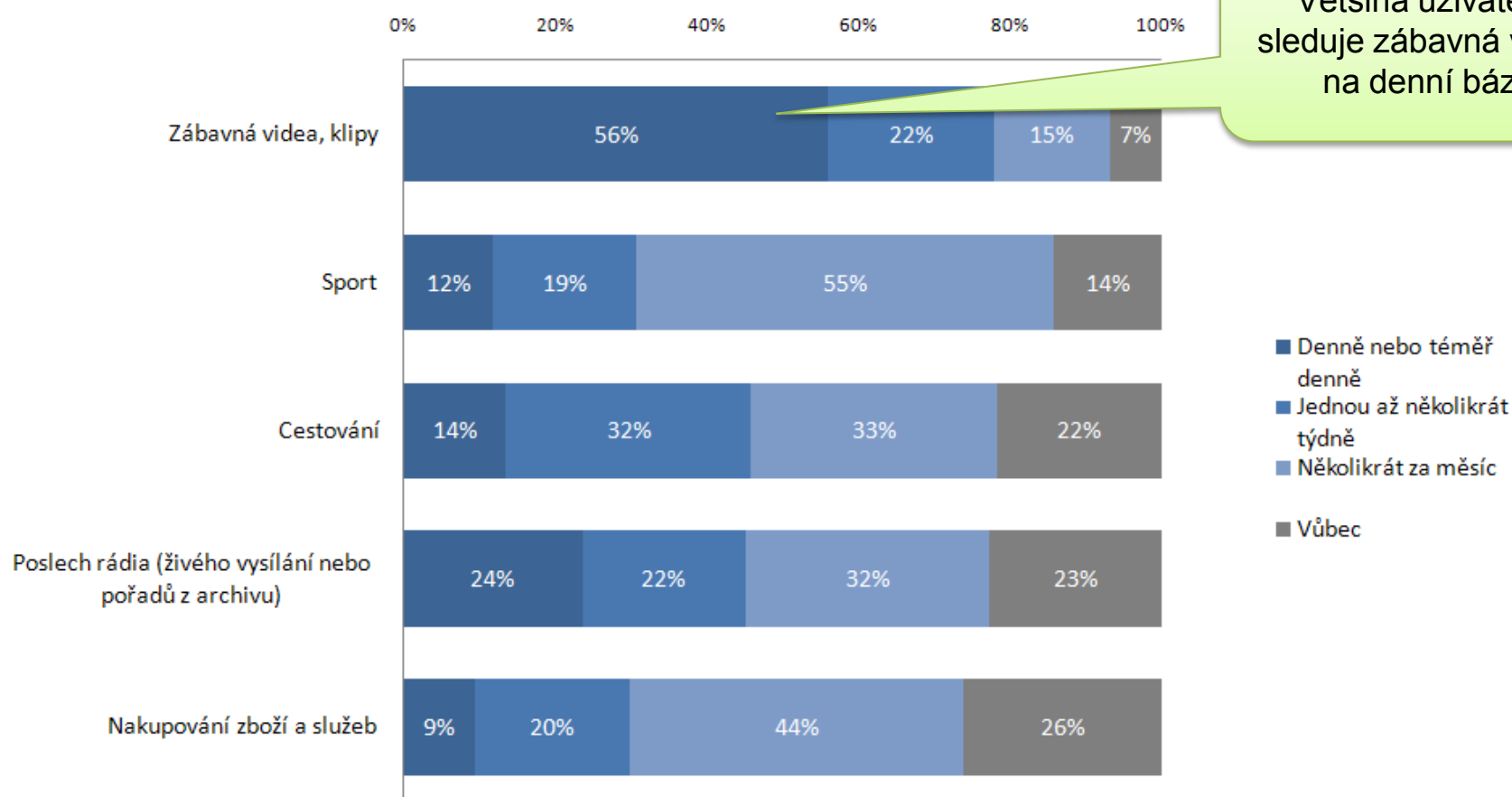
Internet i jako zábavní médium (1)

Q4. Jak jsou podle Vás vhodná jednotlivá média pro využití v oblasti zábava?



Internet i jako zábavní médium (2)

Q8_9 (1). Jaké informace a služby na internetu vyhledáváte a jak často?

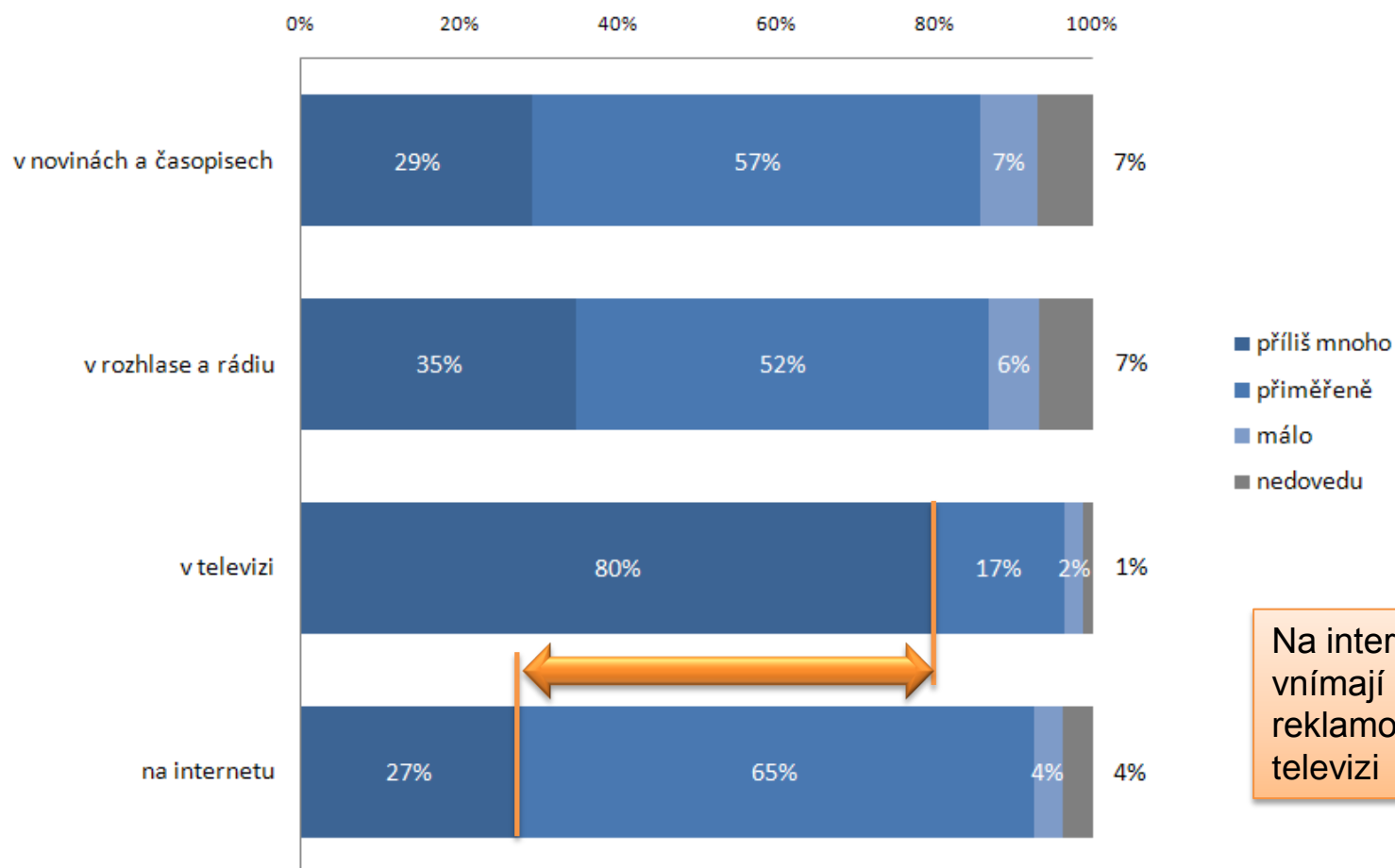


Většina uživatelů sleduje zábavná videa na denní bázi

- Denně nebo téměř denně
- Jednou až několikrát týdně
- Několikrát za měsíc
- Vůbec

Vnímání množství reklamy v jednotlivých médiích

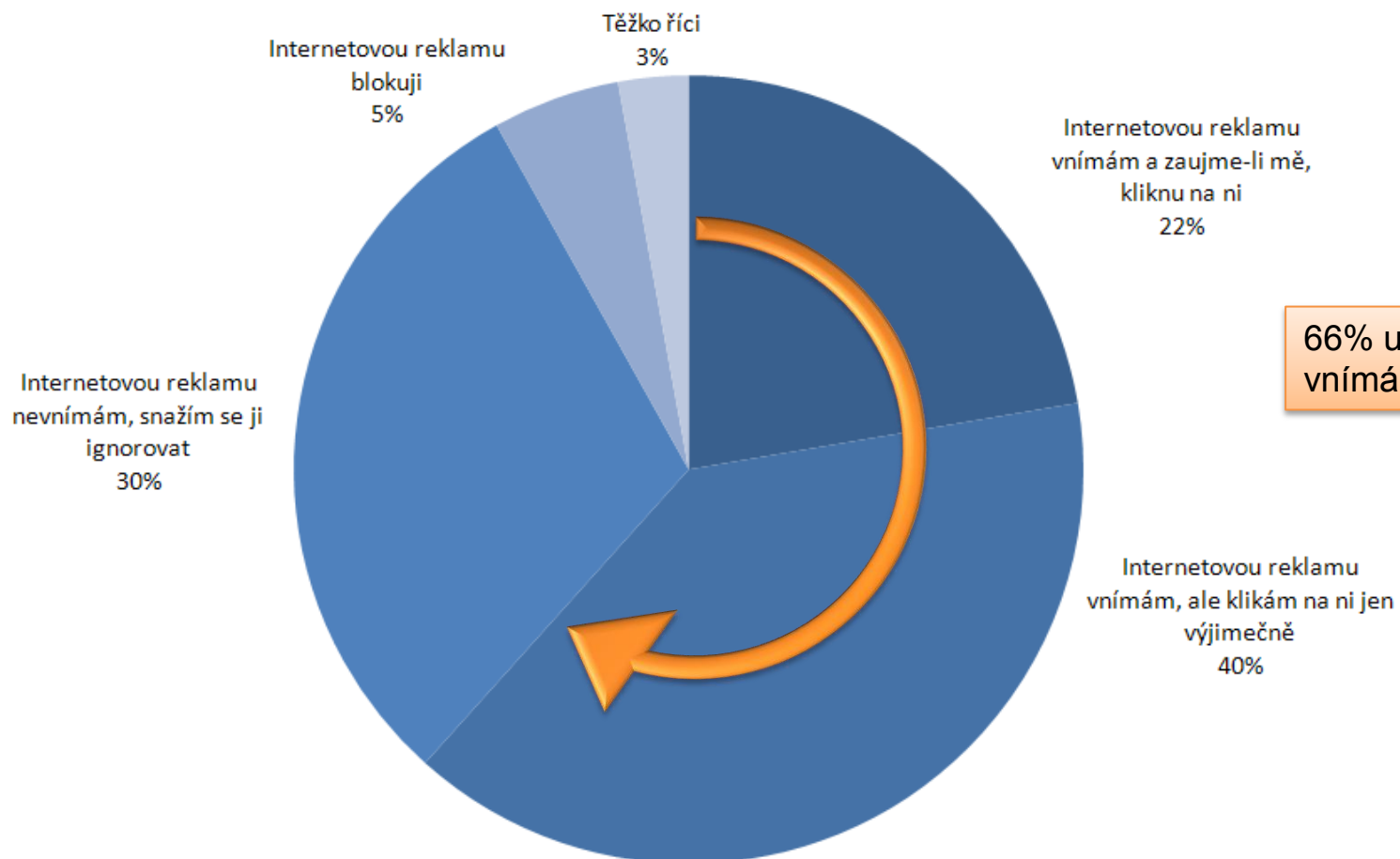
Q11. Uveďte prosím, jak vnímáte množství reklamy v jednotlivých médiích



Na internetu uživatelé vnímají menší přesycenost reklamou, obzvláště proti televizi

Postoj k reklamě na internetu

Q12. Pokud jde reklamu na internetových stránkách, které z následujících tvrzení nejvíce vystihuje Váš vztah k ní?



66% uživatelů uvádí, že vnímá reklamu

N = 1 700



5. Agenda SPIR



Agenda SPIR

- Valná hromada SPIR, 8.června 2010
- Výběrové řízení na další vlnu NetMonitoru – v přípravě
- Výběrové řízení na validátor reklamních formátů – již běží
- Finalizace výstupů streamovaného videa – internetové jednotky
- Řešení metodiky AdMonitoringu v rámci další vlny

Děkujeme Vám za pozornost

