



Prezentace výzkumných projektů SPIR

- zkrácená verze -

Výsledky za září (NM) a říjen (AdM) 2011

15. listopadu 2011, Klub cestovatelů



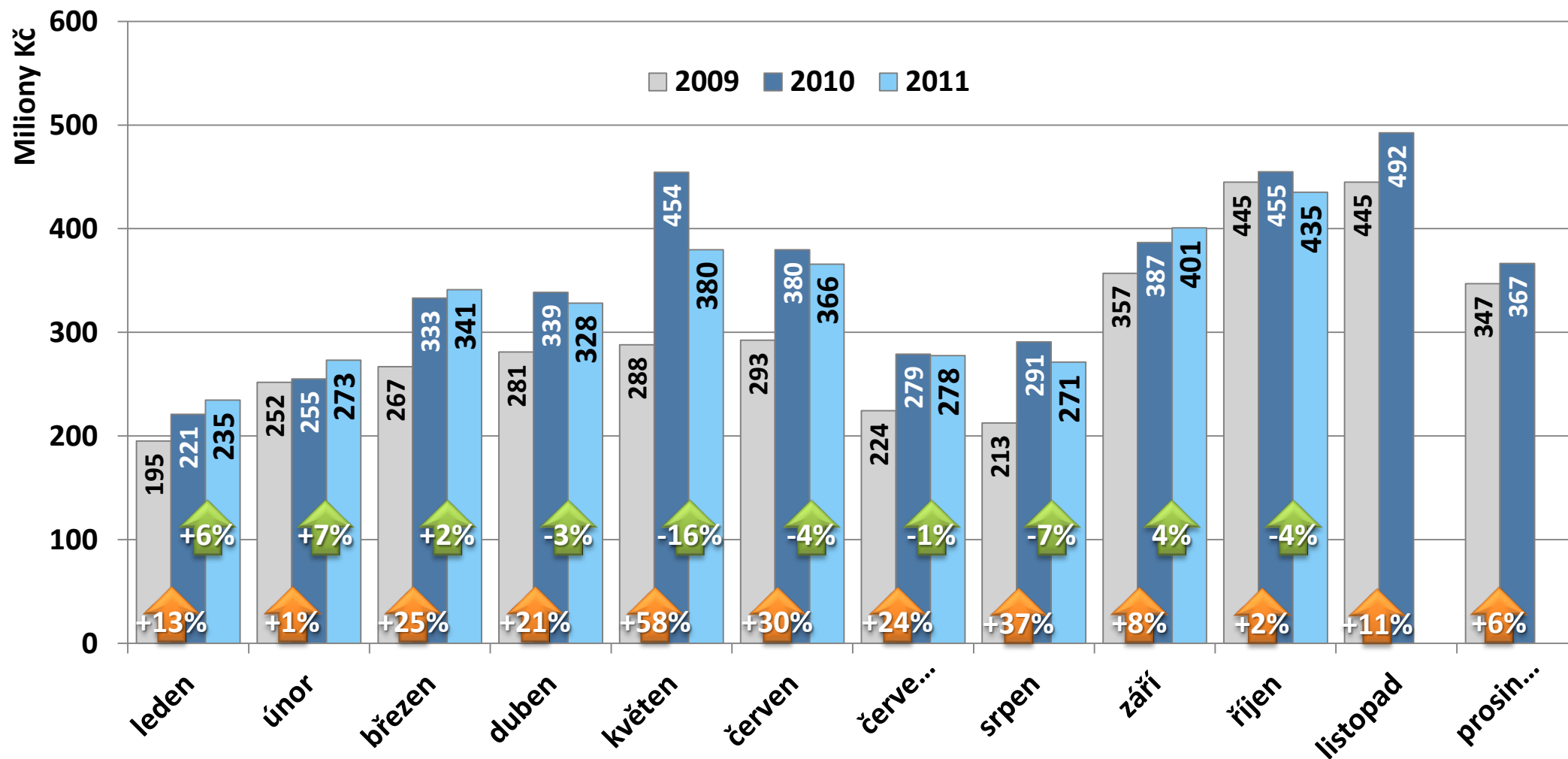
- 1. Výsledky AdMonitoring**
- 2. Výsledky NetMonitor**
- 3. Kontinuální výzkum (SEKV)**
- 4. Agenda SPIR**



1. Výsledky AdMonitoring

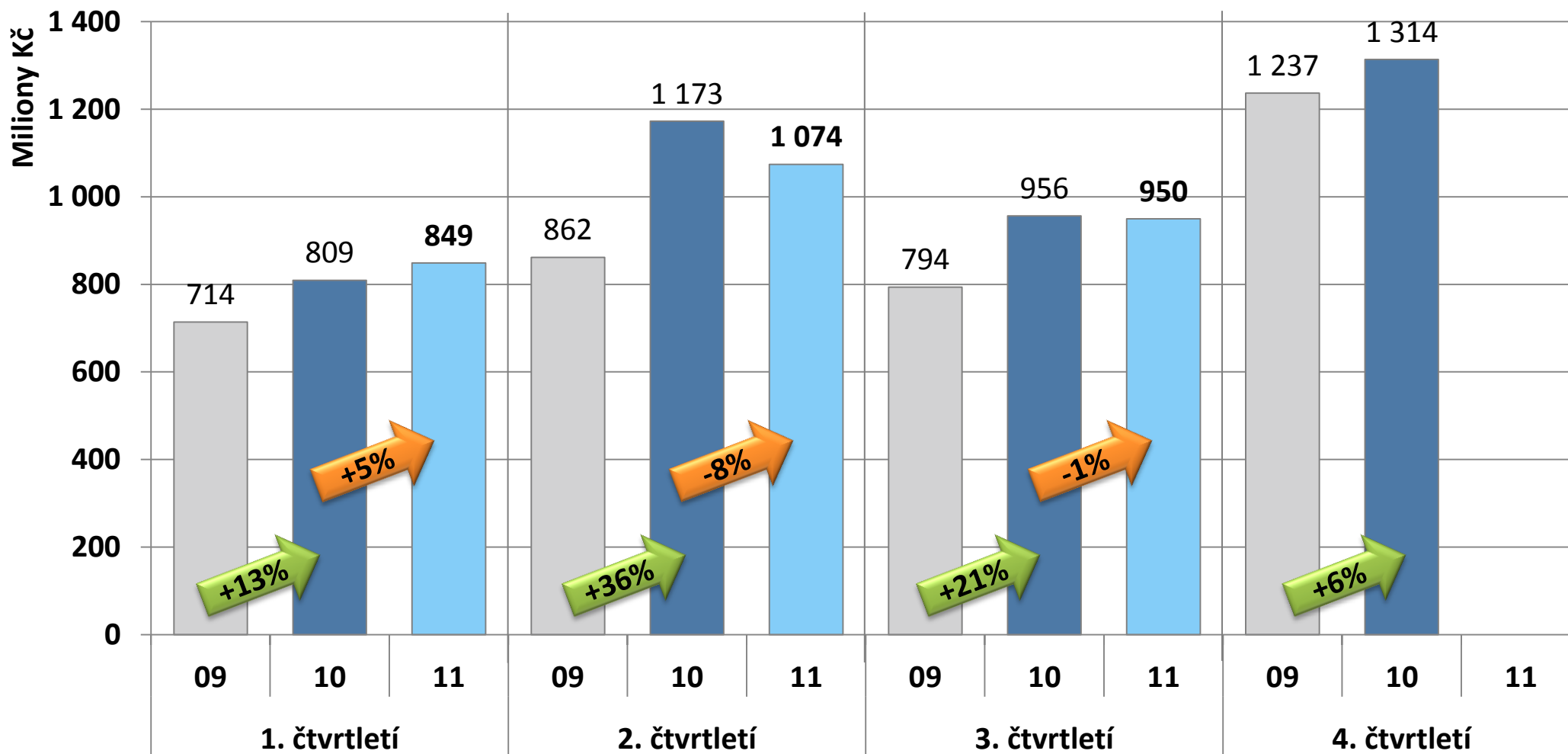
Říjen 2011

Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (1)





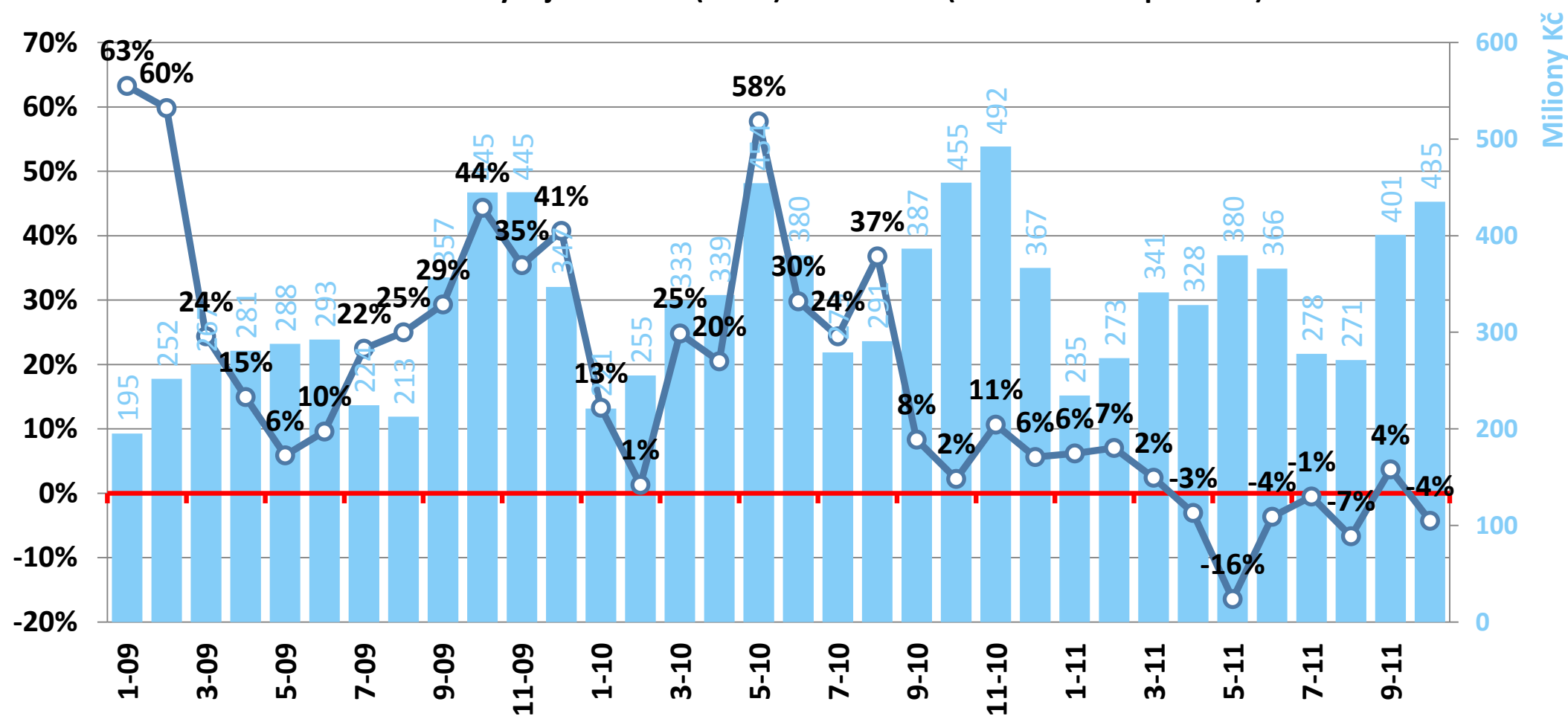
Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (2)





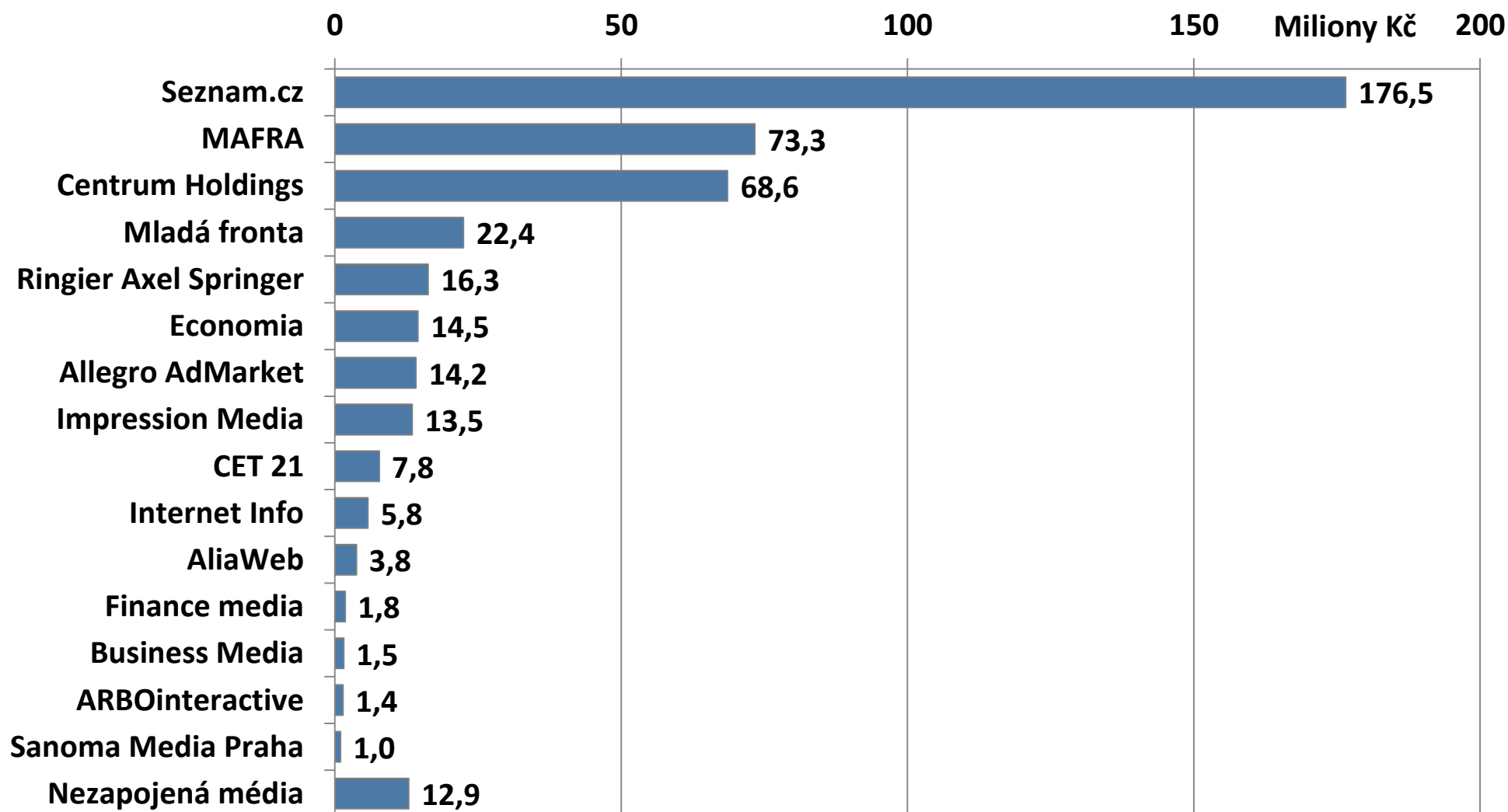
Meziroční změny výdajů do internetové display reklamy (Y2Y)

■ Celkové výdaje v mil. Kč (ceník) ○ Y2Y (meziroční tempo růstu)



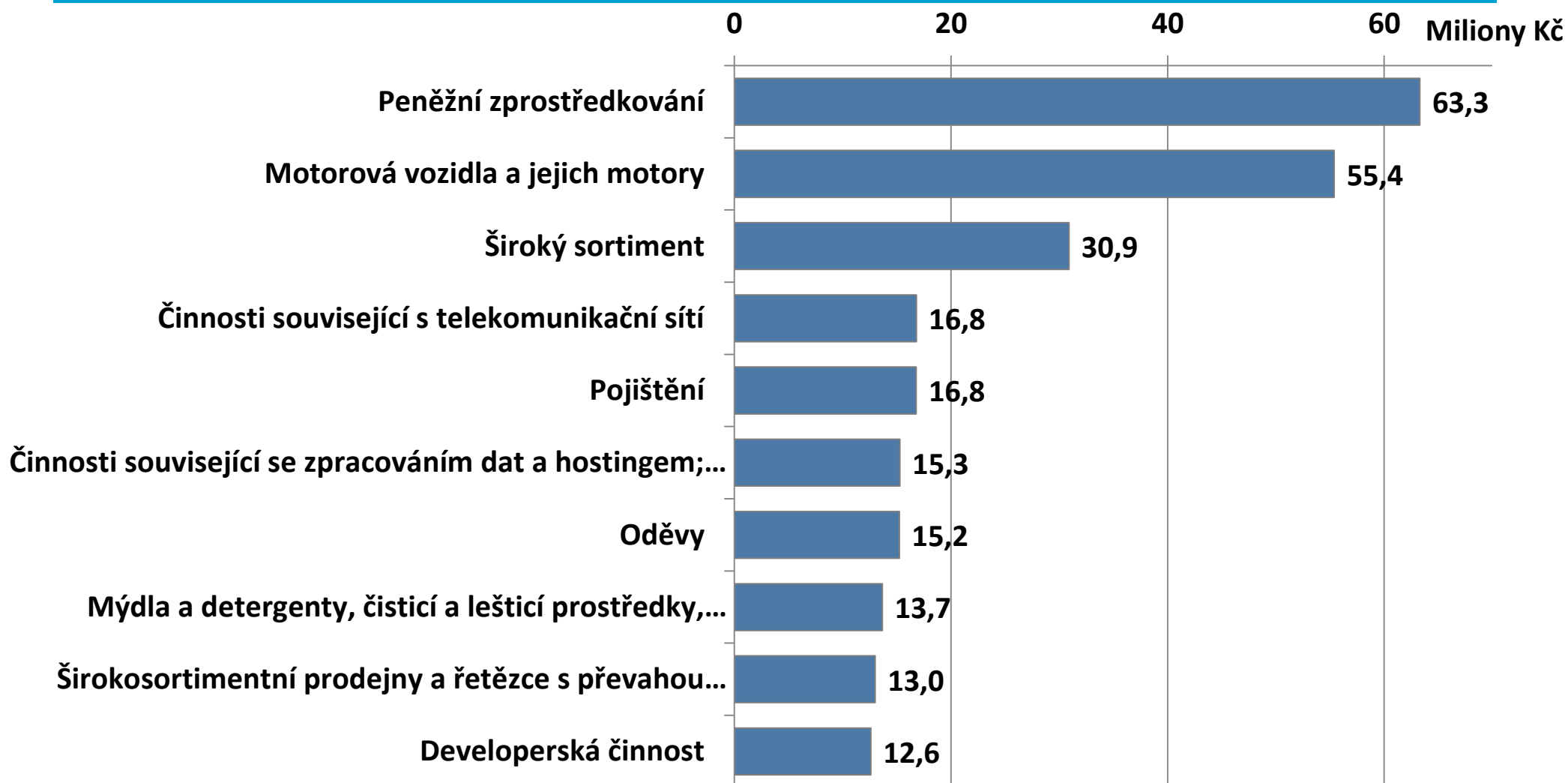


Provozovatelé podle celkových reklamních výkonů – Říjen 2011





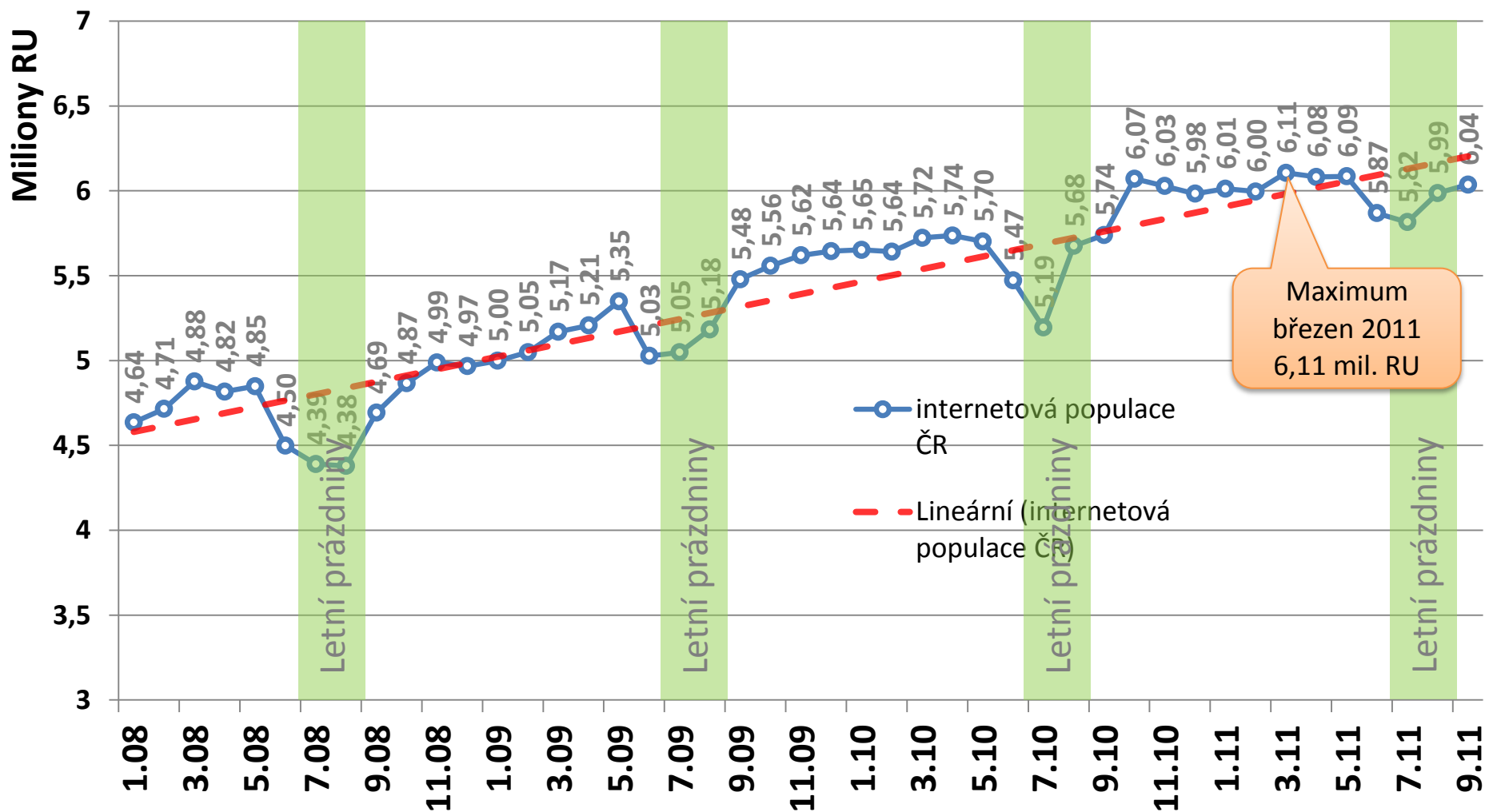
TOP 10 produktových segmentů – Říjen 2011



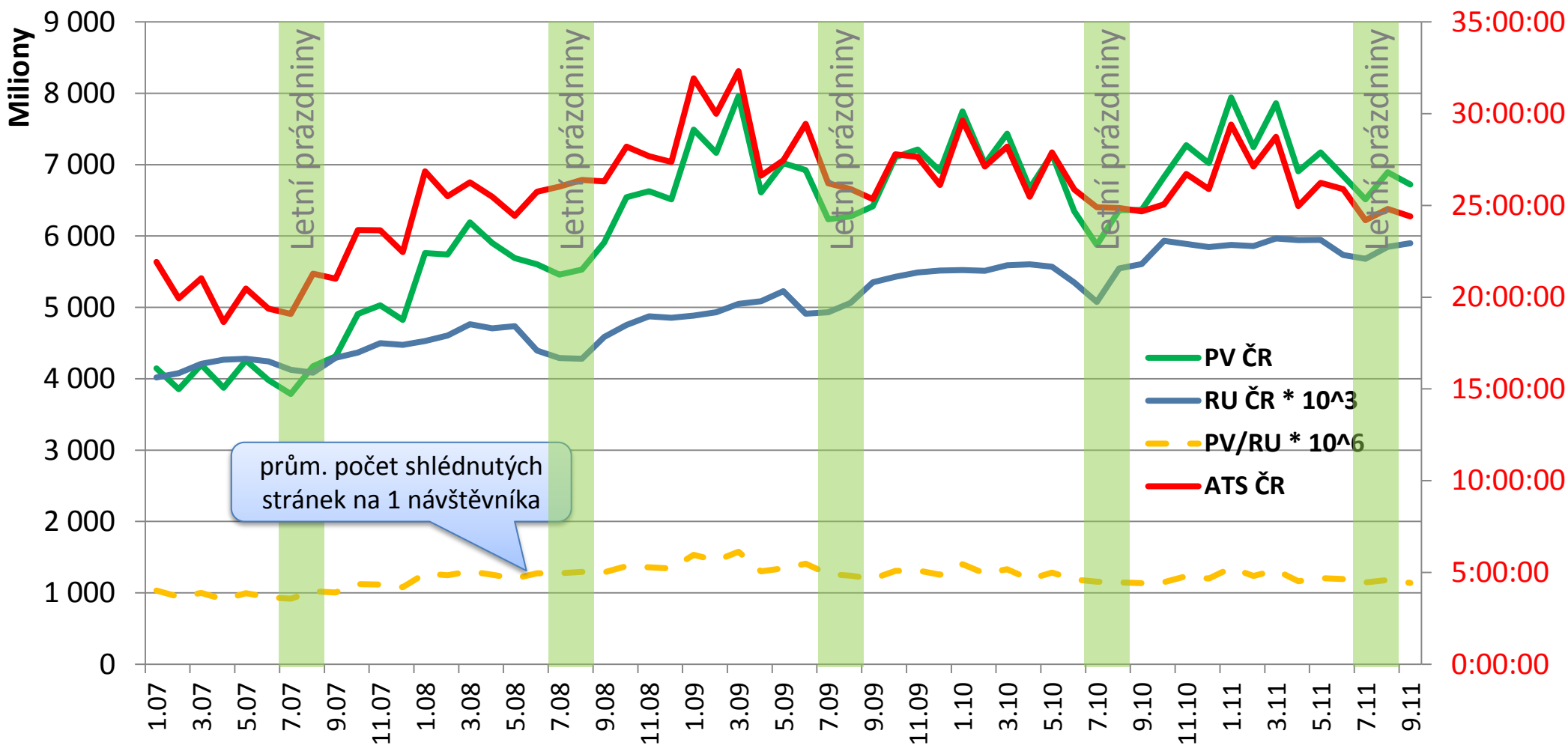
2. Výsledky NetMonitor

Září 2011

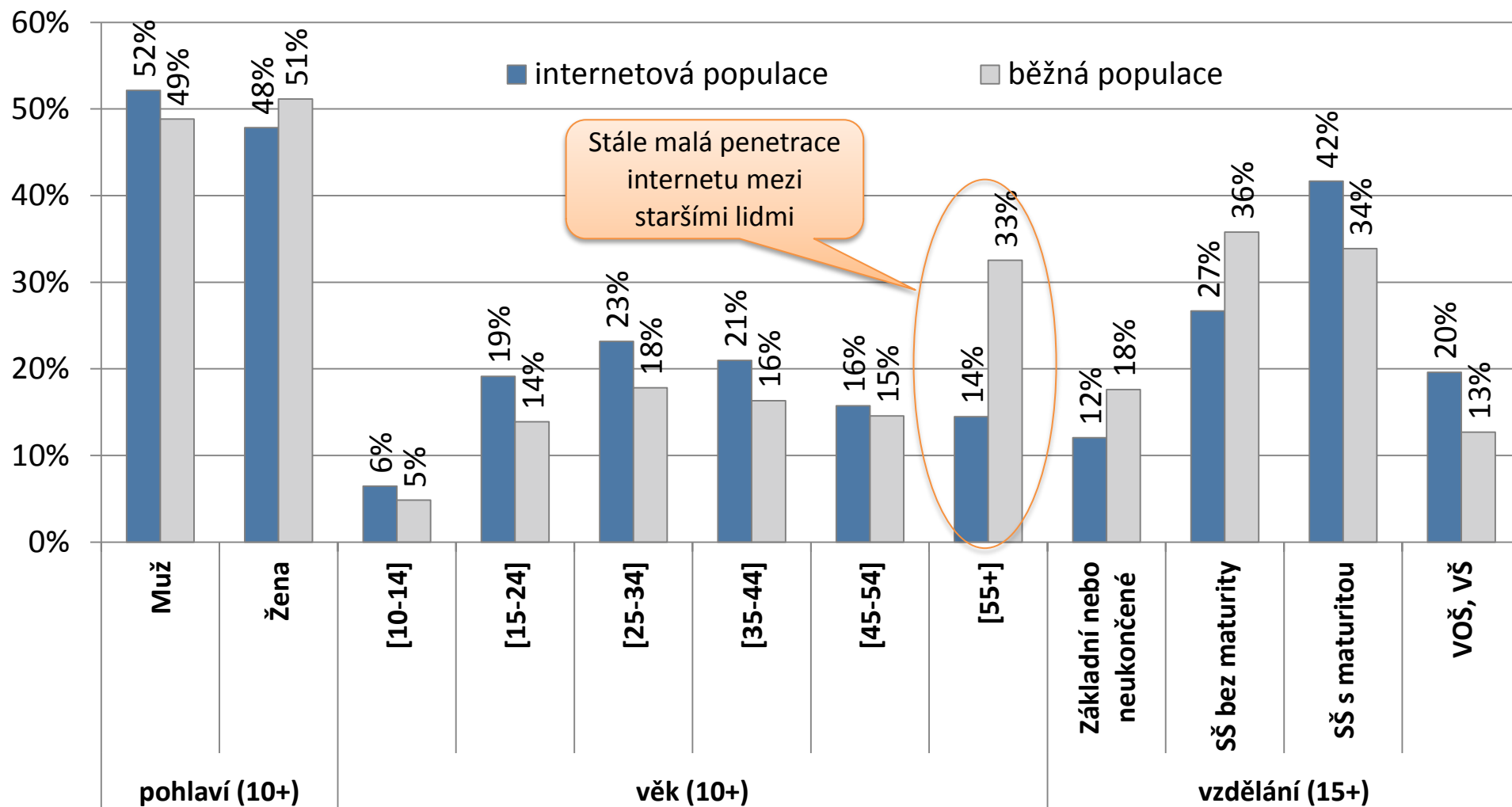
Vývoj velikosti internetové populace ČR



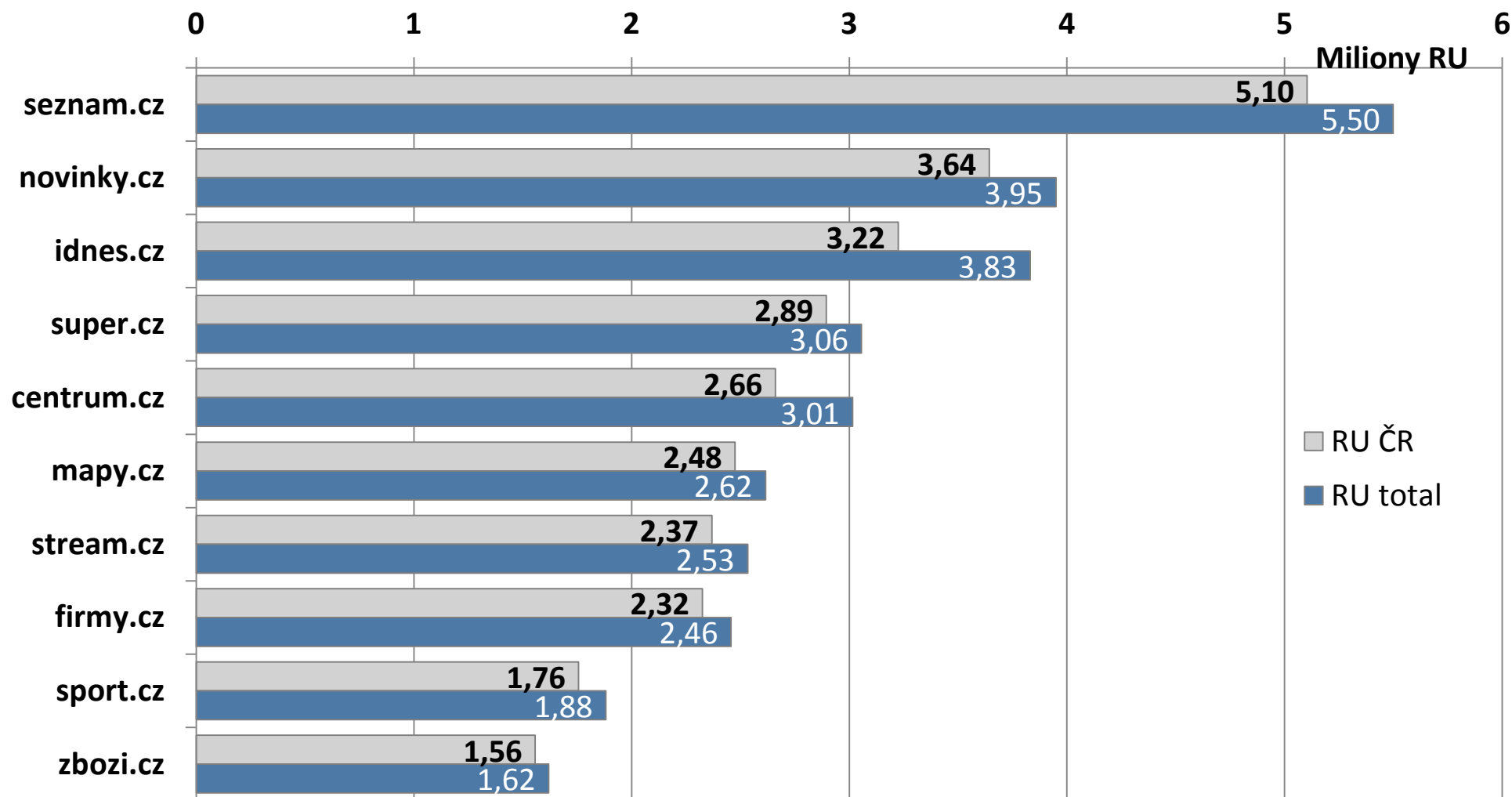
Vývoj ukazatelů návštěvnosti českého internetu



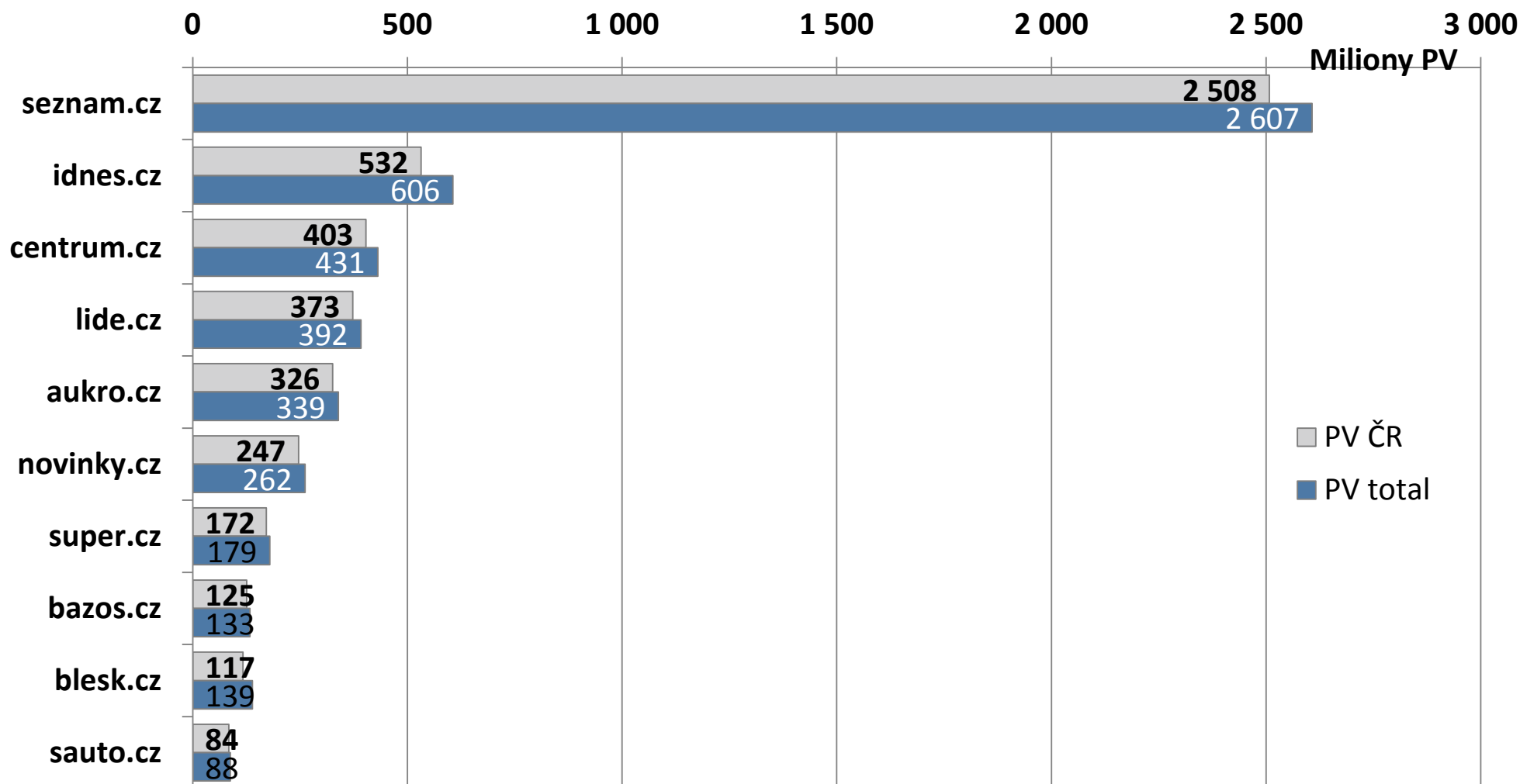
Základní sociodemografie návštěvníků



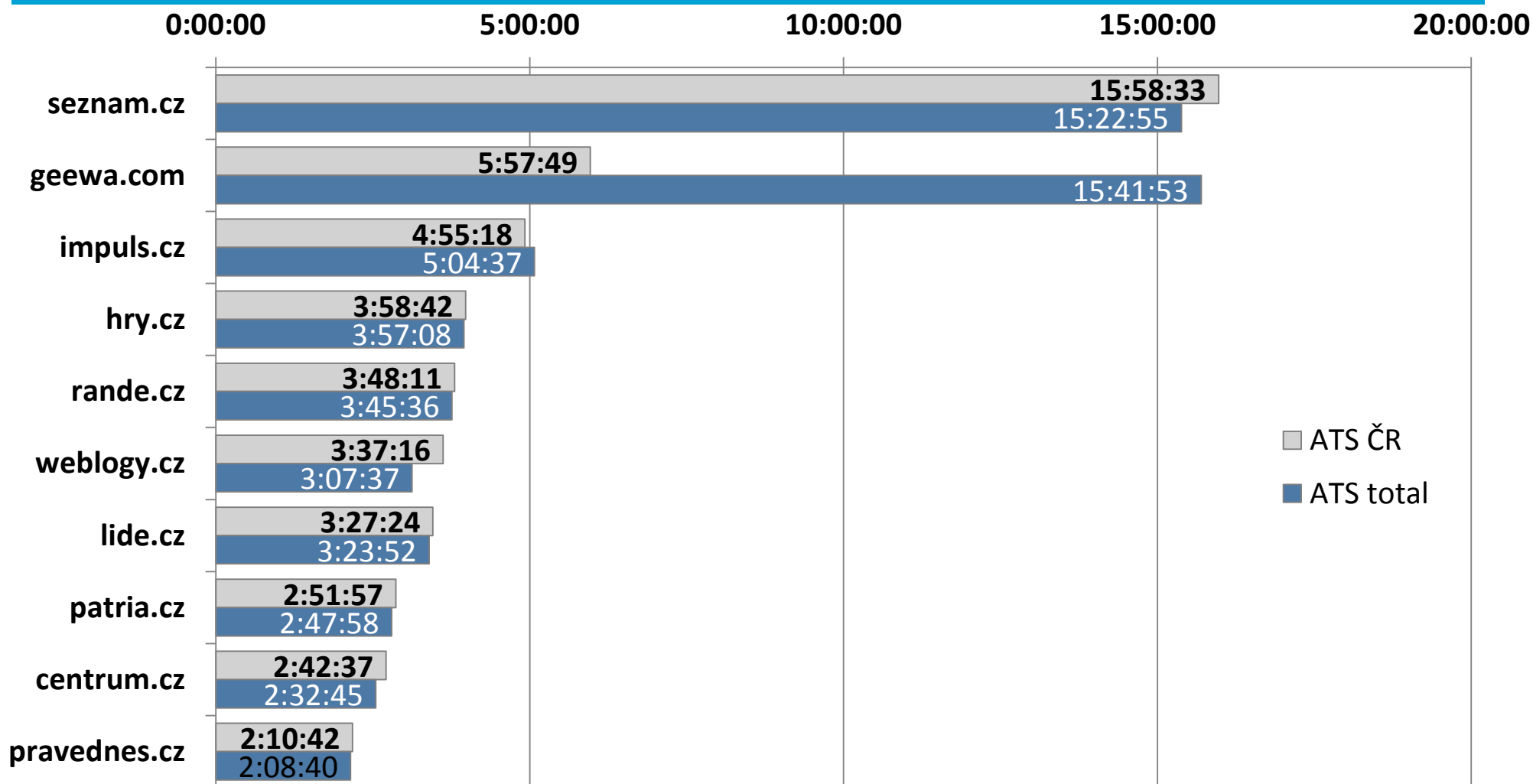
TOP 10 serverů podle počtu návštěvníků (RU) – Září



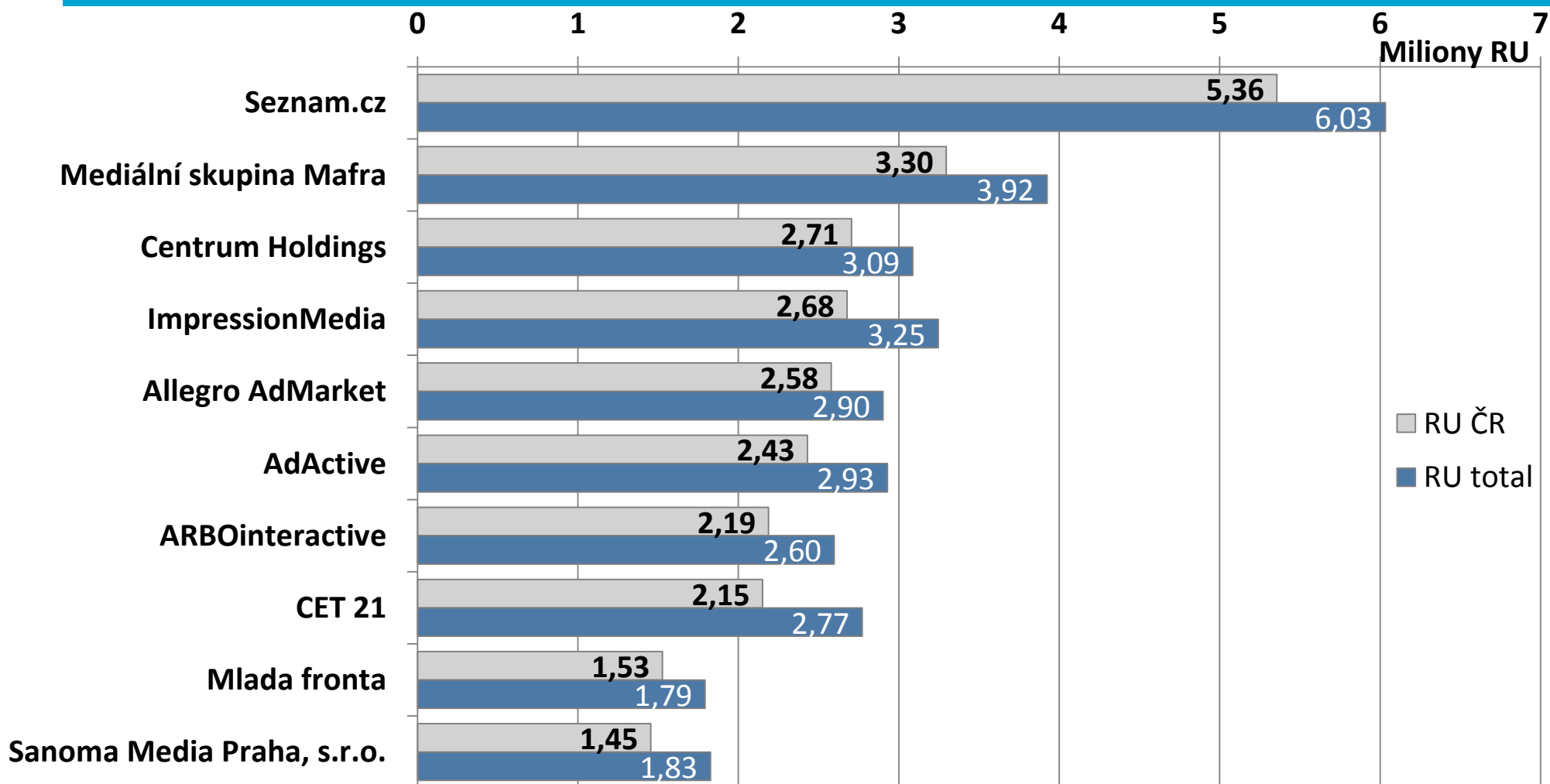
TOP 10 serverů podle počtu shlédnutých stránek (PV) – Září



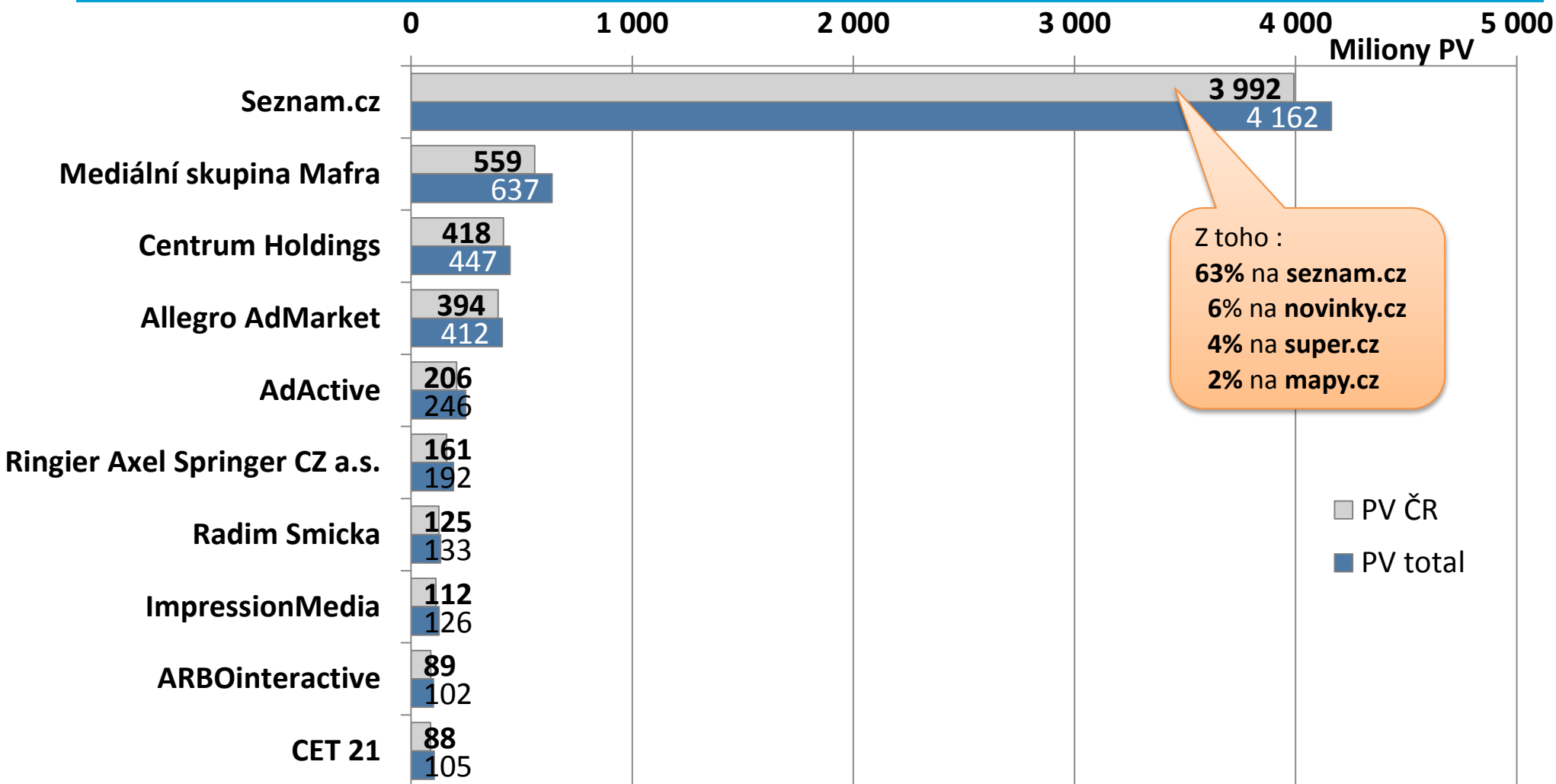
TOP 10 serverů podle průměrného stráveného času na 1 RU



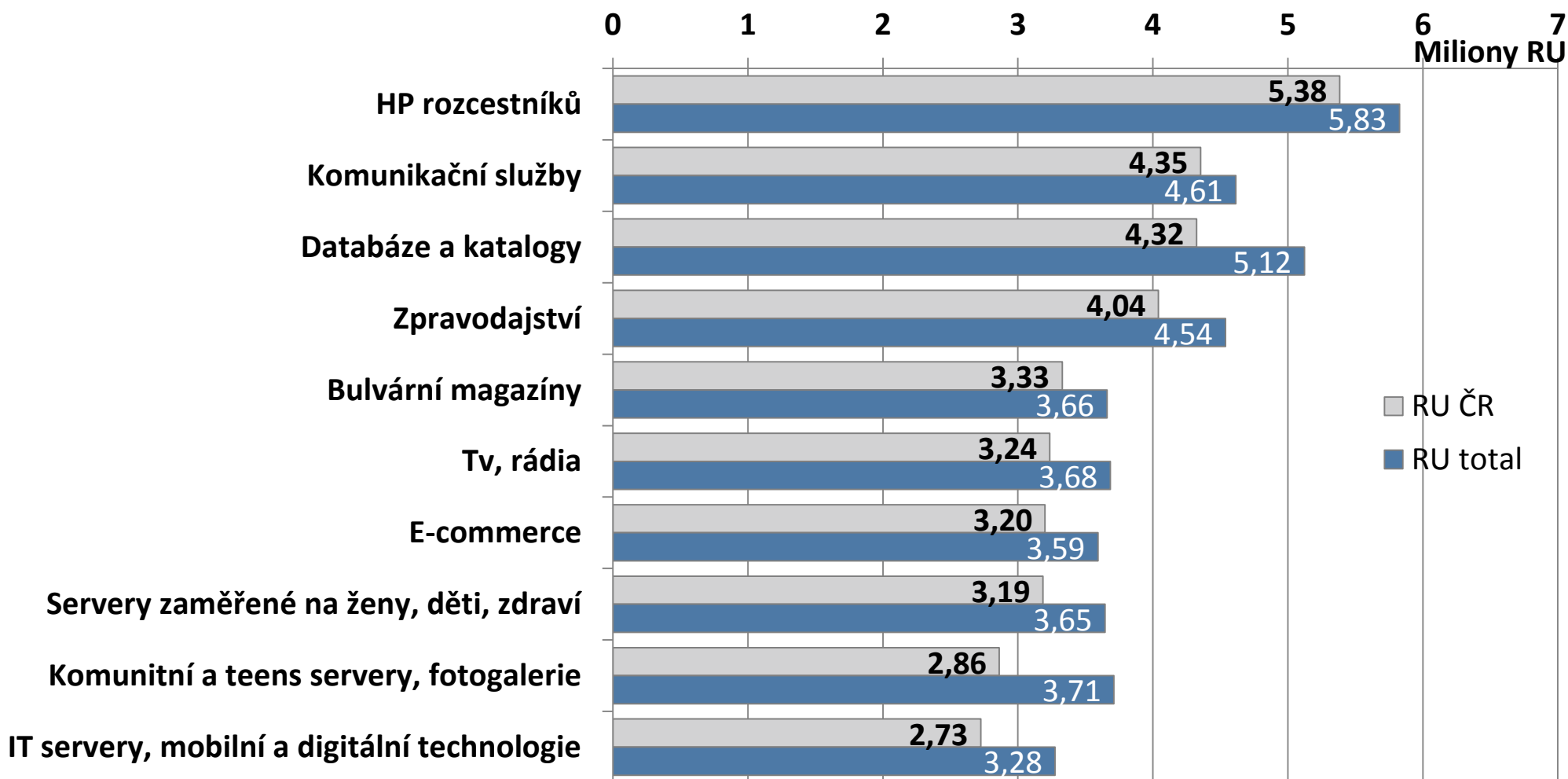
TOP 10 provozovatelů podle počtu návštěvníků (RU) – Září



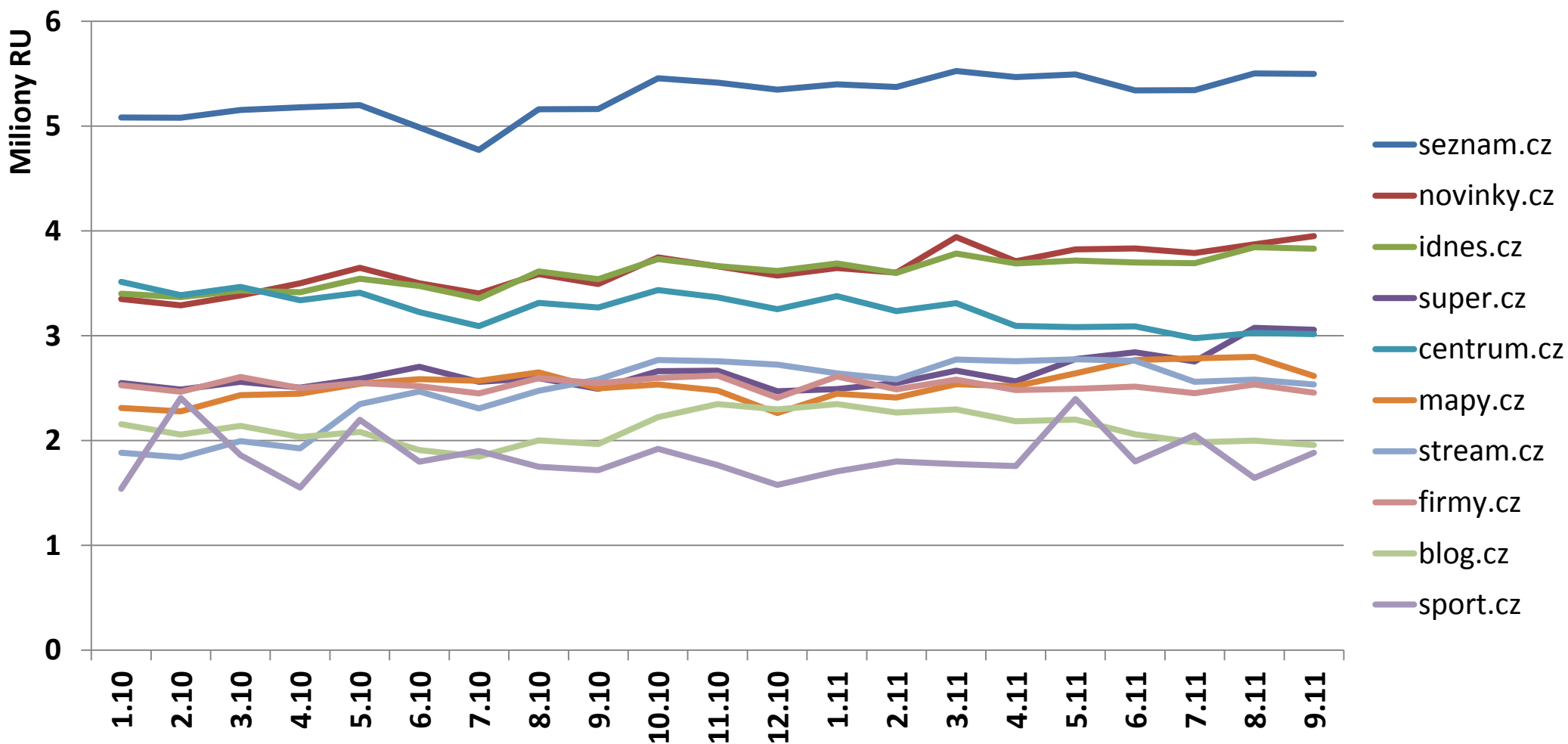
TOP 10 provozovatelů podle počtu shlédnutých stránek (PV)



TOP 10 kategorií podle počtu návštěvníků (RU) – Zář



Vývoj počtu RU z ČR+zahraníčí u TOP10 serverů



3. Kontinuální výzkum (SEKV)

Vlna květen – červen 2011

(10. fáze)

Základní údaje

Co je SPIR SEKV ...

- Strukturální exkluzivní kontinuální výzkum
- Kvantitativní výzkum metodou osobního dotazování se standardizovaným dotazníkem.

Hlavní cíle

- Popsat strukturu a chování internet. uživatelů na internetu.
- Poskytnout data pro kontrolu reprezentativity panelu internetových jednotlivců

Metoda - popis

- Reprezentativní vzorek internetových domácností ČR.
- Velikost vzorku – **10. fáze 870 domácností tj. 2 077 internetových uživatelů 10+** (květen-červen 2011)

Zadavatel - realizátor

- Sdružení pro internetovou reklamu (SPIR)
- Realizátor - společnost Mediaresearch

Internetovou domácností rozumíme domácnost, ve které se alespoň 1 člen starší 10let (dále 10+) připojuje alespoň jednou měsíčně odkudkoli k internetu

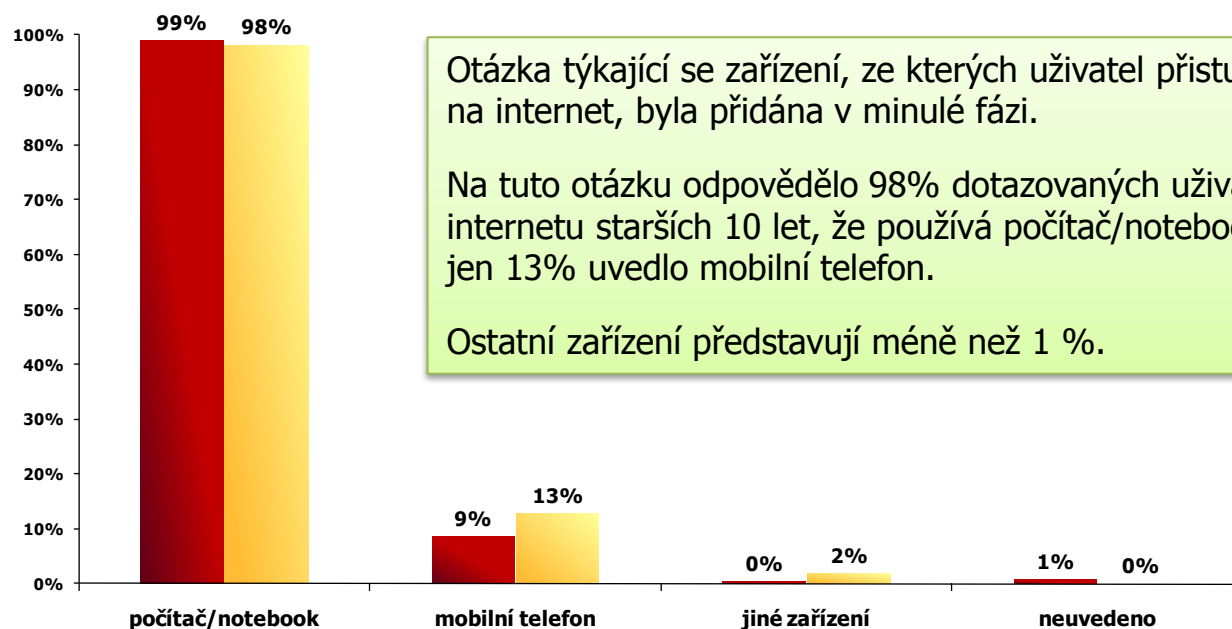
SEKV: Hlavní trendy v 10. fázi (květen-červen 2011), shrnutí

- **4 z 5 členů** internetových domácností přistupují **alespoň 1x měsíčně k internetu** (80% květen, 81% únor 2011).
- Ze zařízení pro přístup k internetu uvádí 98% použití počítače/notebooku, **13% uvedlo mobilní telefon.**
- **Windows 7 pokračují v růstu** napříč všemi věkovými skupinami, klesá podíl Win XP. Nejvýrazněji se pak projevuje klesající zastoupení Windows XP u skupiny 15-24 let. Procento zastoupení Win7 u skupiny 15-24 let narostlo o 10%.
- Deklarovaný **počet minut týdně na internetu je 716** (přibližně 102 minut denně).
- **Roste** zastoupení uživatelů, kteří se **účastní aukcí nebo nakupují na slevových serverech** (zejména u uživatelů ve věku 15-24 let).

SEKV: Přístup na internet

Zařízení, na kterých používáte internet

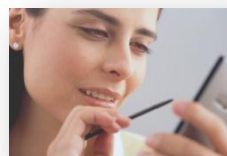
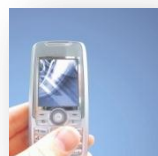
ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet, n=2146 (únor 11), n= 2077 (květen 11)



Otázka týkající se zařízení, ze kterých uživatel přistupuje na internet, byla přidána v minulé fázi.

Na tuto otázku odpovědělo 98% dotazovaných uživatelů internetu starších 10 let, že používá počítač/notebook, jen 13% uvedlo mobilní telefon.

Ostatní zařízení představují méně než 1 %.

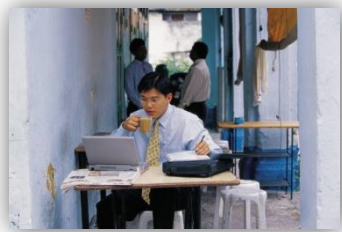
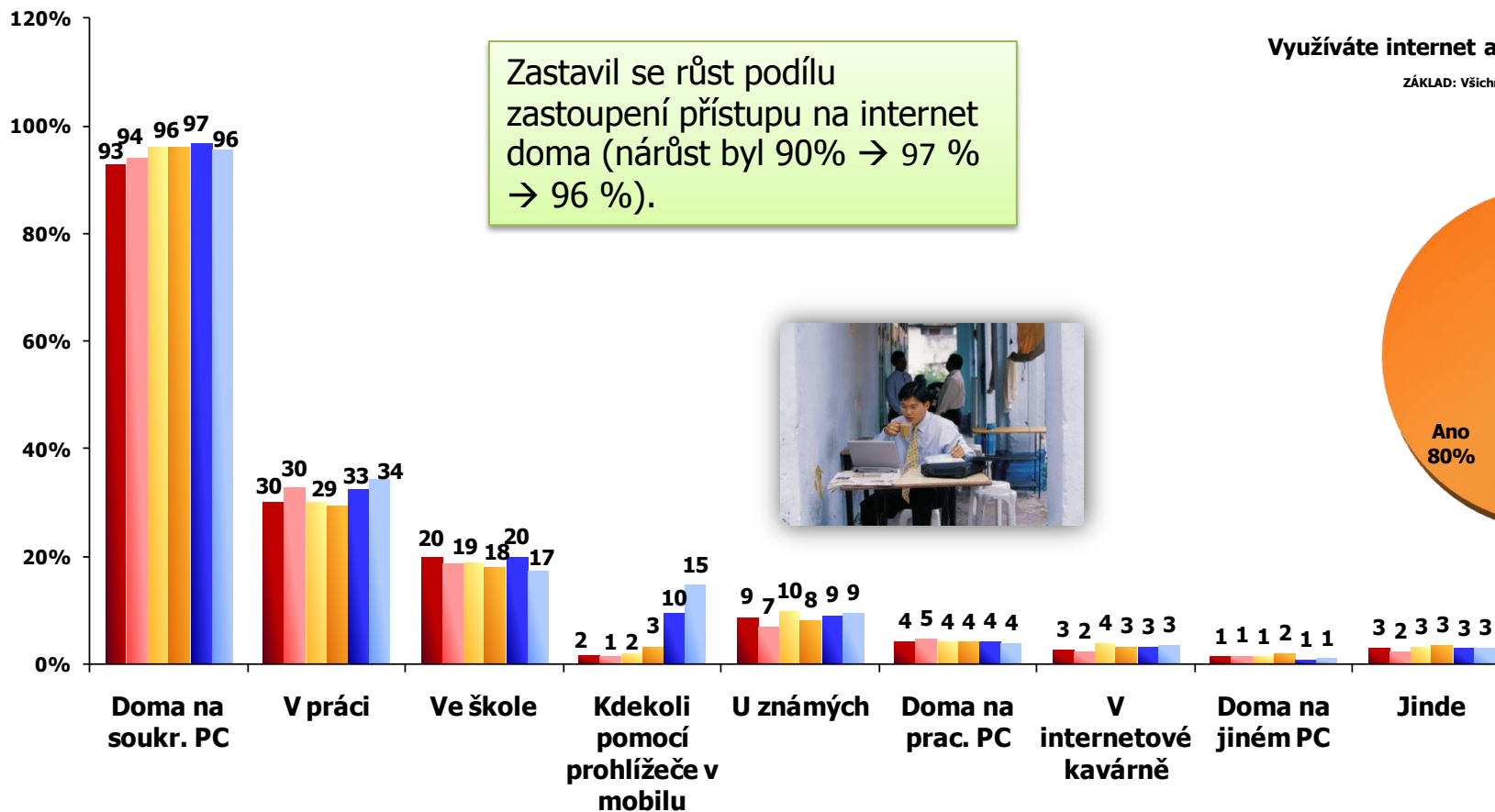


SEKV: Přístup na internet

Kde všude využíváte internet?

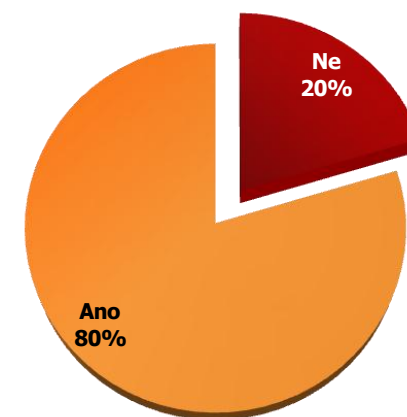
ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet, n=2052 (říjen 09), n=2167 (únor 10), n=2021 (květen 10), n=2058 (říjen 10), n=2146 (únor 11), n=2077 (květen 11)

■ Říjen 2009 ■ Únor 2010 ■ Květen 2010 ■ Říjen 2010 ■ Únor 2011 ■ Květen 2011



Využíváte internet alespoň 1x měsíčně? (květen 11)

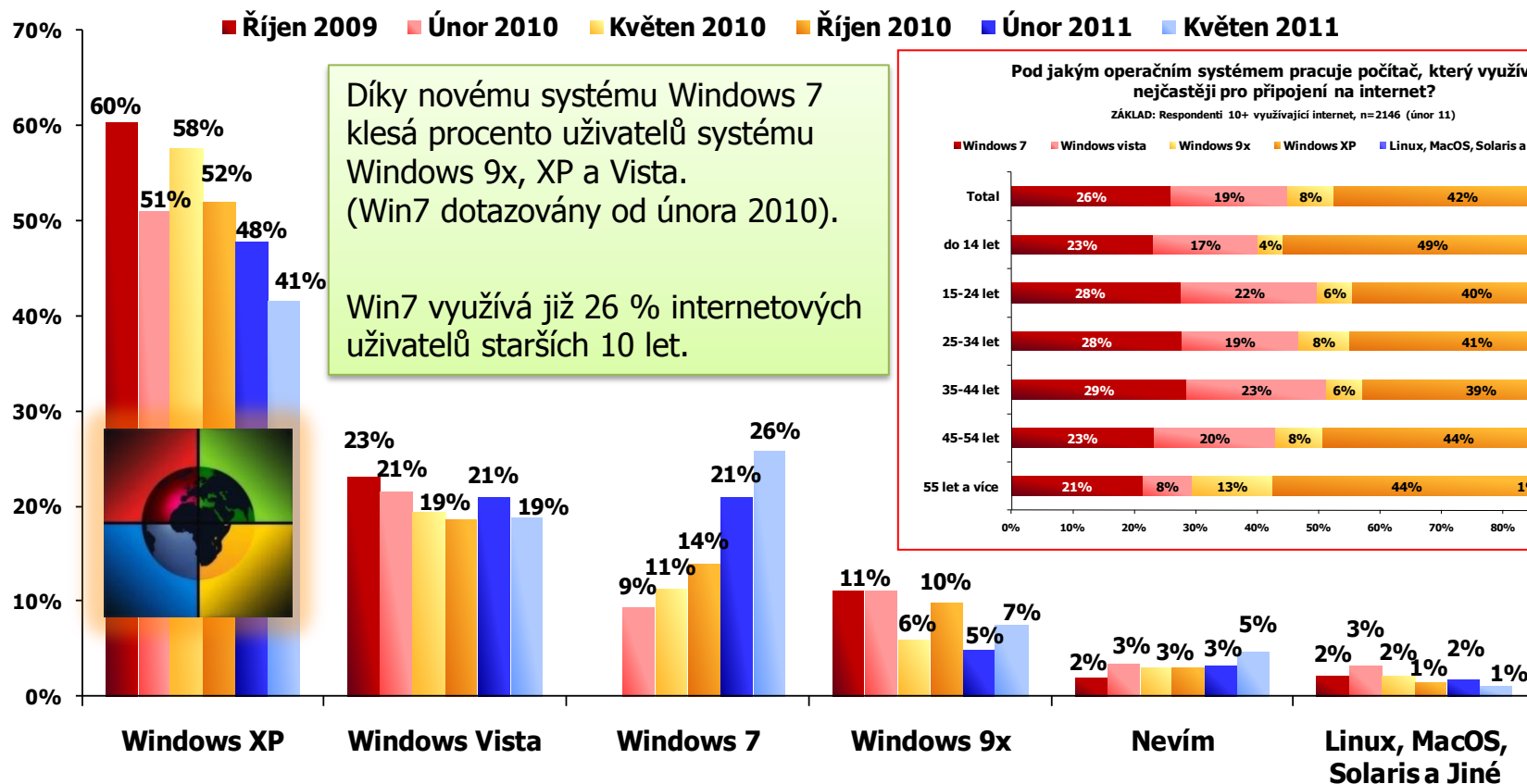
ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=2597 (květen 11)



SEKV: Vlastnosti počítače

Pod jakým operačním systémem pracuje PC, který využíváte nejčastěji k připojení na internet?

ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet, n=2052 (říjen 09), n=2167 (únor 10), n=2021 (květen 10), n=2058 (říjen 10), n=2146 (únor 11), n=2077 (květen 11)

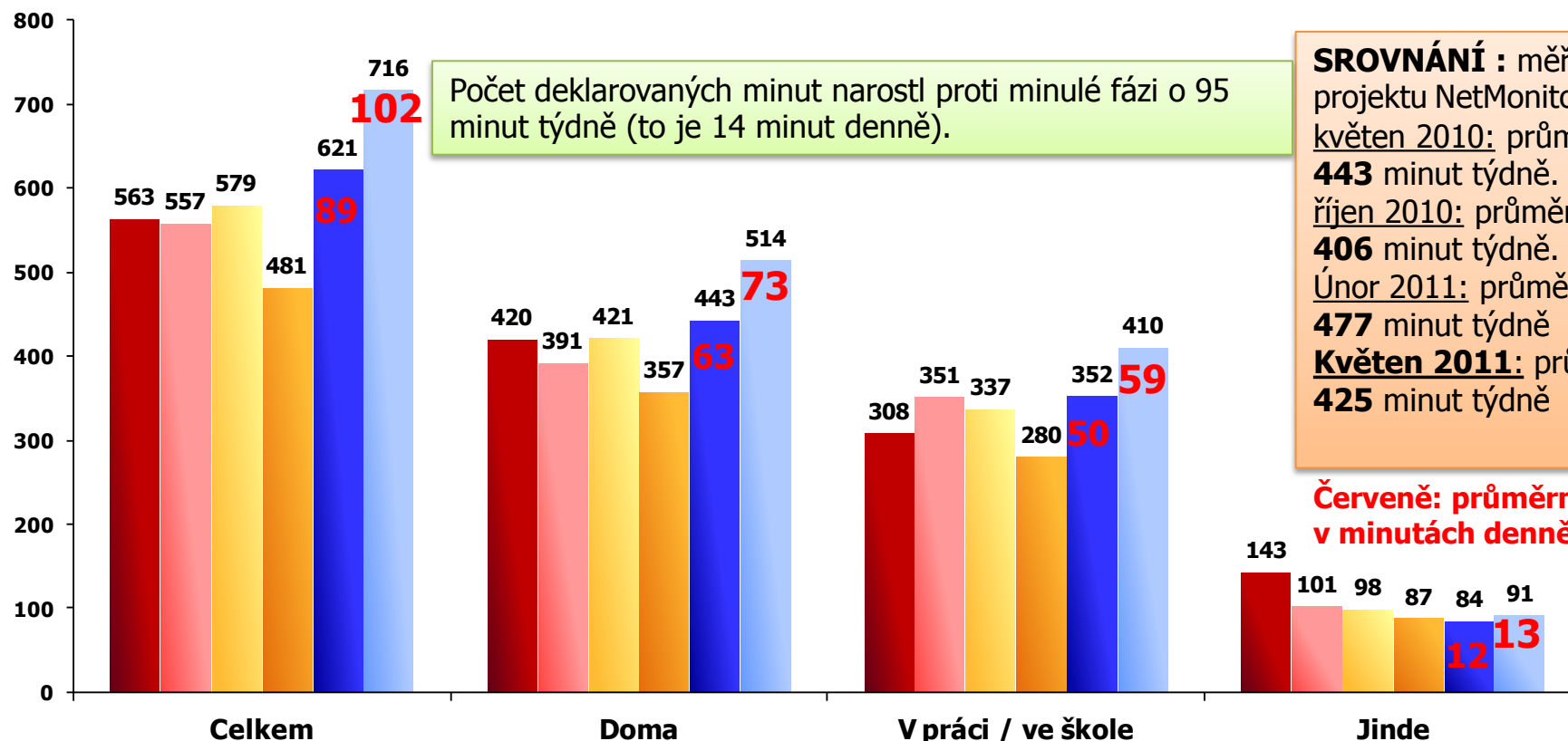


SEKV: Čas věnovaný internetu

Průměrný čas v minutách týdně věnovaný internetu

ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet, n=2052 (říjen 09), n=2167 (únor 10), n=2021 (květen 10), n=2058 (říjen 10), n=2146 (únor 11), n= 2077 (květen 11)

■ Říjen 2009 ■ Únor 2010 ■ Květen 2010 ■ Říjen 2010 ■ Únor 2011 ■ Květen 2011



Počet deklarovaných minut narostl proti minulé fázi o 95 minut týdně (to je 14 minut denně).

SROVNÁNÍ : měřená data projektu NetMonitor
 květen 2010: průměrně **443** minut týdně.
 říjen 2010: průměrně **406** minut týdně.
 Únor 2011: průměrně **477** minut týdně
Květen 2011: průměrně **425** minut týdně

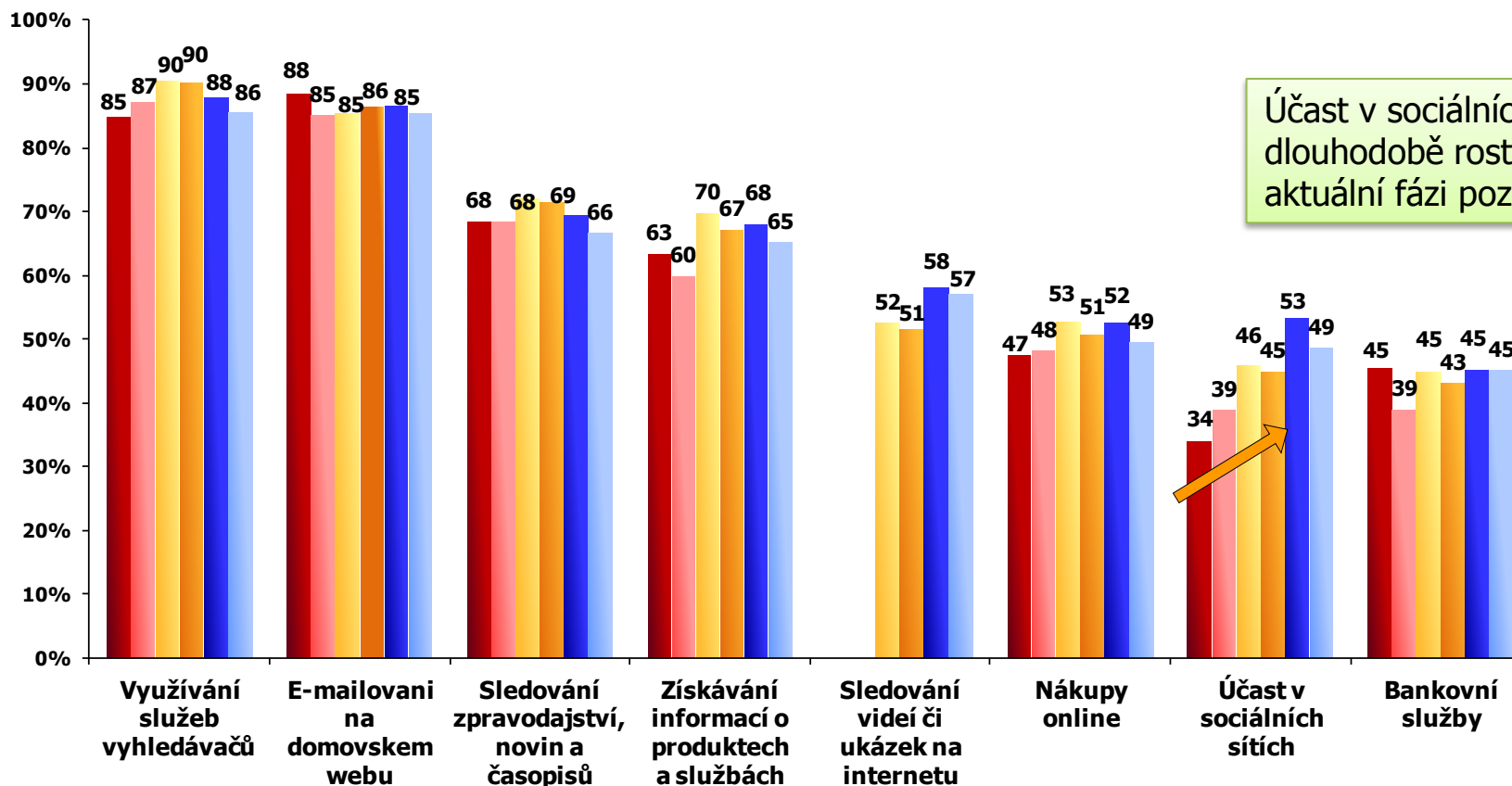
Červeně: průměrný čas v minutách denně

SEKV: Aktivity na internetu 1

Pravidelné aktivity na internetu I.

ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet, n=2052 (říjen 09), n=2167 (únor 10), n=2021 (květen 10), n=2058 (říjen 10), n=2146 (únor 11), n= 2077 (květen 11)

■ Říjen 2009 ■ Únor 2010 ■ Květen 2010 ■ Říjen 2010 ■ Únor 2011 ■ Květen 2011



Účast v sociálních sítích má dlouhodobě rostoucí trend, nicméně v aktuální fázi pozorujeme mírný pokles.

4. Agenda SPIR

Agenda SPIR

- SPIR pokračuje v **měření NetMonitor se společností Gemius**
- novela Zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie
- Finanční **výkony mediazastupitelů** jsou od září k nahlédnutí **ve veřejných výstupech**
- Deklarace výkonů **videoreklamy** do AdMonitoringu
- Udělení **slev klientům** projektu NetMonitor za rok 2011

Novinky v nové vlně NetMonitoru

- Novým realizátorem bude Gemius, MEDIARESEARCH bude subdodavatelem.
- Rozšíření výzkumu o **Mobily a Sociodemografii Multimediálního obsahu**
- Nový a **rychlejší algoritmus pro výpočet denních RU**
- **Zkrácení doby pro přípravu měsíčních dat**
- Médiím bude poskytnuta **nová webová analytika gemiusTraffic 2.0.**

Děkujeme Vám za pozornost

