



Prezentace výzkumných projektů SPIR

- podrobná verze -

Výsledky za duben (NM) a květen (AdM) 2012

13. června 2012, Klub cestovatelů

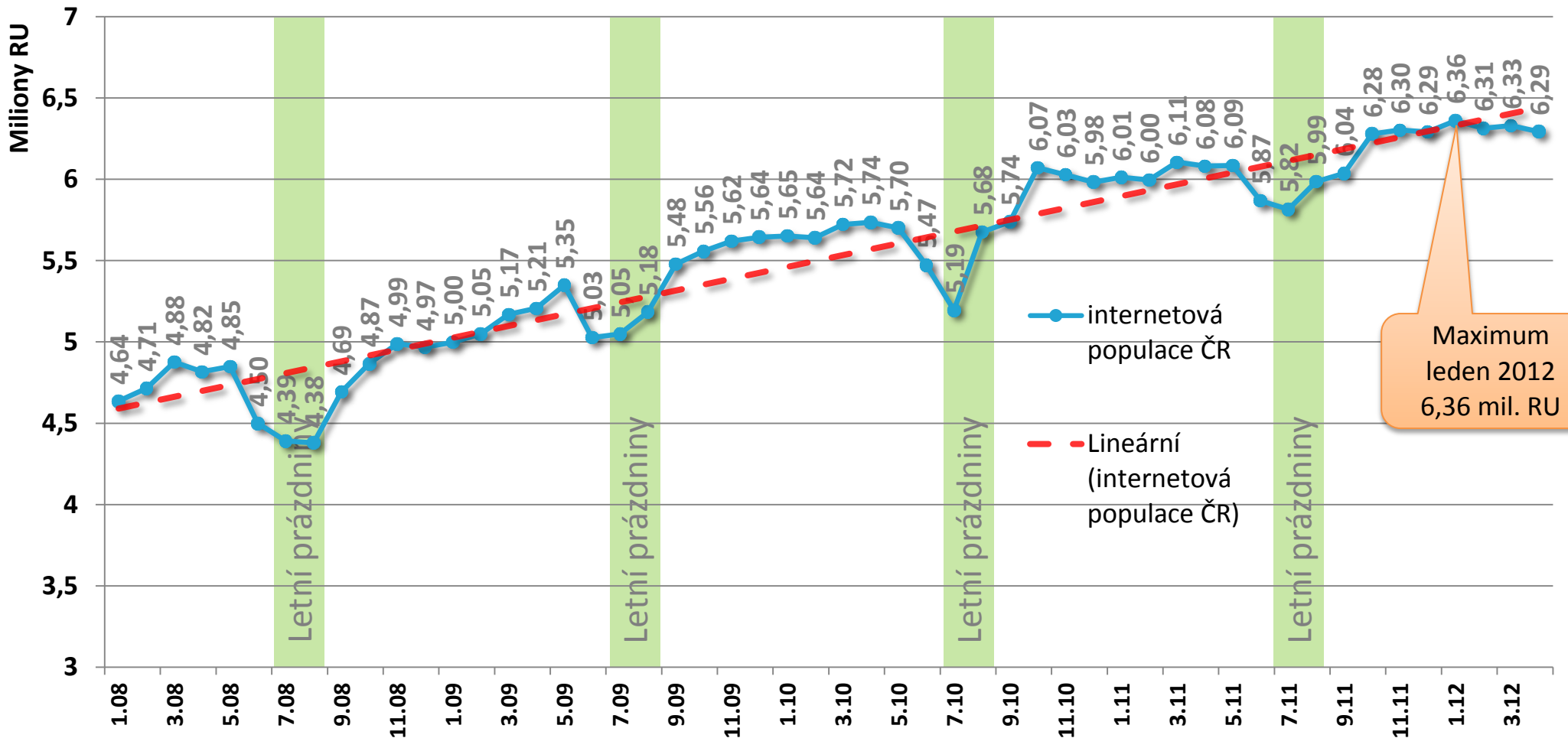


- 1. Výsledky NetMonitor**
- 2. Výsledky AdMonitoring**
- 3. Analýzy kampaní**
- 4. MediaScope**
- 5. Samoregulace obsahu**
- 6. Agenda SPIR**

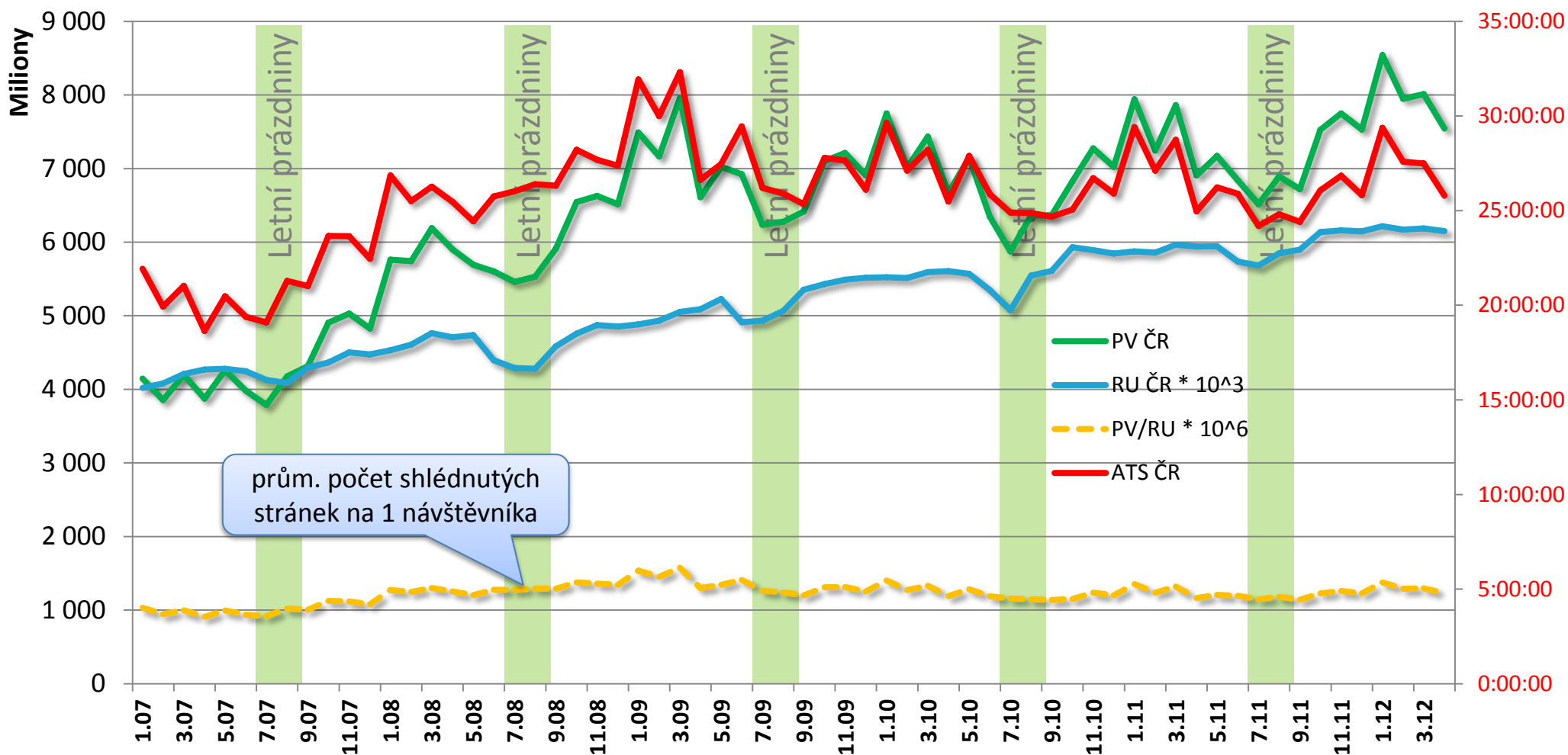
1. Výsledky NetMonitor

Duben 2012

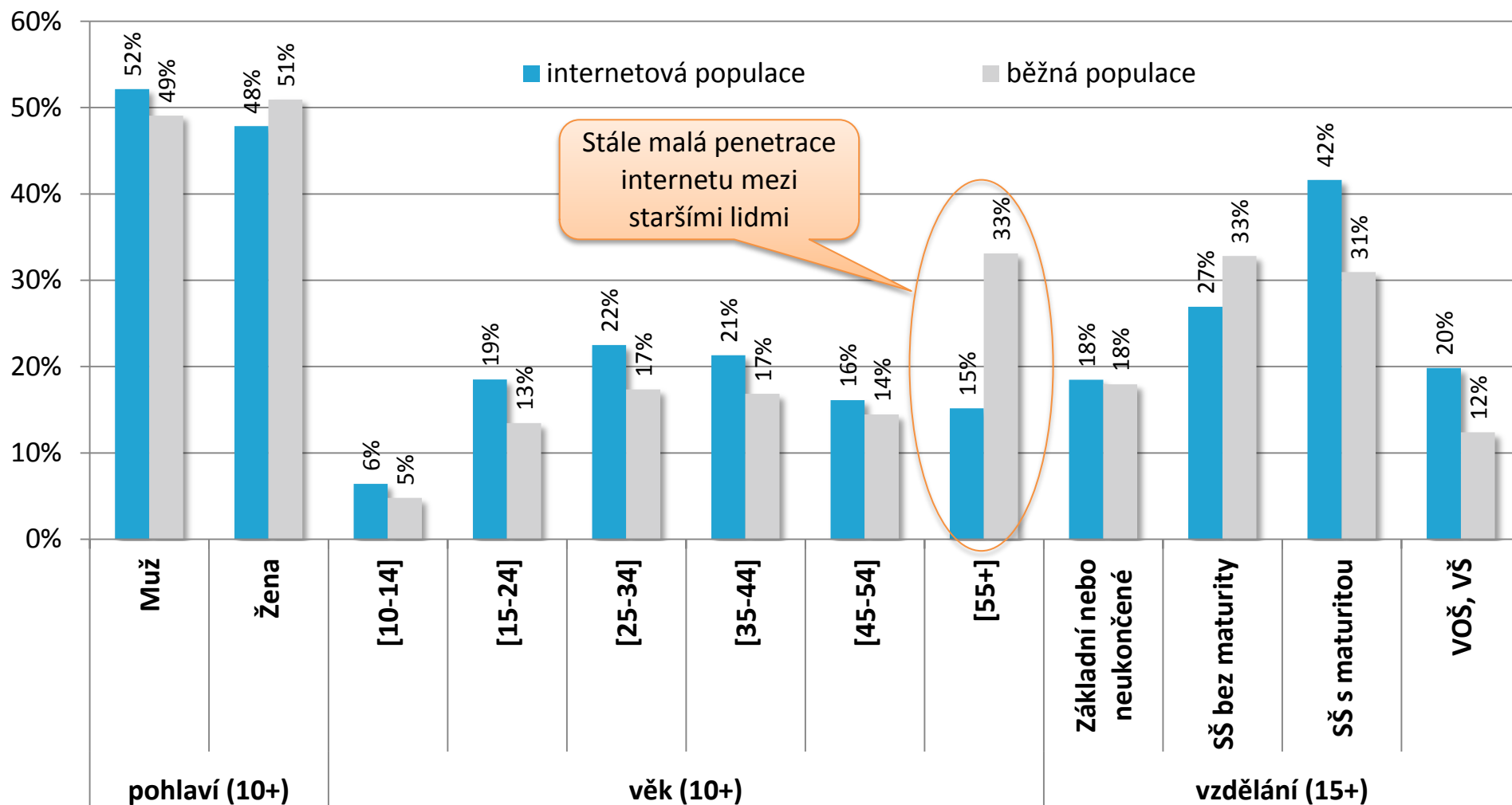
Vývoj velikosti internetové populace ČR



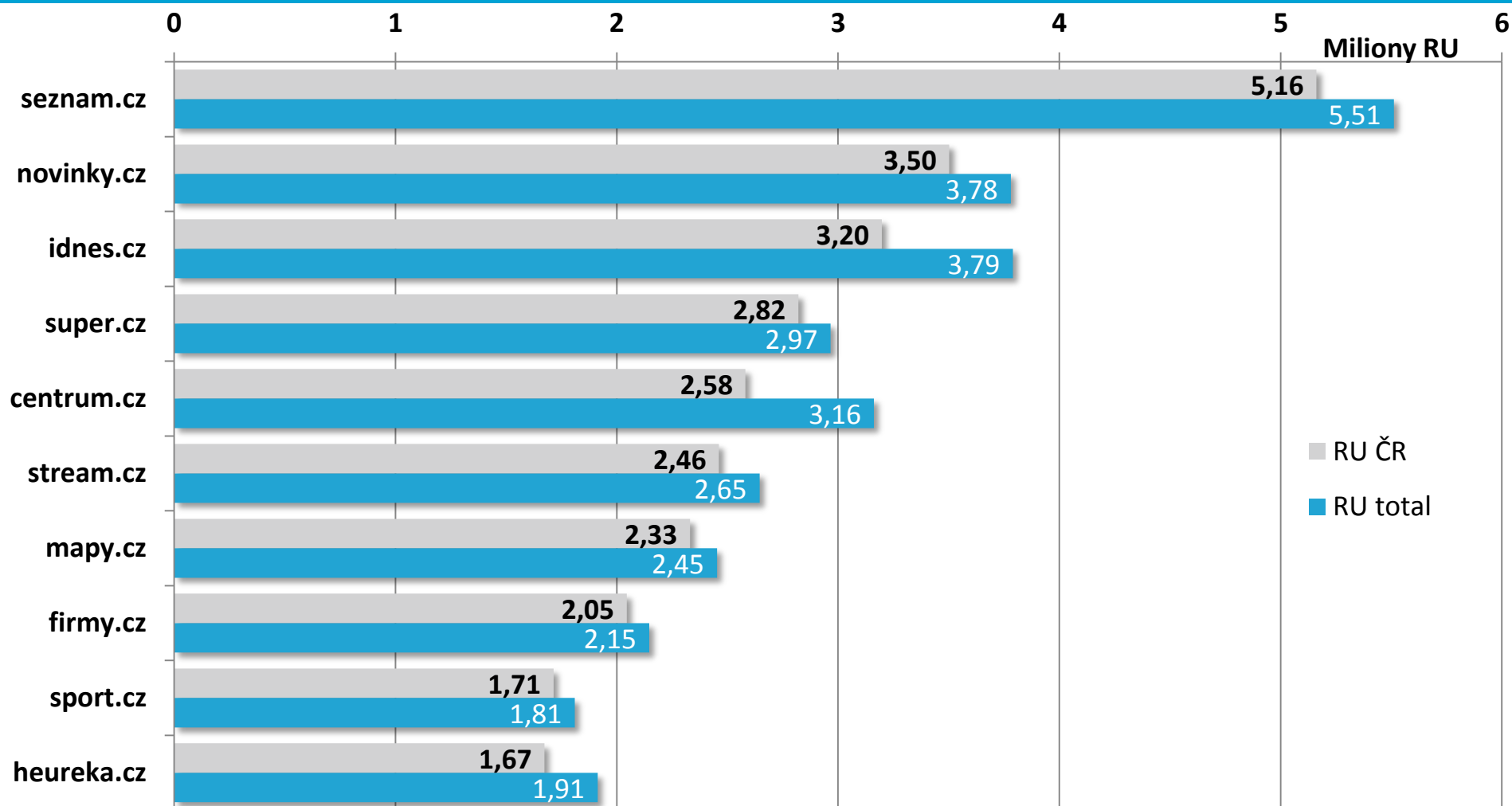
Vývoj ukazatelů návštěvnosti českého internetu



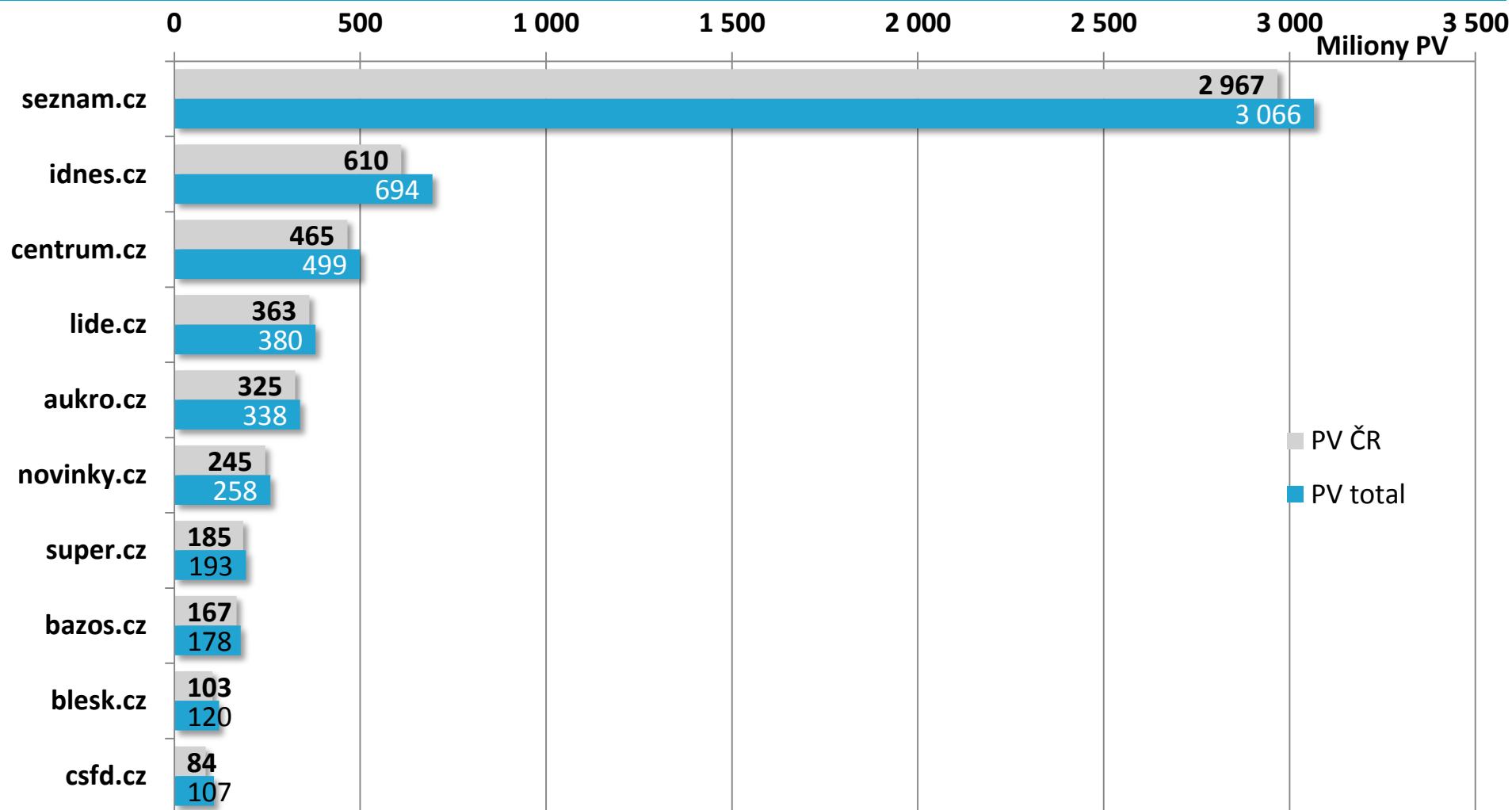
Základní sociodemografie návštěvníků



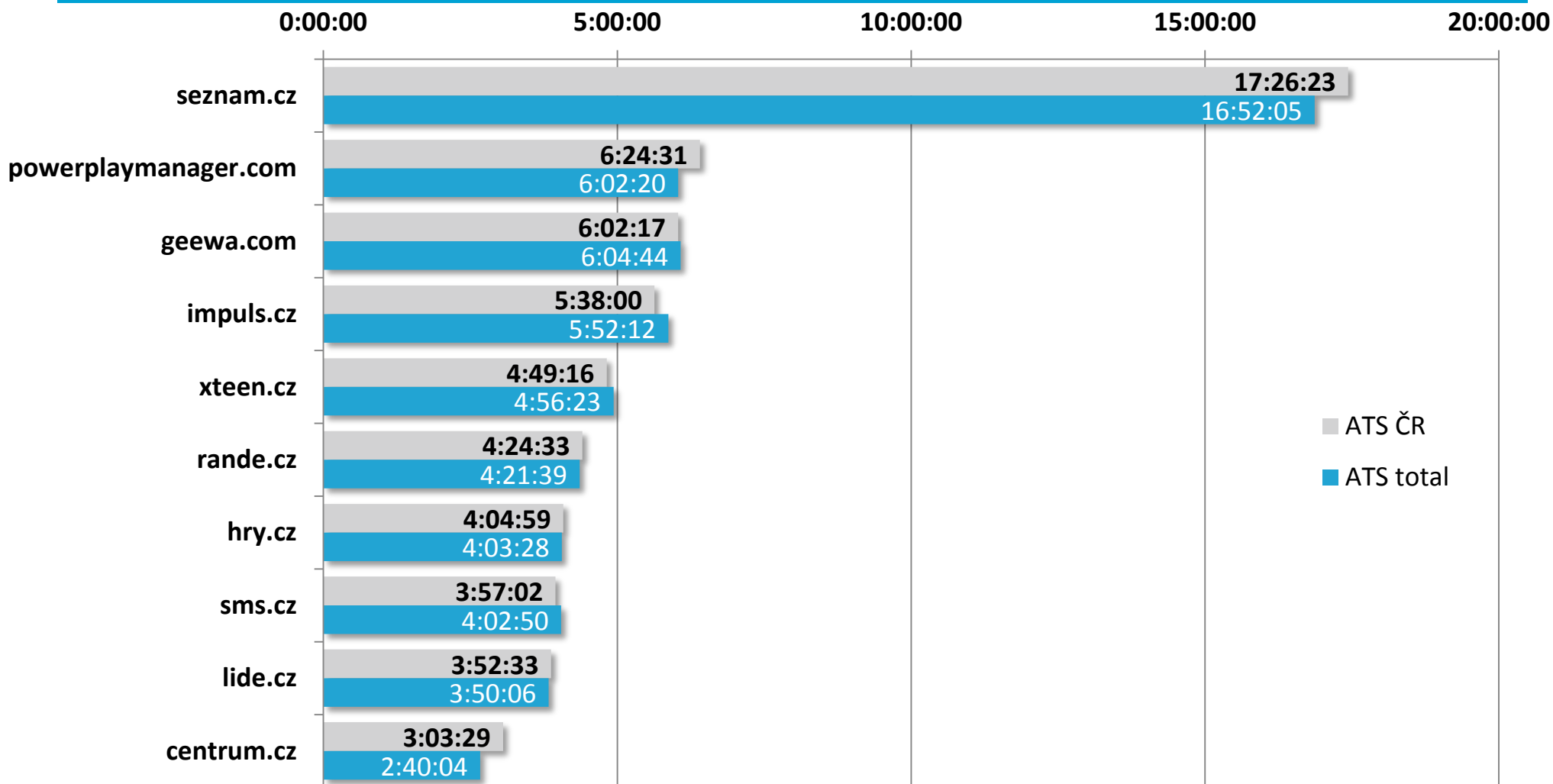
TOP 10 serverů podle počtu návštěvníků (RU) – Duben



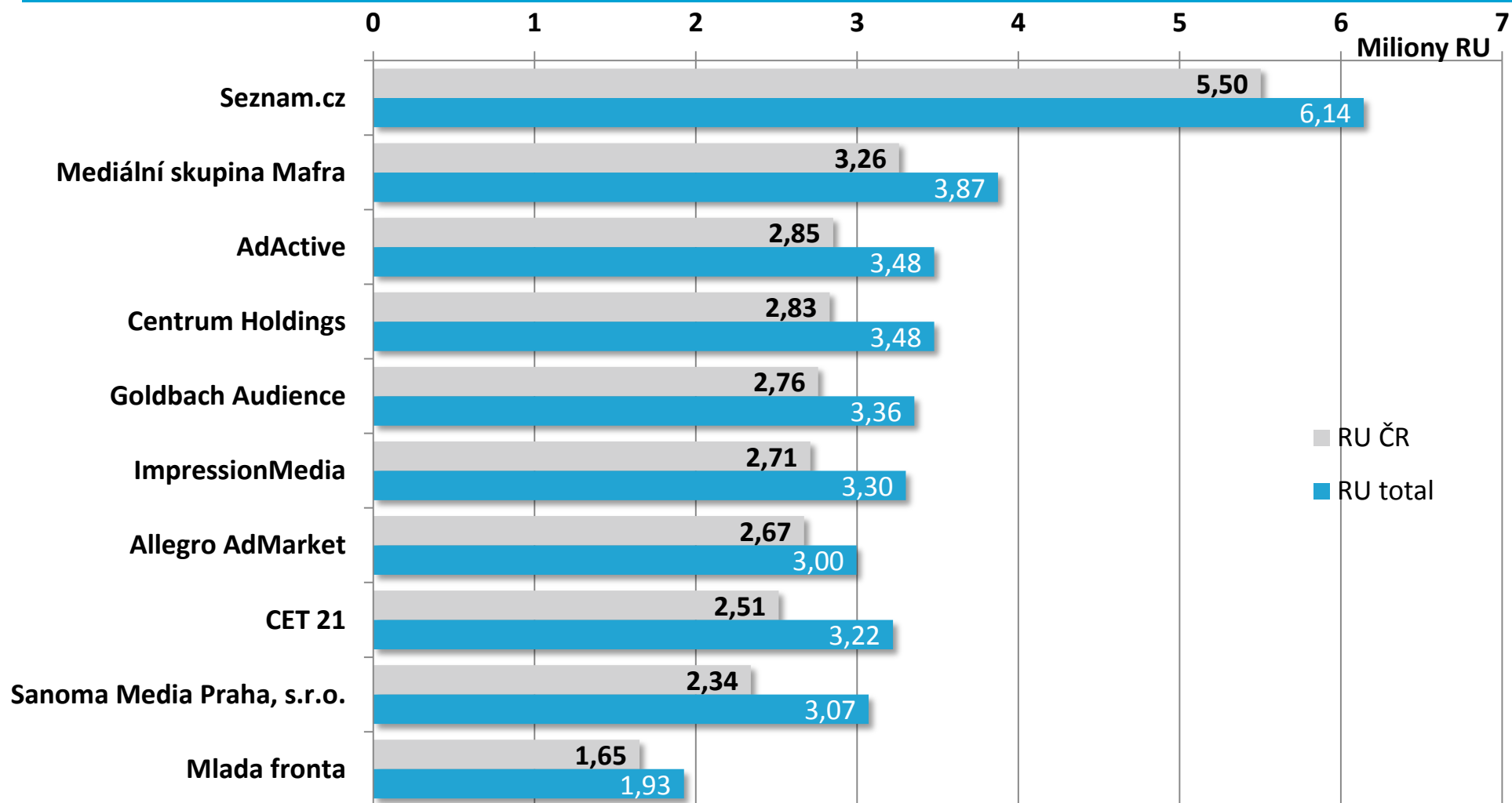
TOP 10 serverů podle počtu shlédnutých stránek (PV) – Duben



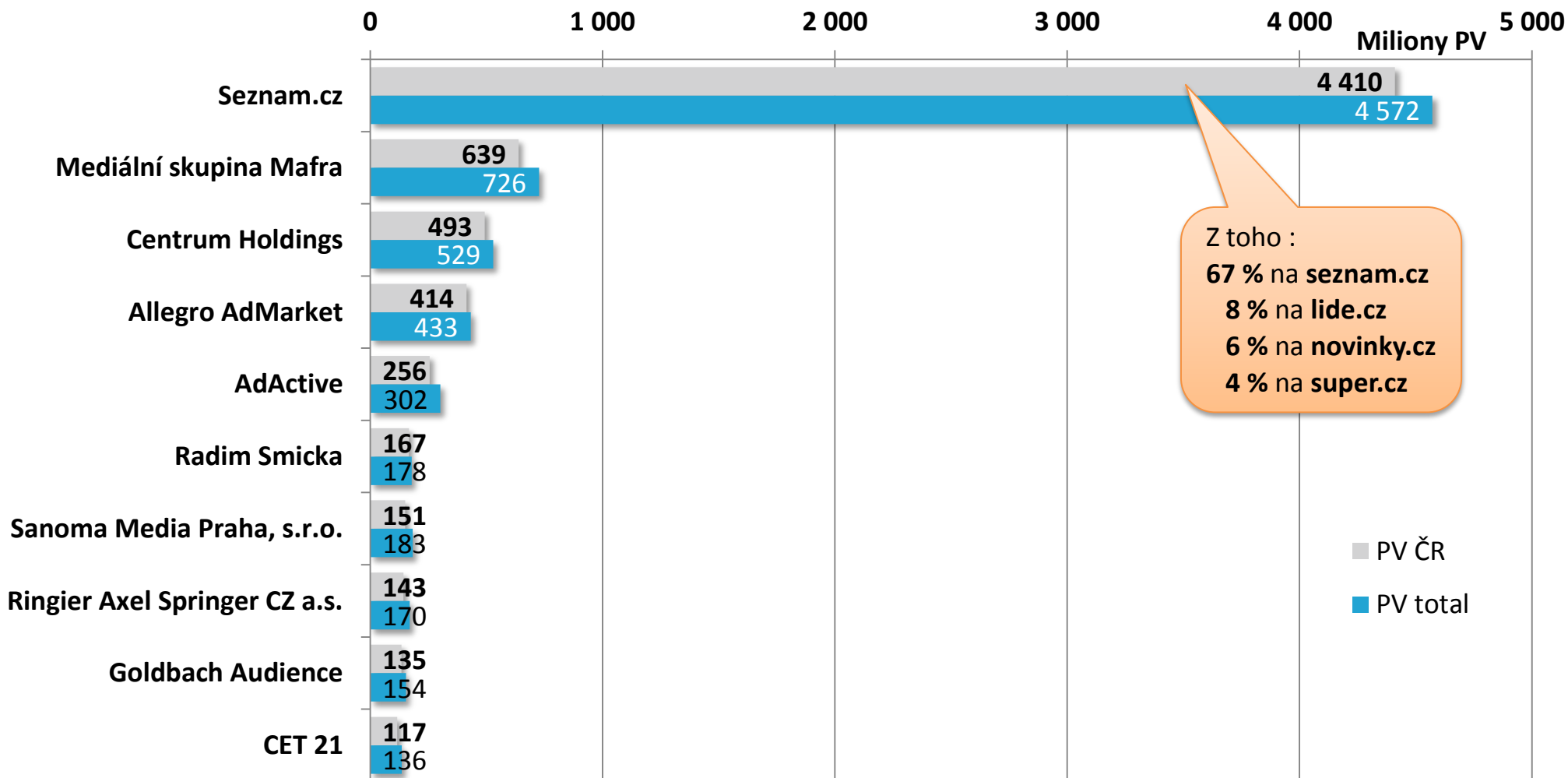
TOP 10 serverů podle průměrného stráveného času na 1 RU



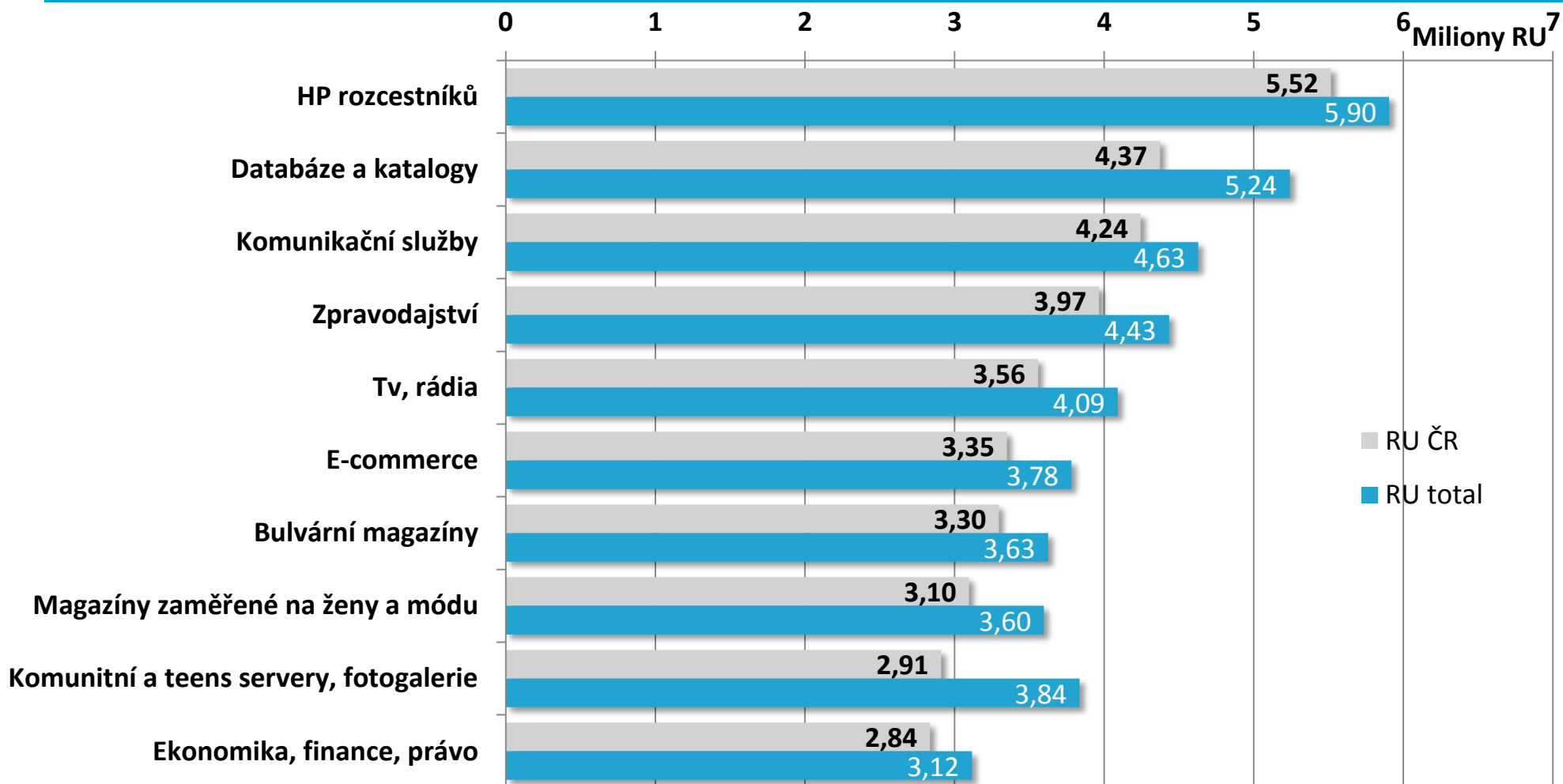
TOP 10 provozovatelů podle počtu návštěvníků (RU) – Duben



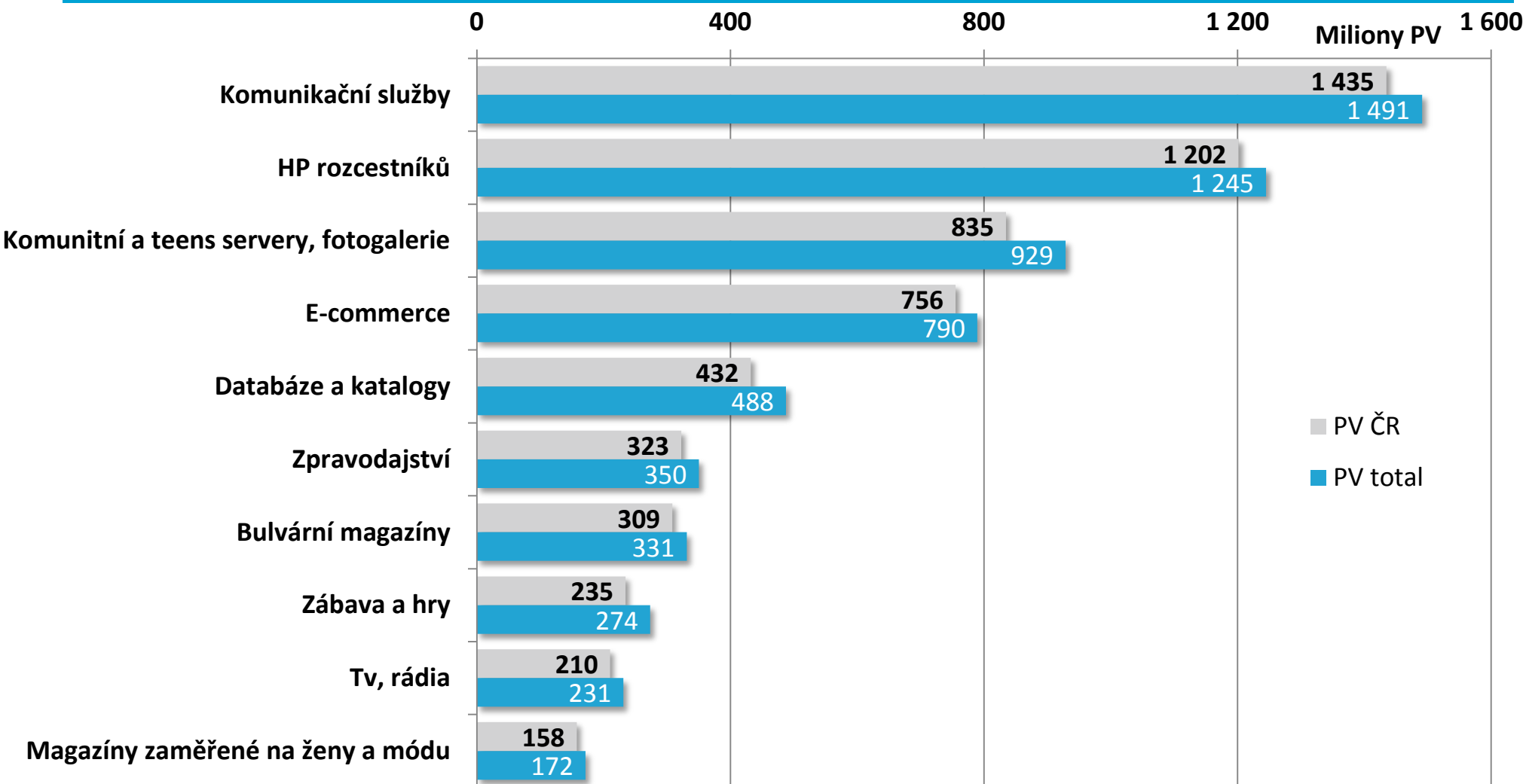
TOP 10 provozovatelů podle počtu shlédnutých stránek (PV)



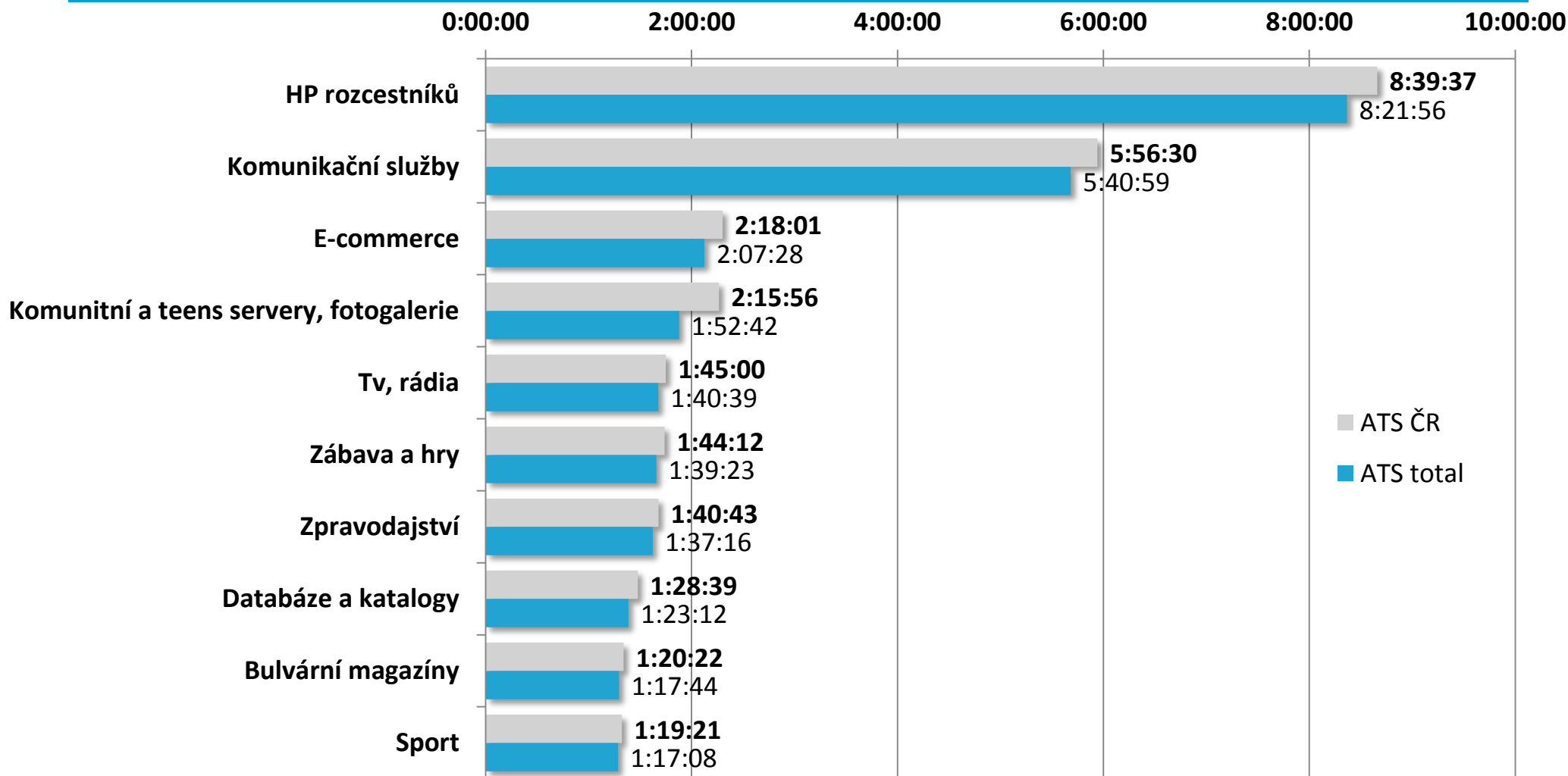
TOP 10 kategorií podle počtu návštěvníků (RU) – Duben



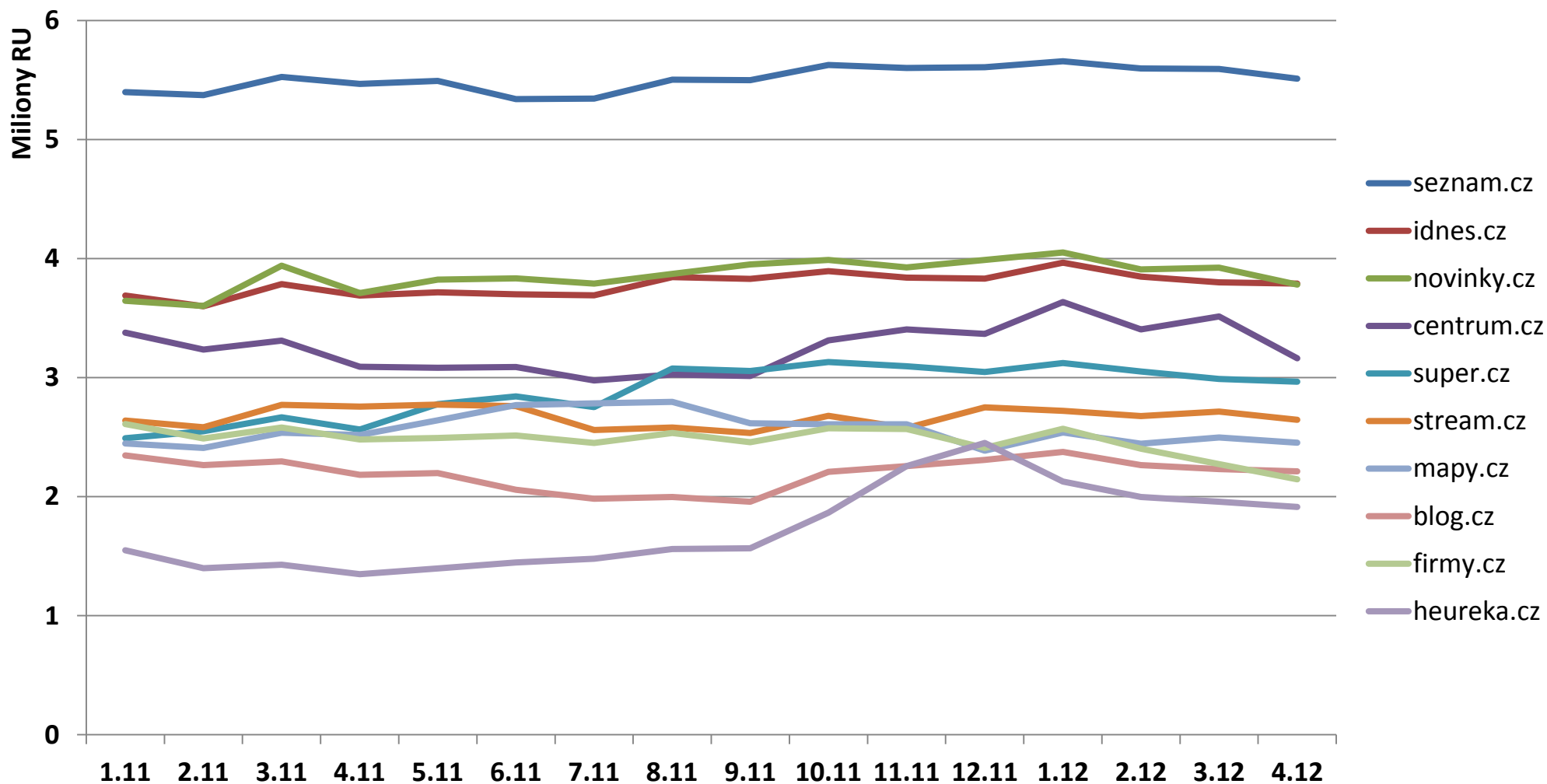
TOP 10 kategorií podle počtu shlédnutých stránek (PV) - Duben



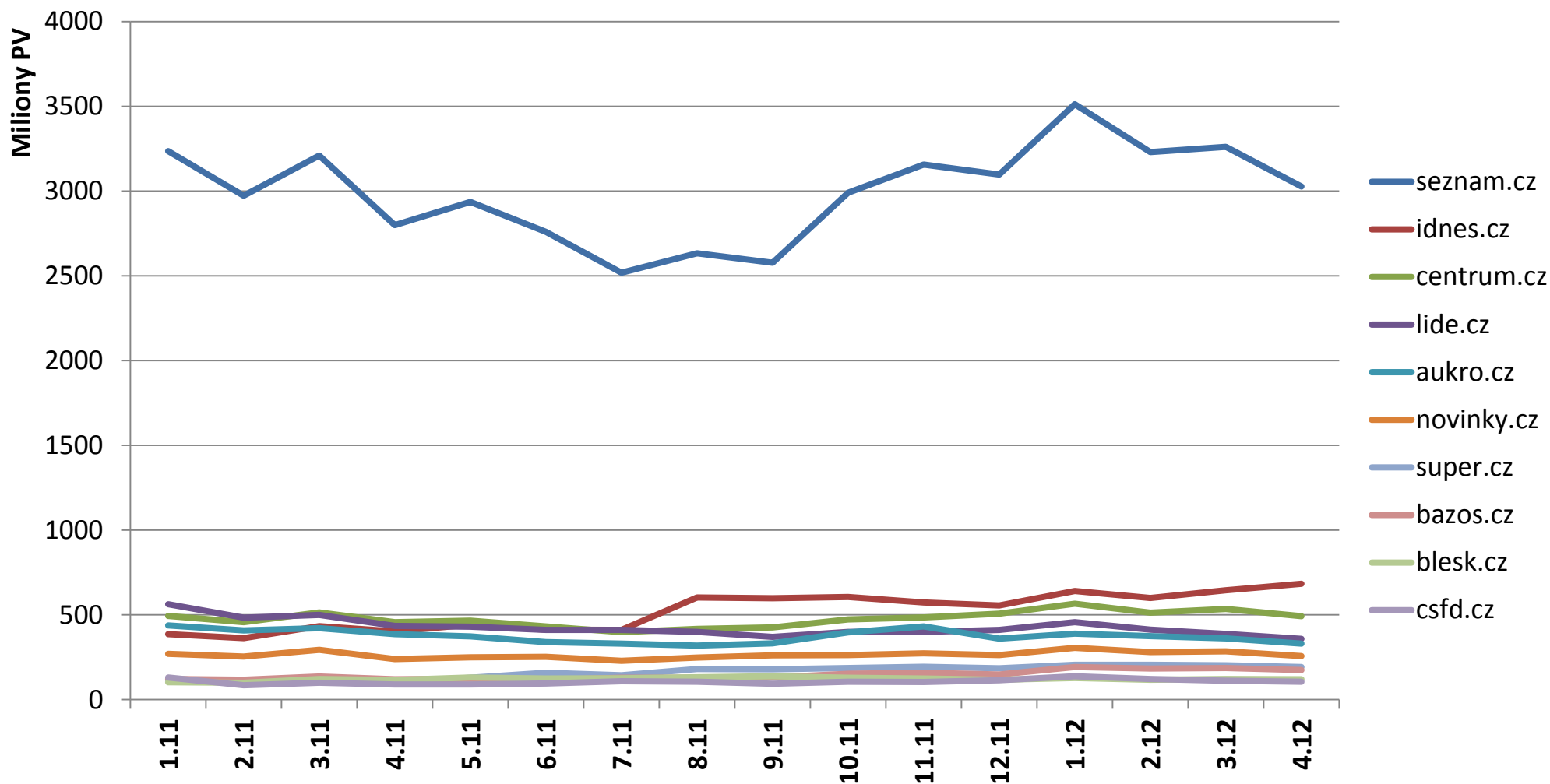
TOP 10 kategorií podle průměrného stráveného času na 1 RU



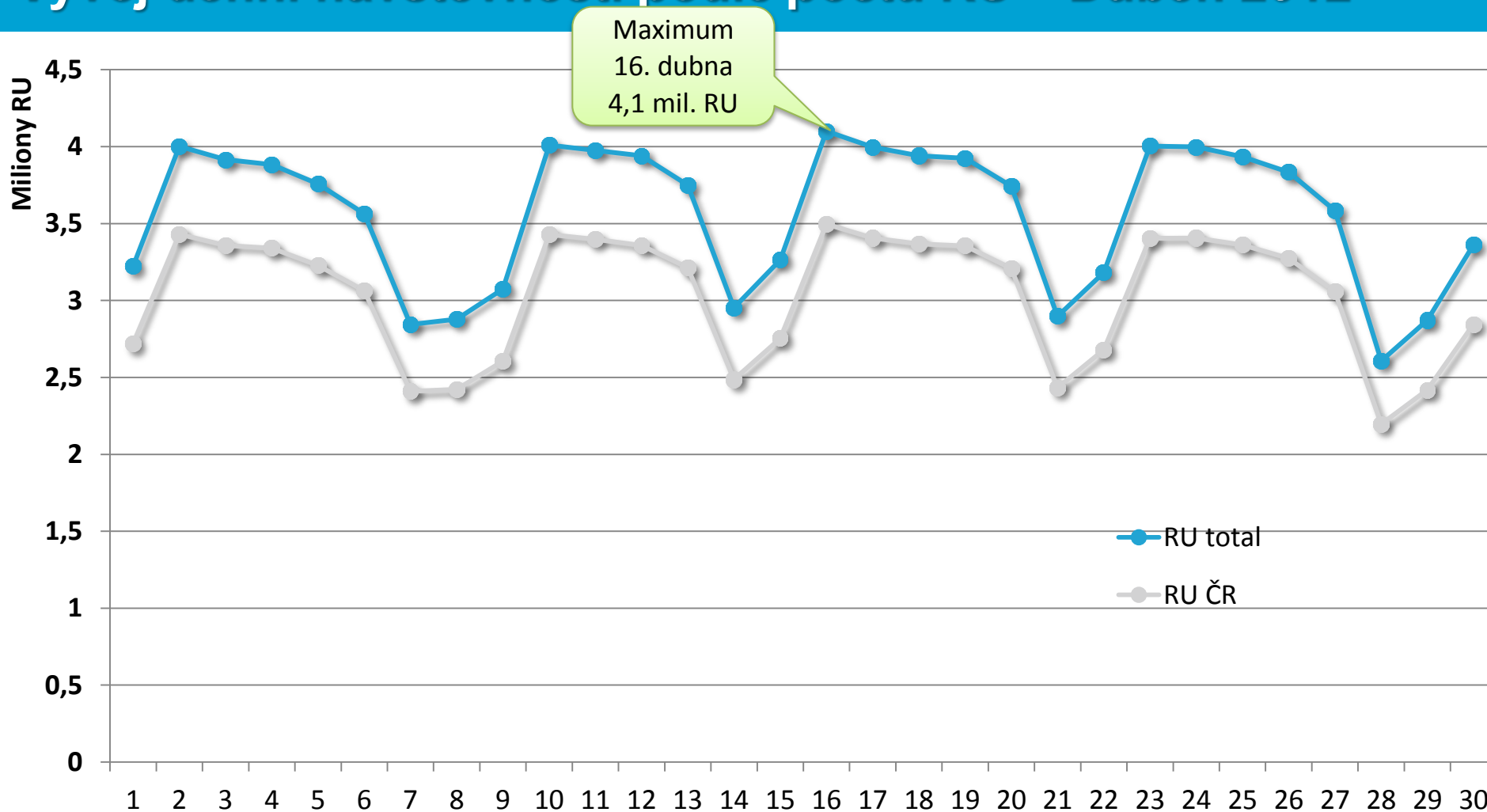
Vývoj počtu RU z ČR+zahraničí u TOP10 serverů



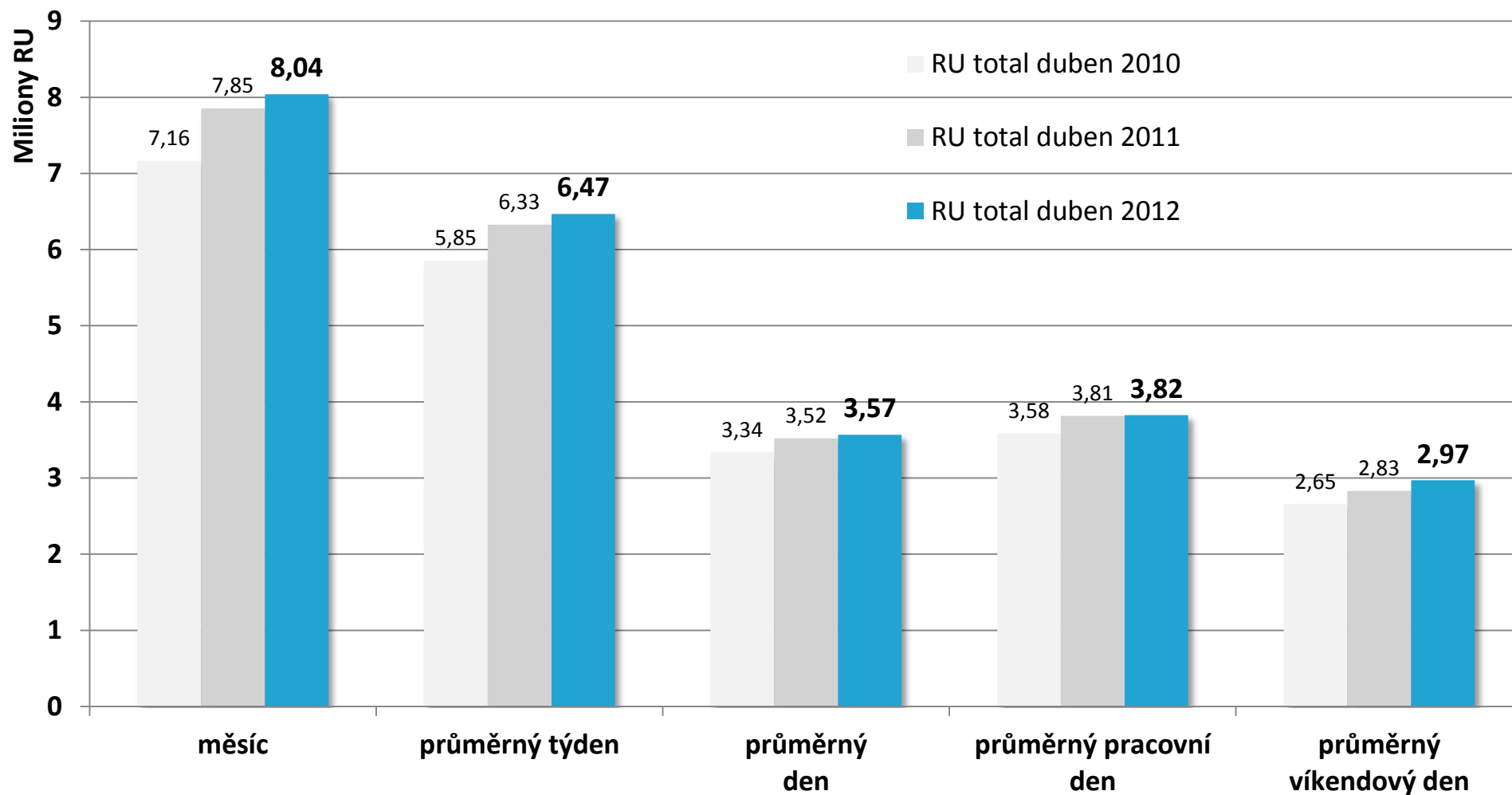
Vývoj počtu PV z ČR+zahraničí u TOP10 serverů



Vývoj denní návštěvnosti podle počtu RU – Duben 2012



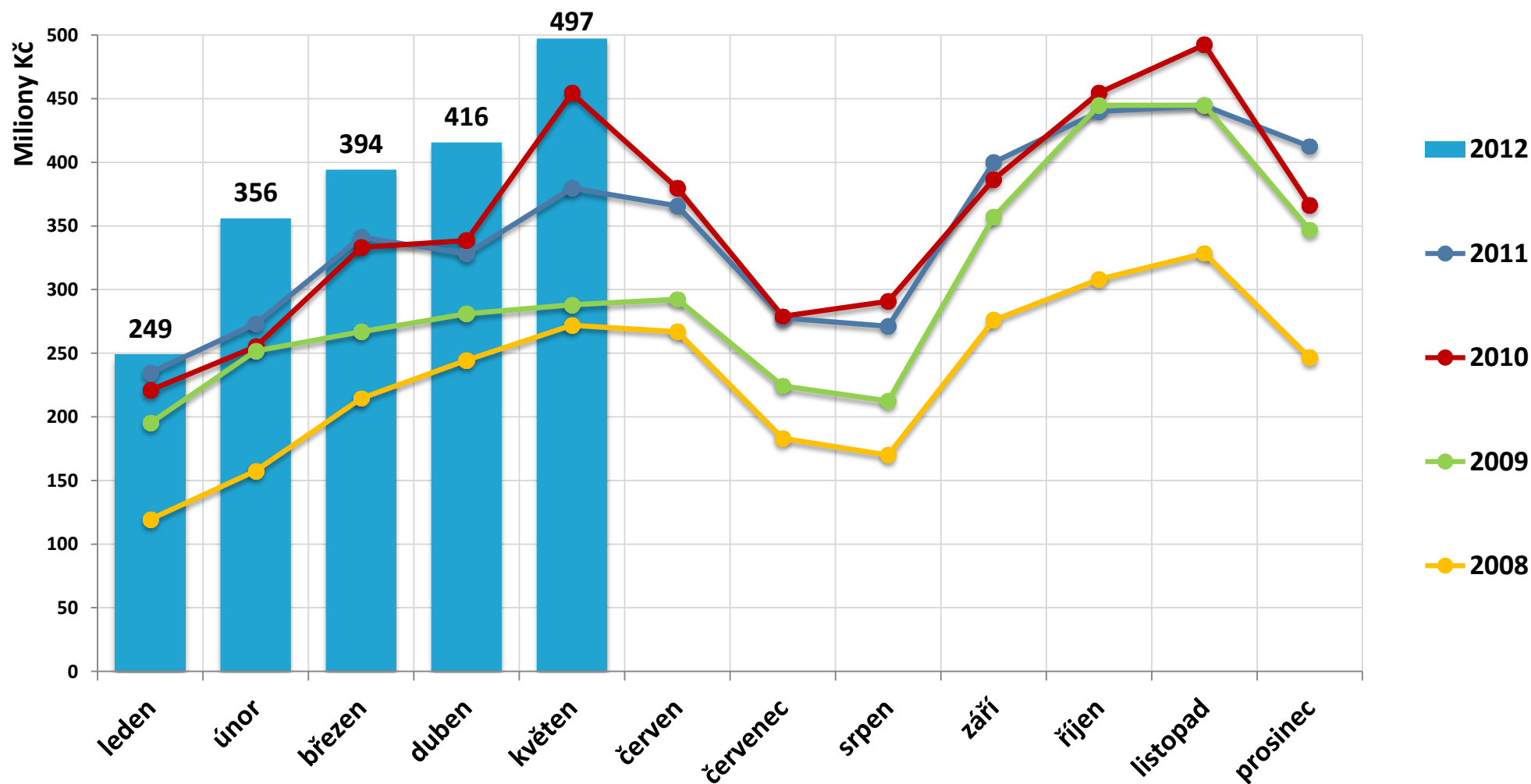
Počty RU za měsíc, průměrný týden a den (ČR+zahr.)





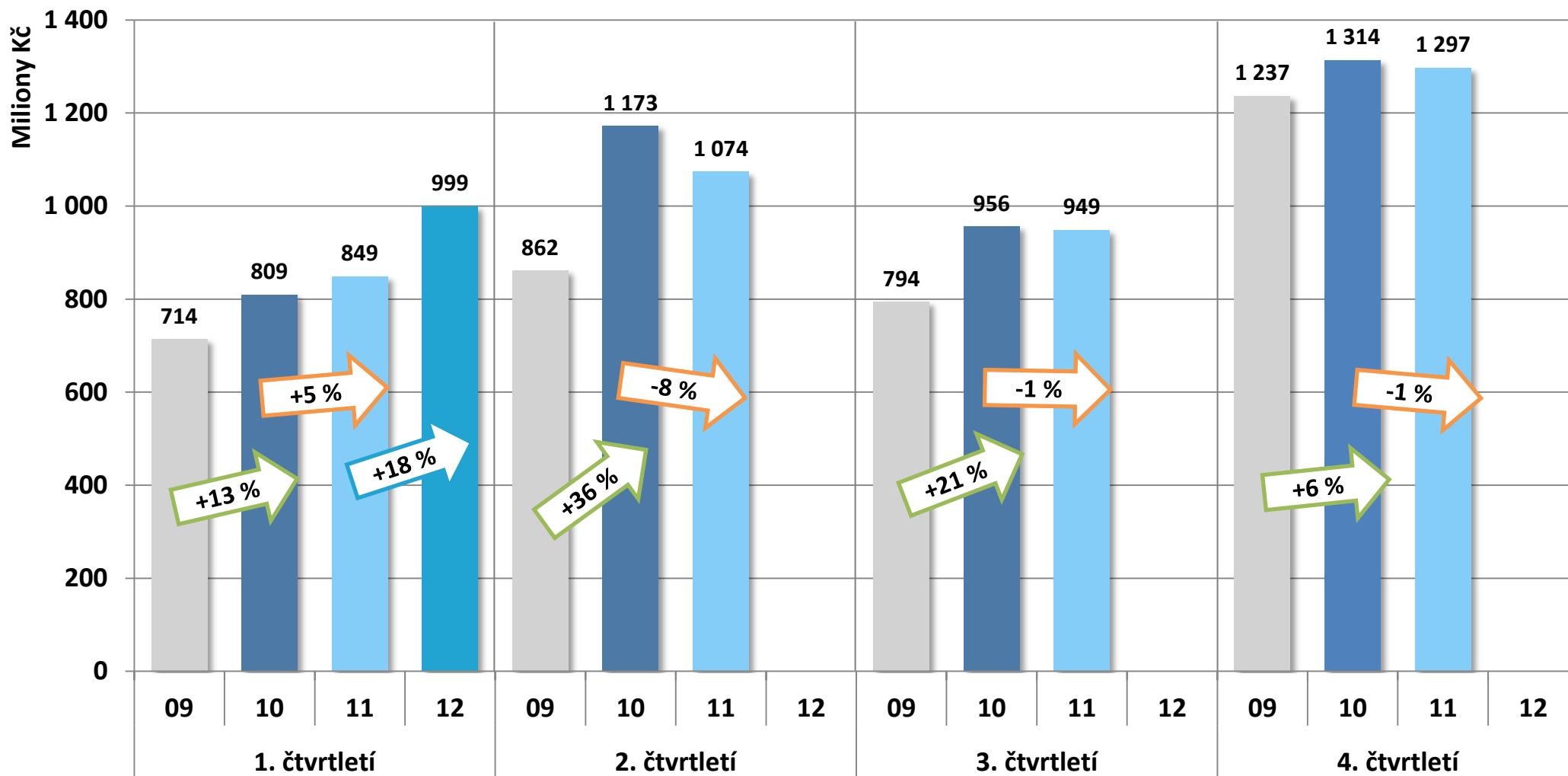
2. Výsledky AdMonitoring Květen 2012

Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (1)

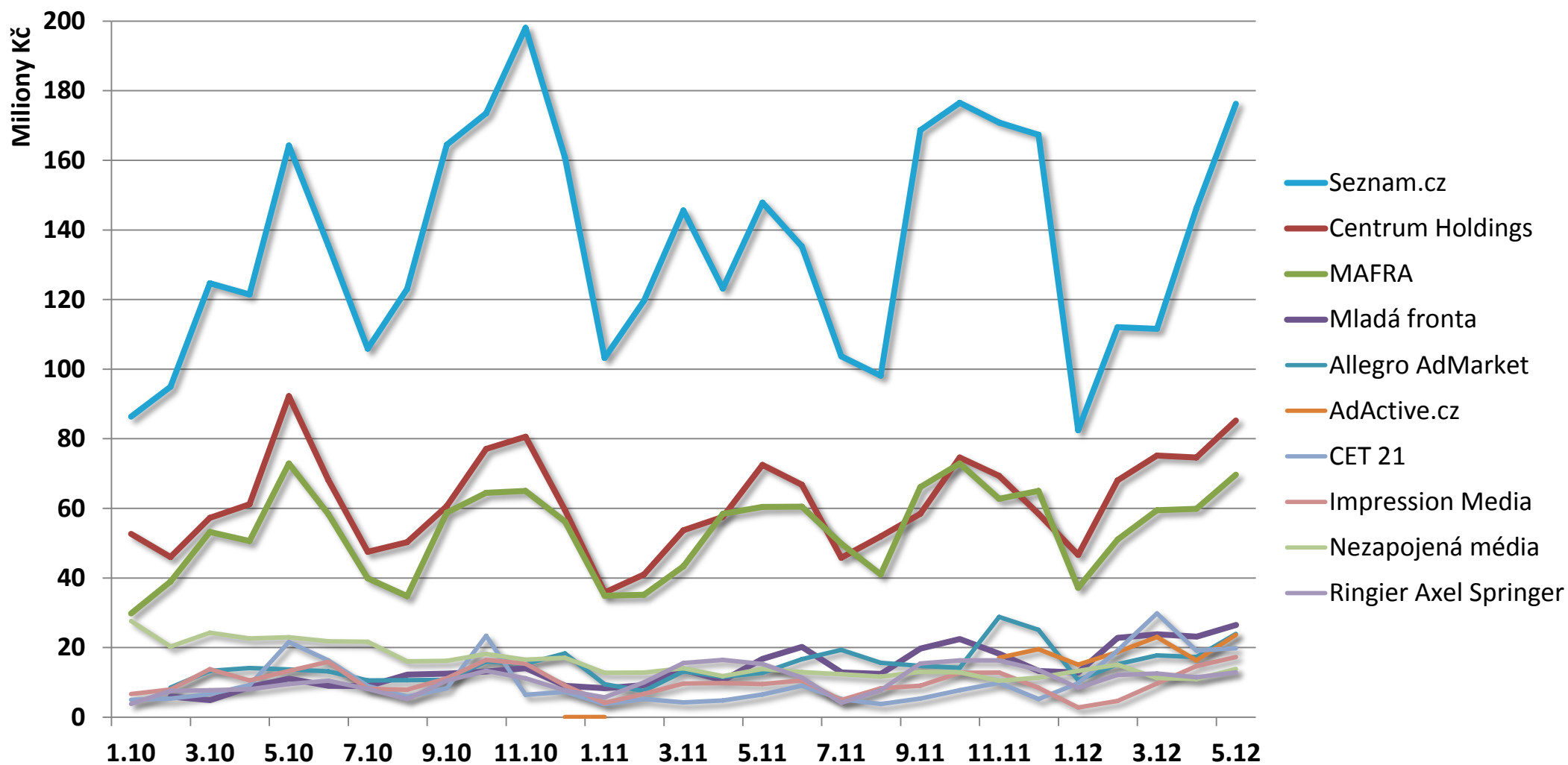




Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (2)

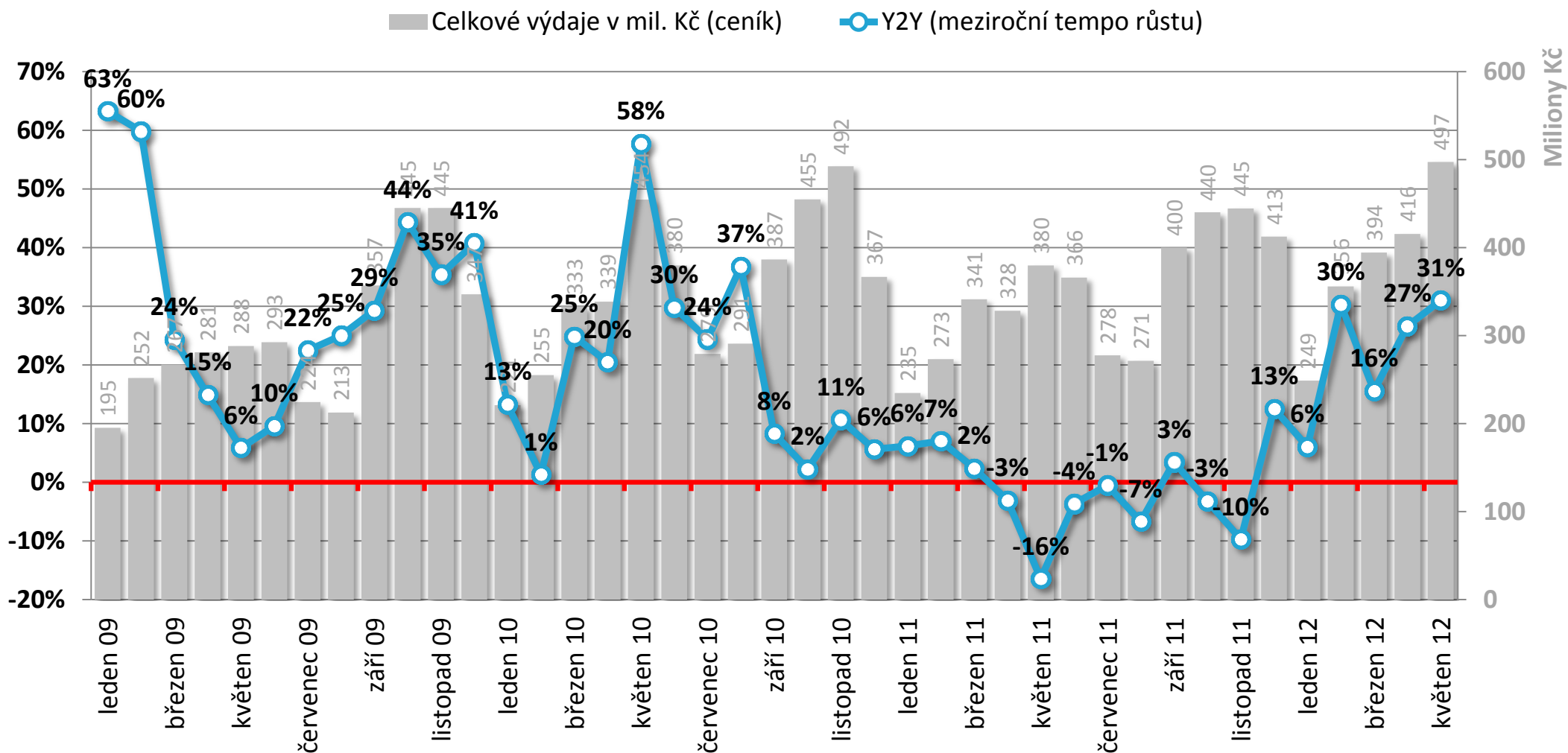


Vývoj výdajů do display reklamy – TOP10 provozovatelů



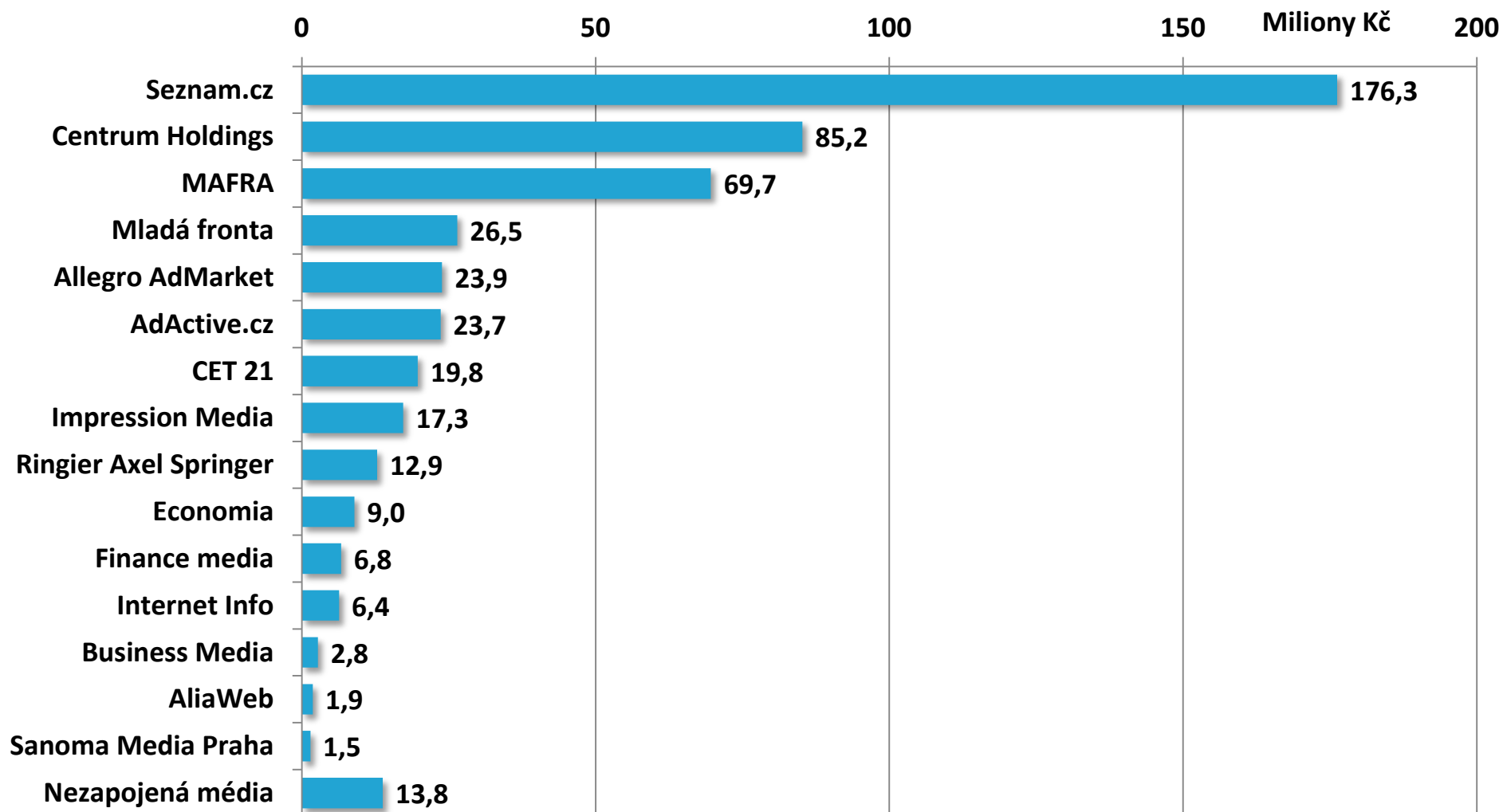


Meziroční změny výdajů do internetové display reklamy (Y2Y)



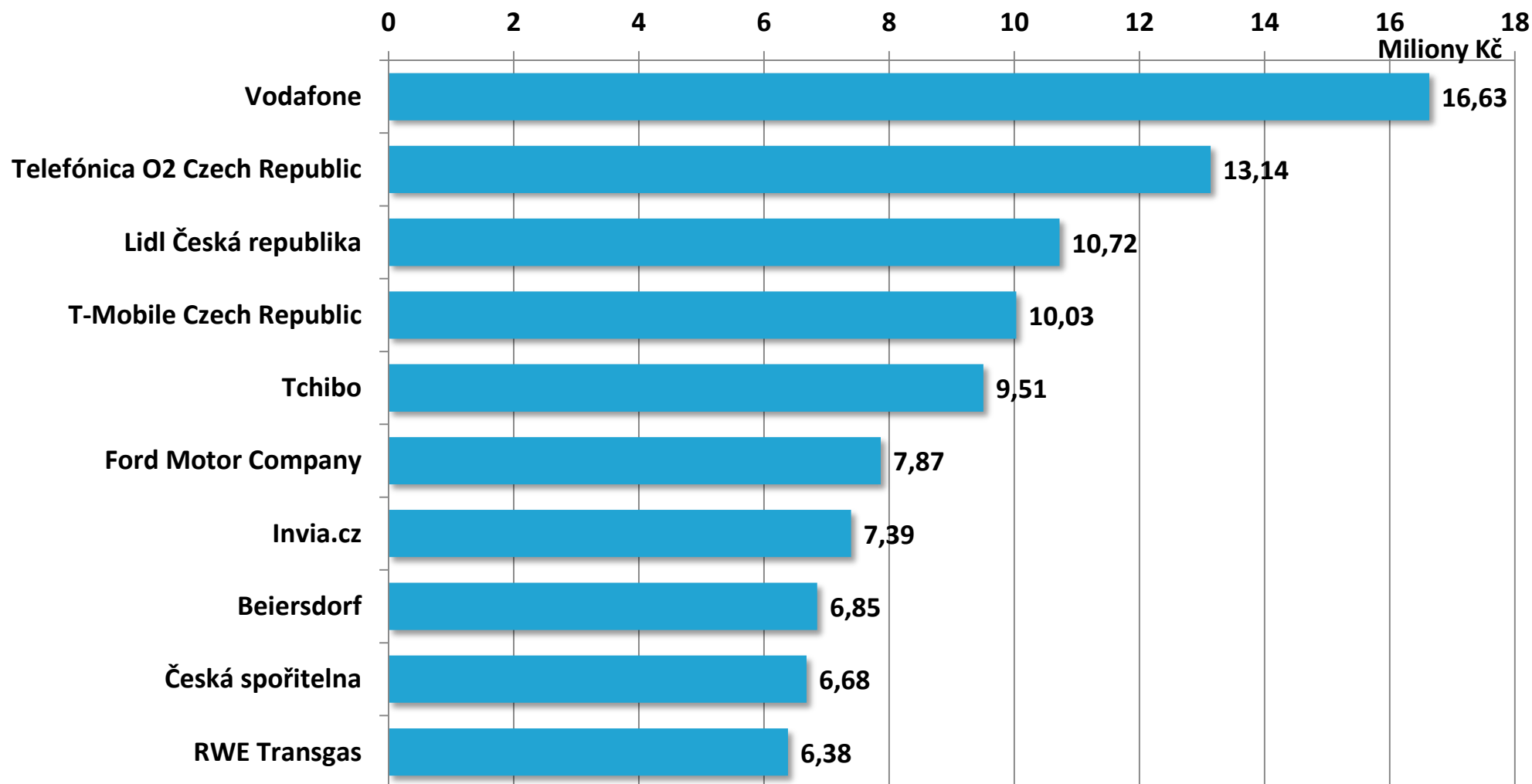


Provozovatelé podle celkových reklamních výkonů – Květen 2012



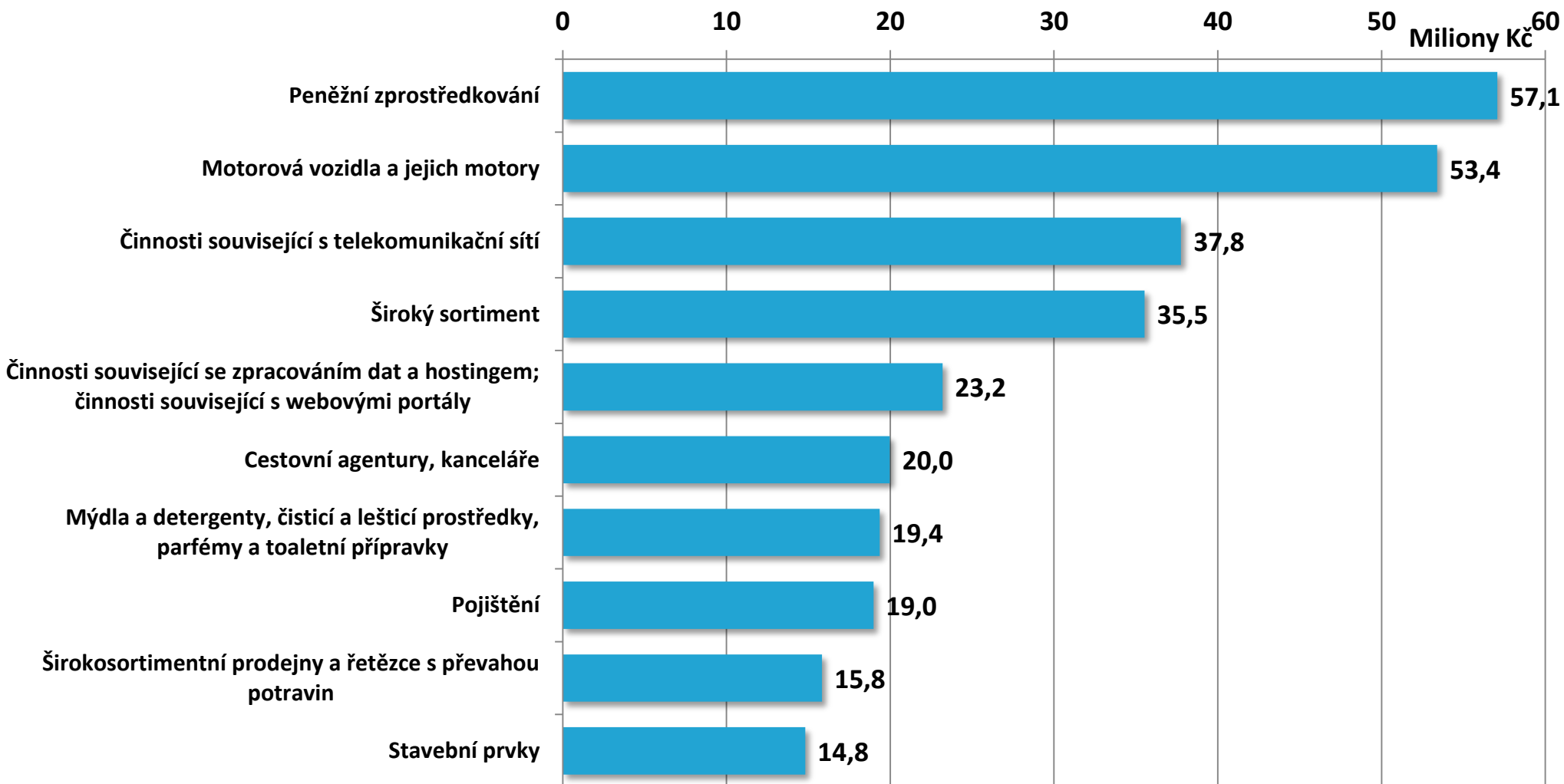


TOP 10 zadavatelů – Květen 2012





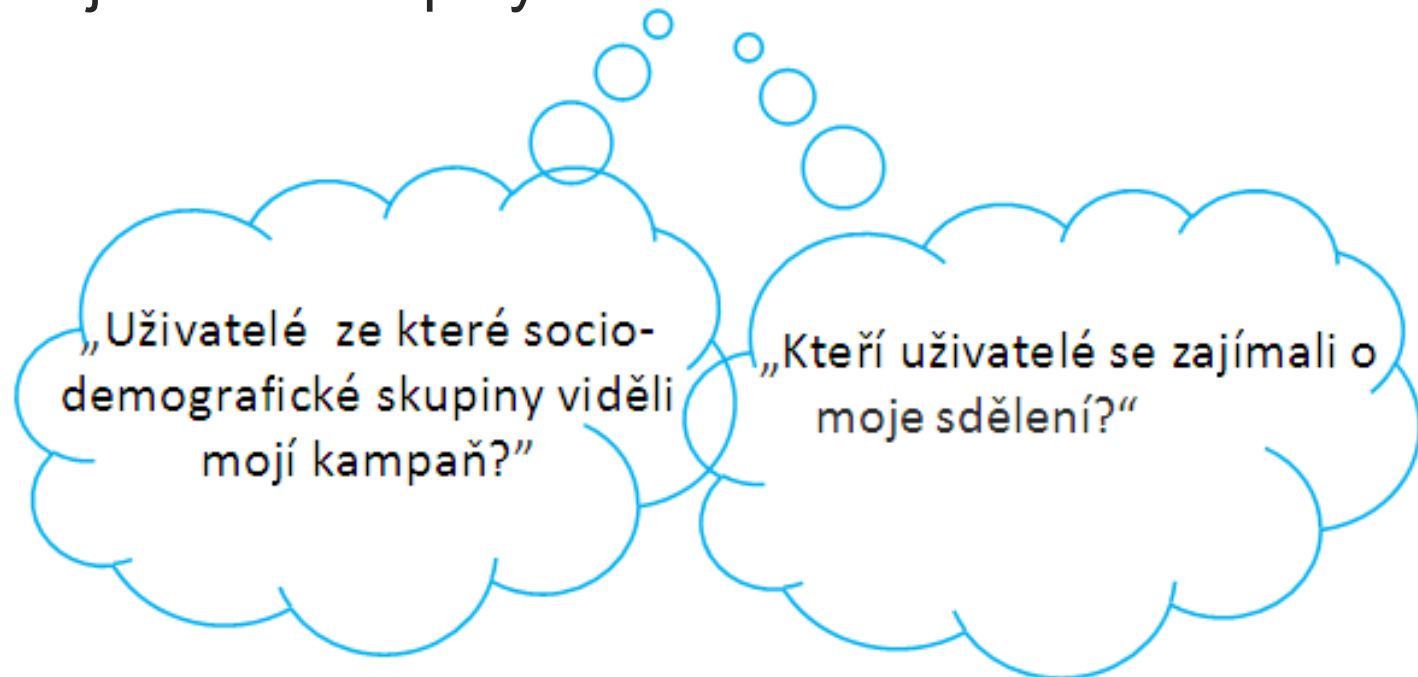
TOP 10 produktových segmentů – Květen 2012



3. Analýzy kampaní

Analýzy kampaní – AdEffect

- Kvalitativní audit reklamní kampaně na internetu
- Účel: porovnání záměru - naplánování kampaně a reality – jejího skutečného zásahu
- odpovídá na otázku, jak byla kampaň úspěšná z hlediska zásahu mojí cílové skupiny



Analýzy kampaní – AdEffect

**Měřicí
kódy**

„tvrdá“ data z
kampaně



**Panel
NetMonitor**

Profily
panelistů



**Informace
o profilu
uživatelů**

Analýzy kampaní - AdEffect

- AdEffect bude dostupný ve 2 verzích, které se liší rozsahem poskytovaných informací: MINI a FULL
- Délka kampaně až 3 měsíce
- Výstupy jsou porovnatelné s daty NetMonitoru
- Data lze analyzovat podle domén a subdomén až do úrovně jednotlivých umístění kreativ.



4. Mediascope

Mediascope

- Mezinárodní Výzkumný projekt IAB Europe, SPIR se účastní poprvé, celkem 28 evropských zemí
- Hlavní témata:
 - Mediální chování
 - používání internetu, online aktivity
 - e-commerce, vztah ke značkám v online prostředí
 - vlastnictví mobilů, smartphonů, mobilní aktivity

5. Samoregulace obsahu (pravidla přebírání obsahu na internetu)

Samoregulace obsahu na internetu

- Srozumitelný výklad přebírání obsahu pro tvůrce původního obsahu a jejich přebíratele – definice standardu trhu
- Vznikl na základě potřeby trhu (autorský zákon, EC)
- Doporučené postupy, při jejichž dodržení je možné cizí obsah využívat
- Možnost všech subjektů přihlásit se ke Kodexu na stránkách SPIR (www.samoregulaceobsahu.cz)
- Vznik Komise samoregulátora obsahu SPIR

6. Agenda SPIR

Agenda SPIR

- Nová vlna měření NetMonitor se společností Gemius
- Analýzy reklamních kampaní
- Mobilní měření
- Proběhla Valná hromada SPIR
- Nový ceník platný od 1.8. 2012
- Vyšla výkladová brožura audiovizuálního zákona

Děkujeme Vám za pozornost

