



Prezentace výzkumných projektů SPIR

- zkrácená verze -

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

13. června 2012, Klub cestovatelů

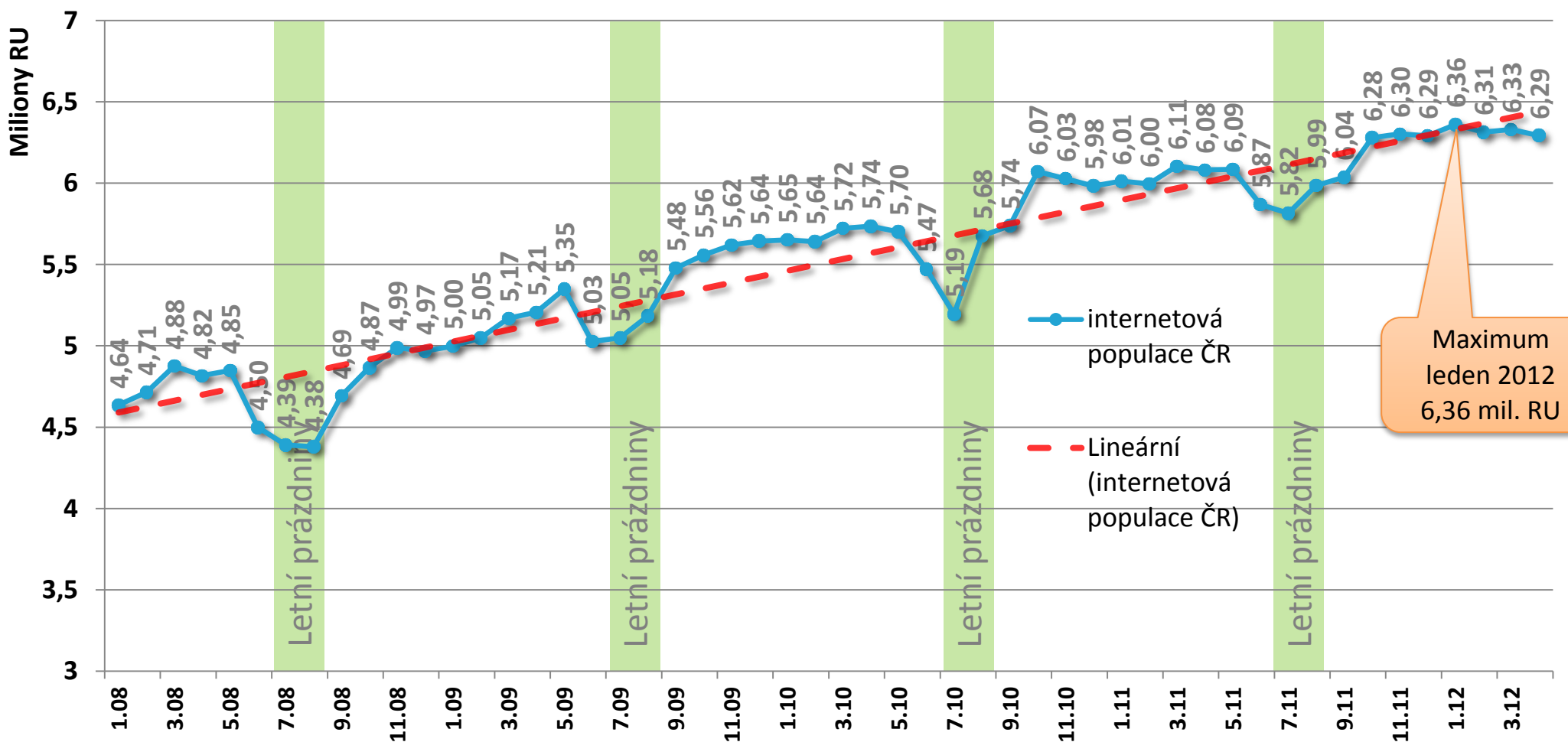


- 1. Výsledky NetMonitor**
- 2. Výsledky AdMonitoring**
- 3. Analýzy kampaní**
- 4. MediaScope**
- 5. Samoregulace obsahu**
- 6. Agenda SPIR**

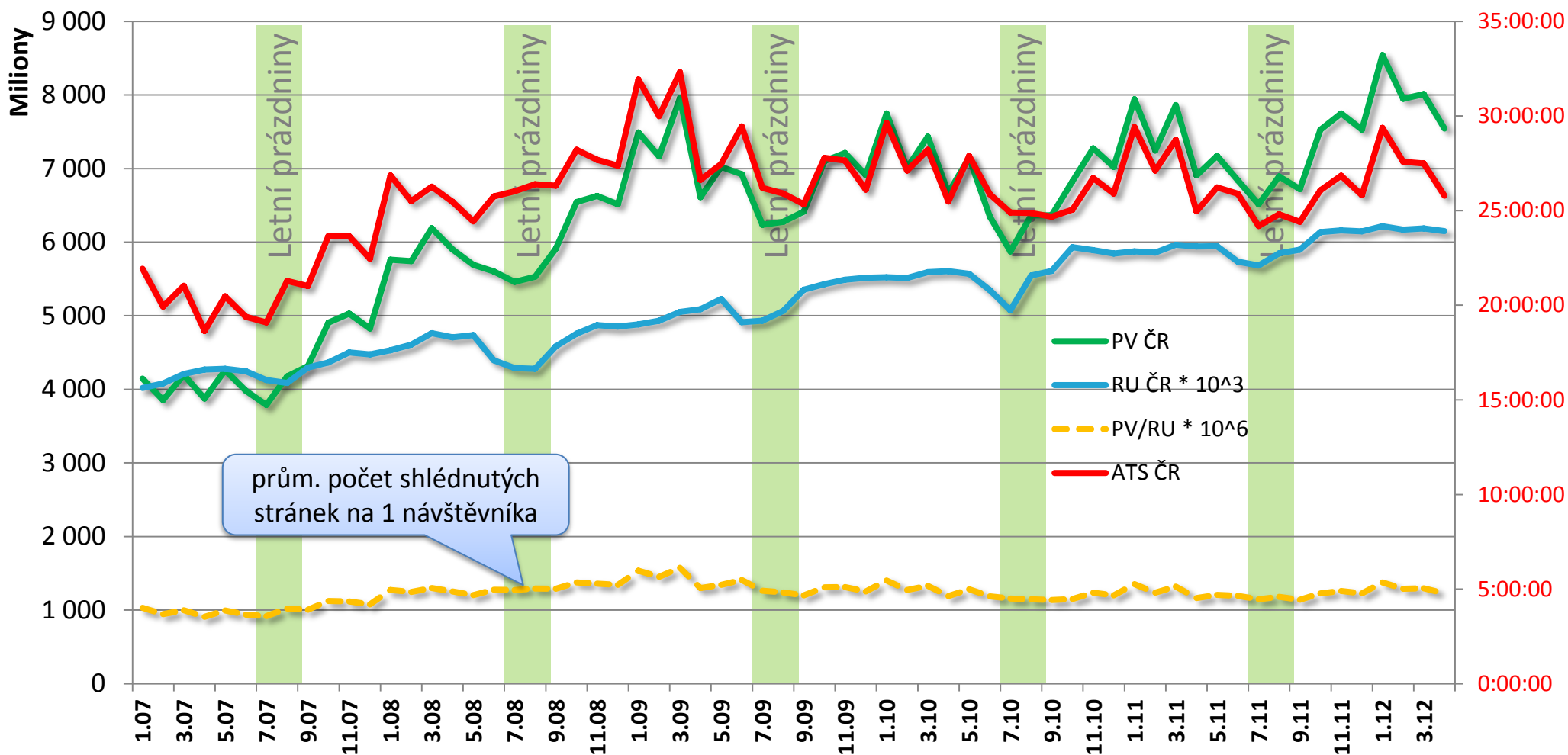
1. Výsledky NetMonitor

Duben 2012

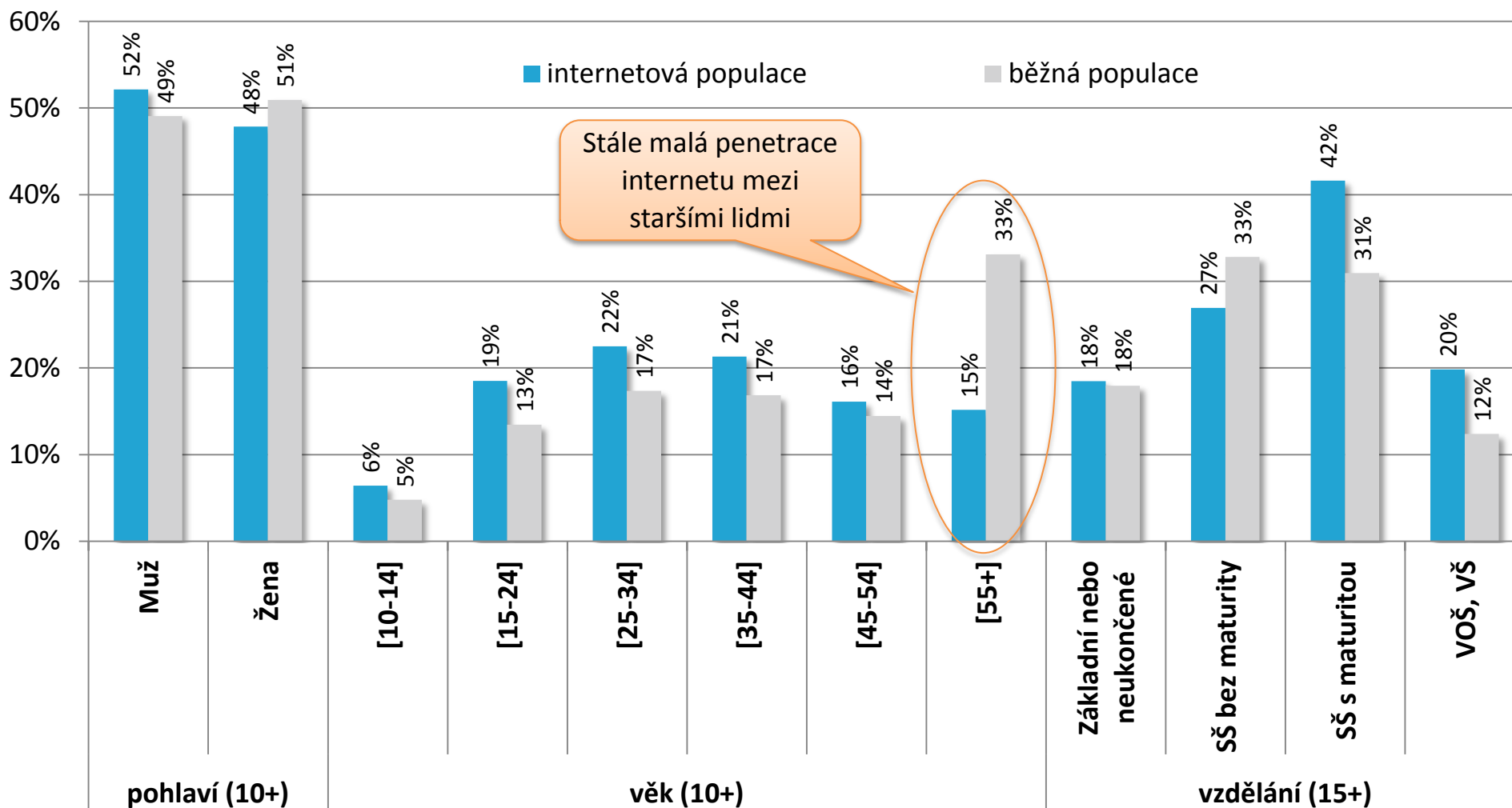
Vývoj velikosti internetové populace ČR



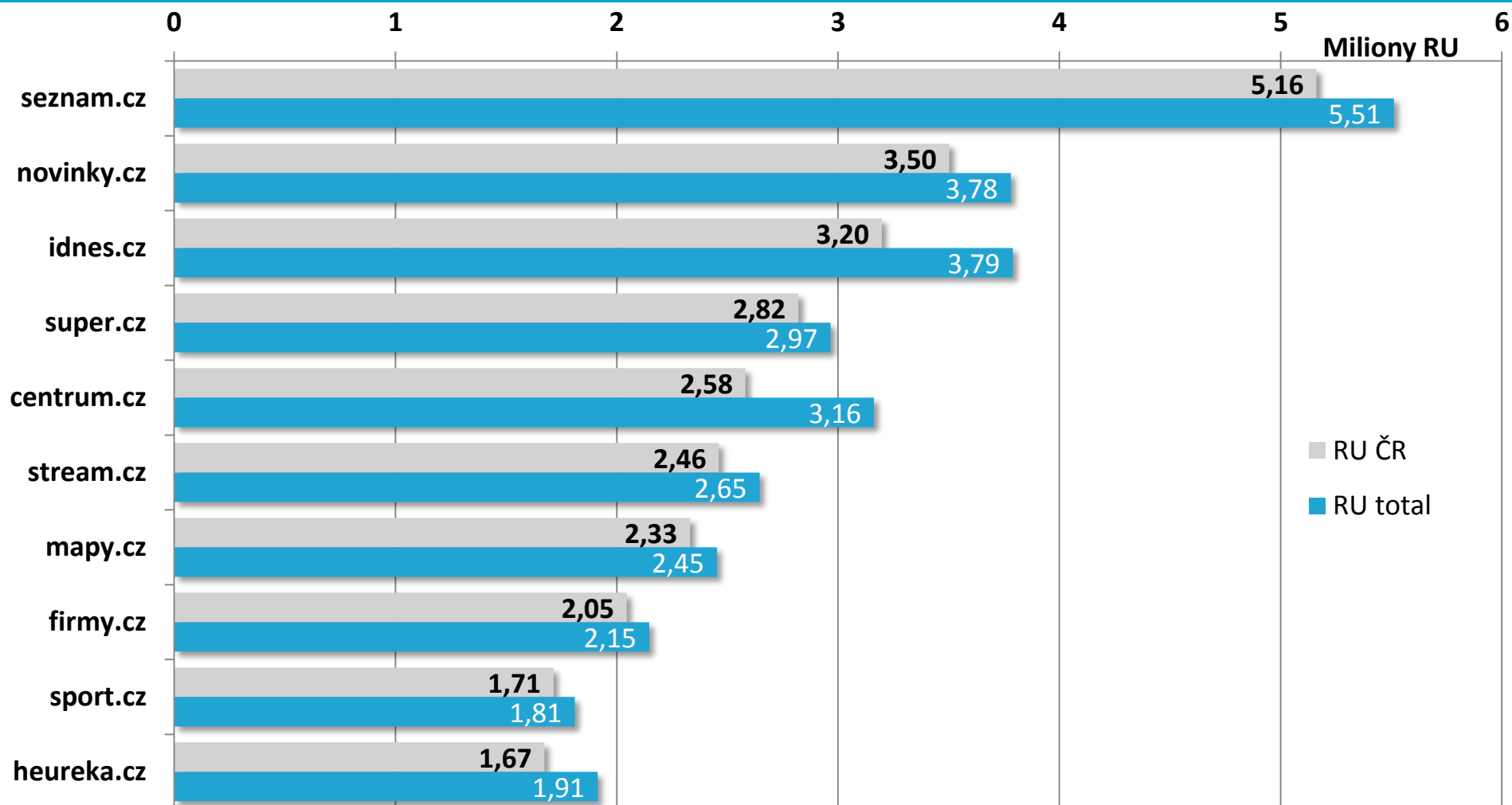
Vývoj ukazatelů návštěvnosti českého internetu



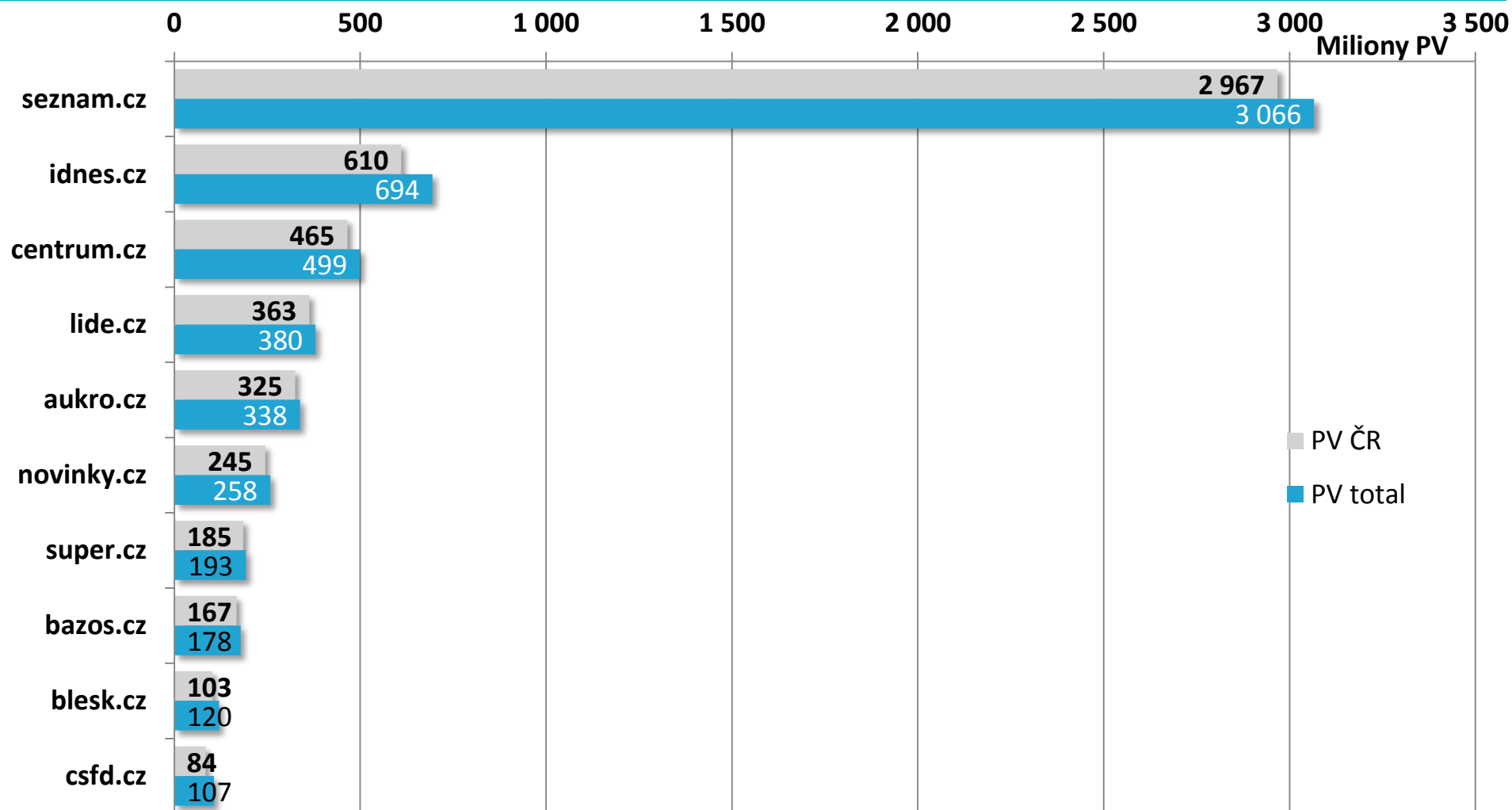
Základní sociodemografie návštěvníků



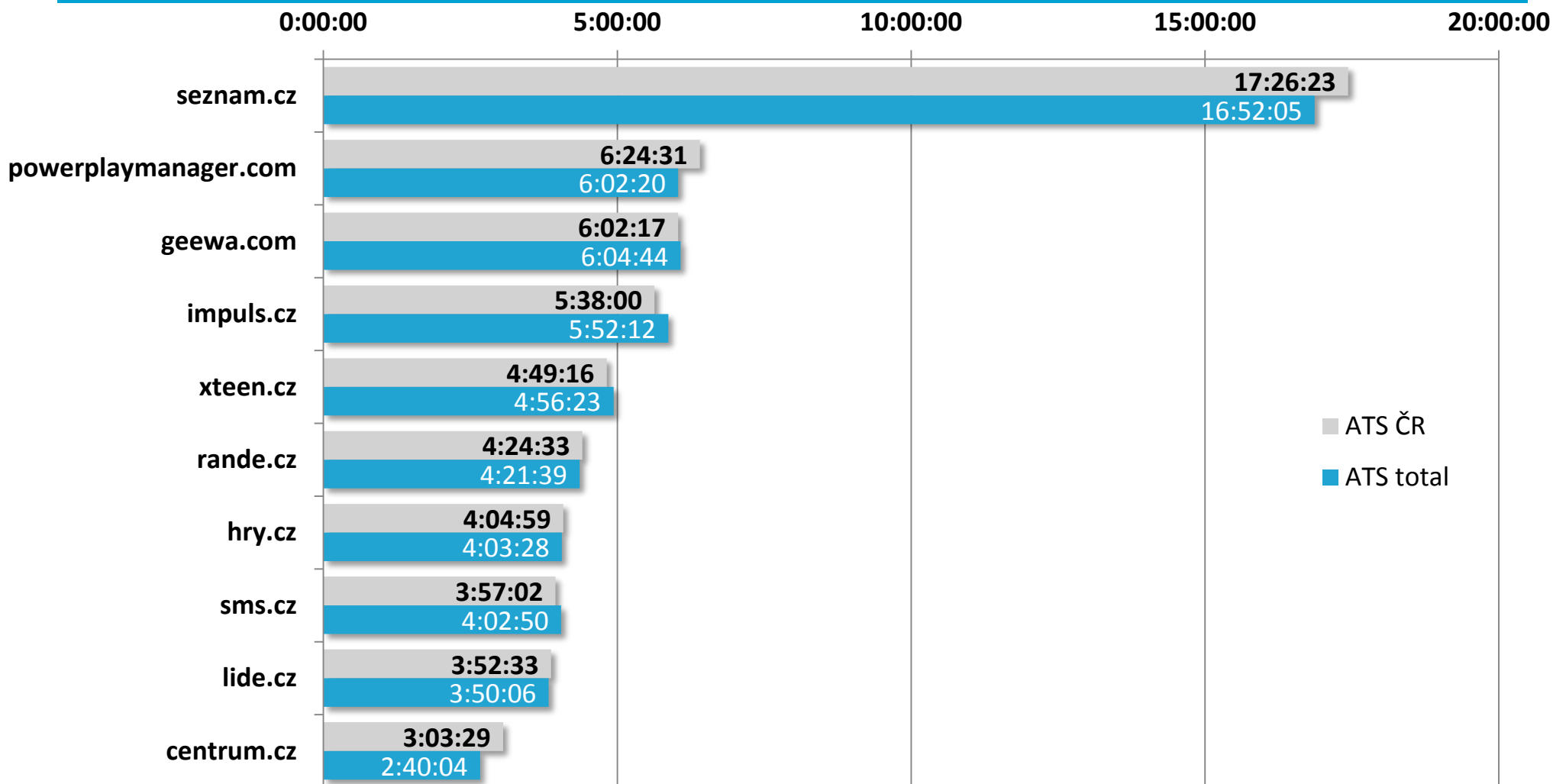
TOP 10 serverů podle počtu návštěvníků (RU) – Duben



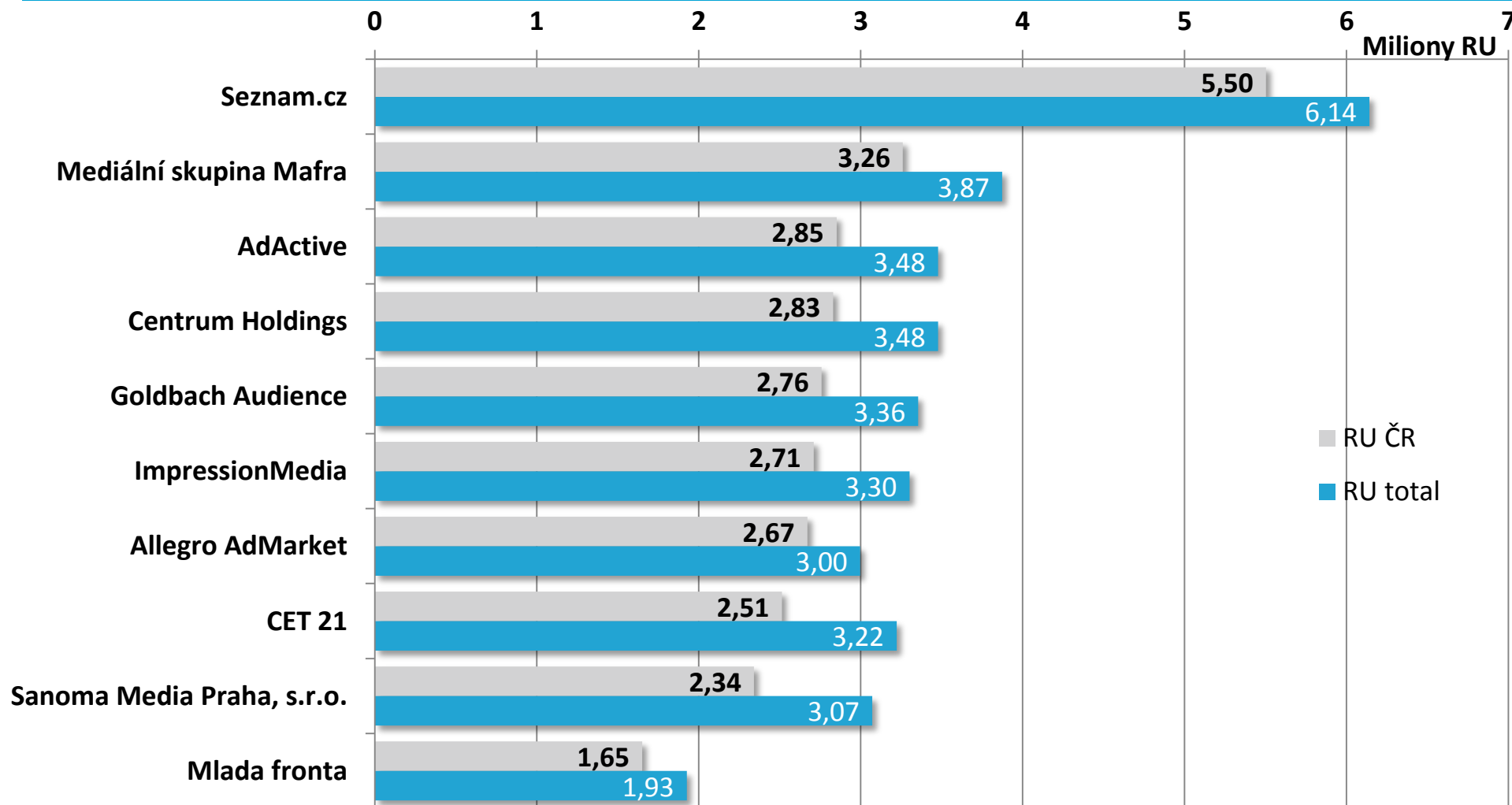
TOP 10 serverů podle počtu shlédnutých stránek (PV) – Duben



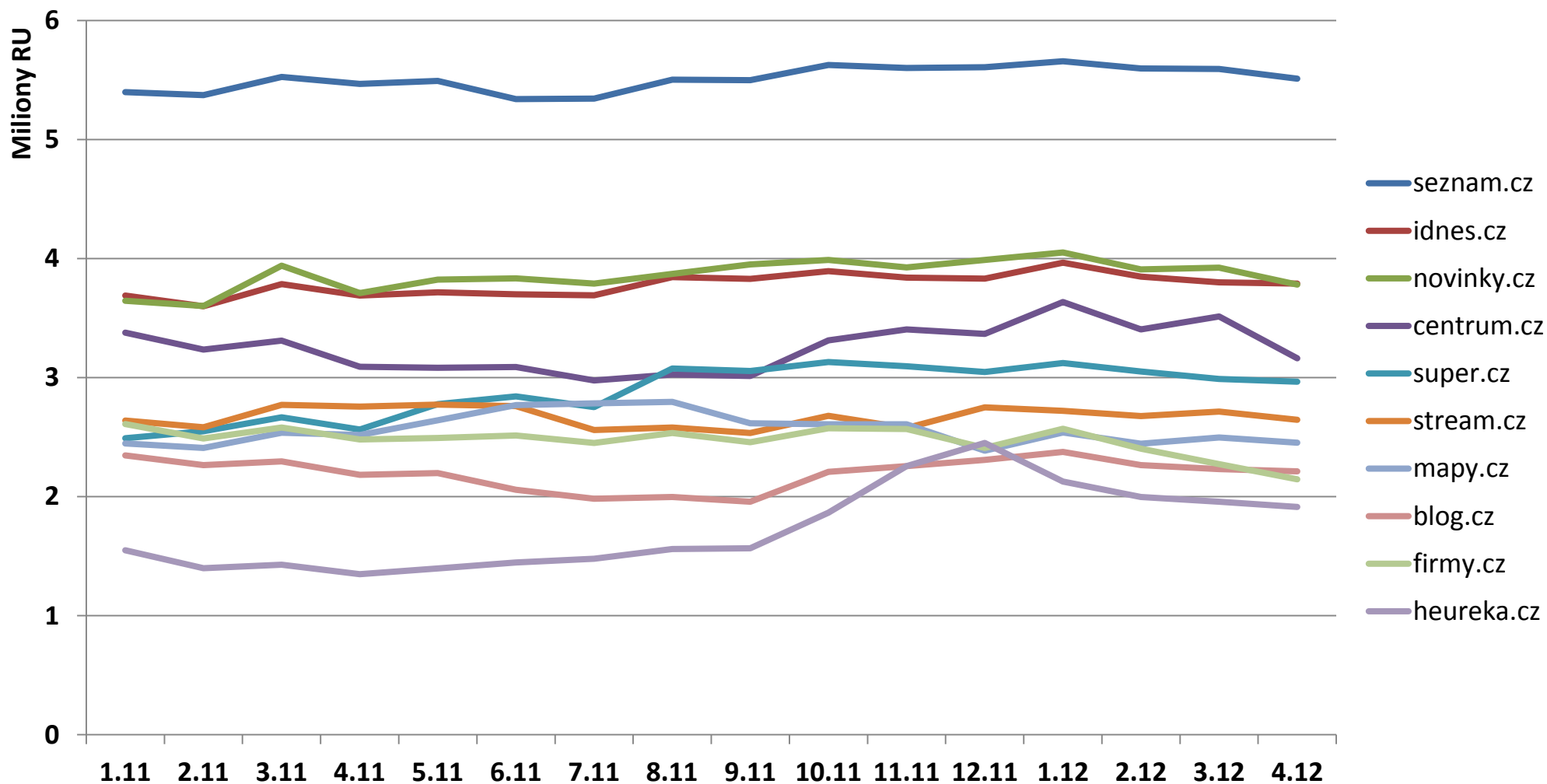
TOP 10 serverů podle průměrného stráveného času na 1 RU



TOP 10 provozovatelů podle počtu návštěvníků (RU) – Duben



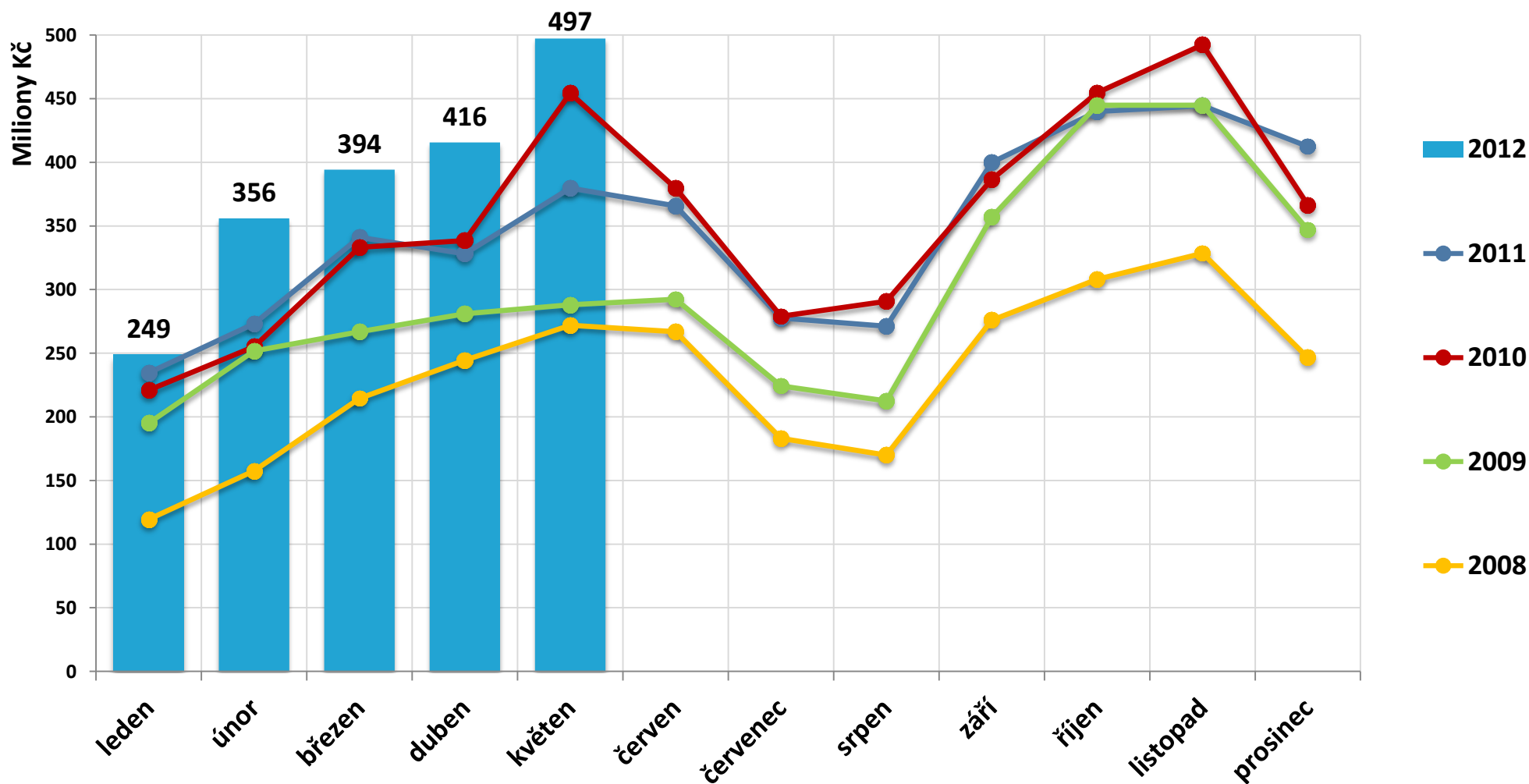
Vývoj počtu RU z ČR+zahraničí u TOP10 serverů





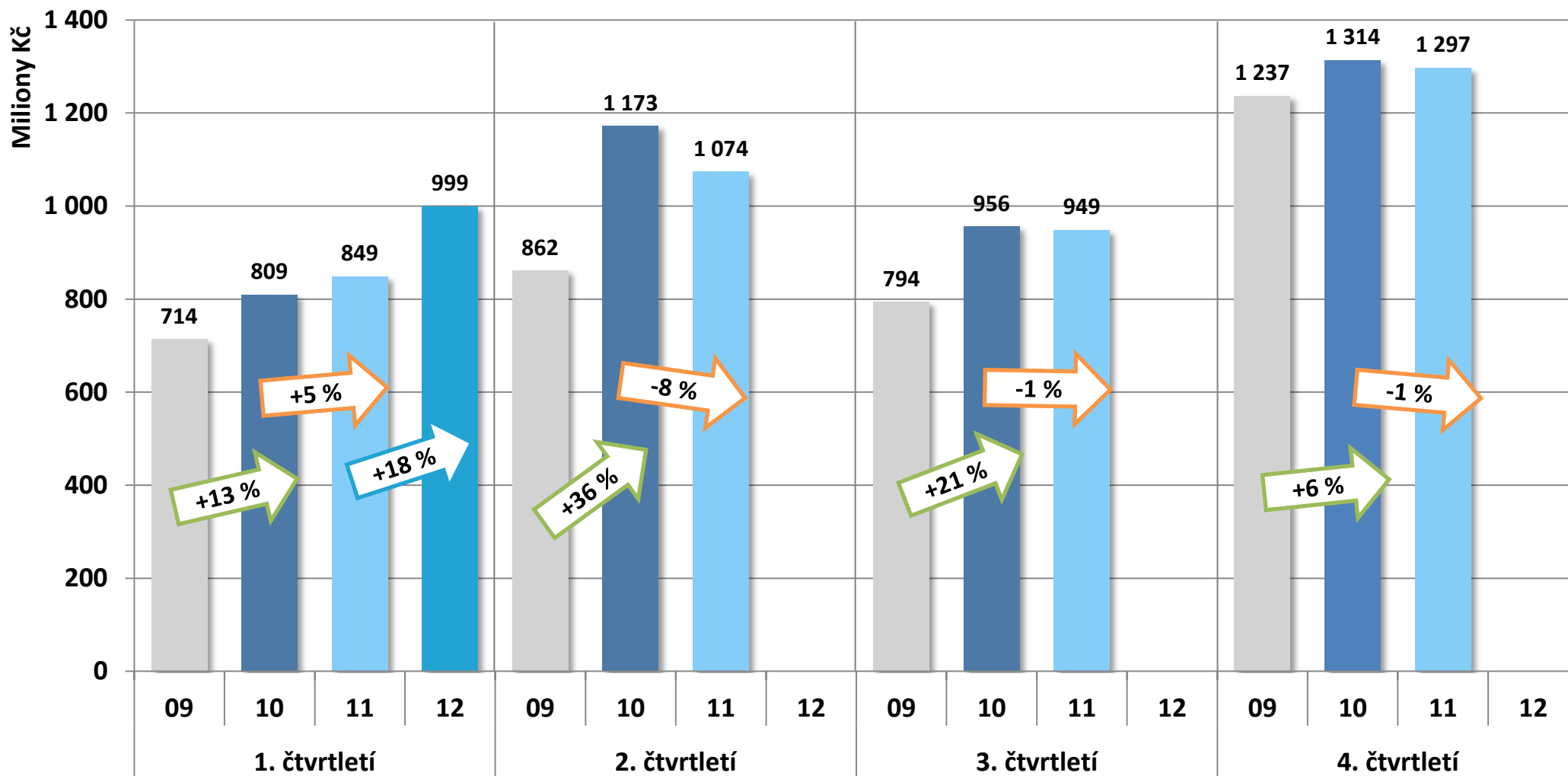
2. Výsledky AdMonitoring Květen 2012

Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (1)



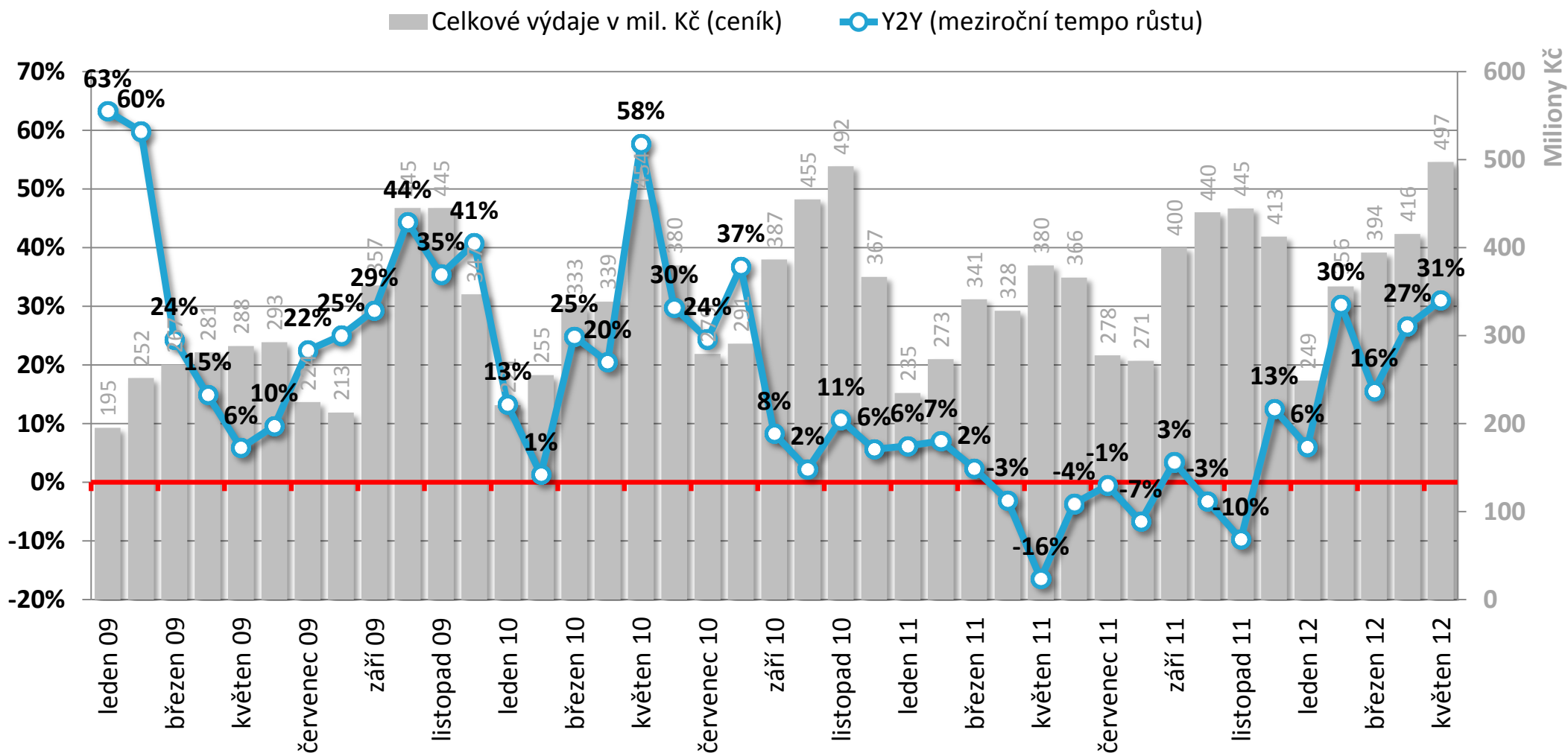


Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (2)



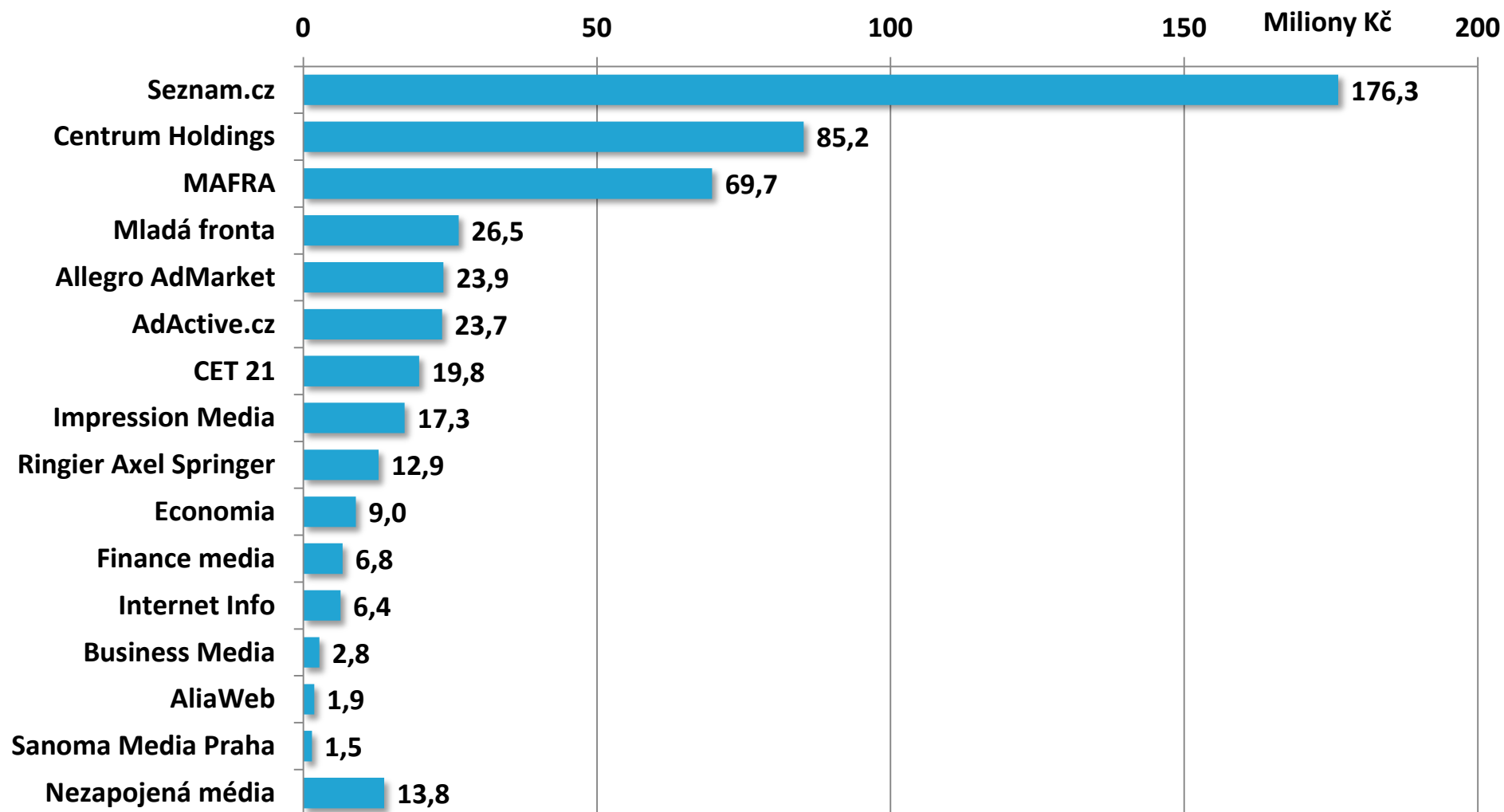


Meziroční změny výdajů do internetové display reklamy (Y2Y)



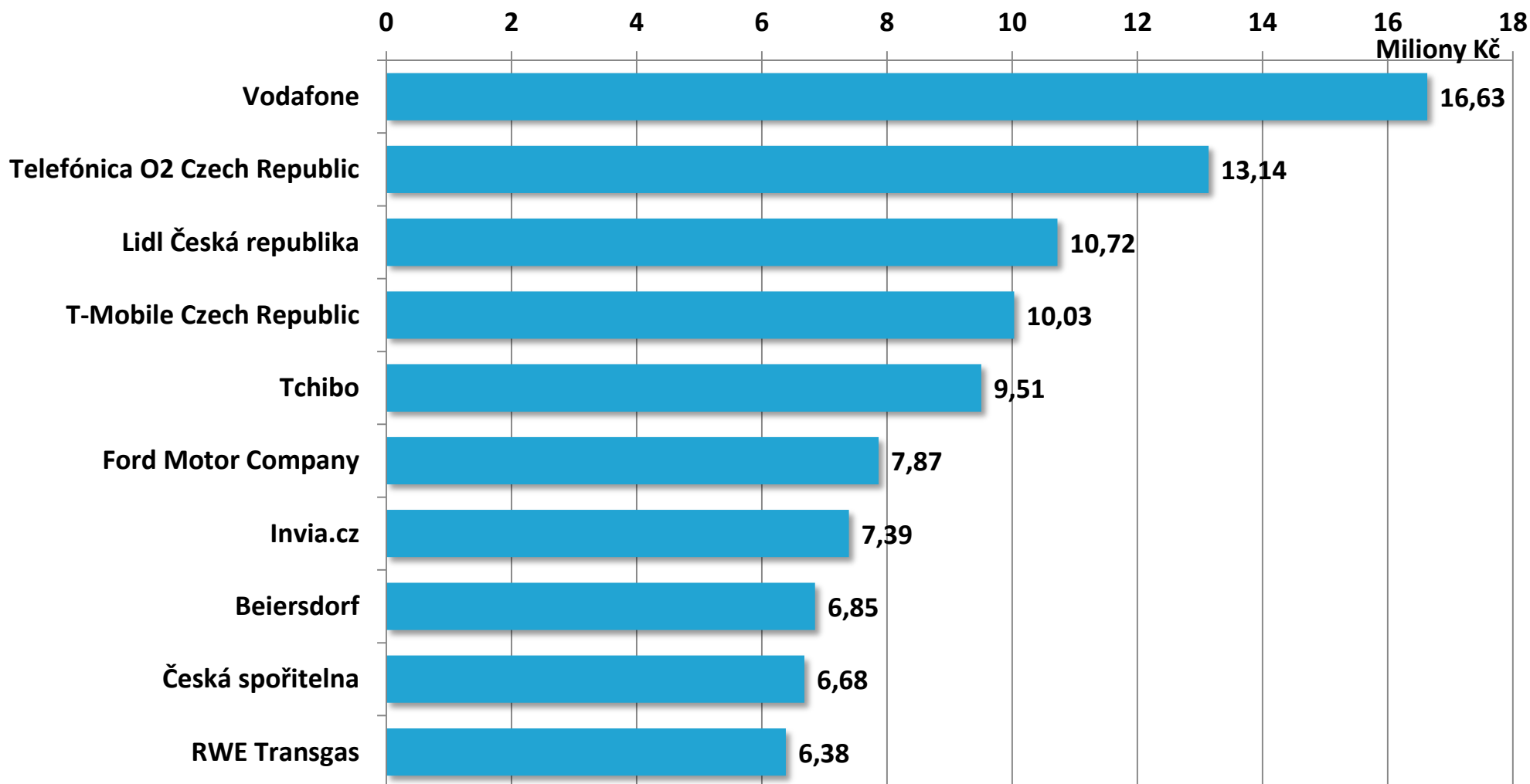


Provozovatelé podle celkových reklamních výkonů – Květen 2012



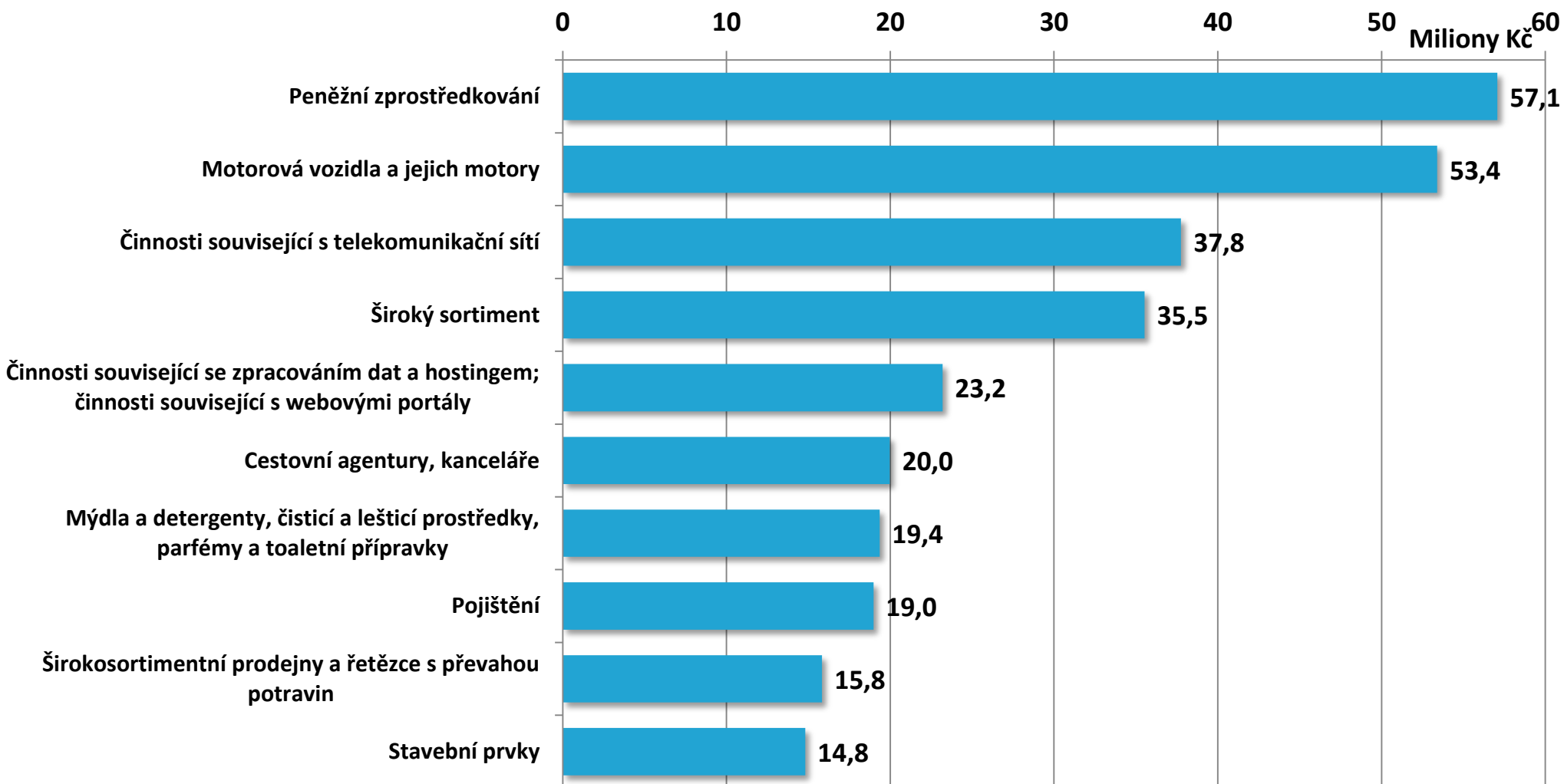


TOP 10 zadavatelů – Květen 2012





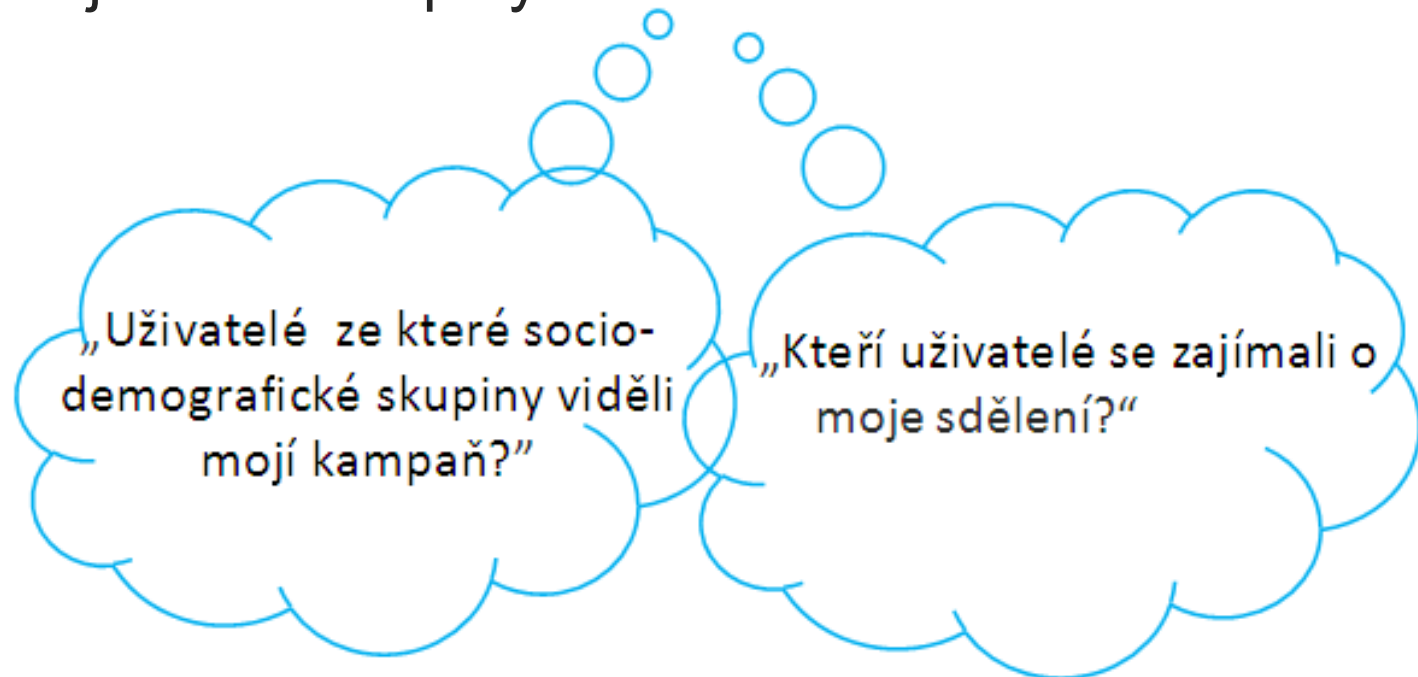
TOP 10 produktových segmentů – Květen 2012



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

