

# Prezentace výzkumných projektů SPIR

- podrobná verze -

Výsledky za leden (NM) a únor (AdM) 2015

17. března 2015, Klub cestovatelů

 **NetMonitor**

  
mediaresearch

 **AdMonitoring**

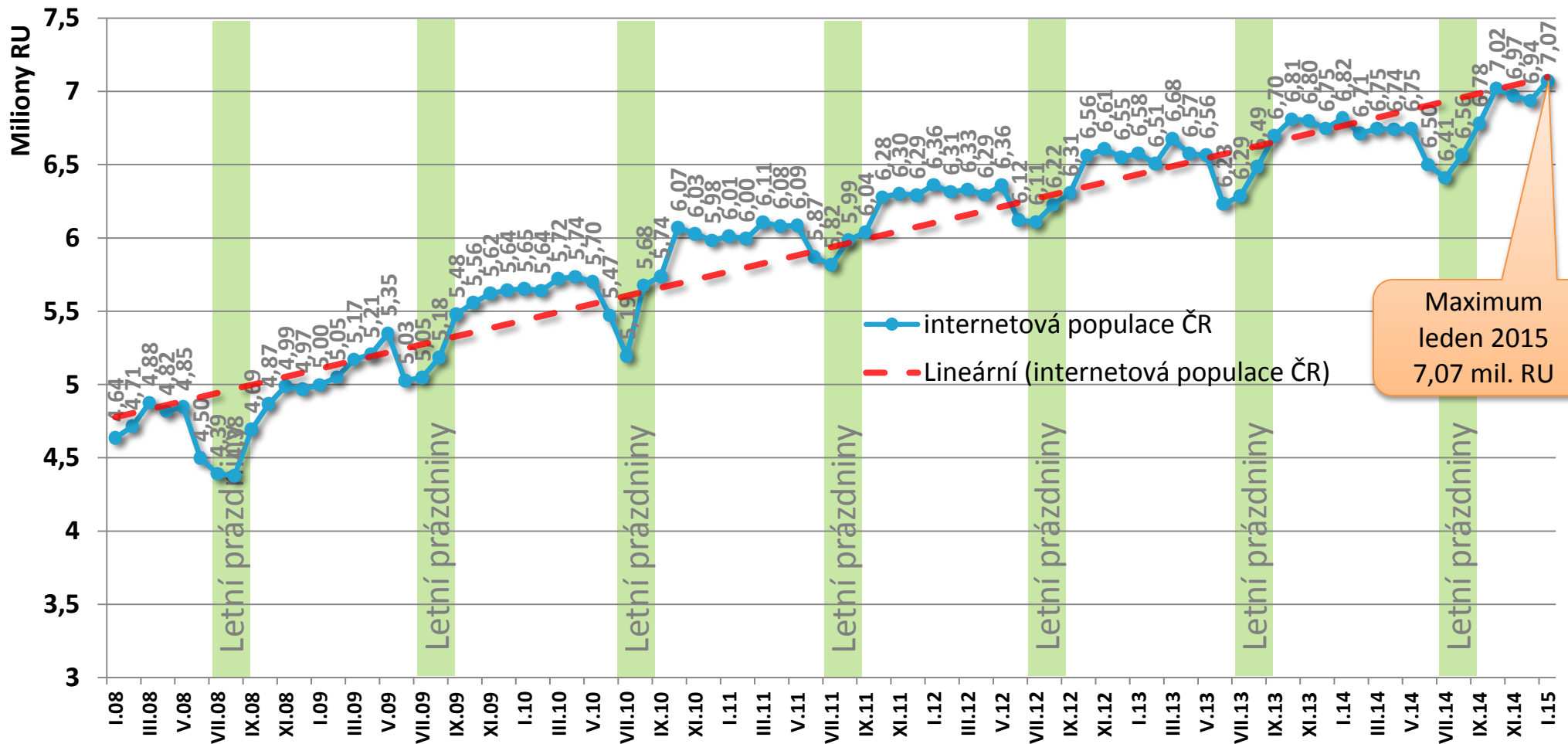
 **GEMIOUS**

- 1. Výsledky NetMonitor**
- 2. Odhad inzertních výkonů**
- 3. Výsledky AdMonitoring**
- 4. Kontinuální výzkum SEKV**
- 5. Agenda SPIR**

# 1. Výsledky NetMonitor

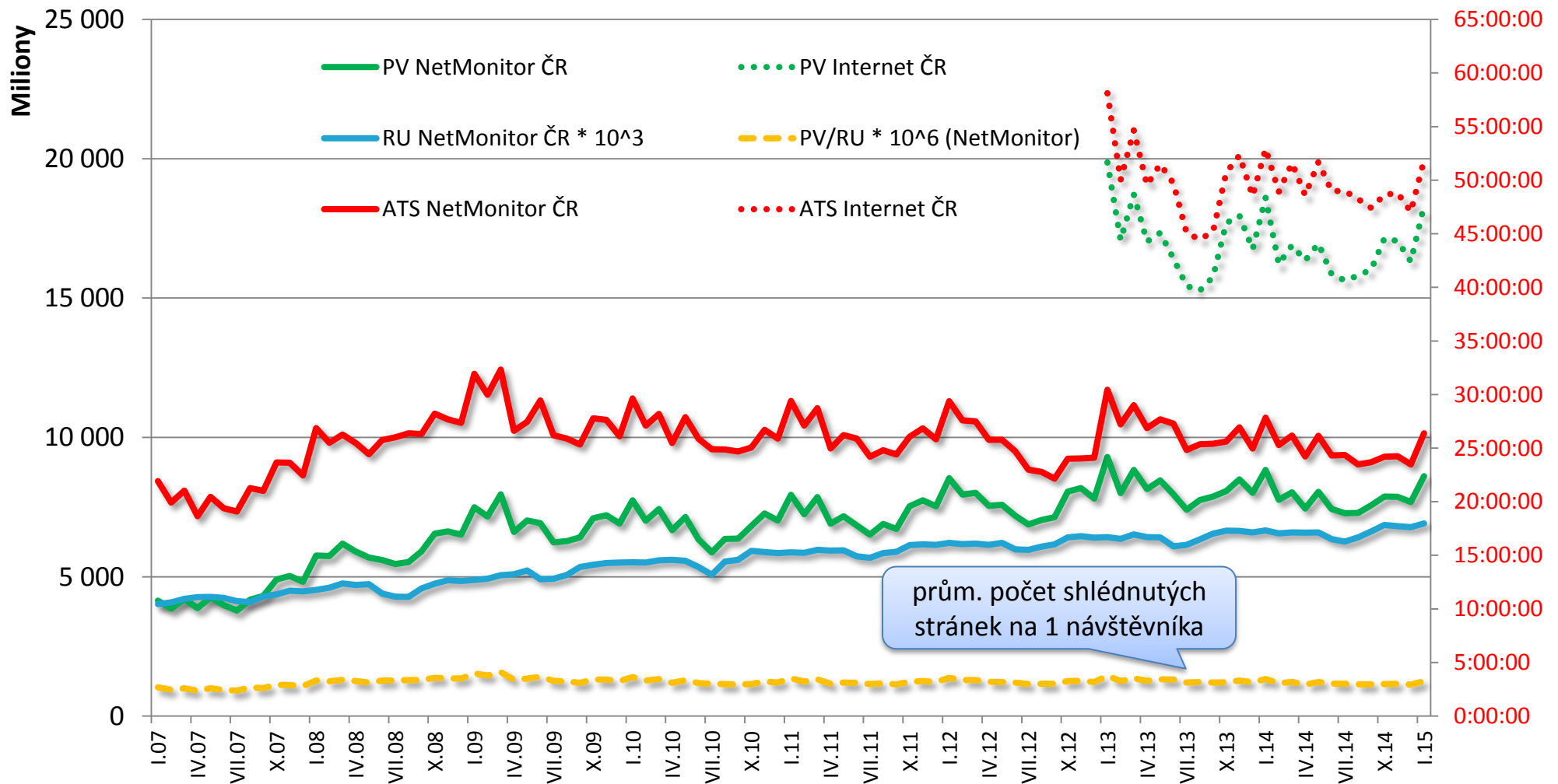
## Leden 2015

## Vývoj velikosti internetové populace ČR

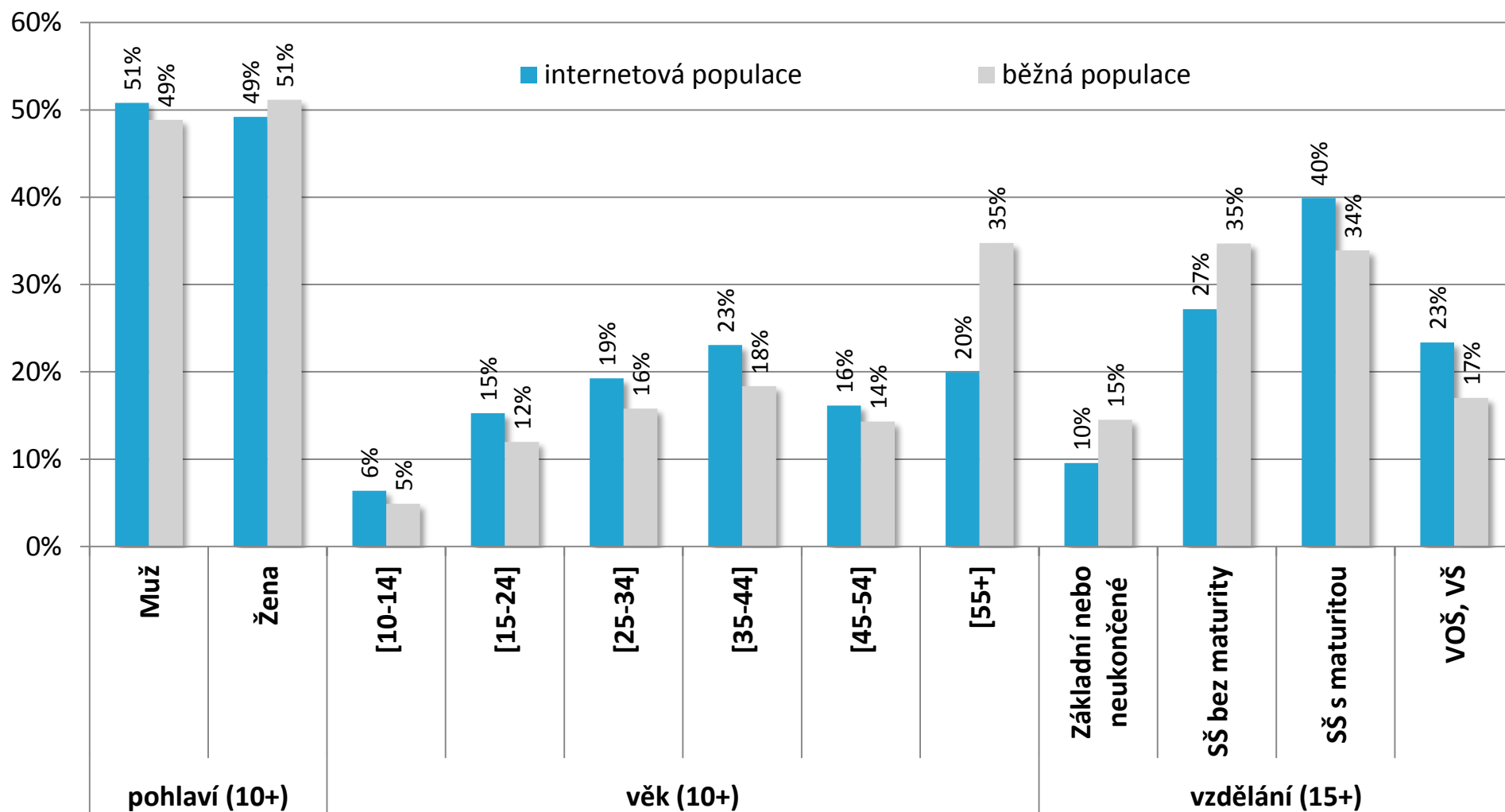


Maximum  
leden 2015  
7,07 mil. RU

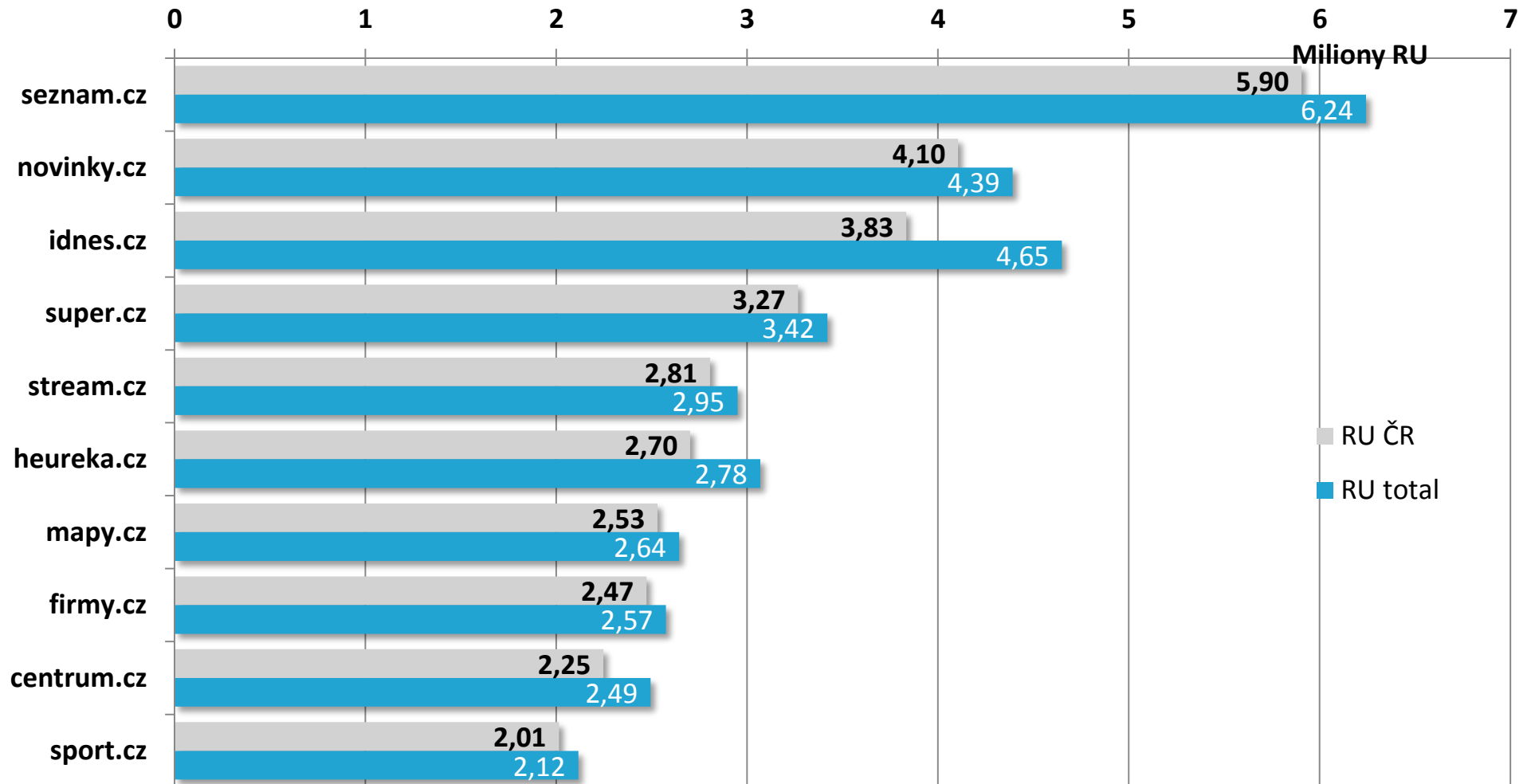
## Vývoj dalších ukazatelů návštěvnosti českého internetu



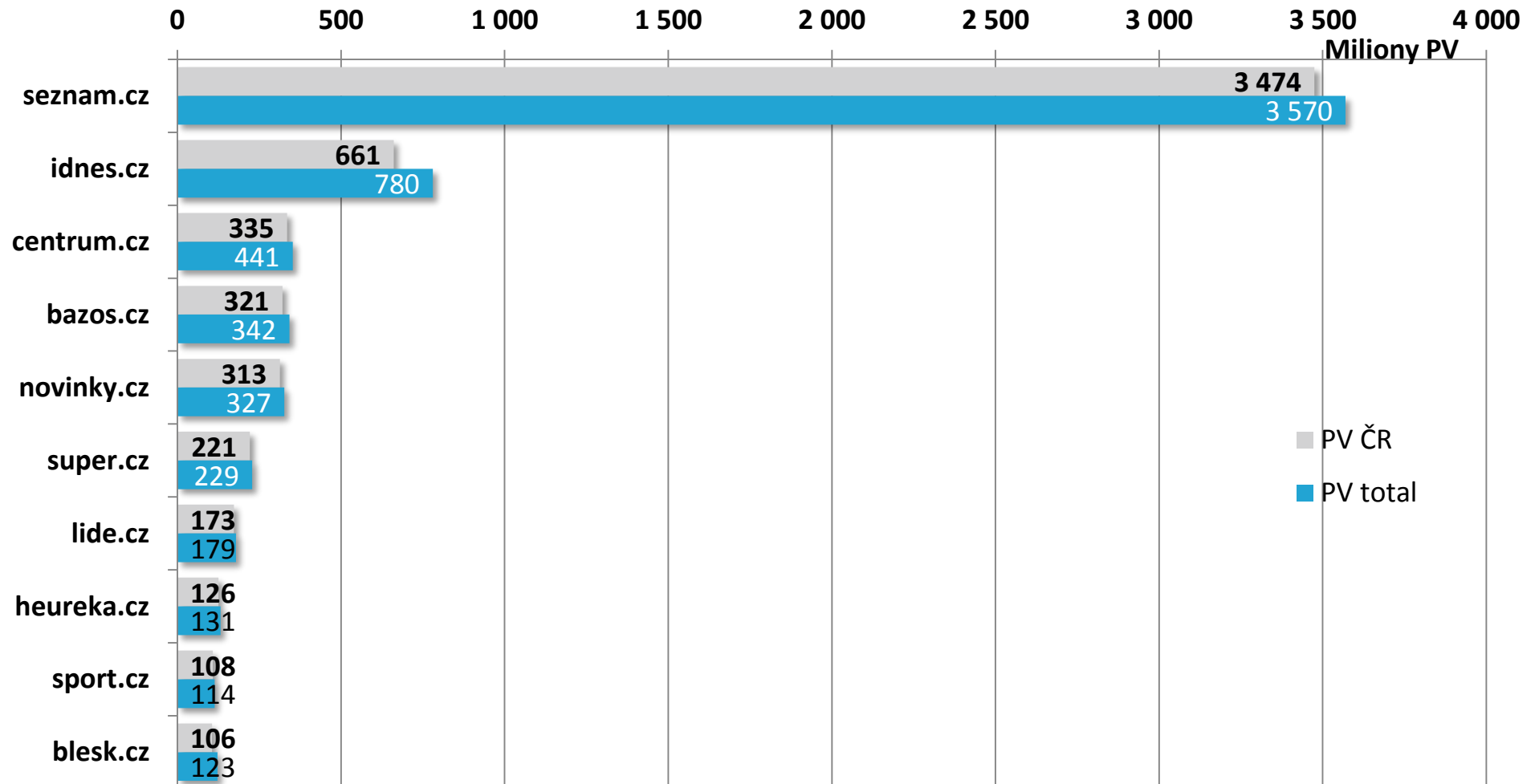
## Základní sociodemografie návštěvníků



## TOP 10 serverů podle počtu návštěvníků (RU) – Leden

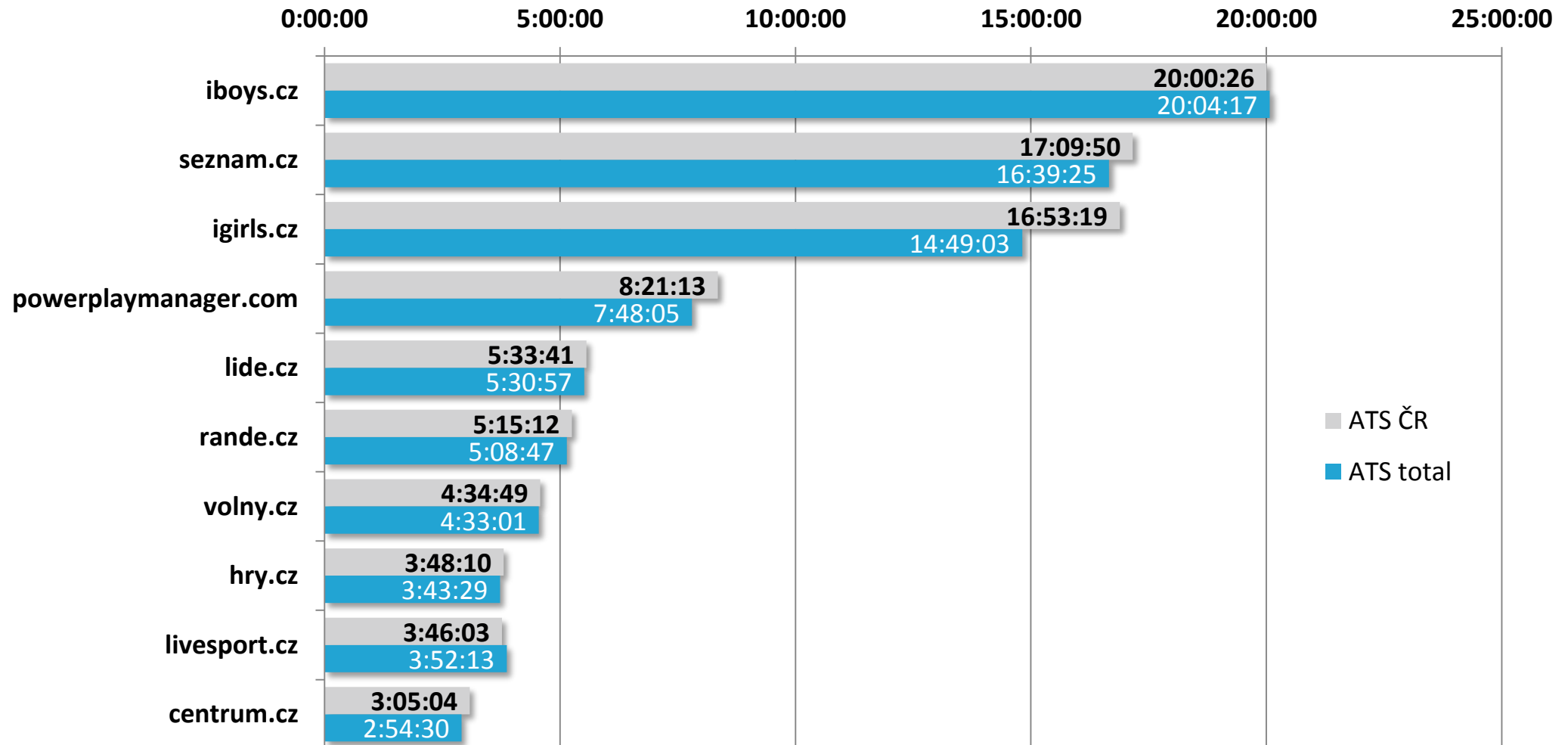


## TOP 10 serverů podle počtu shlédnutých stránek (PV) – Leden

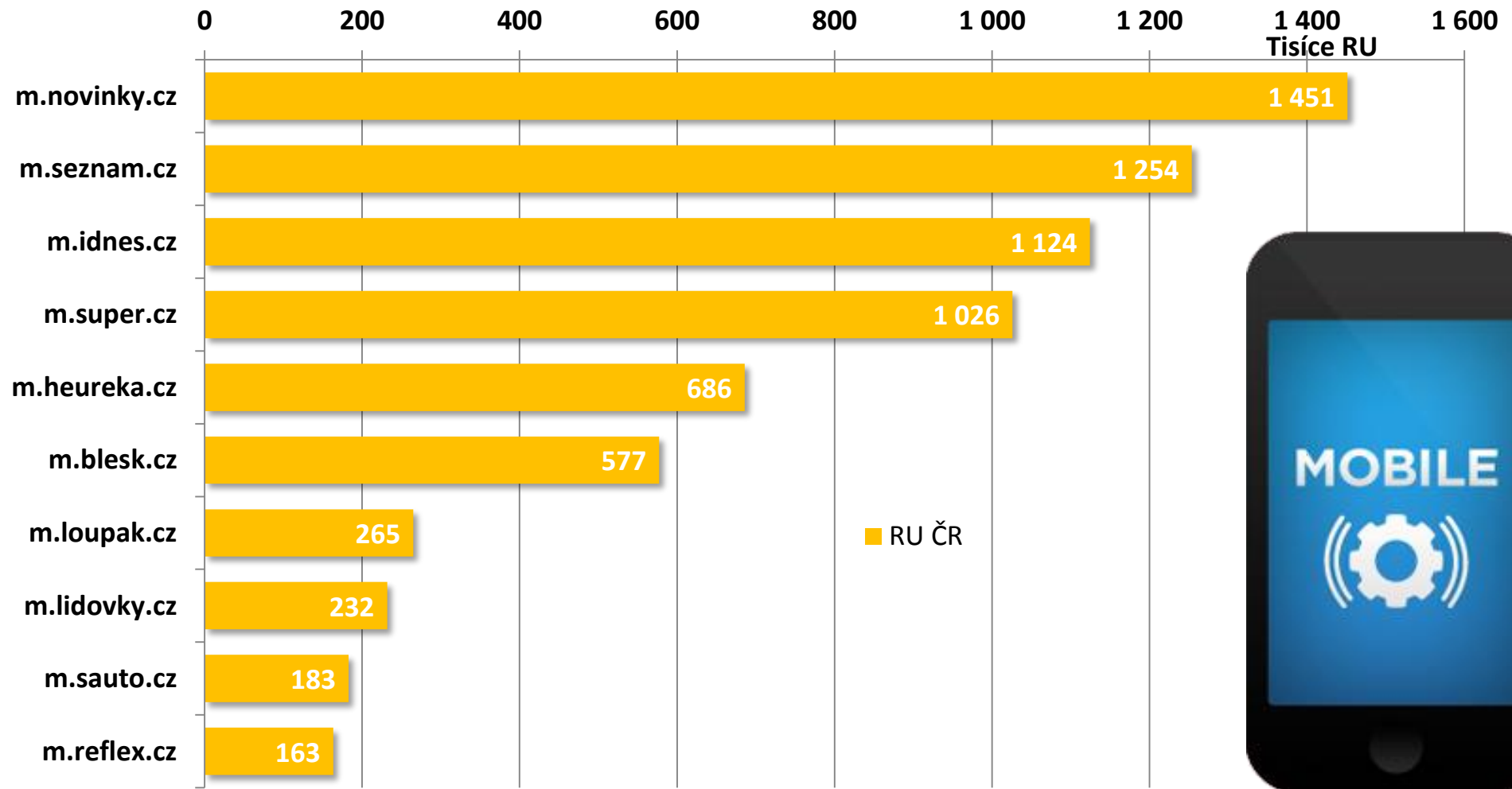




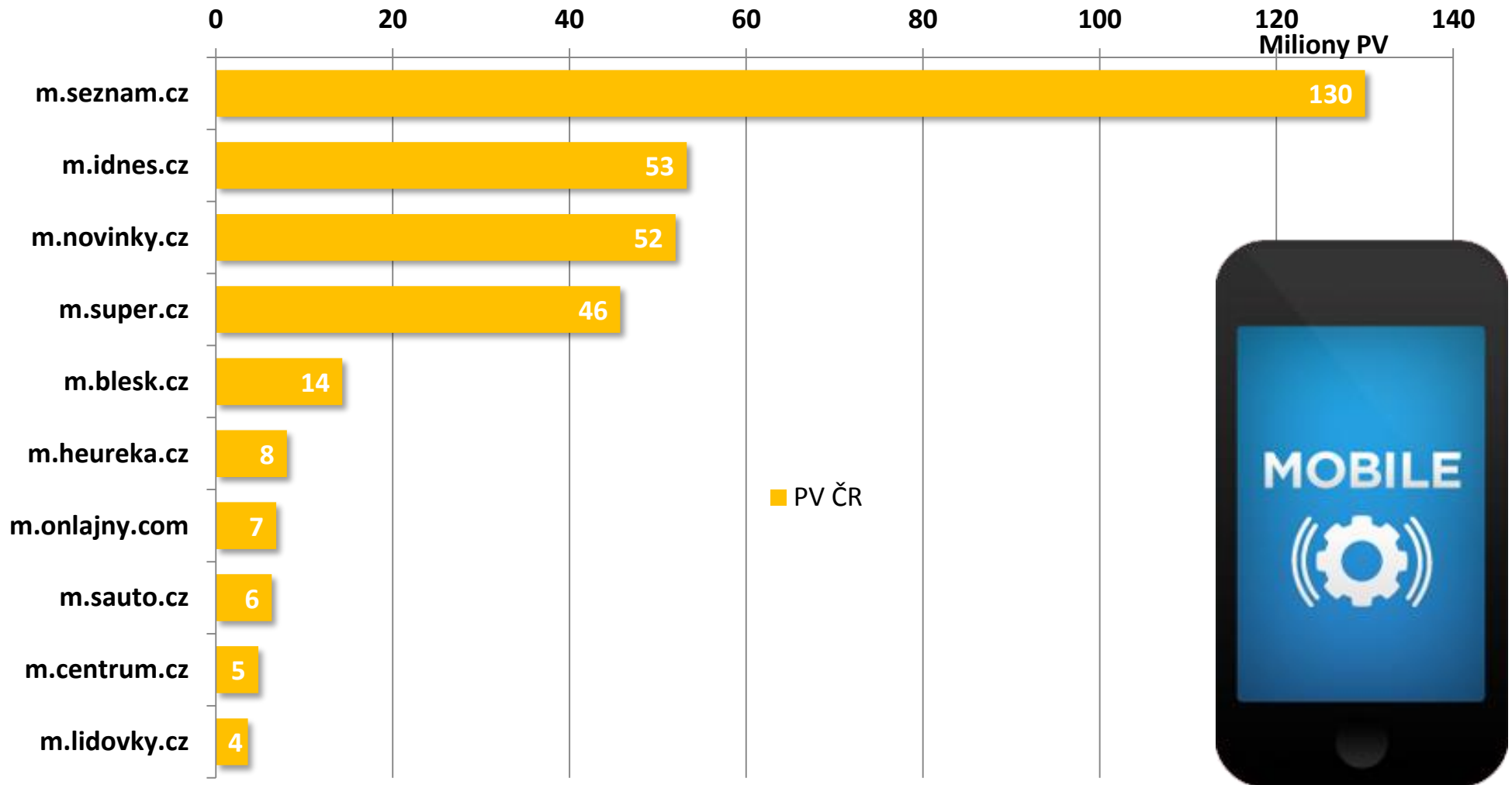
## TOP 10 serverů podle průměrného stráveného času na uživateli



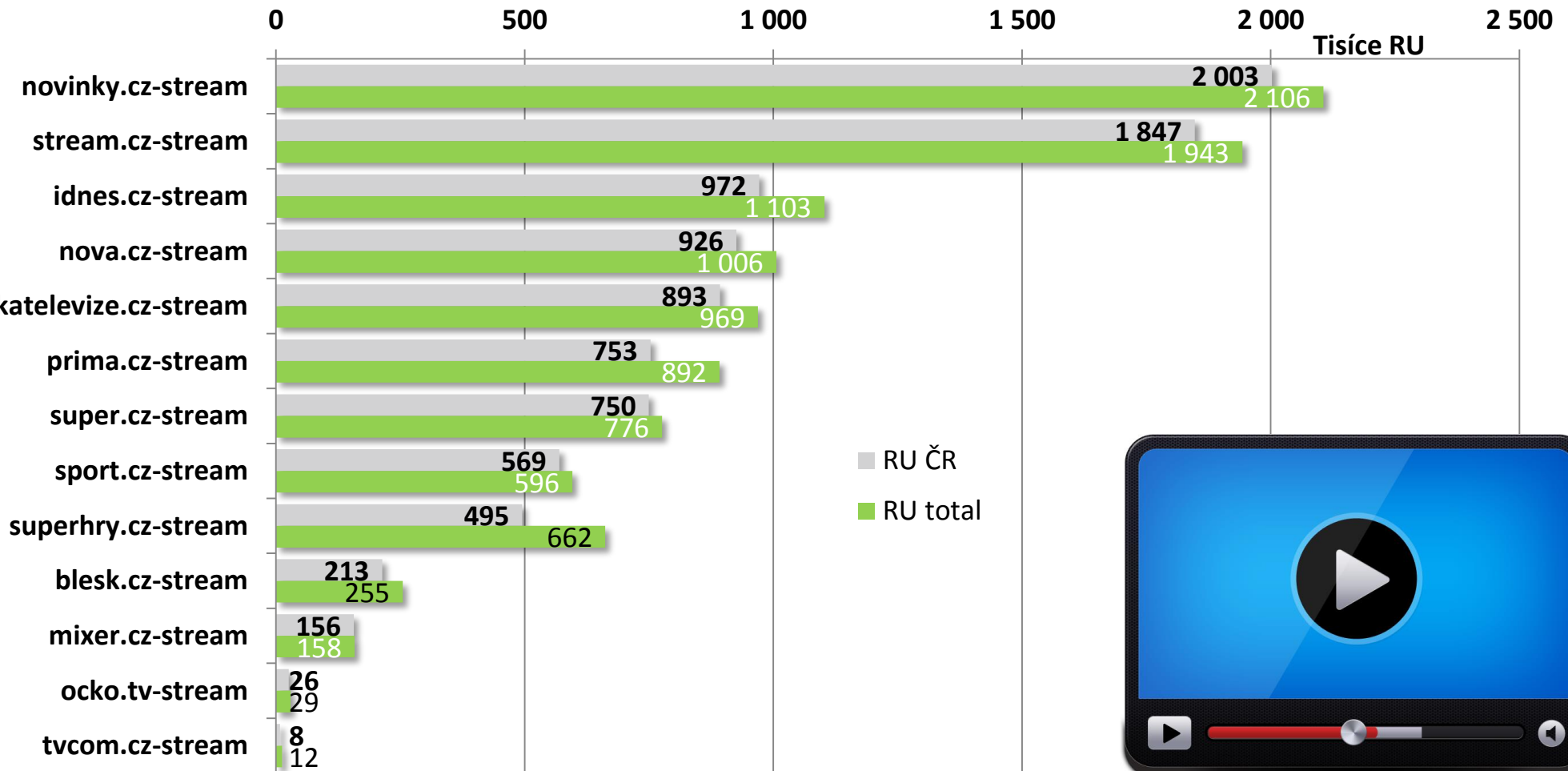
## TOP 10 mobilních médií podle počtu návštěvníků (RU) – Leden



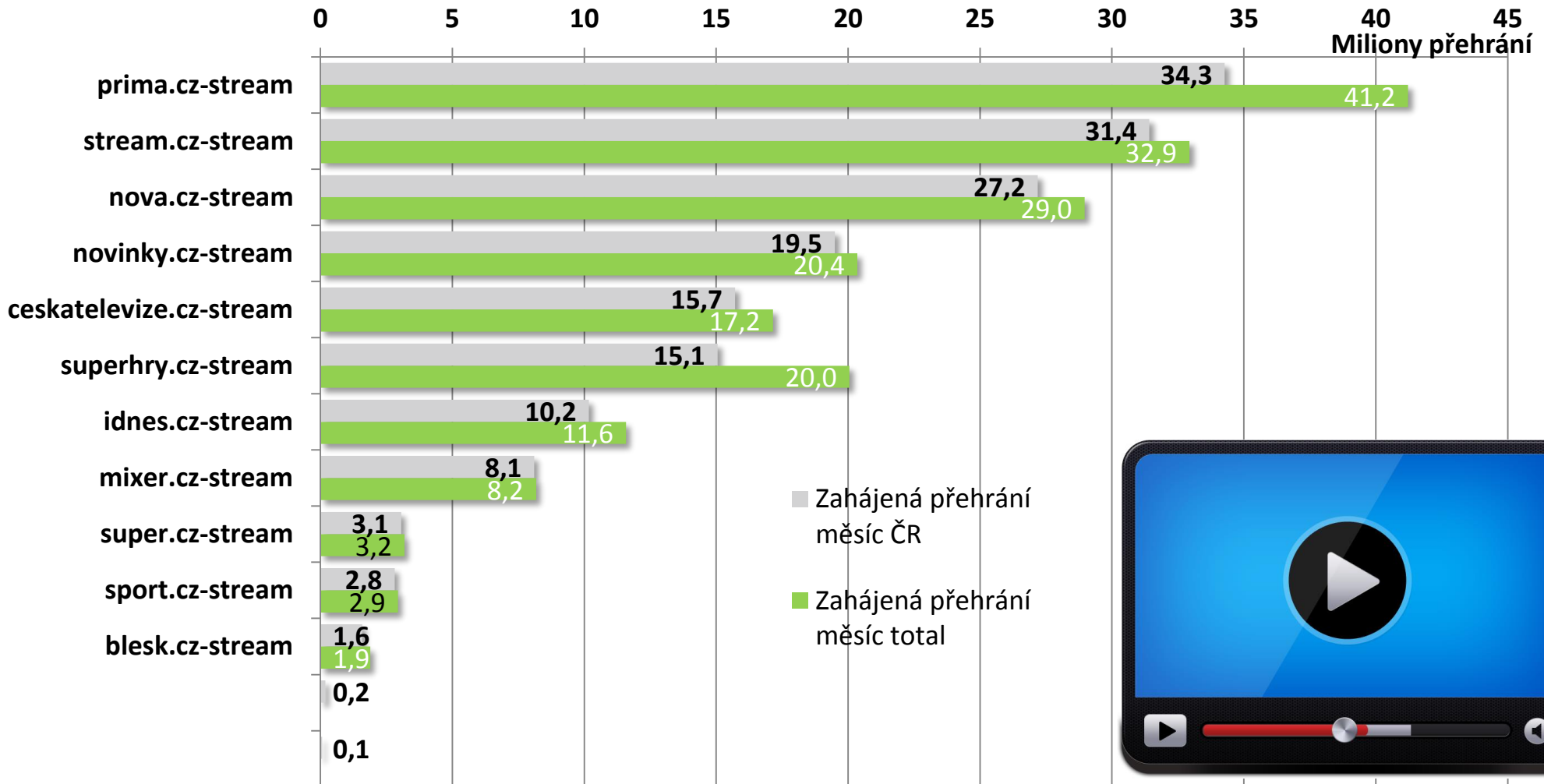
## TOP 10 mobilních médií podle počtu shlédnutých stránek (PV)



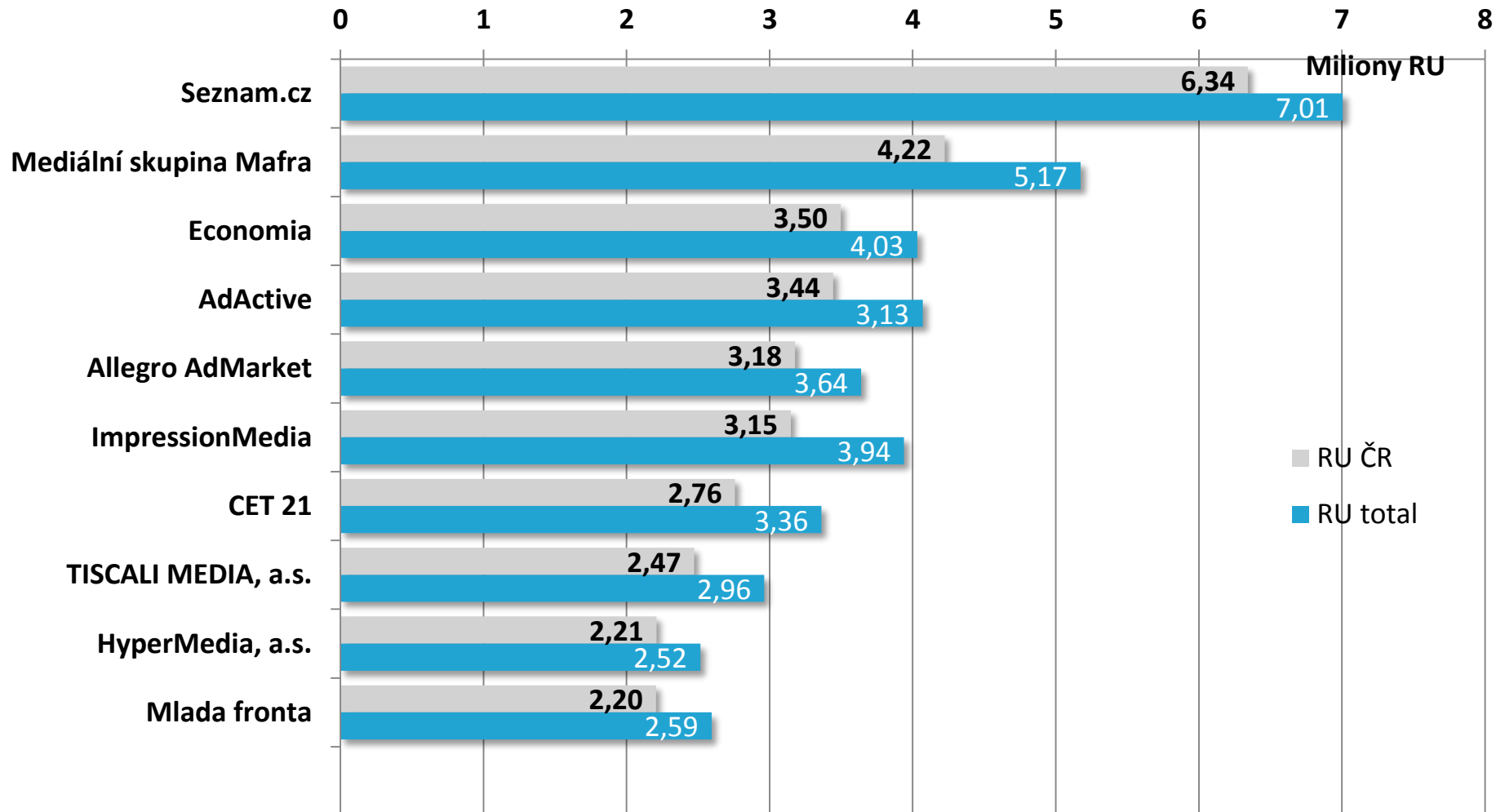
## TOP 10 video serverů podle počtu návštěvníků (RU) – Leden



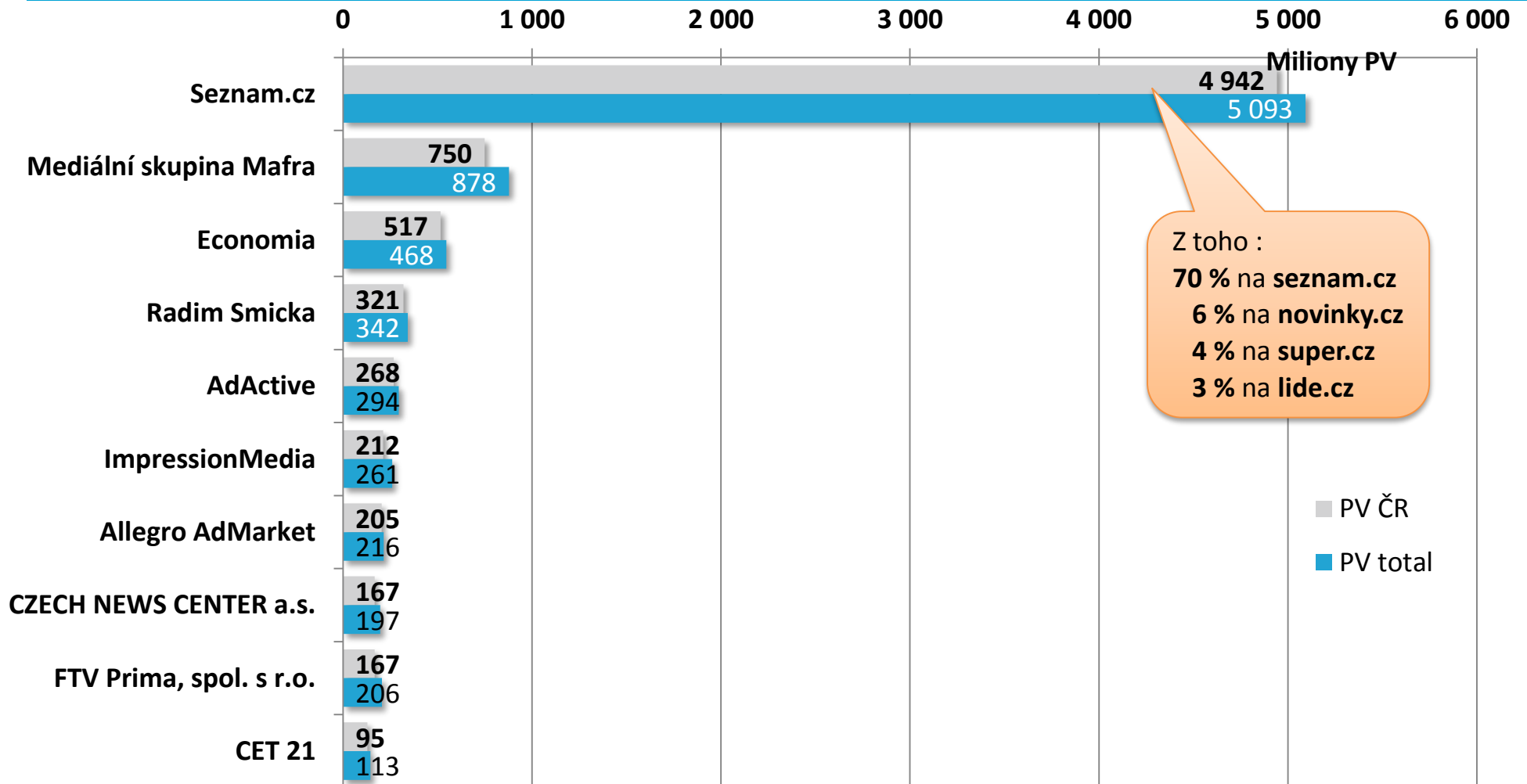
## TOP 10 video serverů podle počtu přehrání – Leden



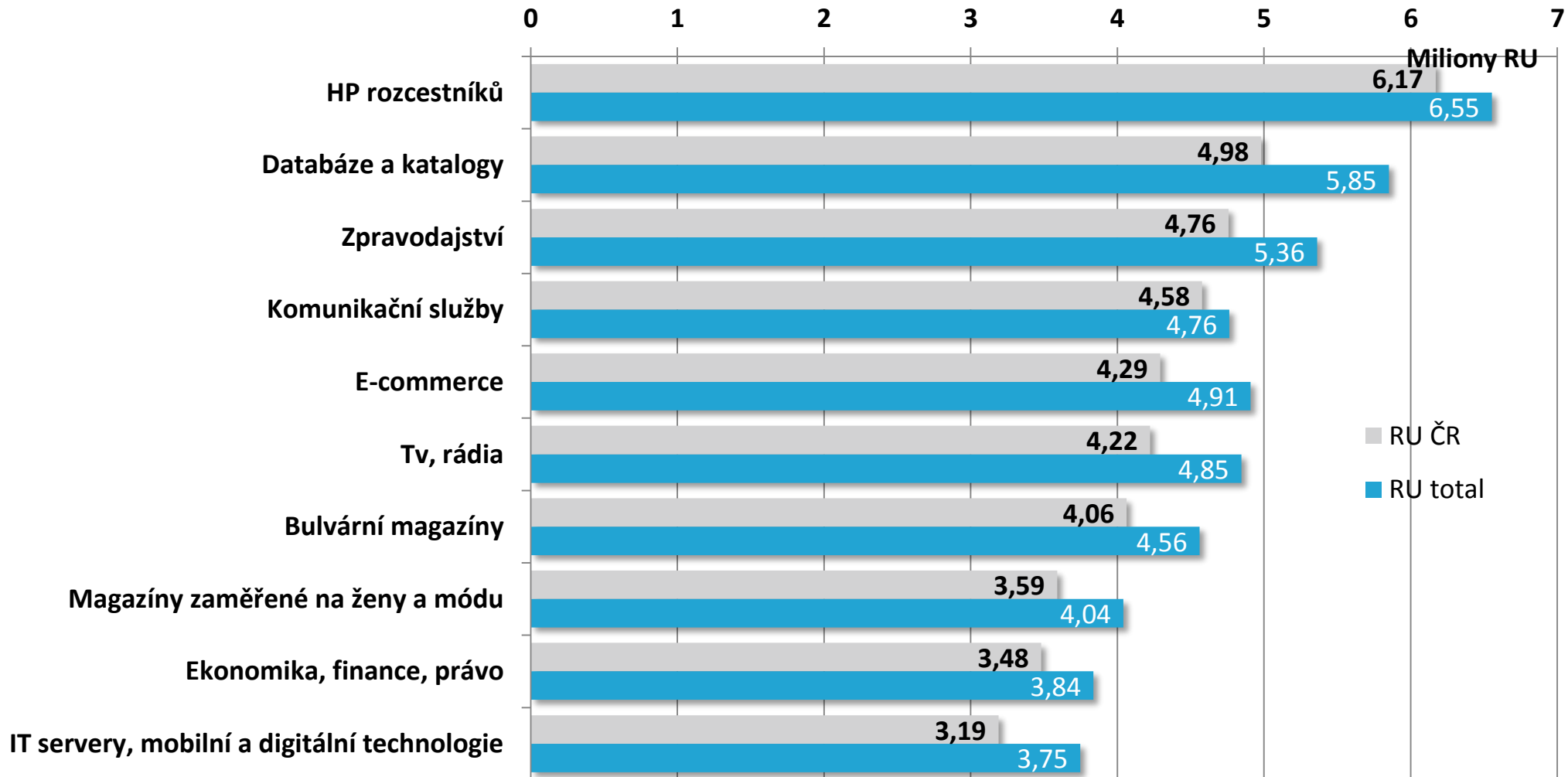
## TOP 10 provozovatelů podle počtu návštěvníků (RU) – Leden



## TOP 10 provozovatelů podle počtu shlédnutých stránek (PV)

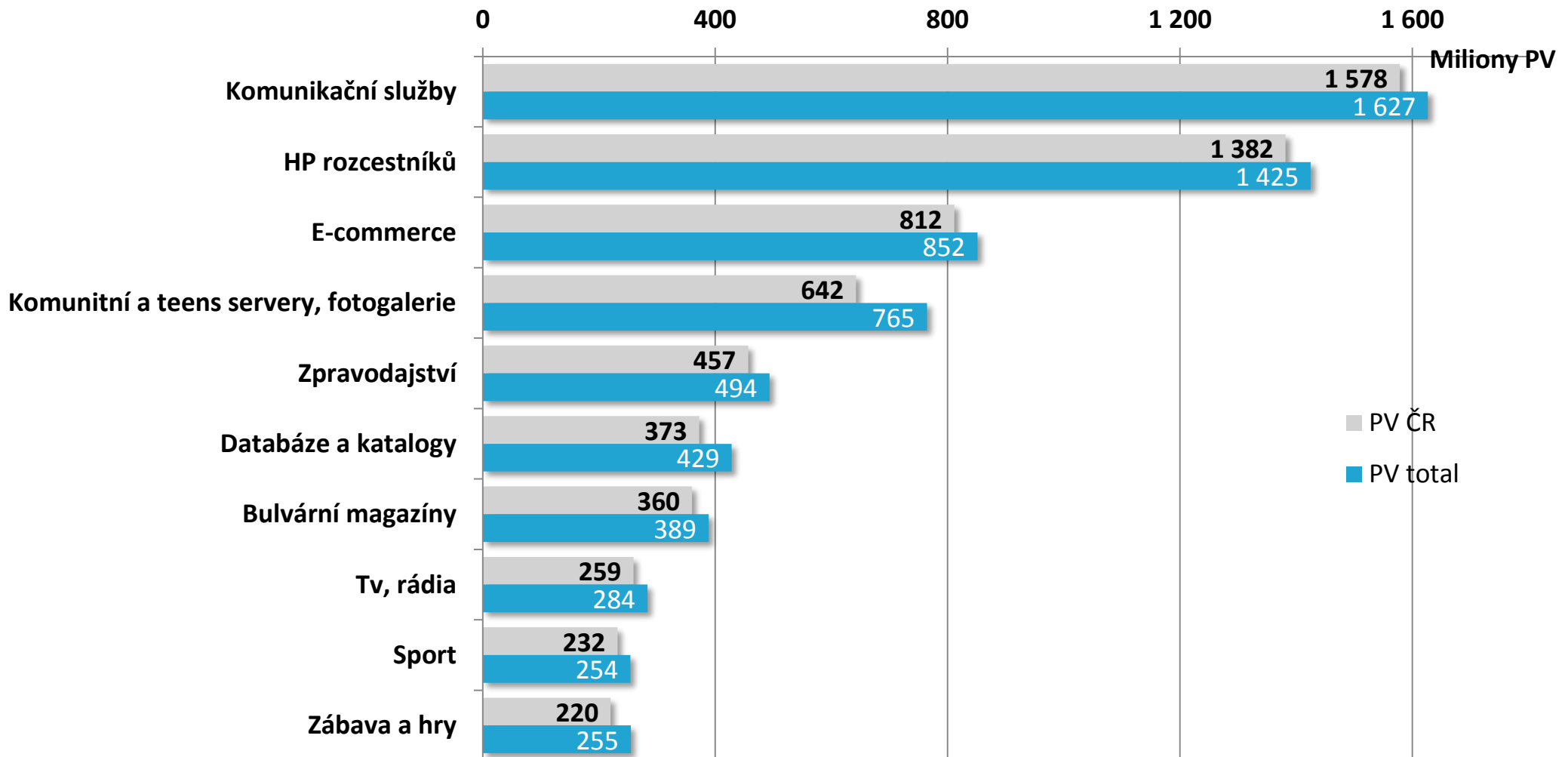


## TOP 10 kategorií podle počtu návštěvníků (RU) – Leden

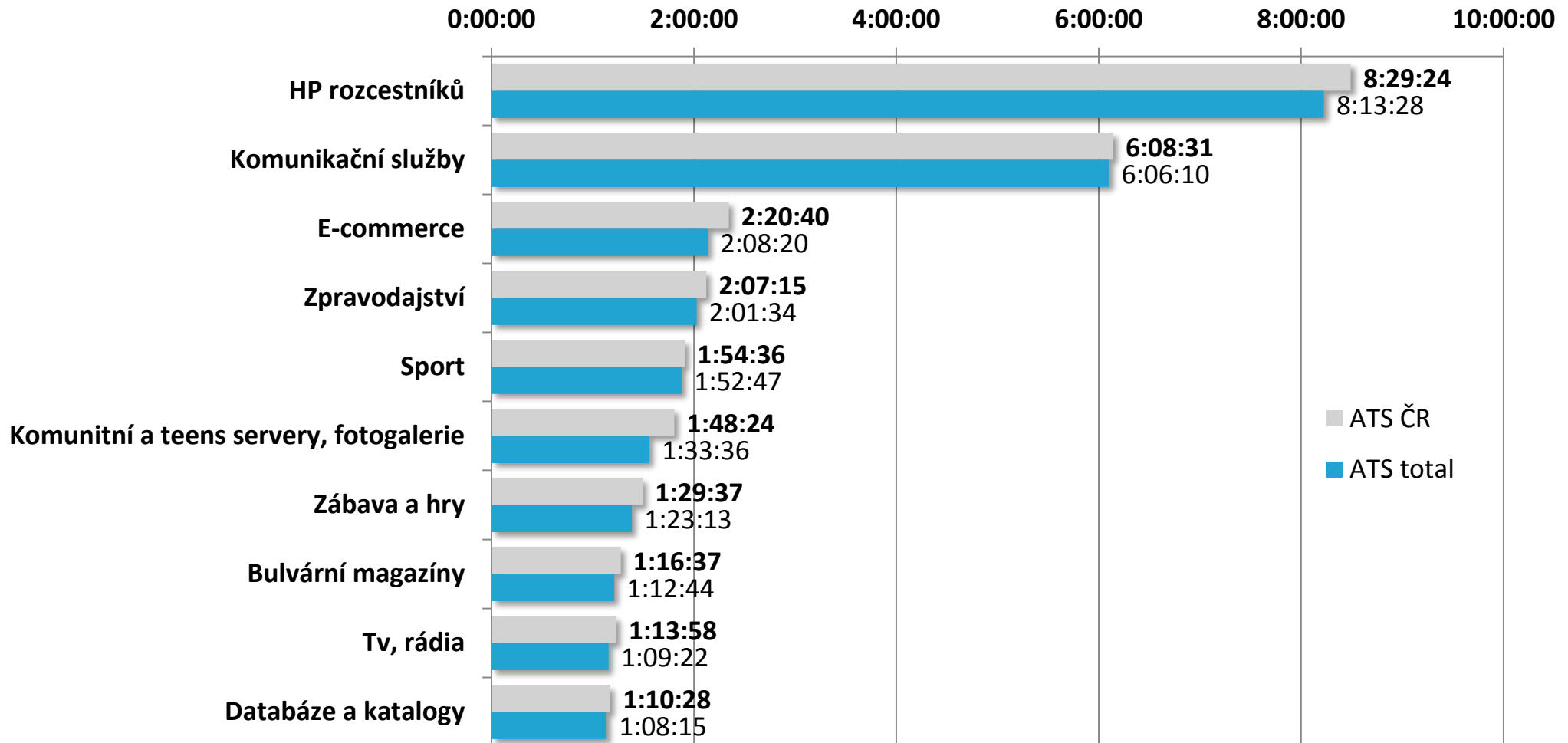




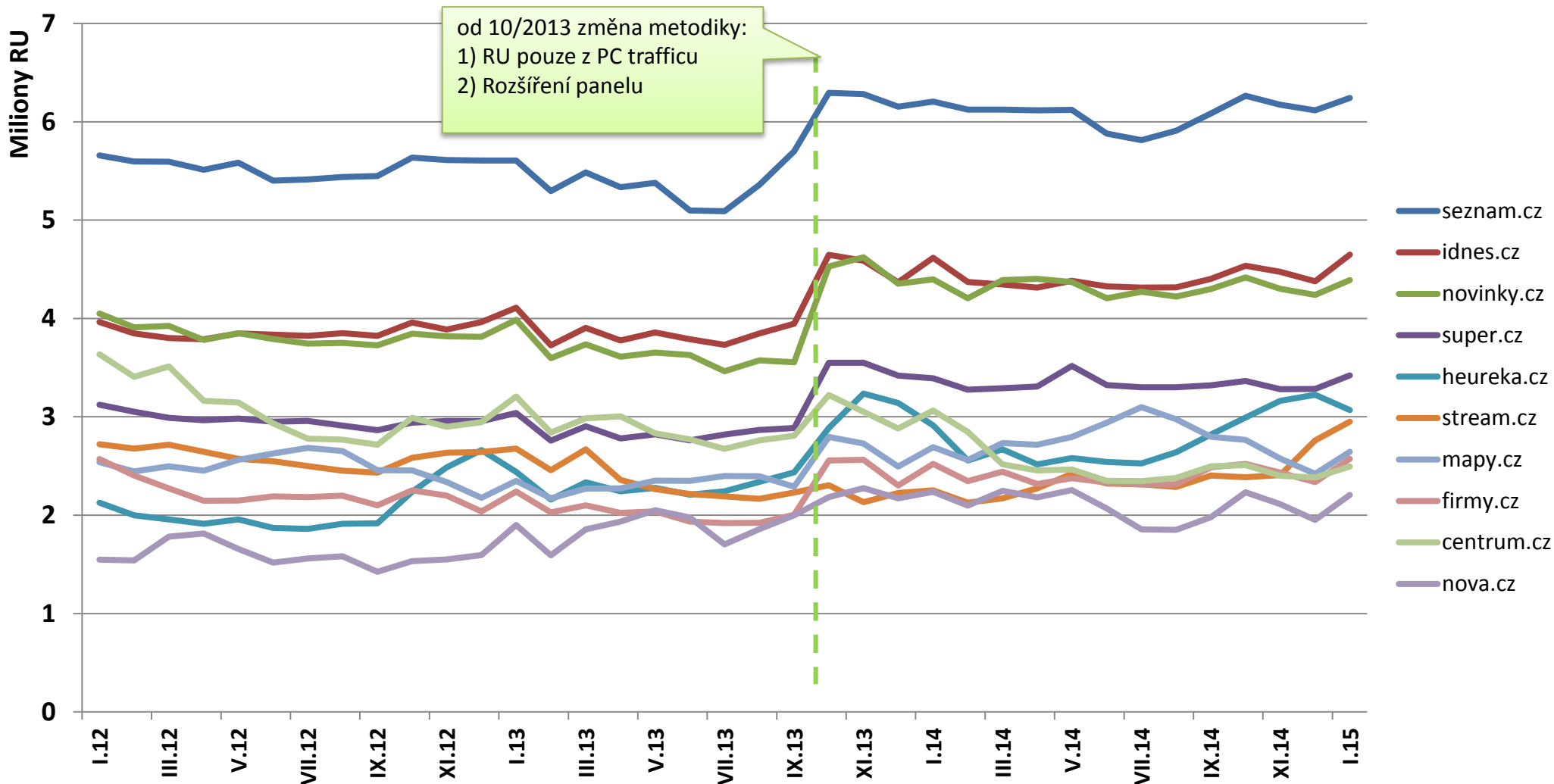
## TOP 10 kategorií podle počtu shlédnutých stránek (PV) – Leden



## TOP 10 kategorií podle průměrného stráveného času na 1 RU



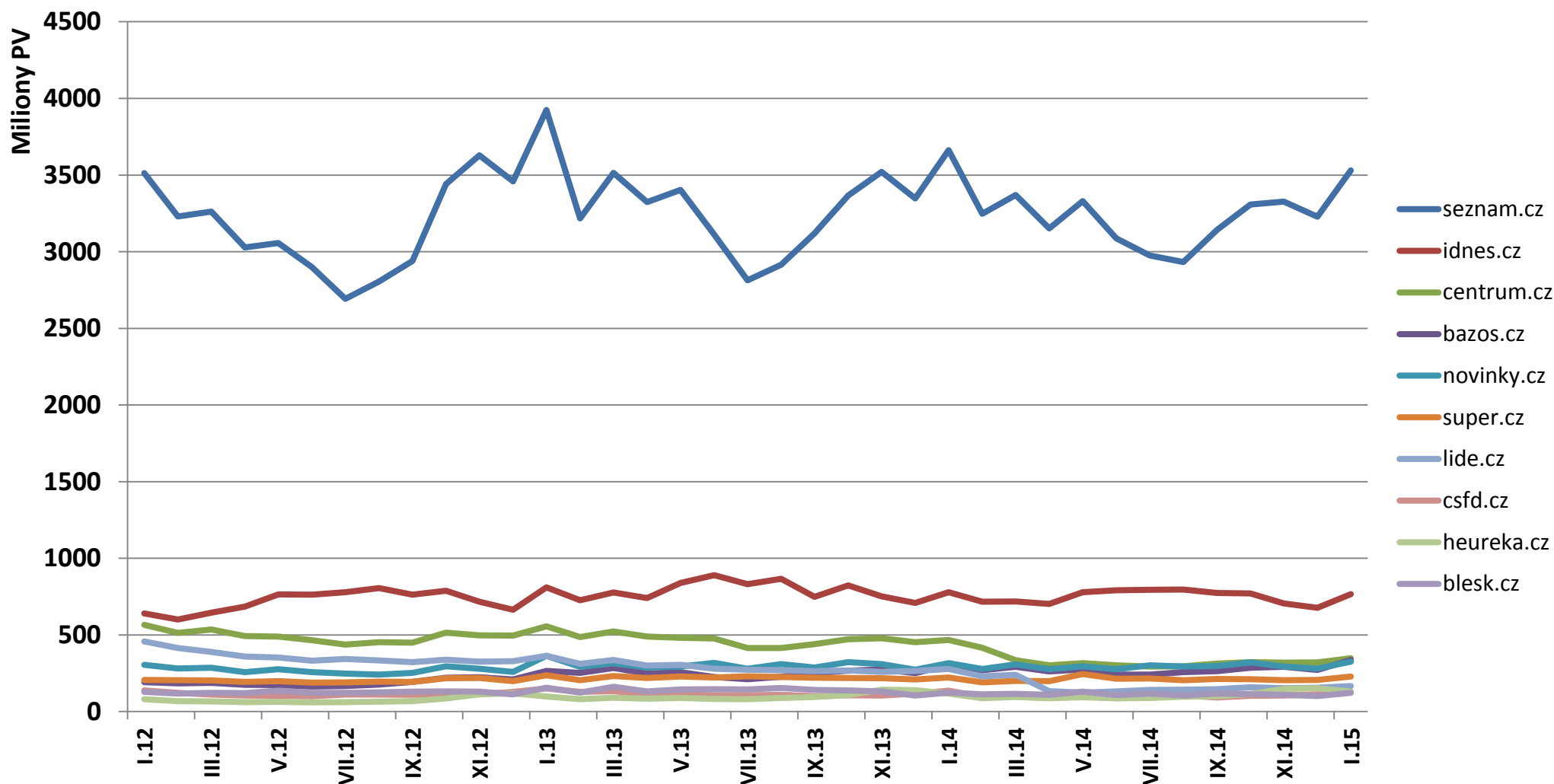
## Vývoj počtu RU z ČR+zahraníčí u TOP10 serverů



Zdroj: NetMonitor - SPIR - Mediaresearch & Gemius, Leden 2012 – Leden 2015 19

\*) počet zahraničních RU u centrum.cz v období 10/2011-07/2012 nebyl měřen v souladu s metodikou

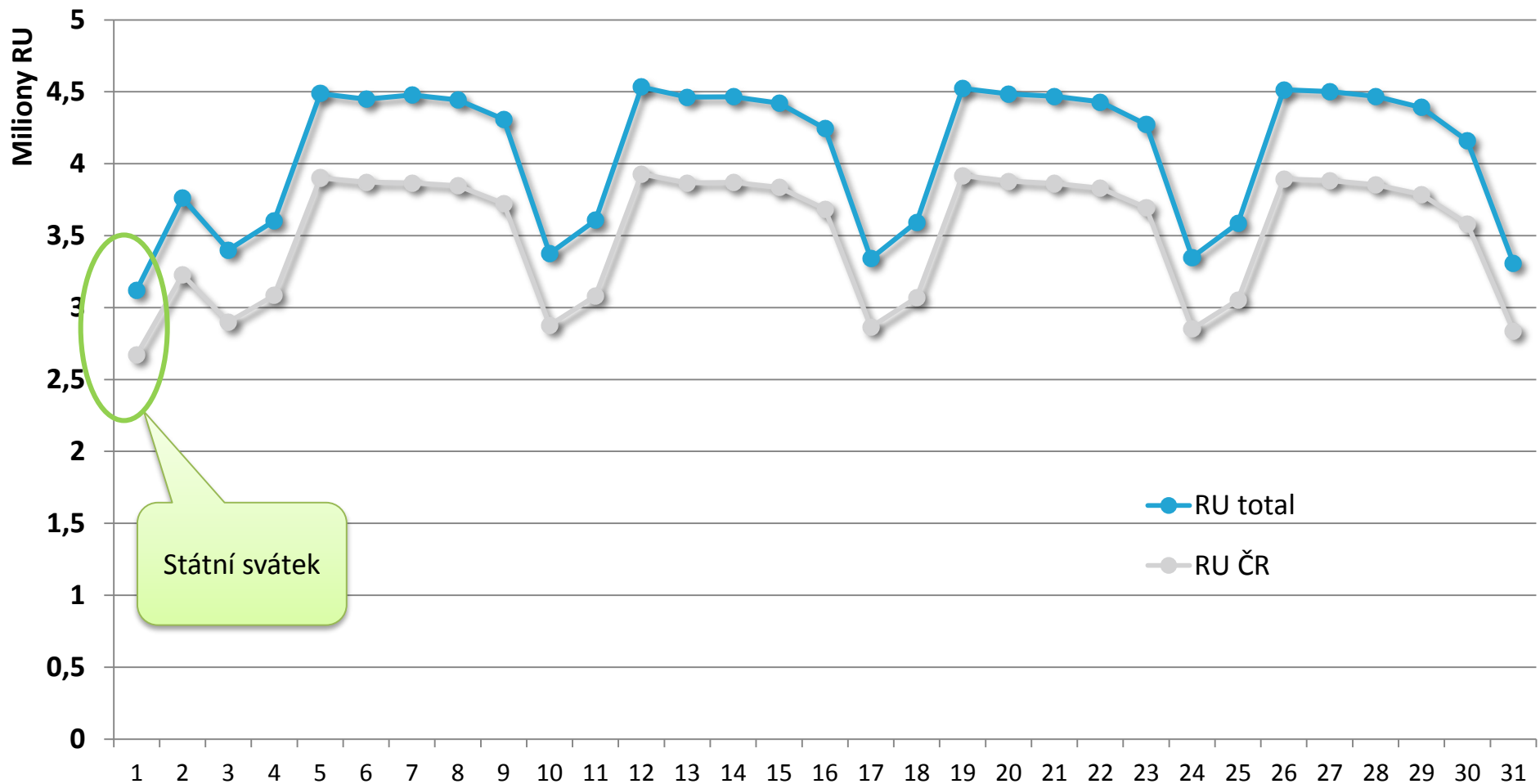
## Vývoj počtu PV z ČR+zahranicí u TOP10 serverů



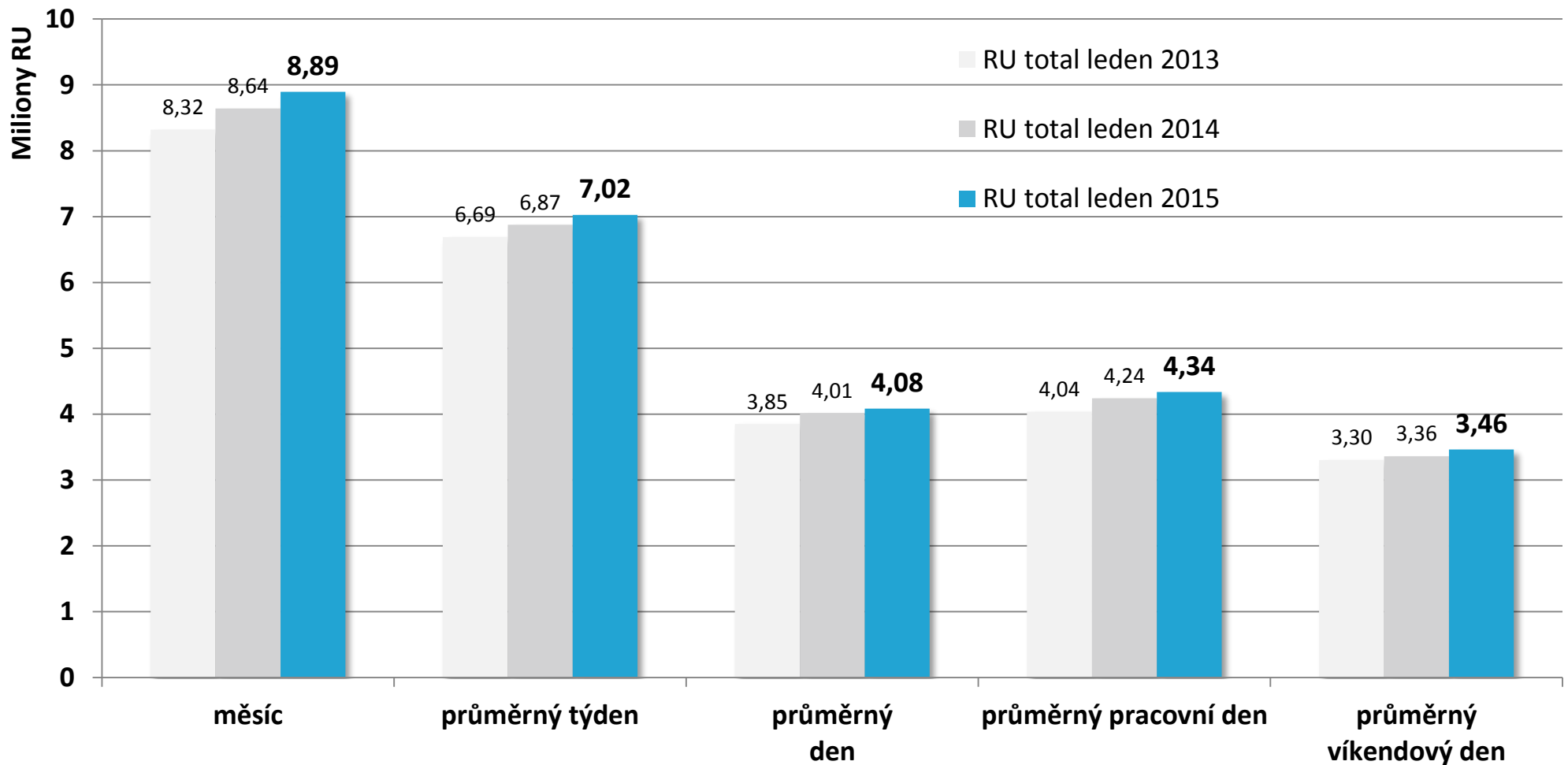
Zdroj: NetMonitor - SPIR - Mediaresearch & Gemius, Leden 2012 – Leden 2015 20

\*) počet zahraničních PV u centrum.cz v období 10/2011-07/2012 nebyl měřen v souladu s metodikou

## Vývoj denní návštěvnosti podle počtu RU – Leden 2015



## Počty RU za měsíc, průměrný týden a den (z ČR+zahraničí)



## 2. Odhad inzertních výkonů internetové reklamy

microsite

<http://www.inzertnivykony.cz/>

## Odhady inzertních výkonů internetové reklamy v ČR

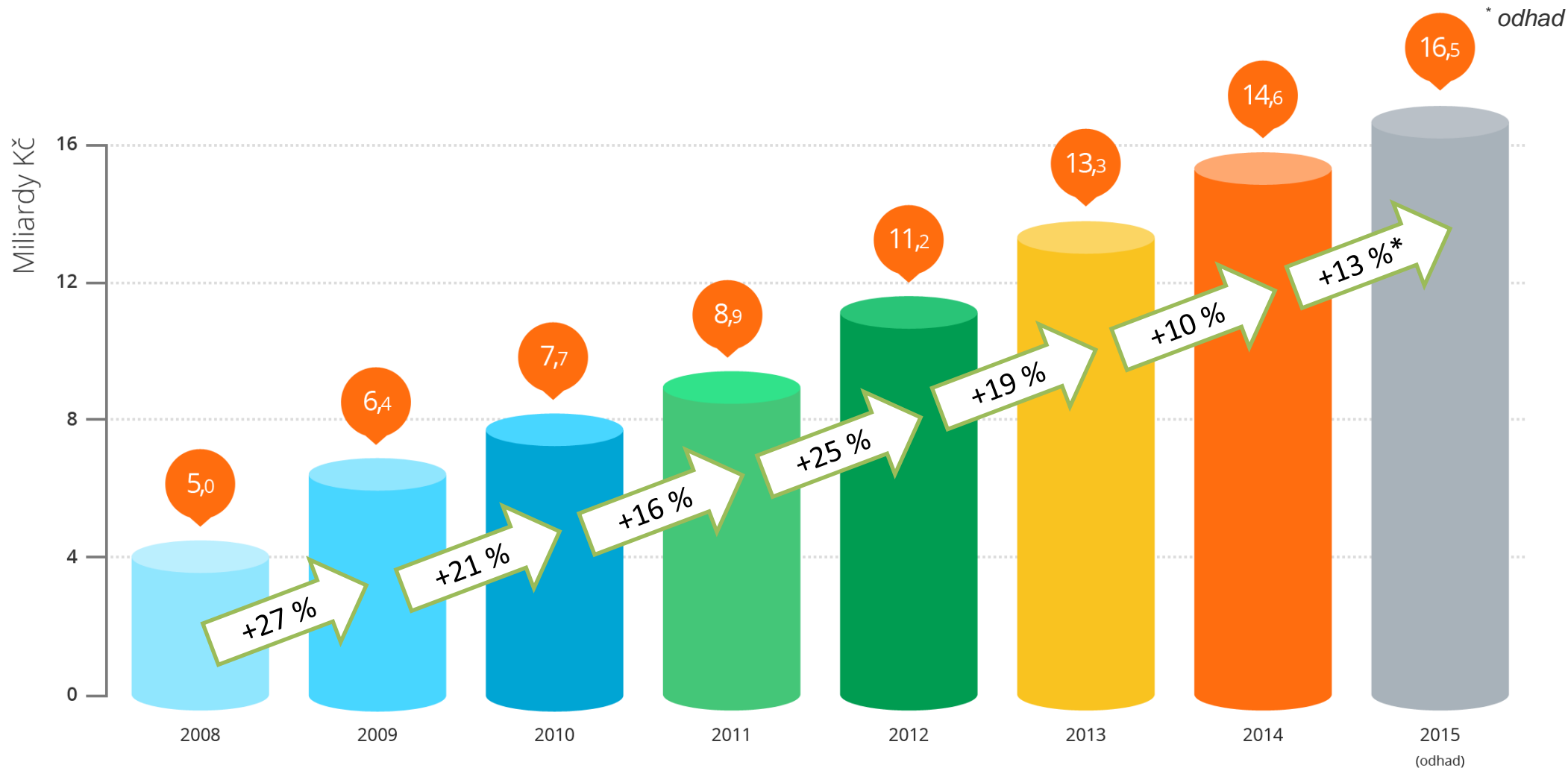
- Zhodnocuje celkový výkon internetové reklamy u nás
- Projekt SPIR za účasti většiny členů – internetových médií, agentur, provozovatelů reklamních sítí a mobilních operátorů
- Realizace nezávislou výzkumnou agenturou ppm factum
- Roční periodicita
- Data přebírá IAB Europe do studie AdEx



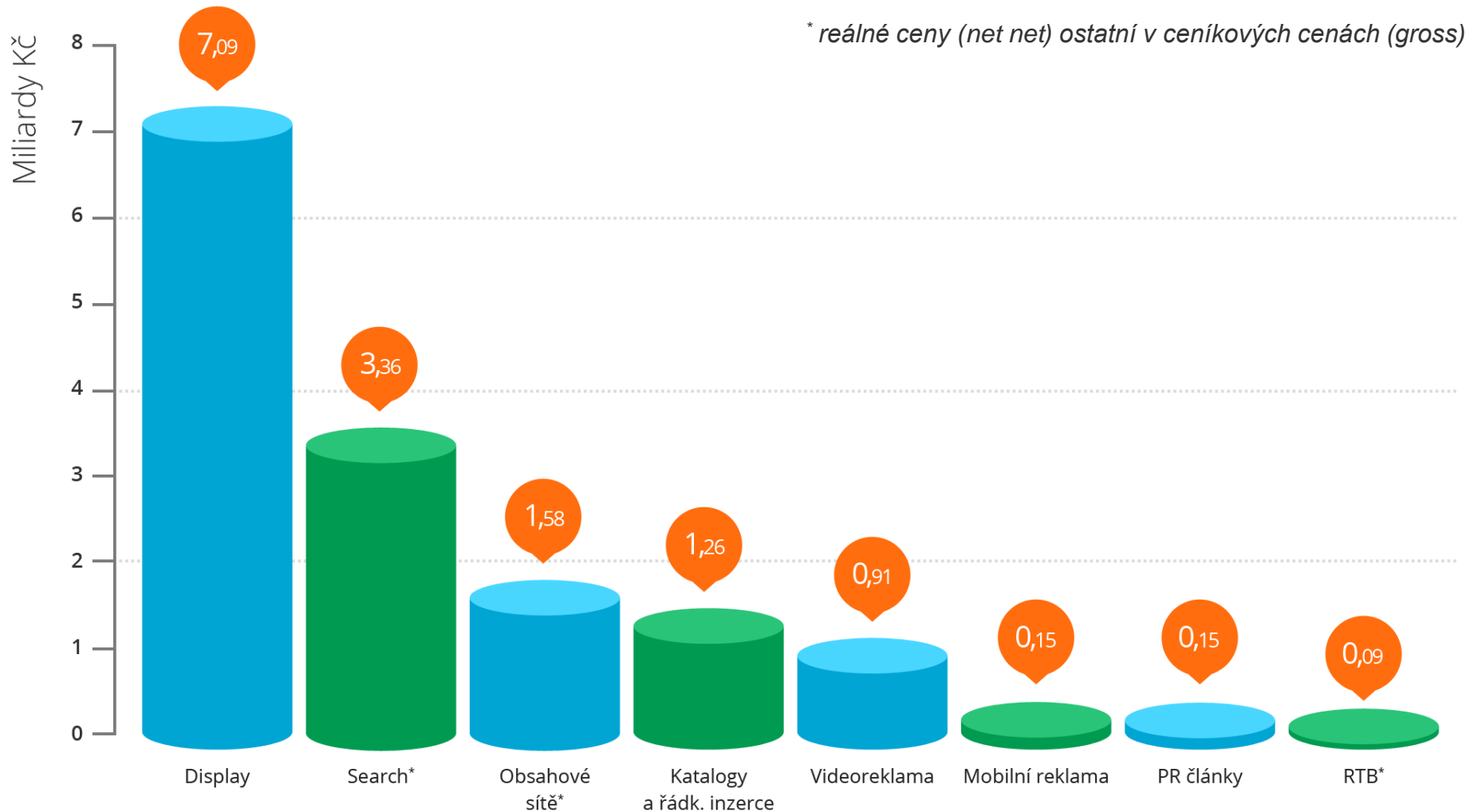
## Odhady inzertních výkonů internetové reklamy v ČR

- Za rok 2014 proinzerovali zadavatelé **14,6 mld. Kč**
- **Ceníkové (gross) ceny, u search, obsahových sítí a RTB reálné (net net) ceny**
- **20% podíl** na celkových investicích, 3. místo v rámci media splitu (za TV a tiskem)
- **+13% odhad meziročního nárůstu** investic v roce 2015 (16,5 mld. Kč)

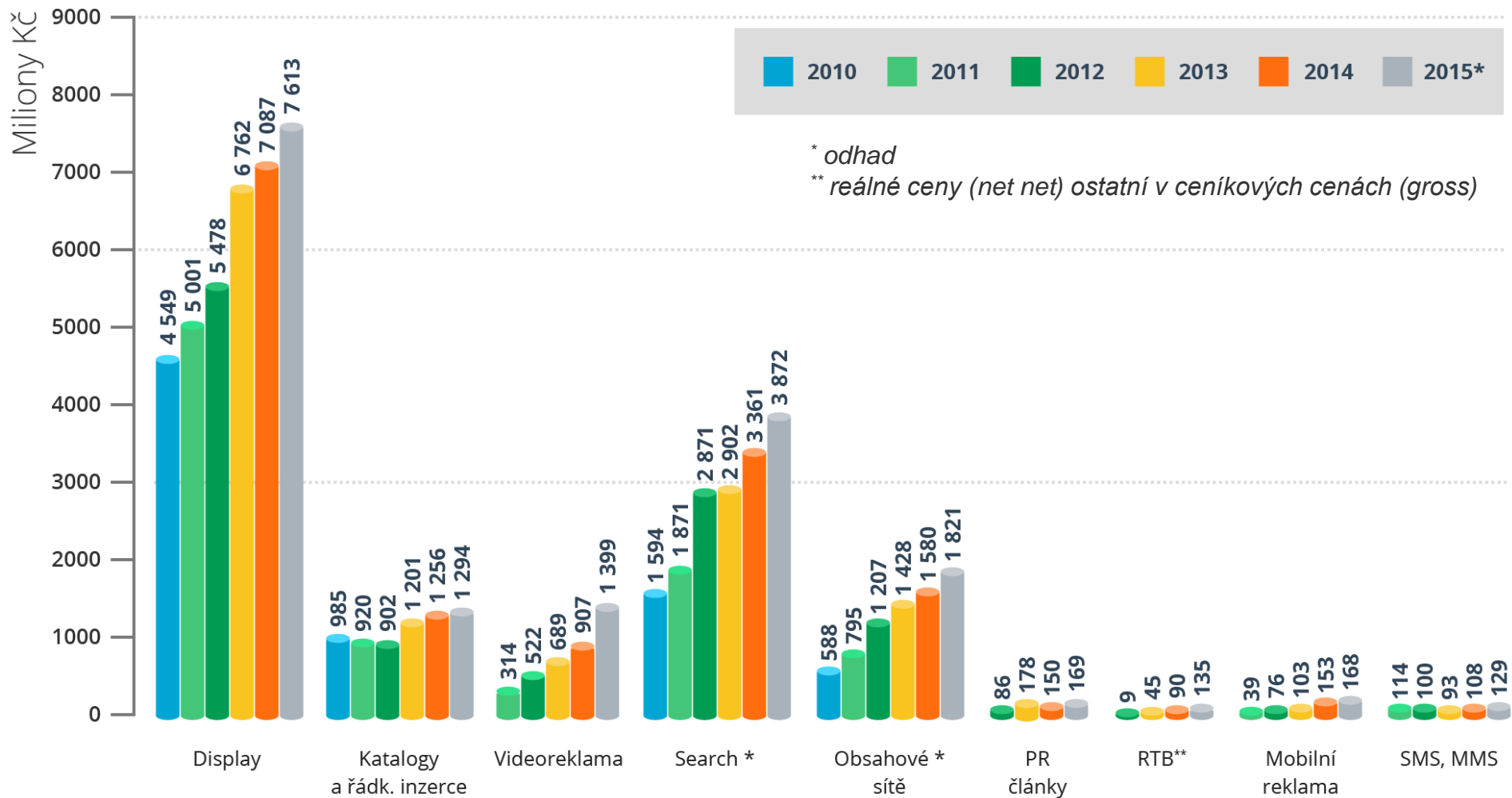
## Vývoj celkových investic do internetové inzerce v mld. Kč



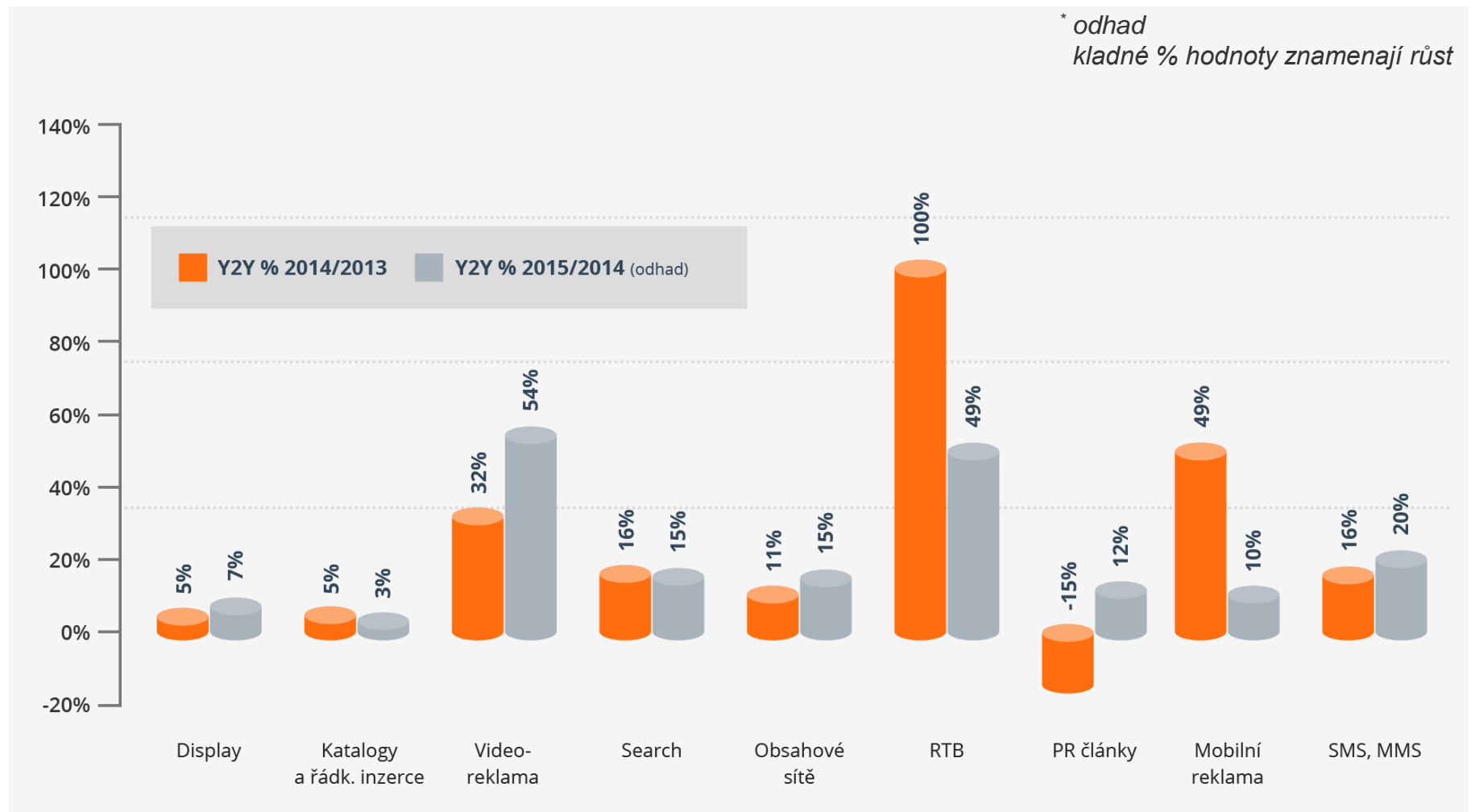
## Podíl jednotlivých forem internetové reklamy v roce 2014



## Výkon jednotlivých forem internetové inzerce v mil. Kč

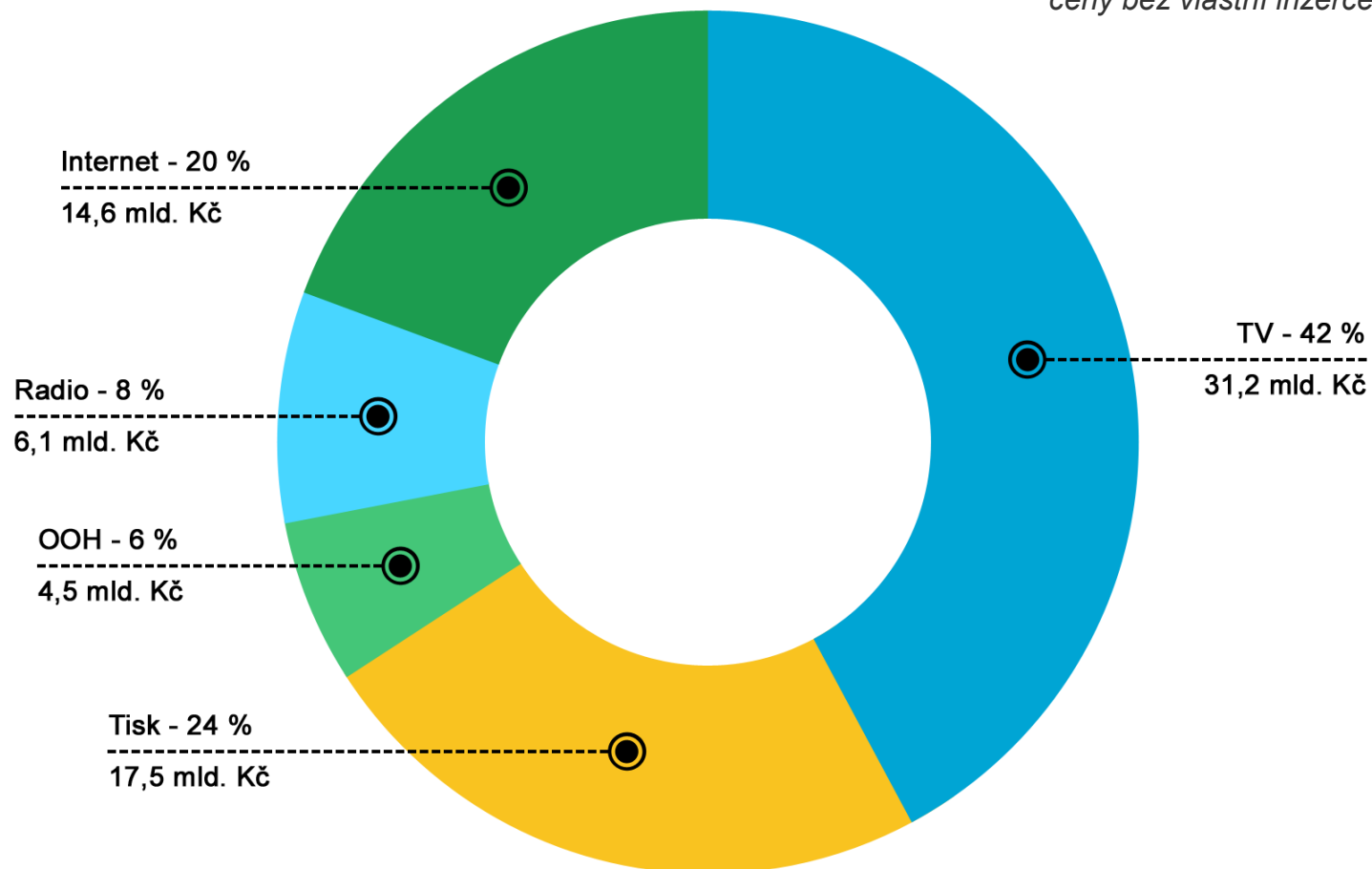


## Meziroční růst jednotlivých forem internetové a mobilní inzerce v roce 2014 a 2015\*

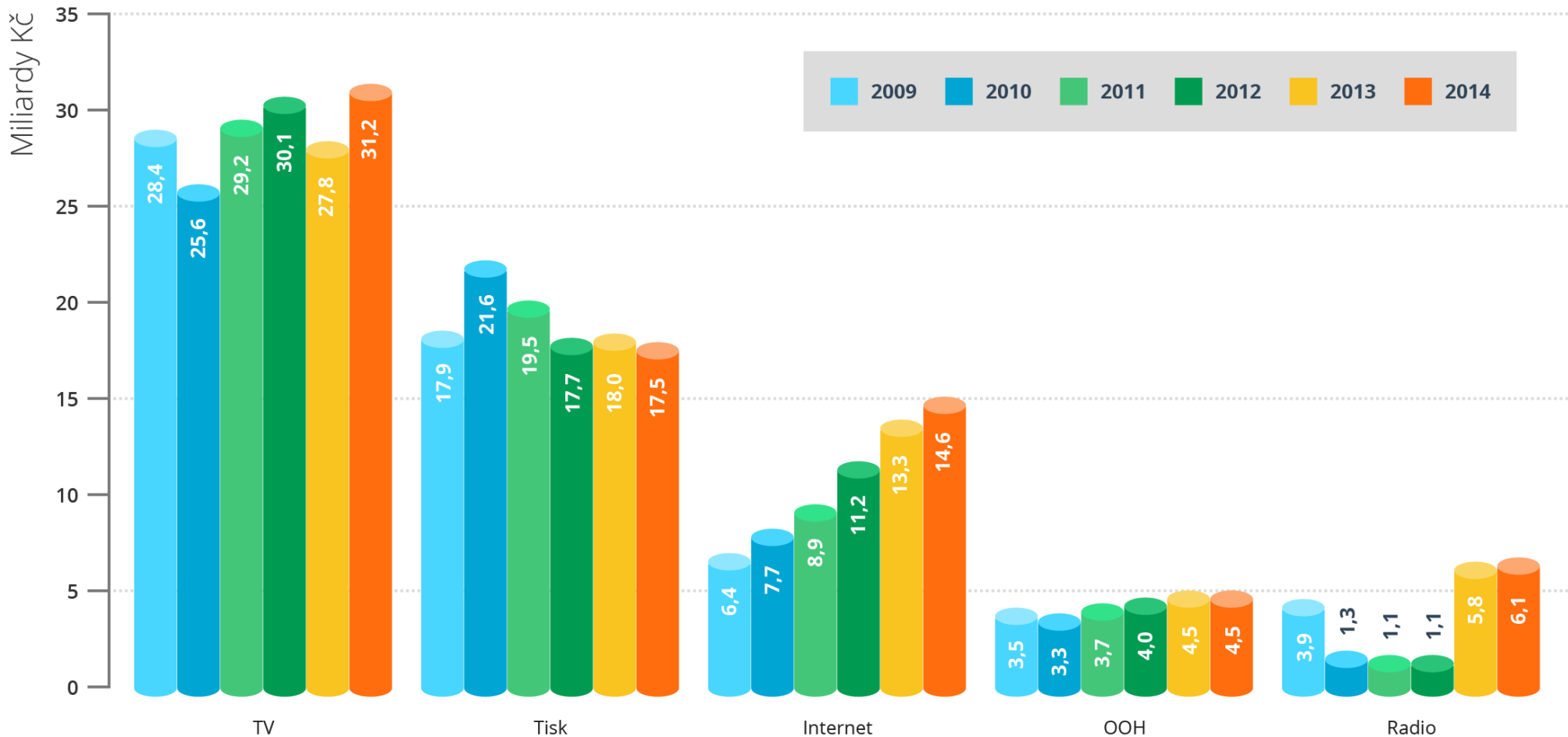


## Podíl jednotlivých mediatypů v roce 2014\*

\* ceny bez vlastní inzerce (selfpromo)



## Vývoj podílů jednotlivých mediatypů (absolutně)



\* ceny bez vlastní inzerce (selfpromo)  
Radio v letech 2010 - 2012 neobsahuje regionální prodeje

Zdroj: SPIR, ppm factum, únor 2015

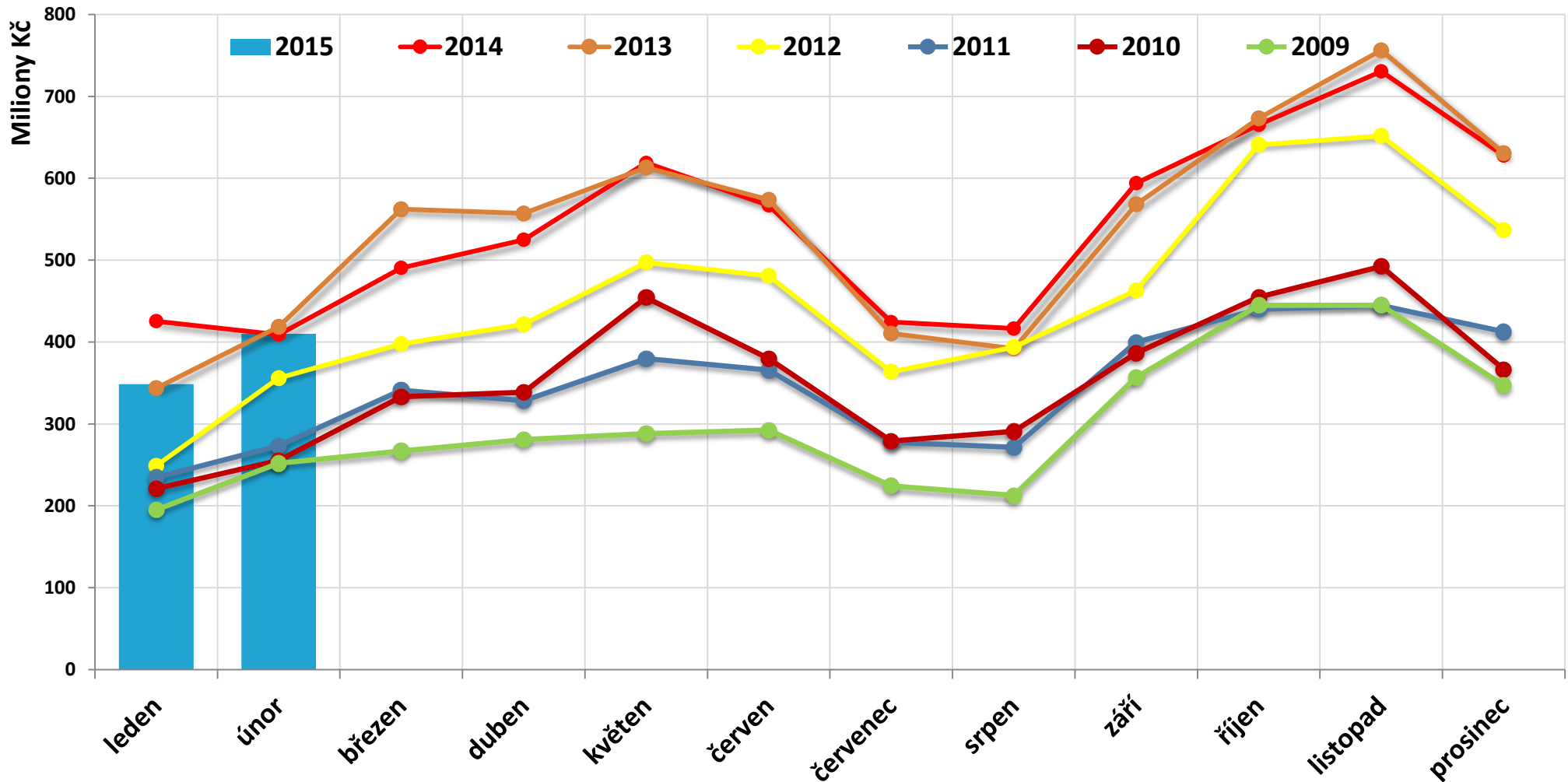


# 3. Výsledky AdMonitoring

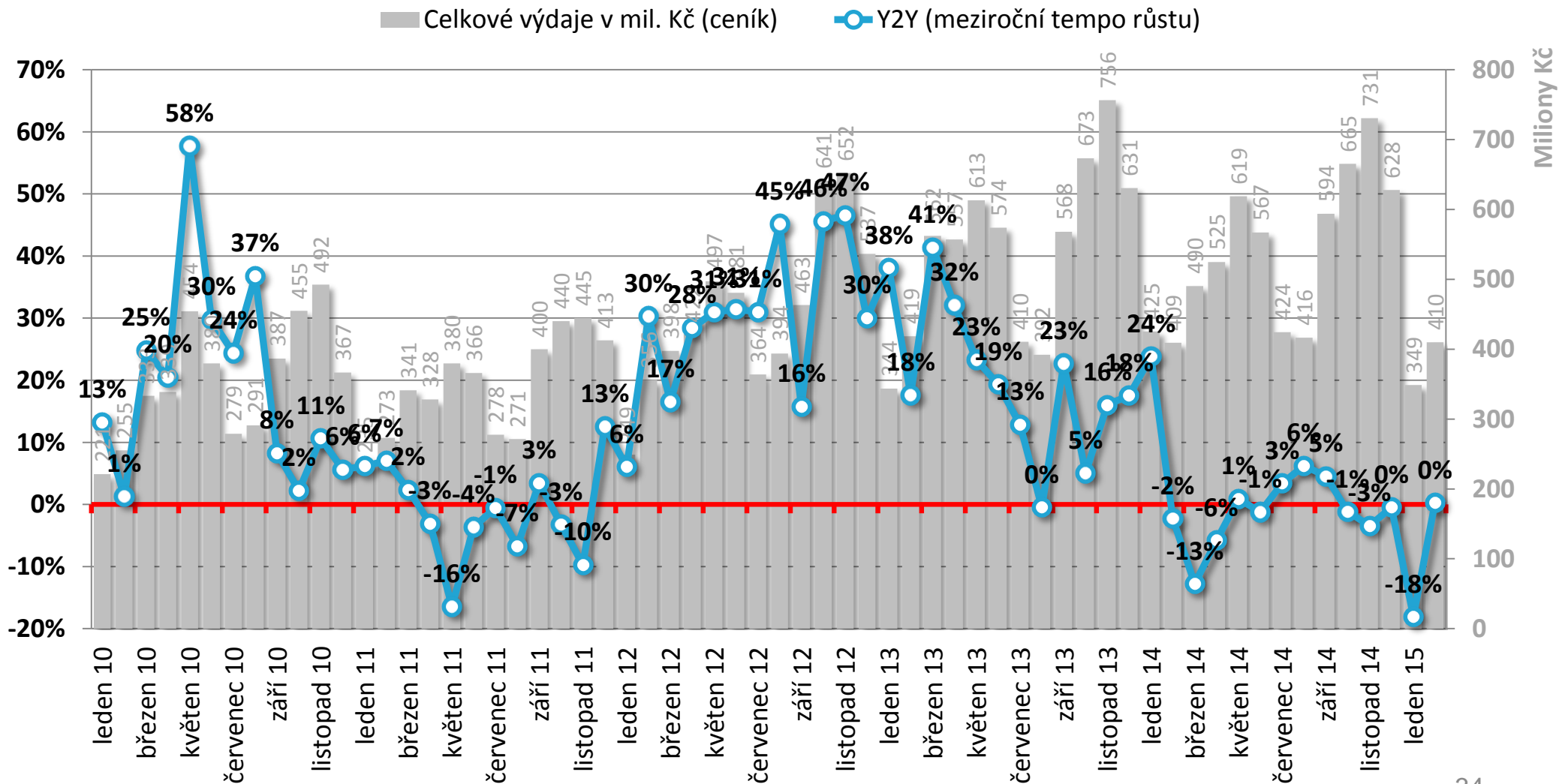
## Únor 2015



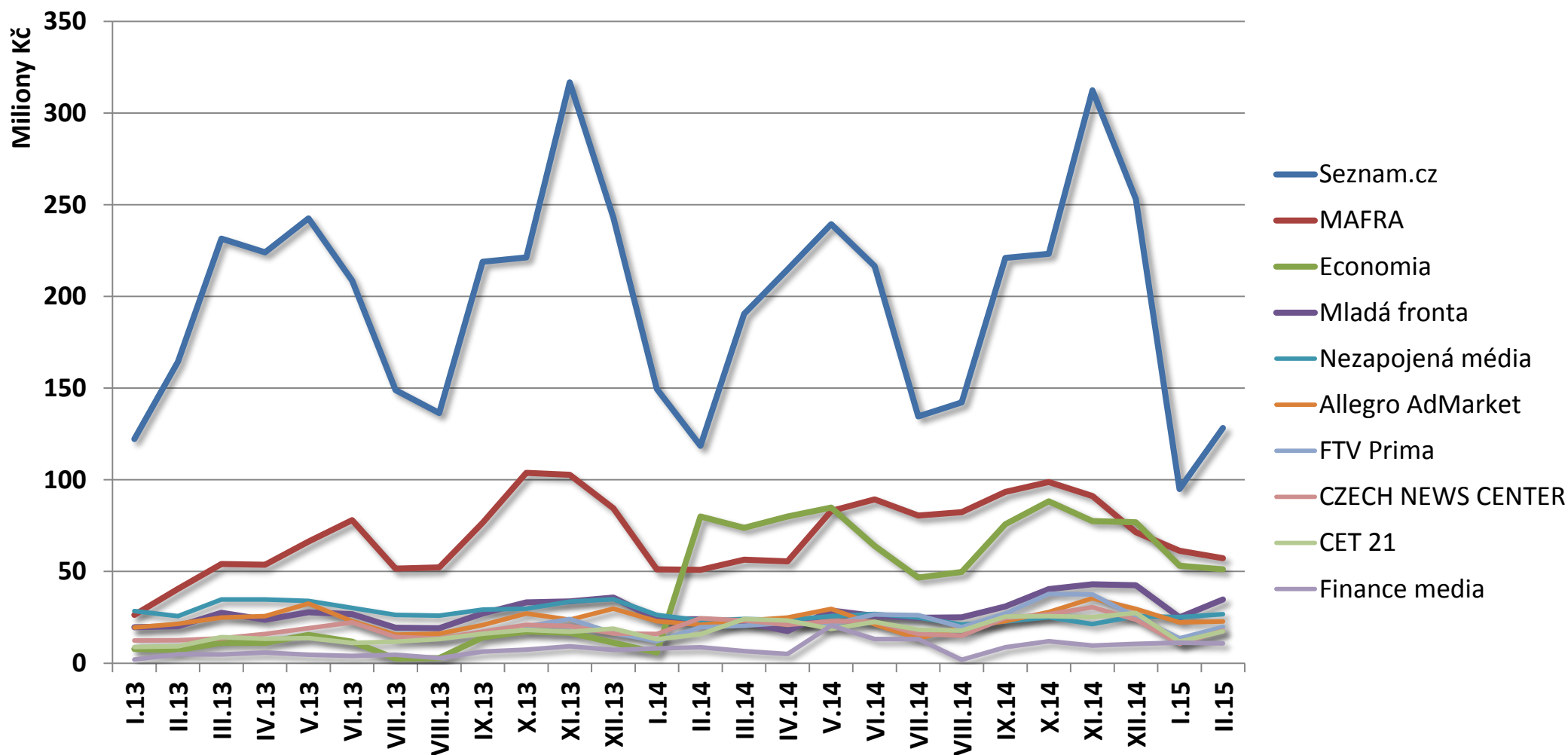
## Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (1)



# Meziroční změny výdajů do internetové display reklamy (Y2Y)

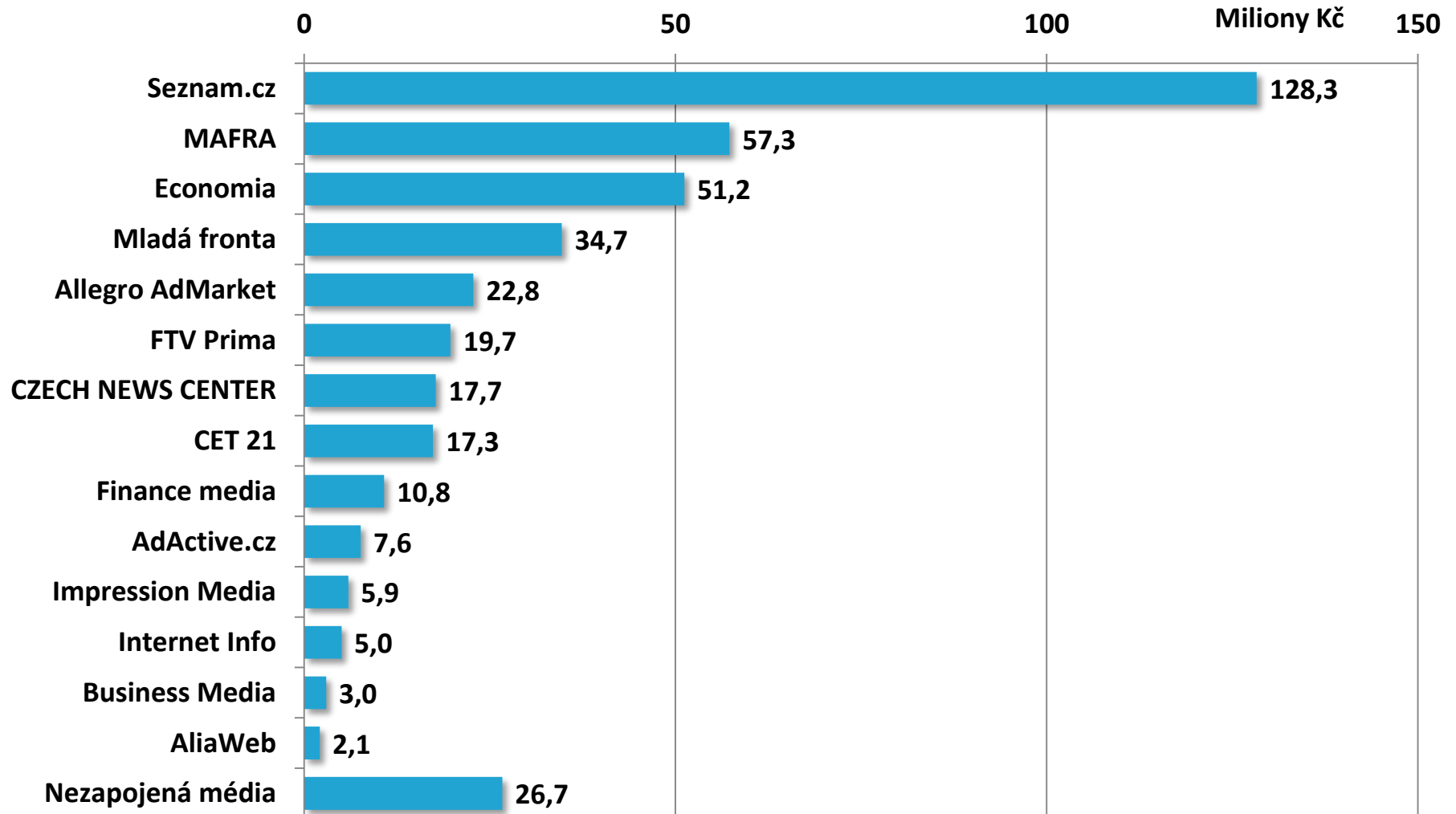


## Vývoj výdajů do display reklamy – TOP10 provozovatelů



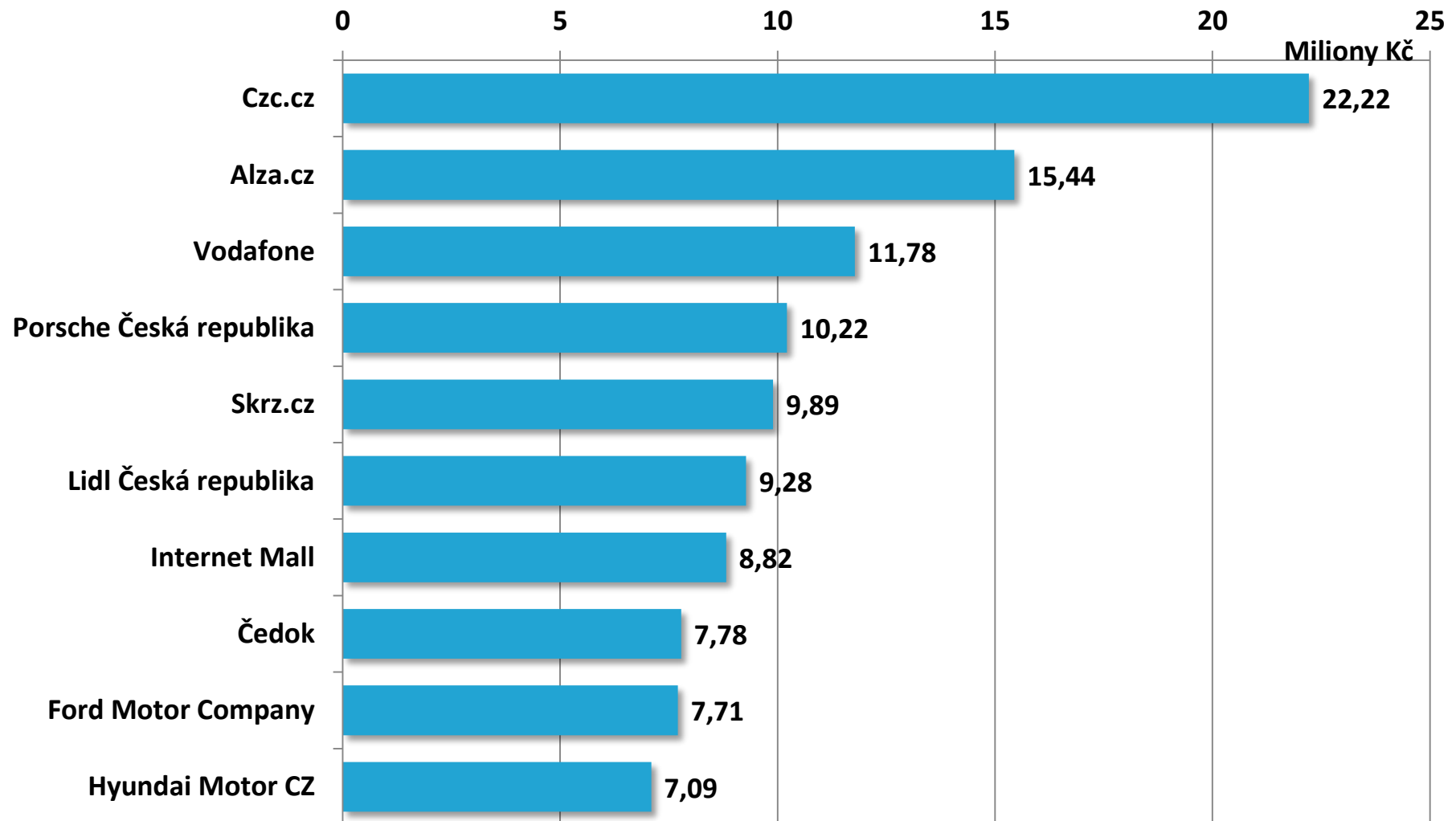


## Provozovatelé podle celkových reklamních výkonů – Únor 2015



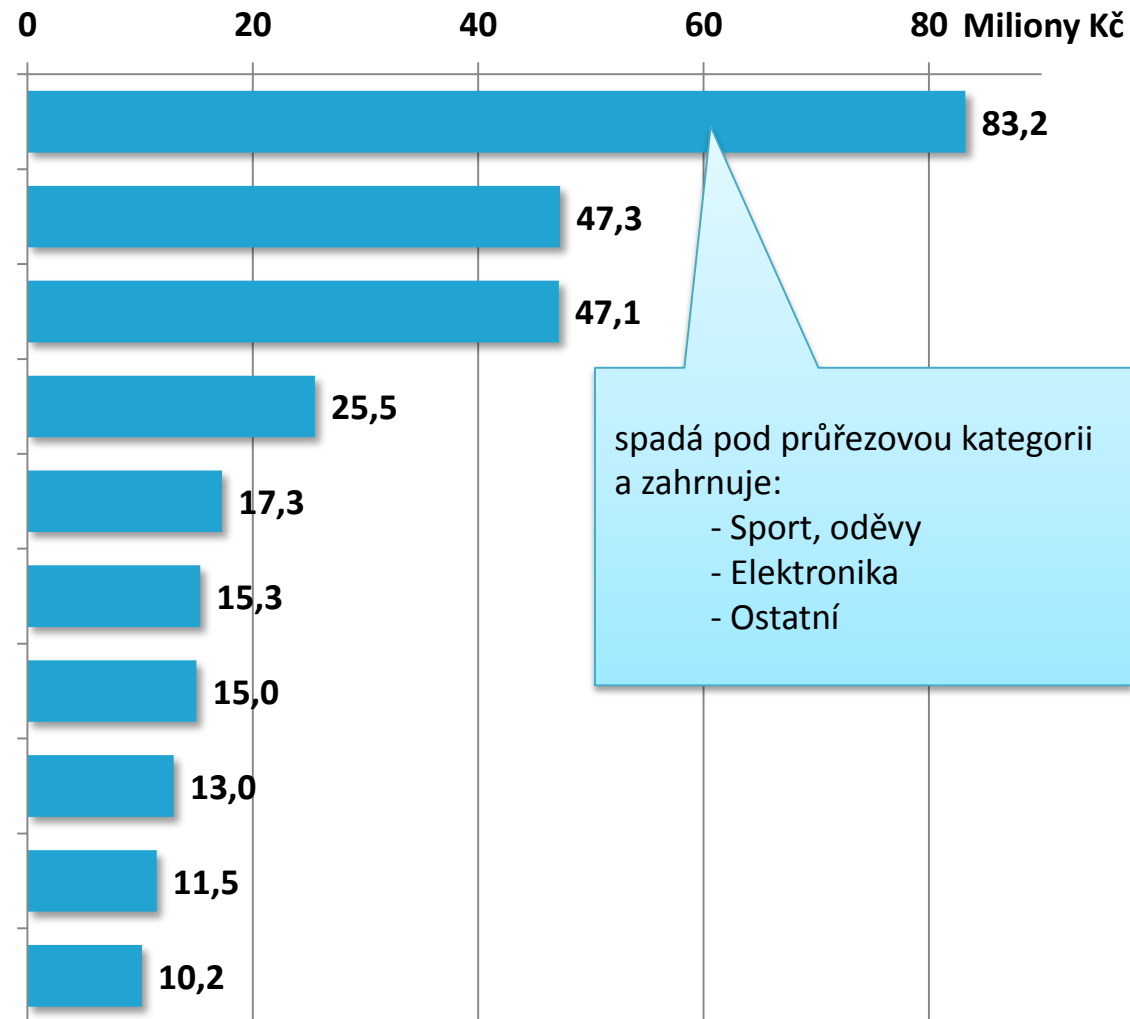


## TOP 10 zadavatelů – Únor 2015





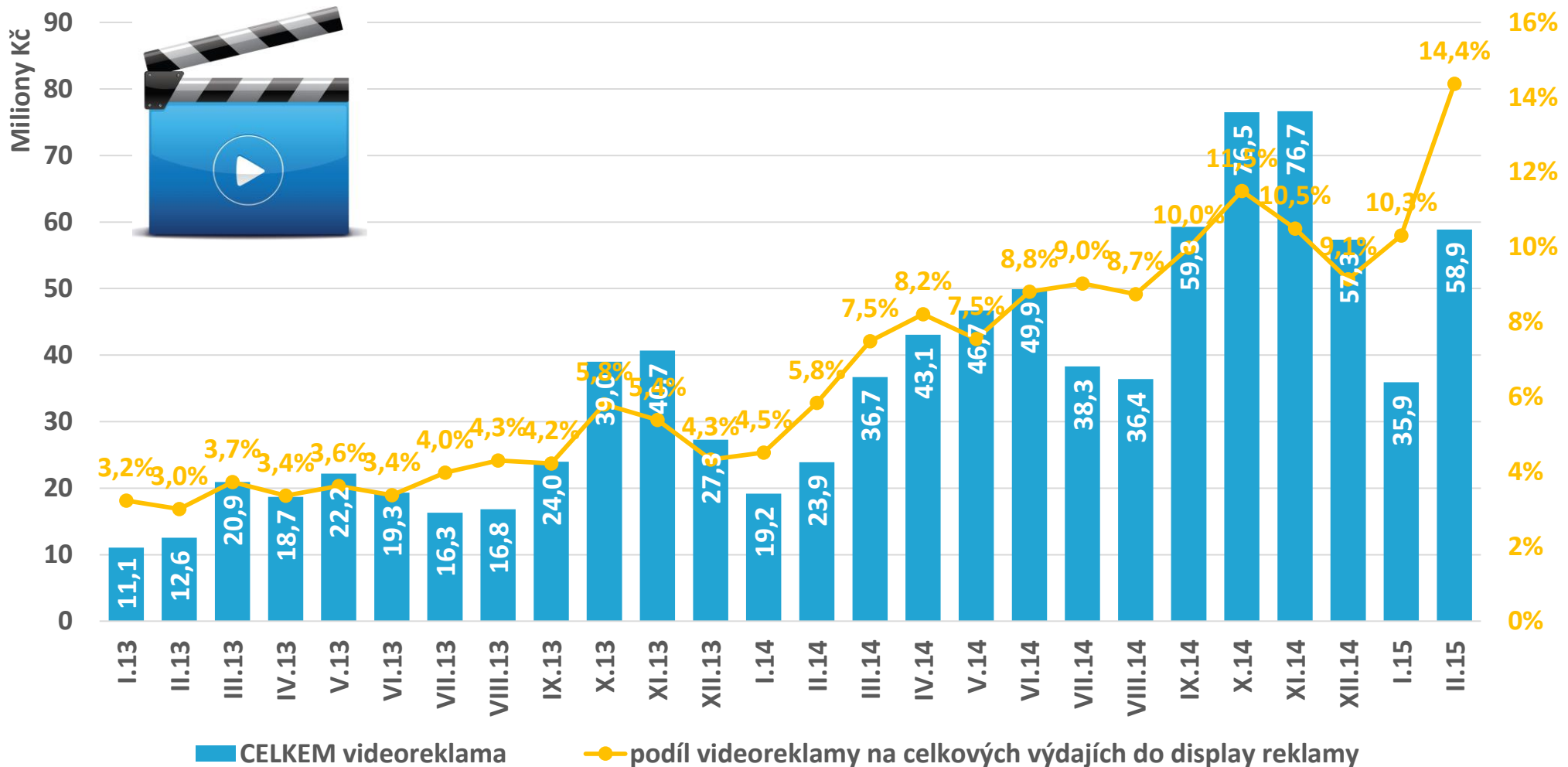
## TOP 10 produktových segmentů – Únor 2015



spadá pod průřezovou kategorii  
a zahrnuje:

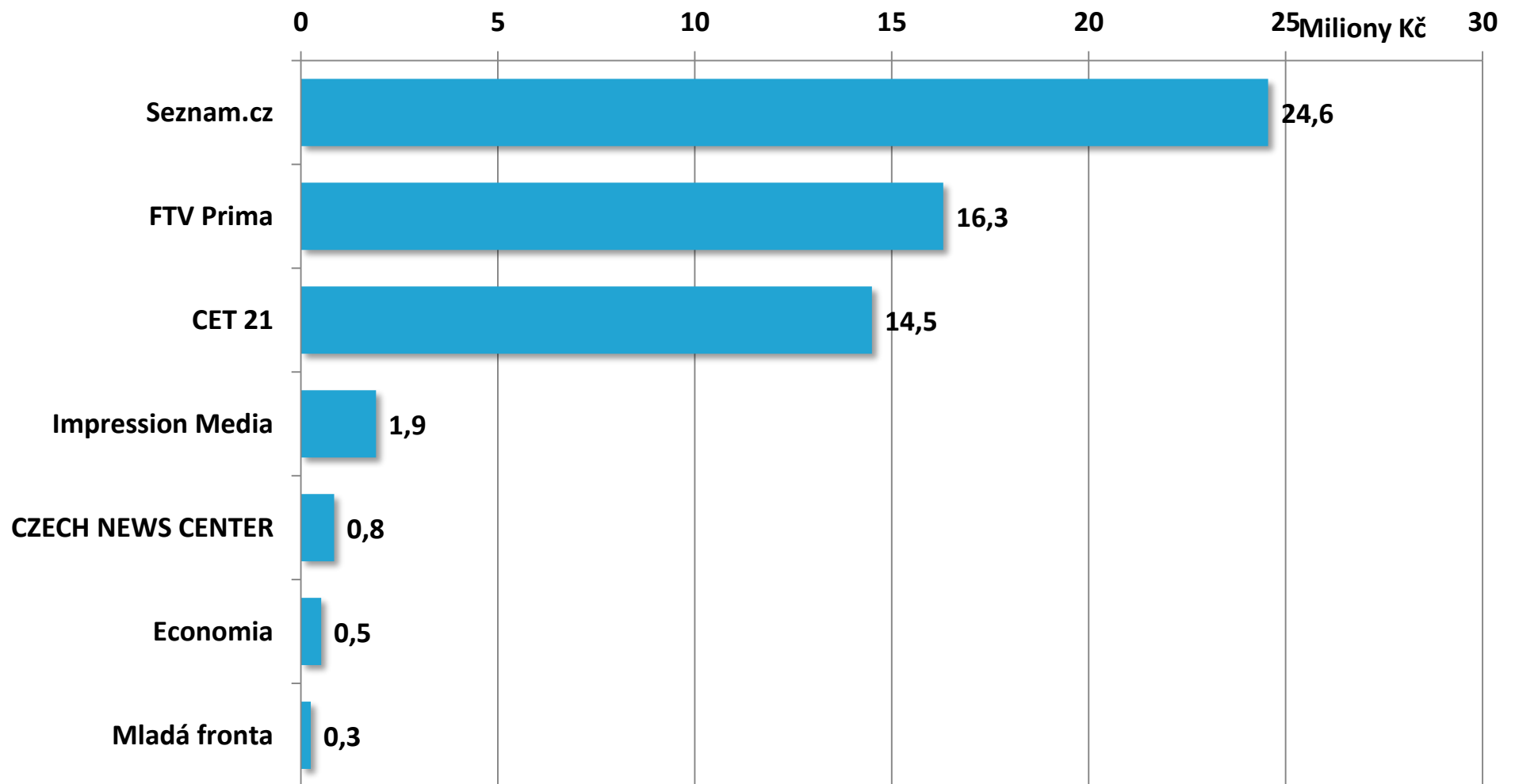
- Sport, oděvy
- Elektronika
- Ostatní

## Vývoj celkových výdajů do VIDEO reklamy





## Provozovatelé podle výkonů VIDEO reklamy – Únor 2015





## **4. Kontinuální výzkum (SEKV)**

**Vlna říjen – listopad 2014**

**(20. 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 => normy a kontrolní znaky panelu.

### Metoda - popis

- Reprezentativní vzorek internetových domácností ČR.
- Velikost F2F vzorku – **20. fáze 857 domácností tj. 1941 internetových uživatelů 10+** (roční vzorek cca 6 000).

### Zadavatel - realizátor

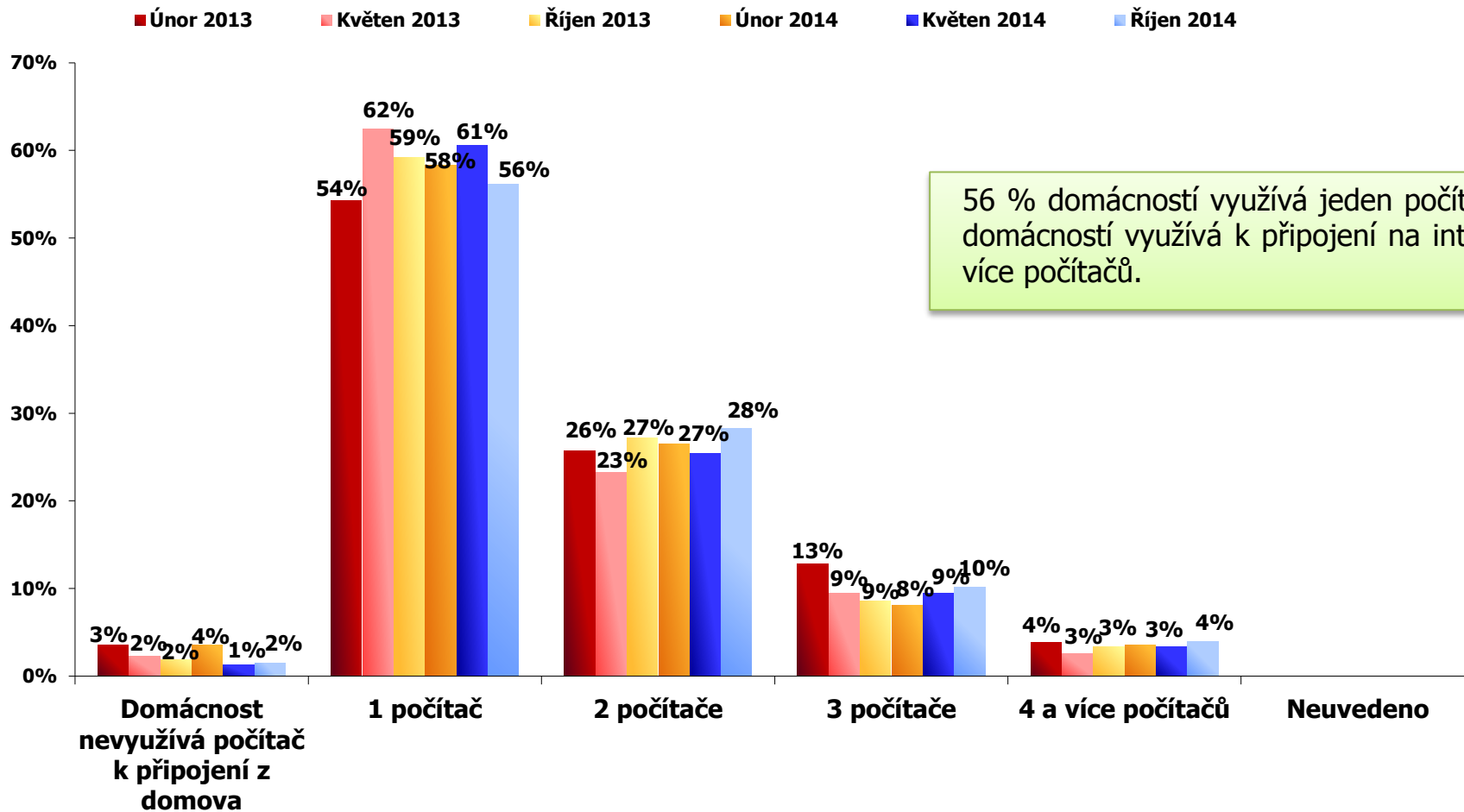
- Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR)
- Realizátor - společnost Mediaresearch

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

## Počítače v domácnosti

### Počet počítačů používaných v domácnosti k připojení na internet

ZÁKLAD: Všechny domácnosti n=862 (únor 13), n=880 (květen 13), n=871 (říjen 13),  
n=862 (únor 14), n=859 (květen 14), n=857 (říjen 14)

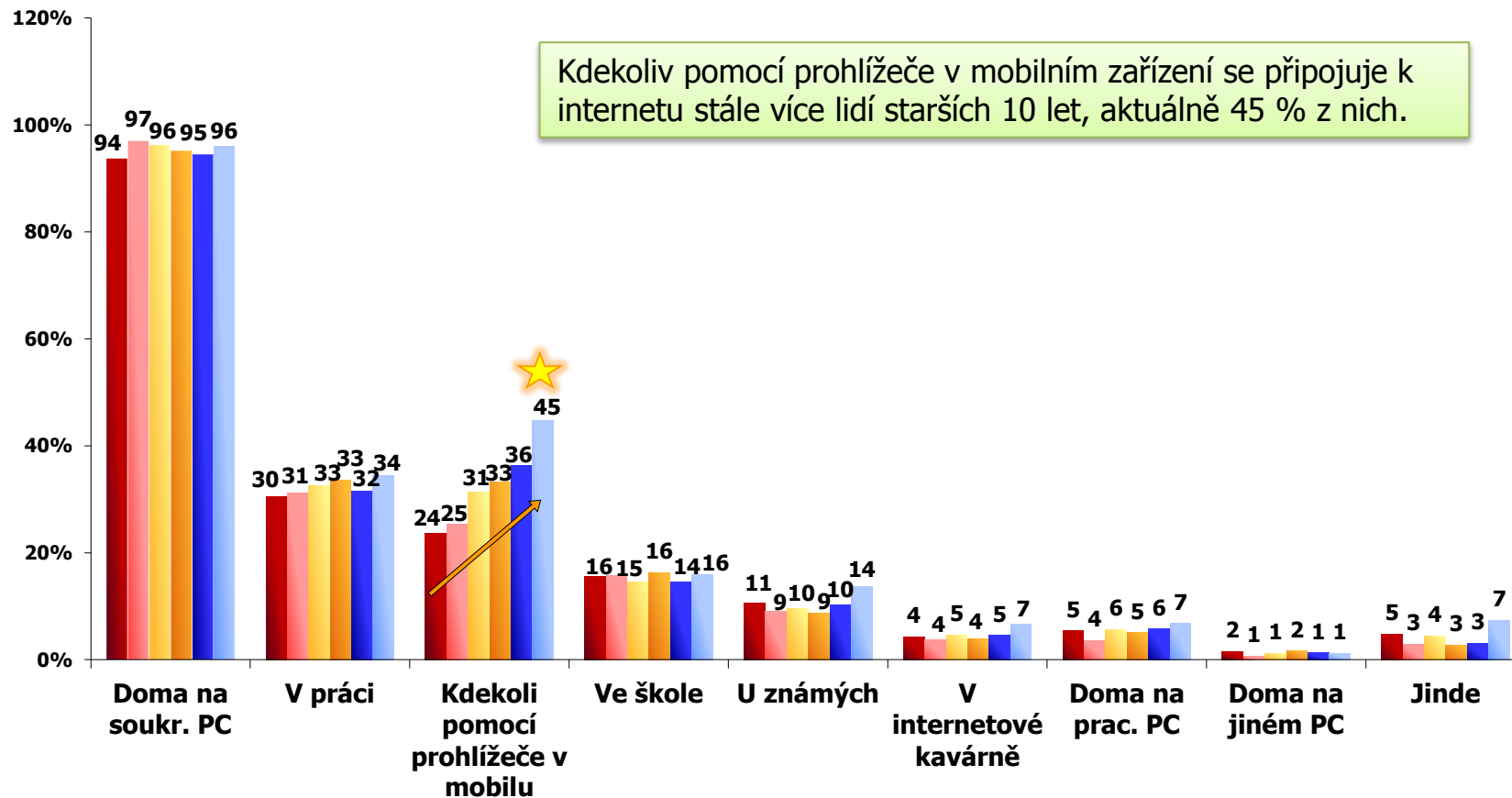


# Přístup na internet

## Kde všude využíváte internet?

ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet n=1892 (únor13), n=1916 (květen 13), n=1965 (říjen 13), n=1869 (únor 14), n=1866 (květen 14), n=1941 (říjen 14)

■ Únor 2013 ■ Květen 2013 ■ Říjen 2013 ■ Únor 2014 ■ Květen 2014 ■ Říjen 2014

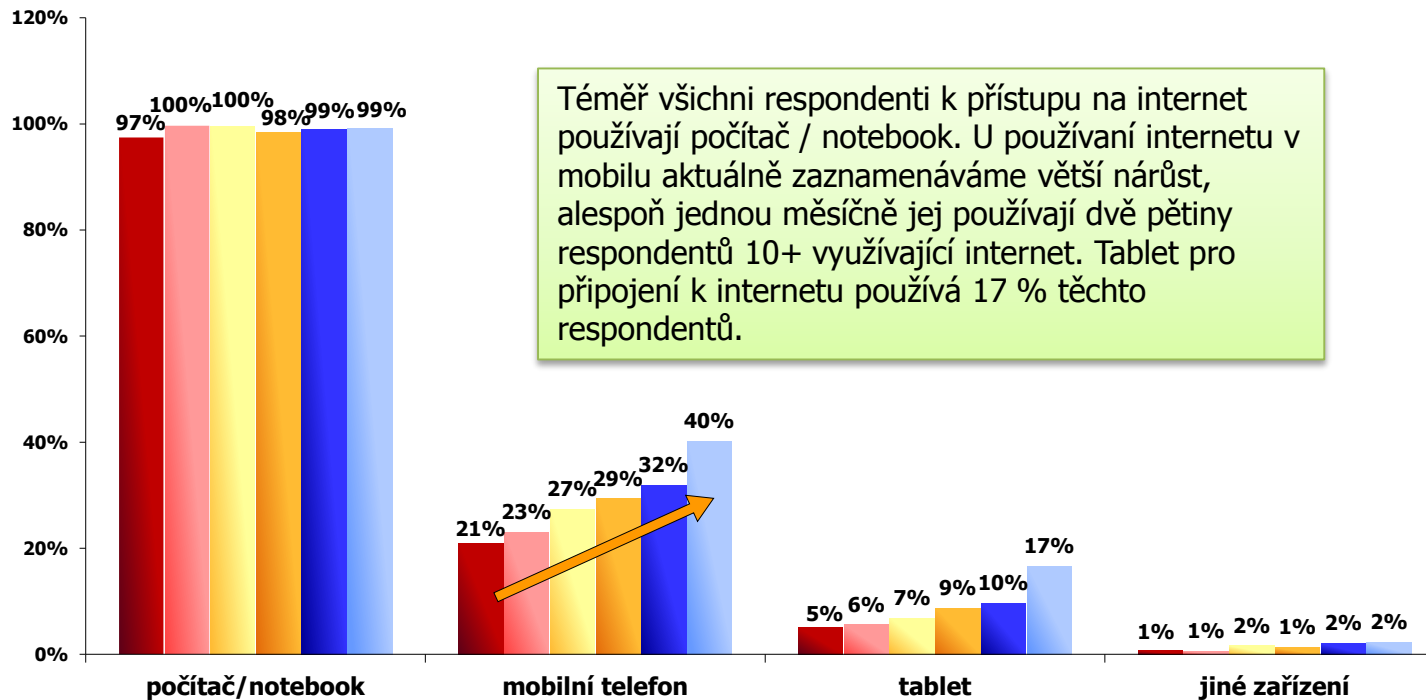


# Přístup na internet

## Zařízení, na kterých používáte internet

ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet n=1892 (únor13), n=1916 (květen 13), n=1965 (říjen 13), n=1869 (únor 14), n=1866 (květen 14), n=1941 (říjen 14)

■ Únor 2013 ■ Květen 2013 ■ Říjen 2013 ■ Únor 2014 ■ Květen 2014 ■ Říjen 2014



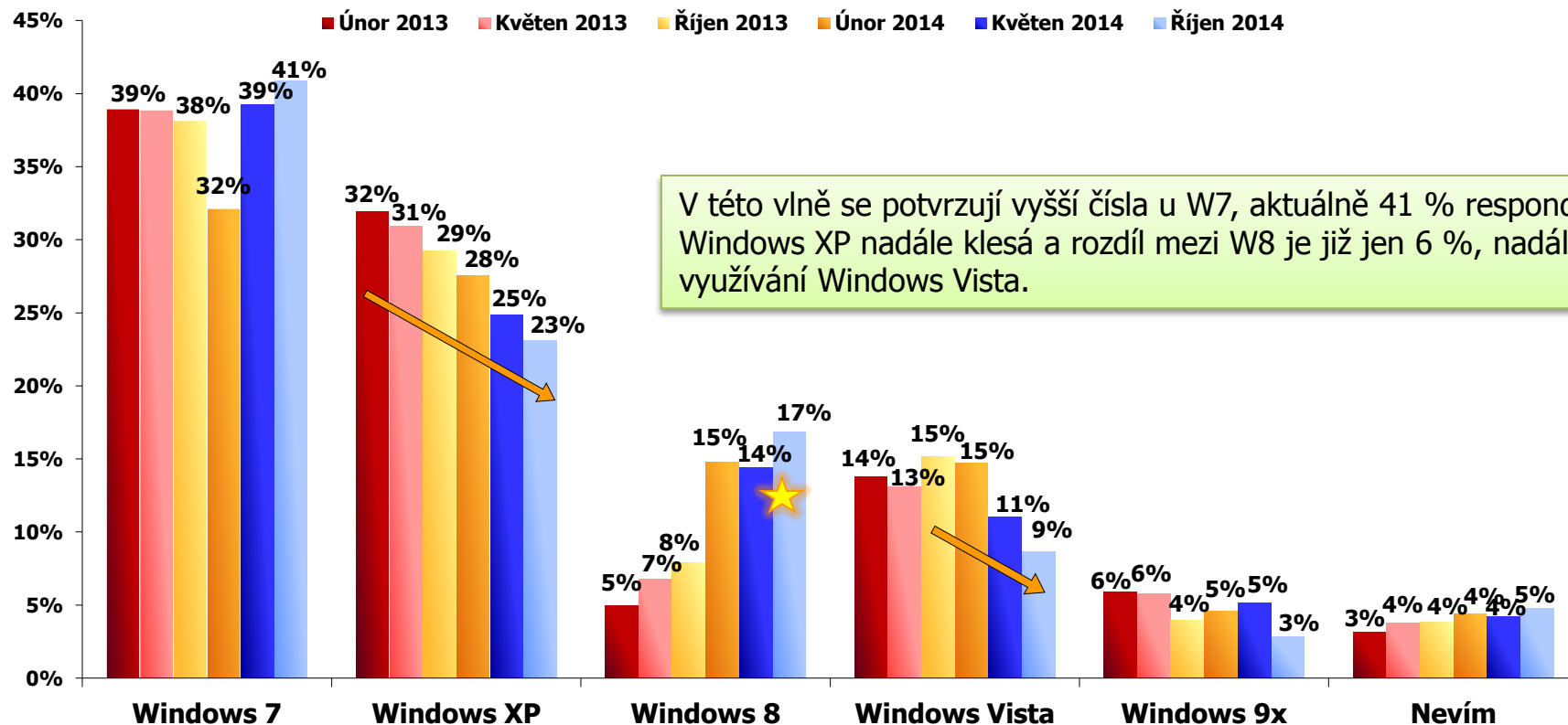
Téměř všichni respondenti k přístupu na internet používají počítač / notebook. U používání internetu v mobilu aktuálně zaznamenáváme větší nárůst, alespoň jednou měsíčně jej používají dvě pětiny respondentů 10+ využívající internet. Tablet pro připojení k internetu používá 17 % těchto respondentů.



## Vlastnosti počítače – Operační systém

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

ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet n=1892 (únor13), n=1916 (květen 13), n=1965 (říjen 13), n=1869 (únor 14), n=1866 (květen 14), n=1941 (říjen 14)

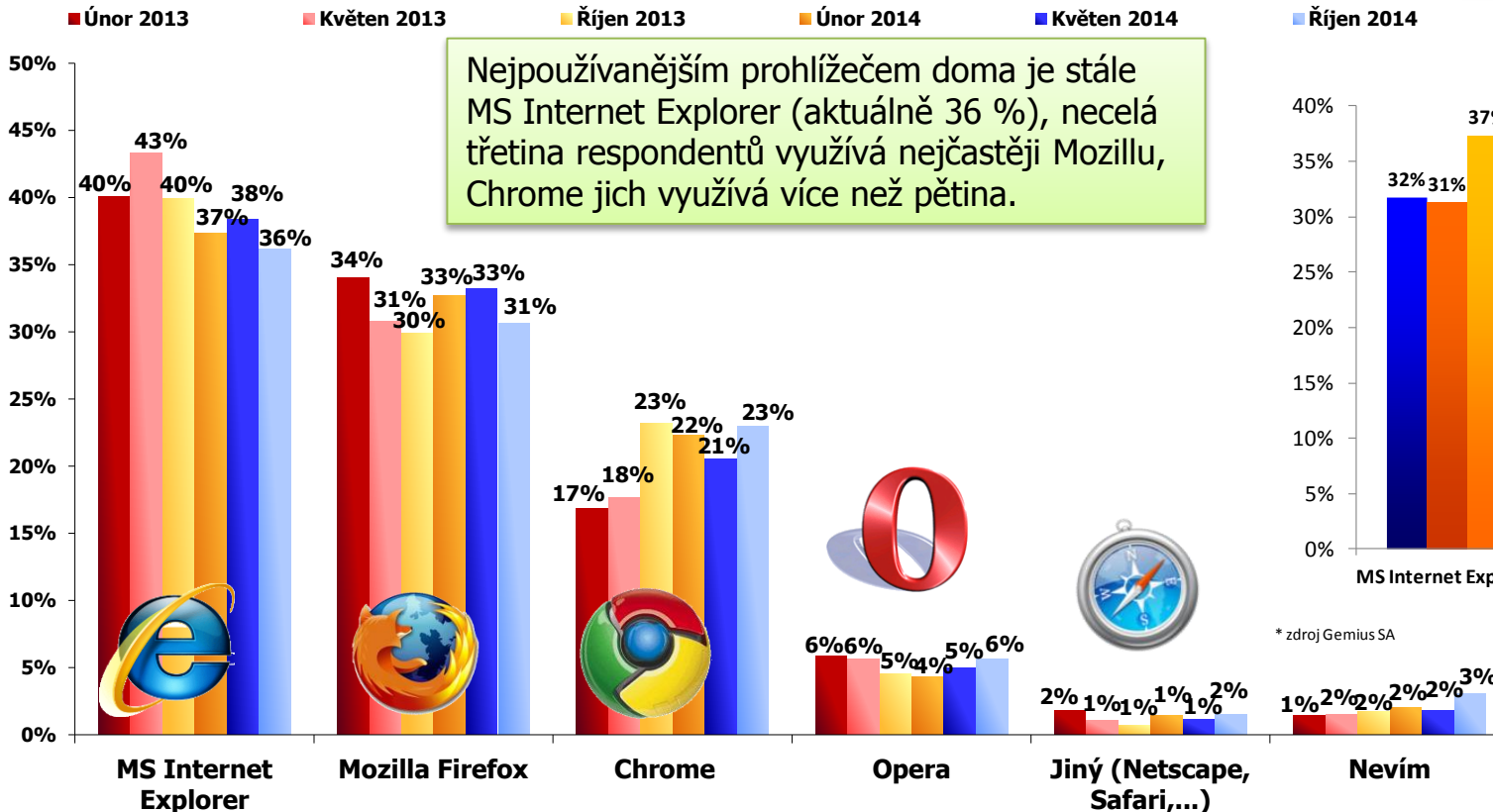


V této vlně se potvrzují vyšší čísla u W7, aktuálně 41 % respondentů, Windows XP nadále klesá a rozdíl mezi W8 je již jen 6 %, nadále klesá využívání Windows Vista.

# Vlastnosti počítače – Internetový prohlížeč

## Nejčastěji používaný webový prohlížeč doma

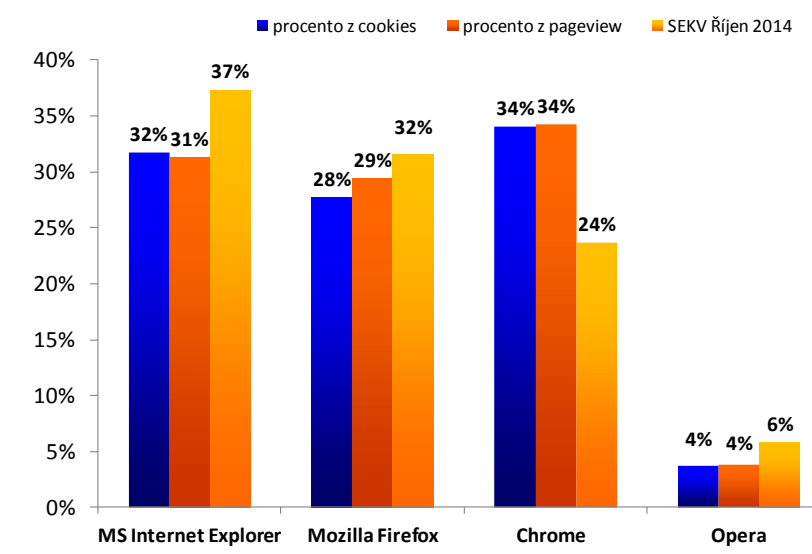
ZÁKLAD: Respondenti 10+ využívající internet doma n=1844 (únor 13), n=1890 (květen 13), n=1947 (říjen 13), n=1834 (únor 14), n=1844 (květen 14), n=1928 (říjen 14)



Nejpoužívanějším prohlížečem doma je stále MS Internet Explorer (aktuálně 36 %), necelá třetina respondentů využívá nejčastěji Mozillu, Chrome jich využívá více než pětina.

## Srovnání: deklarace x skutečnost

### Webové prohlížeče - Říjen 2014




\* zdroj Gemius SA

## 5. Agenda SPIR



## Agenda SPIR

- **Výzva řešení crossmediálního měření**
- **Konference IAC ve **čtvrtek 9. dubna**** 
- **Inzertní výkony -> IAB AdEx (publikace v létě)**

**Děkujeme Vám za pozornost**

 **NetMonitor**

  
mediaresearch

 **AdMonitoring**



**GEMIOUS**