

Prezentace výzkumných projektů SPIR

- zkrácená verze -

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

17. března 2015, Klub cestovatelů

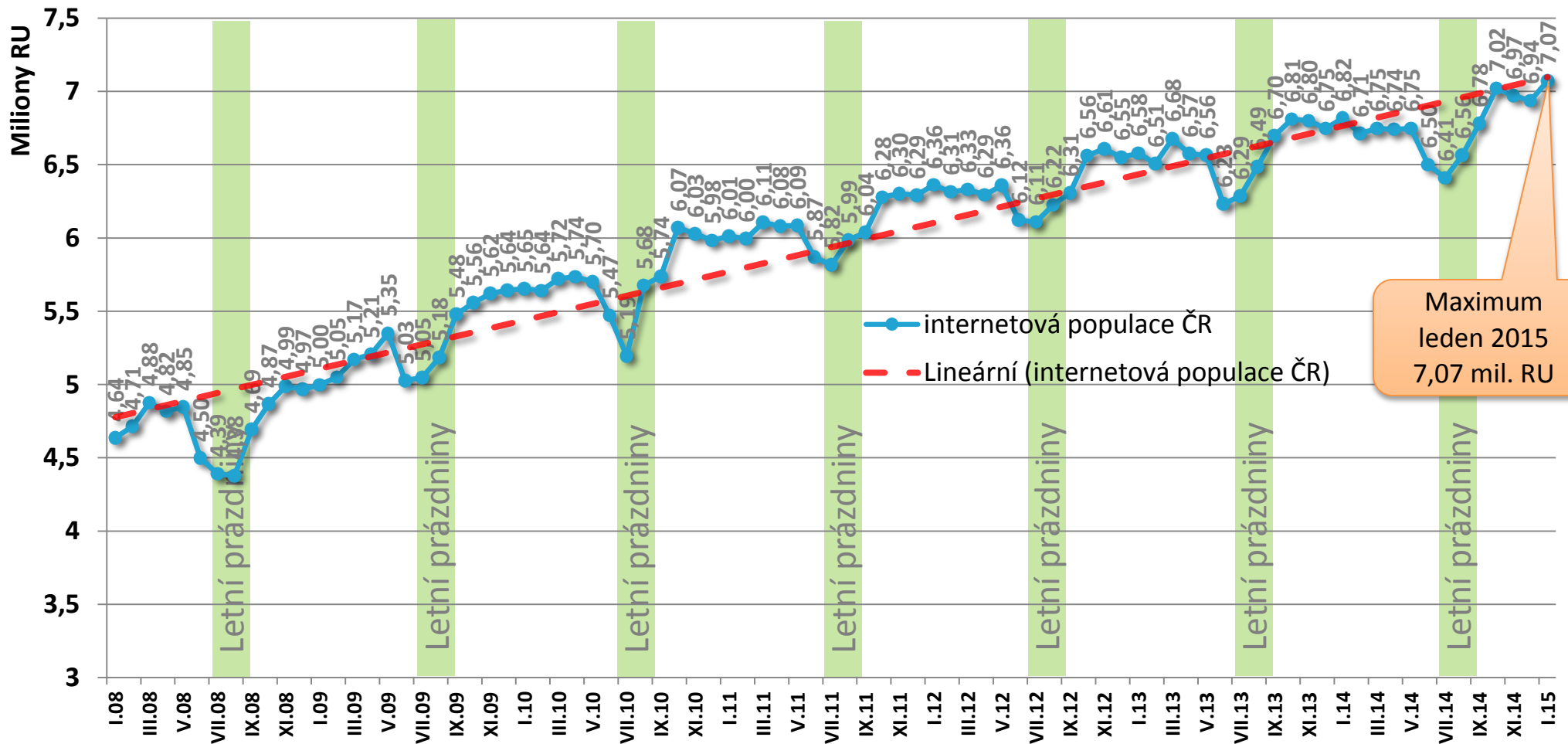


- 1. Výsledky NetMonitor**
- 2. Odhad inzertních výkonů**
- 3. Výsledky AdMonitoring**
- 4. Kontinuální výzkum SEKV**
- 5. Agenda SPIR**

1. Výsledky NetMonitor

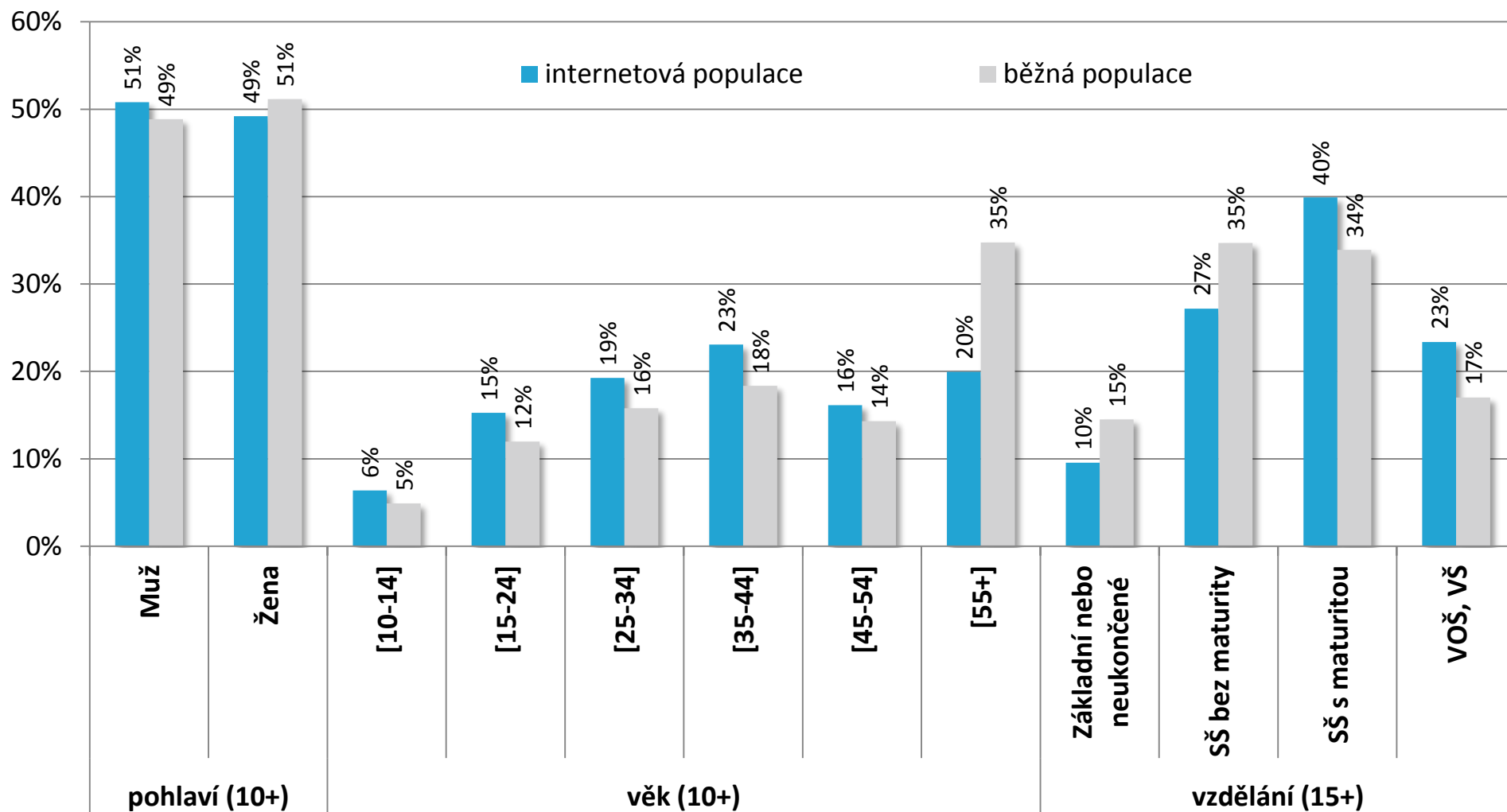
Leden 2015

Vývoj velikosti internetové populace ČR

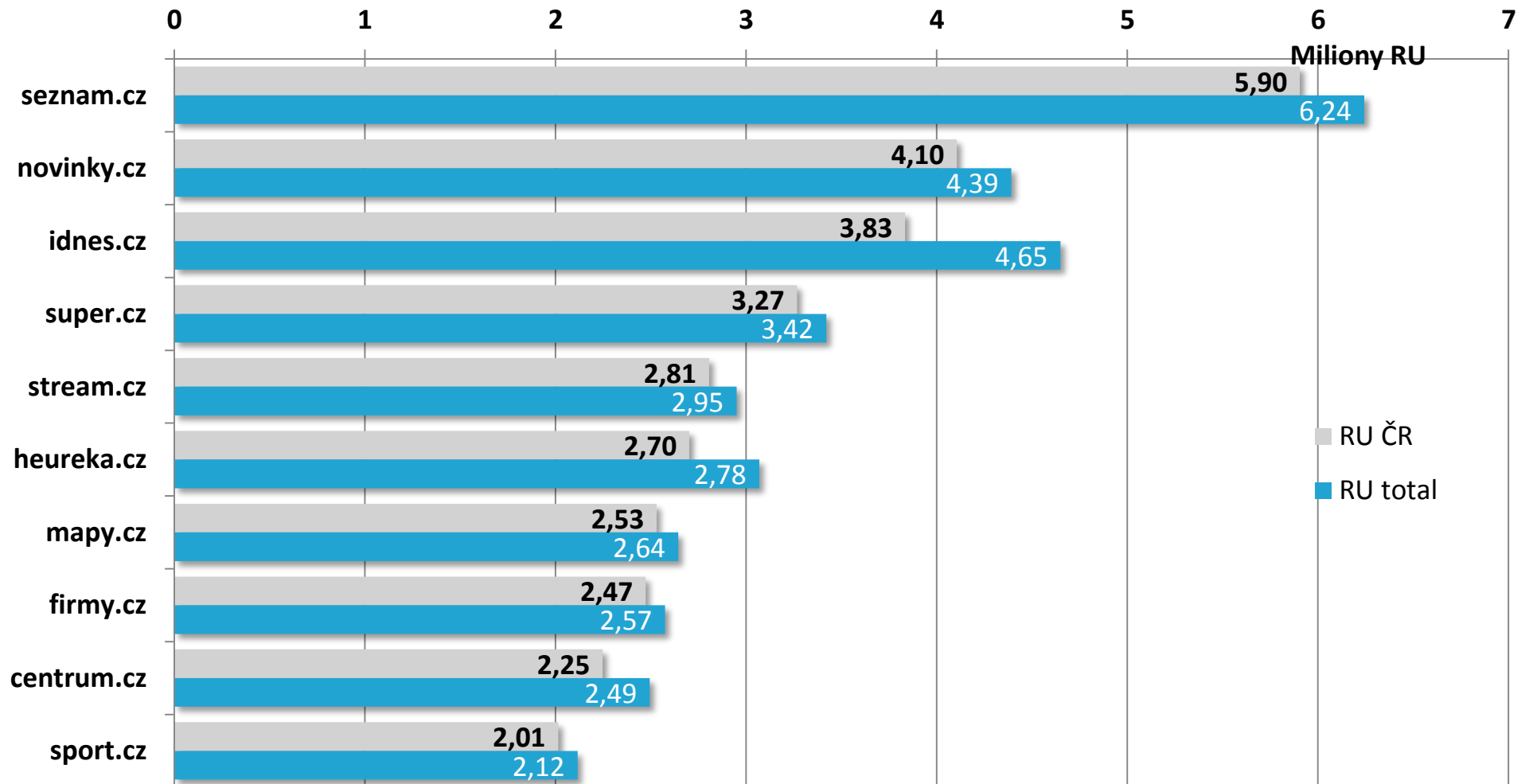


Maximum
leden 2015
7,07 mil. RU

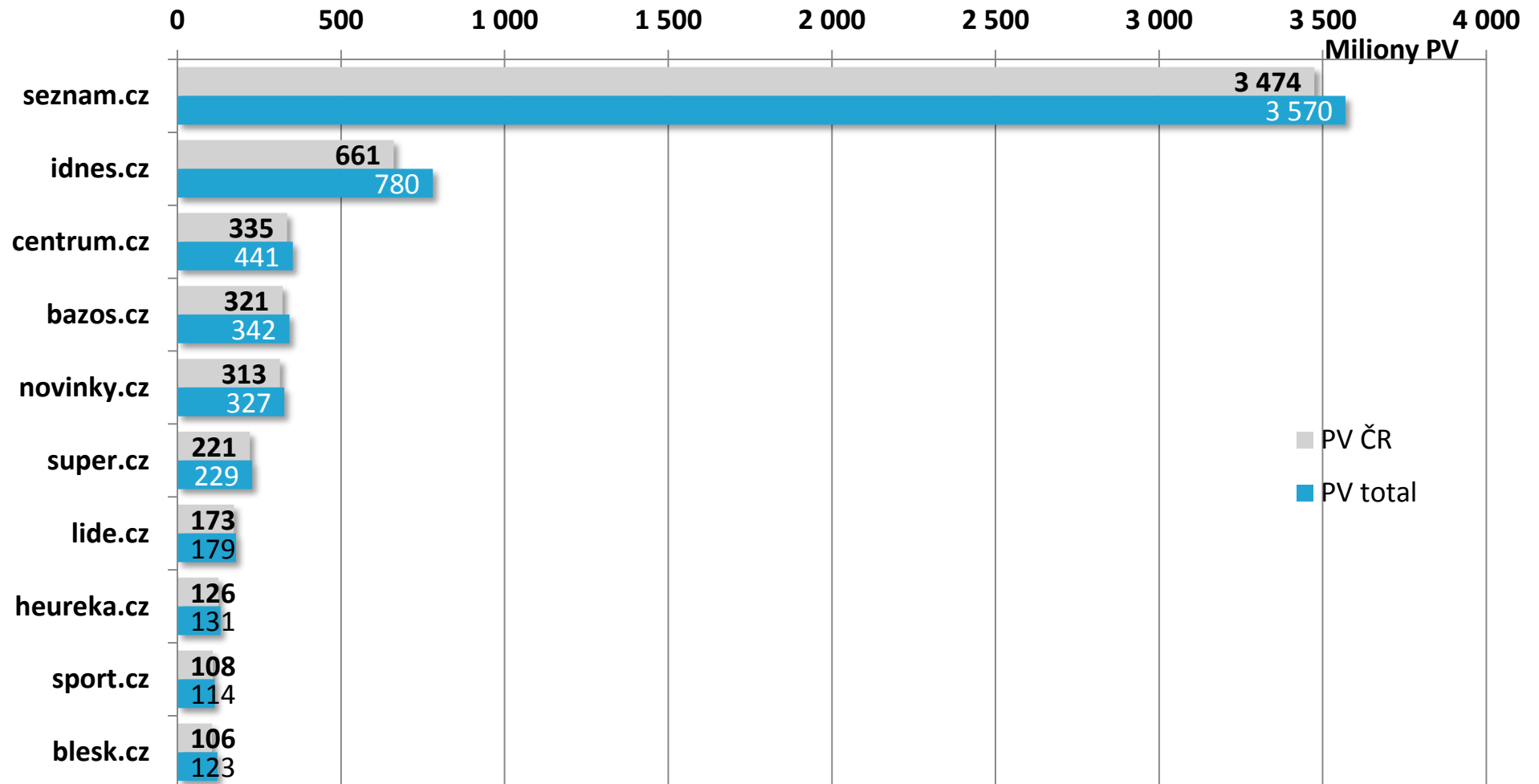
Základní sociodemografie návštěvníků



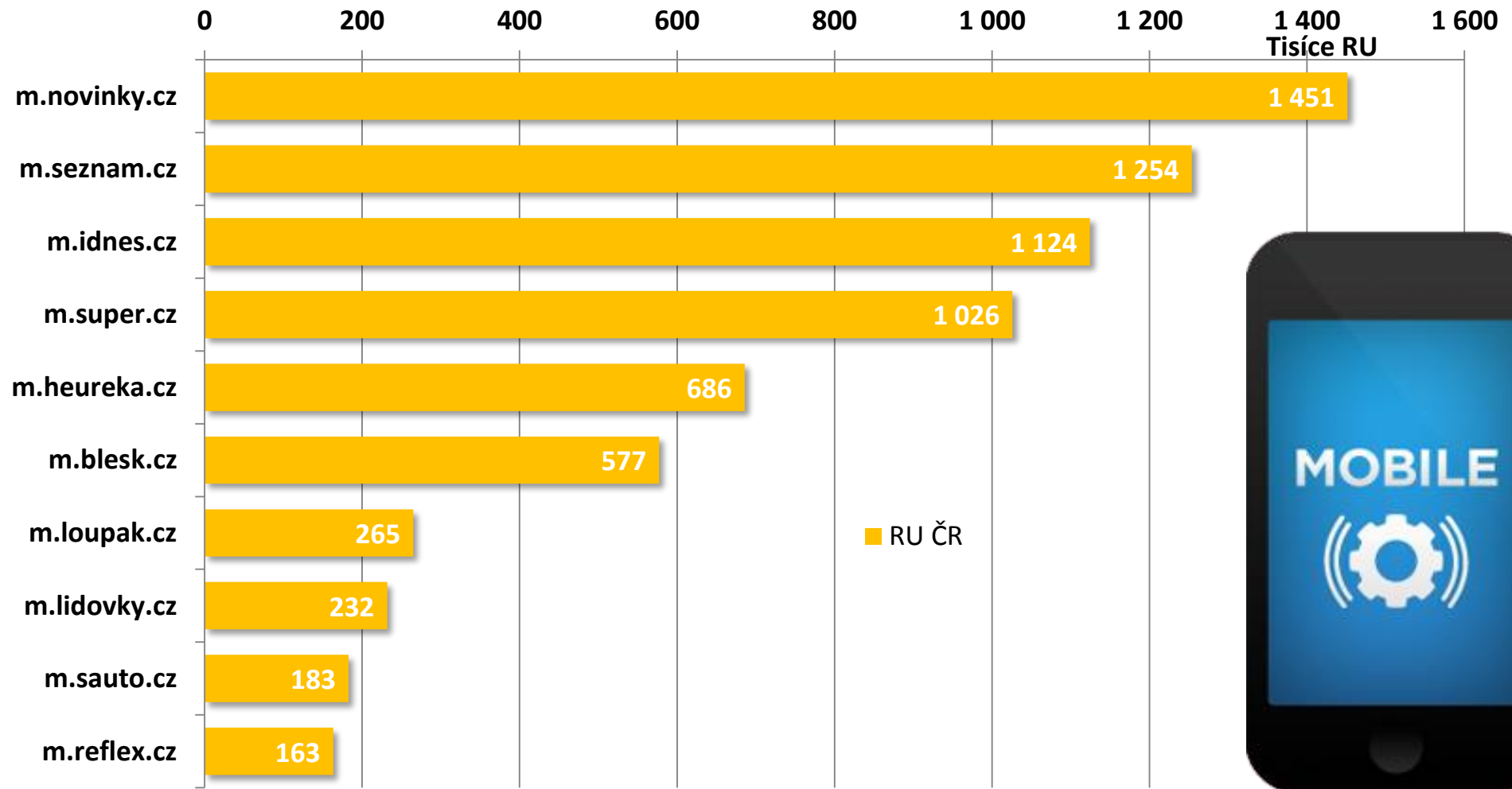
TOP 10 serverů podle počtu návštěvníků (RU) – Leden



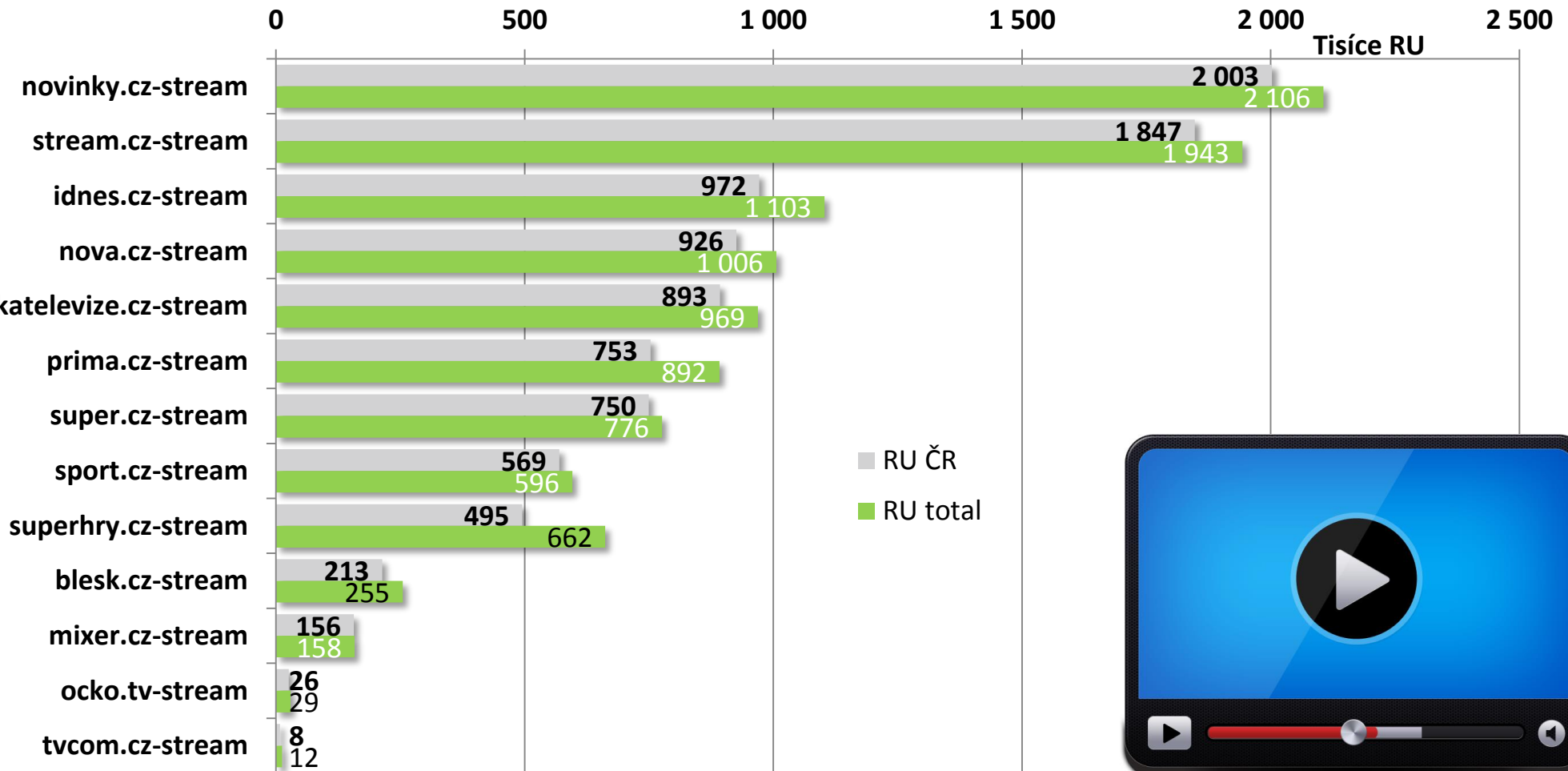
TOP 10 serverů podle počtu shlédnutých stránek (PV) – Leden



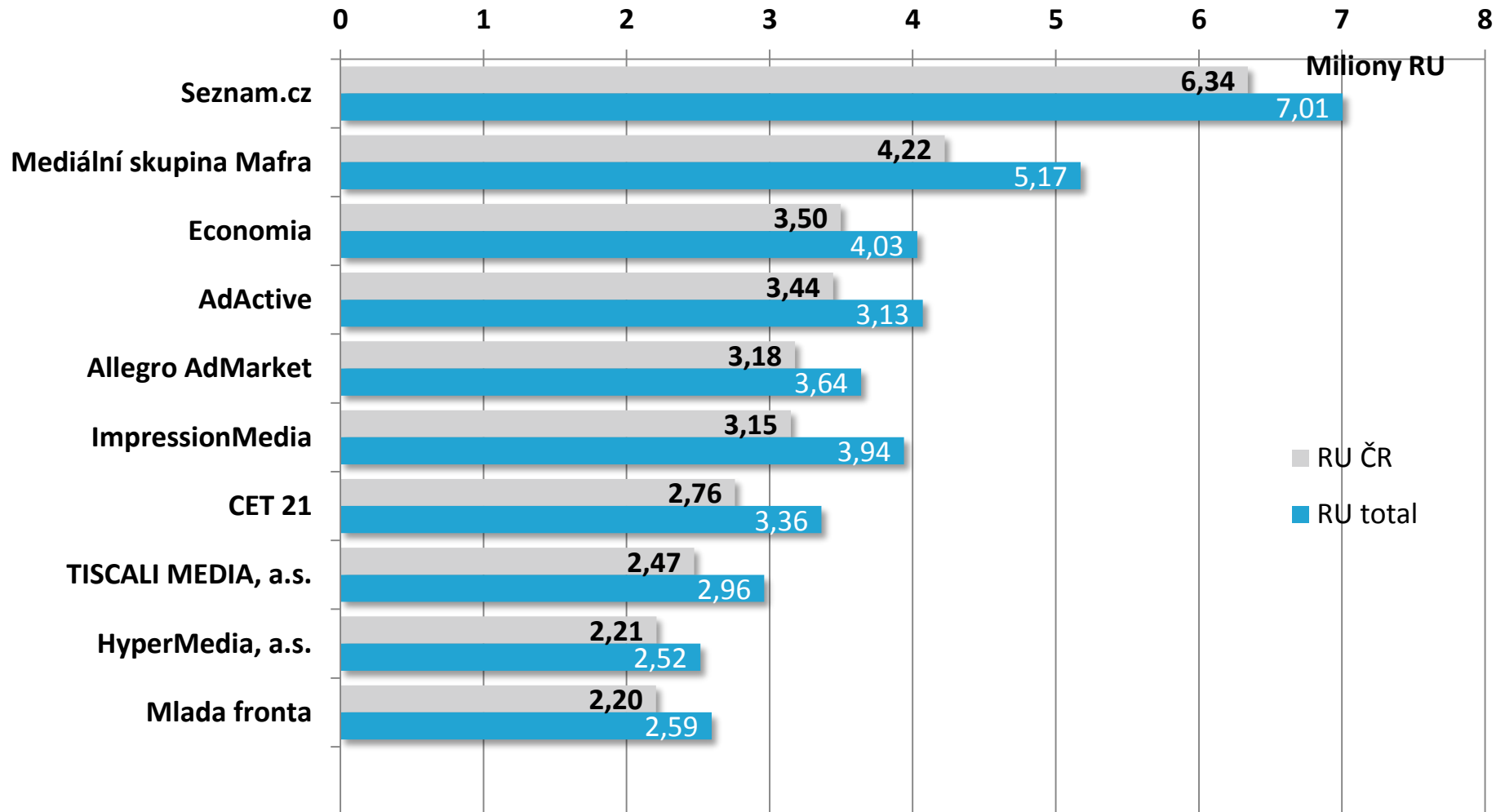
TOP 10 mobilních médií podle počtu návštěvníků (RU) – Leden



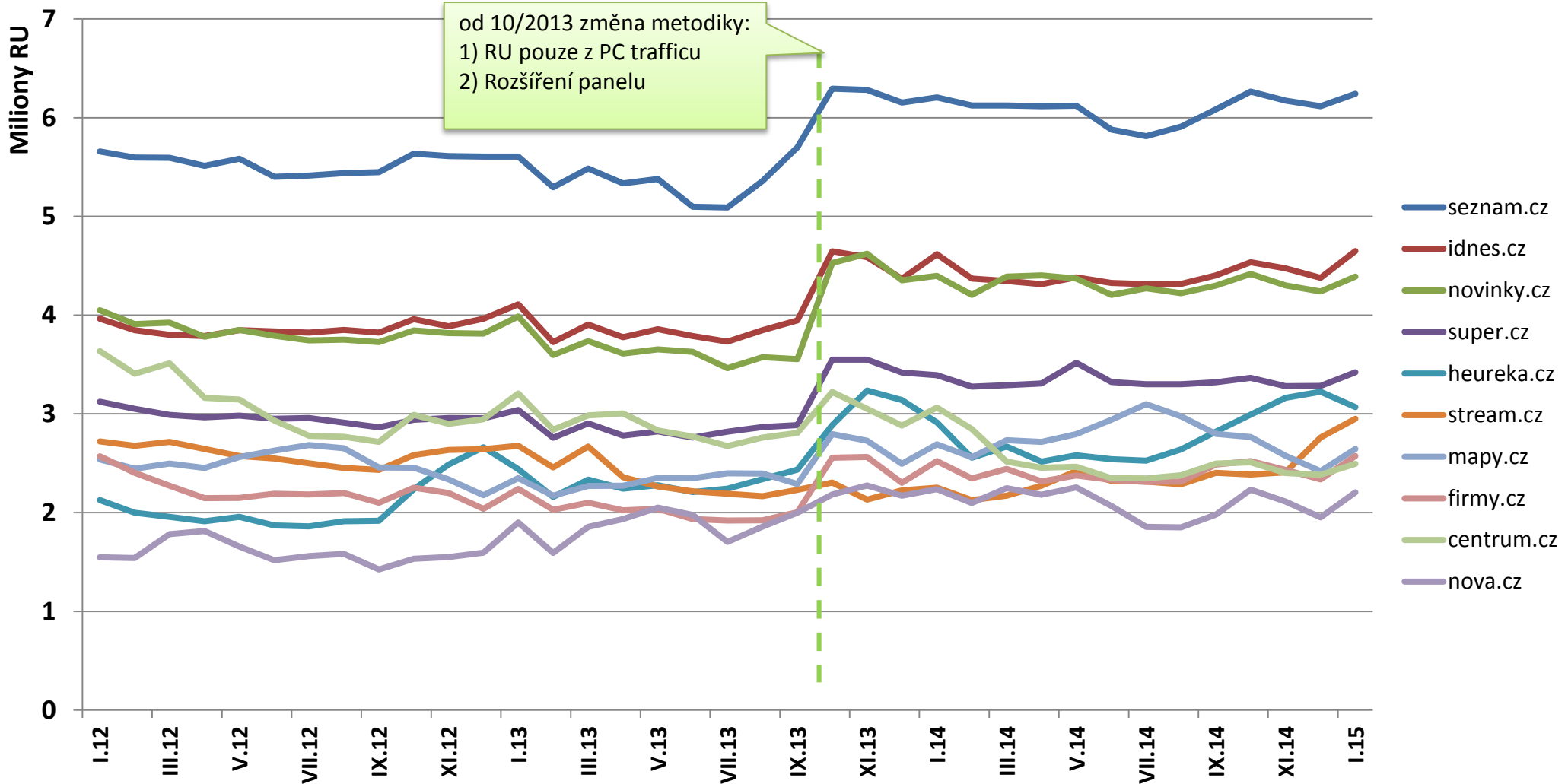
TOP 10 video serverů podle počtu návštěvníků (RU) – Leden



TOP 10 provozovatelů podle počtu návštěvníků (RU) – Leden



Vývoj počtu RU z ČR+zahraníčí u TOP10 serverů



Zdroj: NetMonitor - SPIR - Mediaresearch & Gemius, Leden 2012 – Leden 2015 11

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

2. Odhad inzertních výkonů internetové reklamy

microsite

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

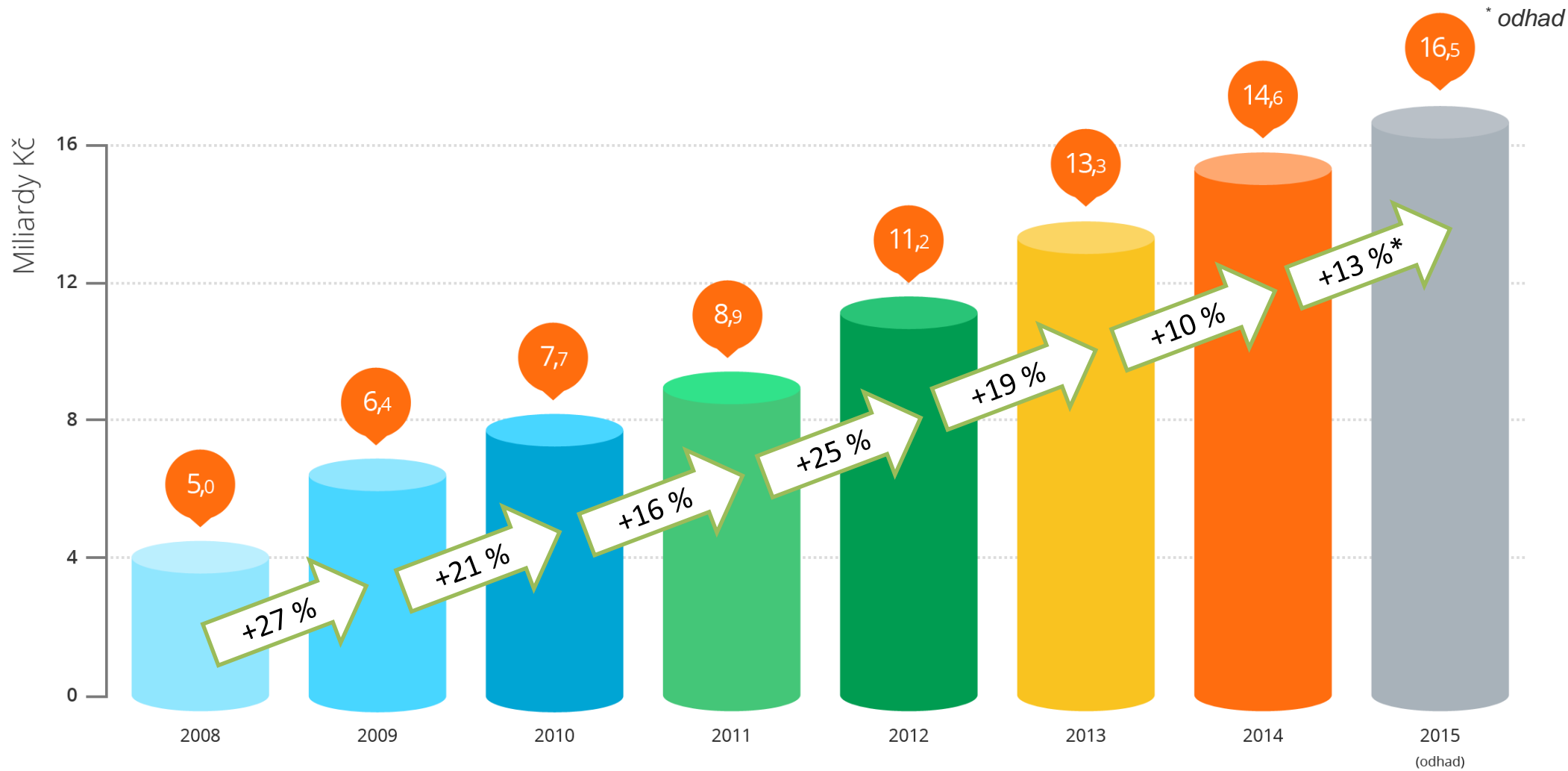
Odhady inzertních výkonů internetové reklamy v ČR

- 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

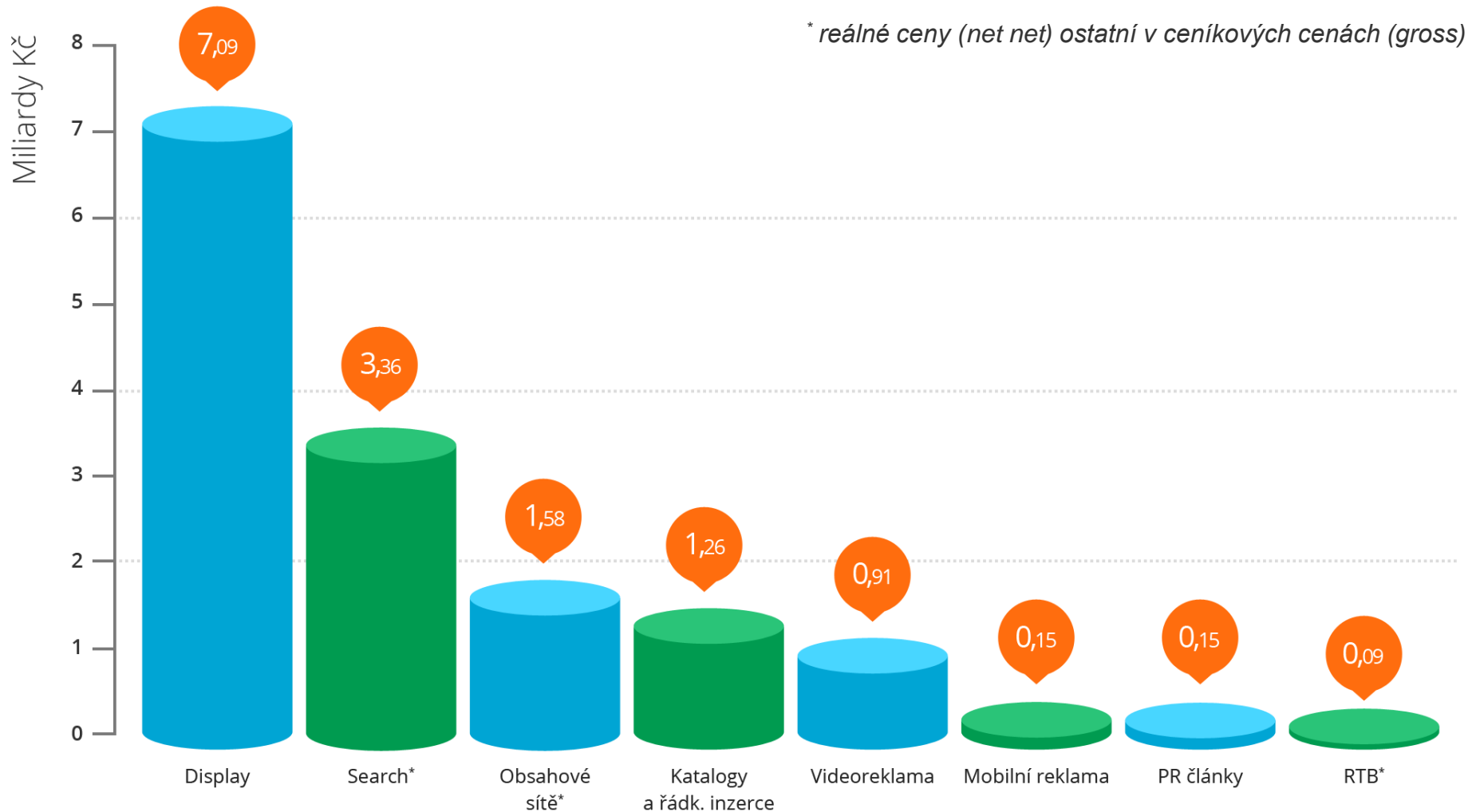
Odhady inzertních výkonů internetové reklamy v ČR

- 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

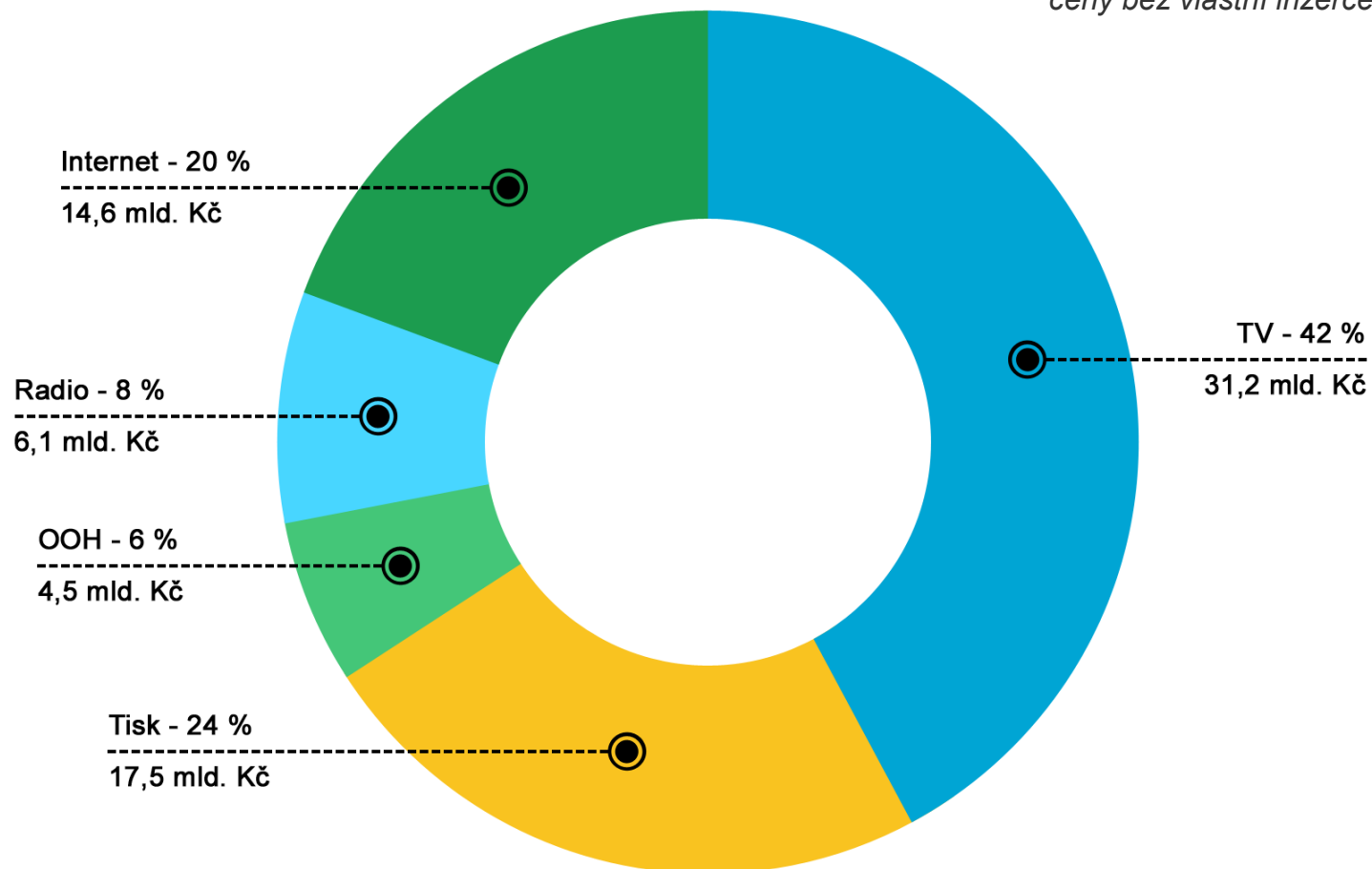


Podíl jednotlivých forem internetové reklamy v roce 2014



Podíl jednotlivých mediatypů v roce 2014*

* ceny bez vlastní inzerce (selfpromo)

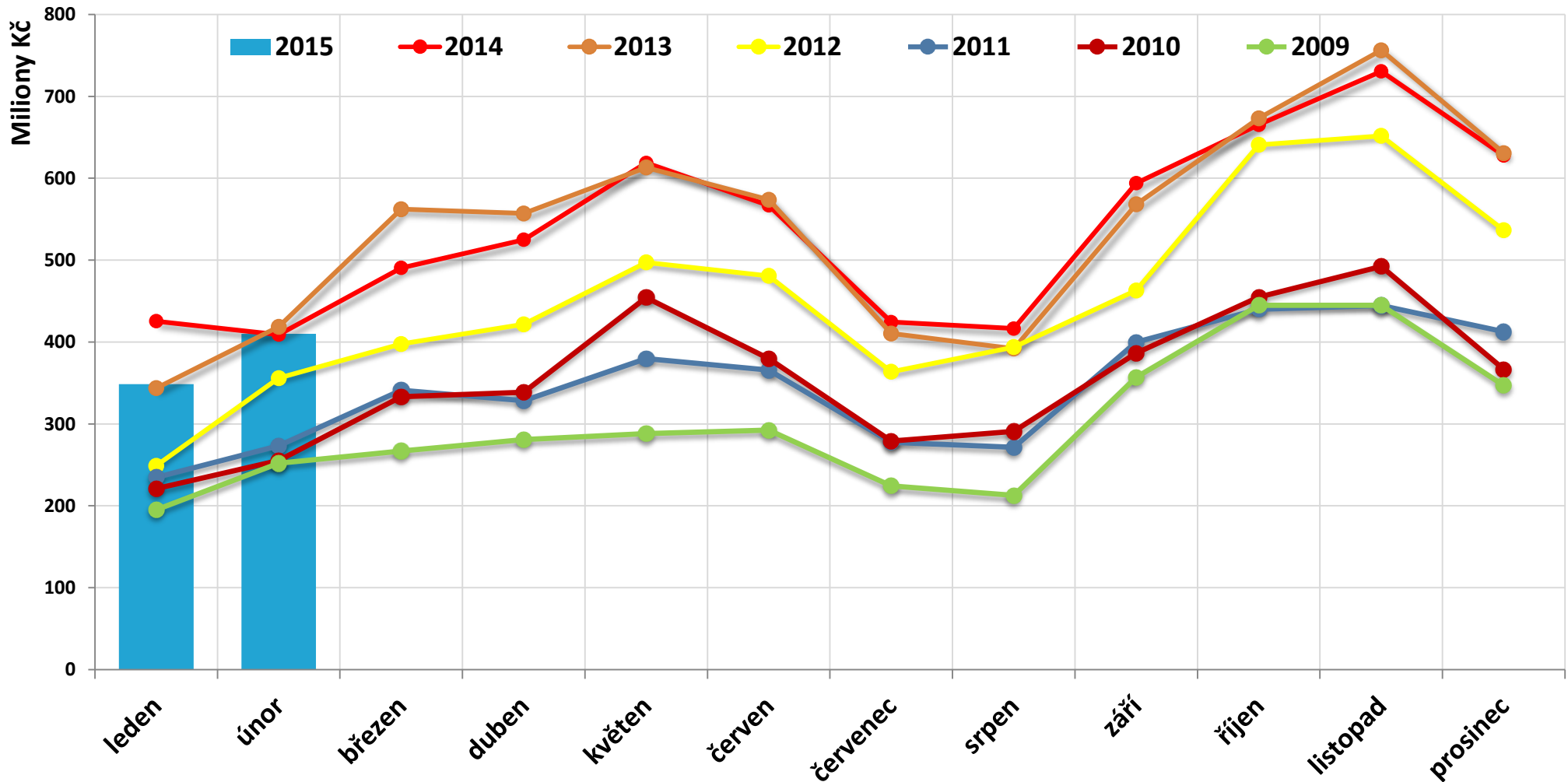




3. Výsledky AdMonitoring

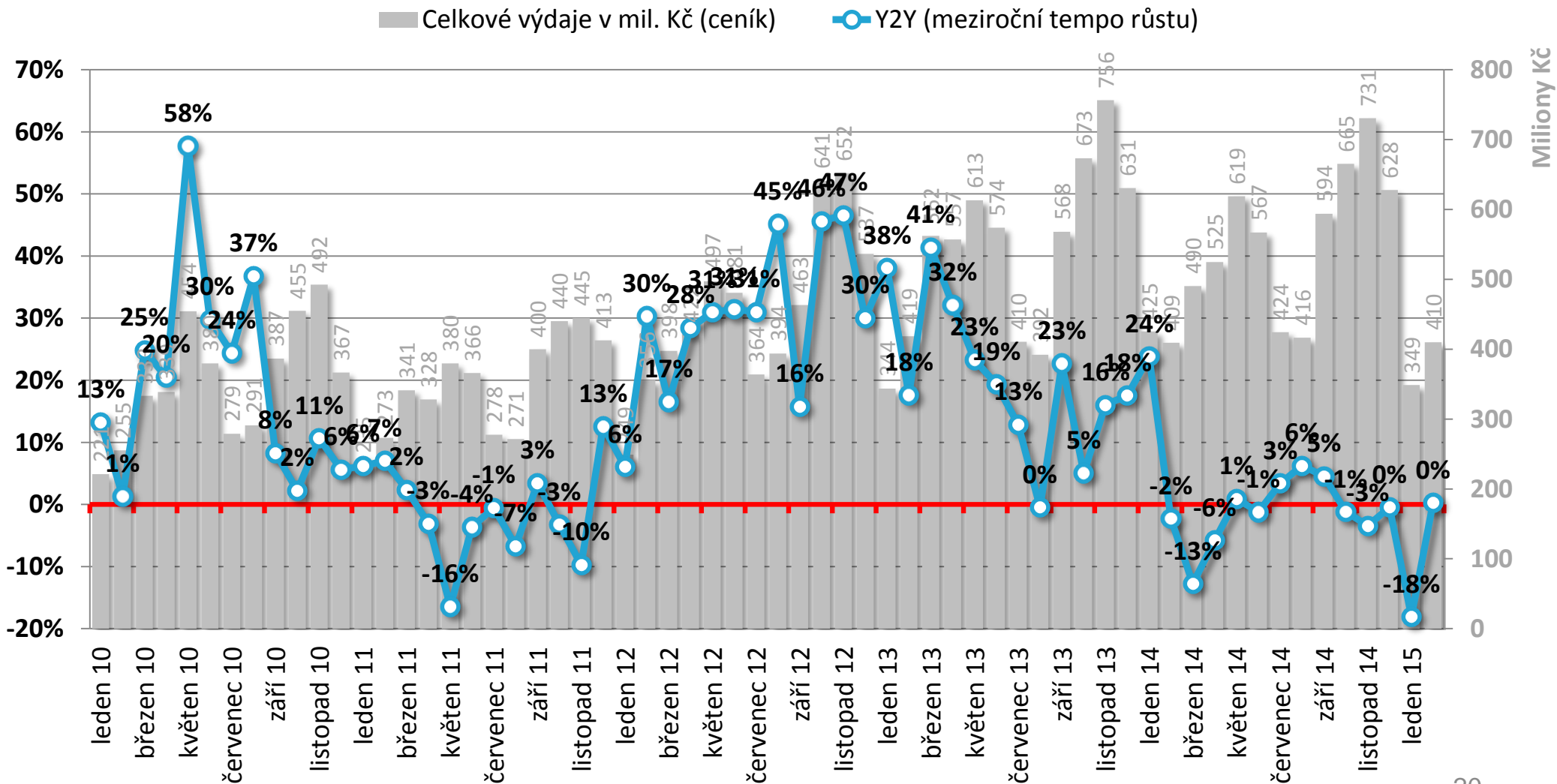
Únor 2015

Vývoj celkových výdajů do internetové display reklamy (1)



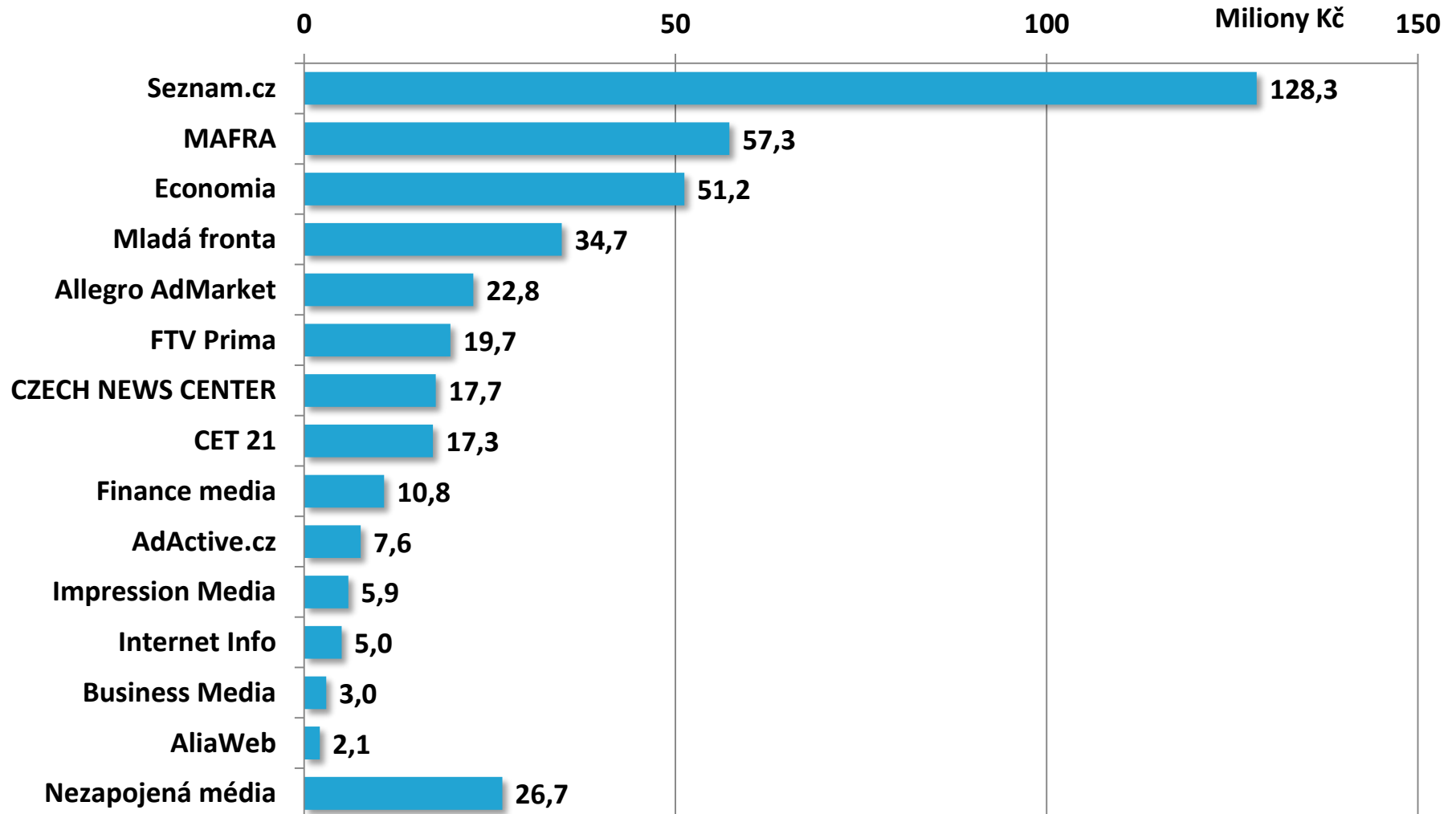


Meziroční změny výdajů do internetové display reklamy (Y2Y)

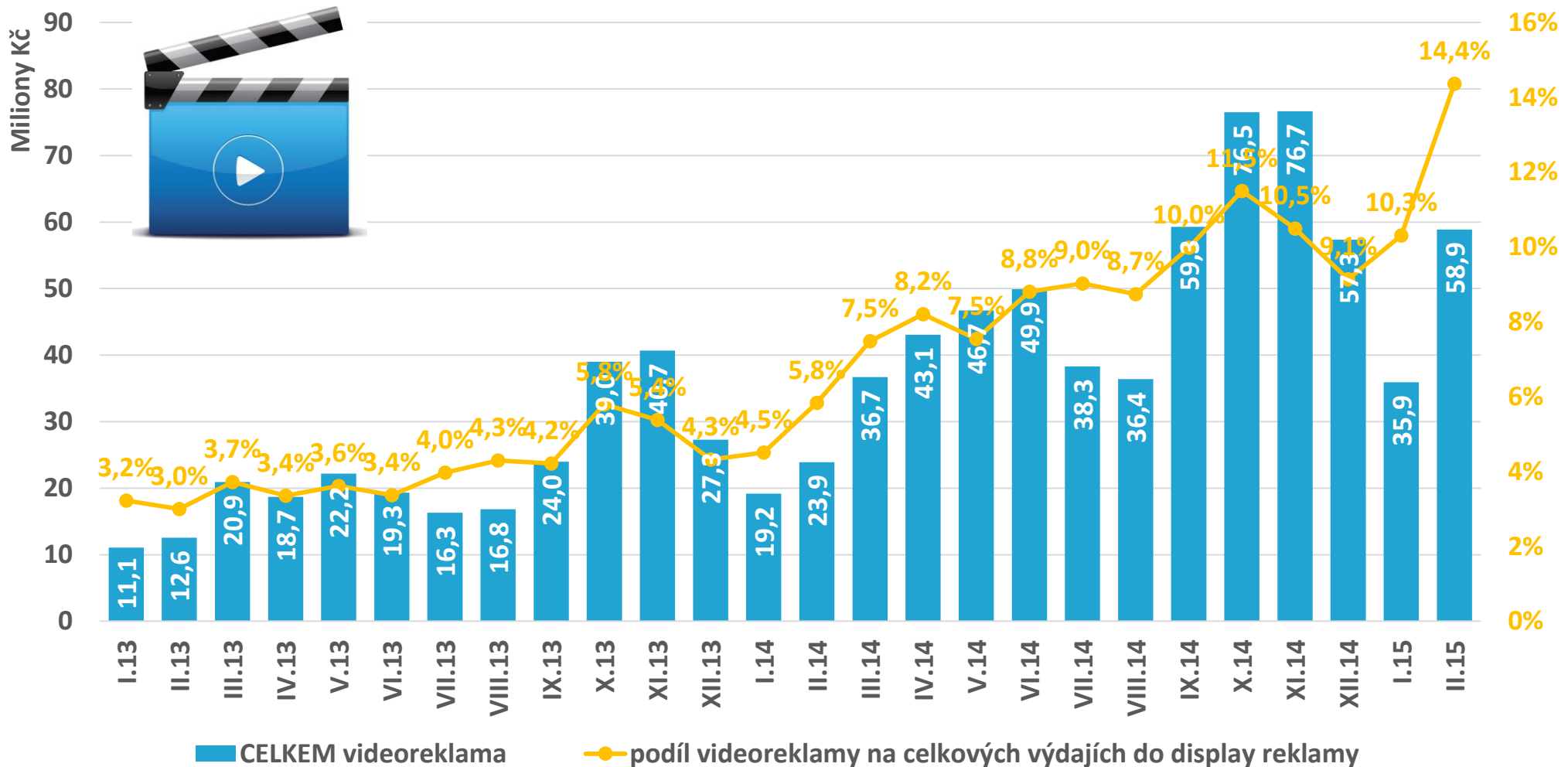




Provozovatelé podle celkových reklamních výkonů – Únor 2015



Vývoj celkových výdajů do VIDEO reklamy



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

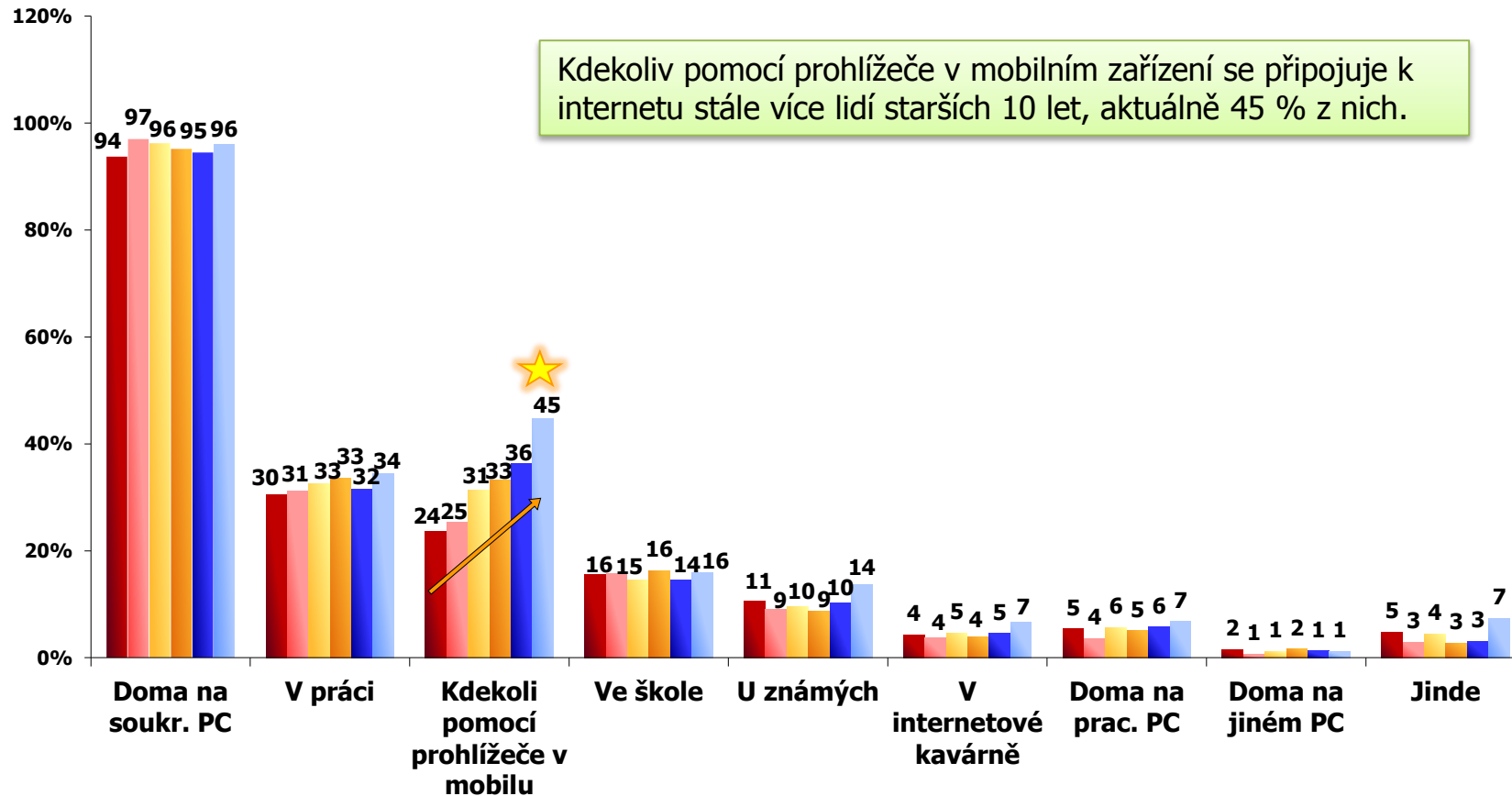
Internetovou domácností rozumíme domácnost, ve které se alespoň 1 člen starší 10let (dále 10+) připojuje alespoň jednou měsíčně odkudkoli k internetu

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

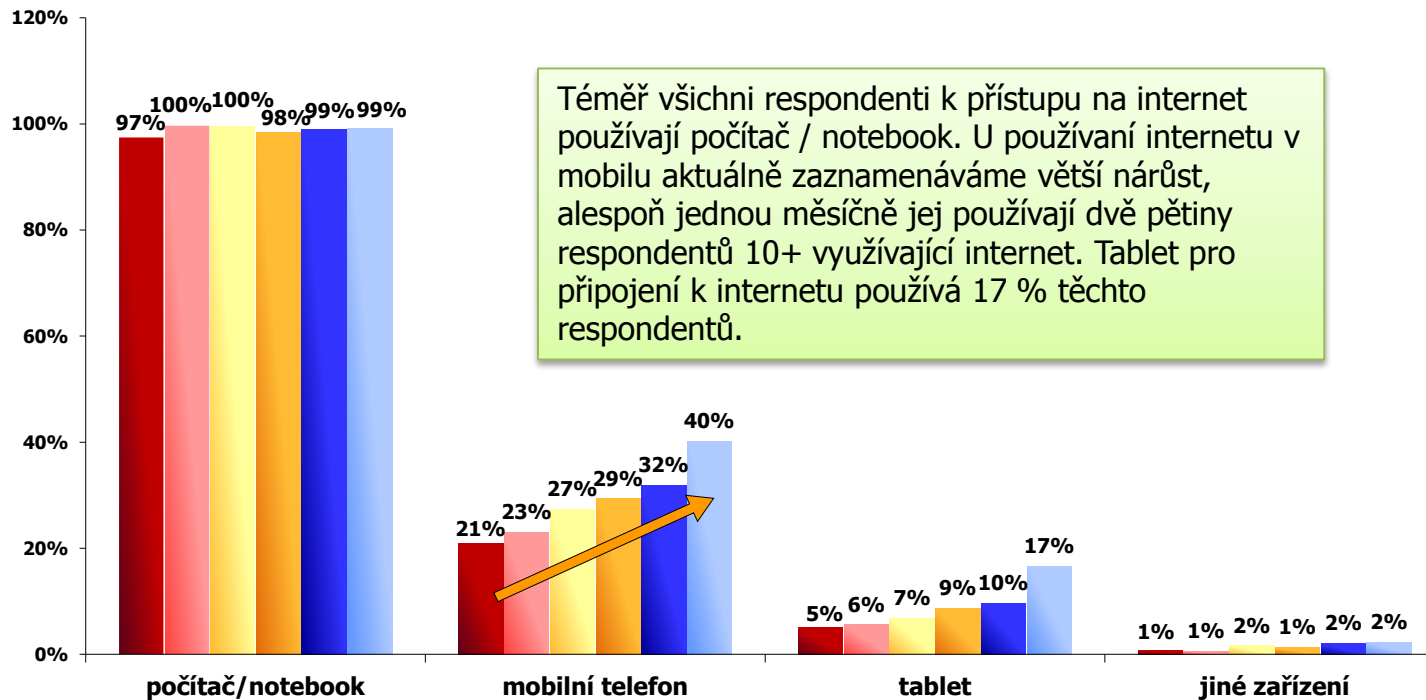


Přístup na internet

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



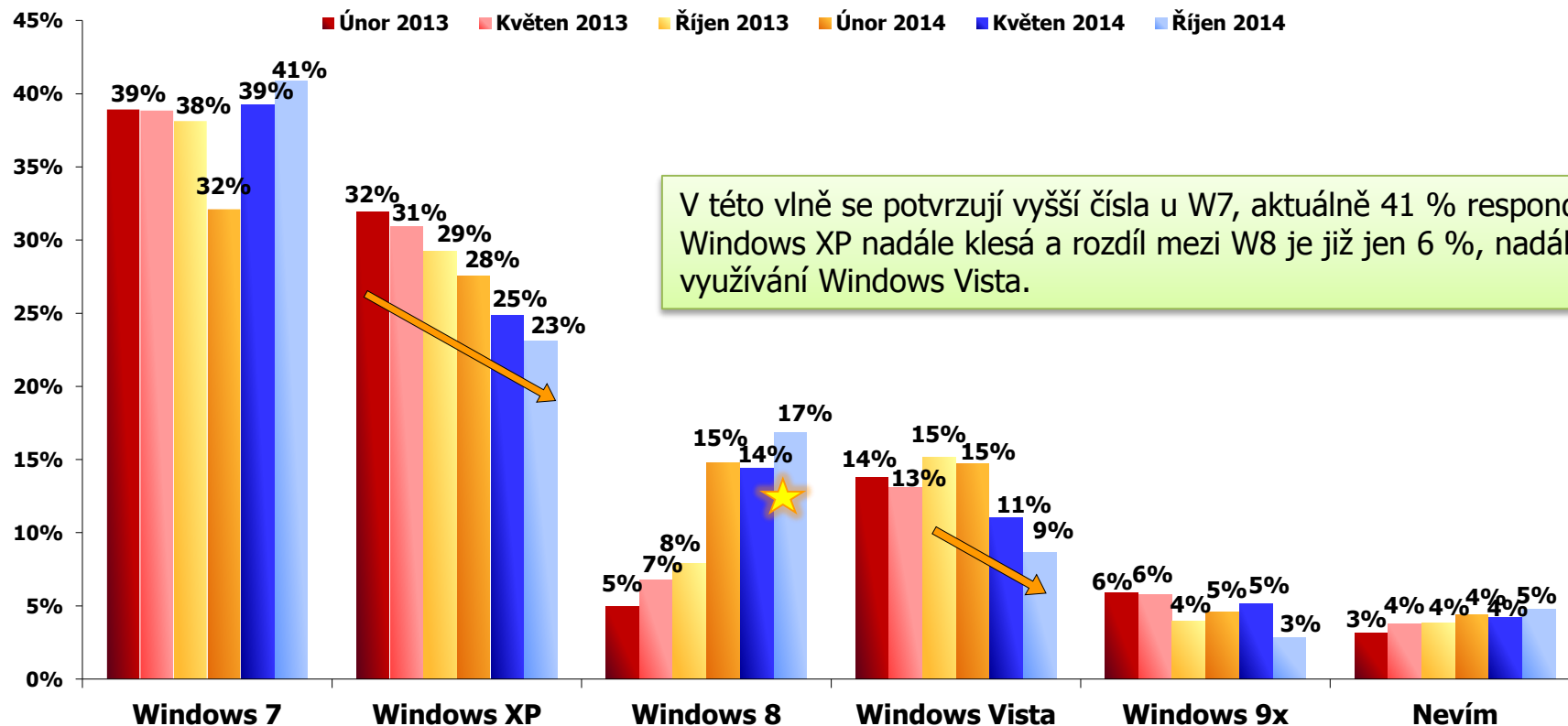
Téměř všichni respondenti k přístupu na internet používají počítač / notebook. U používání internetu v mobilu aktuálně zaznamenáváme větší nárůst, alespoň jednou měsíčně jej používají dvě pětiny respondentů 10+ využívající internet. Tablet pro připojení k internetu používá 17 % těchto respondentů.



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)

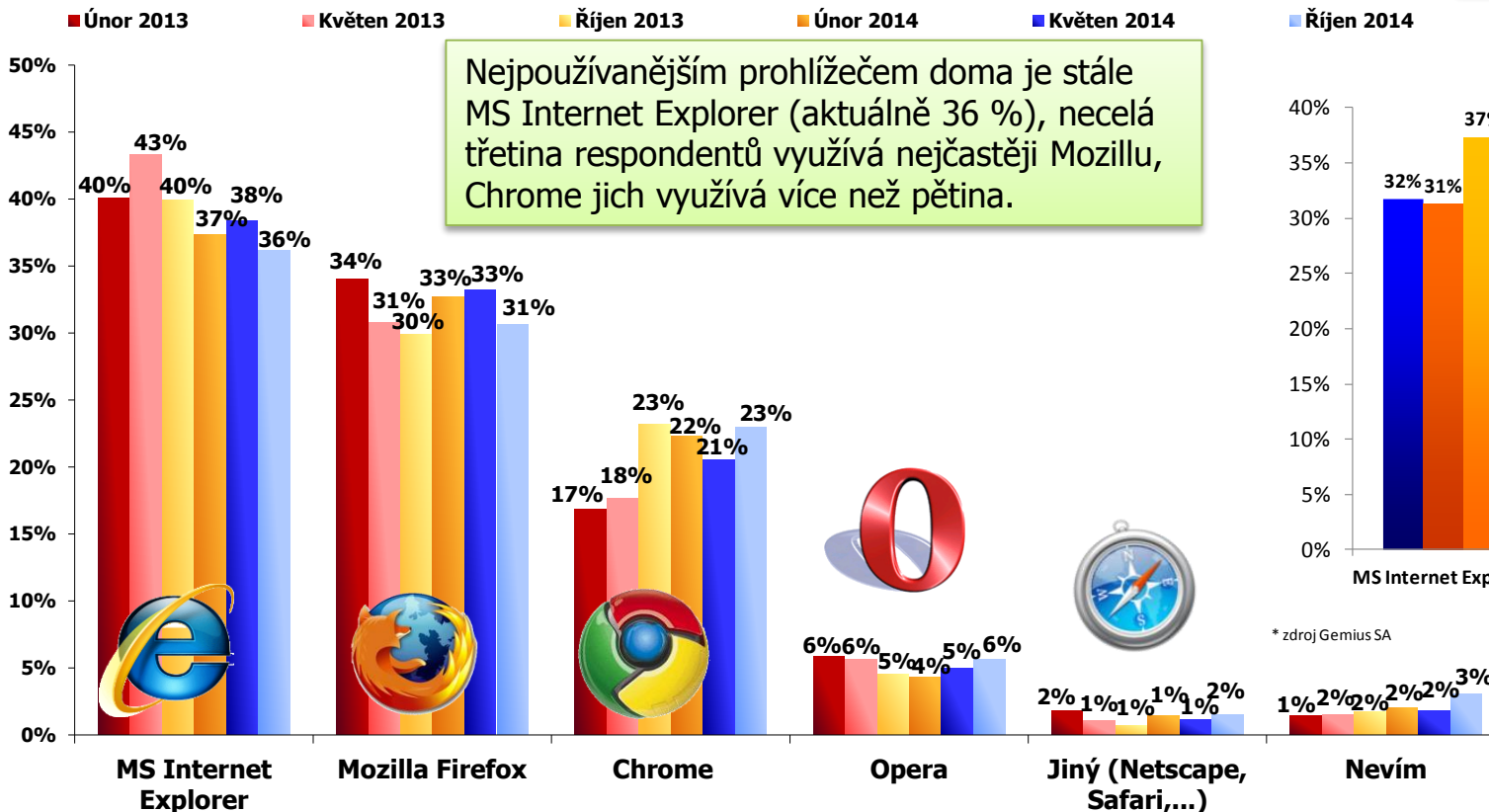


V této vlně se potvrzují vyšší čísla u W7, aktuálně 41 % respondentů, Windows XP nadále klesá a rozdíl mezi W8 je již jen 6 %, nadále klesá využívání Windows Vista.

Vlastnosti počítače – Internetový prohlížeč

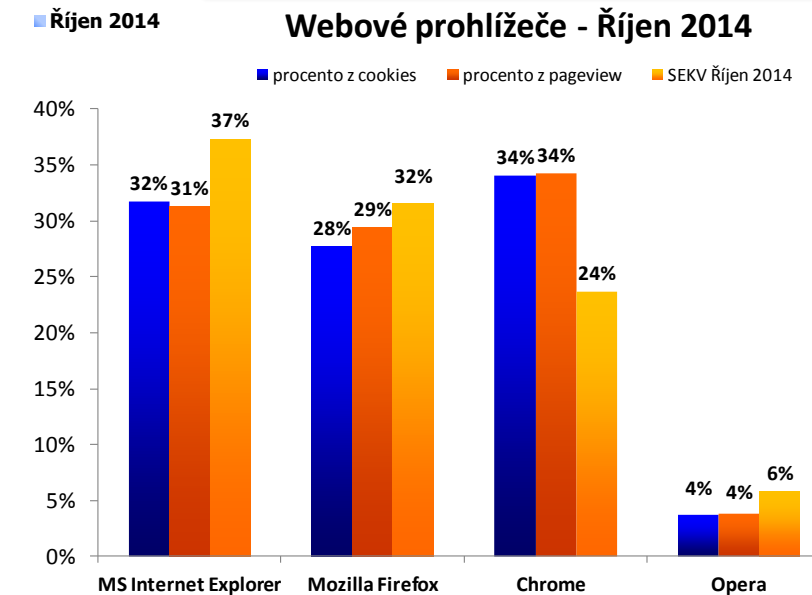
Nejčastěji používaný webový prohlížeč doma

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



* 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**