

Výzva k podání návrhu crossmediálního měření

Sdružení pro internetový rozvoj

6. 3. 2015

1. Úvod

- Rozvoj technologií a nových médií mění způsoby mediální konzumace. Na straně zadavatelů i médií proto vznikla poptávka po informacích o crossmediálním zásahu a konzumaci mediálního obsahu v různých médiích.
- V současnosti probíhá několik výzkumů mediální konzumace, které zjišťují sledovanost televize, čtenost tisku, návštěvnost internetu, poslechovost rozhlasu a vnímání reklamy mimo domov. Stávající projekty dobře naplňují potřeby jednotlivých mediatypů, neposkytují však informaci o konzumaci více médií jedním uživatelem, společném publiku, celkovém zásahu, denním profilu mediální konzumace a dalších marketingově důležitých ukazatelích.
- **Smyslem této výzvy je získat maximální přehled o nejnovějších možnostech výzkumných agentur realizovat crossmediální výzkum poskytující podrobnější informace o mediální konzumaci napříč mediatypy.**
- Na základě přihlášených řešení následně SPIR začne jednat o konkrétních možnostech spolupráce s vybranými dodavateli s cílem v závěrečné fázi vybrat nejvhodnější řešení pro mediální trh v ČR. Tato výzva si klade za cíl pouze podrobněji zmapovat situaci na trhu výzkumů a neznamena zahájení výběrového řízení na dodavatele výzkumu.
- Výzvu vypisuje [Sdružení pro internetový rozvoj](#) za podpory:

- Unie vydavatelů



- Asociace měření venkovní reklamy



- Rozhlasové sekce Sdružení komunikačních a mediálních organizací



2. Cíle výzkumu

- **Popis mediální konzumace zákazníka v čase**
- **Informace o celkovém zásahu a překryvech v zásazích jednotlivých médií**
- **Data pro efektivnější cílení a vyhodnocování reklamních sdělení ve více mediátech**

Výzkum má poskytnout data o návštěvnosti či sledovanosti médií a čtenosti titulů v České republice napříč více mediáty (zejména TV, internet, tisk, rádio, OOH) a profilu jejich návštěvníků. Přihlásit se mohou řešení jakéhokoliv typu, způsobu měření, dotazování a metodiky, bez ohledu na to, kolik mediátů výzkum zahrnuje.

3. Podoba návrhu

- Návrh bude představovat konkrétní ucelené řešení crossmediálního projektu s popisem rozsahu a metody výzkumu, upřesněním výstupů a používaných metrik a případnou ukázkou příkladů použití.
- Návrh popíše, jaké mediáty výzkum postihuje, na jaké populaci a cílové skupině výzkum probíhá, definuje formát a interpretaci výstupů.
- Součástí návrhu budou orientační předpokládané náklady řešení.
- Součástí návrhu bude stručné představení společnosti s uvedením aktuálních referencí v oblasti mediálních výzkumů.
- Návrhy a prezentace zasílejte v elektronické podobě na kontaktní adresu zadavatele uvedenou níže. Na stejném kontaktu jsme vám k dispozici pro jakékoliv dotazy a konzultace.

4. Časový harmonogram

- Termín odevzdání návrhů je 30. dubna 2015.

5. Kontaktní údaje zadavatele

Název	Sdružení pro internetový rozvoj (SPIR)
Sídlo	Korunní 483/89, 130 00, Praha 3
Kontakt	Pavel Ševera: pavel.severa@spir.cz
www	http://www.spir.cz

