

Dokonalejší měření internetu v ČR dle nové metodiky

Projekt měření návštěvnosti internetu a sociodemografie návštěvníků v České republice - NetMonitor přechází od října 2009 zcela na novou metodiku. Výsledkem spolupráce zadavatele projektu Sdružení pro internetovou reklamu a realizátora společnosti MEDIARESEARCH je metodika zpřesňující odhady sociodemografie na českém internetu. Rozšíření cílové skupiny uživatelů z 12-79 let na starší 10ti let se ve výzkumu projevilo nárůstem sledované internetové populace a pozitivně ovlivnilo hodnoty ukazatelů návštěvnosti.

Od 26. října 2009 jsou data o návštěvnosti českého internetu definitivně vyhodnocována podle nové metodiky. Hlavní inovací měření je přechod na nově sestavený panel respondentů (soubor osob vybraný pro opakované průzkumy). Základem nového panelu jsou respondenti s nainstalovanou měřicí aplikací netSoftware doplnění o respondenty bez této aplikace dotazovaní pouze formou pop-up dotazníků. Nový panel čítající 33 500 respondentů je podstatně stabilnější a splňuje přísná kritéria zastoupení internetové populace. Ke stanovení kritérií a charakteristik internetové populace jsou nyní využívány Kontinuální výzkum TV metrového projektu prováděný pro Asociaci televizních organizací (ATO) a Kontinuální výzkum SEKV prováděný pro Sdružení pro internetovou reklamu (SPIR). Tyto výzkumy nahradily dříve používaný Mediaprojekt společnosti Median, s.r.o.

Zmíněné změny zvyšují kvalitu a přesnost měření návštěvnosti a sociodemografie na internetu. Zvyšující stabilitou panelu si MEDIARESEARCH připravuje půdu pro složitější a dlouhodobější analýzy. Využitím kontinuálních výzkumů máme možnost kvalitně podchytit vývoj struktury a velikosti internetové populace.

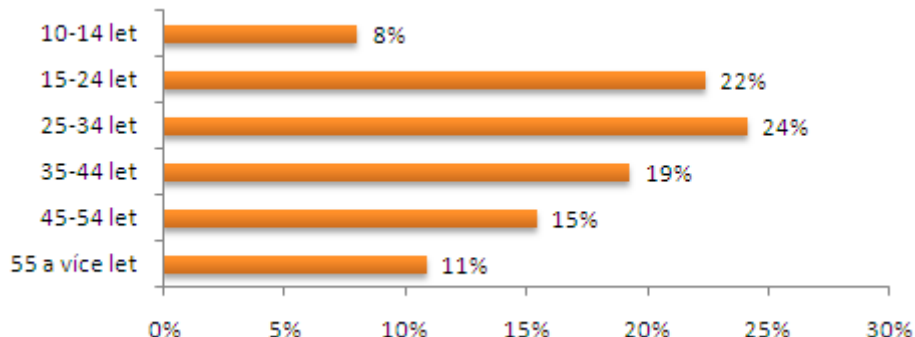
Statistiky návštěvnosti podle nové metodiky

Celá internetová populace České republiky starší 10ti let aktuálně představuje 5, 48 milionu jednotlivců. Navýšení cílové skupiny z 12-79 let na 10 let a více se plošně promítlo do růstu počtu reálných uživatelů na všech serverech. Servery měřené NetMonitorem v září 2009 navštívilo 5, 35 milionu českých uživatelů, kteří surfování strávili v průměru 25 hodin a 20 minut a zobrazili 6, 41 miliardy webových stránek.

Ve struktuře uživatelů převažuje 52 % mužů ku 48 % žen. Nejmenší věkovou skupinou rozsahem i podílem jsou uživatelé ve věku 10-14 let (8 %). Na ně navazující věková skupina 15-24 let dosahuje 22% podílu. Nejpočetnější věkovou skupinou jsou uživatelé ve věku 25-34 let (24 %). U dalších věkových skupin již zastoupení postupně klesá. Lidé ve věku 35-44 let měli v září mezi uživateli 19% podíl, 45-54letí tvořili 15 % reálných uživatelů a uživatelé nad 55 let dosahovali 11% podílu (viz graf níže).

A Step Ahead

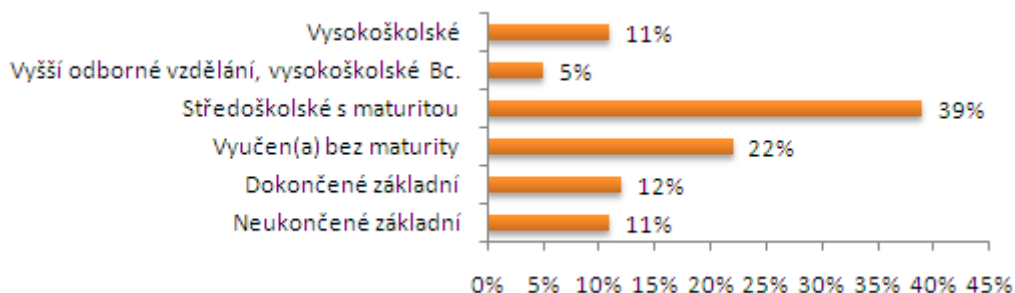
Graf 1: Věková struktura reálných uživatelů (v %)



Zdroj: NetMonitor – SPIR – MEDIARESEARCH & Gemius, Zář 2009

V rozdělení uživatelů podle nejvyššího dosaženého vzdělání převažují středoškoláci s maturitou (39 %). Druhou nejpočetnější skupinou jsou uživatelé vyučení bez maturity (22 %). Velmi vyrovnané podíly můžeme pozorovat u skupin uživatelů s dokončeným základním (12 %), vysokoškolským (11 %) a neukončeným základním vzděláním (11 %). Nejmenší skupinu uživatelů představují lidé s vyšším odborným vzděláním a bakalářským titulem (5 %).

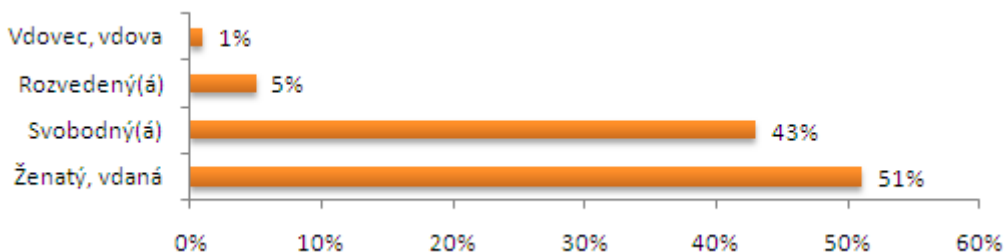
Graf 2: Nejvyšší dosažené vzdělání reálných uživatelů (v %)



Zdroj: NetMonitor – SPIR – MEDIARESEARCH & Gemius, Zář 2009

Více než polovina českých internetových uživatelů (51 %) je sezdaná. Druhou nejpočetnější skupinou jsou svobodní uživatelé (43 %). Rozvedených uživatelů na českém internetu bylo v září 5 % a ovdovělých 1 %.

Graf 3: Rodinný stav reálných uživatelů (v %)



Zdroj: NetMonitor – SPIR – MEDIARESEARCH & Gemius, Zář 2009

A Step Ahead

Jan Mazal, Asistent PR a Marketingu

MEDIARESEARCH, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3
Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762
E-mail: jan.mazal@mediaresearch.cz

Doplňující informace:

Společnost MEDIARESEARCH (www.mediaresearch.cz) je významnou výzkumnou agenturou s širokým portfoliem služeb v oblasti realizace marketingových a mediálních výzkumů, zpracování a analýz dat, marketingového poradenství a vývoje software. Je realizátorem tří z nejrozsáhlejších mediálních výzkumů v České a Slovenské republice - Elektronického měření sledovanosti televize (peoplemetry) v ČR, Výzkumu návštěvnosti a sociodemografie internetu v ČR (NetMonitor) a SR (AIMmonitor) a Monitoringu reklamních výdajů v médiích (Admosphere) a na internetu (AdMonitoring) v ČR.

Gemius S.A. (www.gemius.pl) je největší internetovou výzkumnou agenturou ve střední a východní Evropě a poskytuje širokou škálu online výzkumů pro významné klienty v regionu. V současnosti rozbíhá svoji činnost také v Dánsku. Cílem jeho základního výzkumu gemiusAudience je zavést jednotný způsob měření návštěvnosti internetu ve všech zemích, kde společnost působí. Prostřednictvím spolupráce s významnými internetovými profesními sdruženími a dalšími klíčovými hráči na trhu Gemius poskytuje přesné, vysoce kvalitní data pro mediální plánování, nákup a prodej. Ve spolupráci s Mediaresearch realizuje komplexní výzkum internetu v České (NetMonitor) a Slovenské republice (AIMmonitor).

SPiR je profesní sdružení subjektů působících v oblasti internetové reklamy. Zastřešuje subjekty, které spojuje společný zájem - rozvoj internetu a prosazování internetové reklamy v ČR. Je zadavatelem výzkumu NetMonitor a monitoringu reklamních výdajů na internetu AdMonitoring.

NetMonitor projekt výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetových serverů. Výstupy NetMonitoru umožňují analyzovat efektivitu obsahu internetových serverů a plánovat internetovou reklamu.

A Step Ahead