

nielsen

ADMOSPHERE



Tomáš Hanzák, Nielsen Admosphere

Digitální televize, televize v „digitálu“

Konference DIGIMEDIA, 6. 6. 2018



Měření sledovanosti médií



Marketingový výzkum a analýza dat



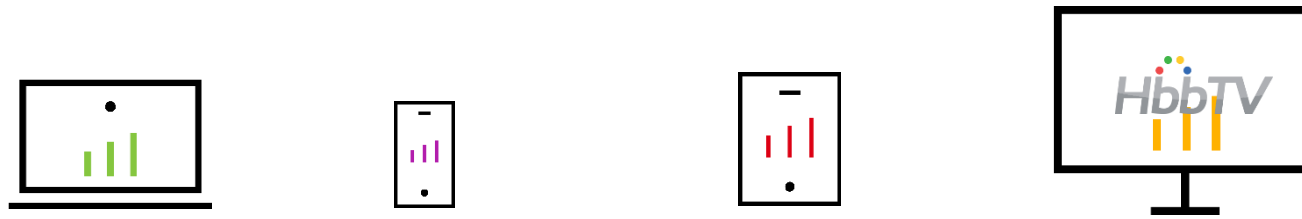
Monitoring reklamy a mediální analýzy



Vývoj software pro práci s mediálními daty

„PEM D“ - DIGITÁLNÍ ROZŠÍŘENÍ PEOPLEMETRŮ

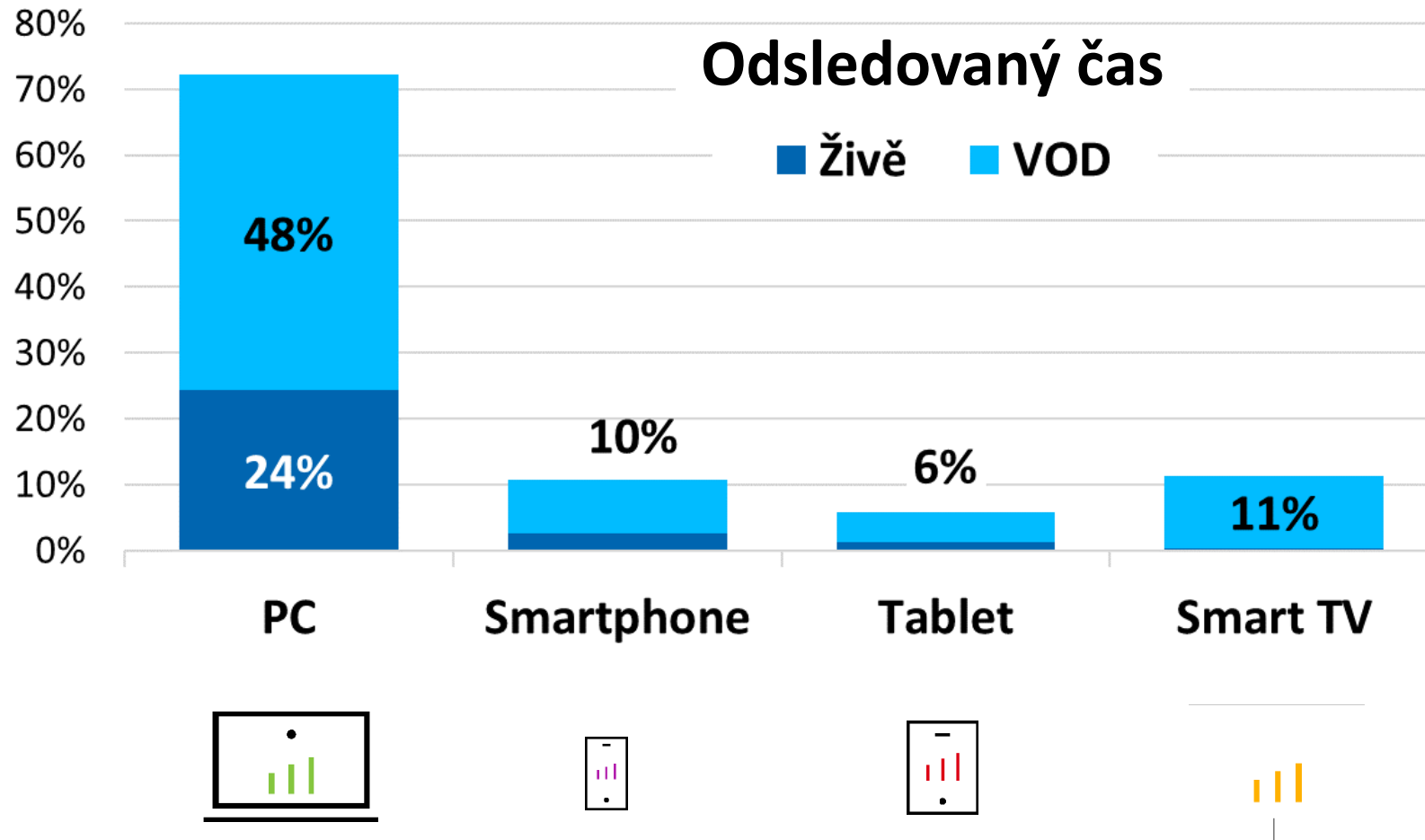
Site centric měření přinášející **census data**. Od ledna 2018.



Zařízení	PC + Smartphone + Tablet + Smart TV (HbbTV)
Platformy	Browser + Aplikace + HbbTV
Měřeno	Programy* + Spoty + Statický obsah (v HbbTV)
Sledovanost	Živá + Archivy
Metriky	Views + Total Time Spent + odvozené

* Včetně netelevizních videí, pokud se médium takto rozhodne

„PEM D“ - ZÁKLADNÍ VÝSLEDKY



Celkově přes
2 minuty denně
na osobu (obecná 0+)

PC dominují

Živá sledovanost
představuje **29 %**,
VOD 71 %

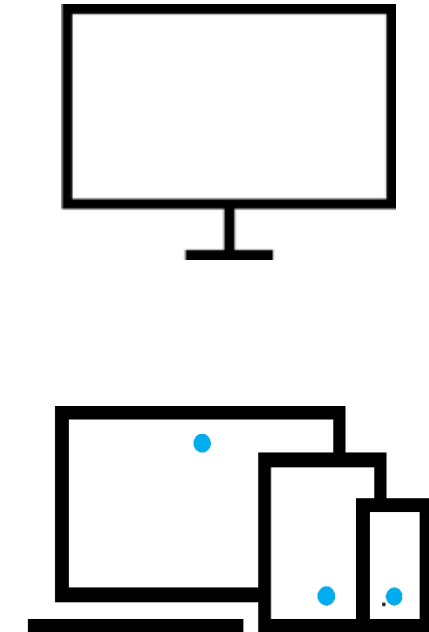
TV V „DIGITÁLU“ - MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ

% odsledovaného času

Počítač + tablet + mobil / Televizor

	Česká republika	1 %
	Rusko	1 %
	Nizozemí	1.2 %
	Velká Británie	1.3 %
	Norsko	3 %
	Finsko	5 %

Ovšem některé pořady dosahují navýšení až 20 %



Děkuji za pozornost.

Tomáš Hanzák, Chief Analyst

Tomas.Hanzak@admosphere.cz

Tomas.Hanzak@nielsen.com

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3

www.nielsen-admosphere.cz