

nielsen

ADMOSPHERE



Tomáš Hanzák, Nielsen Admosphere

# Digitální televize, televize v „digitálu“

Konference DIGIMEDIA, 6. 6. 2018



Měření sledovanosti médií



Marketingový výzkum a analýza dat



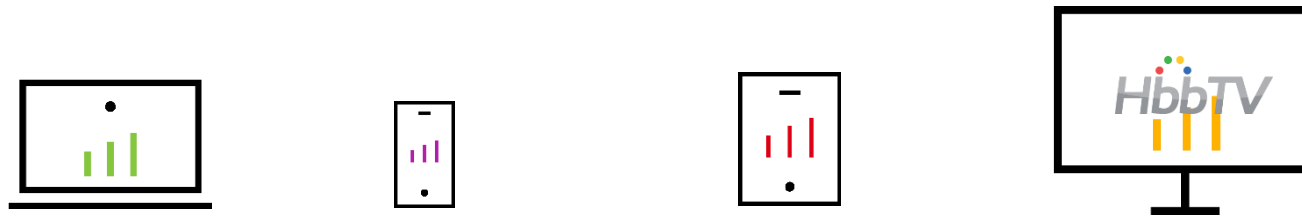
Monitoring reklamy a mediální analýzy



Vývoj software pro práci s mediálními daty

# „PEM D“ - DIGITÁLNÍ ROZŠÍŘENÍ PEOPLEMETRŮ

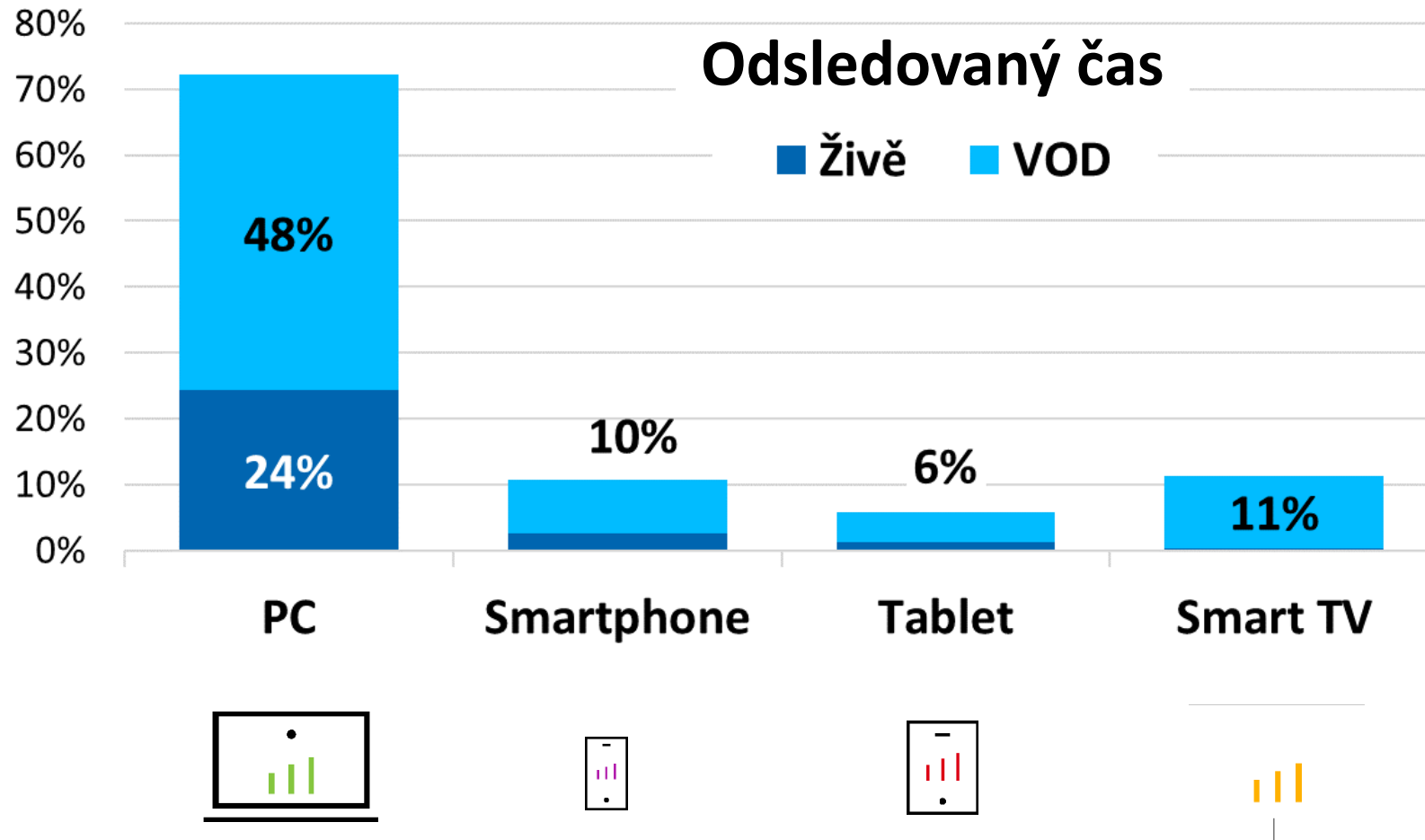
**Site centric** měření přinášející **census data**. Od ledna 2018.



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 %**

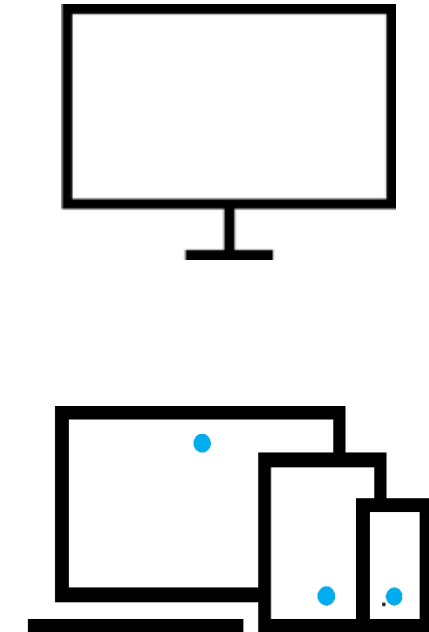
# TV V „DIGITÁLU“ - MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ

% 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](mailto:Tomas.Hanzak@admosphere.cz)**

**[Tomas.Hanzak@nielsen.com](mailto:Tomas.Hanzak@nielsen.com)**

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

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)