

Tomáš Hanzák, Nielsen Admosphere

Druhá vlna digitalizace pozemního televizního vysílání

Konference DIGIMEDIA, 6. 6. 2018



Měření
sledovanosti médií



Marketingový výzkum
a analýza dat

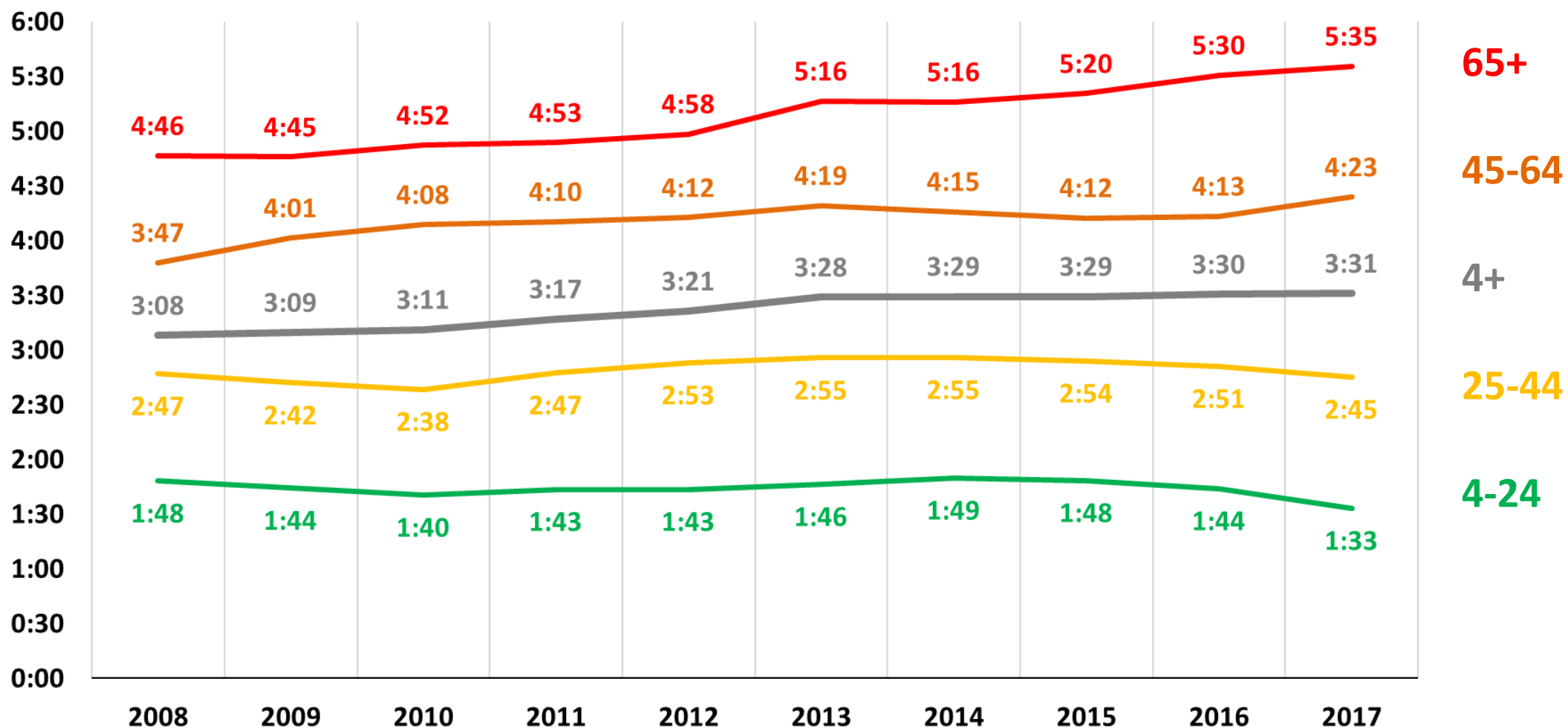


Monitoring reklamy
a mediální analýzy



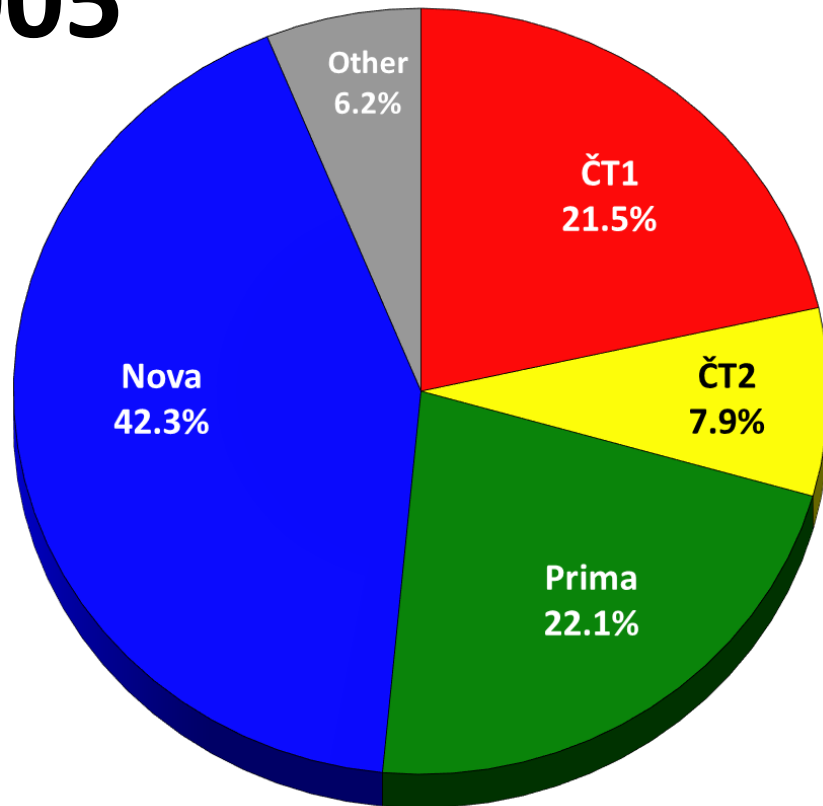
Vývoj software pro práci
s mediálními daty

TV SLEDOVANOST V ČR NEKLESÁ...

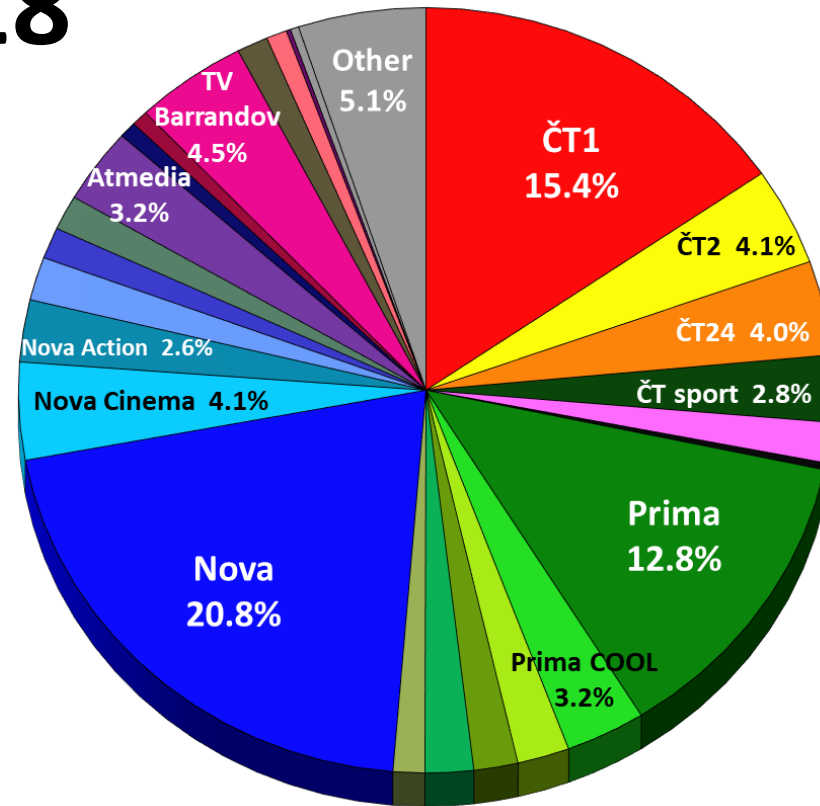


...ALE FRAGMENTUJE SE

2005

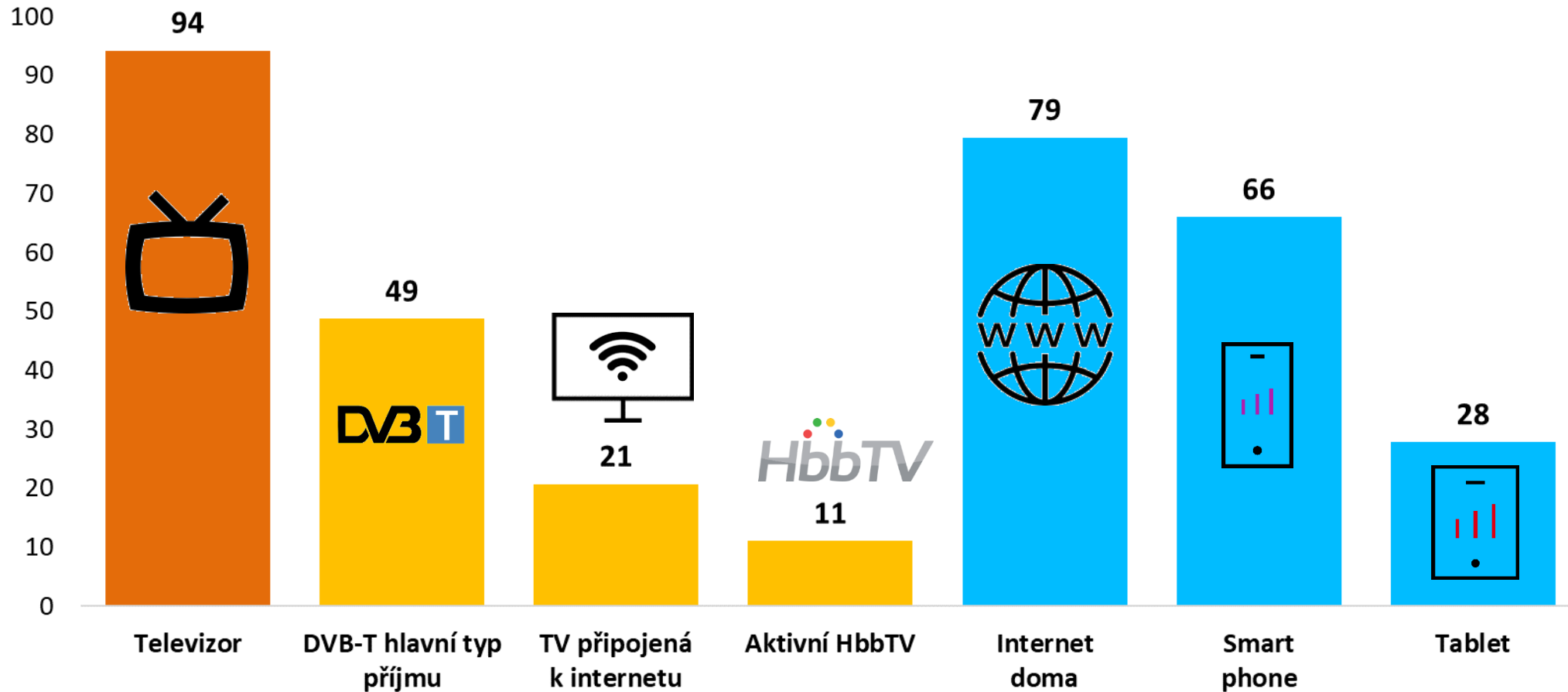


2018



Cílová skupina 4+, celý den, duben 2005 (živá) a 2018 (živá + TS0-3)

ČESKÉ DOMÁCNOSTI V ROCE 2018



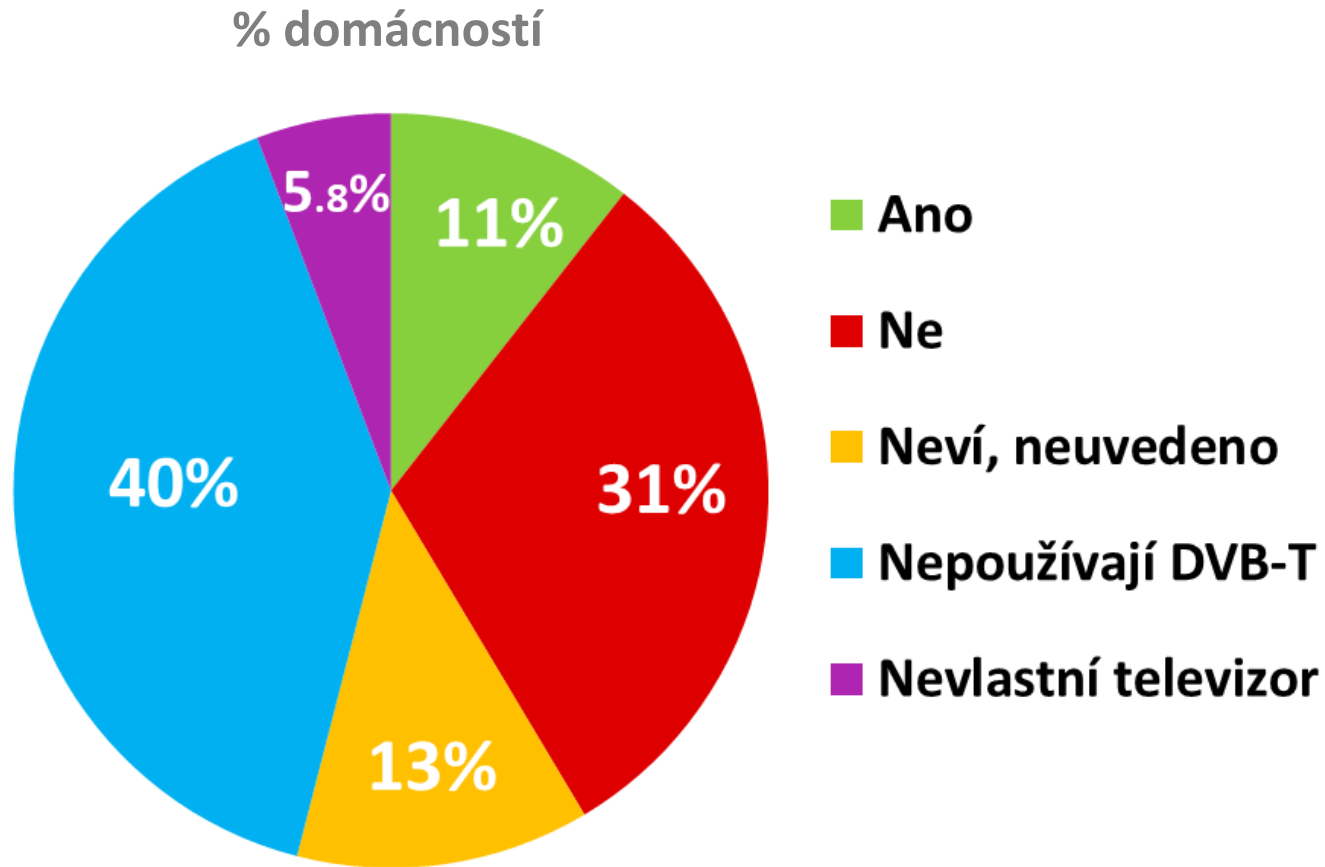
Kontinuální výzkum, 1. kvartál, % ze všech domácností

PENETRACE SOUČASNÝCH MULTIPLEXŮ DVB-T

DVB T	Kontinuální výzkum Q1 2018	Dle naměřené sledovanosti	Technické pokrytí dle ČTÚ
Vysílací síť 1	100%	99%	100%
Vysílací síť 2	100%	99%	100%
Vysílací síť 3	94%	91%	98%
Vysílací síť 4	84%	86%	95%

Kontinuální výzkum, Q1 2018, odvozeno z přijímaných stanic
 Reach 30 vteřin souvisle na úrovni domácností, únor – květen 2018
<https://digi.ctu.cz/dtv>

JSTE PŘIPRAVENI NA PŘÍJEM DVB-T2?



Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, Kontinuální výzkum, 1. kvartál 2018
Základ: Všechny domácnosti

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