



Megapanel PBI/Gemius

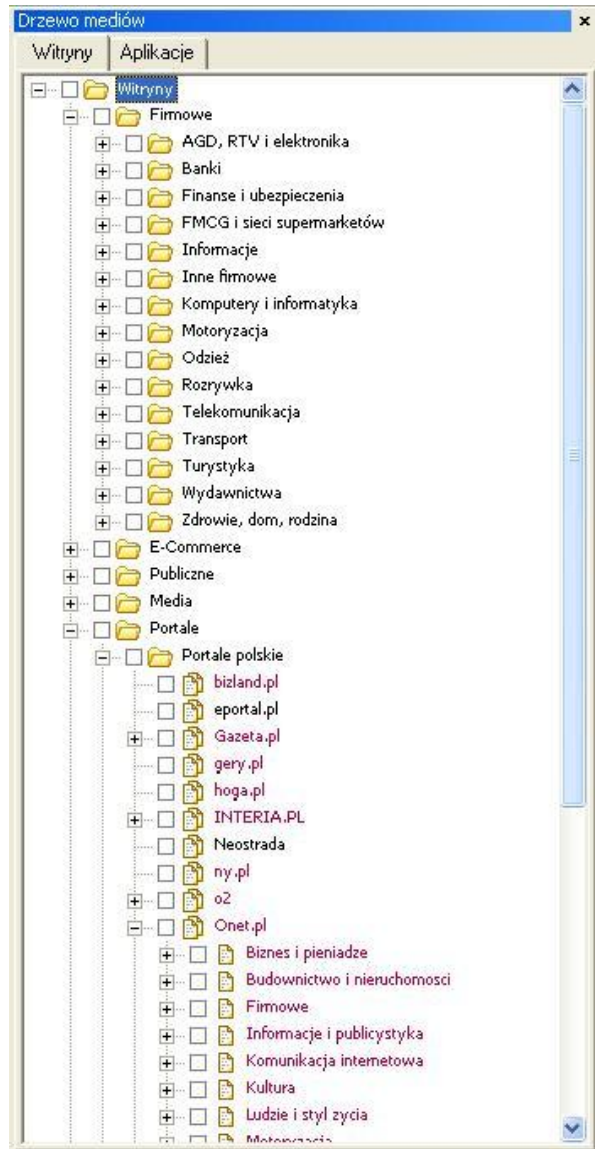
Gemius SA
ul. Wołoska 7
02-675 Warszawa
tel.: 022 – 874-41-00
www.gemius.pl

Informacja o badaniu

Megapanel PBI/Gemius jest badaniem opartym na unikatowej w skali światowej metodologii. Połączenie dwóch typów badań internetu site-centric i user-centric umożliwia pełną prezentację danych o ruchu internetowym na serwisach oraz aktualnych profili społeczno-demograficznych internautów. Megapanel PBI/Gemius dostarcza informacji o portalach internetowych, witrynach w sieciach reklamowych, witrynach komercyjnych, a także aplikacjach internetowych (np. komunikatorach), dużych serwisach niekomercyjnych oraz ciekawych z punktu widzenia reklamodawcy serwisach międzynarodowych (np. Google, Yahoo!).

Wprowadzenie na rynek badania Megapanel PBI/Gemius umożliwia media plannerom optymalne planowanie działań reklamowych na portalach i wszystkich znaczących witrynach internetowych zarówno polskich, jak i zagranicznych. Badanie pozwala także na obserwację zmian zachodzących na witrynie reklamodawcy w związku z przeprowadzonymi kampaniami reklamowymi.

Dla rynku badanie oznacza zwiększenie potencjału reklamowego internetu. Dodatkowo, dzięki współpracy największych firm na rynku internetowym udało się w Polsce wypracować wspólny standard pomiaru witryn, a wszelkie dane dotyczące wydawców są jawne i porównywalne. Czynniki te zwiększają szansę przekonania reklamodawców do lokowania coraz większych części ich budżetów w internecie.



Cele badania

Megapanel PBI/Gemius jest badaniem ciągłym realizowanym za pomocą panelu liczącego blisko 20 tysięcy internautów. W wynikach badania prezentowane są statystyki związane z oglądalnością witryn internetowych oraz profile społeczno-demograficzne użytkowników witryn. Badanie, poprzez dostarczanie danych będących podstawą do planowania kampanii reklamowych, daje możliwość stworzenia media planu w sposób analogiczny do innych mediów.

Podstawowe cele badawcze

Budowa efektywnych media planów

Podczas planowania kampanii reklamowej w internecie bardzo ważnym elementem jest poznanie dokładnych informacji na temat witryn, na których ma być ona prowadzona. Poznanie takich informacji, jak liczba użytkowników (real users) czy liczba odsłon w znacznym stopniu ułatwia podjęcie decyzji i opracowanie optymalnej strategii marketingowej. Aplikacja gemiusExplorer umożliwia szybkie, optymalne kosztowo planowanie kampanii on-line, m.in. pod względem:

- miejsc emisji kreacji reklamowych,
- dotarcia do grupy celowej,
- budowania zasięgu w grupach celowych,
- współoglądalności wybranych witryn,
- doboru tematycznego witryn do danej kampanii reklamowej.

Poznanie internautów własnej witryny i firm konkurencyjnych

Wyniki badania pozwalają na dokładną analizę witryn firm, które wykorzystują je jako kanał promocji lub sprzedaży usług i produktów. Badanie umożliwia poznanie wartości takich zmiennych, jak:

- liczba internautów odwiedzających witrynę - w tysiącach osób lub w procentach użytkowników,
- intensywność korzystania z witryny (wyrażonej jako czas),
- profil społeczno-demograficzny użytkowników witryny,
- określenie wzorów korzystania z witryn internetowych, czyli określenie współoglądalności pomiędzy witrynami (np. banków, producentów samochodów),
- określenie dopasowania struktury danej witryny do pożądanej grupy celowej,
- znalezienie witryn, na których grupa celowa interesująca reklamodawcę stanowi znaczny odsetek odwiedzających,

- pozycjonowanie witryny reklamodawcy na tle konkurencji.

Prezentowane dane

W zależności od potrzeb korzystających z wyników badania użytkowników utworzone zostały dwa widoki badania. Oba obejmują dane ilościowe i społeczno-demograficzne dotyczące wszystkich badanych witryn internetowych.

Drzewko mediów

Witryny pogrupowane zostały ze względu na kategorie tematyczne (np. motoryzacyjne, edukacyjne) oraz funkcje jakie pełnią (np. czaty, wyszukiwarki, katalogi).

Drzewko agregatów

Pozwala na stworzenie dowolnego drzewka mediów, samodzielnie przez użytkownika, np. umożliwia umieszczenie w jednej gałęzi witryny wydawcy oraz klienta, dla którego planowana jest kampania reklamowa.

Dane prezentowane są w trzech panelach – domyślnie w lewej części znajduje się panel z drzewem mediów (1) oraz panel z drzewami agregatów (2), natomiast z prawej strony dostępny jest panel z tabelą z wynikami badania (3).

Poprawa
 1 | użytkownicy (real users) | 1 427 105 | 28 143 217 | 15,81% |2
 odsetki | 519 052 | 6 771 365 | 5,25% |3
 średnia liczba odsłon na użytkownika | 351 738 | 10 521 833 | 3,90% |4
 średni czas na użytkownika | 172 441 | 2 055 005 | 1,91% | | średni czas odsłony | 2 019 244 | 47 461 520 | 22,37% |

 The table also includes a section for 'dopasowanie użytkowników' with various metrics like 'dopasowanie odsłon', 'afinity indeks', etc. The bottom status bar indicates 'Do badania wykorzystano dane o strukturze internautów pochodzące z badania Net Tracki SMI&R&C Poland Media S.A.'"/>

RYSUNEK 2. Widok aplikacji z wynikami badania

Widok „Drzewo mediów” składa się z zakładerek:

- „Witryny”, w której prezentowane są witryny internetowe. Witryna internetowa może być zaprezentowana jako całość lub w podziale na serwisy. Witryny grupowane są w węzły zbiorcze według kategorii,
- „Aplikacje”, w której znajdują się węzły aplikacji internetowych (np. komunikatory, aplikacje P2P).

Prezentowane wskaźniki

W tabelach możliwe jest wyświetlenie informacji o wielu różnych wskaźnikach, które pozwolą Państwu dokładnie poznać wybraną witrynę.

lp	witryna	użytkownicy (real users)	odsłony	czas
1	Bizr	✓ użytkownicy (real users)		8166
2	Bud	✓ odsłony		d14
3	E-c	średnia liczba odsłon na użytkownika		d05
4	scia	✓ czas		168
		✓ średni czas na użytkownika		
	Wty	średni czas odsłony		0118
1	Bizr	✓ zasięg		243
2	Bud	✓ dopasowanie użytkowników		d22

RYSUNEK 3. Wybór prezentowanych wskaźników

Badanie Megapanel PBI/Gemius pozwala na przeprowadzenie analizy następujących wskaźników:

- **liczba użytkowników (real users)** – wskaźnik ten pozwala na poznanie liczby internautów z wybranej grupy celowej, które dokonały przynajmniej jednej odsłony na wybranej witrynie w danym miesiącu. Wskaźnik ten jest tożsamy z liczbą osób (a nie komputerów, cookies czy adresów IP), które w danym miesiącu odwiedziły witrynę;
- **liczba odsłon** – liczba odsłon wygenerowanych przez wybraną grupę celową na wybranych witrynach w wybranym okresie;
- **średnia liczba odsłon na użytkownika** – liczba odsłon na wybranej witrynie wygenerowana przez przeciętnego użytkownika z wybranej grupy celowej w wybranym okresie;
- **czas** – suma czasów spędzonych przez użytkowników na wybranym węźle. Wskaźnik podawany w latach, dniach i godzinach;
- **średni czas na użytkownika** – całkowity czas jaki przeciętny użytkownik z wybranej grupy celowej spędził na wybranej witrynie w wybranym okresie;
- **średni czas odsłony** – średni czas pomiędzy dwoma odsłonami w ramach jednej wizyty wygenerowany przez wybraną grupę celową na wybranych witrynach w wybranym okresie;

- **zasięg** – stosunek liczby użytkowników, którzy dokonali przynajmniej jednej odsłony na wybranej witrynie w wybranym okresie czasu do całkowitej liczby internautów w wybranym okresie;
- **dopasowanie użytkowników** – stosunek liczby użytkowników grupy celowej do liczby wszystkich użytkowników na wybranej witrynie w wybranym okresie;
- **Dopasowanie odsłon** – stosunek liczby odsłon wygenerowanych przez grupę celową do liczby odsłon wygenerowanych przez wszystkich użytkowników na wybranej witrynie w wybranym okresie;
- **affinity indeks** – dopasowanie użytkowników grupy celowej na wybranej witrynie w stosunku do dopasowania polskich użytkowników grupy celowej w całym internecie;
- **udział użytkowników** – procent liczby użytkowników grupy celowej danej witryny w stosunku do liczby użytkowników grupy celowej wszystkich badanych witryn w wybranym okresie;
- **udział odsłon** – procent liczby odsłon wygenerowanych na danej witrynie przez użytkowników z grupy celowej w stosunku do liczby odsłon wygenerowanych na wszystkich badanych witrynach przez użytkowników grupy celowej w wybranym okresie;
- **udział czasu** – procent czasu spędzonego przez grupę celową na danej witrynie w stosunku do łącznego czasu spędzonego na wszystkich badanych witrynach przez użytkowników grupy celowej w wybranym okresie czasu;
- **sesje** – seria odsłon nie przerwana przez przerwę dłuższą niż 30 minut, przechodząca przed daną witryną (węzeł);
- **średnia liczba sesji na użytkownika** – liczba sesji wygenerowana przez przeciętnego użytkownika z wybranej grupy celowej w wybranym okresie czasu;
- **maksymalna współoglądalność** – liczba takich użytkowników z wybranej grupy celowej, którzy byli na co najmniej dwóch z wybranych witryn w wybranym okresie czasu;
- **maksymalna współoglądalność %** - udział liczby wspólnych użytkowników do liczby wszystkich użytkowników, którzy byli na wybranej grupie witryn w wybranym okresie czasu;
- **populacja** – liczba wszystkich internautów w danym miesiącu;
- **typ** – informacja czy dany węzeł jest typu witryna, serwis, czat, komunikator etc.

Cennik:

Przedmiotem oferty jest zakup wyników badania Megapanel PBI/Gemius. Wyniki badania publikowane są w cyklach miesięcznych z sześciotygodniowym opóźnieniem i zawierają dane za jeden miesiąc.

Wraz z wynikami badania Megapanel PBI/Gemius standardowo udostępniana jest aplikacja gemiusExplorer – oprogramowanie analityczne umożliwiające przeglądanie i analizę wyników oglądalności witryn biorących udział w badaniu.

W zależności od rodzaju subskrypcji wyniki badania dostarczane są:

Częstotliwość otrzymywania danych w ciągu roku	Opłata za 12 miesięcy
Co miesiąc (12 plików)	24 000 PLN
Raz na dwa miesiące (6 plików)	18 000 PLN
Co trzy miesiące (4 pliki)	14 000 PLN
Jednorazowo (1 plik)	4 000 PLN

Podane powyżej ceny dotyczą licencji na jedno stanowisko.

Licencja na każde kolejne stanowisko wynosi 25 proc. ceny licencji jednostanowiskowej.

Kontakt handlowy: dzial.sprzedazy@gemius.pl

Informacje o firmie

Gemius SA - firma badawcza, lider i prekursor w dziedzinie badań internetu w Europie Środkowo-Wschodniej. Na rynku polskim istnieje od 1999 roku, oferując profesjonalne rozwiązania badawcze, usługi analityczne i doradcze dla wszystkich podmiotów tego rynku.

Firma oferuje kompleksowe badania dotyczące m.in. zachowania internautów na witrynach (gemiusTraffic), ich profilu społeczno-demograficznego (gemiusProfile), czy też skuteczności prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect).

We współpracy ze spółką Polskie Badania Internetu, Gemius prowadzi całościowe badanie oglądalności witryn i aplikacji internetowych Megapanel PBI/Gemius.

Wybrani klienci

Organizacje branżowe	Domy mediowe	Ubezpieczenia
Interactive Advertising Bureau (IAB)	MediaCom	Allianz
Polskie Badania Internetu (PBI)	Mediaedge:cia	Commercial Union
Konsorcjum Sieci Reklamowych (KSR)	MindShare	ING
	OMD	PZU
	Starcom Next	
	Universal McCann	

Media	FCMG	Agencje interaktywne
Agora SA	Danone	ADV.pl
Axel Springer	Grupa Żywiec	Artegence
Canal+	Kompania Piwowarska	Hypermedia
Edipresse	Procter & Gamble	K2
G+J Gruner _ Jahr Polska	Unilever	Mobijoy
Interia.pl		OS3
Onet.pl		Opcom
Presspublica		TBWA Group Poland
Rzeczpospolita		180 hb
Wirtualna Polska		

Banki	Motoryzacja	Telekomunikacja
Alior Bank	Fiat	Netia
BPH	MMC Car Poland (Mitsubishi)	Play
BZ WBK	Polska Grupa Delarów	Polkomtel
Eurobank	Skoda	Polska Telefonía Cyfrowa
mBank	Suzuki	TP SA
PKO BP		
Raiffeisen		

Sieci reklamowe	E – comerce
	Allegro
Ad.net	Agito
Ad-vice	Empik
ARBOmedia	Skąpiec
Cormedia	Nokaut
IDM net	