

BADANIE GEMIUSACCESSIBILITY

Gemius SA

ul. Wołoska 7

02-675 Warszawa

Tel.: (0 22) 874 41 00

Fax: (0 22) 874 41 01

www.gemius.pl

Oferta - luty 07

Spis treści

Badanie gemiusAccessibility	3
Dlaczego gemiusAccessibility?.....	3
Co bada gemiusAccessibility?	3
Metodologia gemiusAccessibility	5
Prezentacja wyników	6
Założenia metodologiczne.....	7
Badanie gemiusAccessibility	7
Zalety metodologii:.....	7
Oferta cenowa	8
Informacje o firmie	9

Badanie gemiusAccessibility

Dlaczego gemiusAccessibility?

Wyniki badania gemiusAccessibility pozwolą określić szybkość dostępu oraz jakość łącza oferowanego danej witrynie w porównaniu do witryn konkurencji lub witryn o podobnej tematyce.

Liczne obserwacje wskazują na to, że czas dostępu do witryny jest jednym z najważniejszych czynników wpływających nie tylko na komfort użytkownika, ale też na ogólną ocenę atrakcyjności serwisu. Dlatego stałe monitorowanie poziomu dostępności serwisu powinno być jednym z obowiązków działów technicznych obsługujących internetowe serwisy.

Długotrwałe lub często powtarzające się problemy z dostaniem się na serwis internetowy mogą wpłynąć na brak zadowolenia klientów oraz zniechęcić ich do korzystania z jego zawartości.

Wyniki badania gemiusAccessibility pozwalają określić szybkość i jakość dostępu do oferowanych usług.

Co bada gemiusAccessibility?

Badanie gemiusAccessibility dostarczy Państwu odpowiedzi na pytania:

- jak szybko działa Państwa serwis w porównaniu do witryn konkurencji lub witryn o podobnej tematyce?
- czy klienci mogą liczyć na zadowalającą pracę serwisu non-stop?
- czy o ewentualnych opóźnieniach w dostępie do serwisu decydują czynniki zależne, czy niezależne od Państwa, np. jakość łącza zewnętrznych?

W badaniu uwzględnia się różne rodzaje usług dostępnych w zależności od typu połączenia z internetem i/lub dostawcy (przeprowadzana osobno analiza dla różnego rodzaju łączy internetowych).

Metodologia gemiusAccessibility

Zarówno na badanej witrynie, jak i na każdej z witryn konkurencji/witryn o podobnej tematyce, zostają wybrane po trzy elementy graficzne o wielkości jak najbardziej zbliżonej do 1, 10 i 50 KB.

Elementy graficzne wyświetlane są internautom w ramkach o rozmiarze 0x0, niewidocznych dla użytkownika. W jednej ramce otwierają się naraz 4 obrazki o tym samym rozmiarze, wybrane losowo spośród wszystkich witryn poddanych pomiarowi.

Przedmiotem pomiaru jest czas potrzebny na pobranie przez użytkownika wybranego elementu graficznego (pliku gif). Mierzymy czas upływający od momentu wysłania przez przeglądarkę internauty zapytania do serwera do momentu zakończenia pobierania żadanego elementu przez tę przeglądarkę. Jeśli czas załadowania pojedynczego elementu graficznego przekracza 60s, wtedy pomiar dla tego elementu uznawany jest za nieudany (tzw. *time-out*).

Stosowana przez nas metodologia gwarantuje, że element żądany przez przeglądarkę pobrany zostanie z serwera docelowego, a nie np. z serwera proxy dostawcy internetu, co w znaczący sposób wpłynęłoby na czas pomiaru i tym samym wiarygodność wyników.

Każdy z elementów graficznych wyświetlany jest internautom dysponującym odmiennymi typami łącz i przeglądarek internetowych, w różnych dniach tygodnia o różnych porach.

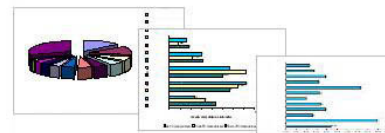
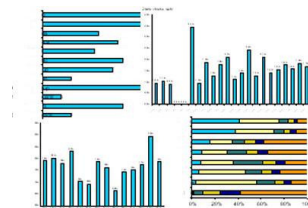
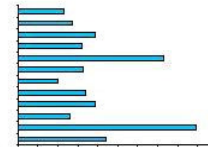
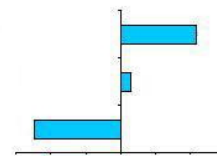
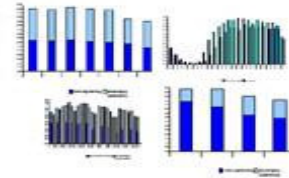
Duża liczba emisji pozwala uznać uśrednienie wyników za wiarygodne i obrazujące rzeczywisty czas dostępu do badanych serwerów.

Dane dotyczące czasu załadowania się elementów graficznych, jak i liczba *time-outów*, są ważone na etapie analiz, aby uwzględnić różnice (nie większe niż 10%) w wielkościach elementów graficznych w ramach danej grupy (1, 10 i 50 KB) na poszczególnych witrynach.

Prezentacja wyników

Wyniki badania są prezentowane w formie raportu, w skład którego wchodzi:

- Analiza dostępności serwisu w rozkładzie dziennym, tygodniowym, miesięcznym.
- Analiza dostępności serwisów konkurencyjnych.
- Porównanie dostępności serwisu w rozbiciu np. na połączenia dial-up, xDSL, sieci telewizji kablowych i radiowe.
- Analiza poziomu zawodności w dostępie do serwisu (udział *time-out'ów* w ogólnej liczbie zapytań do serwera) w rozkładzie dziennym, tygodniowym i miesięcznym.
- Dodatkowe analizy na życzenie Klienta.



Założenia metodologiczne

Badanie gemiusAccessibility

- losowy dobór internautów biorących udział w badaniu,
- czas badania – dwa tygodnie lub sposób ciągły (w zależności od potrzeb),
- minimalna liczba pomiarów dla każdego z dostawców/usług – 1000 (ta liczba osiągnięta zostanie dla dostawcy o najmniejszym udziale w rynku, dla pozostałych dostawców/usług liczba pomiarów może być nawet 100 razy większa; udział liczby pomiarów w próbie będzie w naturalny sposób odbiciem udziału w rynku danego dostawcy/usługi),
- jeden pomiar składa się z czterech pobrań elementów graficznych; losowy dobór elementów do każdego pomiaru zapewni równy udział elementów w próbie i wiarygodny wynik,
- pobranie zostaje uznane za udane, jeśli cały proces pomiaru od wysłania żądania do wyświetlenia w oknie przeglądarki trwa krócej niż 60 sekund; dla każdego dostawcy/usługi podany zostanie udział pobrań nieudanych (*time-out'ów*) w próbie.

Zalety metodologii:

- badanie realizowane w czasie rzeczywistym, w naturalnym otoczeniu, czyli online,
- badanie może być powtarzalnym i ciągłym monitoringiem.

Oferta cenowa

Po podpisaniu umowy na gemiusAccessibility rozpoczyna się pomiar serwisu.

Pomiar może być prowadzony na dwa sposoby:

- ciągły - pomiar prowadzony jest stale na określonej liczbie internautów, a wyniki prezentowane są na bieżąco przy pomocy interfejsu online oraz w postaci raportów miesięcznych lub kwartalnych,
- okresowy - pomiar prowadzany jest w wybranym okresie na ustalonej liczbie internautów z możliwością dokonywania co pewien czas powtórzeń (np. badanie trwające 7 dni, powtarzane co kwartał).

Cena za raport rozpoczyna się od 10 000 PLN.

Do ceny raportu należy doliczyć 22% podatku VAT.

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 szeroki wachlarz kompleksowych badań dotyczących m. in. zachowania internautów na witrynach (gemiusTraffic), ich profilu społeczno-demograficznego (gemiusProfile) czy też skuteczności prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect). Do grona Klientów i Partnerów Gemius SA należą firmy polskie i zagraniczne.

Gemius SA we współpracy ze spółką Polskie Badania Internetu (PBI) realizuje badanie gemiusAudience tworzące standard pomiaru oglądalności wszystkich witryn i aplikacji internetowych, z których korzystają polscy użytkownicy. gemiusAudience jest badaniem oglądalności typu Reach/Frequency i polega na stworzeniu i utrzymaniu panelu polskich użytkowników internetu (tzw. badanie user-centric). Zebrane dane panelowe są dodatkowo audytowane badaniem typu site-centric.

Wybrani klienci:

Edukacja/doradztwo	Motoryzacja	Banki	Joint-ventures
<ul style="list-style-type: none"> Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego Wyższa Szkoła Lingwistyczna Szkoła Businessu Politechniki Warszawskiej Centrum Kształcenia Akademickiego C.K.A. PricewaterhouseCoopers Polska Sp. z o.o. 	<ul style="list-style-type: none"> Toyota Fiat Hyundai Nissan Peugeot Renault 	<ul style="list-style-type: none"> Raiffeisen BPH PKO BP mBank Multibank BZ WBK 	<ul style="list-style-type: none"> Polskie Badania Internetu (PBI) Interactive Advertising Bureau (IAB) Konsorcjum Sieci Reklamowych (KSR)
Media	FMCG	Ubezpieczenia	Telekomunikacja
<ul style="list-style-type: none"> Agora SA Onet.pl Wirtualna Polska Interia.pl Rzeczpospolita Canal+ 	<ul style="list-style-type: none"> Nestlé Unilever Carlsberg Tchibo Gillette Procter & Gamble 	<ul style="list-style-type: none"> Allianz Commercial Union ING Amplico Nationwide PZU 	<ul style="list-style-type: none"> Era Plus GSM