

# GEMIUSAUDIENCE

WYNIKI Z BADANIA PANELOWEGO

**Gemius SA**

**ul. Wołoska 7**

**02-675 Warszawa**

**Tel.: (+4822) 874 41 00**

**Fax: (+4822) 874 41 01**

**[www.gemius.pl](http://www.gemius.pl)**

**Oferta - luty 07**

## Spis treści:

<b>Informacja o badaniu .....</b>	<b>3</b>
<b>Cele badania .....</b>	<b>4</b>
Podstawowe cele badawcze .....	4
Budowa efektywnych mediaplanów .....	4
Poznanie internautów własnej witryny i firm konkurencyjnych.....	4
<b>Prezentowane dane.....</b>	<b>5</b>
Drzewko mediów .....	5
Drzewko agregatów .....	5
Prezentowane wskaźniki .....	7
<b>Oferta cenowa .....</b>	<b>10</b>
<b>Informacje o firmie .....</b>	<b>11</b>
Polskie Badania Internetu .....	11
Wybrani klienci .....	11

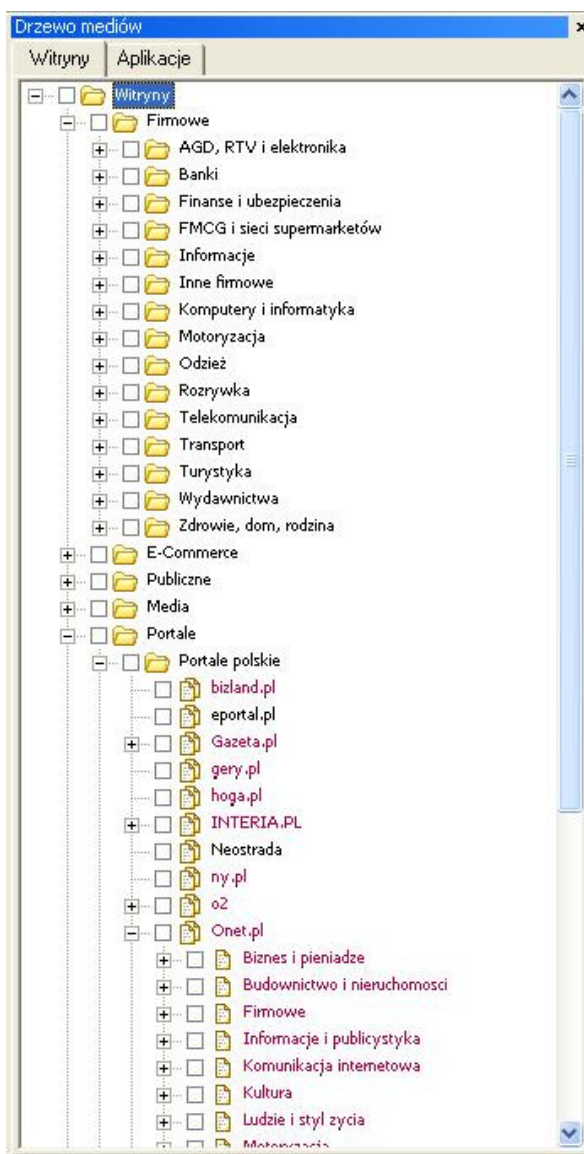
## Informacja o badaniu

gemiusAudience jest unikatowym w skali światowej narzędziem badawczym. Połączenie dwóch typów badań internetu, site-centric i user-centric, umożliwia pełną prezentację danych o ruchu internetowym na serwisach oraz aktualnych profilach społeczno-demograficznych internautów. gemiusAudience 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!).

Z punktu widzenia planowania działań w internecie, sam profil użytkowników, bez przełożenia na dokonywane odsłony, jest informacją niewystarczającą. Podobnie niewystarczające są dane o ruchu bez odniesienia do profili użytkowników internetu. Strategicznym celem badania gemiusAudience jest zatem zbieranie oraz ciągła aktualizacja danych przeznaczonych do optymalnego planowania działań marketingowych w internecie.

Wprowadzenie na rynek badania gemiusAudience umożliwia media plannerom optymalne planowanie działań reklamowych na portalach i wszystkich znaczących witrynach internetowych, tak 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.



**Rysunek 1. Element drzewka zawierający informacje o uwzględnionych w badaniu witrynach**

Wyniki badania gemiusAudience prezentowane są za pomocą specjalnej aplikacji gemiusExplorer.

## Cele badania

gemiusAudience jest badaniem ciągłym realizowanym za pomocą panelu, liczącego blisko 20 tysięcy internautów. 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 precyzyjnego media planu w sposób analogiczny do innych mediów.

## Podstawowe cele badawcze

### **Budowa efektywnych mediaplanów**

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 takiej 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,
- budowanie 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 zdobycie informacji, takich jak:

- liczba internautów odwiedzających witrynę,
- czas spędzany przez użytkowników na witrynie i liczba wykonywanych przez nich odsłon,
- profil społeczno - demograficzny użytkowników witryny,
- sposób korzystania z witryn internetowych,
- dane na temat współoglądalności pomiędzy witrynami (np. banków, producentów samochodów),
- dopasowanie struktury danej witryny do pożądanej grupy celowej,
- zachowania grupy celowej witryny danego reklamodawcy,
- pozycjonowanie witryny reklamodawcy na tle konkurencji.

## Prezentowane dane

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

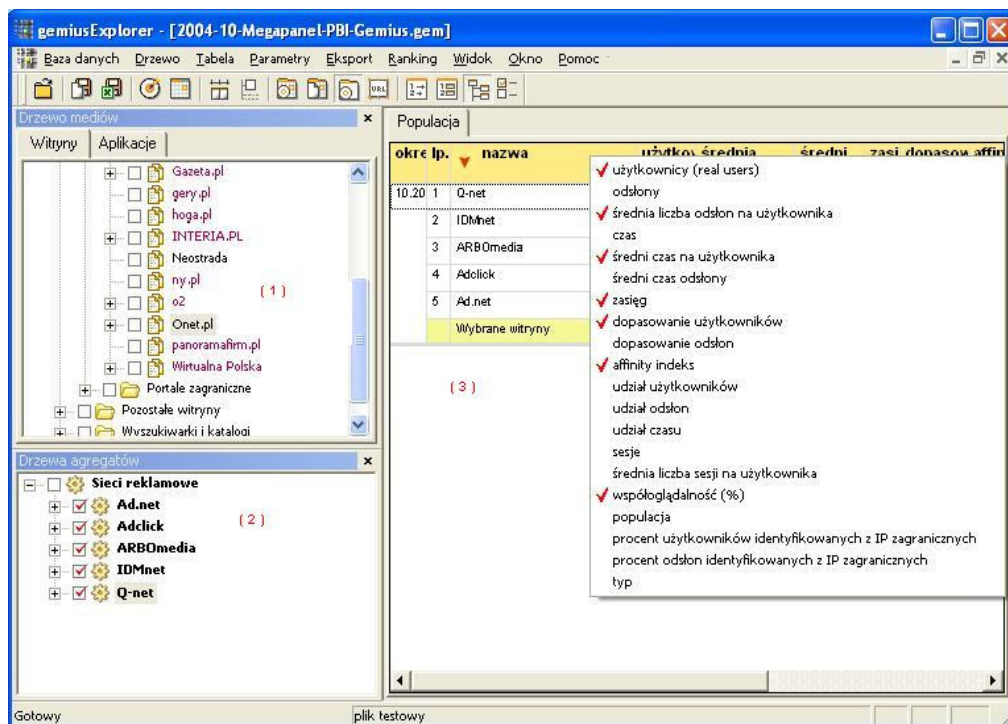
### Drzewko mediów

Witryny pogrupowane zostały ze względu na kategorie tematyczne oraz funkcje jakie pełnią (np. witryny w domenie \*.gov.pl).

### Drzewko agregatów

Pozwala na stworzenie dowolnego drzewka mediów. Umożliwia na przykład w jednej gałęzi umieścić witrynę 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).



**RYSUNEK 2. Widok aplikacji z wynikami badania**

Widok „Drzewo mediów” składa się z zakładek:

- ✓ „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 na poznanie właściwości wybranej witryny.

ip	witryna	użytkownicy (real users)	odsłony	czas
1	Bizr	✓ użytkownicy (real users)		3166
2	Bud	✓ odsłony		d14
3	E-c	średnia liczba odsłon na użytkownika		d05
4	scia	✓ czas		168
	Wy	średni czas na użytkownika		0118
1	Bizr	✓ zasięg		243
2	Bud	✓ dopasowanie użytkowników		d22

**RYSUNEK 3. Wybór prezentowanych wskaźników**

Badanie gemiusAudience pozwala na przeprowadzenie analizy z wykorzystaniem następujących wskaźników:

- Liczba użytkowników (real users) – wskaźnik ten pozwala na poznanie liczby internautów z wybranej grupy celowej, którzy dokonali 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 czasu.
- Średnia liczba odsłon na użytkownika – liczba odsłon na wybranej witrynie wygenerowana przez przeciętnego użytkownika z wybranej grupy celowej w wybranym okresie czasu.
- Czas – suma czasów spędzonych przez użytkowników na wybranym węźle. Wskaźnik podawany jest w godzinach.
- Średni czas na użytkownika – całkowity czas, jaki przeciętny użytkownik z wybranej grupy celowej spędził na wybranej witrynie w wybranym okresie czasu.
- Średni czas odsłony – średni czas pomiędzy dwoma odsłonami w ramach jednej wizyty wygenerowany przez wybraną grupę celową na wybranych witrynach w wybranym okresie czasu.

- Zasięg – stosunek liczby użytkowników, którzy dokonali przynajmniej jednej odsłony na wybranej witrynie w wybranym okresie czasu, do całkowitej liczby internautów w wybranym okresie czasu.
- Dopasowanie użytkowników – stosunek liczby użytkowników grupy celowej do liczby wszystkich użytkowników na wybranej witrynie w wybranym okresie czasu.
- Dopasowanie odsłon – stosunek liczby odsłon wygenerowanych przez grupę celową do liczby odsłon wygenerowanych przez wszystkich użytkowników na wybranej witrynie w wybranym okresie czasu.
- 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 czasu.
- 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 czasu.
- 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.
- Współgłębokość (w %) - procent użytkowników (real users) danego serwisu, którzy są jednocześnie użytkownikami co najmniej jednego z pozostałych wybranych (zaznaczonych) węzłów.
- Populacja – liczba wszystkich internautów w danym miesiącu.
- Procent użytkowników identyfikowanych z IP zagranicznych – procent użytkowników danej witryny (węzła), którzy łączyli się z witryną z zagranicznych adresów IP.

- Procent odsłon identyfikowanych z IP zagranicznych - procent odsłon wykonanych przez użytkowników, którzy łączyli się z witryną z zagranicznych adresów IP.
- Typ – informacja czy dany węzeł jest witryną, serwisem, czatem, komunikatorem itd.

## Oferta cenowa

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

Wraz z wynikami badania gemiusAudience 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:

<b>Częstotliwość otrzymywania danych w ciągu roku</b>	<b>Opłata za 12 miesięcy</b>
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% ceny licencji jednostanowiskowej.

Jeśli będą mieli Państwo pytania związane z ofertą, prosimy o kontakt:

### **Dział Sprzedaży**

Tel. 22 874-41-09

### **Gemius SA**

ul. Domaniewska 41  
budynek Mars klatka D  
02-672 Warszawa  
[www.gemius.pl](http://www.gemius.pl)

## Informacje o firmie

Firma badawcza Gemius SA, lider w badaniach internetu na polskim rynku, istnieje od sierpnia 1999 roku. Gemius SA świadczy profesjonalne usługi badawcze, analityczne i doradcze dla wszystkich podmiotów tego rynku. Oferuje szeroki zakres kompleksowych badań, których wyniki opisują m. in. zachowania internautów na witrynach (gemiusTraffic), ich profil społeczno-demograficzny (gemiusProfile), czy też skuteczność prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect). Za pomocą wyczerpujących raportów i analiz Gemius SA dostarcza rzetelnej wiedzy o rynku internetowym.

### Polskie Badania Internetu

Konsorcjum PBI, w skład którego wchodzi: Onet.pl, Wirtualna Polska, INTERIA.PL, Gazeta.pl, Rzeczpospolita oraz sieci reklamowe wykorzystuje narzędzie gemiusTraffic do realizacji badań site-centric w Polsce.

Gemius SA we współpracy z PBI realizuje ponadto wyżej wymienione badanie gemiusAudience.

### Wybrani klienci:

Joint-ventures	Motoryzacja	Banki	Producenci
<ul style="list-style-type: none"> <li>Polskie Badania Internetu (PBI)</li> <li>Interactive Advertising Bureau (IAB)</li> <li>Konsorcjum Sieci Reklamowych (KSR)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toyota</li> <li>Fiat</li> <li>Hyundai</li> <li>Nissan</li> <li>Peugeot</li> <li>Renault</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raiffeisen</li> <li>BPH</li> <li>PKO BP</li> <li>mBank</li> <li>Multibank</li> <li>BZ WBK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Siemens</li> <li>Scholl</li> <li>Cezex</li> <li>Komandor</li> <li>Philips</li> <li>Danfoss</li> </ul>
Media	FMCG	Ubezpieczenia	Telekomunikacja
<ul style="list-style-type: none"> <li>Agora S.A.</li> <li>Onet.pl</li> <li>Wirtualna Polska</li> <li>Interia.pl</li> <li>Rzeczpospolita</li> <li>Canal+</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nestlé</li> <li>Unilever</li> <li>Carlsberg</li> <li>Tchibo</li> <li>Gillette</li> <li>Procter &amp; Gamble</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Allianz</li> <li>Commercial Union</li> <li>ING</li> <li>Amplico</li> <li>Nationwide</li> <li>PZU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Era</li> <li>Plus GSM</li> </ul>