

VÝZKUM ČTENÁŘSKÉHO CHOVÁNÍ A VNÍMÁNÍ REKLAMY NA SERVERU iDNES.CZ

prezentace pro klienty

PROJEKT

CÍLE VÝZKUMU:

- zjistit, jak pravidelní návštěvníci iDNES.cz přistupují ke svému serveru a jak ho čtou
- zjistit, jak pravidelní návštěvníci iDNES.cz vnímají reklamu na svém serveru

PŘÍNOS PRO ZADAVATELE I INTERNETOVÝ PORTÁL:

Zadavateli i internetovému portálu přináší tento výzkum informace o vnímání reklamy na serveru iDNES.cz nedostupné ze stávajících výzkumů NetMonitor, iAUDIT..., tj. :

- jakou pozornost věnují návštěvníci serveru iDNES.cz a jak ho čtou
- jakou pozornost věnují reklamě a jak na ni reagují
- jaký vztah mají k vybraným druhům reklamy

PROJEKT

METODOLOGIE VÝZKUMU:

- výběr: kvótní:**
- pravidelní návštěvníci iDNES.cz (navštěvují iDNES.cz nejméně 1x týdně)
 - reprezentativní v regionu (dotazování pouze návštěvníci v Praze)
 - reprezentativní podle pohlaví a věku (věk 18 – 49 let)

(věková struktura a zastoupení mužů a žen odpovídá struktuře pravidelných návštěvníků iDNES.cz podle výzkumu MML-TGI 1. – 4. čtvrtletí 2004)

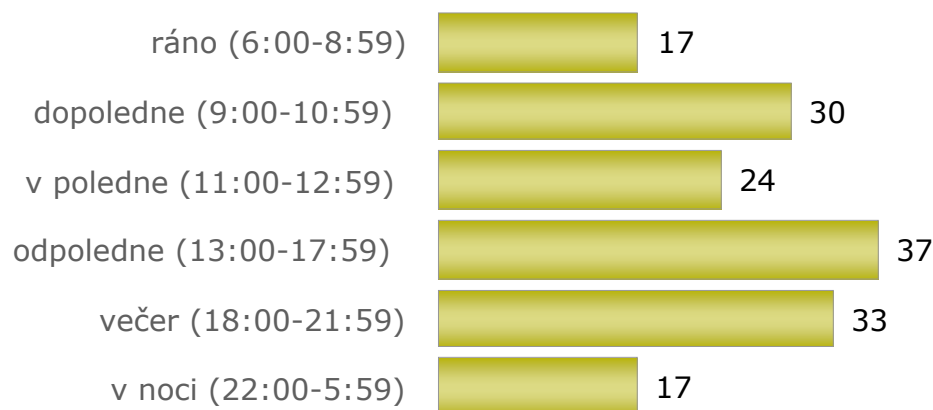
- sběr dat:**
- metoda: hall-test
 - dotazování: face-to-face (průměrná doba rozhovoru 27 minut)
 - 200+ respondentů
 - pro zjišťování vnímání inzerce byla použita metoda copytestu

Projekt realizovala pro iDNES.cz výzkumná agentura Markent v červnu 2005.

Copytest je standardním výzkumným nástrojem používaným od roku 2002 u dalších titulů mediální skupiny Mafra, a. s. (MF DNES, Magazín DNES+TV) ve spolupráci s touto agenturou.

ČTENÁŘSKÉ CHOVÁNÍ

OBVYKLÁ DOBA SLEDOVÁNÍ ZPRAVODAJSTVÍ iDNES.CZ



údaje jsou v procentech

	Muž	Žena	18-29 let	30-39 let	40-49 let
ráno (6:00-8:59)	23	9	13	26	10
dopoledne (9:00-10:59)	31	29	27	38	23
v poledne (11:00-12:59)	24	24	26	25	18
odpoledne (13:00-17:59)	36	39	43	34	31
večer (18:00-21:59)	35	31	35	25	44
v noci (22:00-5:59)	22	10	21	9	21

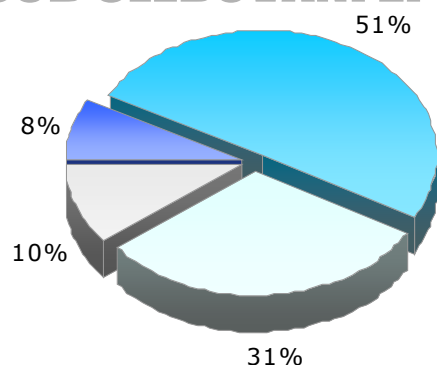
Své zpravodajství sledují pravidelní návštěvníci nejčastěji v pondělí a ve středu. V průběhu dne pak nejvíce odpoledne mezi 13 – 18 hodinou (37 %) a pak večer mezi 18 – 22 hodinou (33 %).

Muži na rozdíl od žen sledují zpravodajství iDNES.cz významně více ráno mezi 6 – 9 hodinou (23 %) a v noci mezi 22 – 6 hodinou (22 %).

Pravidelný uživatel iDNES.cz navštíví svůj server průměrně 1,6x za den. (Maximální počet návštěv během dne je 6krát)

ČTENÁŘSKÉ CHOVÁNÍ

OBVYKLÝ ZPŮSOB SLEDOVÁNÍ ZPRÁV NA iDNES.CZ



- snaží se přečíst co nejvíce článků, zpráv
- přečte články, o které se zajímá; další jen prohlédne
- prohlédne jen články, o které se zajímá
- zpravodajství na iDNES.cz jen zběžně prohlíží

údaje jsou v procentech

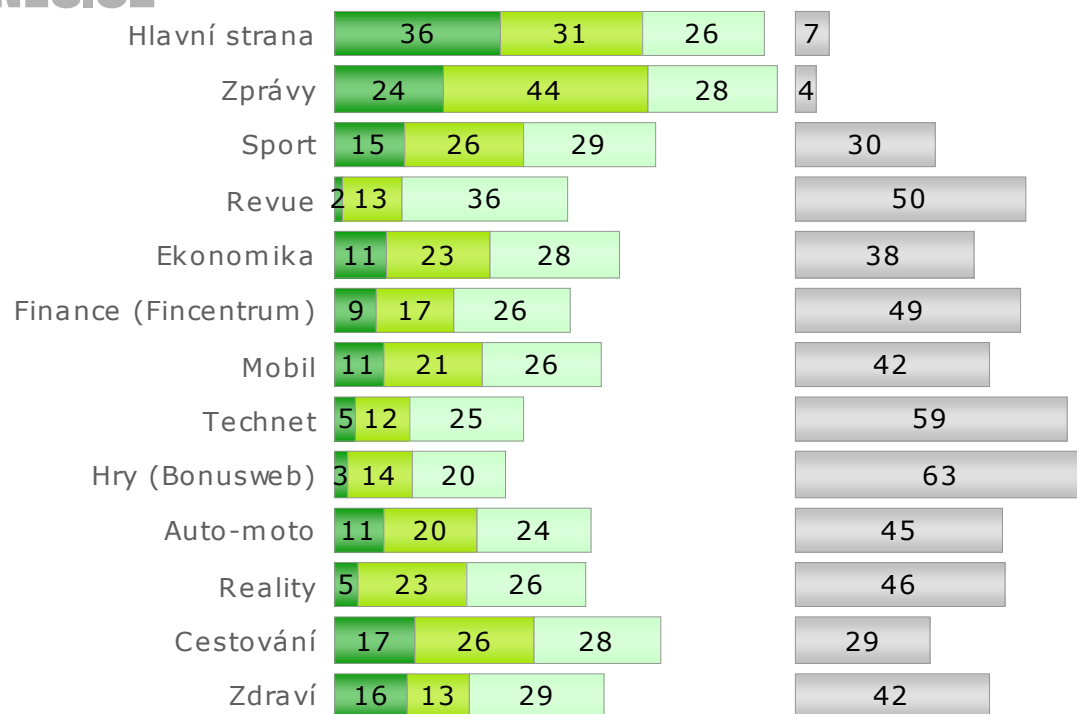
	snaží se přečíst co nejvíce článků, zpráv	přečte články, o které se zajímá; další jen prohlédne	prohlédne jen články, o které se zajímá	zpravodajství na iDNES.cz jen zběžně prohlíží	Total
Celý soubor	8	51	31	10	100
Muž	7	46	33	13	100
Žena	9	55	29	7	100
18-29 let	2	49	34	15	100
30-39 let	10	53	31	6	100
40-49 let	18	49	26	8	100

Co nejvíce článků se snaží přečíst 8 % návštěvníků iDNES.cz. Podíl takových návštěvníků roste spolu s věkem. Ve věkové skupině 40 – 49 let dosahuje 18 %.

51 % návštěvníků iDNES.cz přečte články, o které se zajímá a další jen prohlédne. Tento zvyk je významně silnější u žen (55 %).

ČTENÁŘSKÉ CHOVÁNÍ

PŘEČTENÉ NEBO PROHLÍŽENÉ ČÁSTI ZPRAVODAJSTVÍ iDNES.CZ



údaje jsou v procentech

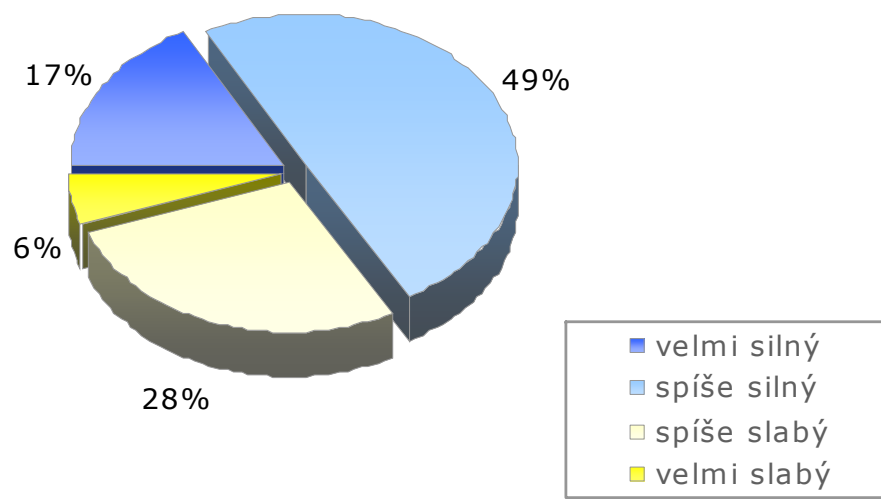
- přečetl/a nebo prohlédl/a téměř všechny zprávy
- přečetl/a nebo prohlédl/a asi tak polovinu zpráv
- přečetl/a nebo prohlédl/a jen některé zprávy
- z této sekce nic nečetl/a ani neprohlédl/a

Nejvíce pozornosti věnují návštěvníci iDNES.cz hlavní straně - **Homepage iDNES.cz** (36 % přečte nebo prohlédne téměř všechny zprávy, dalších 31 % asi tak polovinu zpráv) a **Zprávám iDNES.cz** (24 % přečte nebo prohlédne téměř všechny zprávy, dalších 44 % asi tak polovinu zpráv).

Ostatní části přitahují cílové skupiny se zájmem o dané téma.

ČTENÁŘSKÉ CHOVÁNÍ

VZTAH ČTENÁŘE K SERVERU iDNES.CZ



údaje jsou v procentech

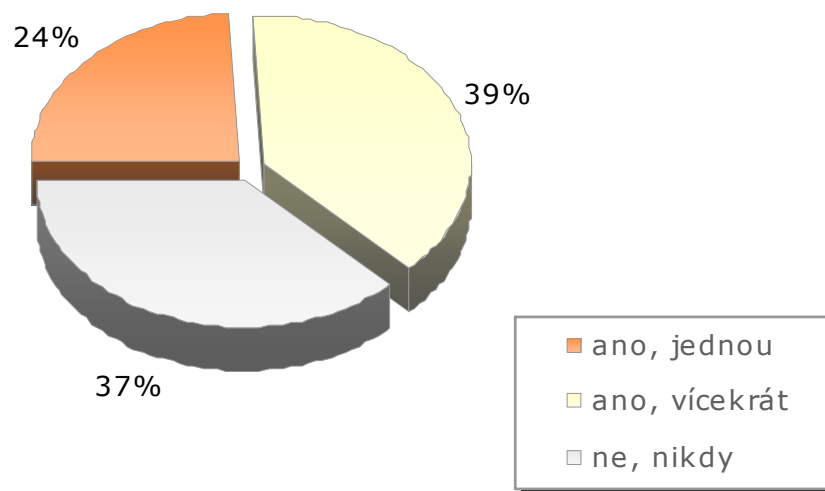
	velmi silný	spíše silný	spíše slabý	velmi slabý	Průměr
Celý soubor	17	49	28	6	2,78
Muž	21	41	30	8	2,75
Žena	12	61	25	2	2,82
18-29 let	9	45	38	9	2,53
30-39 let	28	51	18	3	3,04
40-49 let	18	59	21	3	2,92

2/3 pravidelných návštěvníků serveru iDNES.cz by svůj server postrádalo v případě, že by byl zrušen.

Ve skupině 30 – 39letých má velmi nebo spíše silný vztah ke svému serveru 79 % návštěvníků a mezi 40 – 49letými je to 77 %.

ČTENÁŘSKÉ CHOVÁNÍ

UŽITEČNOST SERVERU iDNES.CZ PŘI NÁKUPU



Téměř 2/3 pravidelných návštěvníků iDNES.cz využilo informací ze svého serveru při rozhodování o nákupu. (39 % návštěvníků uvedlo, že informace využilo vícekrát, 24 % jednou).

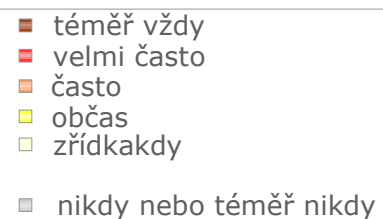
	ano, jednou	ano, vícekrát	ne, nikdy	Total
Celý soubor	24	39	37	100
Muž	25	40	35	100
Žena	24	36	40	100
18-29 let	30	30	41	100
30-39 let	22	48	31	100
40-49 let	15	44	41	100

VNÍMÁNÍ REKLAMY

POZORNOST VĚNOVANÁ REKLAMĚ NA INTERNETU



údaje jsou v procentech

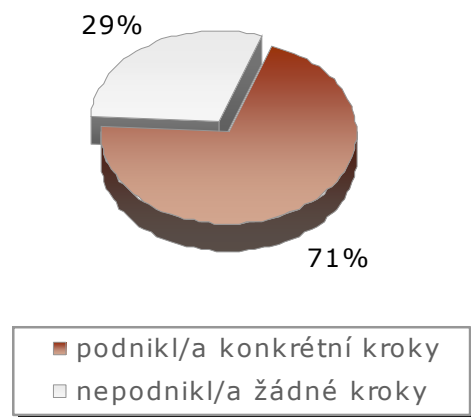


Více než 3/4 respondentů přiznávají, že si reklamy na internetu všimnou. 20 % respondentů téměř vždy nebo velmi často, 31 % často a 28 % občas.

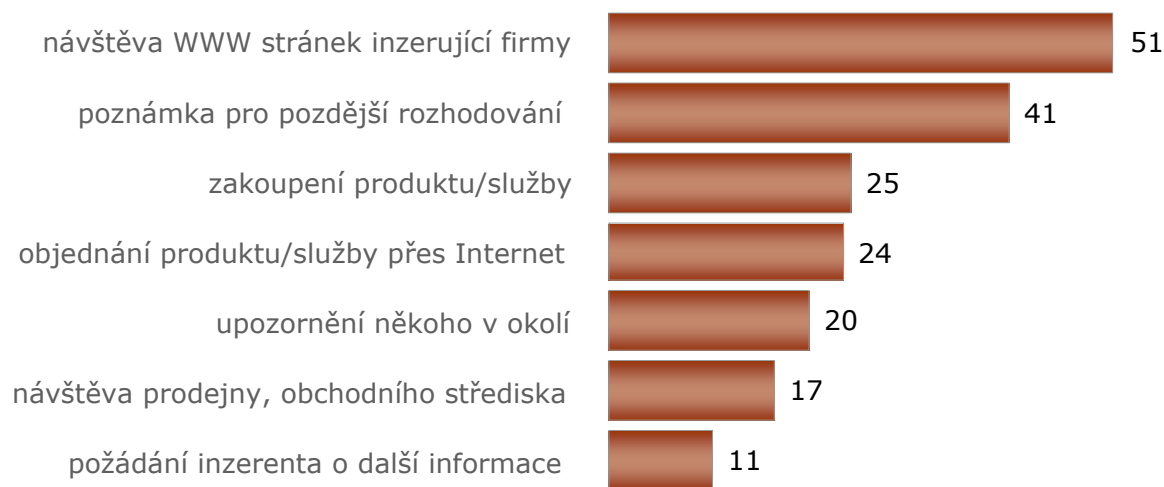
28 % respondentů kliká na bannery, aby se dozvědělo více o nabídce. Toto chování je významně silnější u žen.

VNÍMÁNÍ REKLAMY

KROKY NA ZÁKLADĚ REKLAMY NA iDNES.CZ



údaje jsou v procentech



Pozn.: návštěvník mohl na inzerci reagovat více způsoby tj. součet všech podílů může být vyšší než 100%.

71 % pravidelných návštěvníků iDNES.cz přiznává, že na základě reklamy na iDNES.cz podniklo konkrétní kroky:

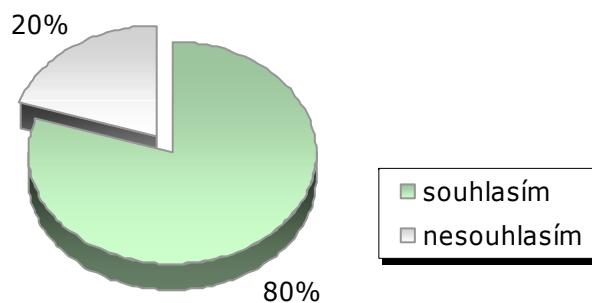
Nejčastěji navštívili WWW stránky inzerující firmy nebo si udělali poznámku pro pozdější rozhodování.

25 % pravidelných návštěvníků iDNES.cz inzerovaný produkt/službu zakoupilo a 24 % si produkt/službu objednalo přes Internet.

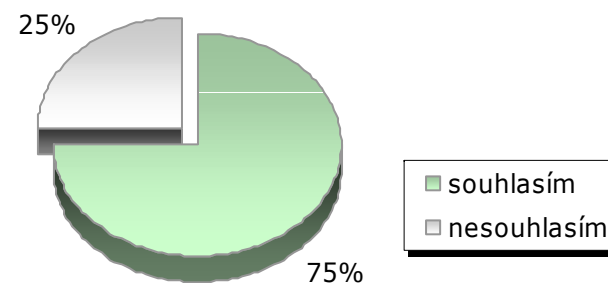
VNÍMÁNÍ REKLAMY

SOUHLAS S VÝROKY

Firmy, které inzerují na serveru iDNES.cz, jsou seriózní



Server iDNES.cz uveřejňuje pouze důvěryhodné a spolehlivé reklamy

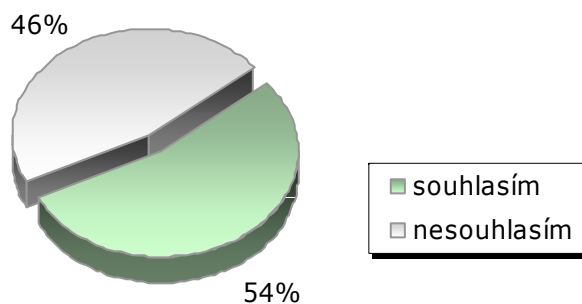


Pravidelní návštěvníci iDNES.cz považují firmy inzerující na iDNES.cz za seriózní. Pro 3/4 návštěvníků jsou reklamy na iDNES.cz důvěryhodné a spolehlivé.

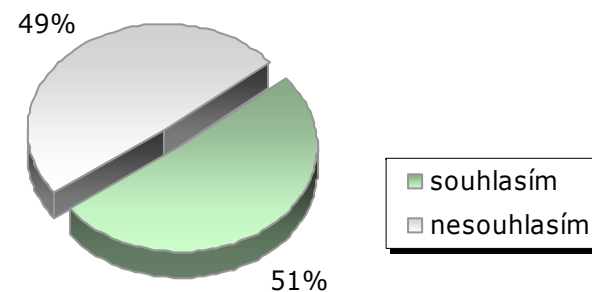
VNÍMÁNÍ REKLAMY

SOUHLAS S VÝROKY

Uveřejněné reklamy obohacují server
iDNES.cz



Reklama na serveru iDNES.cz je užitečná,
protože mě informuje, kde si mohu koupit
produkt či službu, o kterou mám zájem

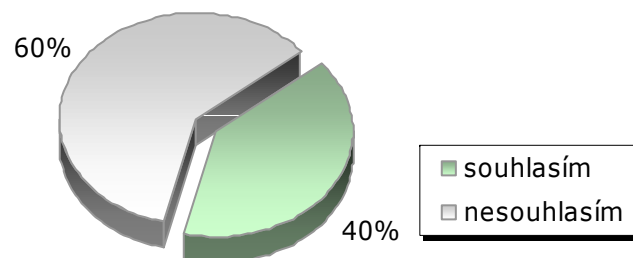


Více než polovina pravidelných návštěvníků iDNES.cz považuje reklamu na iDNES.cz za obohacující a užitečnou.

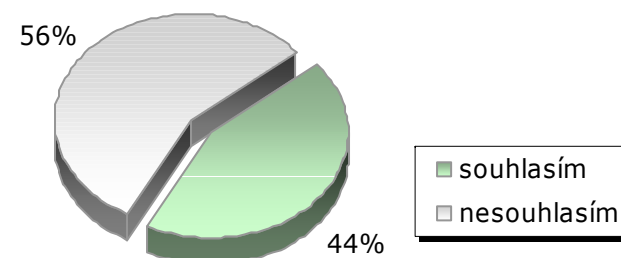
VNÍMÁNÍ REKLAMY

SOUHLAS S VÝROKY

Bez reklam by iDNES.cz ztratil jeden z významných zdrojů informací



Reklamám na serveru iDNES.cz důvěřuji více než reklamám na jiných zpravodajských serverech



40 % pravidelných návštěvníků iDNES.cz se domnívá, že bez reklam by iDNES.cz ztratil jeden z významných zdrojů informací. 44 % důvěřuje reklamám na iDNES.cz více než na jiných zpravodajských serverech.

VNÍMÁNÍ REKLAMY

VZTAH K VYBRANÝM DRUHŮM REKLAMY



Za nejméně rušivé považují pravidelní návštěvníci iDNES.cz fixní reklamy v horní nebo dolní části stránky a fixní reklamy po stranách stránky nebo textu.

Za nejvíce rušivý považují respondenti formát vyskakovacího okna - je přijatelný pro 13 % respondentů.

VNÍMÁNÍ REKLAMY

POZORNOST VĚNOVANÁ TESTOVANÝM REKLAMÁM A JEJÍ VLIV

Co jsme sledovali:

- míru pozornosti věnovanou jednotlivým reklamám z významných produktových kategorií – spontánní znalost, podpořenou znalost a podíl zaznamenaných informací
- hodnocení charakteristik reklamního banneru (atraktivitu, informativnost, vzbuzení zájmu o produkt/službu)
- dotazovanou znalost značky a využívání produktů
- vliv znalosti reklamy na zájem o propagované služby/produkty
- roli iDNES.cz jako informačního pramene při rozhodování o nákupu

VNÍMÁNÍ REKLAMY

POZORNOST VĚNOVANÁ TESTOVANÝM REKLAMÁM A JEJÍ VLIV

Co jsme zjistili:

- 88 % pravidelných čtenářů iDNES.cz vidělo alespoň jednu reklamu
- pozornost věnovaná testovaným reklamám dosáhla průměrně 68 % - tj. každou testovanou reklamu vidělo průměrně více než 2/3 návštěvníků
- nejvyšší spontánní znalost (21 – 34 %) měly reklamy silných značek s graficky atraktivním provedením

SHRNUTÍ

CO JSME SE DOZVĚDĚLI O PRAVIDELNÝCH NÁVŠTĚVNÍCÍCH iDNES.CZ

- pravidelní návštěvníci iDNES.cz čtou své zpravodajství 1 – 6krát denně
- zveřejněné reklamy si pamatují a považují je za důvěryhodné a spolehlivé
- firmy inzerující na iDNES.cz vnímají jako seriózní
- u 71 % pravidelných návštěvníků vyvolala reklama na serveru iDNES.cz reakci