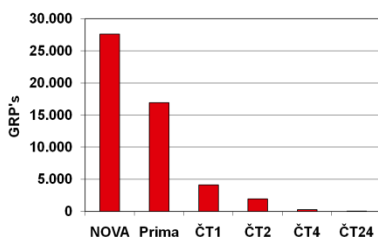
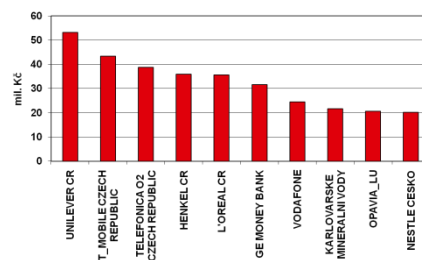


nather MEDIA NEWSLETTER

Březen č. 2/2009 EDITION



Titul	Kanal	Datum	Rating	Projekce	Share
Televizní noviny	NOVA	1.3.2009	32,4	2841	69,56
Sportovní noviny	NOVA	5.3.2009	29,4	2573	68,31
Počasí	NOVA	5.3.2009	25,1	2197	57,44
Střepiny	NOVA	8.3.2009	19,6	1720	46,84
Vikend	NOVA	9.3.2009	17,2	1510	41,55
Comeback	NOVA	4.3.2009	16,9	1480	37,66
Đablove lest	ČT1	1.3.2009	16,6	1453	32,87
Proč bychom se netopili	ČT1	2.3.2009	16,1	1415	33,91
Mr. GS	NOVA	8.3.2009	14	1231	43,23
Uvolněte se, prosím	ČT1	13.3.2009	13,3	1162	37,23



NetMonitor představil novou metodiku měření

Změn v metodice je celá řada a dotýkají se prakticky všech aspektů měření. Mezi těmi, které patří mezi nejdůležitější pro uživatele, nalezneme nové pojetí a konstrukci panelu (kombinace softwarového a pop-up panelu), využití další podkladové studie (SEKV), nový strukturální výzkum, větší univerzum, nové, rychlejší a uživatelsky přívětivější OLA (online aplikace pro prohlížení výsledků) či alternativní formát .gem souborů pro měsíční výsledky. Do změn by se také dala započítat přítomnost doménového filtru, který je v provozu již od prvního ledna 2009 a nový nástroj URL masky, který slouží k definici sekci jednotlivých serverů.

<http://www.lupa.cz/clanky/netmonitor-predstavil-novou-metodiku-mereni/>

10 videí týdně: jaké reklamy zabírají na internetu?

http://www.viralvideochart.com/chart_keyword/Ads_and_Commercials?interval=week

IPTV: Fakta

Krátký článek referující o základních informacích o IPTV – stručný popis toho, o co jde, jaké jsou použité technologie a kanály, atd.

<http://www.broadbandbananas.com/content/view/15/47/>

Google spouští behaviorální cílení

Google přichází s novým systémem cílení reklam. Podobně jako konkurent Yahoo! zaměřil svou pozornost na behaviorální cílení. Řešení nabízí dvě klíčové funkce: inzerenti mohou nabízet reklamu na základě zájmových kategorií a zároveň jim nový model umožní oslovit ty koncové zákazníky, kteří navštívili jejich webovou stránku v minulosti, tudíž už s nimi byli v kontaktu.

http://www.readwriteweb.com/archives/google_introduces_interest-based_ads.php

Češi a reklama 2009

Česká veřejnost je nejvíce zasažena reklamou v klasických masmédiích jako jsou televize, rozhlas, denní tisk a časopisy. Stejně jako v minulých letech, i letos jsou Češi nejvíce přesyceni reklamou v největších českých komerčních televizích Nova a Prima. Každý čtvrtý Čech se cítí být přesycen internetovou reklamou. Nejvíce vadí lidem reklama v podobě automaticky vyskakujících oken, myslí si to 27 % občanů, o něco méně je to u reklamy překrývající původní obsah a u reklamy ve formě banneru ke kliknutí, kde si to myslí 24 – 25 % lidí. Také přesycenost nevyžádanou reklamou v podobě spamů letos mírně poklesla – z 27 % v roce 2008 na letošních 24 %.

http://www.marketingovenoviny.cz/index.php?Action=View&ARTICLE_ID=7094

Tři čtvrtiny nákupních rozhodování až na místě

Podle výzkumu ze 30 zemí světa (14 000 zákazníků) se tři čtvrtiny nákupních rozhodování odehrávají až v místě prodeje, což nahrává akčním nabídkám a promo v místě prodeje. Češi zároveň nakupují více impulzivně (až 30 %) než zbytek Evropy (12 %).

http://mam.ihned.cz/c4-10000125-35551330-101000_d-cesi-nakupuji-impulzivne

Životní styl? Málo sportu, více času na internetu

Jak se mění naše mediální chování? Ve výzkumu byly zjišťovány preference jednotlivých médií v různých situacích. Televizi si na prvním místě vybere většina lidí při potřebě napětí, pro zahnání nudy, pobavení nebo jako téma rozhovoru s přáteli. Zároveň hraje televize hlavní roli při získávání aktuálních informací. Nejslabší pozici má televize v oblasti vzdělávání, kde si nepříliš zřetelně první místo drží knihy (30 %) a co je zajímavé, internet dosahuje s televizí shodné četnosti odpovědí (27 %). Rádio se profiluje zejména jako prostředek odpočinku (12 %), internet, kromě již zmíněného vzdělávání, je často uváděn jako nástroj získávání aktuálních informací (32 %). Nejfrekventovanějšími činnostmi, kterými lidé tráví volný čas, jsou četba novin a časopisů a poslech hudby. Poměrně vysoko se mezi dotazovanými činnostmi umístil i internet a zábava s počítačem.

<http://www.mediaresearch.cz/file/171/tz-zivotni-styl-malo-sportu-vice-casu-na-internetu.pdf>