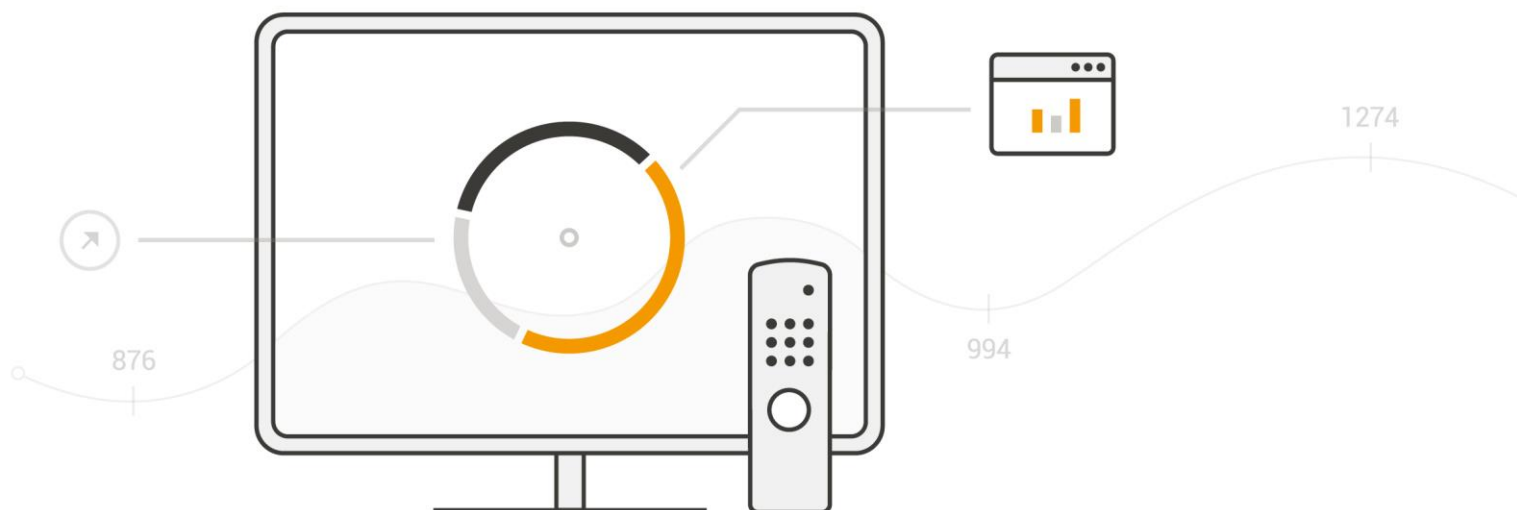


Volně prodejná kontinuální studie

## Zpravodajství a zpravodajské weby 2016

*Věříme, že naší studii o zpravodajství nemusíme téměř představovat. Letos studii realizujeme již po osmé, což, jak doufáme, svědčí o kvalitě jejího obsahu. Zároveň jsme rádi, že můžeme klientům přinést unikátní časové srovnání, které studie díky nepřetržité realizaci od roku 2008 umožňuje.*

***Jako vždy uvítáme Vaše podněty směrem k obsahu a zpracování a rádi Vám pomůžeme nalézt odpovědi na témata, která chcete lépe prozkoumat. Do konce září máte jedinečnou příležitost poskytnout návrhy na změny, které by studii pomohly vylepšit, či si přidat exkluzivní otázky, které Vám umožní zkombinovat unikátní obsah studie s Vašimi konkrétními otázkami šitými na míru.***



Media audience measurement



Marketing research and data analysis



Advertising monitoring and media analysis



Software for media data processing



# Zpravodajství a zpravodajské weby 2016

## ZÁKLADNÍ INFORMACE O STUDII:

- INTERNETOVÁ POPULACE ČR 15+
- VELIKOST VZORKU: 1000+ RESPONDENTŮ
- TERMÍN TERÉNNÍHO SBĚRU: ŘÍJEN 2016
- **TERMÍN PRO ZMĚNY / DODATKY: KONEC ZÁŘÍ 2016**

## VÝSLEDKY

- DOSTUPNÉ DLE PŘEDPOKLADU LISTOPAD 2016
- ZPRACOVÁNÍ FORMOU ZÁVĚREČNÉ ZPRÁVY S VÝSLEDKY A KOMENTÁŘI (VIZ CENÍK)
- UNIKÁTNÍ SROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ OD ROKU 2008
- MOŽNOST DATA ANALYZOVAT DLE INDIVIDUÁLNÍHO ZADÁNÍ (CENA DLE NÁROČNOSTI)
- MOŽNOST OSOBNÍ PREZENTACE (DLE INDIVIDUÁLNÍ DOHODY)
- VZHLEDEM K ROZSAHU STUDIE BUDE DOTAZNÍK ROZDĚLEN DO 3 ČÁSTÍ

## PLÁNOVANÉ ZAŘAZENÍ SERVERŮ

- |                   |                     |
|-------------------|---------------------|
| ✓ iDNES.cz        | ✓ iHNed.cz          |
| ✓ Novinky.cz      | ✓ Zprávy.rozhlas.cz |
| ✓ Právo.cz        | ✓ E15.cz            |
| ✓ Aktuálně.cz     | ✓ Blesk.cz          |
| ✓ České noviny.cz | ✓ Googlenews        |
| ✓ Lidovky.cz      | ✓ Deník.cz          |
| ✓ ČT24.cz         | ✓ Týden.cz          |
| ✓ tn.cz           |                     |

## ČÁSTI STUDIE

ZÁKLADNÍ ČÁST – ZPRAVODAJSTVÍ A ZPRAVODAJSKÉ WEBY

ROZŠÍŘENÍ (1) – ZPRAVODAJSTVÍ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

ROZŠÍŘENÍ (2) – PLATBY ZA ZPRAVODAJSTVÍ + BLOKOVÁNÍ REKLAMY

ROZŠÍŘENÍ (3) – REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

ROZŠÍŘENÍ (4) – ZPRAVODAJSKÉ VIDEO, ZPRAVODAJSTVÍ A ŽIVOTNÍ STYL

ROZŠÍŘENÍ (5) – MOBILNÍ ZAŘÍZENÍ, APLIKACE A MOBILNÍ ZPRAVODAJSTVÍ

ROZŠÍŘENÍ (6) – SROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ



### ZÁKLADNÍ ČÁST:

1. Reach a frekvence sledování zpravodajství v různých médiatypch/zařízeních
  - Televize, rádio, deníky, zpravodajské weby, mobilní telefon, tablet, jiné
2. Žebříček využívaných kombinací zpravodajských médiatypů
3. Čas strávený sledováním zpravodajství v různých médiatypch
4. Důvěryhodnost médiatypů
5. Frekvence sledovanosti zpravodajství v konkrétních médiích
6. Znalost a frekvence návštěvy zpravodajských webů
7. První volba zpravodajského webu pro čerstvé zprávy
8. Nejoblíbenější zpravodajský web
9. Vnímaná charakteristika různých zpravodajských serverů
10. Žebříček zpravodajských zdrojů napříč médiatypy
11. Průměrný počet médií pro sledování zpravodajství
12. Důvěryhodnost různých zpravodajských serverů
13. Sledovanost různých typů zpravodajství
14. Preference zpravodajských webů z hlediska různých typů zpravodajství
15. Sledovanost různých typů zpravodajství
16. Postoje k internetovým diskuzím

### ROZŠÍŘENÍ (1) - ZPRAVODAJSTVÍ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH:

17. Profil na sociálních sítích a jeho aktivní využívání
  - Facebook, Twitter, Snapchat, Google +, Instagram, LinkedIn,...
18. Činnosti na Facebooku
19. Způsob sdílení zpravodajských článků na Facebooku
20. Činnosti na Twitteru
21. Sociální média jako zdroj zpravodajství - postoje
22. Facebook jako hlavní zdroj zpráv



### **ROZŠÍŘENÍ (2) - PLATBY ZA ZPRAVODAJSTVÍ + BLOKOVÁNÍ REKLAMY:**

23. Představa novin dostupných pouze na internetu
24. Představa připlacení si za část zpravodajského obsahu na internetu
25. Preference financování zpravodajství na internetu
26. Podmínky placení za internetové zpravodajství – typ obsahu
27. Reakce na zpoplatnění zpravodajství na oblíbeném zpravodajském webu
28. Preferovaná částka při placení předplatného za zpravodajství na internetu
29. Vyhovující frekvence platby za internetové zpravodajství
30. Ochota platit za obsah
31. Využitý způsob platby za nakoupený obsah (dle obsahu)
32. Využívání nástrojů pro blokování internetové reklamy
33. Osoba zodpovědná za instalaci nástrojů pro blokování internetové reklamy
34. Využívané nástroje pro blokování internetové reklamy
35. Ochota k vypnutí blokování reklam (podmínky)

### **ROZŠÍŘENÍ (3) - REGIONÁLNÍ ZPRAVODAJSTVÍ:**

36. Preference šíře regionálního zpravodajství
37. Hlavní a doplňkové zdroje regionálních informací
38. Frekvence využití regionálních sekcí zpravodajských webů
39. Konkrétní média využívaná pro regionální zpravodajství – hlavní a občasný zdroj

### **ROZŠÍŘENÍ (4) - ZPRAVODAJSKÉ VIDEO, ZPRAVODAJSTVÍ A ŽIVOTNÍ STYL**

40. Sledování různých typů zpravodajského videa
41. Sledovaná témata zpravodajských videí
42. Čas strávený sledováním zpravodajského videa na internetu
43. Místo sledování zpravodajského videa na internetu
44. Zařízení využívané pro sledování zpravodajského videa na internetu
45. Využívané zdroje zpravodajského videa na internetu
46. Video jako motivátor pro sledování zprávy
47. Výhody a nevýhody zpravodajských videí
48. Postoje ke zpravodajství v životě
49. Znalost a využívání nových zpravodajských projektů
50. Vlastnické propojení médií a byznysu/politiků, reakce
51. Obliba a sledování novinářských osobností



## **ROZŠÍŘENÍ (5) - MOBILNÍ ZAŘÍZENÍ, APLIKACE A MOBILNÍ ZPRAVODAJSTVÍ:**

- Internetový sběr, základní vzorek více než 1500 respondentů ČR 15+
- Součástí výsledky za 2011 až 2016

### Mobilní zařízení:

52. Využívaná mobilní zařízení
53. Operační systém využívaný ve smartphonu
54. Operační systém využívaný v tabletu
55. Využívaný mobilní operátor (včetně nových operátorů)

### Internet v mobilních zařízeních:

56. Ochota platit za internet v mobilu
57. Využívaný internet v různých mobilních zařízeních
58. Frekvence využívání různých internetových připojení ve smartphonu
59. Využívaný datový tarif
60. Důvody nevyužívání mobilního internetu od operátora

### Mobilní aplikace:

61. Míra využívání mobilních aplikací
62. Míra stahování mobilních aplikací
63. Útrata za stažené aplikace v posledním roce
64. Postoj k reklamě v mobilních aplikacích
65. Aplikace zdarma s reklamou vs. placené aplikace bez reklam (ochota zaplatit)
66. Nejvíce aktivně využívané kategorie aplikací
67. Příležitosti pro využívání mobilních aplikací

### Zpravodajství v mobilních zařízeních:

68. Míra sledování zpravodajství na různých mobilních zařízeních
69. Způsob sledování zpravodajství v mobilních zařízeních
  - surfování na mobilních webech zpravodajských serverů, sledování prostřednictvím aplikací, přijímání denního přehledu, ...
70. Typy zpravodajských informací sledovaných v mob. zařízeních
71. Preference způsobu sledování zpravodajství na smartphonech a tabletech
  - zpravodajské aplikace, surfování po webových stránkách
72. Důvody preference zpravodajských aplikací nebo zpravodajských webů v mob. zařízeních
73. Nejvíce využívané weby pro surfování po zpravodajství v mob. zař.
74. Počet zpravodajských aplikací v mob. zař.
75. Frekvence využití zpravodajských aplikací v mob. zař. (smartphone, tablet)
76. Nejvíce využívané aplikace pro sledování zpravodajství v mob. zař.
77. Využívání notifikací ve zpravodajských aplikacích a frekvence notifikací
78. Náměty pro notifikace

## **ROZŠÍŘENÍ (6) - SROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ 2008 - 2016**



## CENÍK (v Kč bez DPH)

	V případě objednání základní části	V případě objednání jen rozšíření
Základní část – Zpravodajství a zpravodajské weby	32 000 Kč	-
Rozšíření (1) – Zpravodajství na sociálních sítích	10 000 Kč	16 000 Kč
Rozšíření (2) – Platby za zpravodajství, reklama	9 000 Kč	15 000 Kč
Rozšíření (3) – Regionální zpravodajství	6 000 Kč	10 000 Kč
Rozšíření (4) – Zpravodajství a životní styl	12 000 Kč	18 000 Kč
Rozšíření (5)	(část rozšíření) Mobilní zpravodajství	15 000 Kč
	(celé rozšíření) Mobilní zařízení, aplikace a mobilní zpravodajství	24 500 Kč
Rozšíření (6) – Srovnání výsledků 2008 - 2016	5 000 Kč	-
Exkluzivní otázka (dle rozsahu)	2 – 5 000 Kč	-
Tabulková příloha s tříděním přes konzumenty vybraného média	5 000 Kč	20 000 Kč
Speciální analýzy dle požadavků	Dle náročnosti	Dle náročnosti
Osobní prezentace	2 500 Kč	5 000 Kč

## KONTAKT:

**Hana Friedlaenderová**

Senior Research and Insights Manager  
 hana.friedlaenderova@admosphere.cz  
 +420 602 265 277

**Alena Ivánková**

Senior Research Manager  
 alena.ivankova@admosphere.cz  
 +420 720 130 023

**Lucie Vlčková**

Senior Research Manager  
 lucie.vlckova@admosphere.cz  
 +420 737 287 220

**Nielsen Admosphere, a.s.**

www.nielsen-admosphere.cz  
 Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha 3  
 obchod@admosphere.cz  
 +420 222 717 763