


Outdoor w badaniu Mediapanel

Informacje dla użytkowników

Reklama zewnętrzna – nowe medium w badaniu Mediapanel

Od 3 września wyniki badania Mediapanel uwzględniają dane dla nośników reklamy zewnętrznej. Włączenie pomiaru outdooru do badania jest wspólną inicjatywą reprezentantów rynku reklamy zewnętrznej oraz Gemius. Projekt realizowany jest we współpracy z OOHlife Izbą Gospodarczą (dawniej IGRZ). To pierwsze źródło danych o oglądalności reklamy zewnętrznej w Polsce osadzone w perspektywie cross-mediowej.

 Media type
 ×

Select all
Unselect all

Internet
☐ Internet
☐ PC
☐ Mobile
☐ Phones
☐ Tablets

Outdoor
☒ Outdoor

Radio
☐ Radio

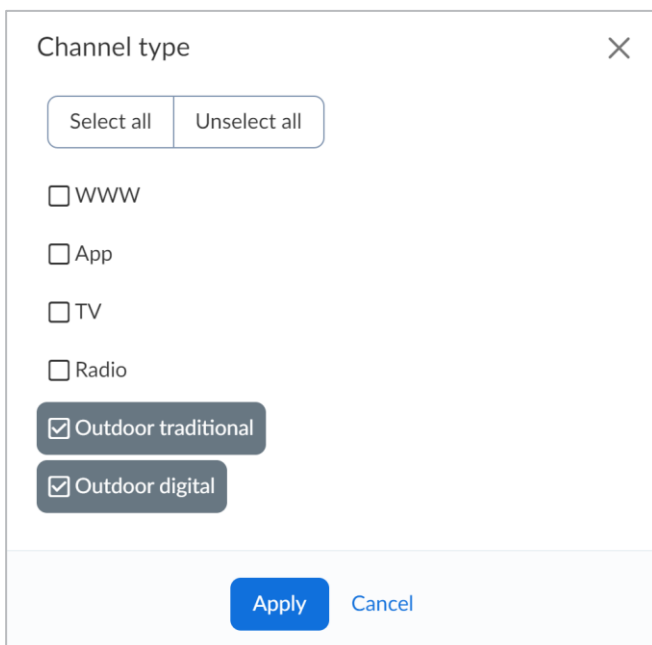
TV
☐ TV
☐ TV in home
☐ TV out of home

W badaniu dostępne są wyniki dotyczące nośników firm zrzeszonych w OOHlife Izbie Gospodarczej: AMS, Clear Channel Poland, Jet Line, Synergic oraz Warexpo.

Outdoor company
All
 AMS
 Clear Channel
 Jet Line
 Synergic
 Warexpo

Zakres prezentowanych danych

Zakres prezentowanych danych obejmuje zarówno tradycyjne nośniki reklamy zewnętrznej, jak i nośniki cyfrowe (Digital OOH).



W badaniu prezentowane są dane dla dwóch wskaźników:

Real Users

- Liczba osób w danej grupie celowej, które znalazły się w określonym promieniu nośnika reklamowego w zdefiniowanym okresie.

Reach

- Stosunek liczby osób w danej grupie celowej, które znalazły się w określonym promieniu nośnika reklamowego, do liczby wszystkich osób w danej grupie celowej.

Metoda kalkulacji danych

Wyniki prezentowane w badaniu opracowane są na podstawie dwóch źródeł danych:

- reprezentatywnej próby osób wyposażonych w mierniki Gemius (smartfony z oprogramowaniem pomiarowym), które dostarczają informacji o ich lokalizacji,
- współrzędnych geograficznych nośników reklamy zewnętrznej, pochodzących od firm zrzeszonych w OOHLife Izbie Gospodarczej.

Na podstawie danych GPS panelisty określany jest wektor „drogi”, którą przebywa on z punktu A do punktu B. Aby panelista został zliczony w pomiarze musi znaleźć się w promieniu nośnika określanego za pomocą GPS.

Prezentacja danych w interfejsie badania Mediapanel

1. Częstotliwość publikacji

Wyniki za dzień poprzedni publikowane są w interfejsie online **codziennie, do godziny 15.00**, razem z pozostałymi dostępnymi w badaniu mediami (Internet, Radio, Telewizja). **W poniedziałki publikowane są dane dzienne za piątki, soboty oraz niedziele.** Dzięki zastosowaniu metodologii Constant Panel do analizy wybierać można dowolne okresy, ale nie dłuższe niż 732 dni.

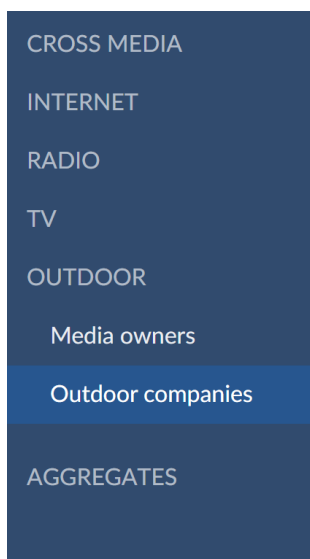
2. Outdoor w kontekście crossmediowym

Dane na temat oglądalności outdooru na tle pozostałych badanych mediów dostępne są w widoku „Cross media”. Predefiniowane wykresy w graficznej formie pozwalają porównywać wyniki poszczególnych mediów, zarówno w ujęciu całościowym, jak i z uwzględnieniem cech demograficznych użytkowników.

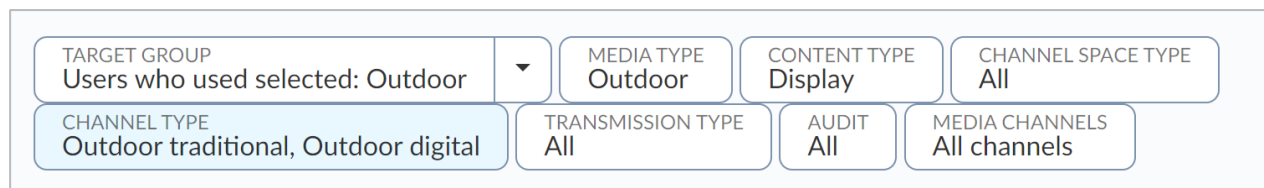


3. Analizy na danych outdoorowych

Dane na temat nośników reklamy zewnętrznej prezentowane są w widoku „Outdoor” w podziale na wydawców (Media owners) oraz firmy reklamy zewnętrznej (Outdoor companies).



Podział danych na nośniki outdooru tradycyjnego (traditional outdoor) oraz cyfrowego (digital outdoor) możliwy jest poprzez zastosowanie filtra „Channel type”.



4. Dostęp do danych

Dane dotyczące oglądalności nośników reklamy zewnętrznej dostępne są dla użytkowników w interfejsie online lub za pośrednictwem API.

Zainteresowanych nimi Klientów zapraszamy do kontaktu z działem sprzedaży Gemius: kontakt.pl@gemius.com.

Gemius S.A.

ul. Domaniewska 48

02-672 Warszawa, Polska

Kontakt:

mediapanel@gemius.com

+ 48 22 390 90 90

+ 48 22 378 30 50