

Jak se pečou koláče sledovanosti v ČR?



Měření sledovanosti televize se v České republice realizuje od roku 1997.



Denně jsou garantována data z minimálně

1650

domácností.



1850 domácností
v TV metrovém panelu reprezentuje

10 250 000

lidí z televizní populace
v České republice.



Sledovanost se měří
za osoby starší 4 let.

Data jsou měřena s přesností
na 1 sekundu.

Struktura panelu se pravidelně kontroluje a upravuje tak, aby vzorek domácností odpovídal socio-demografickému profilu domácností a jednotlivců v ČR podle nejaktuálnějších dat Českého statistického úřadu.



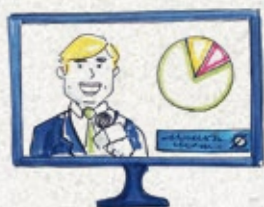
25%

Čtvrtina panelu domácností se ročně obmění. Kontrola chování členů panelu probíhá **denně.**

Dominantní technologií měření je tzv. audiomatching, tedy porovnávání zvukových otisků z měřených televizorů se sadou referenčních zvuků měřených TV stanic.



Měření je nezávislé
na způsobu šíření TV signálu.



Od roku 2013 je měřena i odložená sledovanost pořadů, tedy odsledování pořadu později, než byl živě vysílán v TV, a to v horizontu 7 následujících dní. Umožňují ho např. smart TV, televizory s pevným diskem či jiným zařízením umožňujícím nahrávání a přehrávání TV vysílání, apod. Měří se i sledovanost televizního vysílání na počítačích.

Jak se pečou koláče sledovanosti v ČR?

24/7



Data jsou k dispozici odběratelům ráno do 8:00, tedy už 2 hodiny po ukončení televizního dne, který trvá od 6:00 do 6:00 hodin, a to každý den včetně víkendů a všech státních svátků.



Real Time Data

Předběžná data o sledovanosti televize jsou odběratelům k dispozici téměř v reálném čase.

Meteoindex

Součástí projektu je zpracování a dodávka dat o počasí, která slouží k analýzám vlivu počasí na sledovanost televize.



Kontinuální výzkum mapuje změny v charakteristikách české televizní populace. Zjišťuje například televizní chování českých domácností, vybavenost televizní technikou, možnosti příjmu televizních stanic, apod. Probíhá ve čtyřech kvartálních vlnách a každý rok se ho účastní 9 000 domácností.

Unikátní součástí TV metrového projektu je výzkum životního stylu (Life Style Survey – LSS) a životního stylu dětí (LSS děti). Výzkumy dlouhodobě sledují mediální, postojové a spotřební chování české populace.



V rámci českého TV metrového projektu byla vyvinuta nová socioekonomická klasifikace ABCDE, což je klasifikace domácností na základě jejich ekonomického, sociálního a vzdělanostního kapitálu. Slouží mj. k definování cílových skupin v marketingu.

