

Tisková zpráva

Kontakt pro média: Eliška Morochovičová

Tel.: +420 725 612 020

E-mail: eliska.morochovicova@nielsen.com

**NIELSEN DIGITAL AD RATINGS NOVĚ ZAHRNUJE MĚŘENÍ MOBILNÍ APLIKACE YOUTUBE**

**Praha, 3. června 2019** – Nielsen dnes oznámil rozšíření měření digitálních kampaní v rámci produktu Digital Ad Ratings o data z mobilní aplikace YouTube. Vedle Česka se služba zavádí i na dalších 33 světových trzích včetně Norska, Nizozemí, Brazílie nebo Hong Kongu.

Rozšíření je založeno na dosavadním měření společnosti Nielsen, které až do dnešního dne nabízelo přehled o publiku reklam zhlédnutých na YouTube na počítačích a přes mobilní prohlížeče. Marketingoví experti tak s rozšířením měření o mobilní aplikaci tohoto světového hráče získávají unikátní, komplexní, nezávislá a srozumitelná data o publiku svých kampaní napříč všemi dostupnými platformami. Prvním trhem, kde bylo měření YouTube mobilní aplikace v rámci Nielsen Digital Ad Ratings oficiálně spuštěno, byly Spojené státy v roce 2017.

Měření YouTube mobilní aplikace poskytuje zadavatelům přístup k demografickým údajům věku a pohlaví konzumentů, kteří v aplikaci zhlédli jejich reklamní sdělení, stejně jako ke všem běžným metrikám Nielsen Digital Ad Ratings. Měření online reklamy na YouTube používá v rámci produktu stejnou metodiku jako v případě ostatních mobilních médií. Marketéři tak mají pro své plánování k dispozici snadno porovnatelné výsledky kampaní napříč různými vydavatelskými platformami.

„Mám radost, že patříme mezi země, které přednostně těží ze spolupráce mezi YouTube a Nielsen. Dohoda s YouTube o měření v mobilní aplikaci totiž potvrzuje technologii Nielsen Digital Ad Ratings jako zdroj nejucelenějších dat pro nezávislé porovnání videoreklamy. Vzhledem k celosvětovému trendu konzumace obsahu na stolních a mobilních zařízeních je klíčové, že je možné demografický zásah měřit napříč zařízeními. Pro český online trh je užitečné, že zásah lze sledovat napříč globálními i lokálními weby,“ říká Ondřej Matula, Senior Client Business Partner Nielsen Admosphere.

**O** **NIELSEN DIGITAL AD RATINGS**

Nielsen Digital Ad Ratings klientům přináší srozumitelné řešení pro měření efektivity reklamních kampaní v online prostředí. Produkt, který byl poprvé spuštěn v USA v roce 2011, kombinuje data společnosti Nielsen s dalšími datovými zdroji, které ctí pravidla ochrany osobních údajů. Průběžné výsledky jsou k dispozici během kampaně, čímž agenturám, zadavatelům reklamy a médiím poskytují rychlé a aktuální informace o cílových skupinách, které byly zasaženy reklamou.

**NIELSEN**

Nielsen je globální společnost, která svým klientům a veřejnosti poskytuje komplexní přehled o tom, jak spotřebitelé konzumují média (divize Media) a co a jak kupují (divize Connect). Nielsen Media nabízí v mnoha zemích médiím a klientům z oblasti reklamy služby spojené s tzv. Total Audience Measurement, tedy měřením sledovanosti obsahu (video, audio i text) napříč různými platformami. Nielsen Connect pak poskytuje jako jediný na světovém trhu měření maloobchodního výkonu výrobcům spotřebního zboží a maloobchodníkům. Spojením informací Nielsen Media, Nielsen Connect a dalších zdrojů dat nabízí Nielsen svým klientům měření na světově špičkové úrovni, stejně jako analytiku, která jim pomáhá s vylepšováním jejich výkonů. Nielsen, společnost, která se umístila v žebříčku S&P 500, operuje ve více než 100 zemích světa a pokrývá více než 90 % světové populace. Pro více informací navštivte [www.nielsen.com](file:///C%3A%5CUsers%5Ctereza%5CDocuments%5C_Pracovn%C3%AD%5CDAR%5Cwww.nielsen.com).

**NIELSEN ADMOSPHERE**

Dceřiná společnost Nielsen (česká divize Nielsen Media) – Nielsen Admosphere ([www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)) – na tuzemském trhu zajišťuje prodej a klientský servis produktu Nielsen Digital Ad Ratings. Nielsen Admosphere je výzkumná agentura s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossplatformní elektronické měření sledovanosti videoosahu zahrnující mimo jiné měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy…) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen. Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy. Sesterskou společností Nielsen Admosphere je společnost AC Nielsen, česká divize Nielsen Connect.