



merjenje obiskanosti spletnih strani

Izvedba, metodologija, ključni rezultati
MAJ 2009

Naročnik

Svet pristopnikov k MOSS pri Slovenski Oglaševalski Zbornici

Parmova ulica 53, 1000 Ljubljana

telefon: +386 1 439 60 50

Kontaktne osebe:

Zoran Savin

predsednik IO MOSS

zoran.savin@sonce.net

Boštjan Marušič

predsednik SK MOSS

bostjan.marusic@napovednik.com

Izvajalec

Valicon d.o.o.

Kopitarjeva 2, 1000 Ljubljana

telefon: +386 1 420 49 49

Kontaktne osebe:

Vesna Zakarič

vodja projekta MOSS

vesna.zakaric@valicon.net

Alenka Pfajfar

podpora naročnikom

alenka.pfajfar@valicon.net

Izjava o varovanju osebnih podatkov anketirancev

Družba Valicon je v skladu s kodeksom ESOMAR in AAPOR zavezana k varovanju osebnih podatkov anketirancev. Valicon tako v vseh pogledih preprečuje, da bi bilo mogoče prepoznati identiteto anketirancev. Vse spremenljivke oziroma polja, ki bi lahko neposredno kazala na identiteto anketiranca, so iz podatkovnih baz in poročil odstranjena. Prav tako so odgovori anketirancev fizično ločeni od podatkov anketirancev. Vsak poskus namerne identifikacije anketiranca ali razkritje identitete anketiranca s strani naročnika ali družbe Valicon pomeni kršitev zgoraj omenjenih kodeksov.

Vsebina

Vsebina	3
Metodologija	4
Model MOSS	4
Osnovni podatki o zbiranju podatkov	5
Časovni okvir izvedbe Maj 2009	5
Merjena spletna mesta	5
Uporaba interneta	6
Socio-demografski profil	7
Doseg	8
Dosegi Maj 2009	9

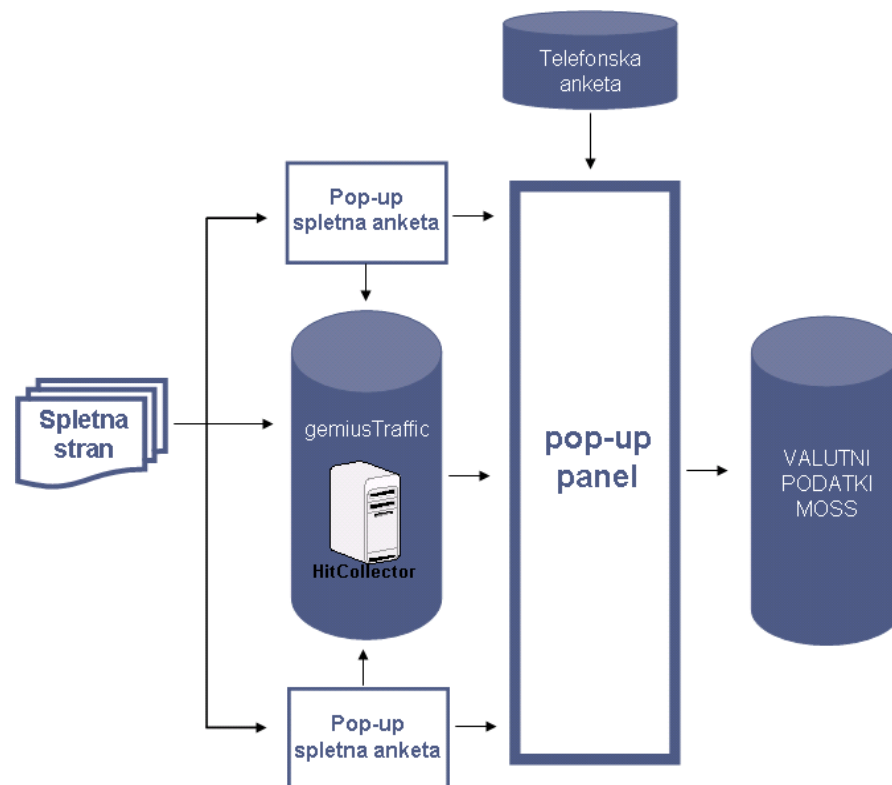
Metodologija

Model MOSS

Metodologija projekta MOSS temelji na interdisciplinarnem pristopu, ki povezuje tri različne raziskovalne tehnike:

- kontinuirana tehnična meritev s platformo gemiusTraffic**, katere cilj je nenehen zajem podatkov o obiskanosti spletnih strani in navadah spletnih obiskovalcev. Podatki tehnične meritve predstavljajo osnovo za opredelitev valutnega dosega,
- spletna pop-up anketa**, ki je namenjena zbiranju socio-demografskih podatkov spletnih obiskovalcev,
- telefonska anketa**, ki je namenjena uteževanju podatkov pridobljenih s spletno anketo in podatkov o dosegu.

Interdisciplinarni raziskovalni pristop ponuja sinergijo med kvantitativnimi podatki pridobljenimi s sistemom za merjenje prometa ter deklarativnimi podatki spletne ankete. Pridobljeni rezultati služijo kot pomembno vodilo v procesu medijskega načrtovanja ter izvajanja ali nadzora nad izvajanjem spletnih aktivnosti.



Slika 1: Model MOSS - zbiranje podatkov

Osnovni podatki o zbiranju podatkov

	GEMIUSTRAFFIC	POP-UP PANEL	TELEFONSKA ANKETA
METODA	tehnična meritev (piškotki)	spletna pop-up anketa	računalniško podprto telefonsko anketiranje
VELIKOST VZORCA	število piškotkov na slovenskem trgu (se spreminja na mesečni ravni)	do 20.000 (se spreminja na mesečni ravni)	n = 1000 / val (10-75 let)
VZOREC	piškotki vsaj ene spletne strani, ki sodeluje v meritvi	slovenski obiskovalci vsaj ene spletne strani, ki sodeluje v meritvi	enostavni naključni vzorec iz seznama telefonskih naročnikov (10-75 let)
POPULACIJA	naprave, s katerimi je možno dostopati do spleta	obiskovalci vsaj ene spletne strani, ki sodeluje v meritvi	10 – 75 let, Slovenija

Časovni okvir izvedbe Maj 2009

Podatki MOSS Maj 2009 se nanašajo na obdobje od petka 1.5. do nedelje 31.5.2009.

Merjena spletna mesta

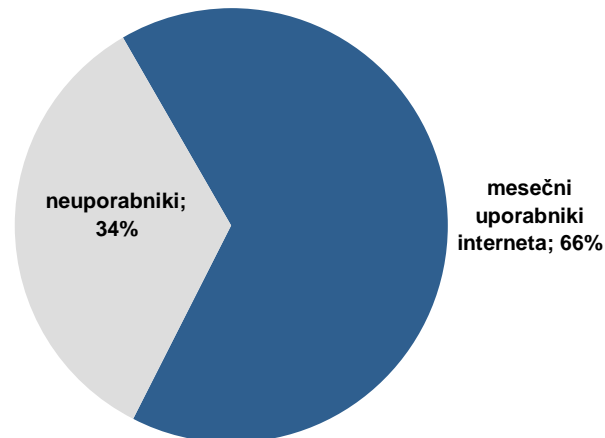
V meritvi Maj 2009 je sodelovalo 107 strani pristopnikov in uporabnikov MOSS.

Med 107 spletnimi stranmi so bile težave pri izvedbi tehnične meritve zaznane pri osmih spletnih straneh. SK MOSS se je odločila za neobjavo rezultatov meritve dveh spletnih strani: racunalniske-novice.com in informacija.net. Pri ostalih šestih straneh se je SK MOSS odločila za objavo z opombami in sicer:

- adrija.si – od 1.5. do 7.5.2009 izpad prometa zaradi vzdrževalnih del na spletni strani,
- avto.net – 5.5. in 6.5.2009 izpad prometa, zaradi vzdrževalnih del na spletni strani,
- energetika.net – od 1.5. do 4.5.2009 izpad prometa, zaradi vzdrževalnih del na spletni strani,
- kulinarika.net – od 1.5. do 6.5.2009 izpad prometa zaradi vzdrževalnih del na spletni strani,
- slowwwenia.com – spletna stran se je pridružila meritvi 8.5.2009,
- ceneje.si – določeni predeli spletne strani se osvežujejo z AJAX pristopom; ti deli niso merjeni v celoti in je zato skupno število prikazov manjše, kot bi bilo sicer.

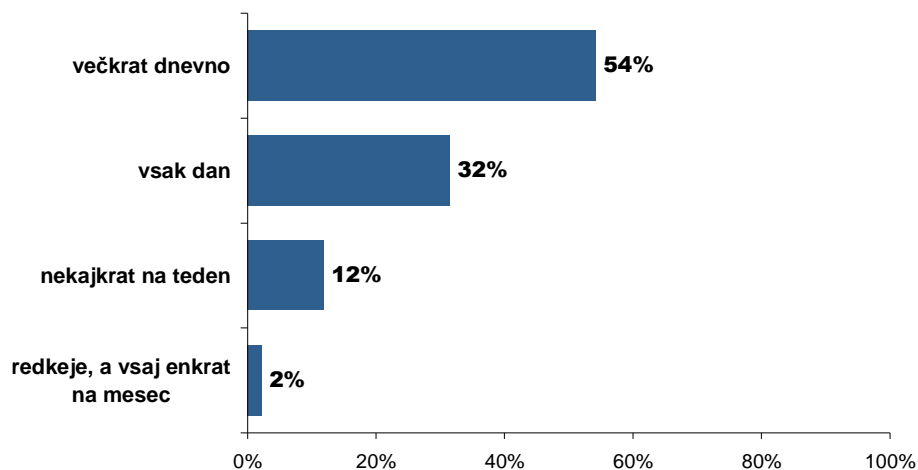
Uporaba interneta

V populaciji od 10 do 75 let je bilo maja 2009 66% mesečnih uporabnikov interneta, kar predstavlja 1.136.549 prebivalcev Slovenije v starosti od 10 do 75 let. Ob upoštevanju 95% intervala zaupanja je v Sloveniji maja 2009 med 1.134.826 in 1.138.272 mesečnih uporabnikov interneta. Populacija od 10 do 75 let predstavlja 1.723.498 prebivalcev Slovenije¹.



Slika 2: Uporaba interneta

107 spletnih strani, ki so v maju 2009 bile vključene v meritev, pokriva 95% celotnega spletnega trga, kar predstavlja 1.079.722 mesečnih uporabnikov interneta. Med njimi je dobra polovica tistih, ki internet uporabljajo večkrat dnevno.



Slika 3: Pogostost uporabe interneta

¹ Vir: SURS, stanje 30.6.2008

Socio-demografski profil

Med mesečnimi uporabniki interneta je dobra polovica moških, 47% je žensk.

V primeru da mesečne uporabnike interneta po starostnih razredih razdelimo na tretjine, dobimo naslednjo strukturo: od 10 do 24 let (34%), od 25 do 39 let (32%), od 40 do 75 let (34%). Povprečna starost mesečnih uporabnikov interneta znaša 33 let.

Glede na zaposlitveni status je delež mesečnih uporabnikov interneta največji v kategoriji zaposlen v podjetju (39%).

	delež znotraj kategorije
spol	
moški	53%
ženski	47%
starostni razredi	
od 10 do 14 let	10%
od 15 do 19 let	12%
od 20 do 24 let	11%
od 25 do 29 let	12%
od 30 do 34 let	11%
od 35 do 39 let	10%
od 40 do 44 let	10%
od 45 do 49 let	8%
od 50 do 54 let	6%
od 55 do 59 let	5%
od 60 do 75 let	4%
zaposlitveni status	
osnovnošolec	11%
dijak	10%
študent	8%
zaposlen v javnem sektorju	12%
zaposlen v podjetju	39%
samozaposlen	8%
brezposeln	5%
upokojenec	5%
gopodinja	1%
drugo	2%

Tabela 1: Socio-demografski profil po spolu, starosti ter glede na zaposlitveni status

Kako interpretiramo rezultate?

Delež znotraj kategorije predstavlja delež med mesečnimi uporabniki interneta (primer: med mesečnimi uporabniki interneta je glede na spol 53% moških, ostalih 47% predstavljajo ženske).

Doseg

Valuta je doseg strani v obdobju od 1.5. do 31.5.2009. Izmerjen doseg – Slovenija vseh 107 merjenih strani, v obdobju od 1.5. do 31.5.2009, znaša 1.079.722 obiskovalcev. Obiskovalci 107 strani so v obdobju od 1.5. do 31.5.2009 opravili 466 mio prikazov. Ocenjen dodatni doseg – tujina znaša 401.248 in predstavlja število uporabnikov, ki so dostopali do spletnih strani iz IP števil, ki niso slovenske. Podatek o ocenjenem dodatnem dosegu iz tujine ni korigiran s podatki telefonske ankete.

Največje število prikazov je bilo ustvarjenih v zadnjem tednu od 25.-31.5. Prvi teden (1.-3.5.) ne predstavlja celih 7 dni, zato je tudi število prikazov in obiskovalcev v tem času nižje.



CERTIFIKAT

Obdobje merjenja: maj 2009

Izmerjen doseg – Slovenija: 1.079.722

Ocenjen dodatni doseg – tujina: 401.248

Izmerjen doseg - Slovenija pove, koliko različnih oseb iz slovenskih IP števil je v obdobju meritve obiskalo vsaj eno spletno stran. Doseg je izračunan s tehnično meritvijo in korigiran s podatkom o velikosti slovenske spletne populacije pridobljene s telefonsko anketo.

Mesečni promet (slovenski obiskovalci)

Obdobje	Doseg	Prikazi
1.5 - 31.5.2009	1.079.722	466.385.703

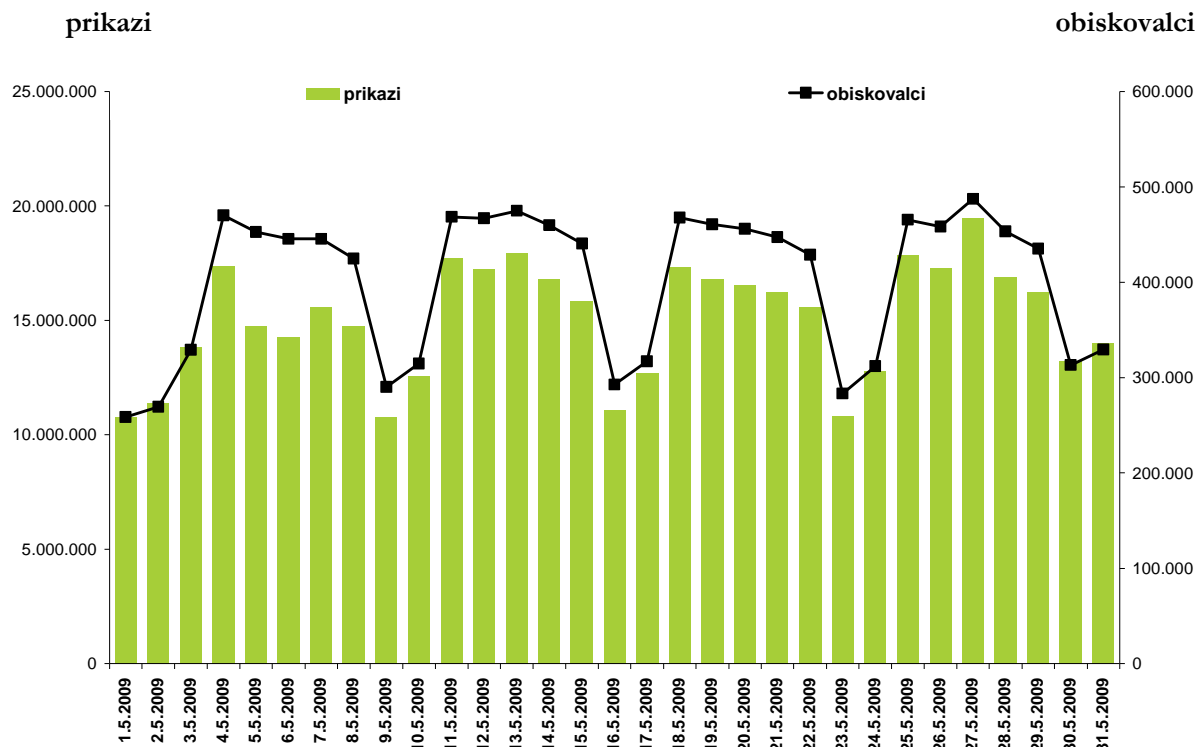
Prikaz pove, koliko je bilo vseh ogledov vseh spletnih strani v obdobju meritve.

Tedenski promet (slovenski obiskovalci)

Obdobje	Doseg	Prikazi
01.05 - 03.05.2009	444.126	35.965.608
04.05 - 10.05.2009	802.858	100.051.874
11.05 - 17.05.2009	818.007	109.352.427
18.05 - 24.05.2009	808.143	106.011.992
25.05 - 31.05.2009	820.857	115.003.798

Slika 4: Certifikat – Podatki tehnične meritve na mesečni in tedenski ravni

V obdobju od 1.5.2009 do 31.5.2009 je bilo število obiskovalcev med vikendi za 37% nižje kot ob delavnikih, medtem ko je število ogledov vseh spletnih mest ob vikendih v povprečju znašalo 25 mio, ob delavnikih pa 69 mio.

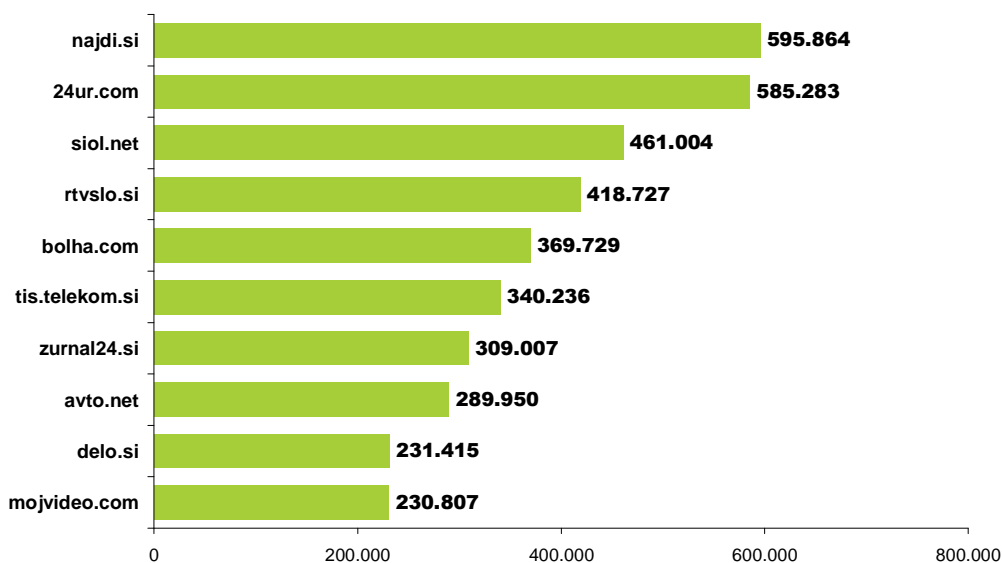


Slika 5: Podatki tehnične meritve po dnevih

Dosegi Maj 2009

Razpon dosega 107 spletnih mest znaša med 2.774 in 595.864, pri čemer imata dve spletni strani doseg nad 500.000 in enajst pod 10.000.

V merjenju maj 2009 ima najvišji doseg stran najdi.si. Na drugem mestu je 24ur.com in na tretjem siol.net. Med prvih deset sodijo še strani rtvslo.si, bolha.com, tis.telekom.si, zurnal24.si, avto.net, delo.si in mojvideo.com.



Slika 6: Top 10 strani Maj 2009