



**merjenje obiskanosti
spletnih strani**

**Izvedba, metodologija, ključni rezultati
APRIL 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 April 2009	5
Merjena spletna mesta	5
Uporaba interneta	6
Socio-demografski profil	7
Doseg	8
Dosegi April 2009	9

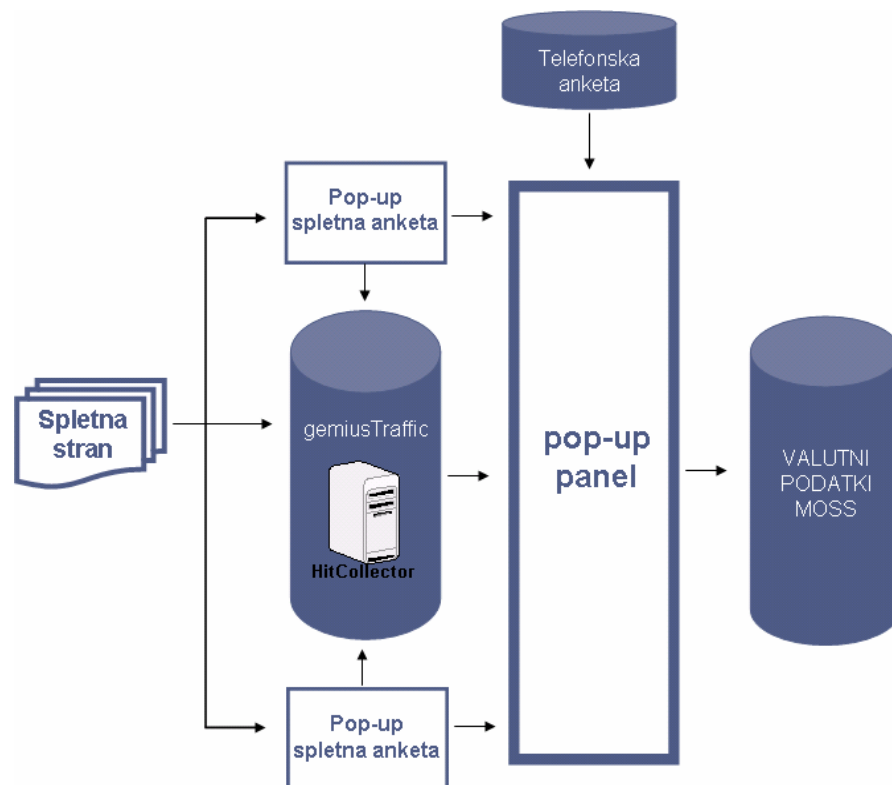
Metodologija

Model MOSS

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

- a) **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,
- b) **spletna pop-up anketa**, ki je namenjena zbiranju socio-demografskih podatkov spletnih obiskovalcev,
- c) **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 April 2009

Podatki MOSS April 2009 se nanašajo na obdobje od srede 1.4. do četrтка 30.4.2009.

Merjena spletna mesta

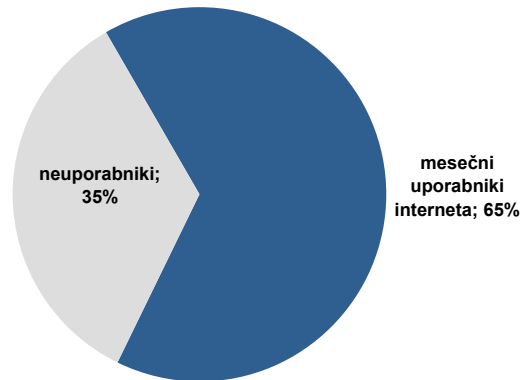
V meritvi April 2009 je sodelovalo 86 strani pristopnikov in uporabnikov MOSS.

Med 86 spletnimi stranmi so bile težave pri izvedbi tehnične meritve zaznane pri treh in sicer:

- avto.net – meritev je potekala šele od 3.4.2009,
- adria.si – izpad prometa med 29. in 30.4.2009,
- energetika.net – izpad prometa med 29. in 30.4.2009.

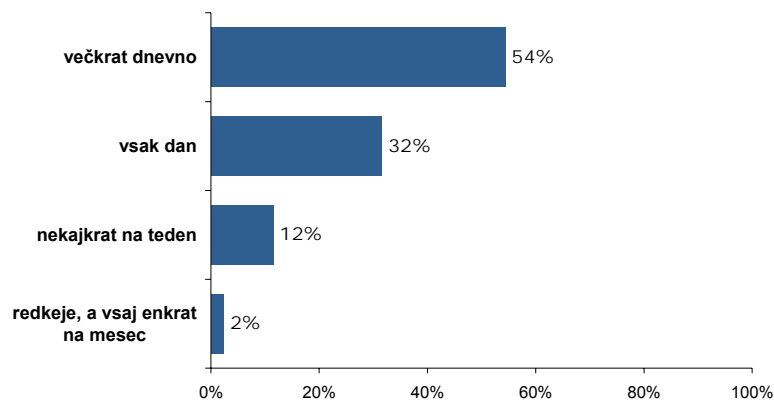
Uporaba interneta

V populaciji od 10 do 75 let je bilo aprila 2009 65% mesečnih uporabnikov interneta, kar predstavlja 1.128.129 prebivalcev Slovenije v starosti od 10 do 75 let. Ob upoštevanju 95% intervala zaupanja je v Sloveniji aprila 2009 med 1.127.170 in 1.130.620 mesečnih uporabnikov interneta. Populacija od 10 do 75 let predstavlja 1.723.498 prebivalcev Slovenije¹.



Slika 2: Uporaba interneta, populacija 10-75 let

86 spletnih strani, ki so bile v aprilu 2009 vključene v meritev, pokriva 95% celotnega spletnega trga, kar predstavlja 1.071.722 mesečnih uporabnikov interneta. Med njimi je dobra polovica tistih, ki internet uporabljajo večkrat dnevno.



Slika 3: Pogostost uporabe interneta med mesečnimi uporabniki interneta na merjenih spletnih straneh

¹ Vir: SURS, stanje 30.6.2008

Socio-demografski profil spletnih uporabnikov

Med mesečnimi uporabniki interneta na merjenih spletnih straneh je dobra polovica moških, 47% je žensk.

V primeru da slednjo skupino 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 na spremljanih spletnih straneh tako znaša 33 let.

Glede na zaposlitveni status je delež mesečnih uporabnikov interneta na merjenih 86 spletnih straneh največji v kategoriji zaposlen v podjetju (39%), 29% vseh uporabnikov predstavlja segment še šolajočih se.

	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	12%
dijak	9%
študent	8%
zaposlen v javnem sektorju	12%
zaposlen v podjetju	39%
samozaposlen	7%
brezposeln	5%
upokojenec	5%
gopodinja	1%
drugo	2%

Tabela 1: Socio-demografski profil po spolu, starosti ter glede na zaposlitveni status med mesečnimi uporabniki interneta na merjenih spletnih straneh

Kako interpretiramo rezultate?

Delež znotraj kategorije predstavlja delež med mesečnimi uporabniki interneta na 86 merjenih spletnih straneh (primer: med mesečnimi uporabniki interneta je glede na spol 53% moških, ostalih 47% predstavljajo ženske).

Doseg

Valuta je doseg strani v obdobju od 1.4. do 30.4.2009. Doseg vseh 86 merjenih strani v obdobju od 1.4. do 30.4.2009 znaša 1.071.722 obiskovalcev iz različnih slovenskih IP števil. Slovenski obiskovalci 86 strani so v obdobju od 1.4. do 30.4.2009 opravili 437 mio prikazov.

V mesecu aprilu 2009 je delež uporabnikov iz tujih IP števil predstavljal 21% celotnega prometa. Delež uporabnikov iz tujih IP števil predstavlja delež obiskovalcev, ki so dostopali do strani z IP števil, ki niso locirane v Sloveniji.

Največje število prikazov je bilo ustvarjenih v tednu od 20.-26.4., le nekaj manj pa v tednu od 13.-19.4. Prvi (1.-5.4.) in zadnji teden (27.-30.4.) ne predstavljata celih 7 dni, zato je tudi število prikazov in obiskovalcev v tem času nižje.



CERTIFIKAT

MOSS APRIL 2009, 1.-30. april 2009

Doseg (št. slovenskih obiskovalcev) od 1.4. do 30.4.2009 1.071.722

Delež uporabnikov iz tujih IP števil od 1.4. do 30.4.2009 21%

Doseg pove, koliko različnih oseb je v obdobju meritve obiskalo vsaj eno spletno stran. Doseg je izračunan s tehnično meritvijo in korigiran s podatkom o velikosti slovenske spletne populacije.

Mesečni promet

Obdobje	Doseg	Prikazi
1.4 - 30.4.2009	1.071.722	437.429.296

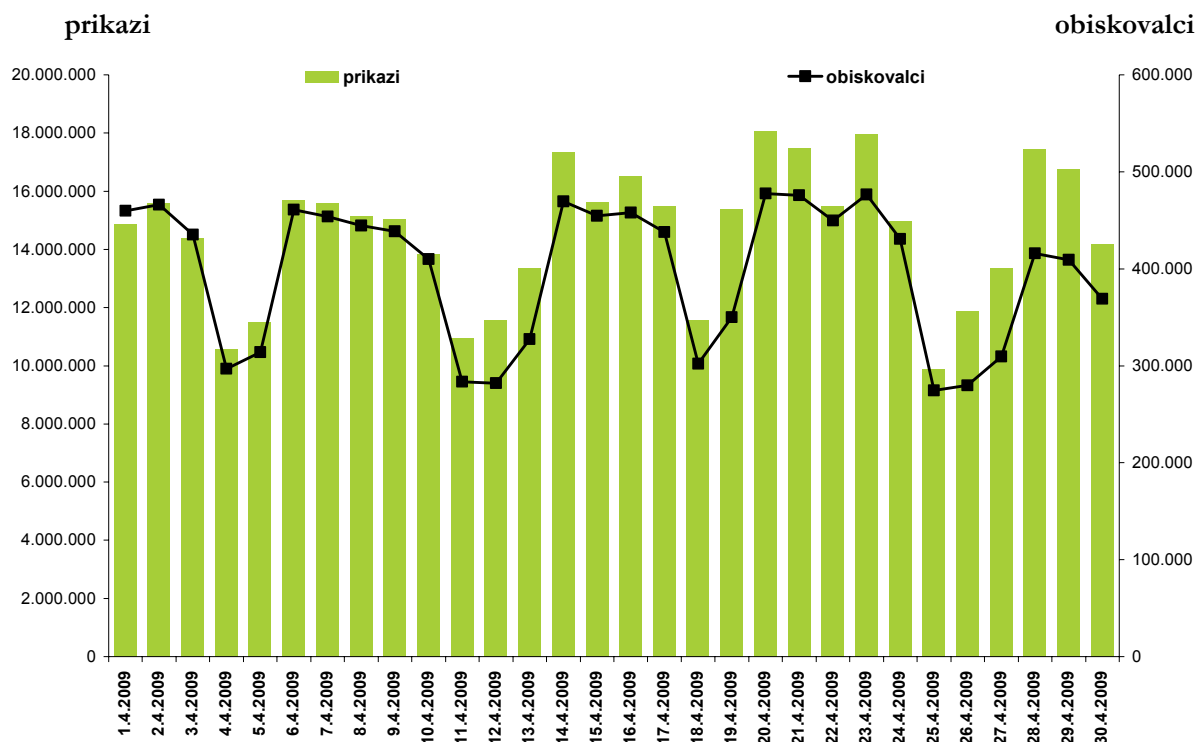
Prikaz pove, koliko je bilo vseh ogledov vseh spletnih strani v obdobju meritve.

Tedenski promet

Obdobje	Doseg	Prikazi
01.04 - 05.04.2009	734.730	66.915.168
06.04 - 12.04.2009	795.267	97.791.445
13.04 - 19.04.2009	812.454	105.247.649
20.04 - 26.04.2009	817.069	105.726.163
27.04 - 30.04.2009	627.136	61.748.871

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

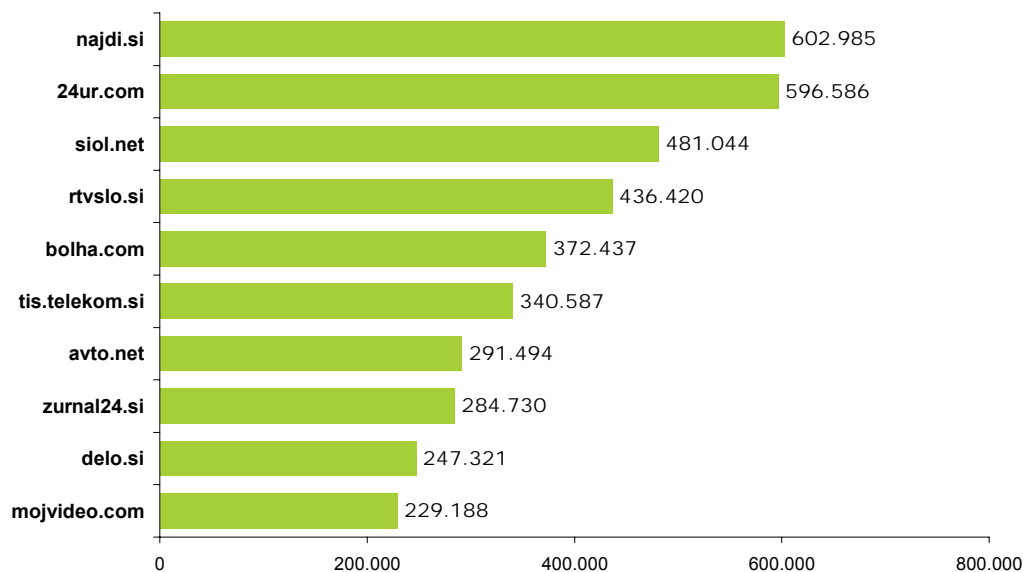
V obdobju od 1.4.2009 do 30.4.2009 je bilo število slovenskih obiskovalcev med vikendi za 43% nižje kot ob delavnikih, medtem ko je število ogledov vseh spletnih mest ob vikendih v povprečju znašalo 23 mio, ob delavnikih pa 69 mio.



Slika 5: Podatki tehnične meritve po dnevih (slovenski obiskovalci)

Dosegi April 2009

Razpon dosega 86 spletnih mest znaša med 2.662 in 602.985, pri čemer imata dve spletni strani doseg nad 500.000 in osem pod 10.000. V merjenju April 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, avto.net, zurnal24.si, delo.si in mojvideo.com.



Slika 6: Doseg top 10-ih spletnih strani, april 2009 (slovenski obiskovalci)