

LAE – ČR – 2012

Prezentace pro Unii vydavatelů
Pavel Rusý
červen 2012

GfK. Growth from Knowledge

GfK

Program

- 1 Cíle a metodika výzkumu
- 2 Struktura vzorku
- 3 Výsledky výzkumu – média
- 4 Výsledky výzkumu – firma
- 5 Výsledky výzkumu – soukromí



Cíle a metodika výzkumu

Cíle a metodika výzkumu LAE – ČR – 2012

4

- **CÍL VÝZKUMU:**
- **Získat údaje pro plánování inzerce B2B**
- **Popsat analyzovanou skupinu z pohledu aktivit a rozhodování ve firmě, společnosti, instituci**
- **Popsat analyzovanou skupinu z pohledu aktivit a spotřeby v soukromém životě**

Cíle a metodika výzkumu LAE – ČR – 2012

5

- **METODIKA VÝZKUMU:**
- **2042 respondentů**
- **kombinace náhodného a kvótního výběru**
- **dotazování březen - květen 2012**
- **dotazováno 0,62% cílové skupiny
(každá 162. osoba s rozhodovací pravomocí v ČR)**

Cíle a metodika výzkumu LAE – ČR – 2012

6

- **KRITÉRIA PRO VÝBĚR RESPONDENTŮ:**
- **podnikatel se 3 a více zaměstnanci s objemem investic nad 400 tis.Kč**
- **VŠ vzdělaný samostatně činný vyšší odborník s alespoň jedním zaměstnancem s obratem nad 1,5 mil. Kč**
- **manažer ve firmě nad 10 zaměstnanců, řídicí pozice dle velikosti firmy**
- **kvalifikovaný zaměstnanec s čistým příjmem nad 30tis. Kč (v Praze nad 40 tis. Kč)**
- **pracovník ve státní správě s účastí na rozhodování nad 1 mil. Kč, pozice dle úrovně státní správy**

Cíle a metodika výzkumu LAE – ČR – 2012

7

- **KRITÉRIA ZAŘAZENÍ TITULŮ:**
- **obsahové zaměření – zpravodajský nebo ekonomický titul**
- **nově zařazeny odborné tituly (počítače, auta, personalistika apod.)**
- **minimální náklad 5000 výtisků**
- **hodnota indexu afinity nad 150 v alespoň ve dvou ze čtyřech vymezených cílových skupin dle Media Projektu:**
 - **vyšší profesionálové s vysokoškolským vzděláním**
 - **osoby s příjmem nad 20tis. Kč**
 - **vedoucí pracovníci alespoň s podřízenými útvary**
 - **podnikatelé se zaměstnanci**

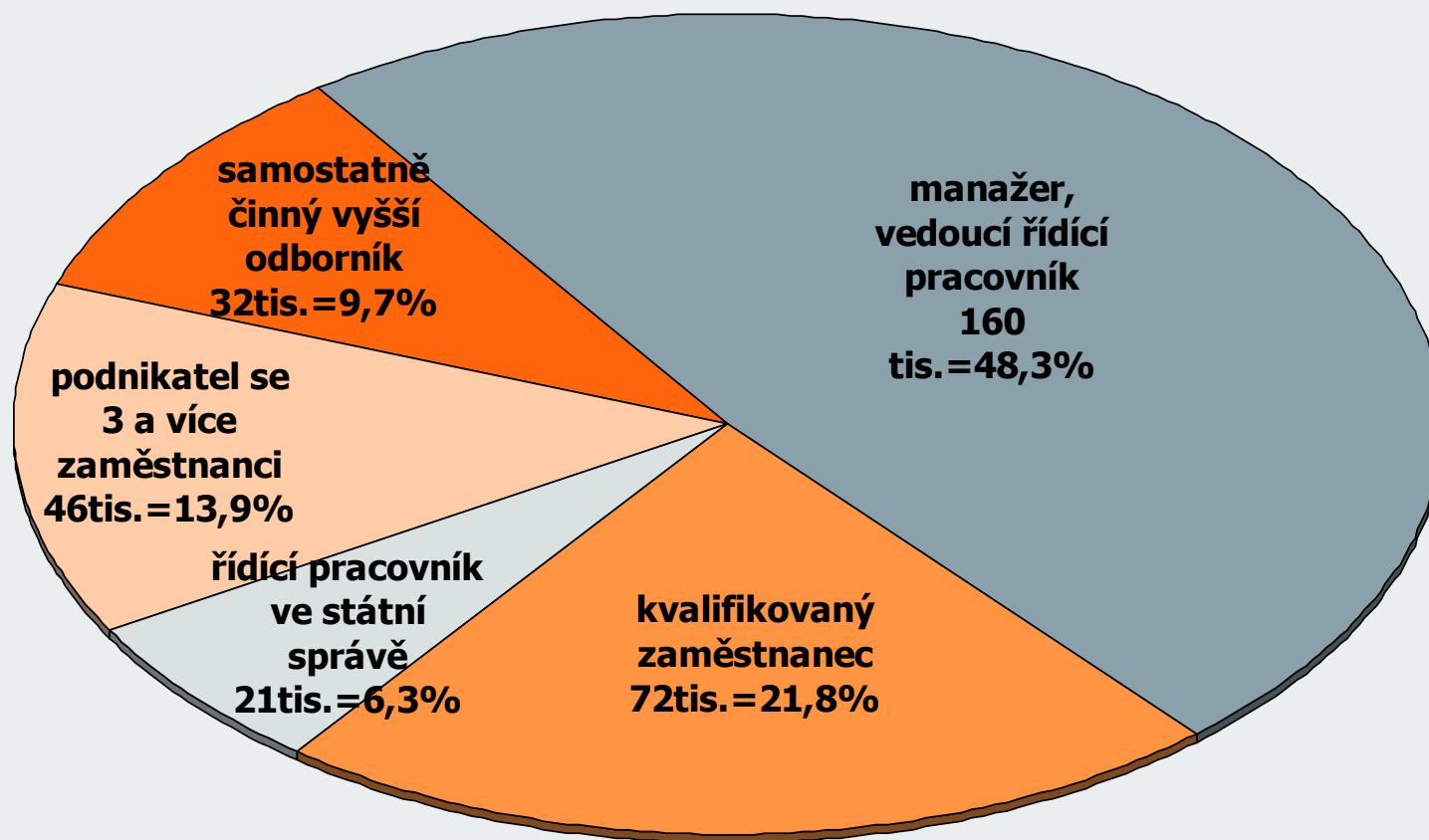
2

Struktura vzorku

Struktura osob s rozhodovací pravomocí

Celkový počet 331 tis. osob

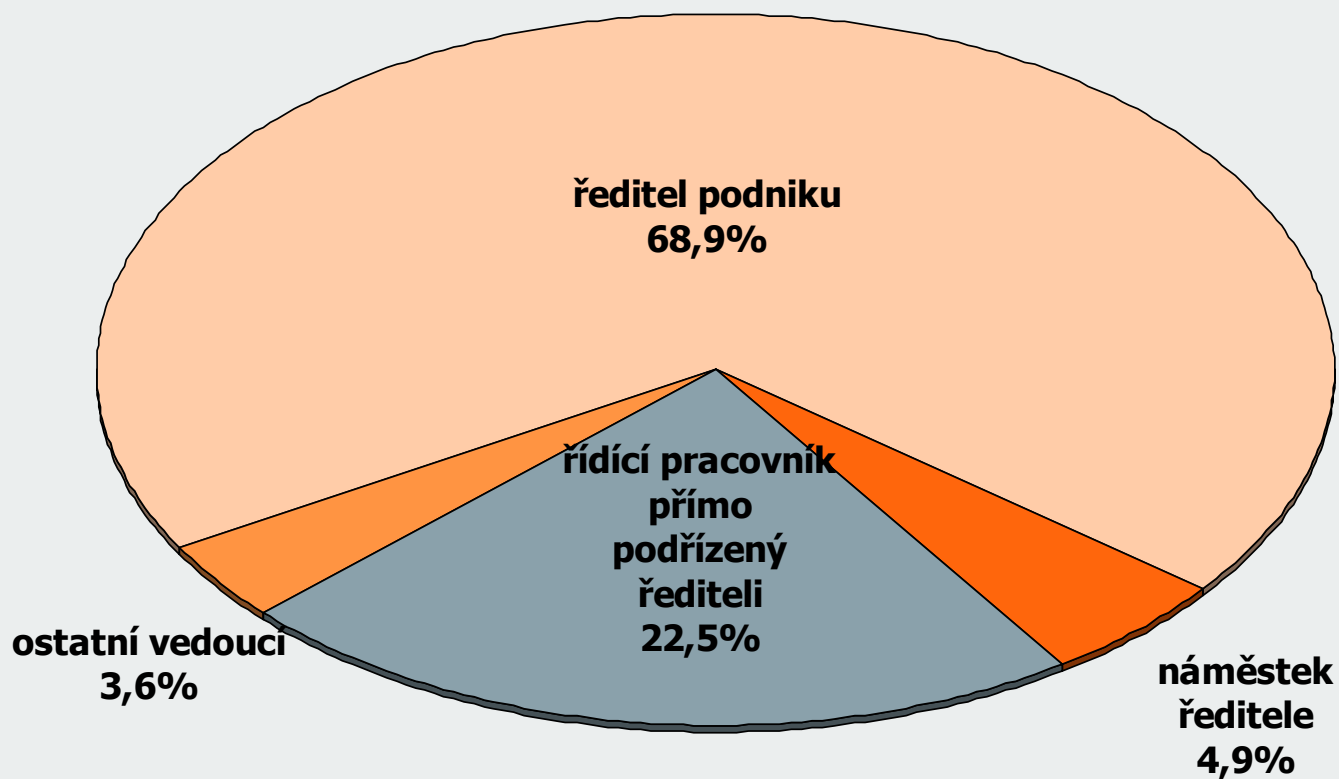
9



Vážené údaje v tisících a procentech

Struktura vzorku – manažeři

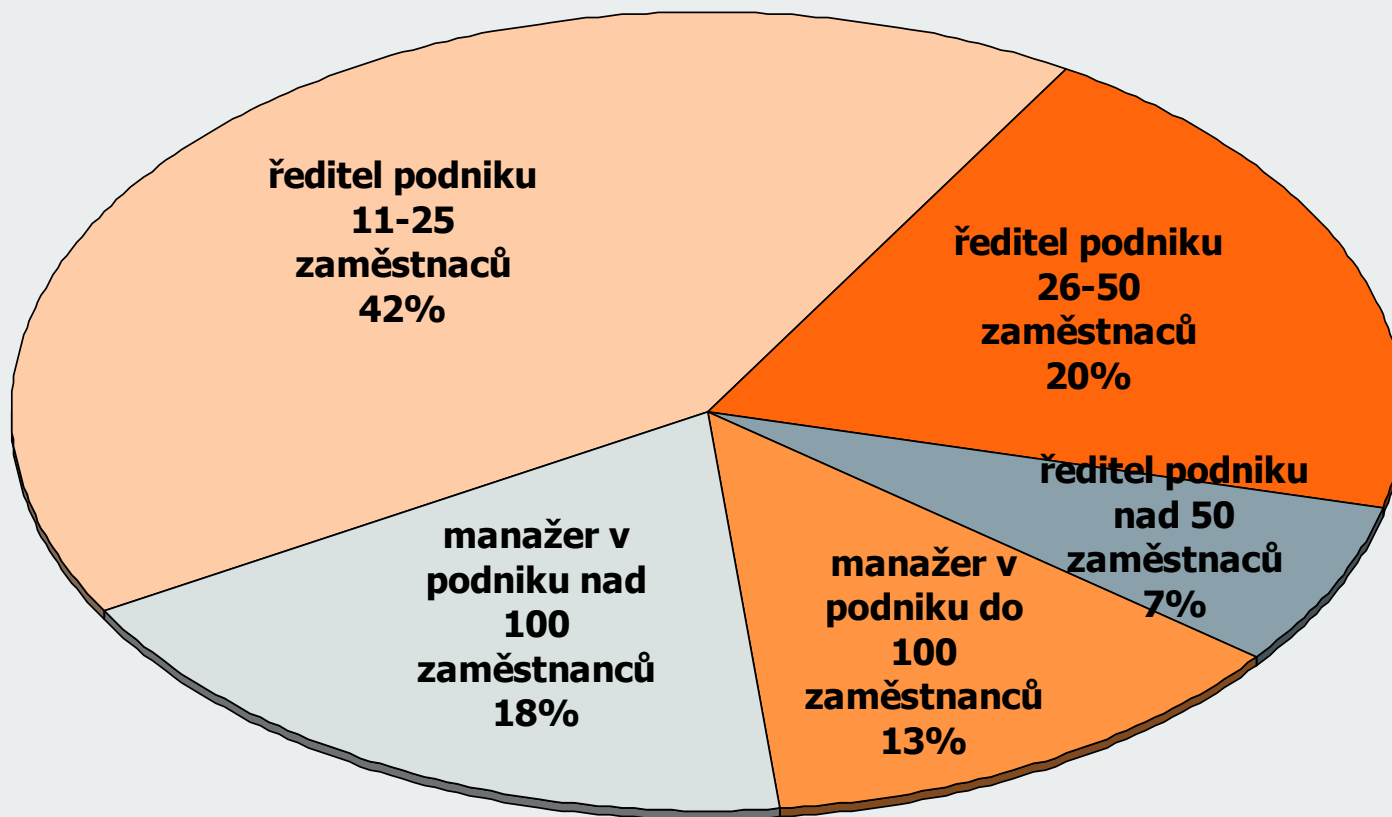
10



Údaje v procentech nevážených respondentů

Struktura vzorku – manažeři

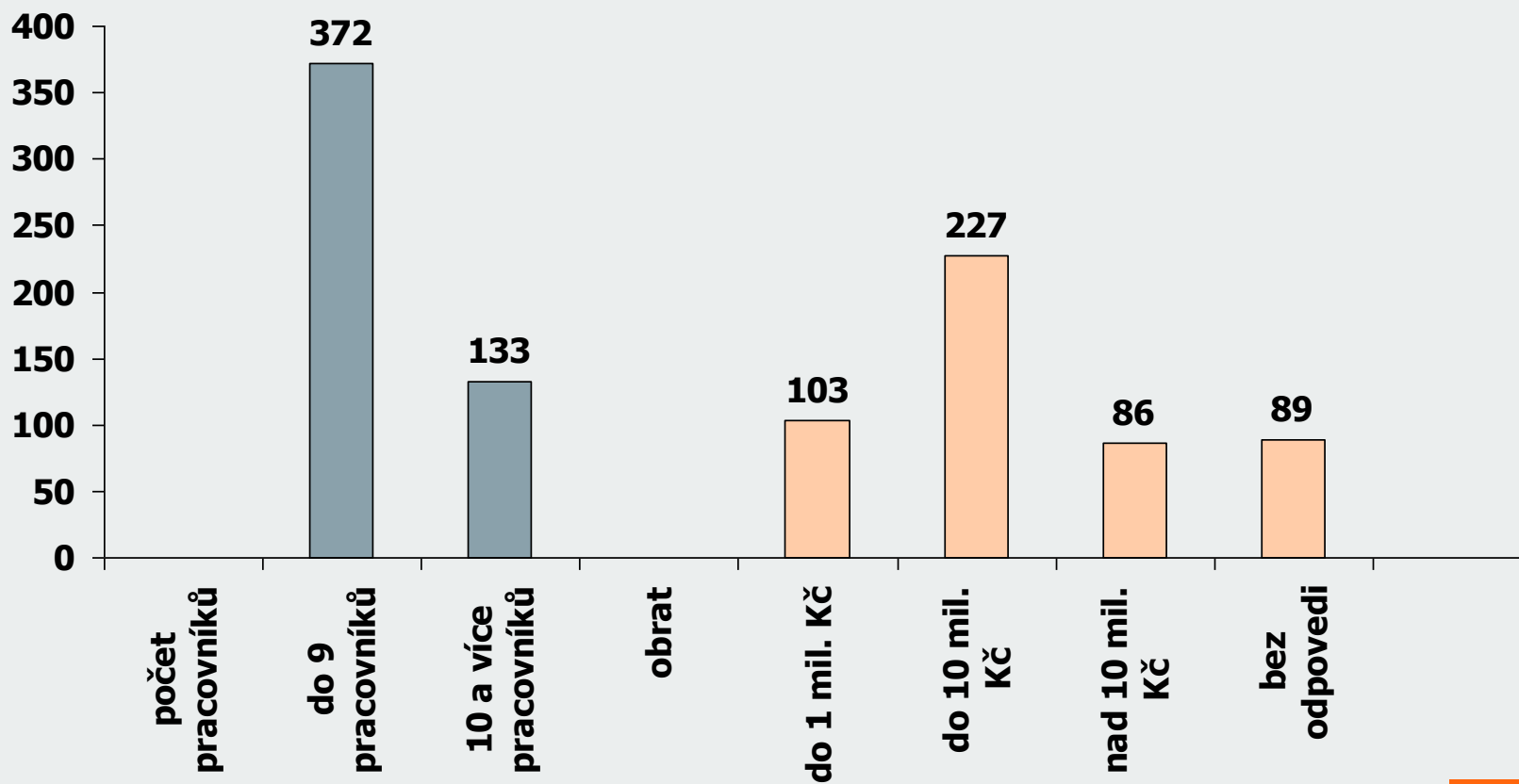
11



Údaje v procentech nevážených respondentů

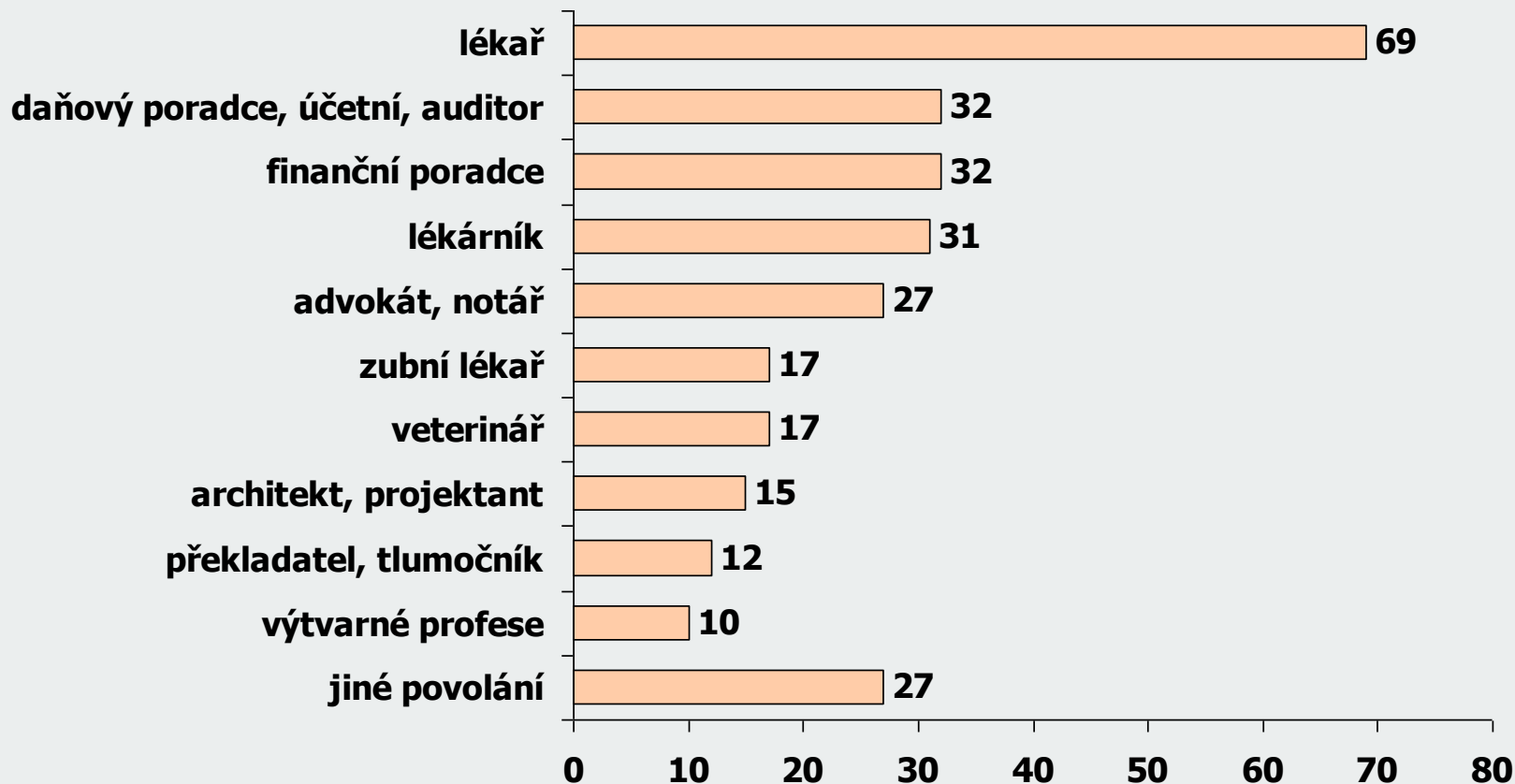
Struktura vzorku – podnikatelé

12



Struktura vzorku – samostatně činní vyšší odborníci

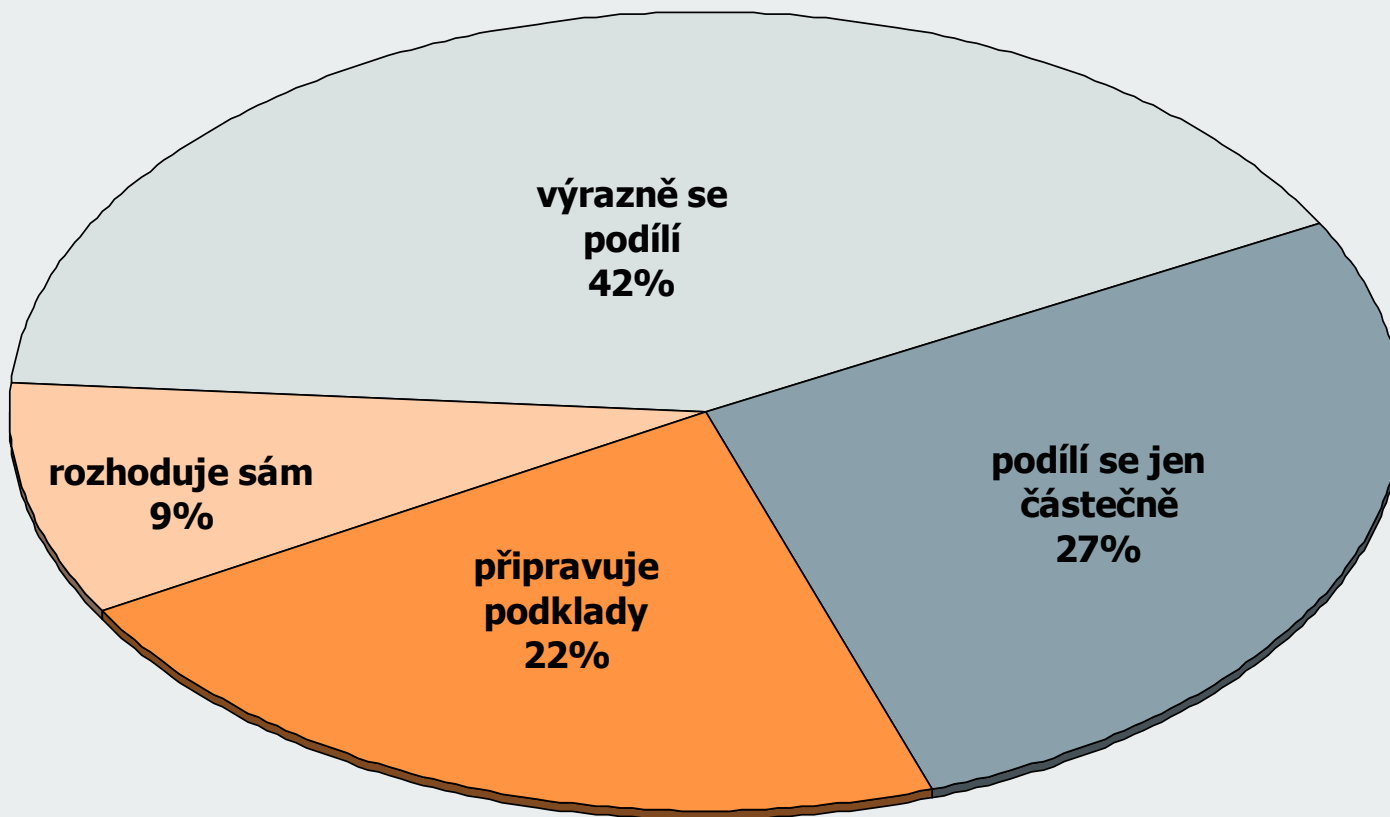
13



Údaje v počtech nevážených respondentů

Struktura vzorku – kvalifikovaní zaměstnanci

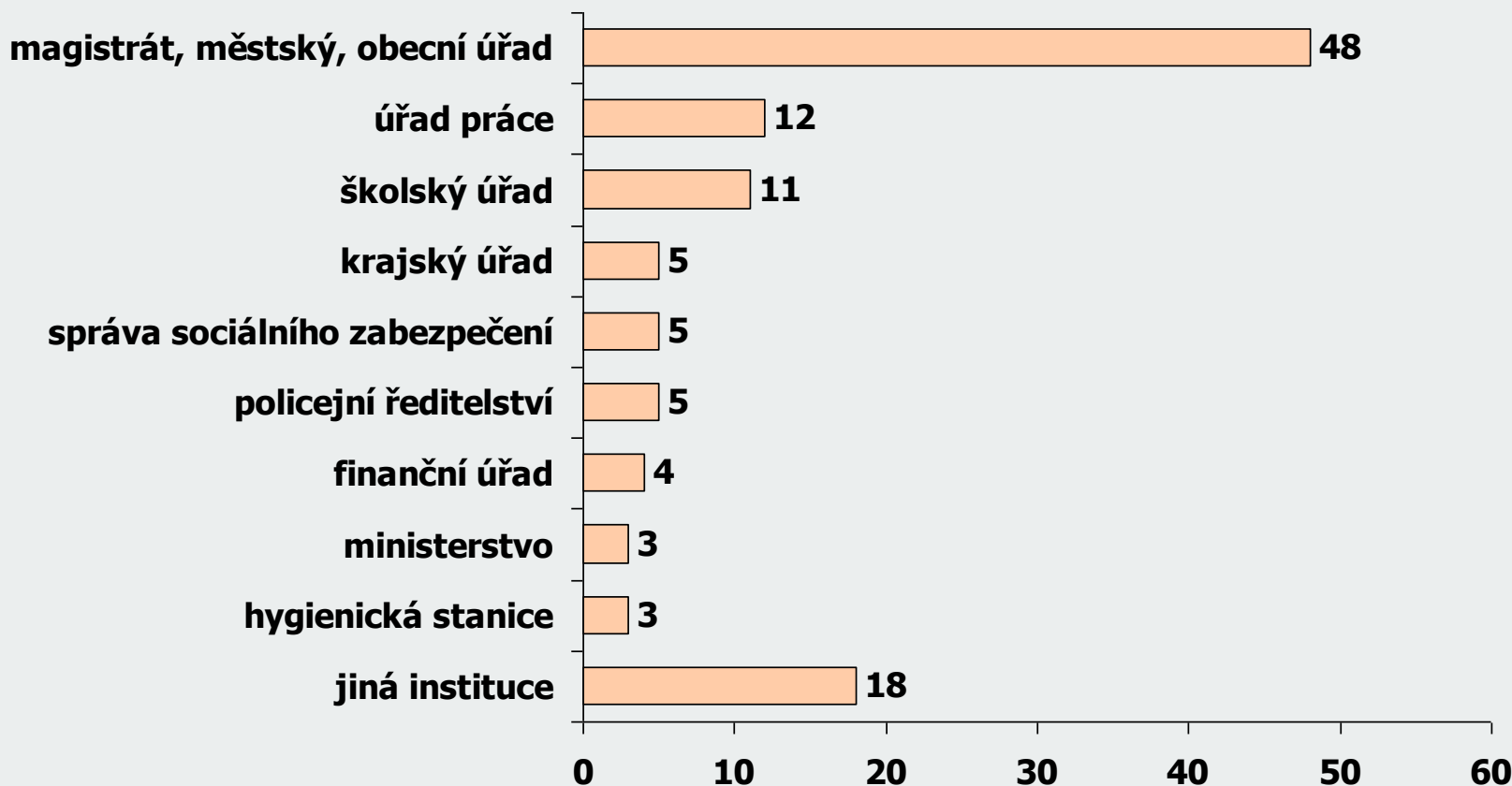
14



Údaje v procentech nevážených respondentů

Struktura vzorku – řídicí pracovníci státní správy

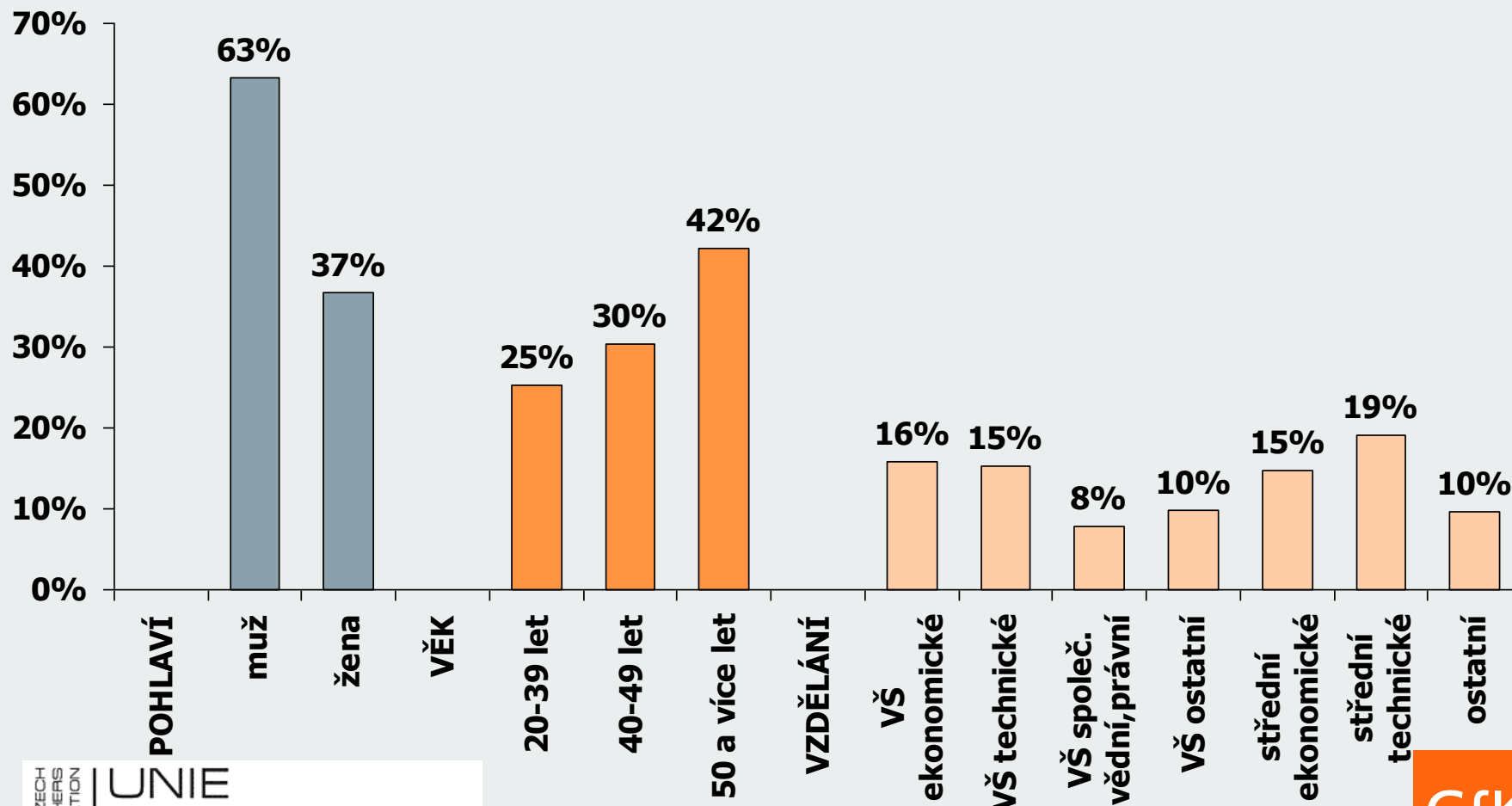
15



Údaje v počtech nevážených respondentů

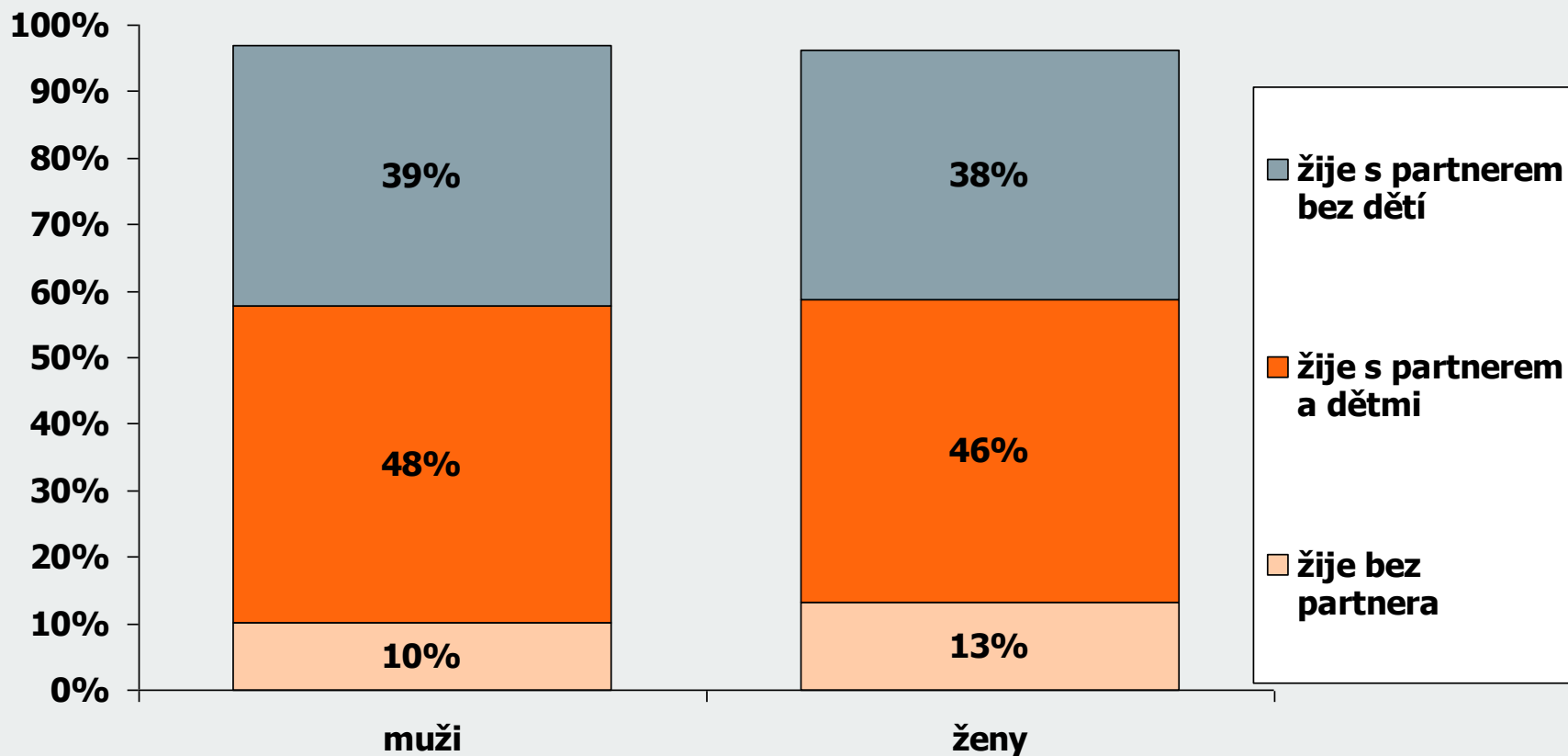
Struktura vzorku – pohlaví, věk, vzdělání

16



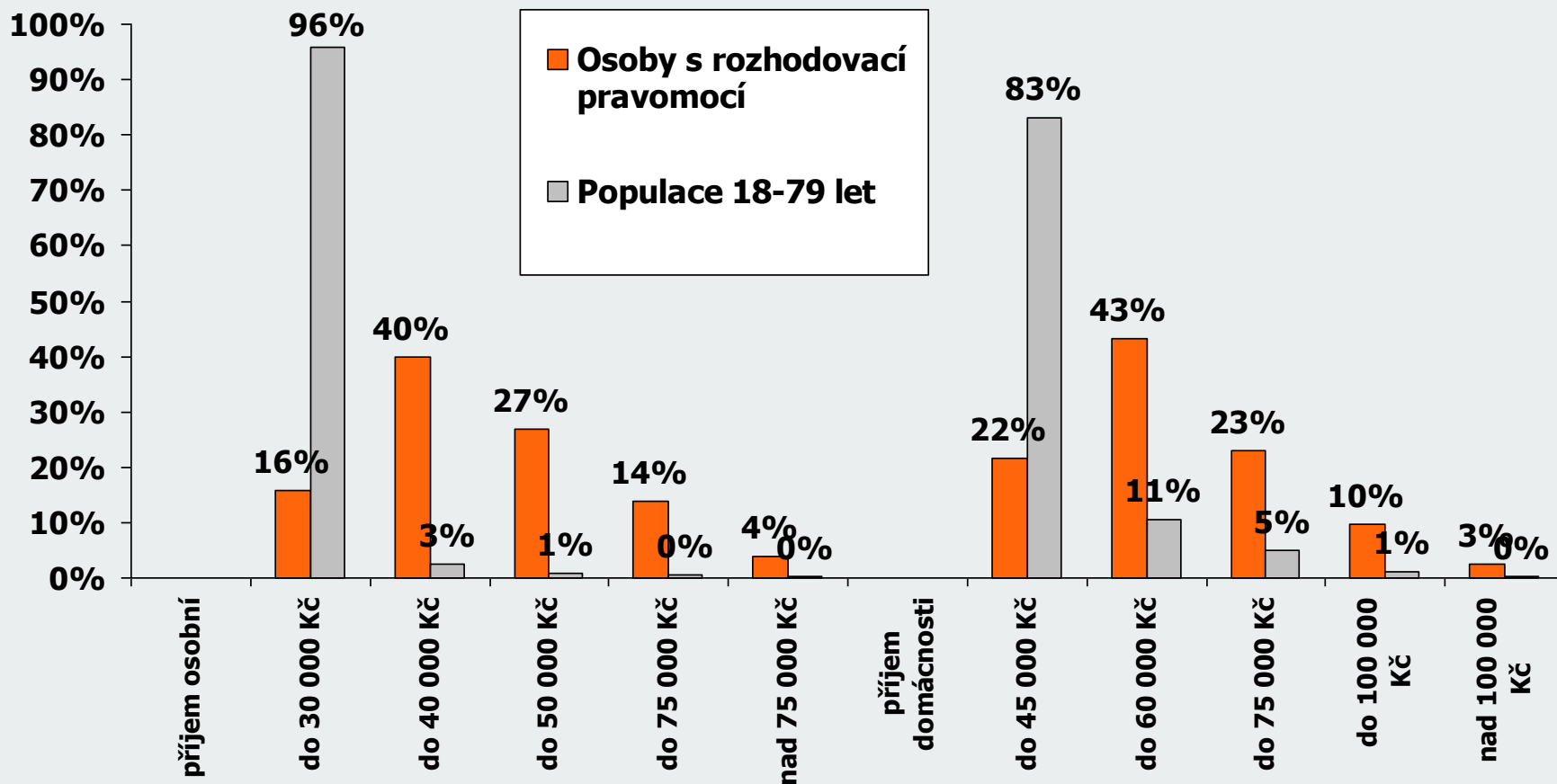
Struktura vzorku – typ rodiny podle pohlaví

17



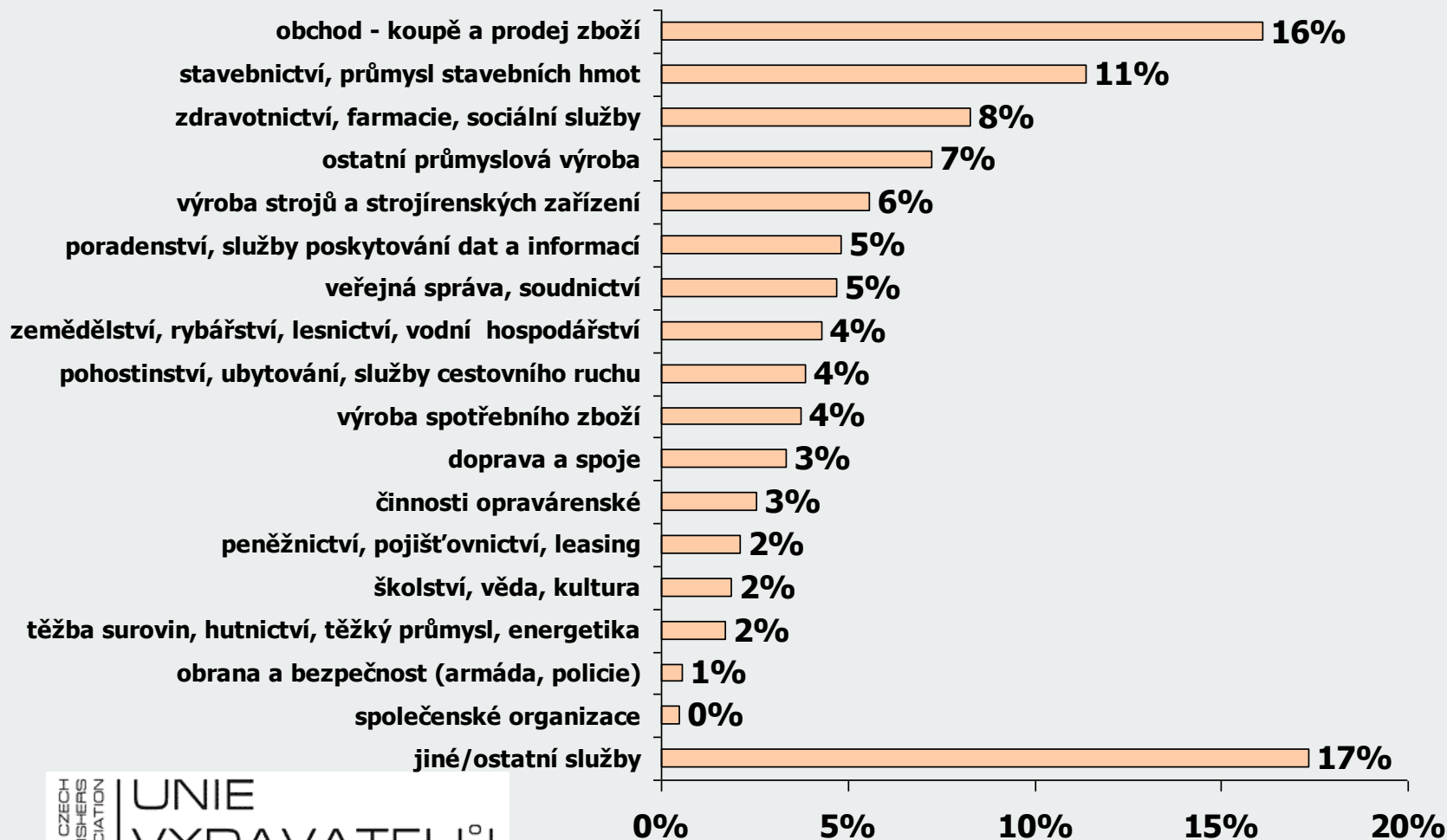
Struktura vzorku – příjmová struktura

18



Struktura vzorku – hlavní činnost

19



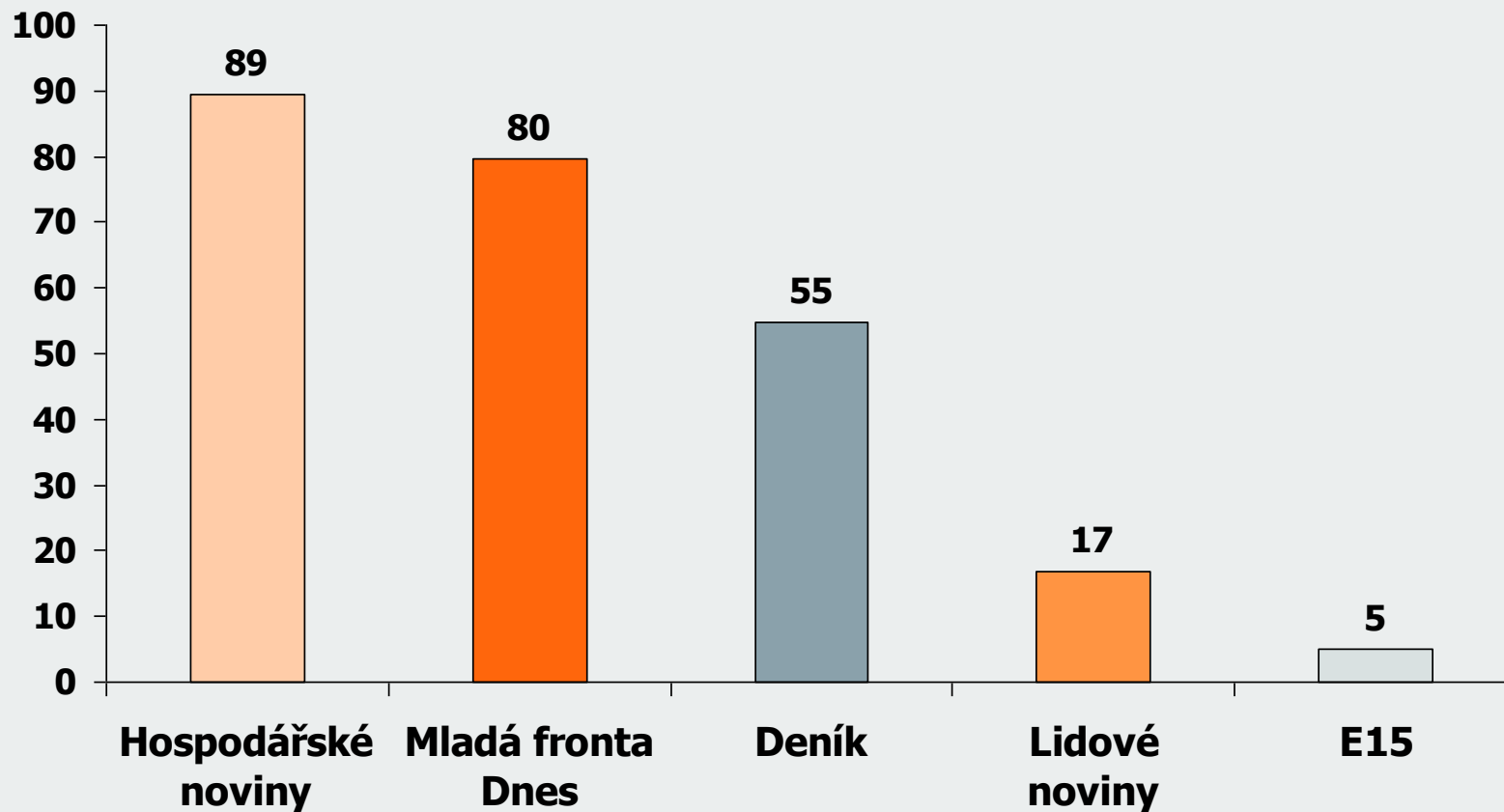
Údaje v procentech neváženého vzorku



Výsledky výzkumu - média

Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání

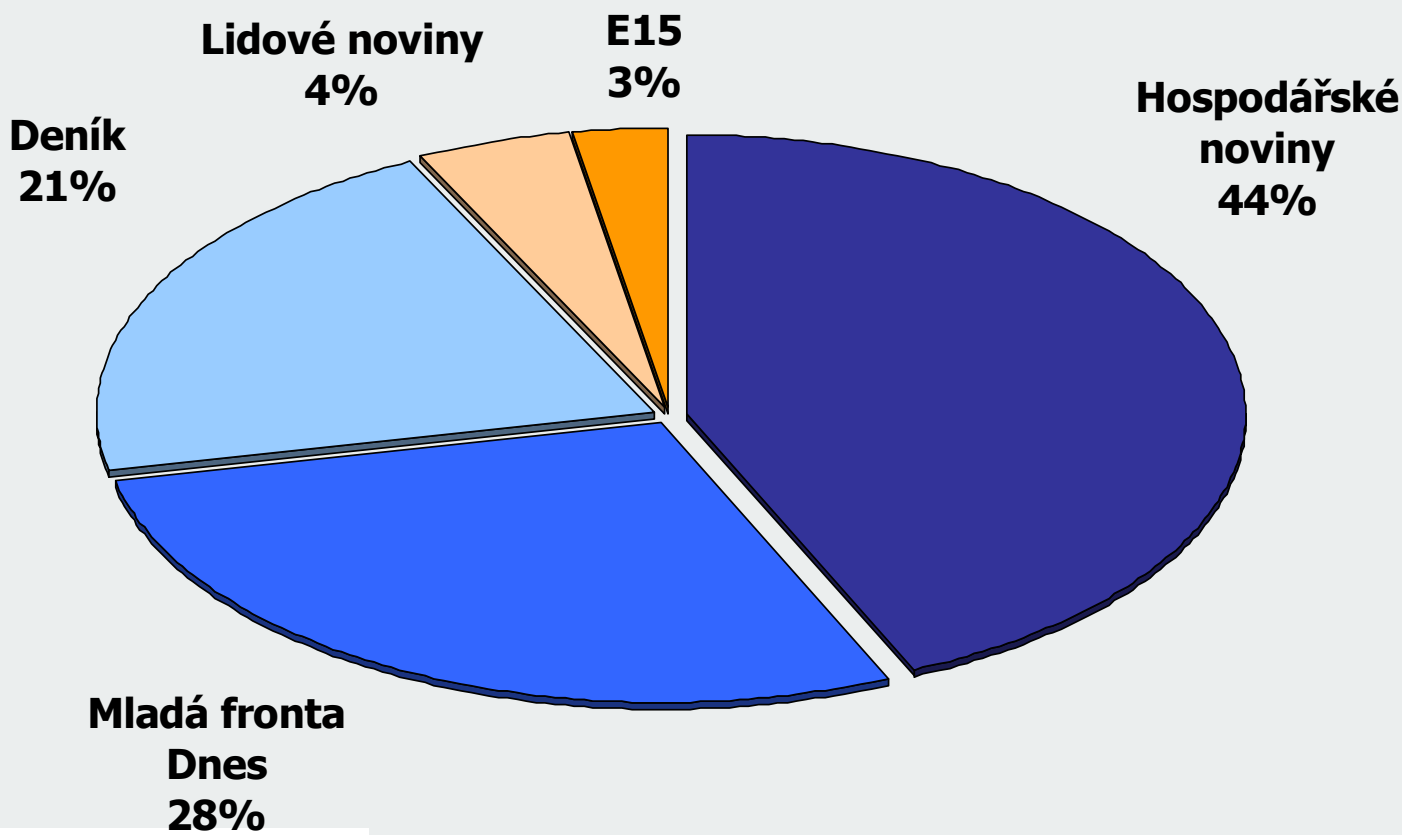
21



Výsledky výzkumu – média – deníky

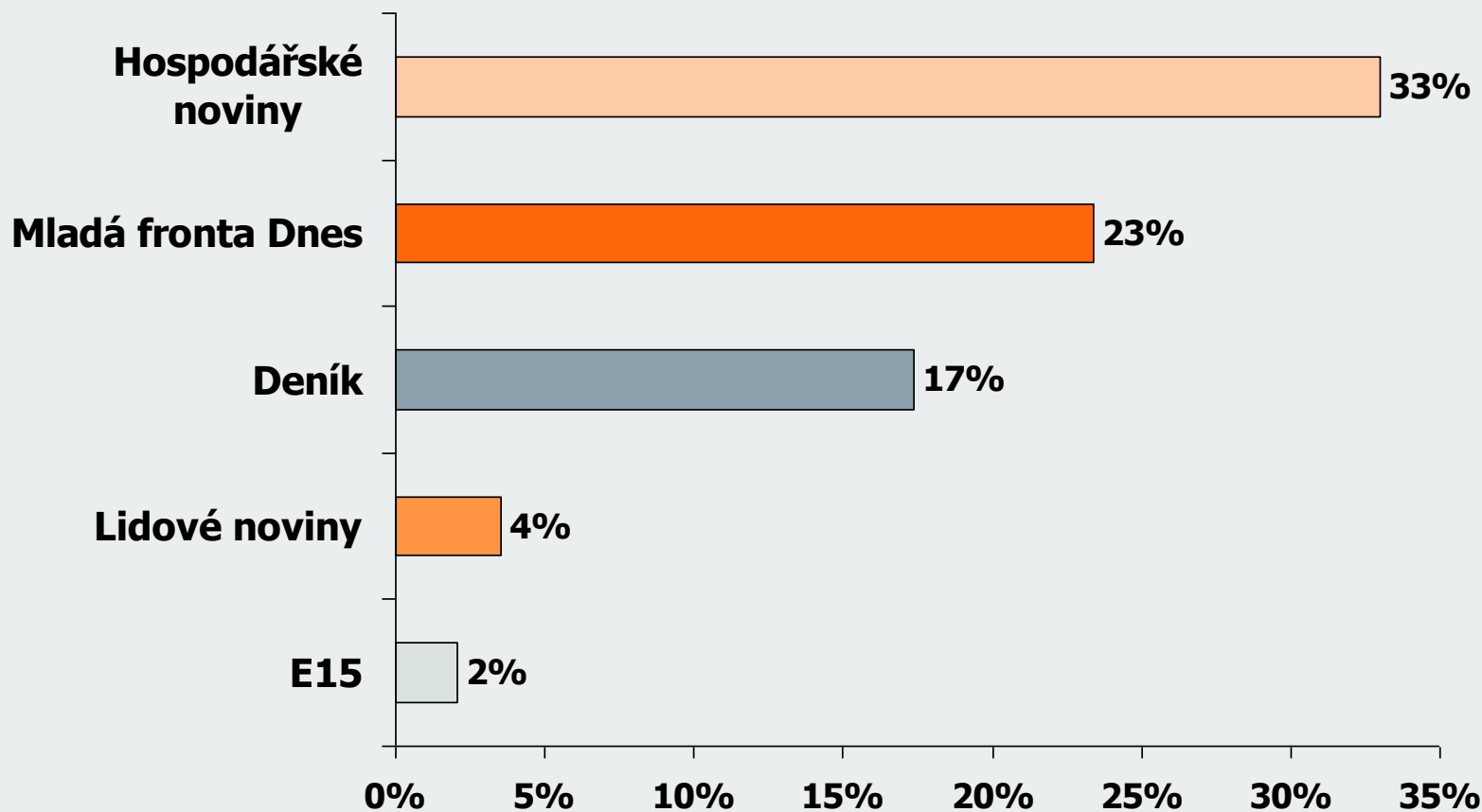
Podíly dle úhrnné výše objemu rozhodování čtenářů

22



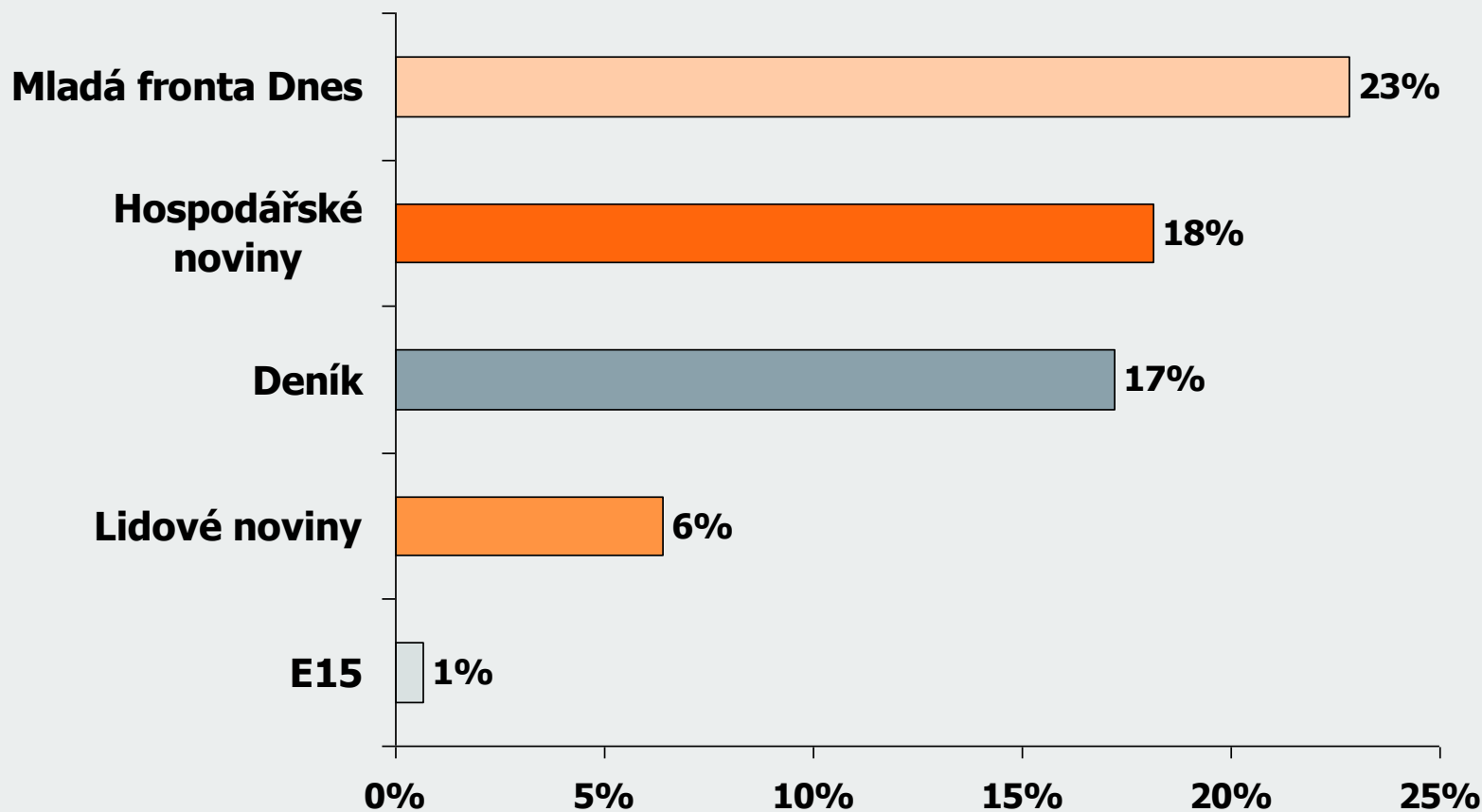
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Manažer, vedoucí řídicí pracovník

23



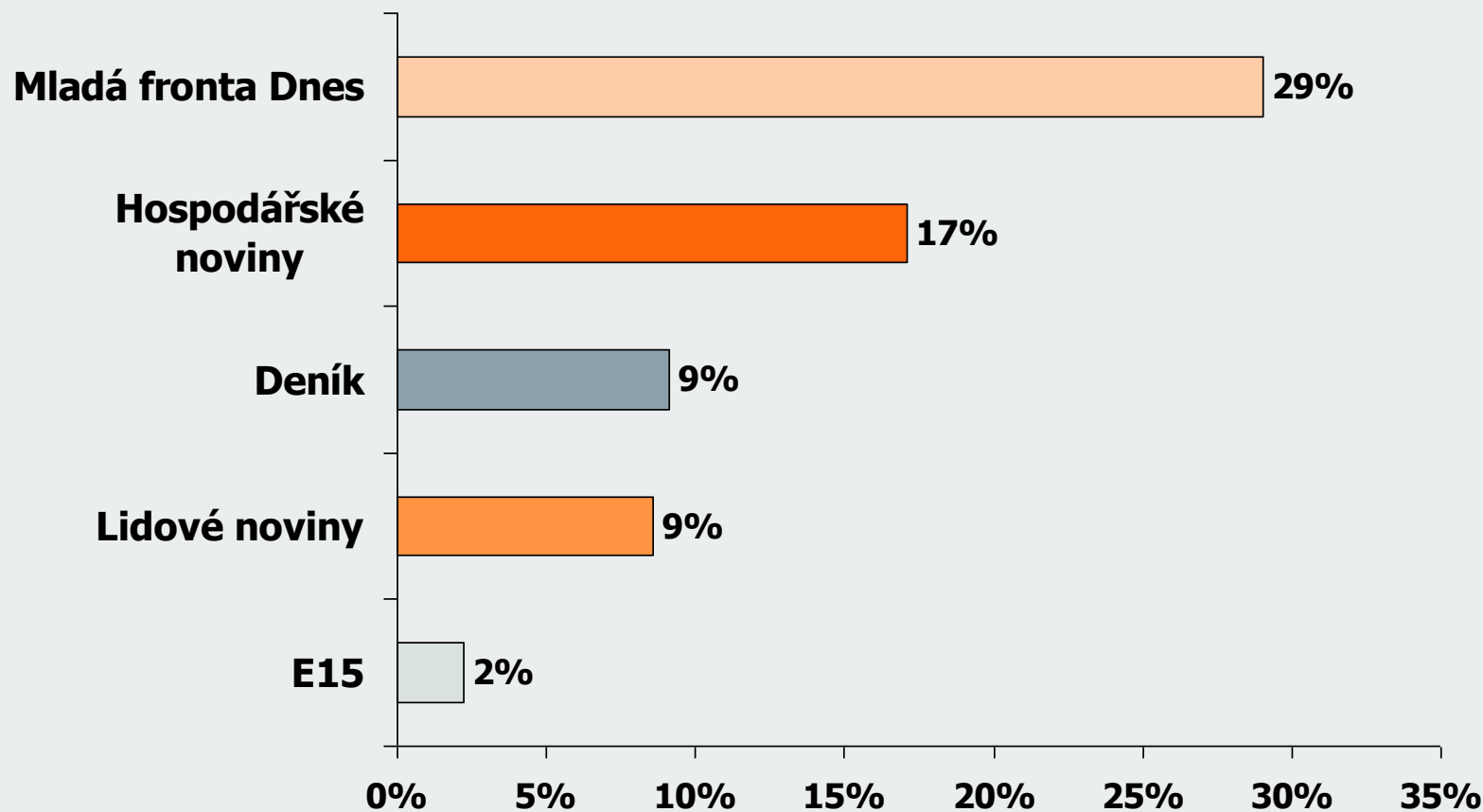
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Podnikatel se 3 a více zaměstnanci

24



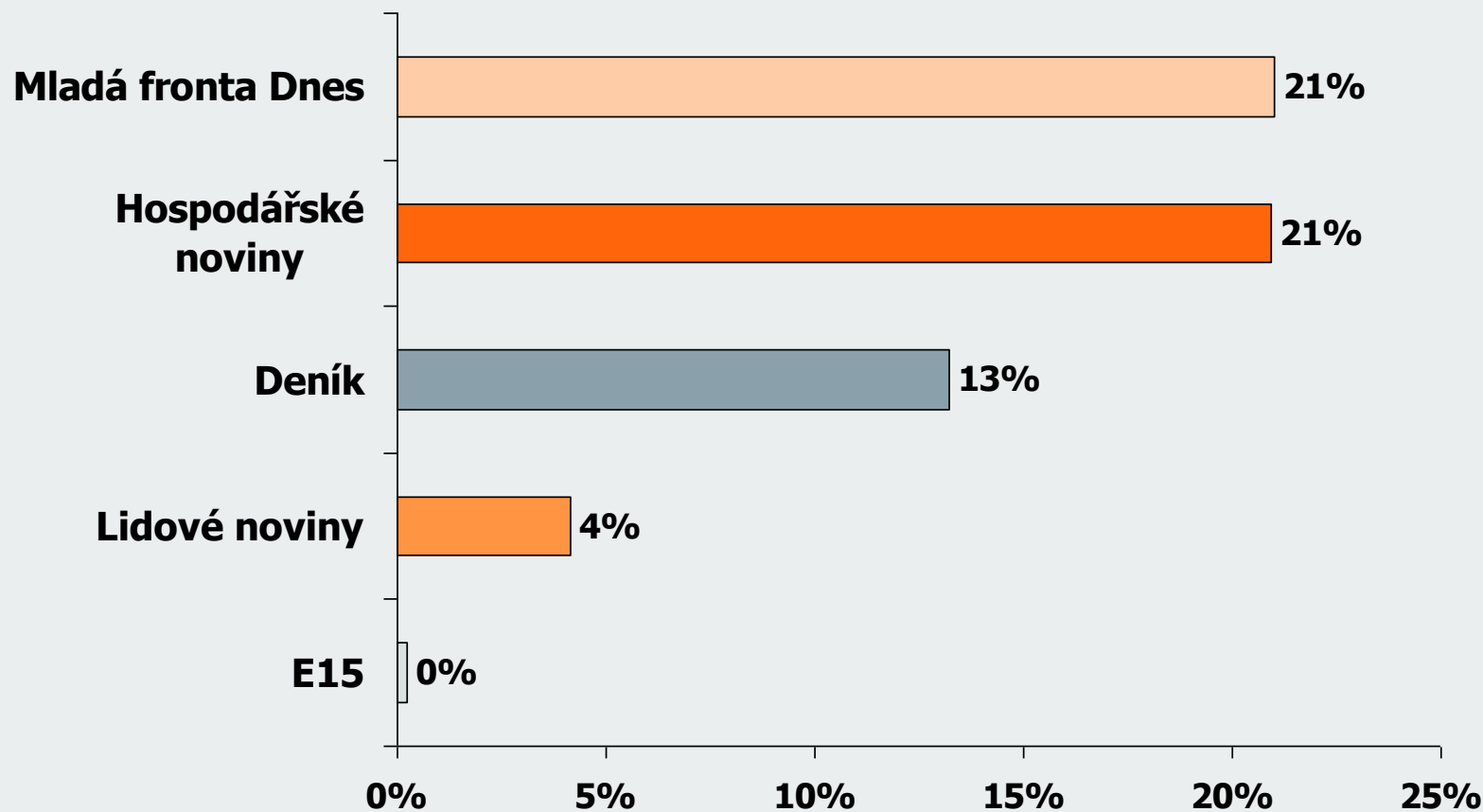
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Samostatně činný vyšší odborník

25



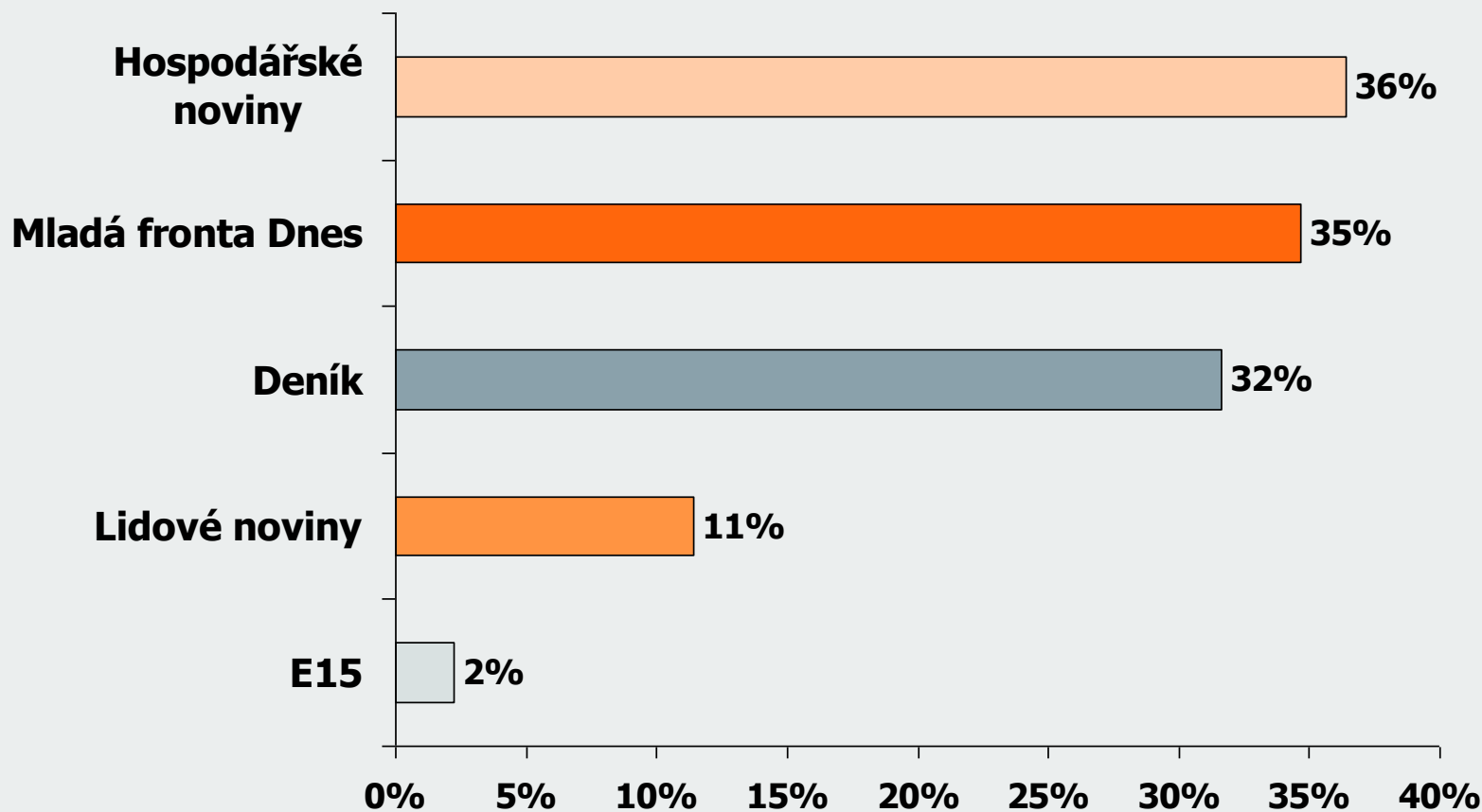
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Kvalifikovaný zaměstnanec

26



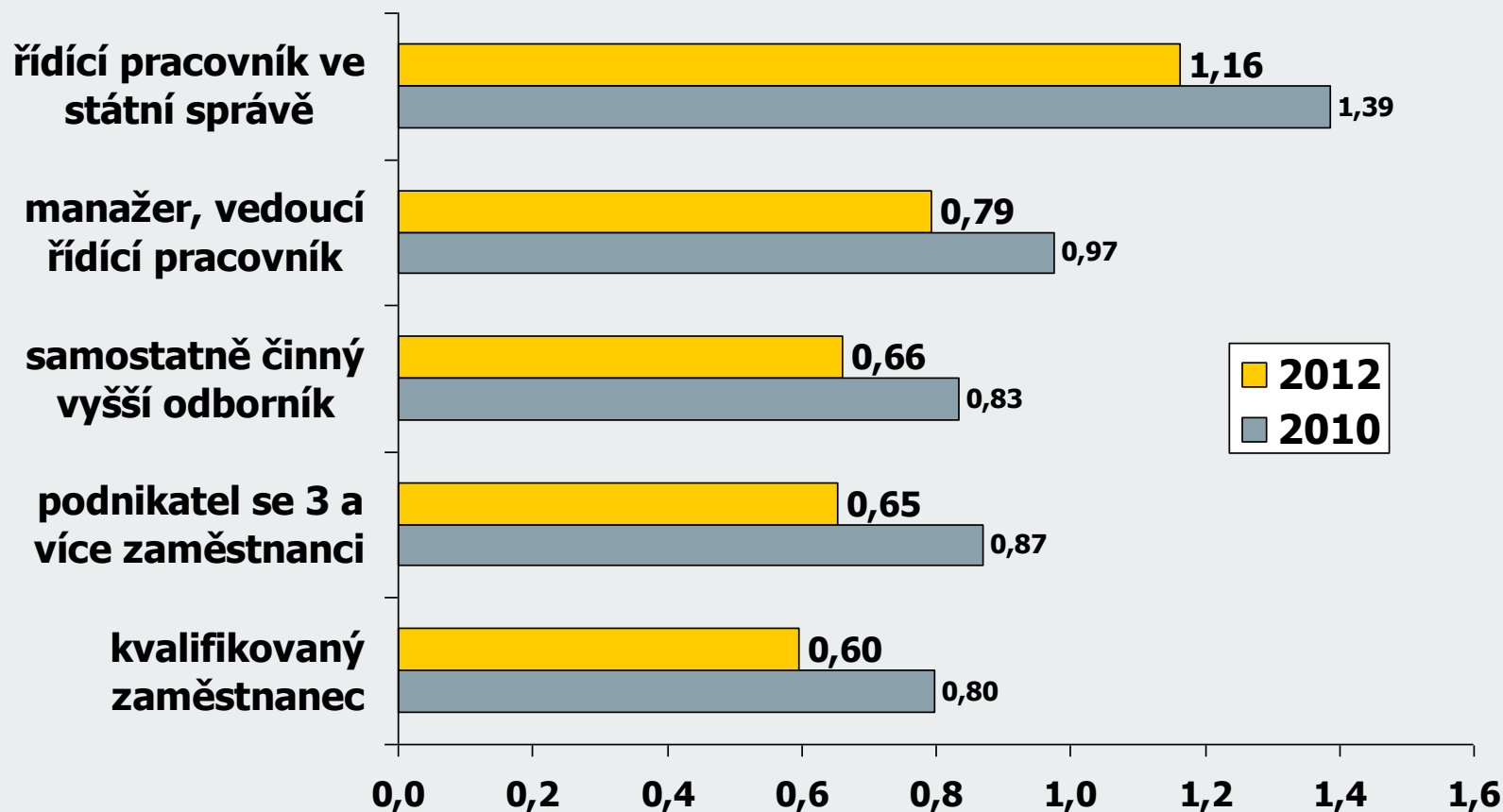
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Řídící pracovník ve státní správě

27



Počet čtených deníků na vydání dle hlavních skupin

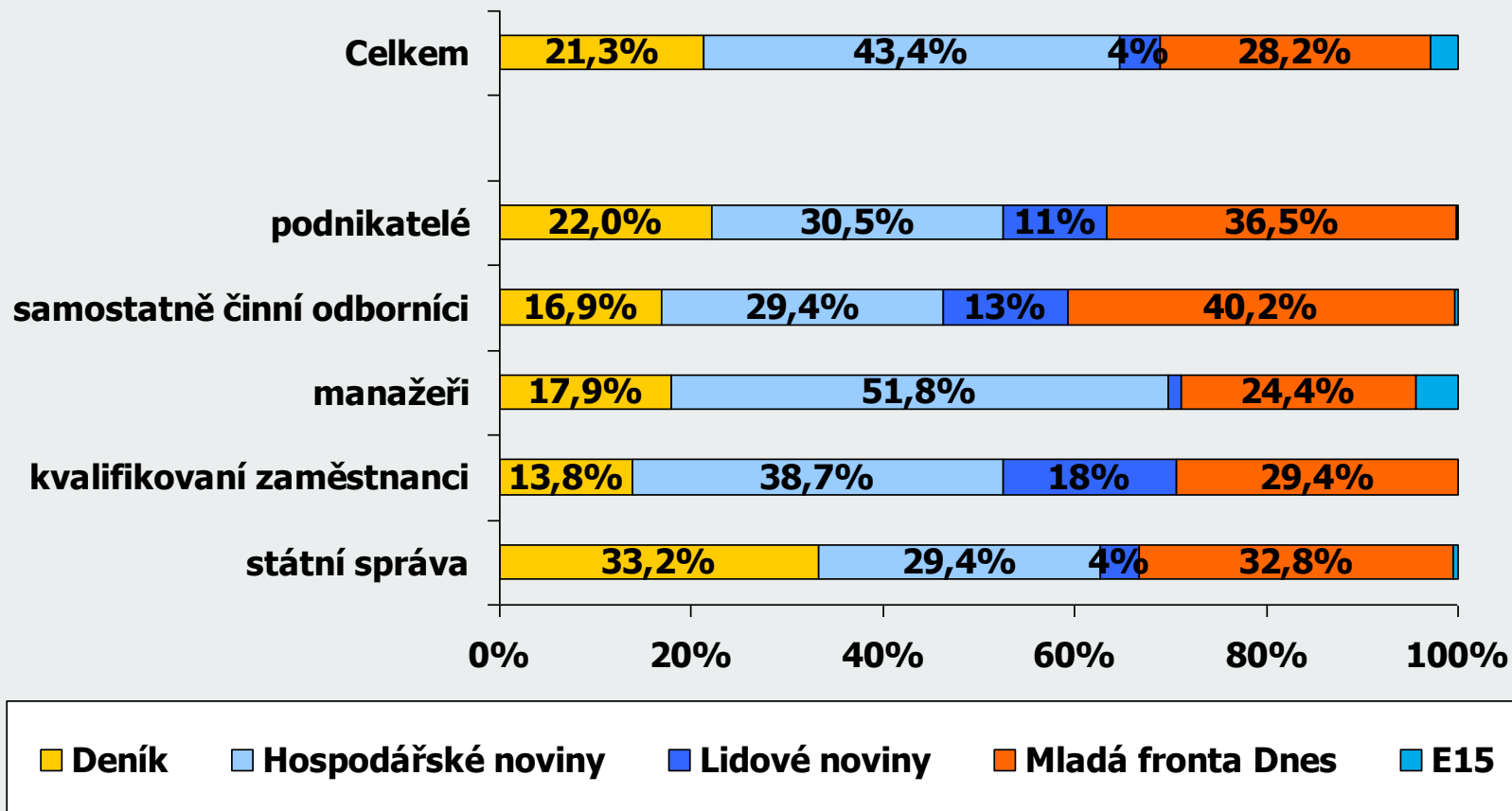
28



Výsledky výzkumu – média – deníky

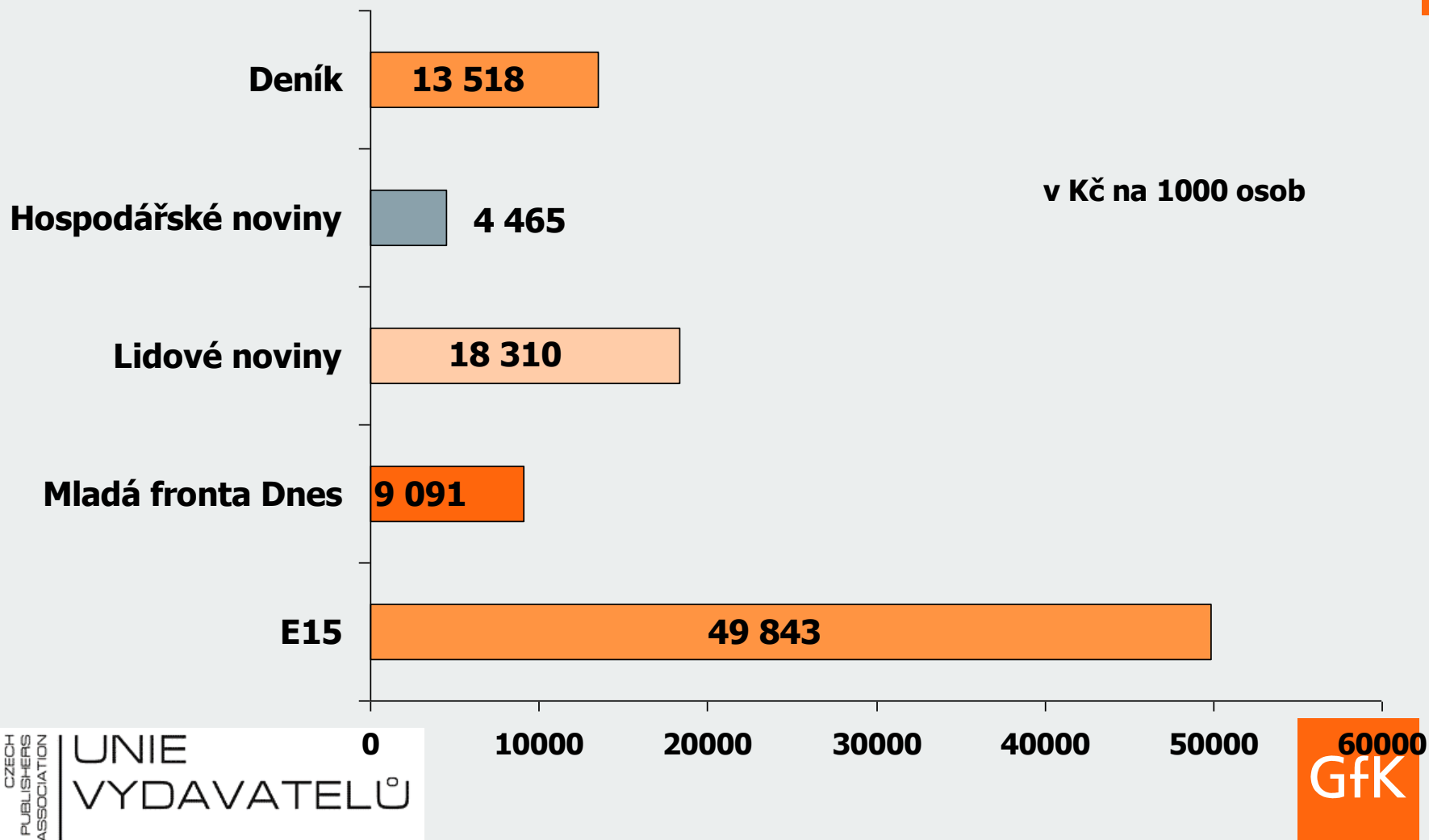
Podíly dle úhrnné výše objemu rozhodování čtenářů

29



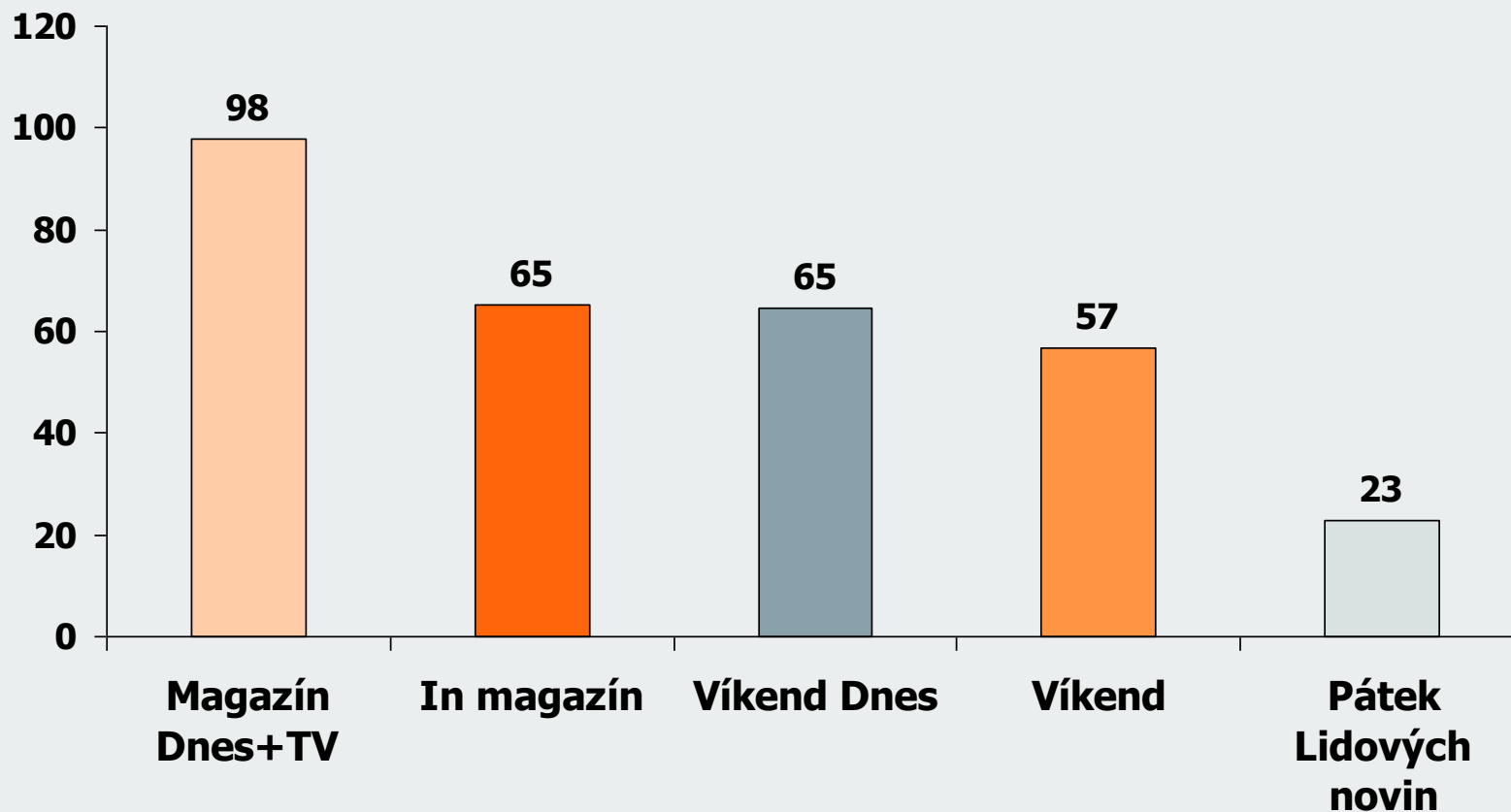
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

30



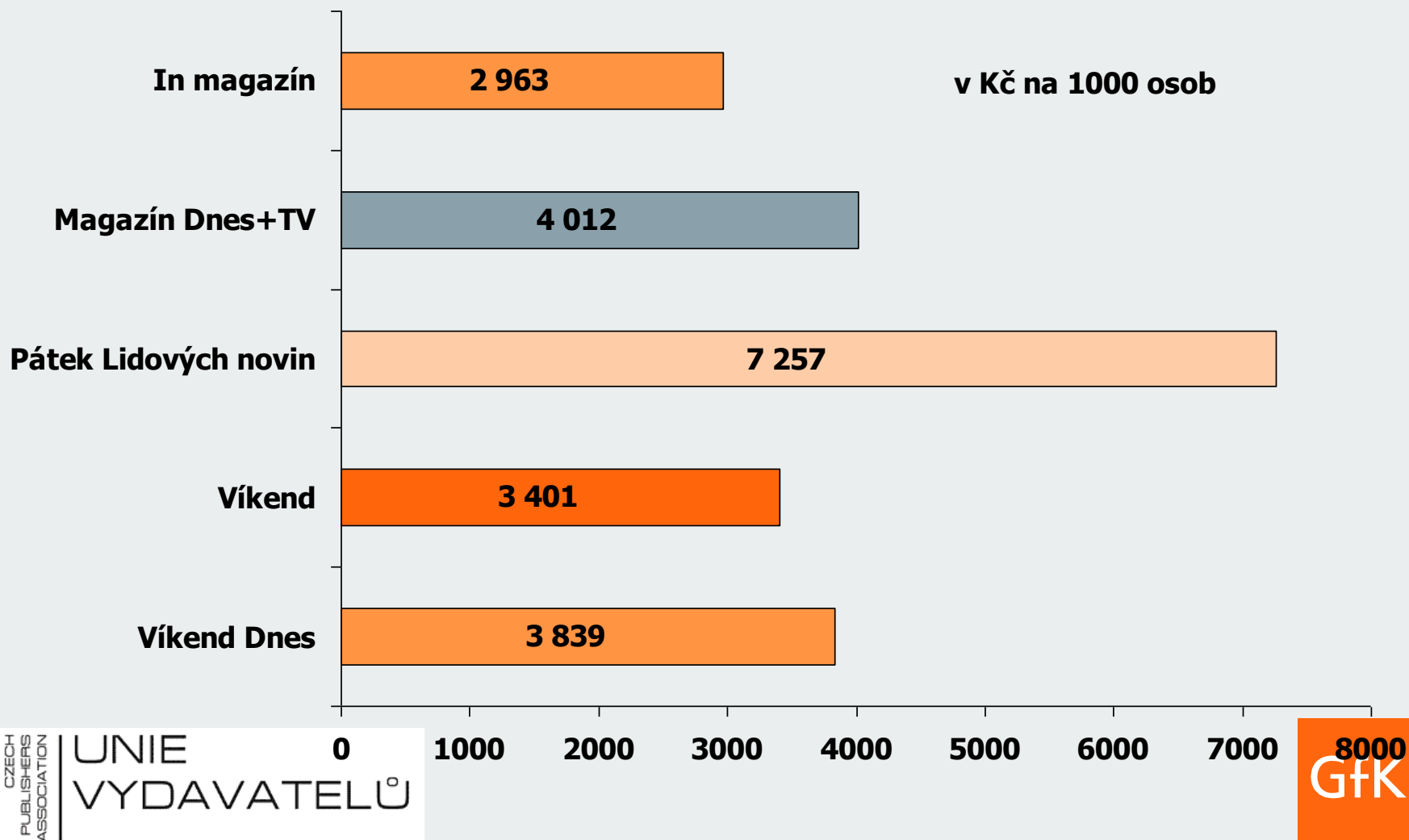
Výsledky výzkumu – média – supplementary – čtenost na vydání

31

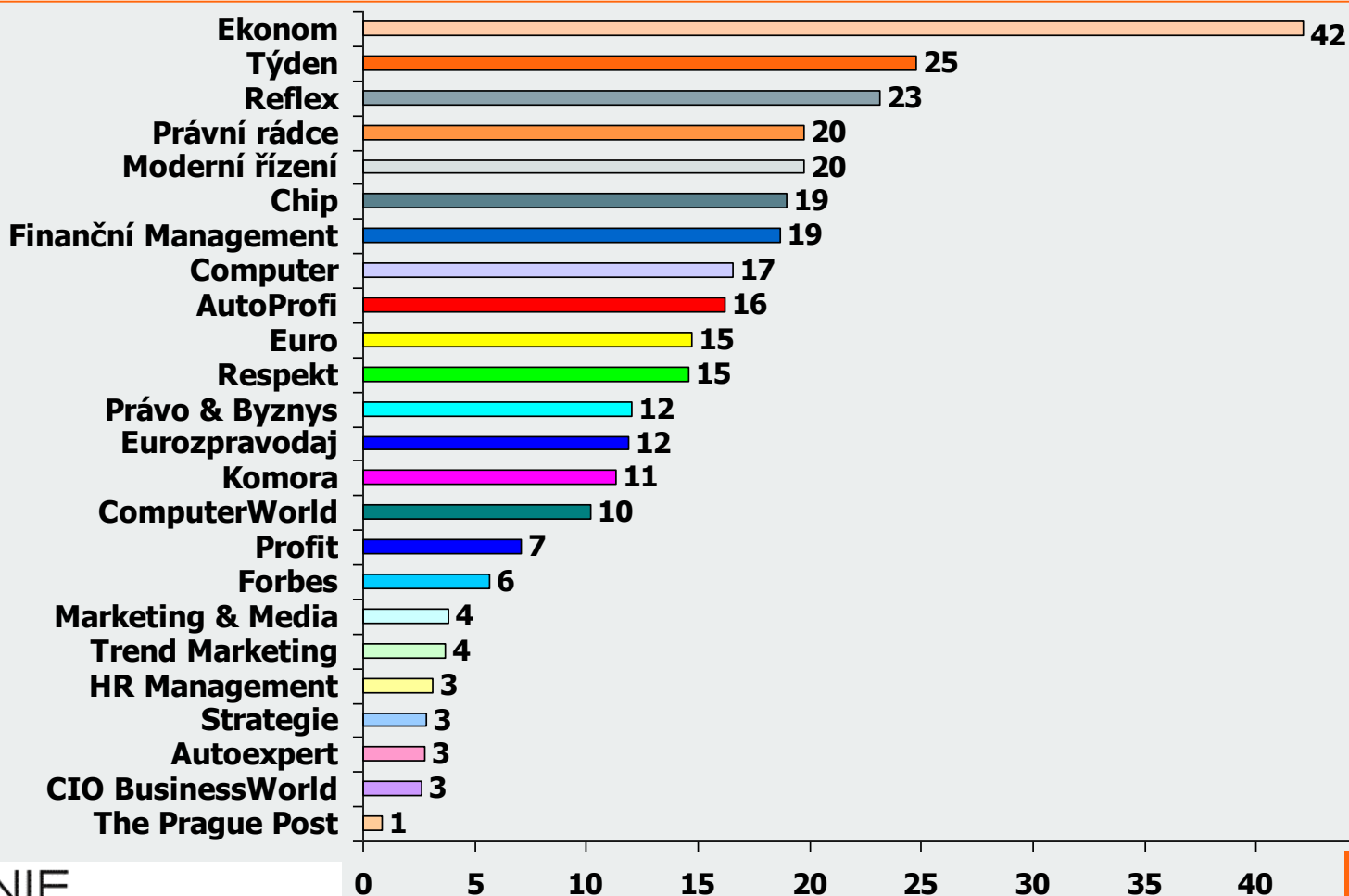


Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

32



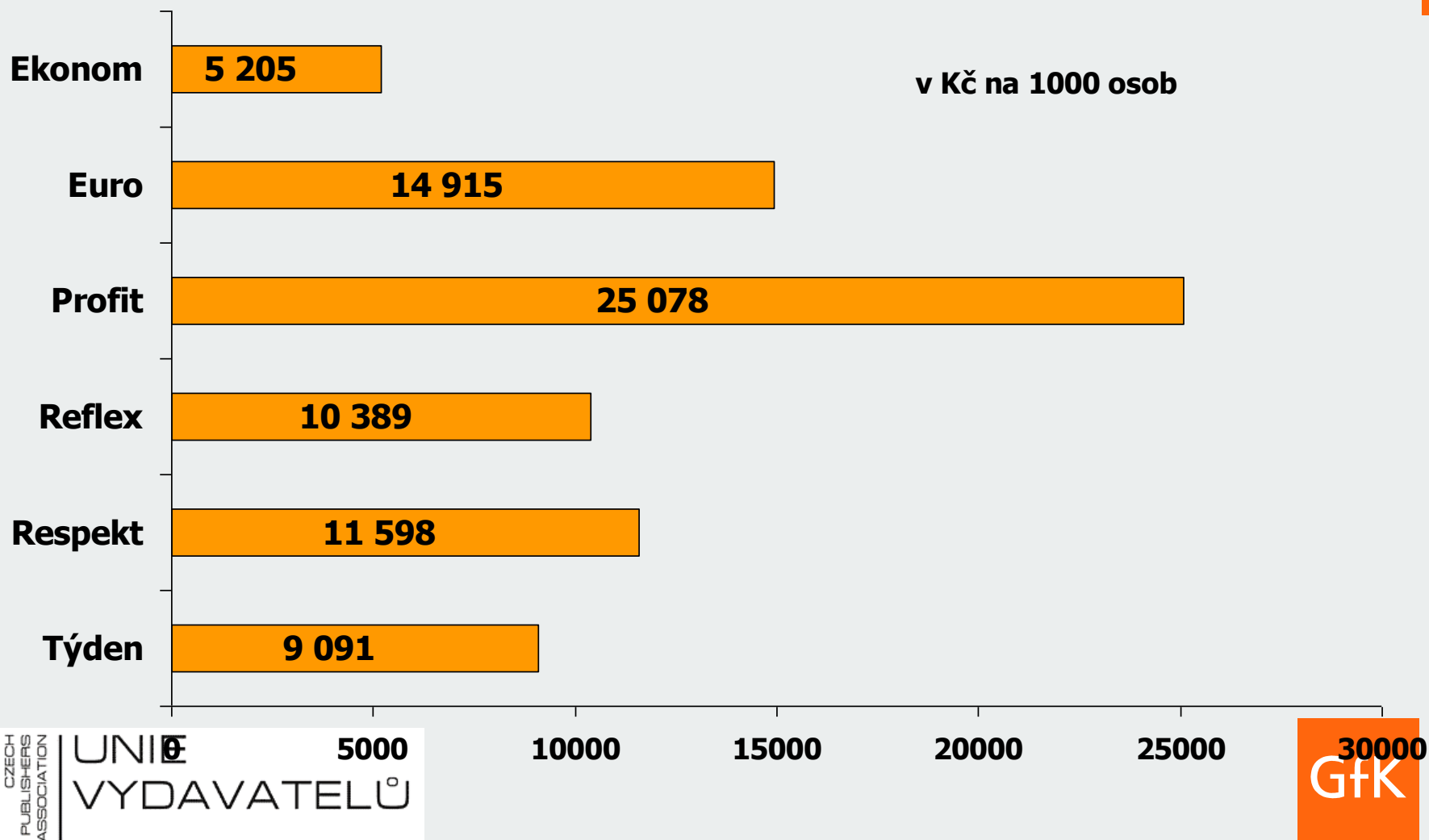
Výsledky výzkumu – média – časopisy – čtenost na vydání



33

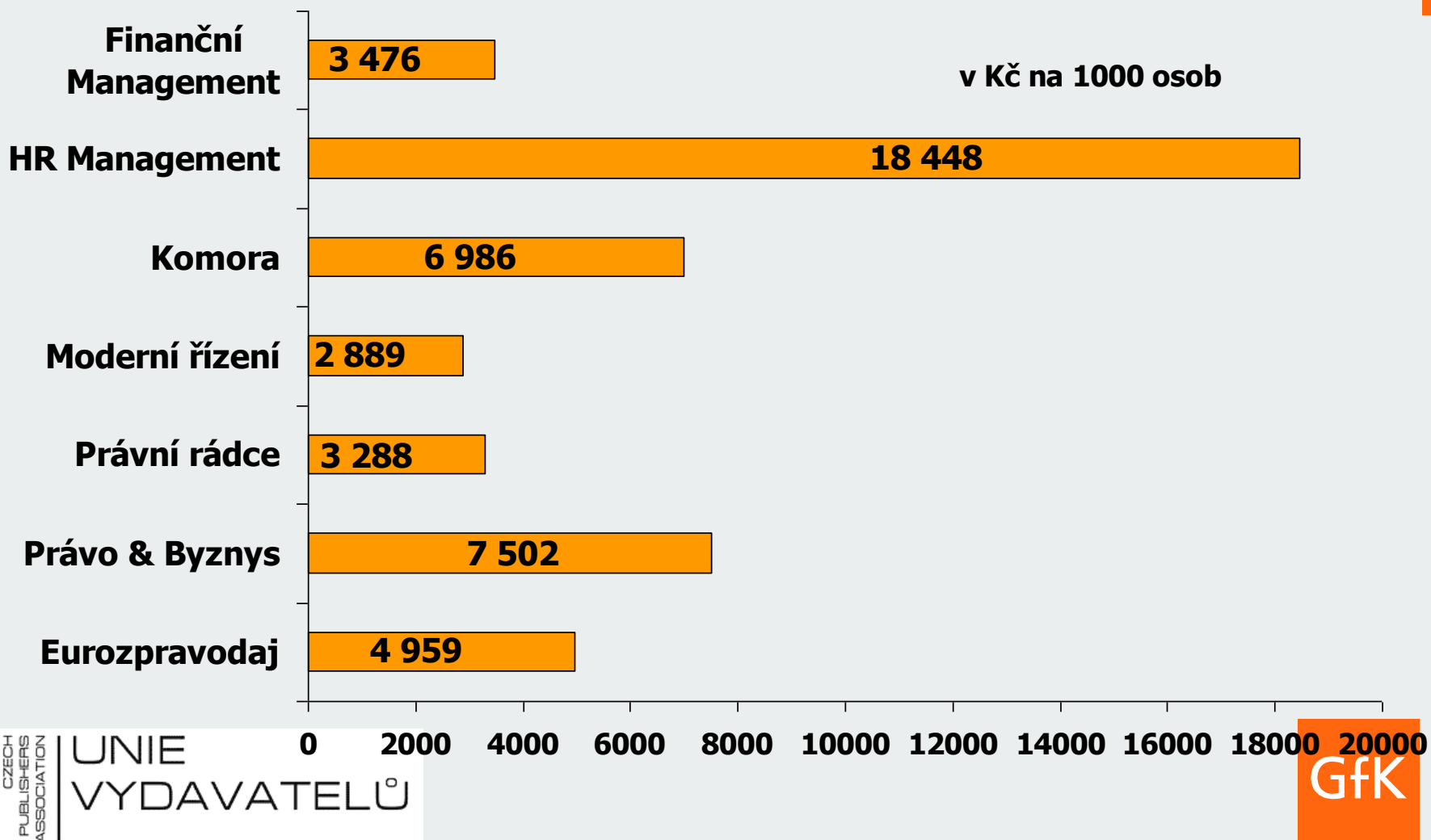
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

34



Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

35



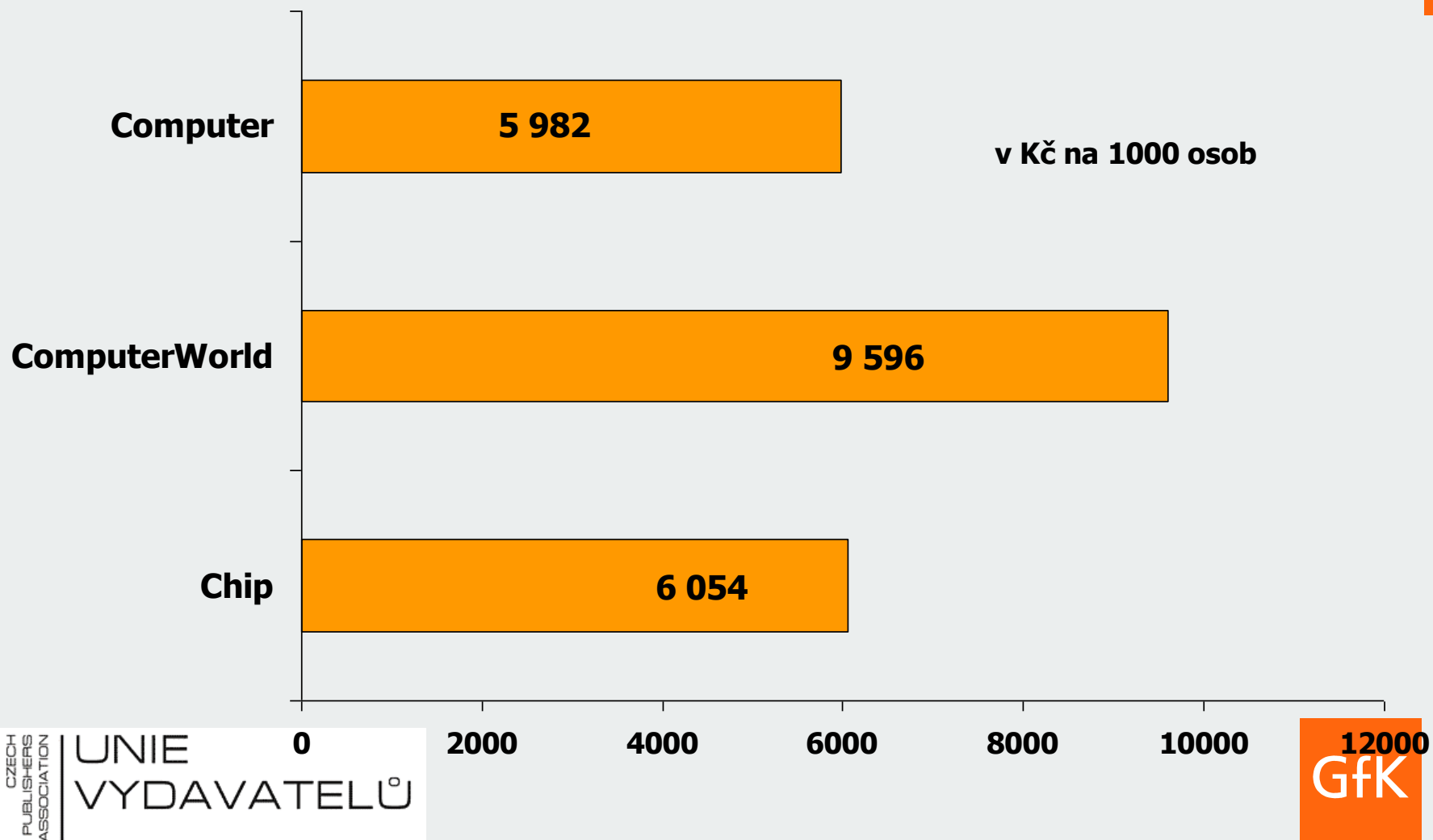
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

36



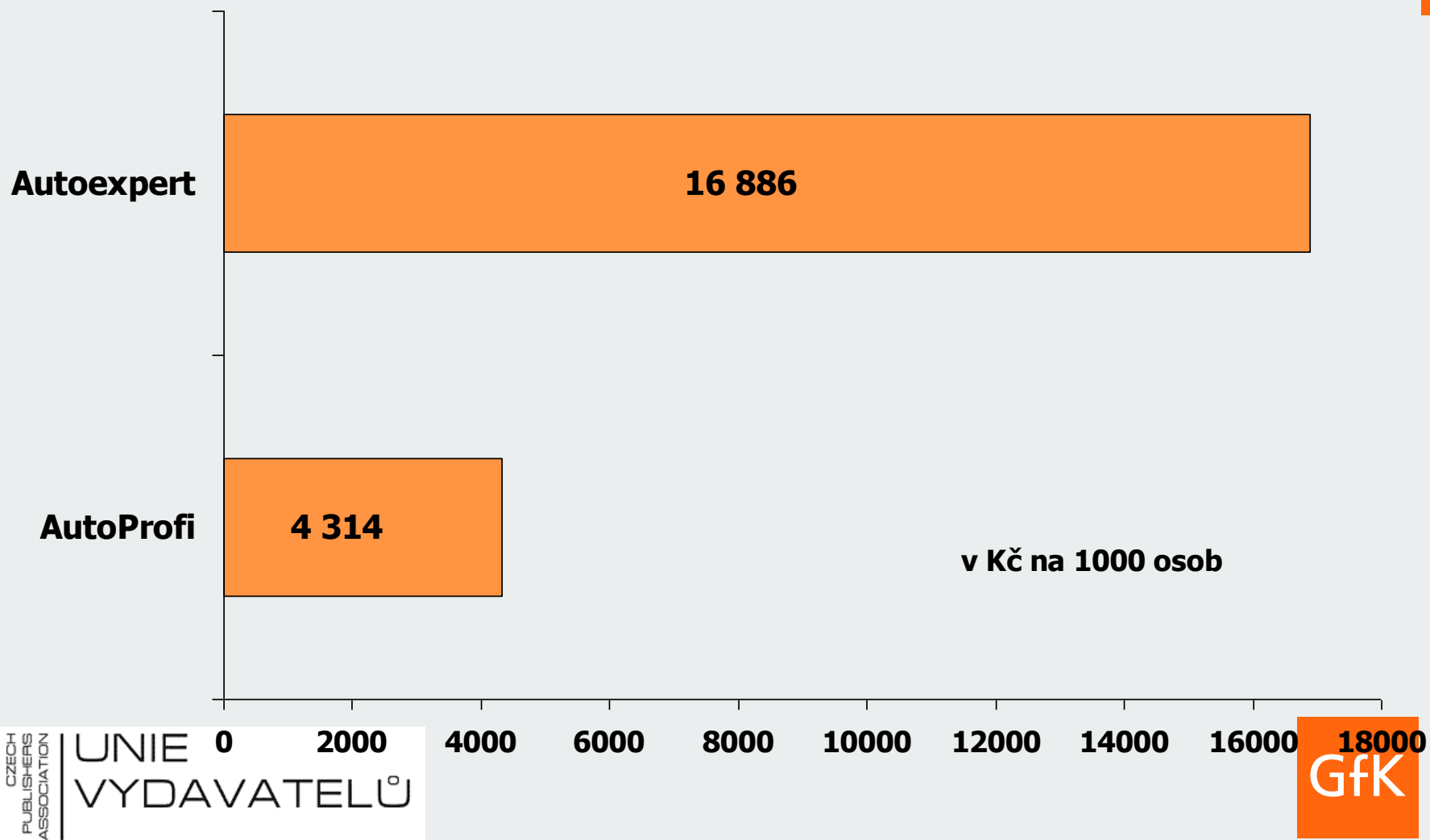
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

37



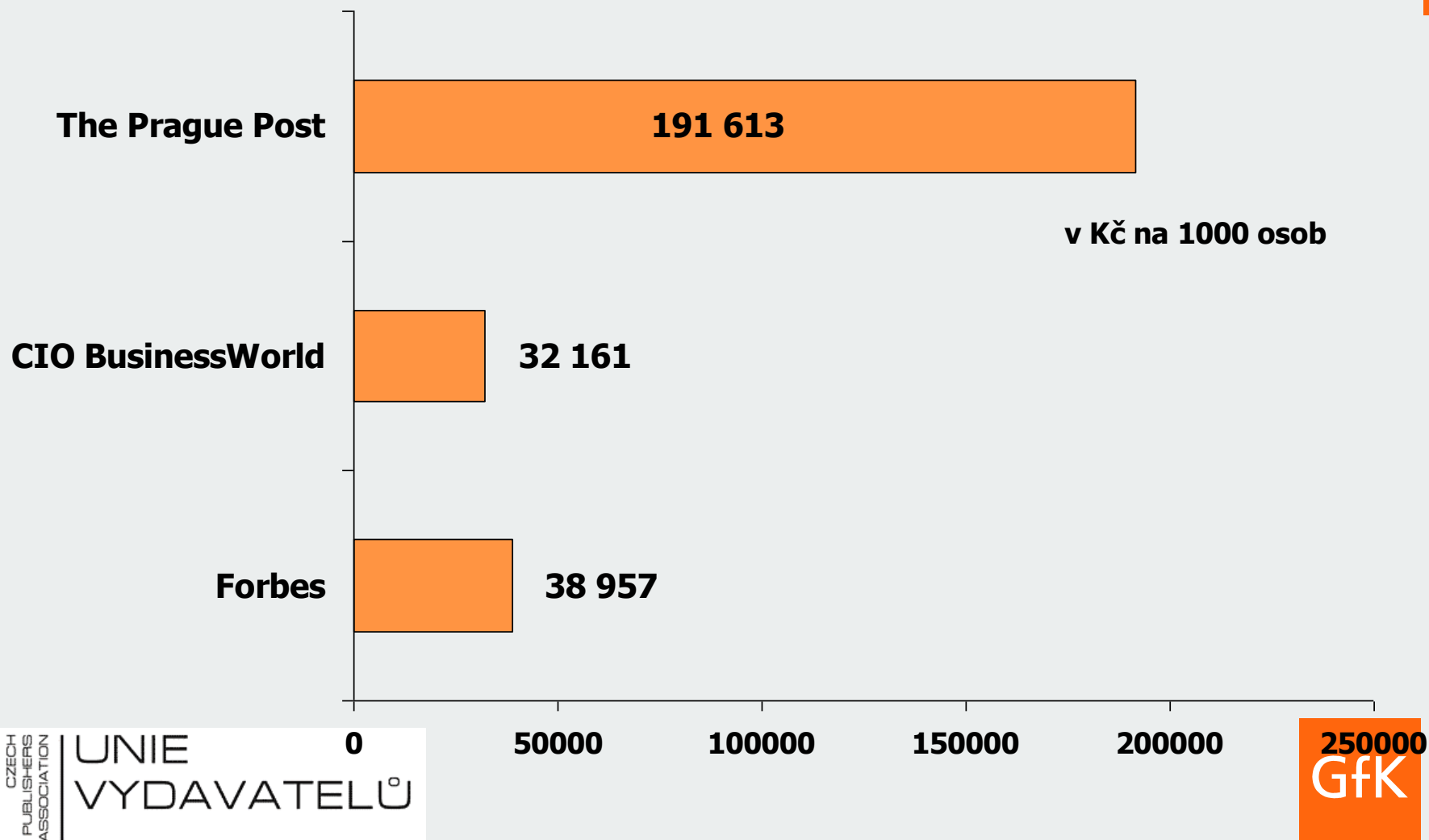
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

38



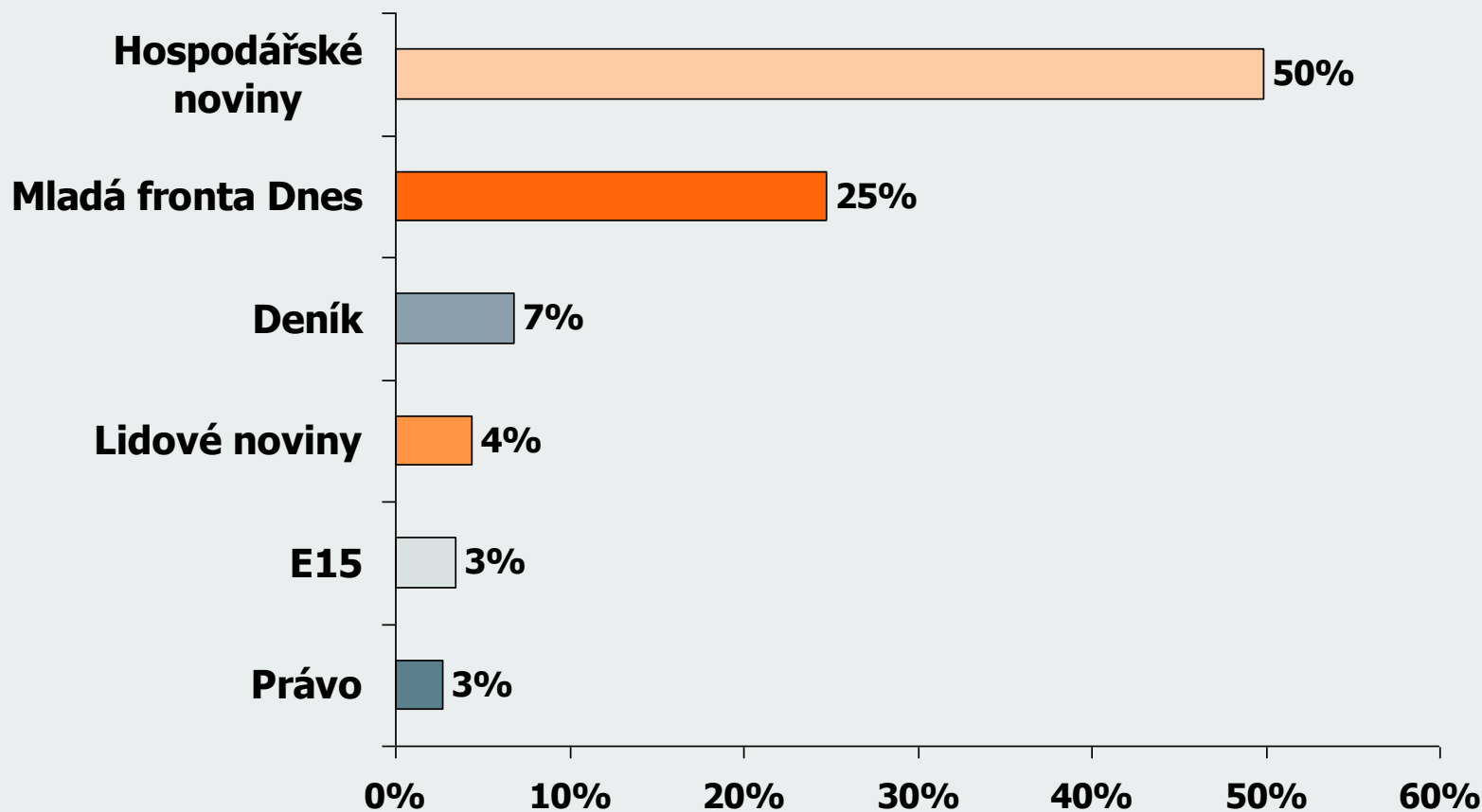
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

39



Výsledky výzkumu – média – deníky – titul považovaný za deník za poskytující nejkvalitnější ekonomické informace

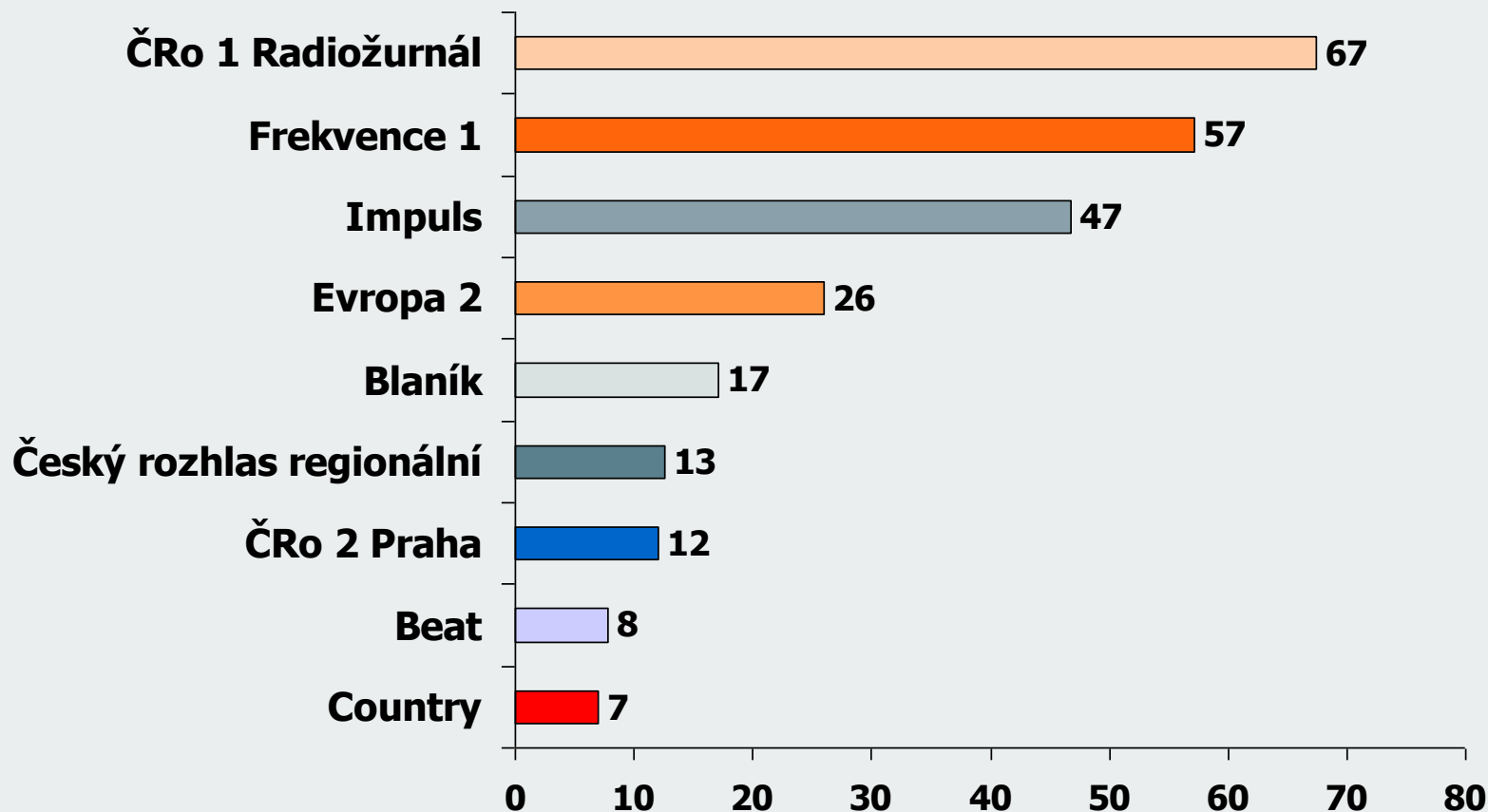
40



Výsledky výzkumu – média – rozhlasové stanice

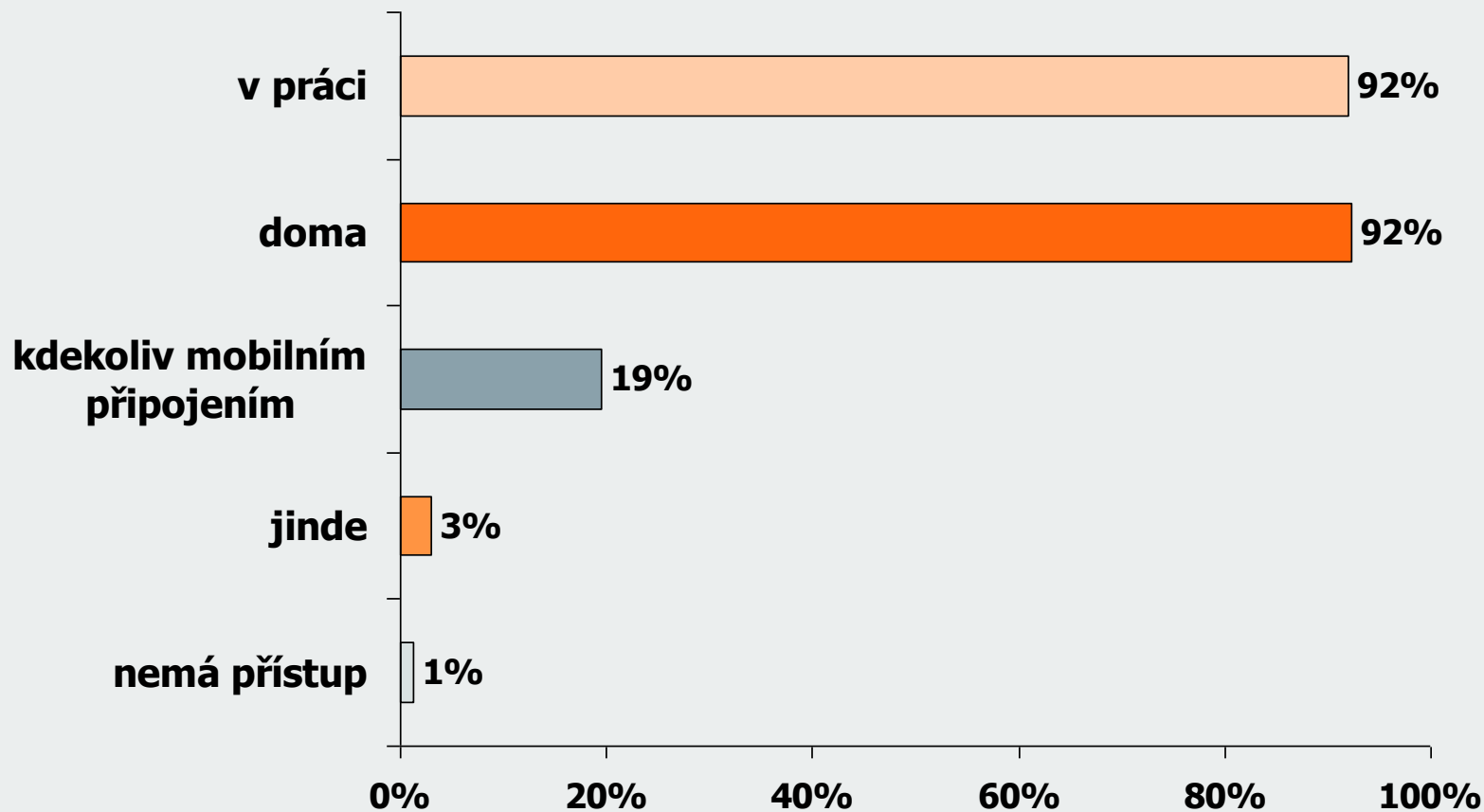
Poslouchá nejčastěji

41



Výsledky výzkumu – média – přístup na internet

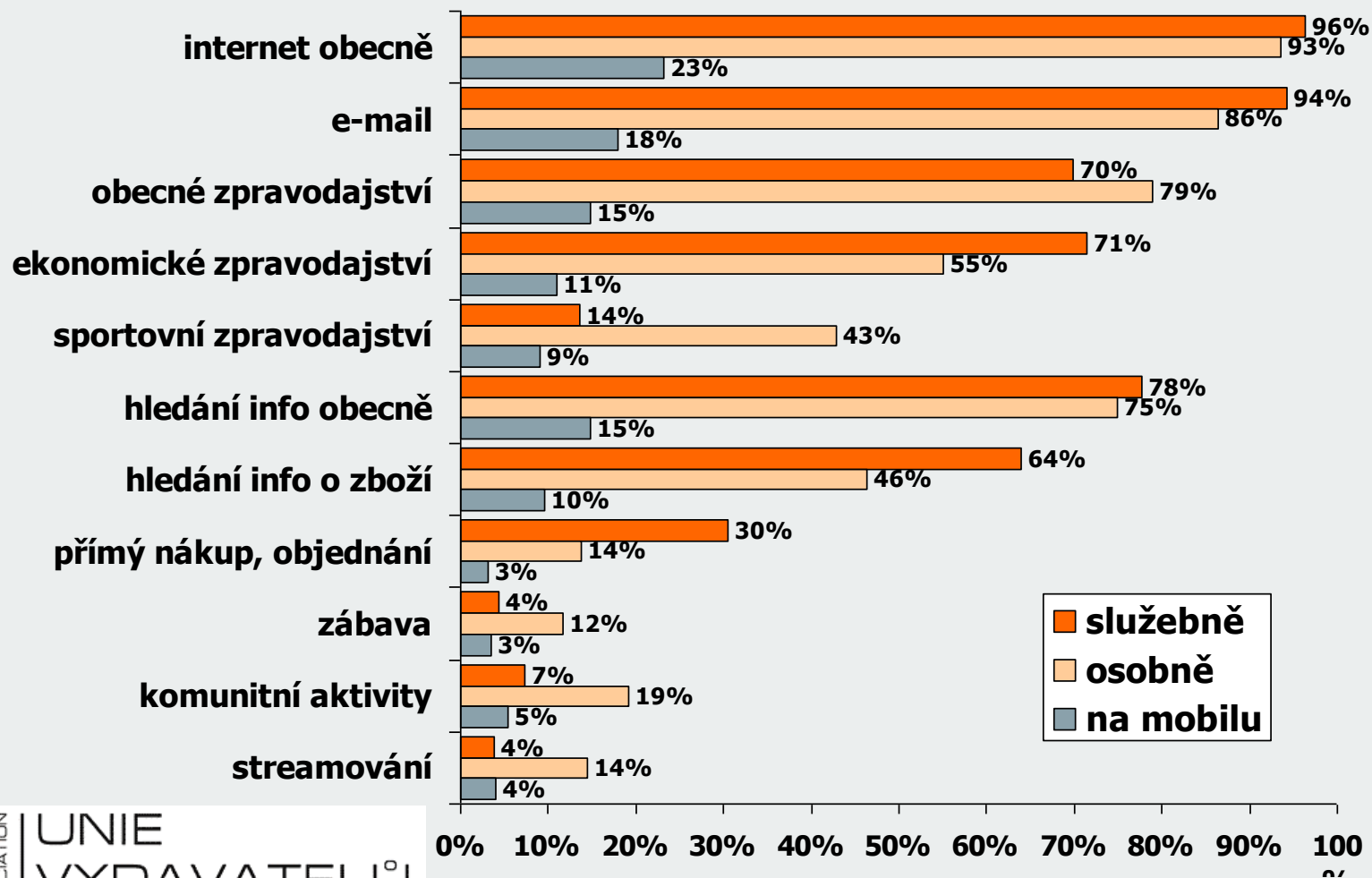
42



Výsledky výzkumu – média – internet

Sleduje alespoň jedenkrát týdně

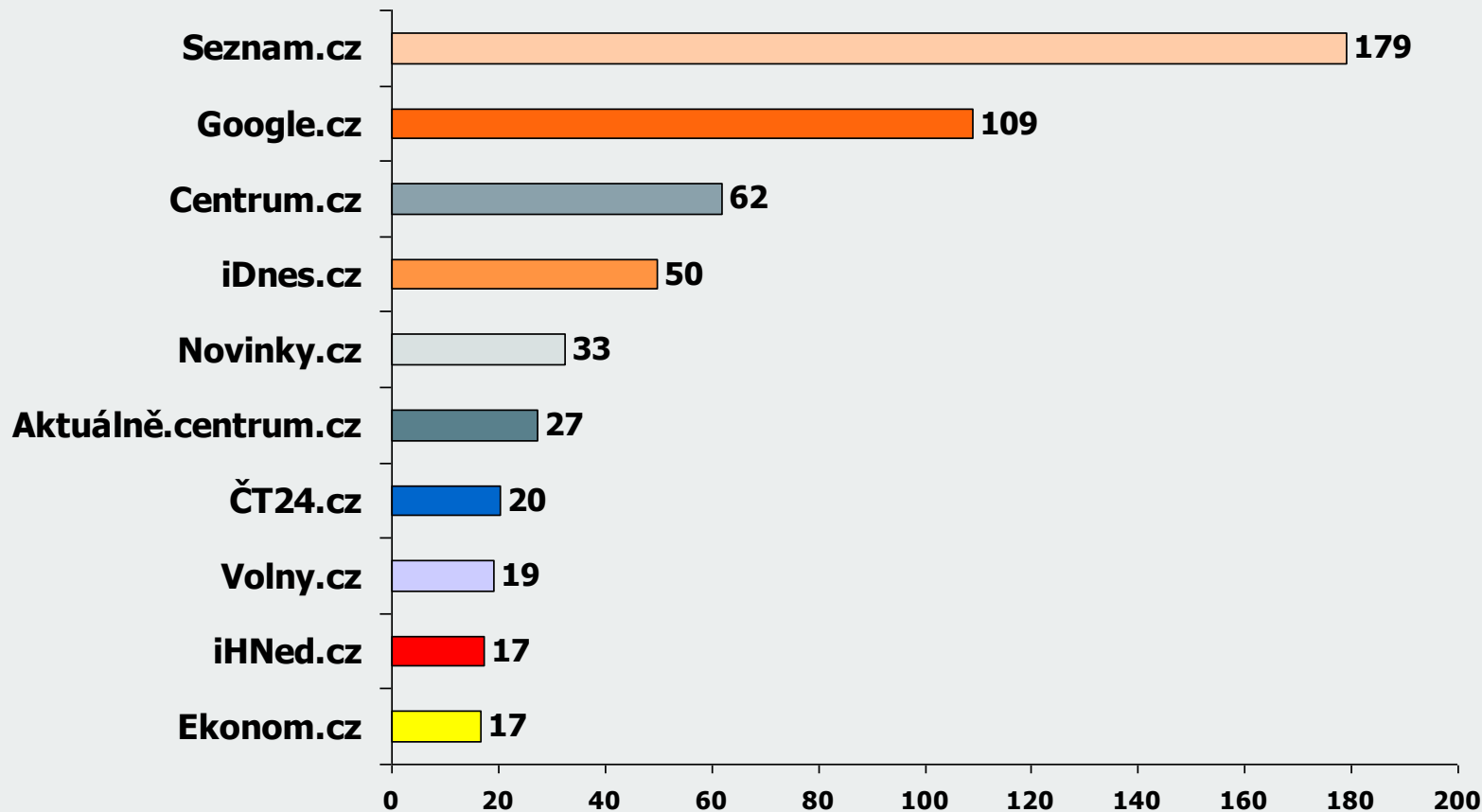
43



Výsledky výzkumu – média – servery

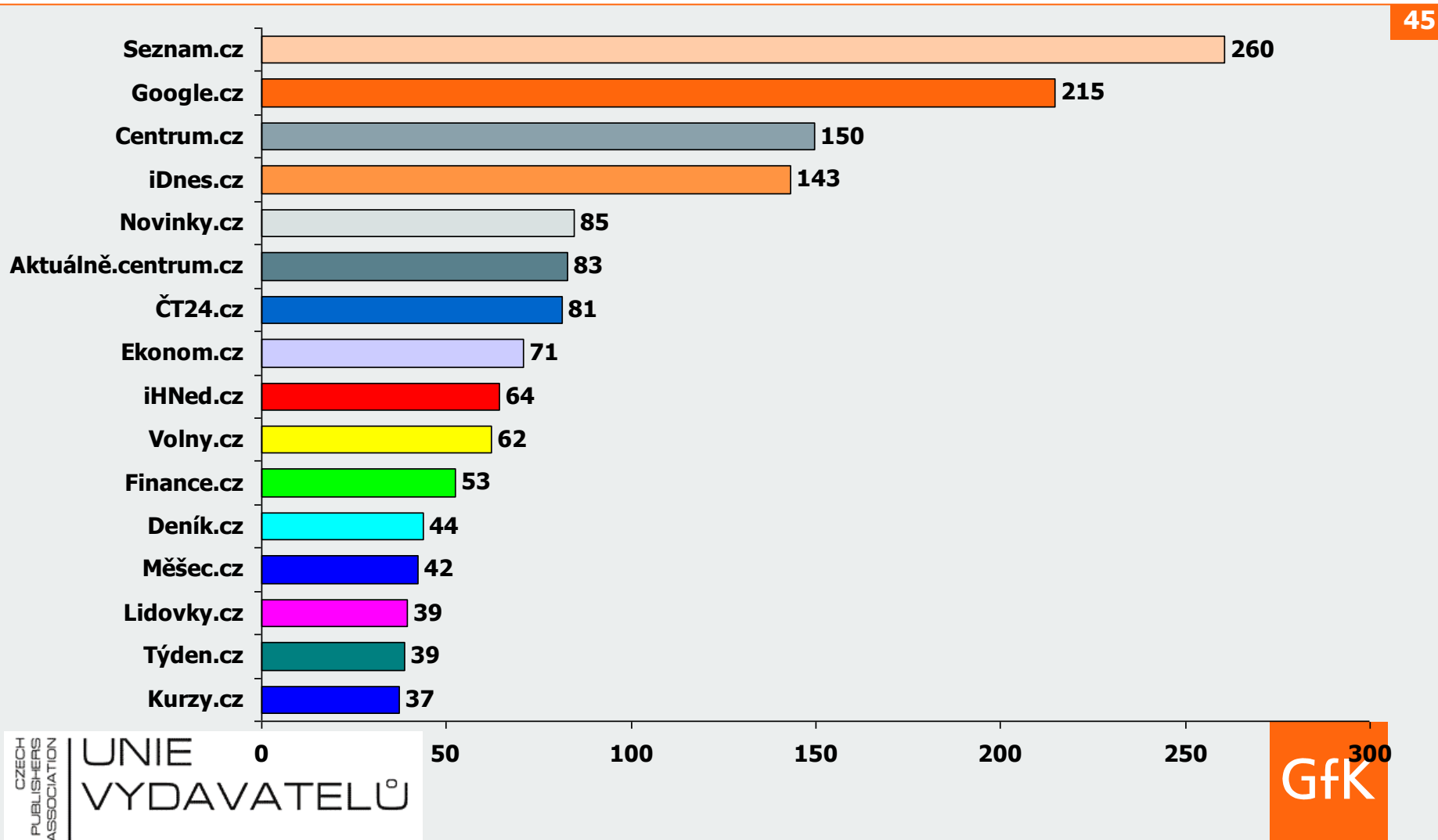
Denní dosah

44



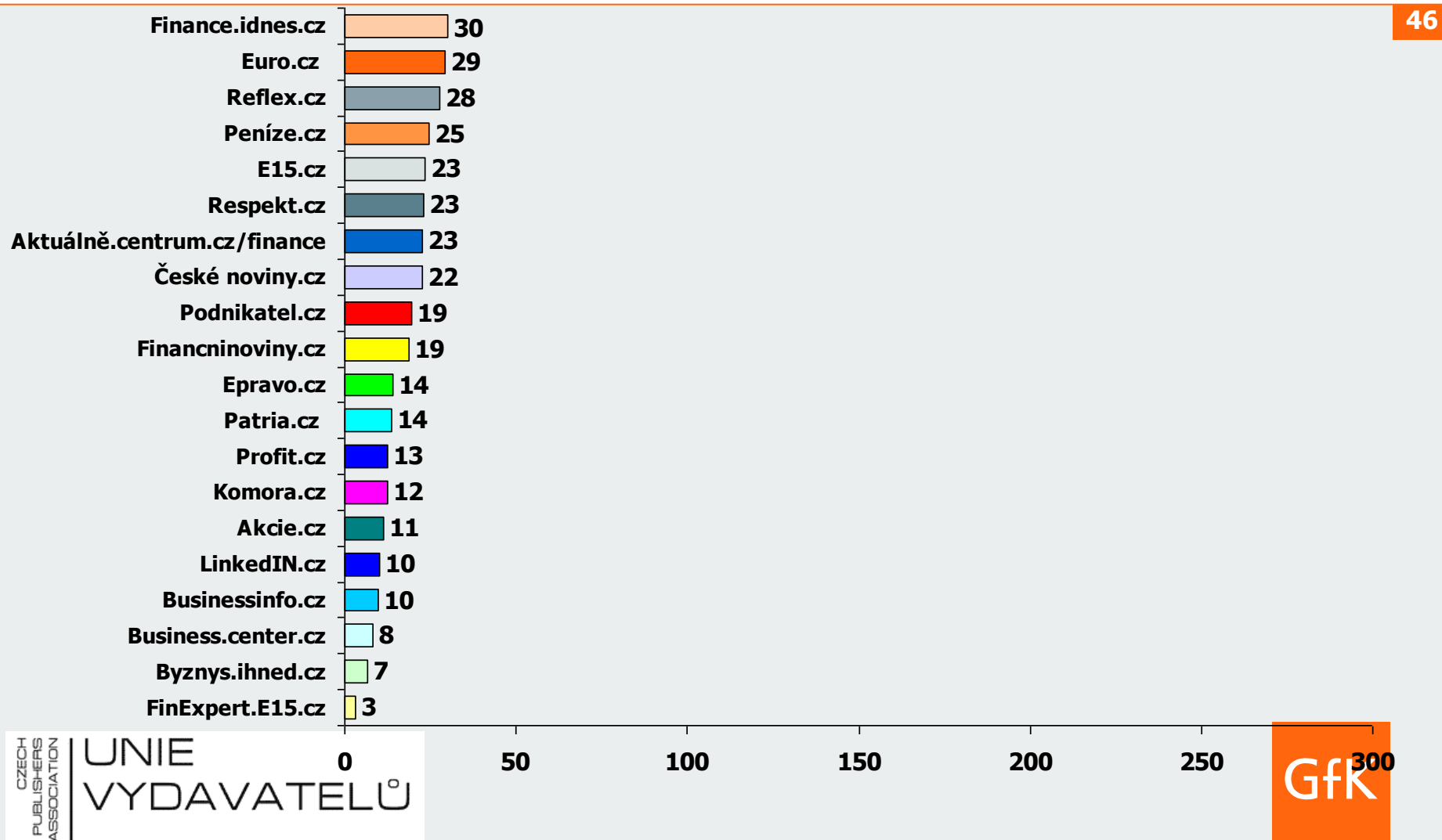
Výsledky výzkumu – média – servery

Čtrnáctidenní dosah – první část



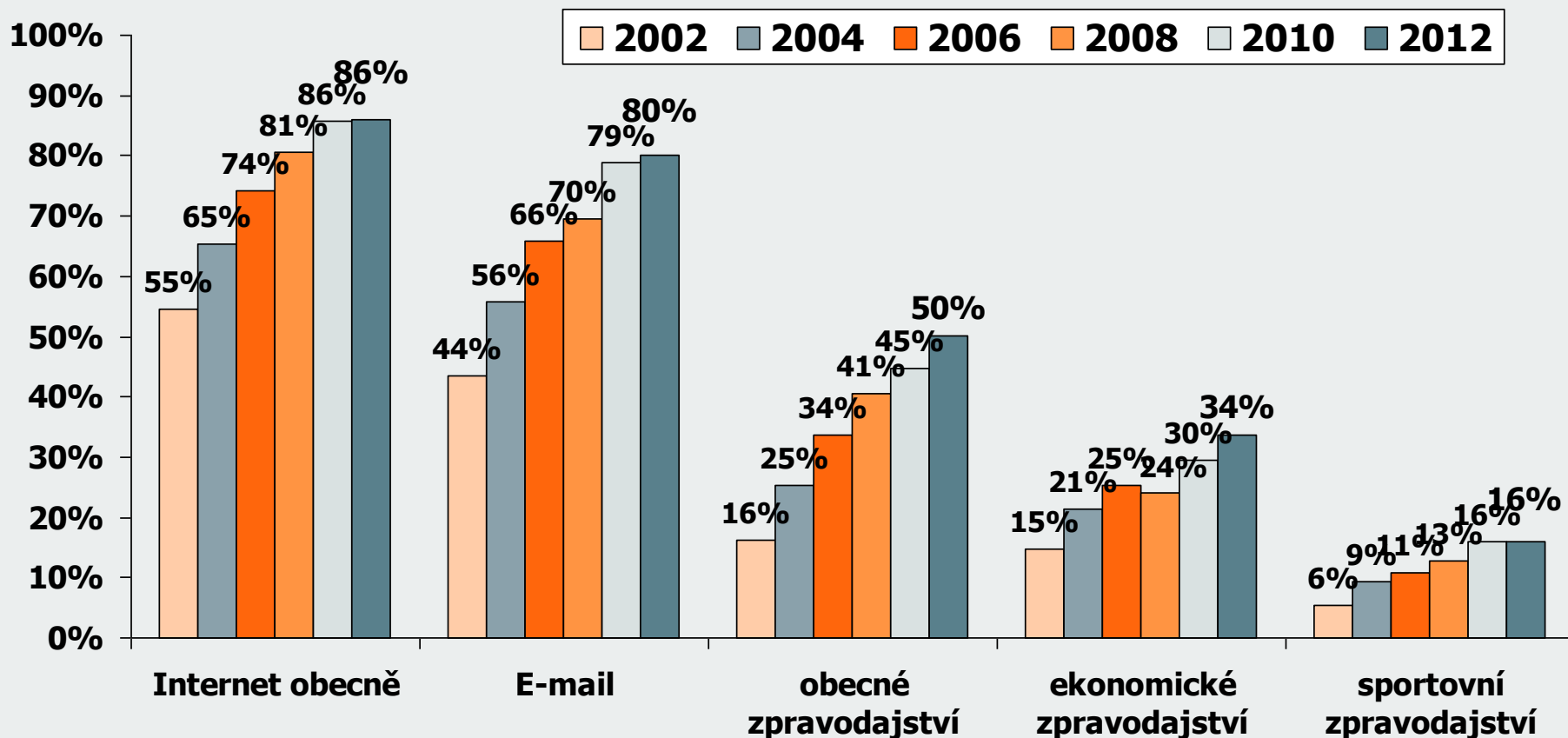
Výsledky výzkumu – média – servery

Čtrnáctidenní dosah – druhá část



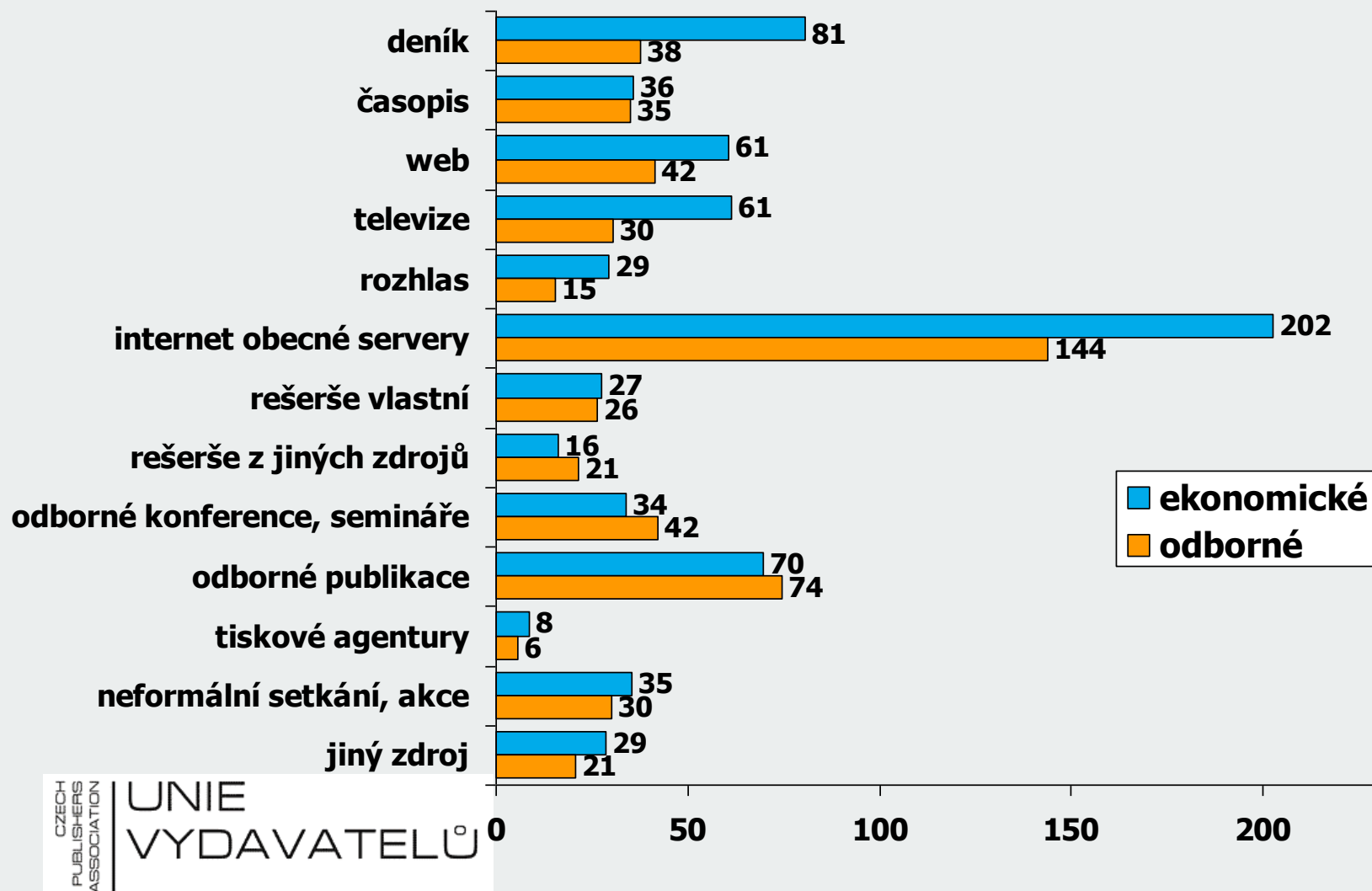
Výsledky výzkumu – média – užití internetu denně, téměř denně - srovnání

47



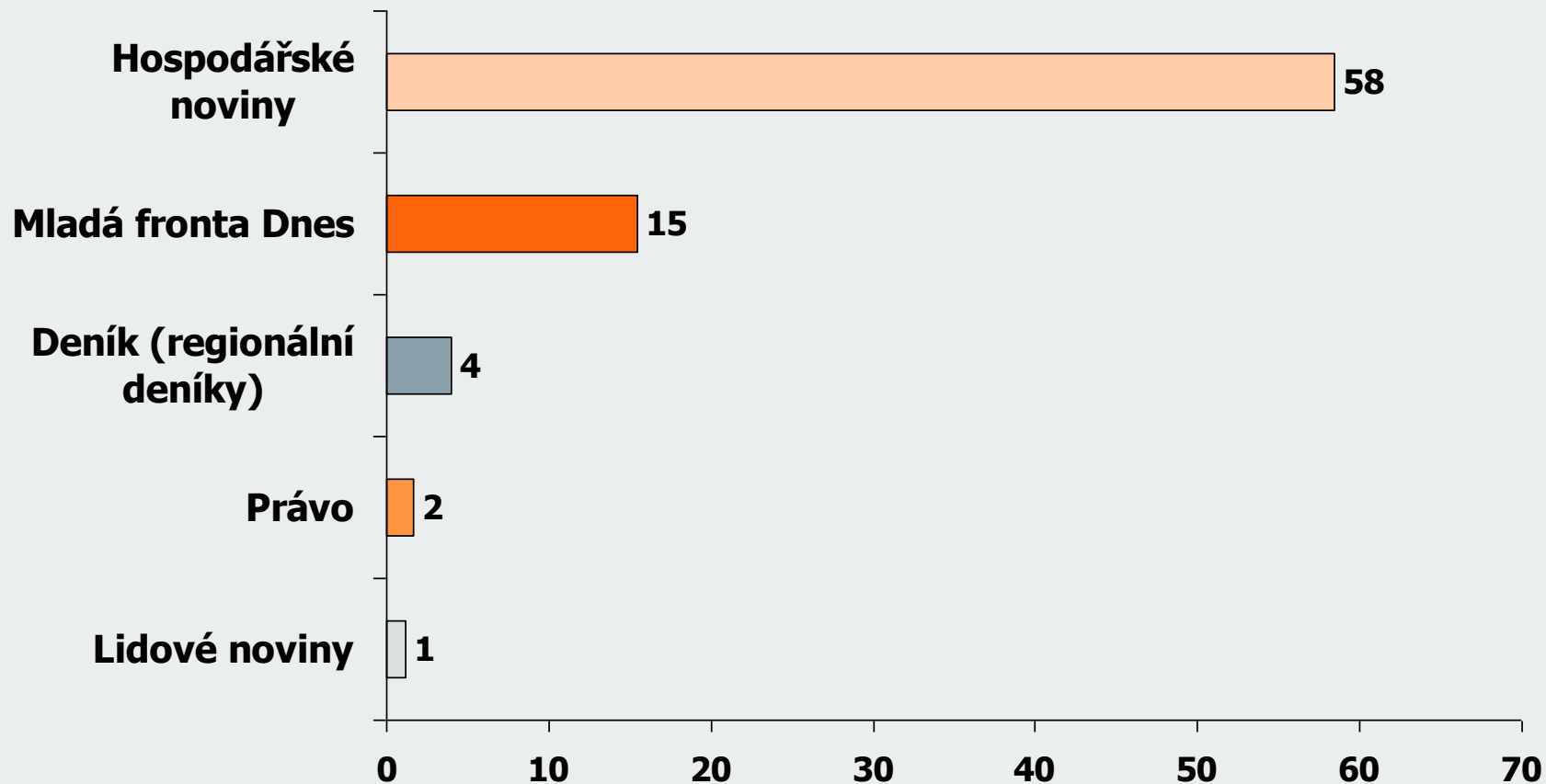
Výsledky výzkumu – média – získávání ekonomických a odborných informací

48



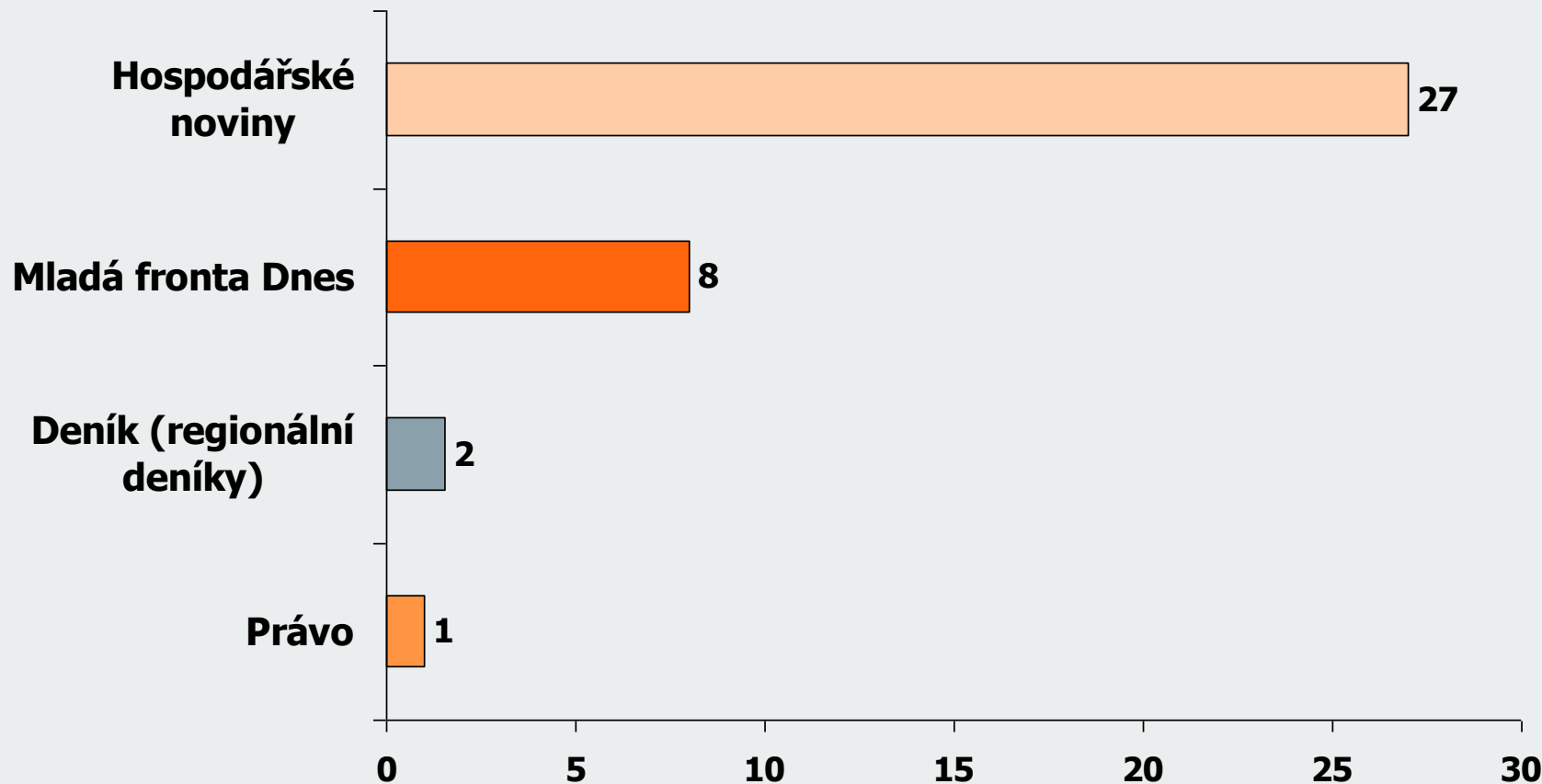
Výsledky výzkumu – média – získávání ekonomických informací Deníky

49



Výsledky výzkumu – média – získávání odborných informací Deníky

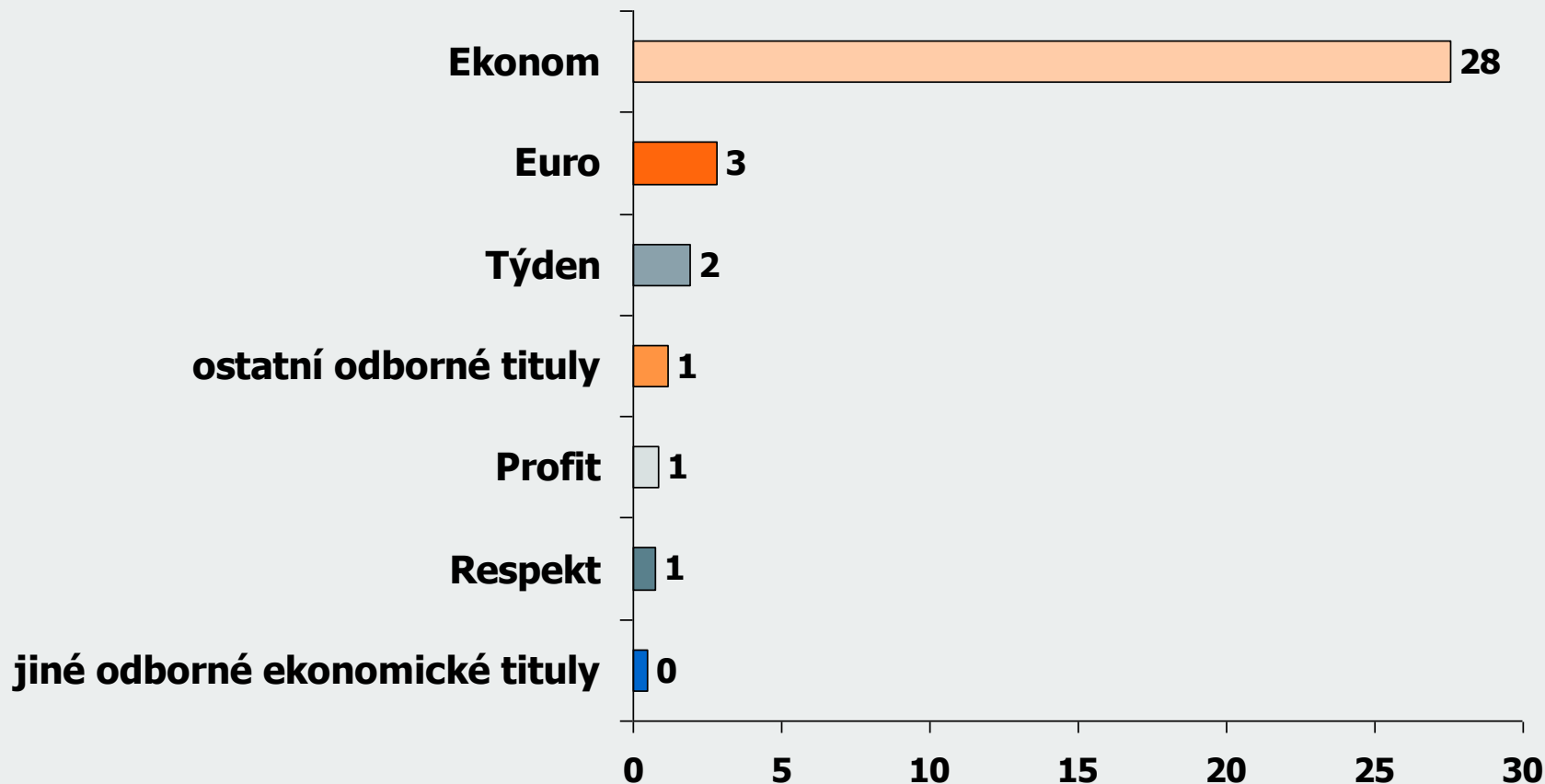
50



Výsledky výzkumu – média – získávání ekonomických informací

Časopisy

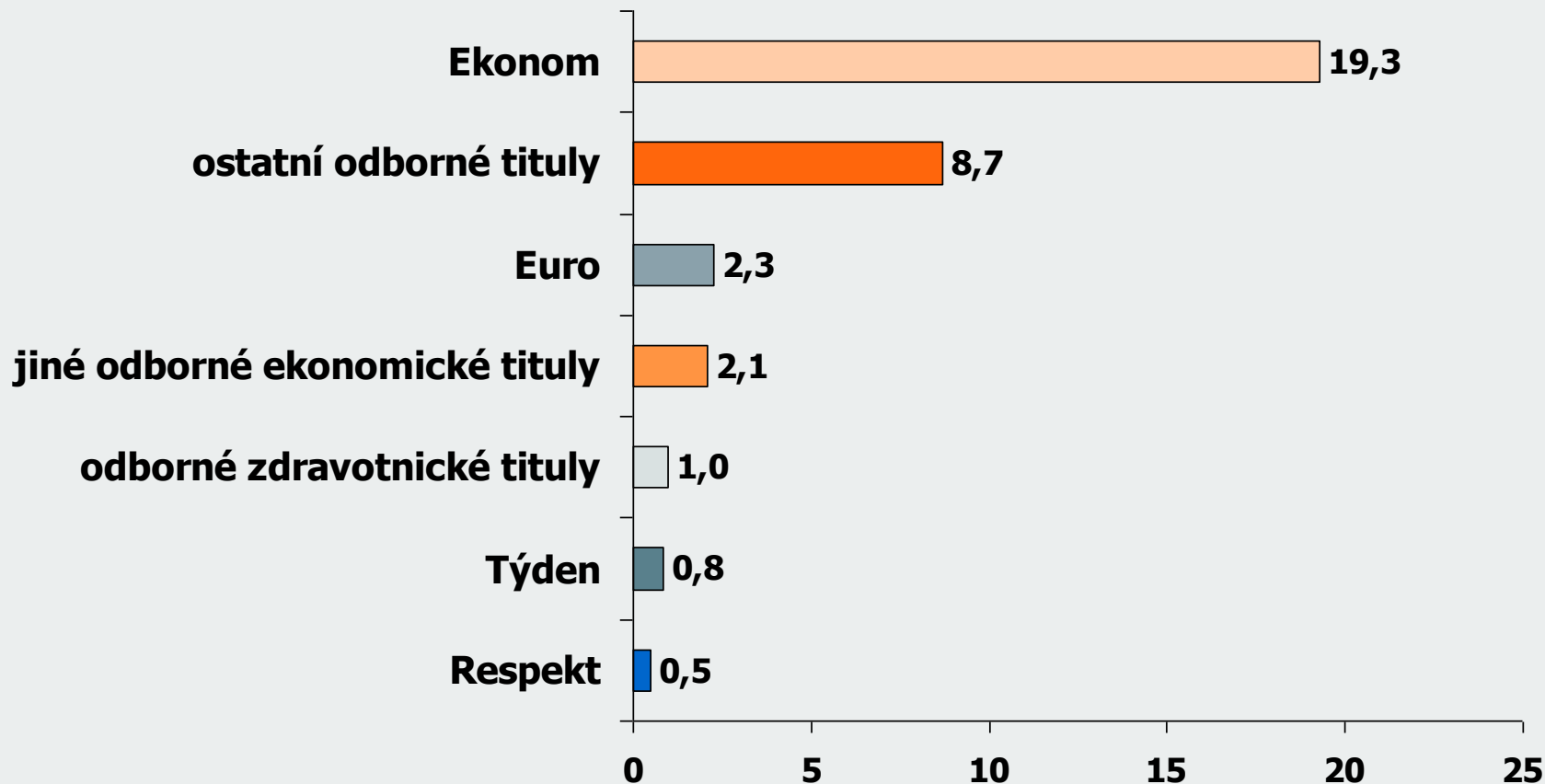
51



Výsledky výzkumu – média – získávání odborných informací

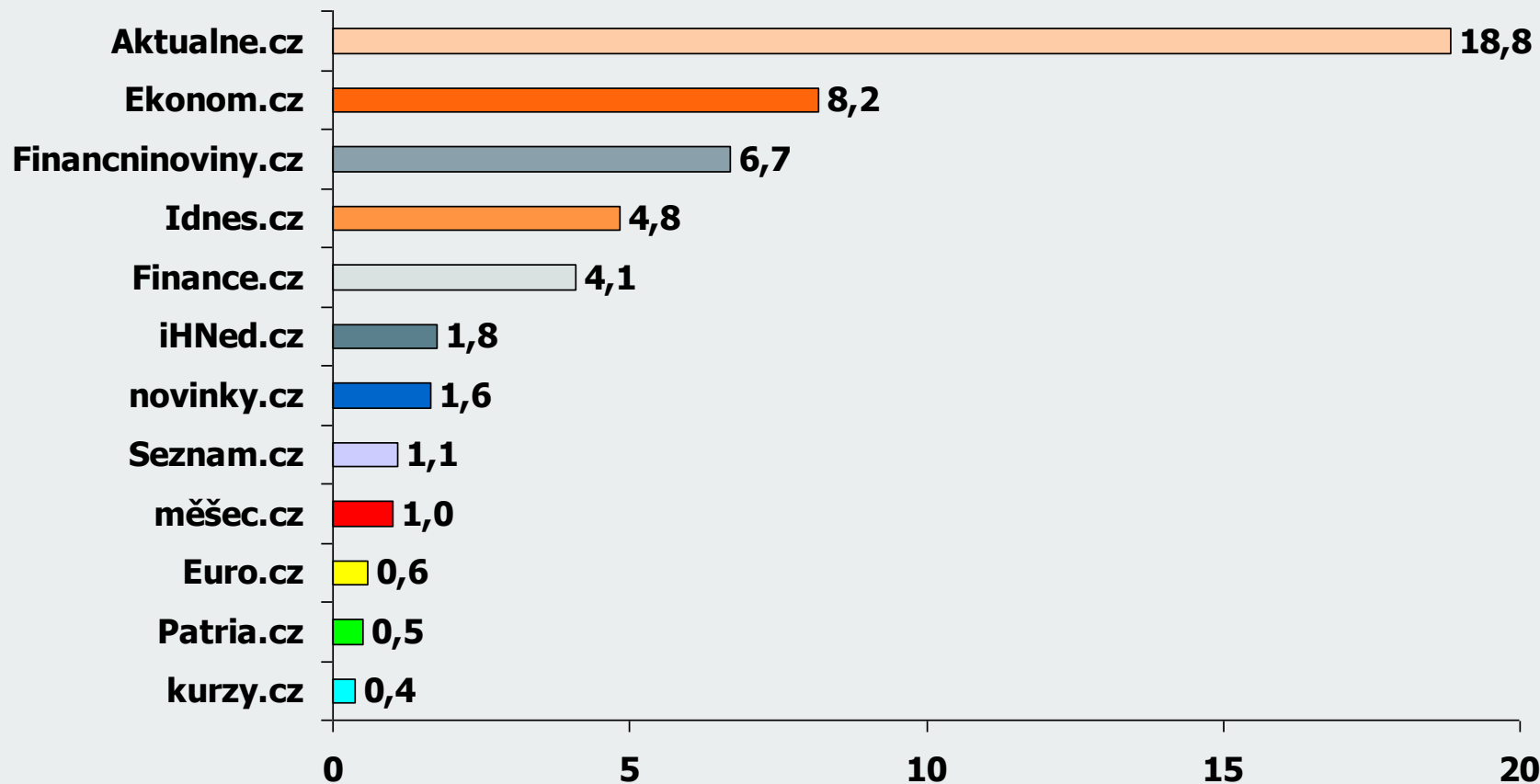
Časopisy

52



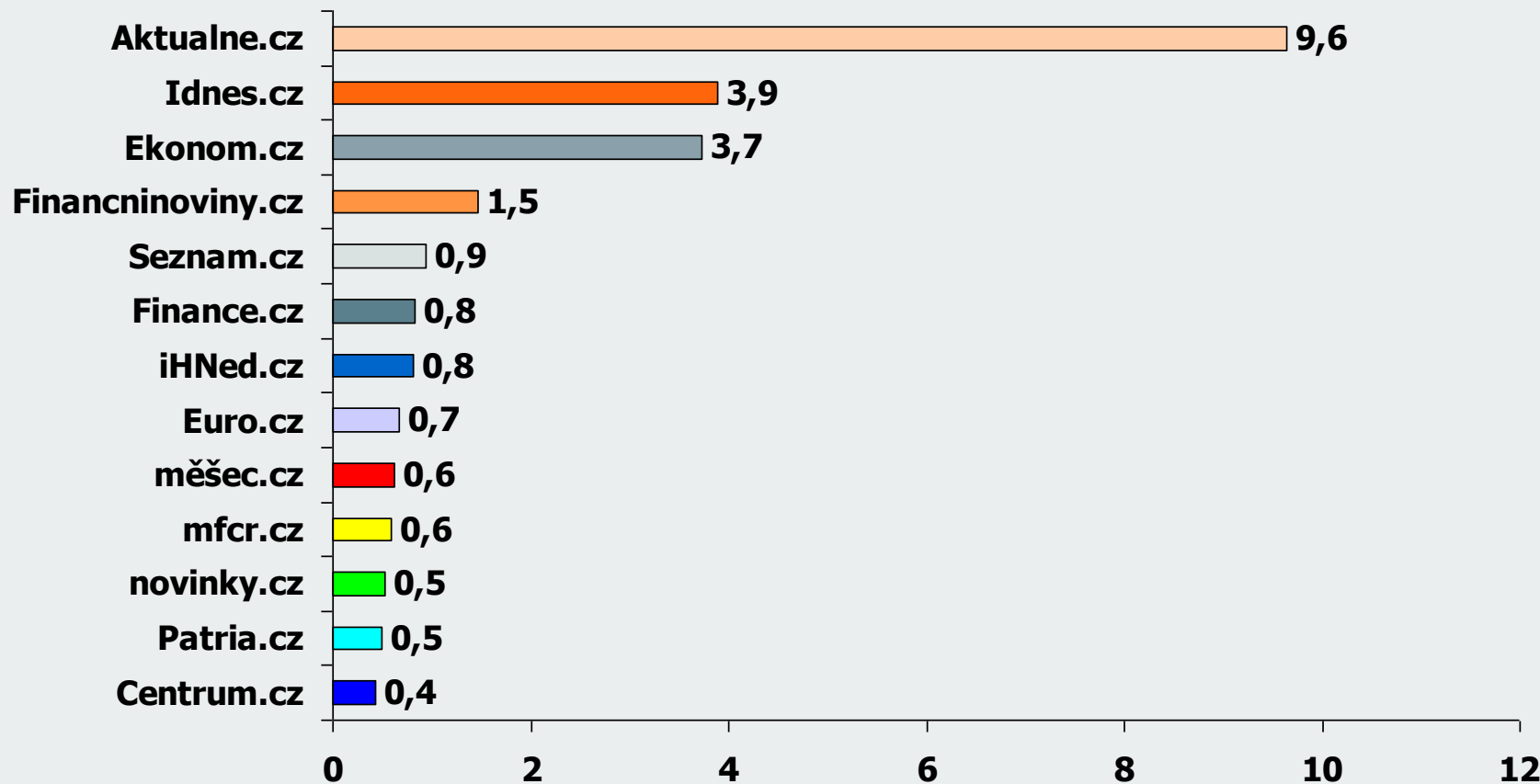
Výsledky výzkumu – média – získávání ekonomických informací internetové stránky

53



Výsledky výzkumu – média – získávání odborných informací internetové stránky

54

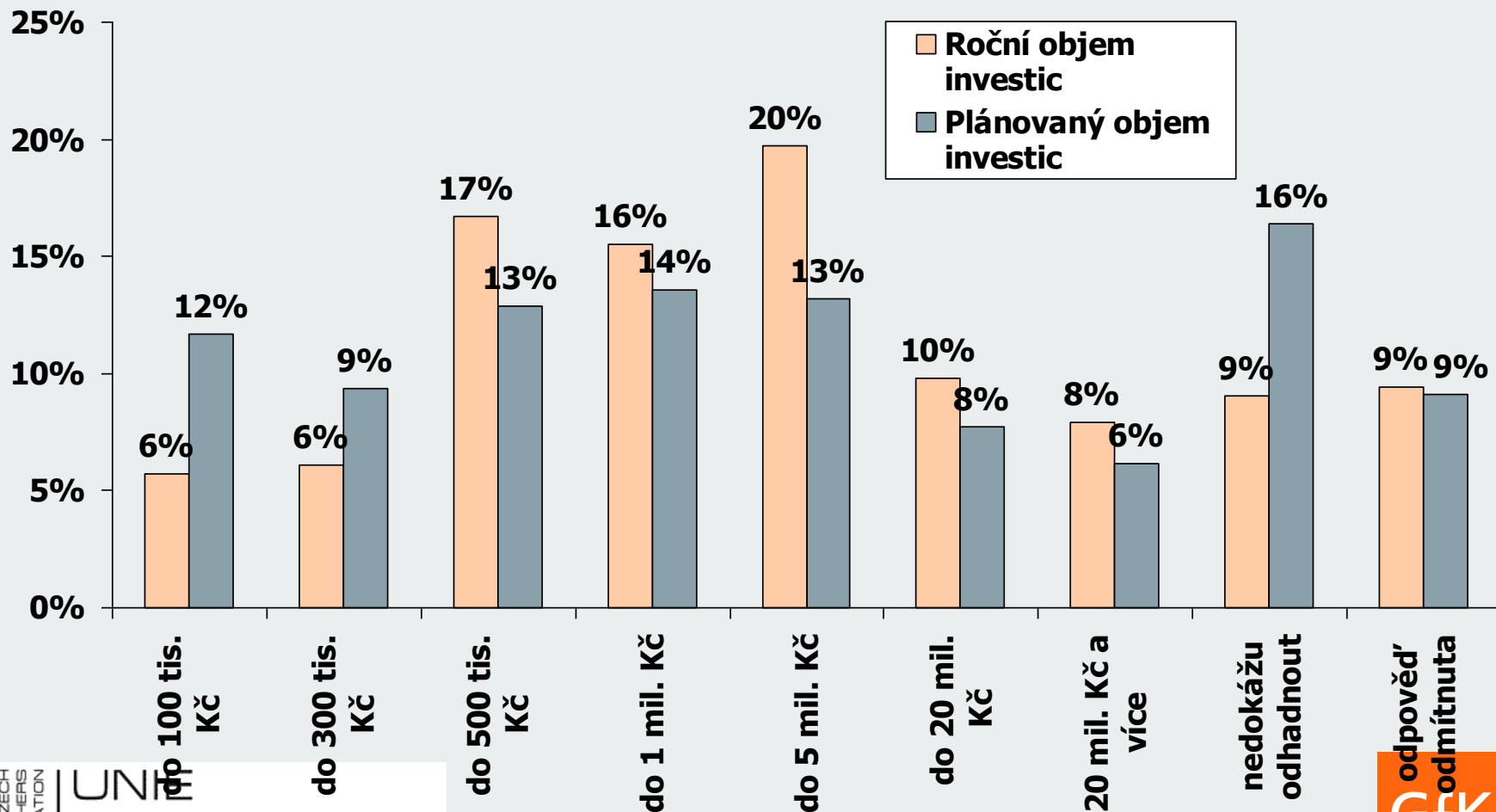


4

Výsledky výzkumu - firma

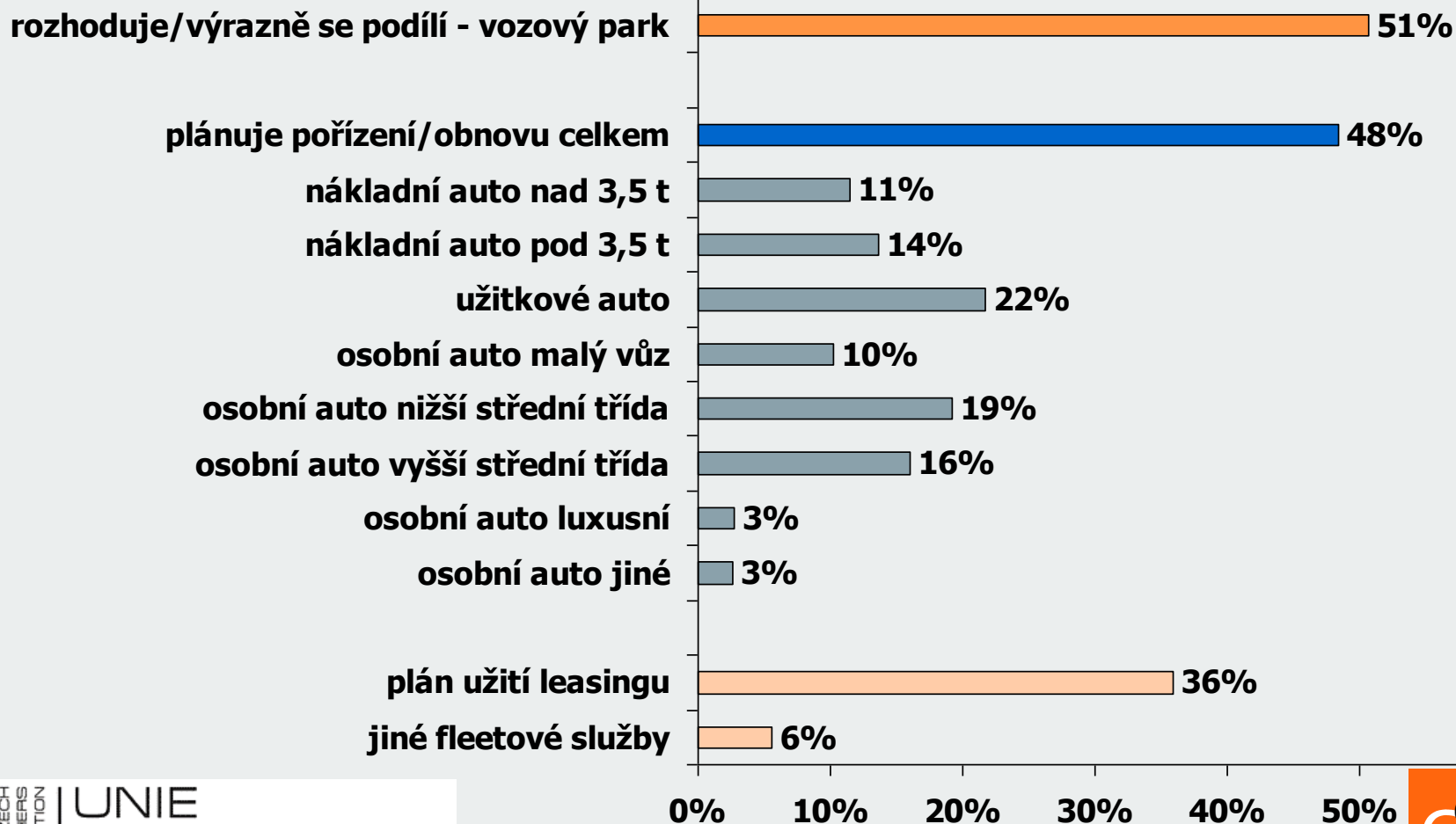
Výsledky výzkumu – firma – investice

56



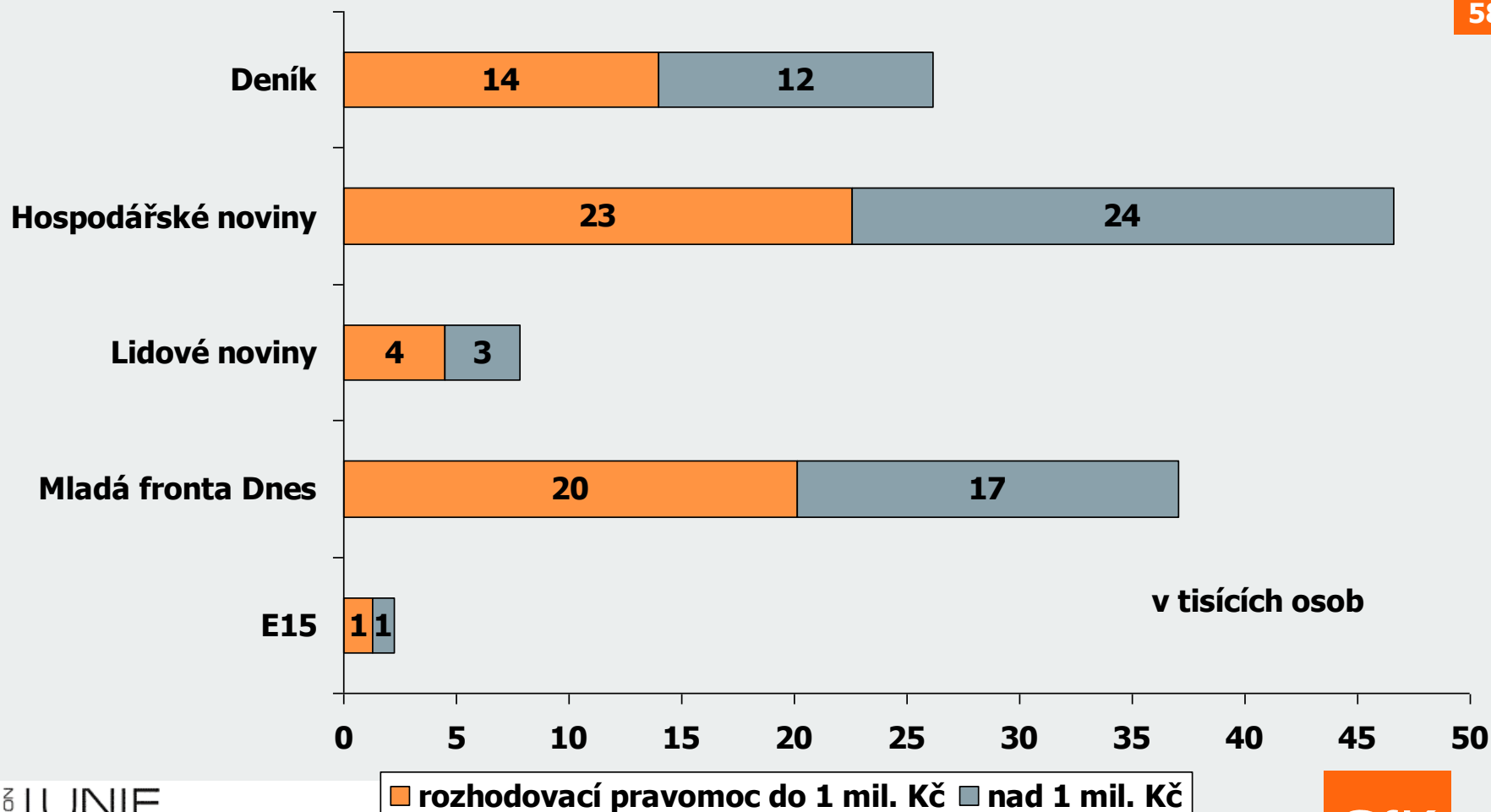
Výsledky výzkumu – firma – bude pořizovat, obnovovat

57



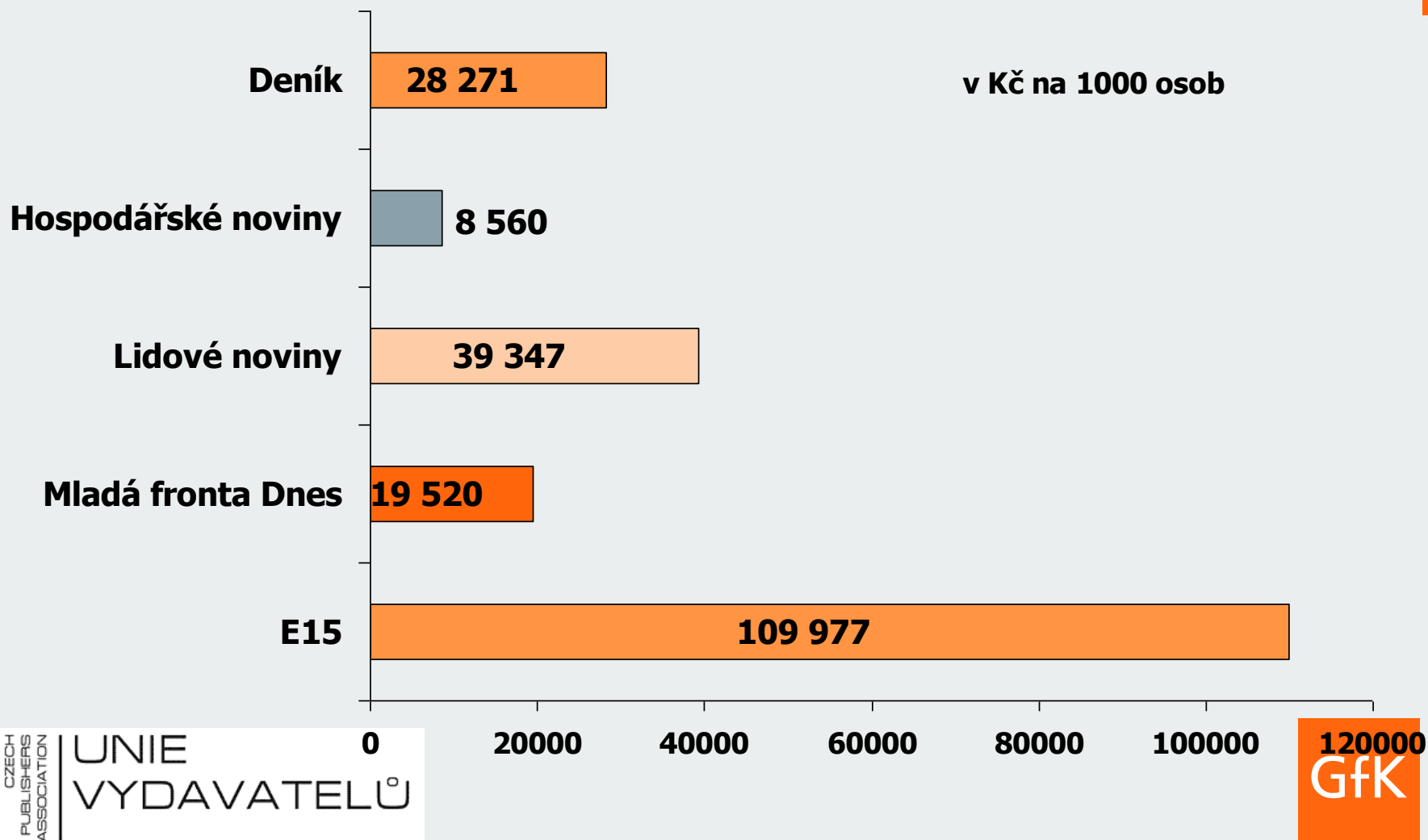
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

58



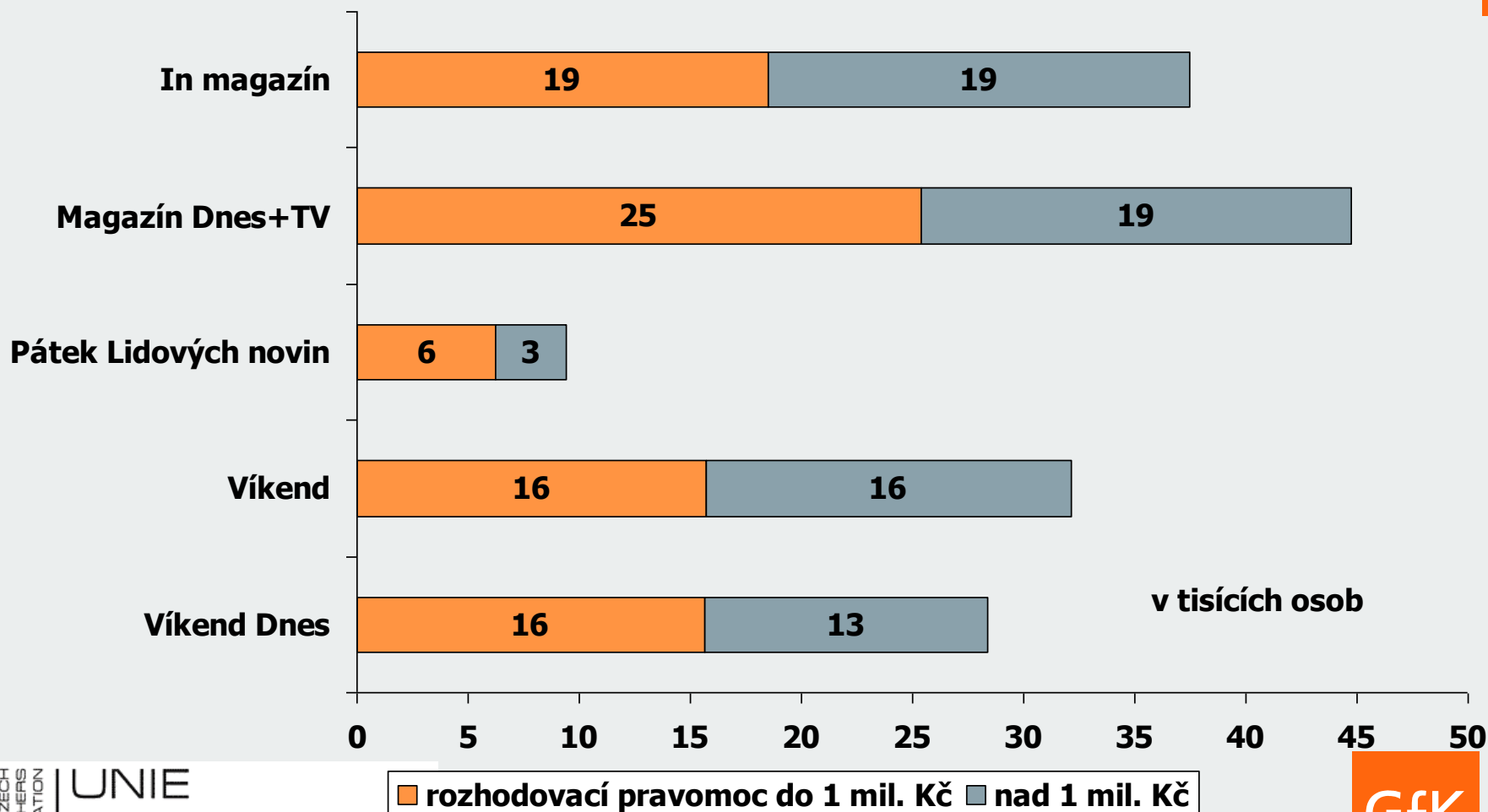
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

59



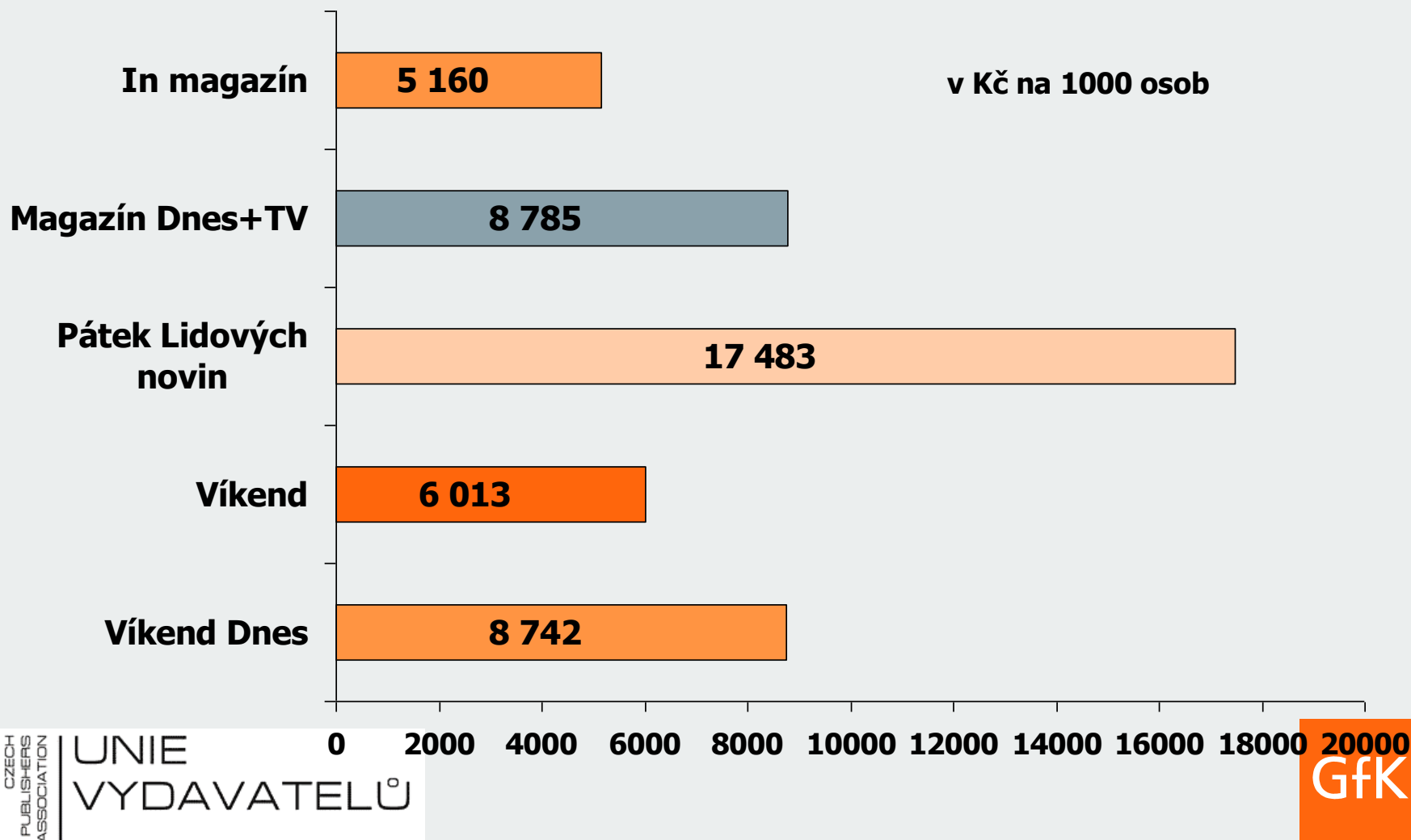
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

60



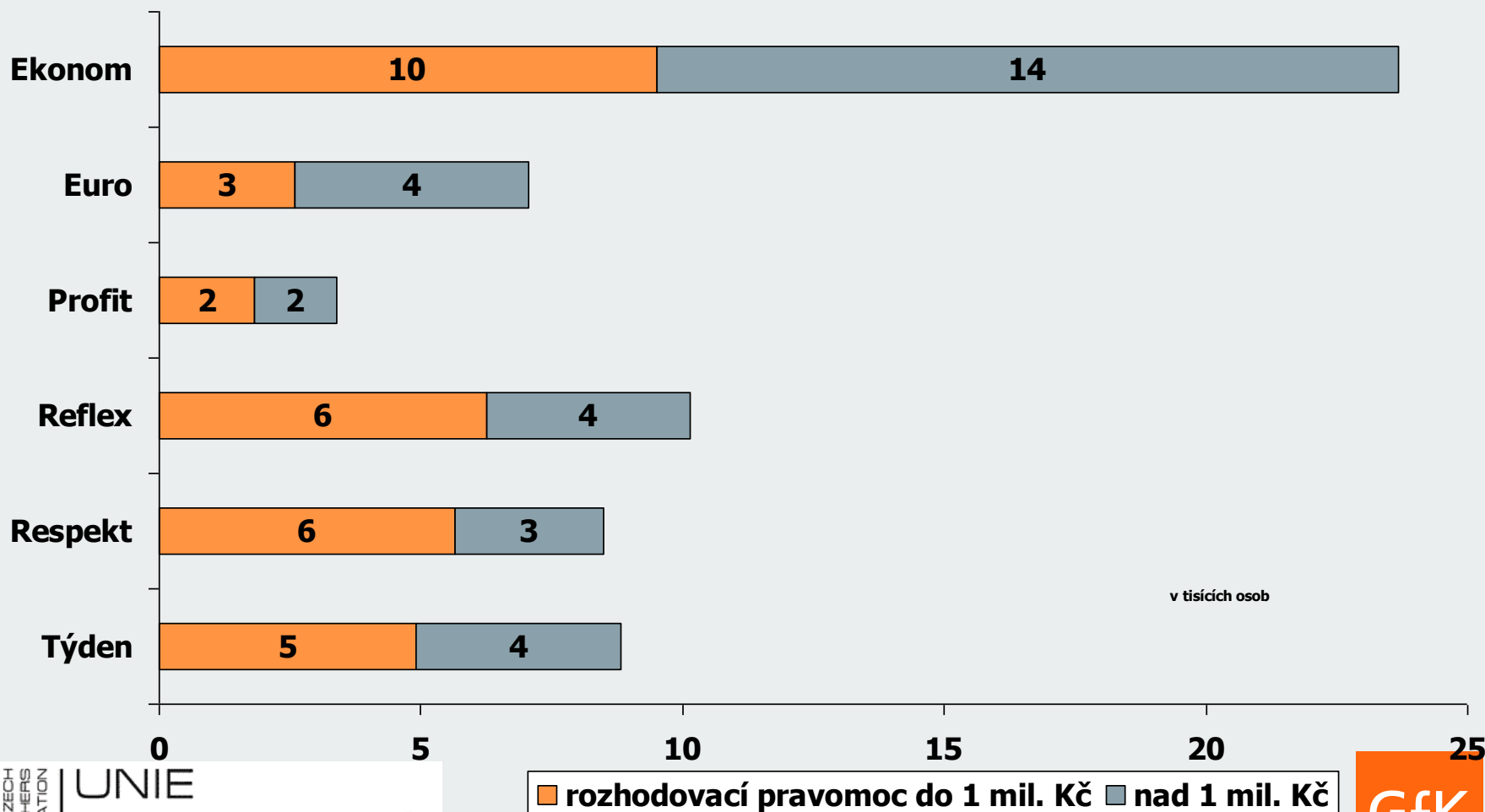
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

61



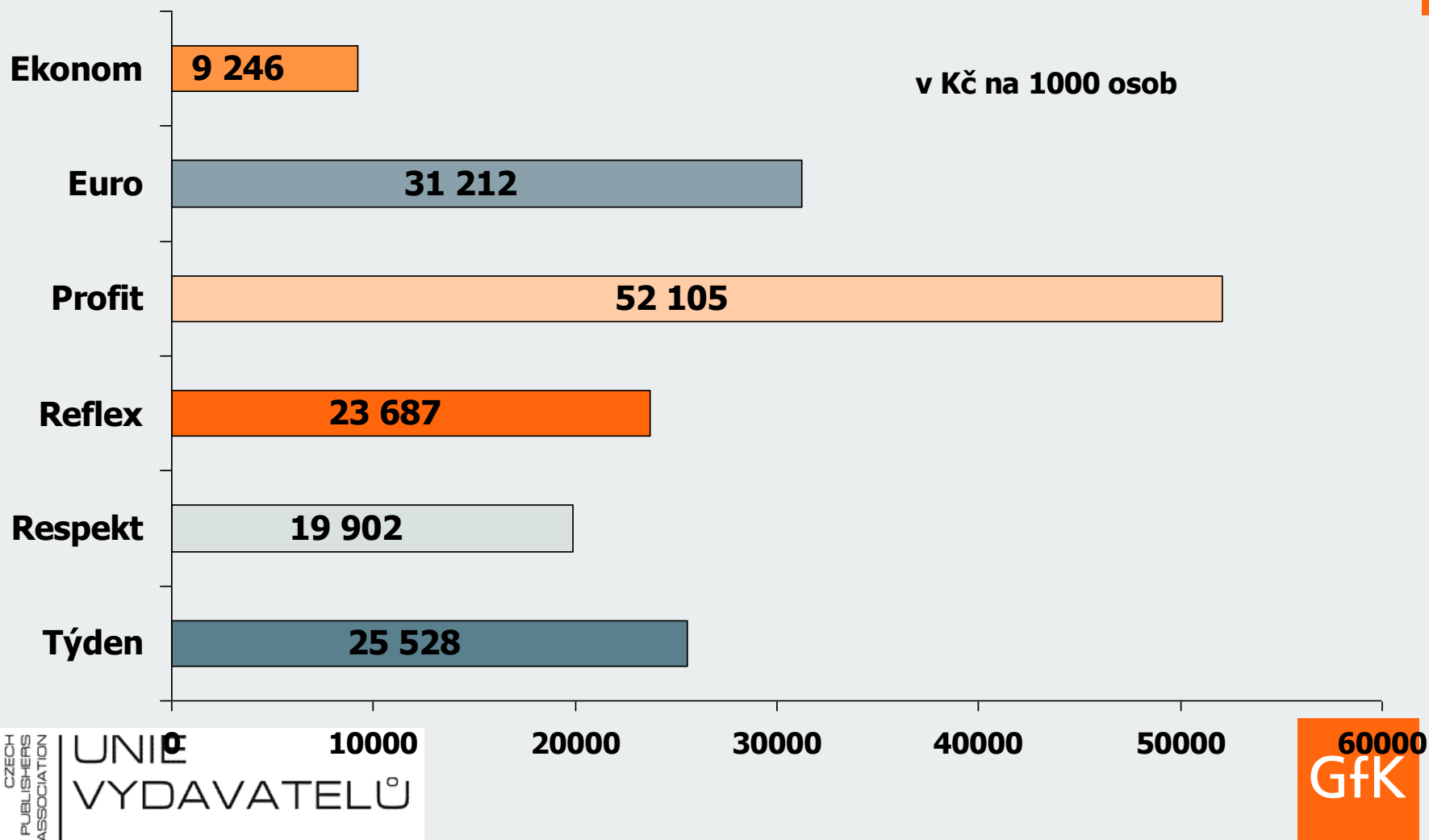
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

62



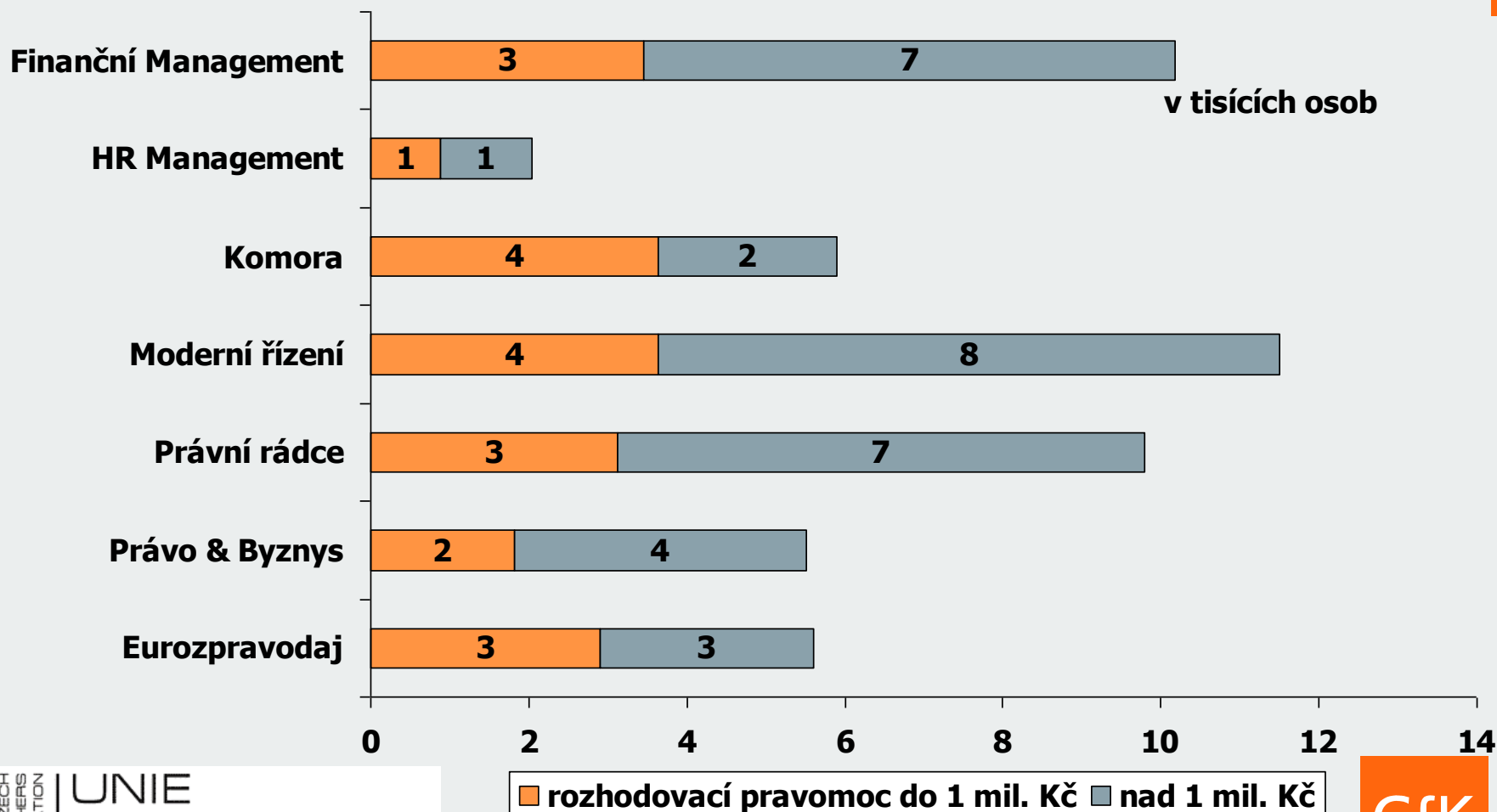
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

63



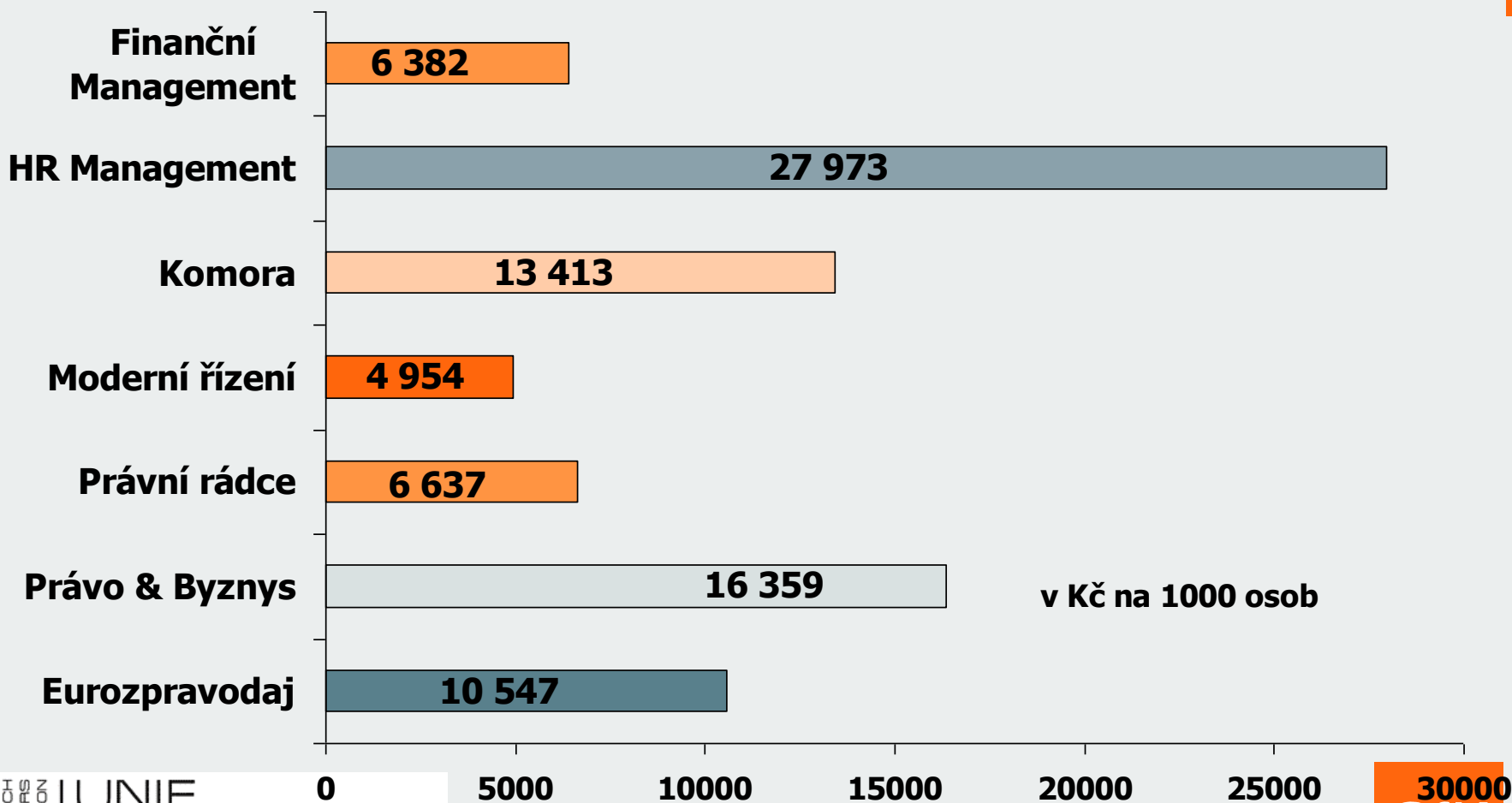
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

64



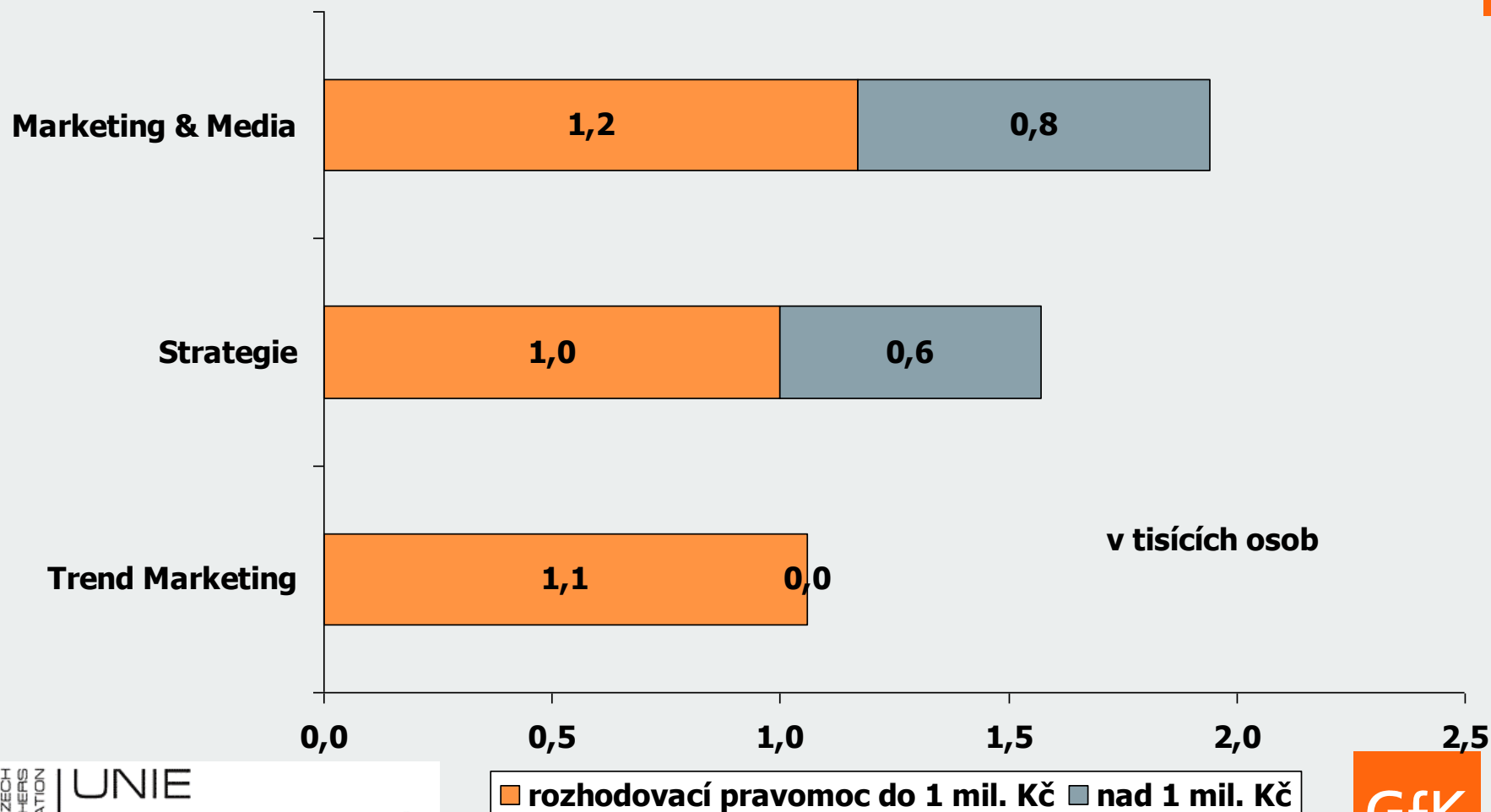
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

65



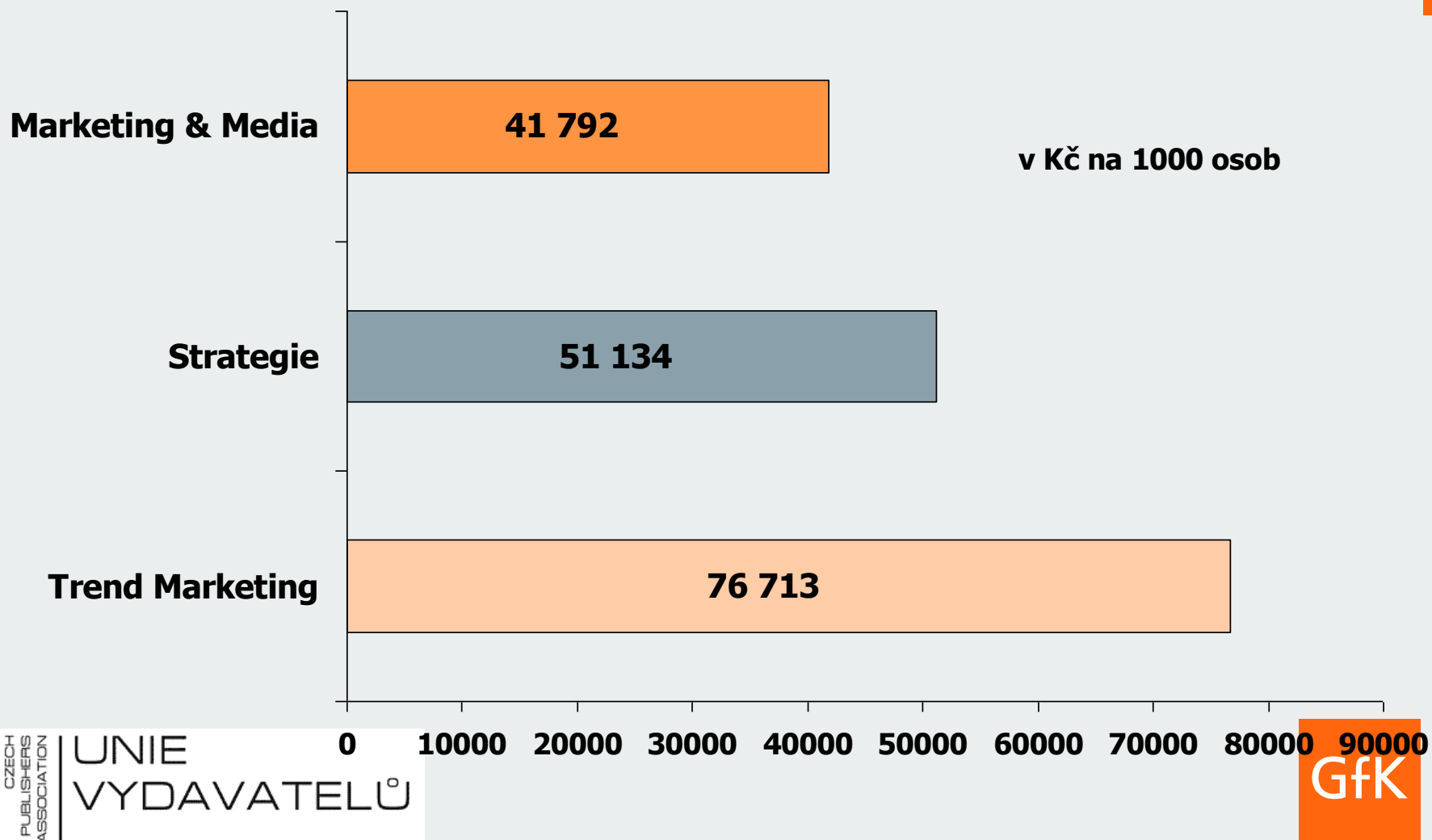
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

66



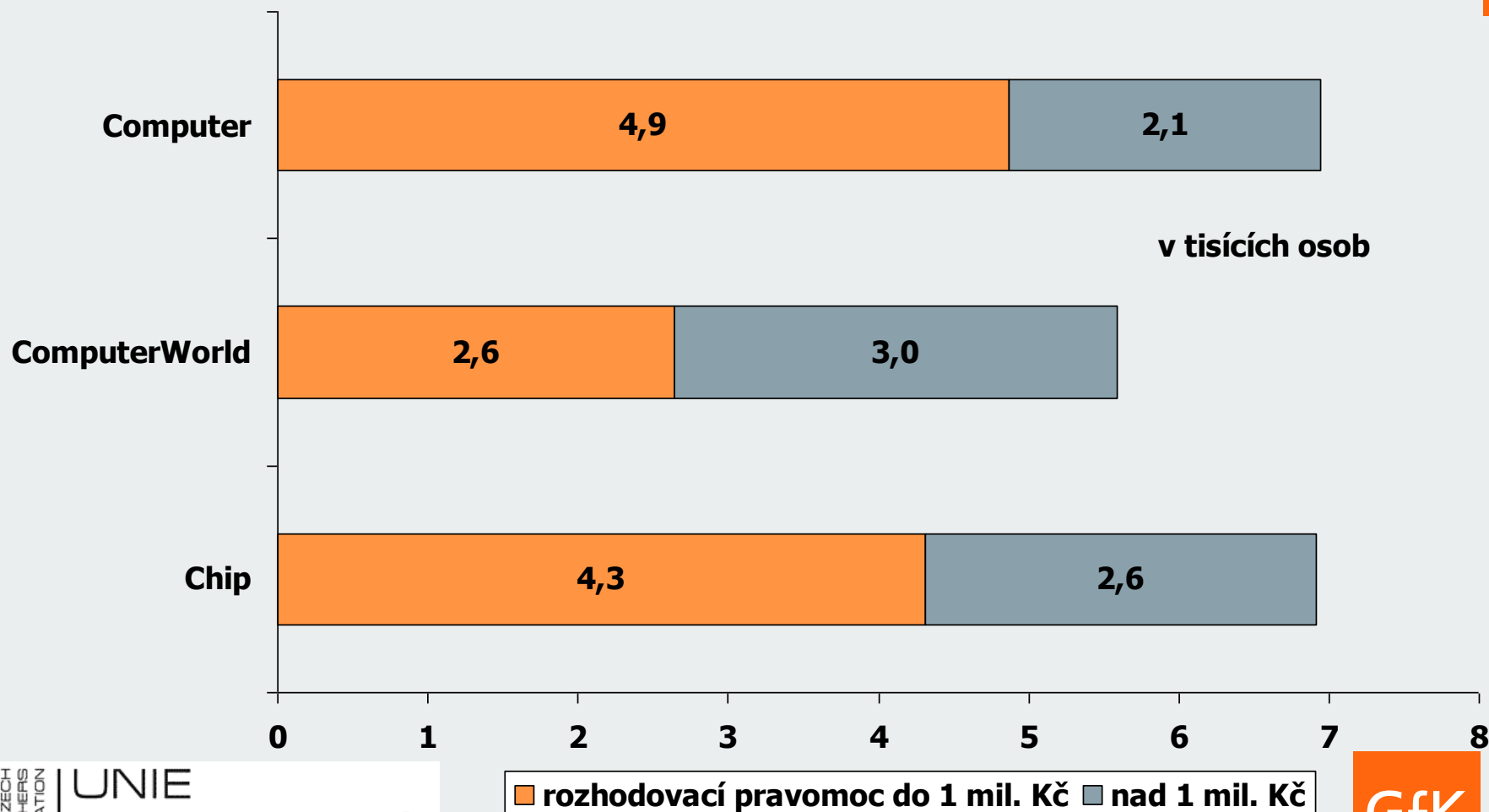
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

67



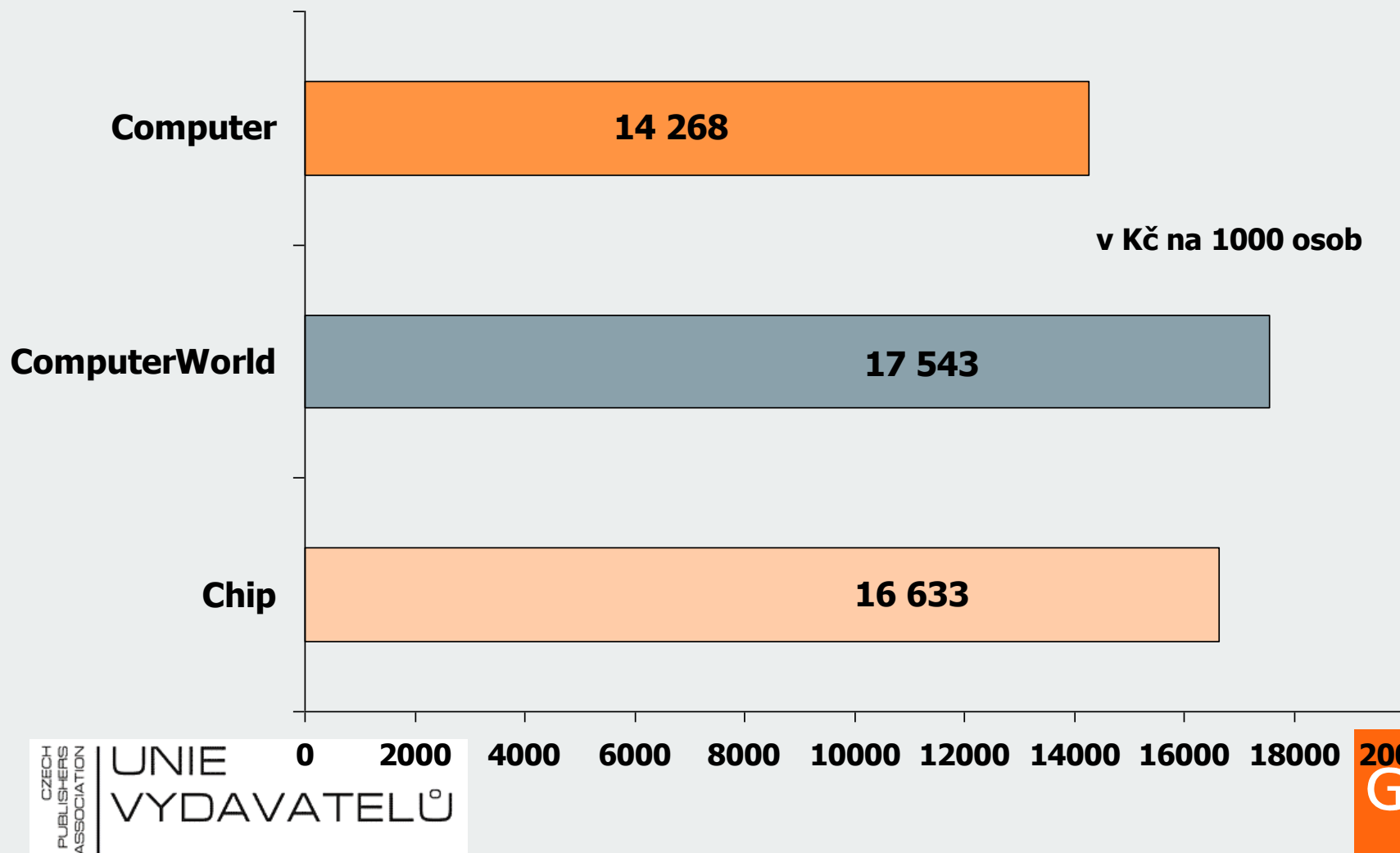
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

68



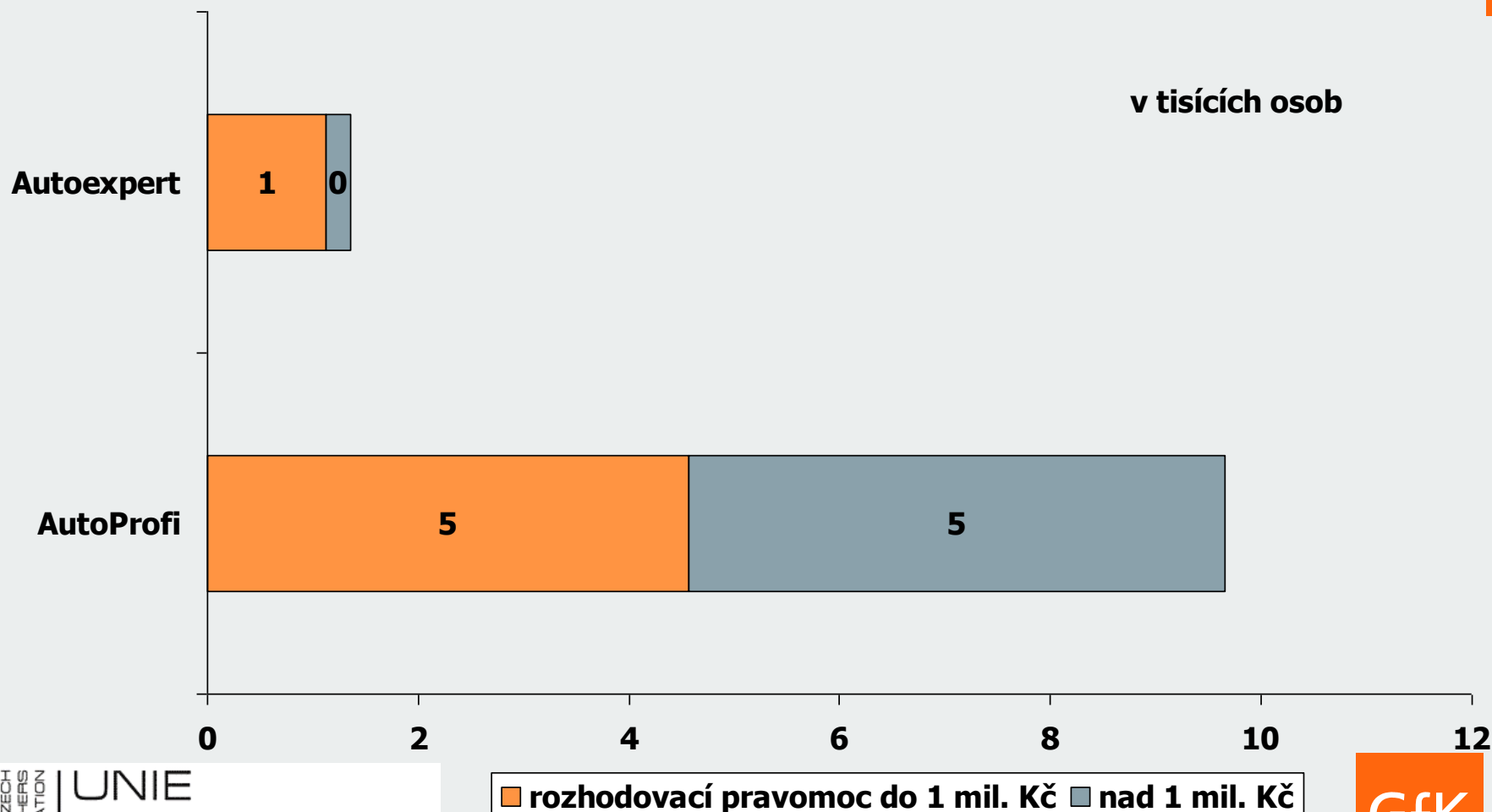
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

69



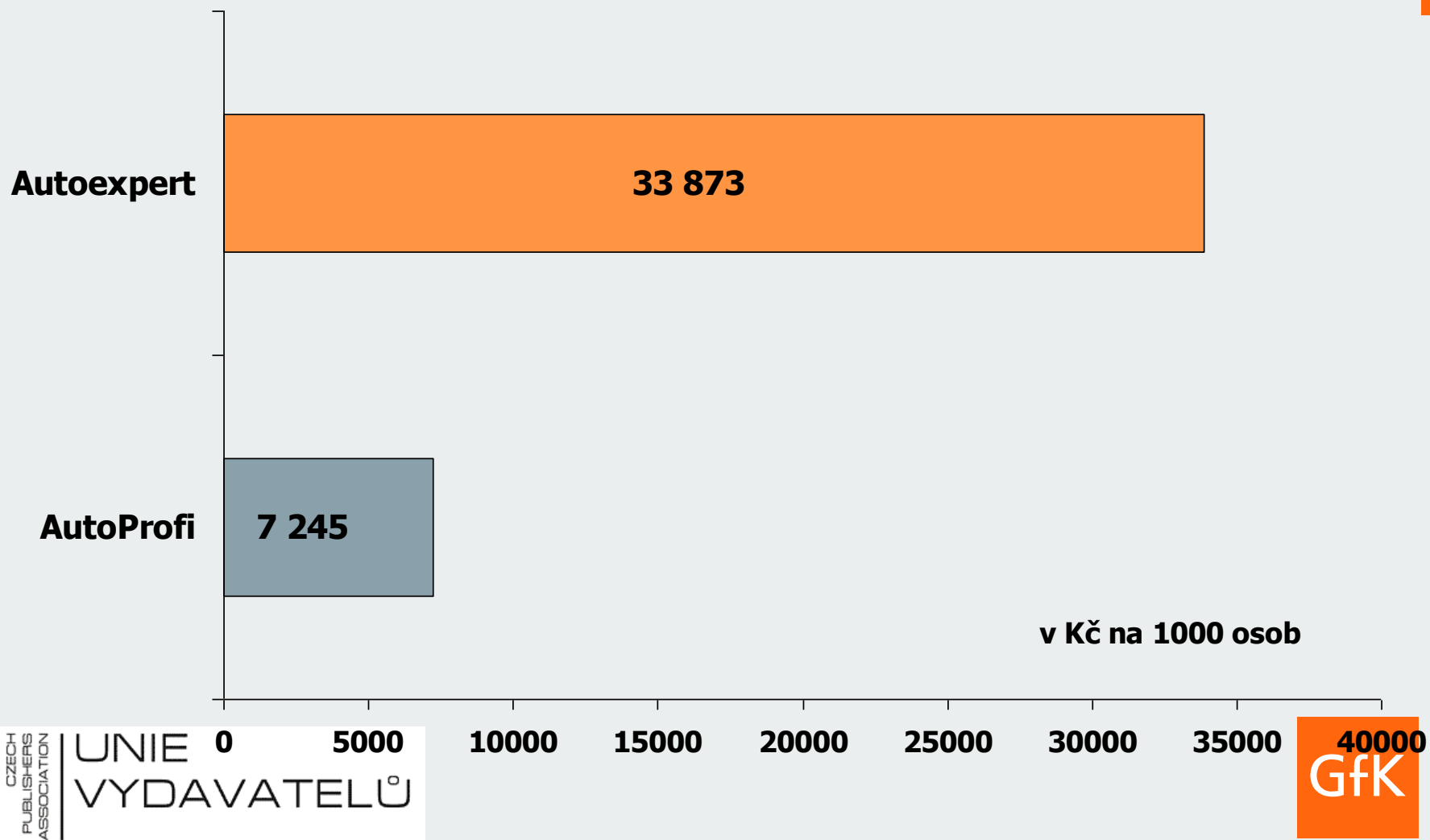
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

70



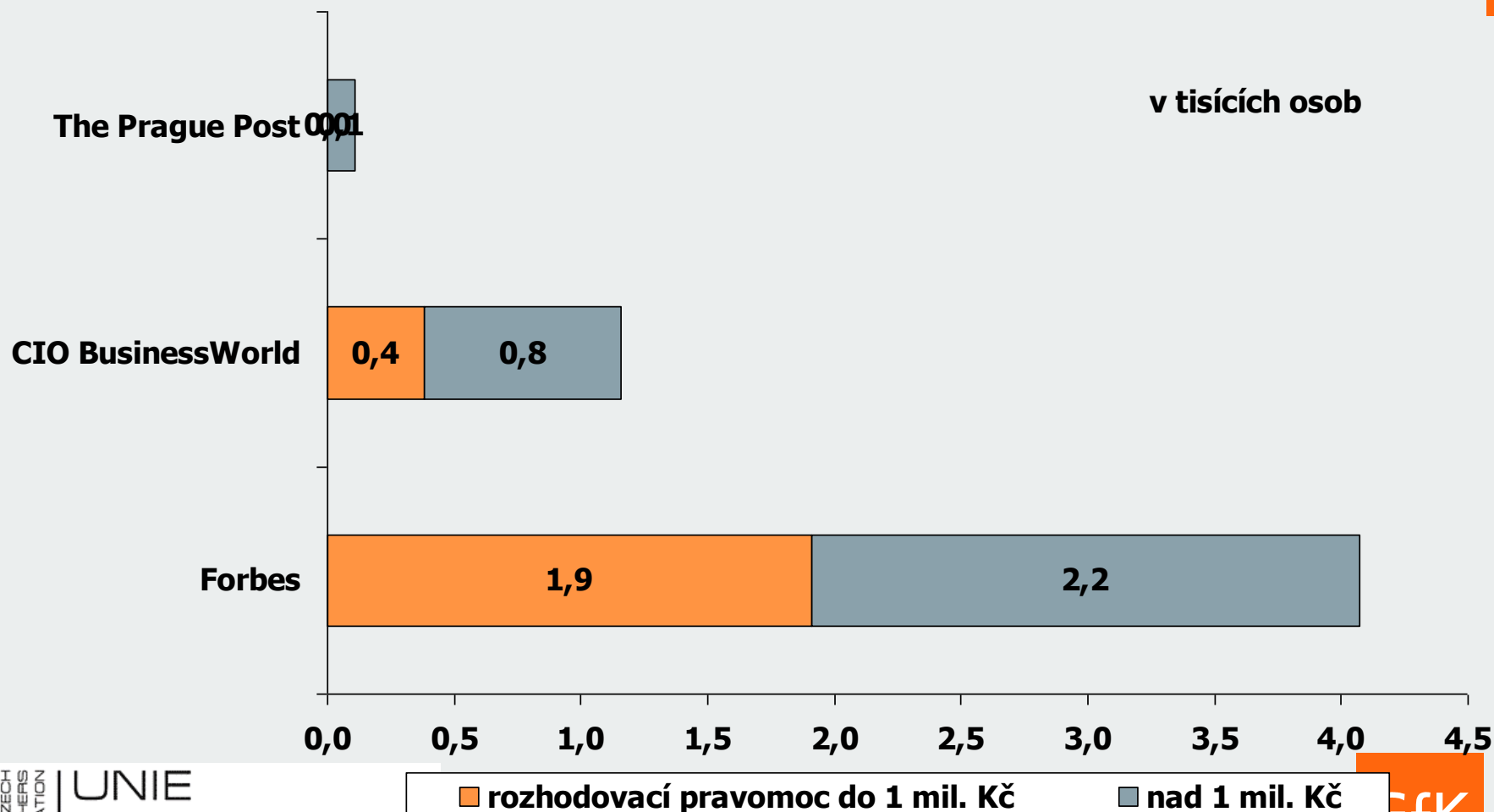
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

71



Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

72



Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti vozového parku a plánujících pořízení

73

CIO BusinessWorld**73 433****Forbes****54 136**

v Kč na 1000 osob

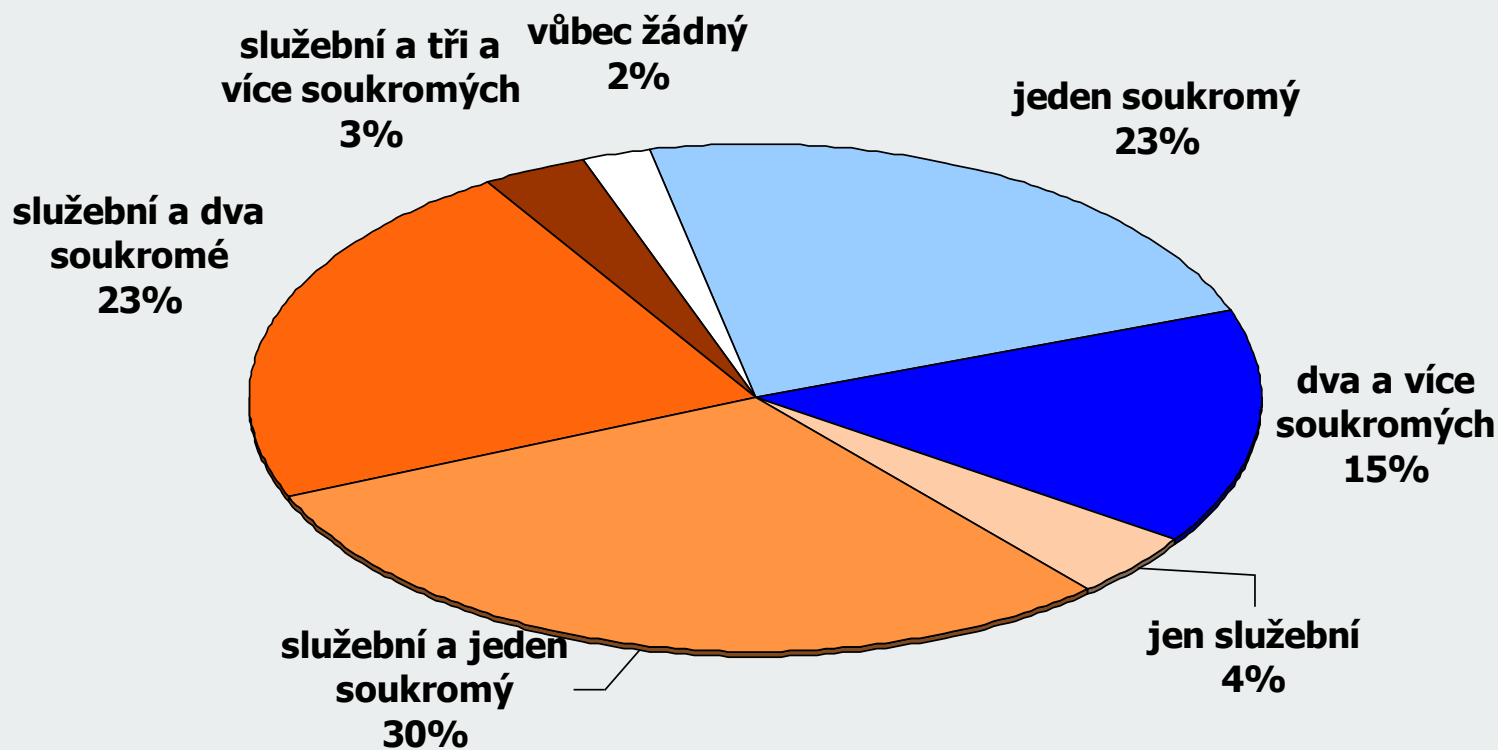
0 10000 20000 30000 40000 50000 60000 70000 80000



Výsledky výzkumu - soukromí

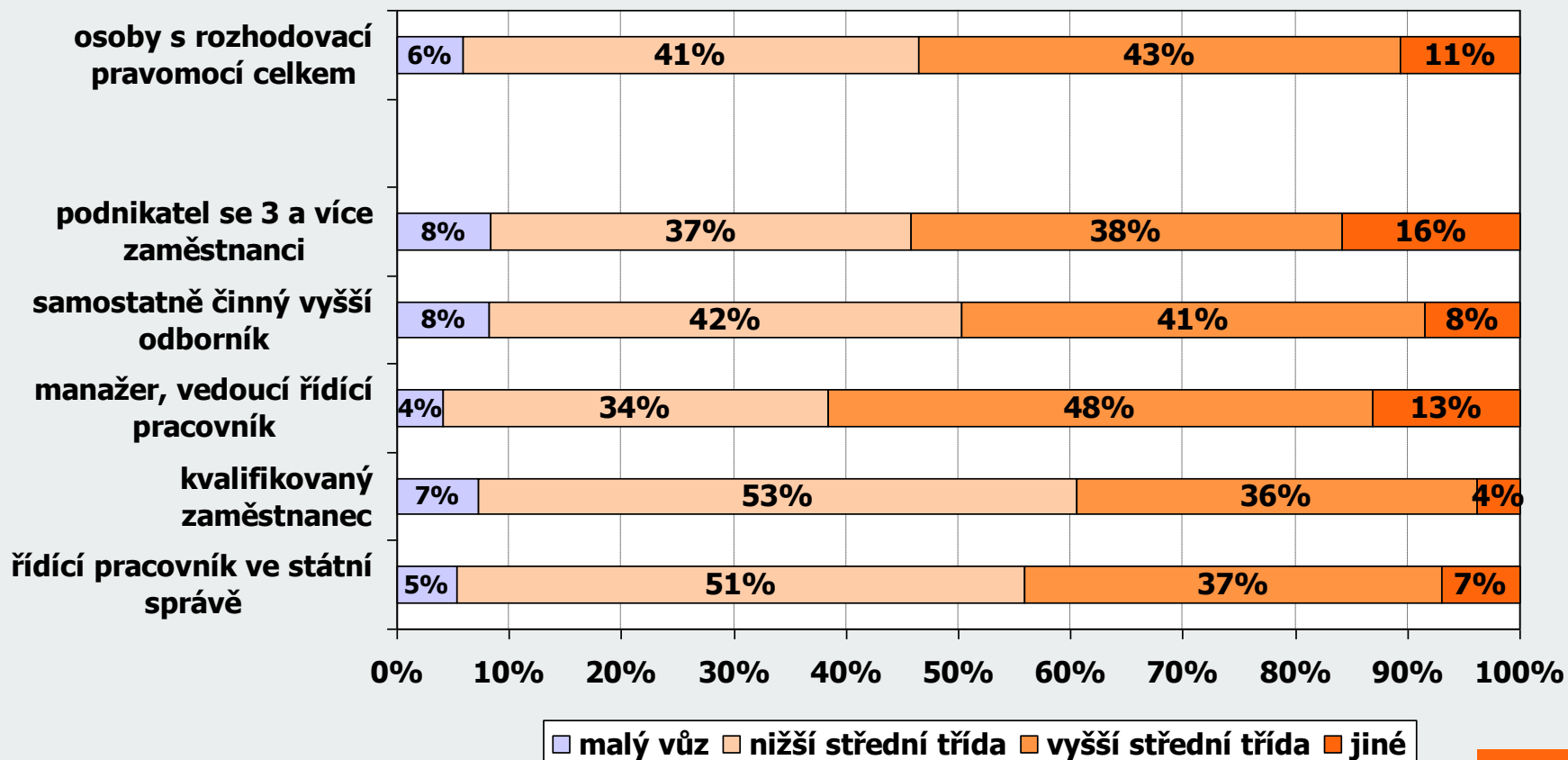
Výsledky výzkumu – soukromí – auta

75



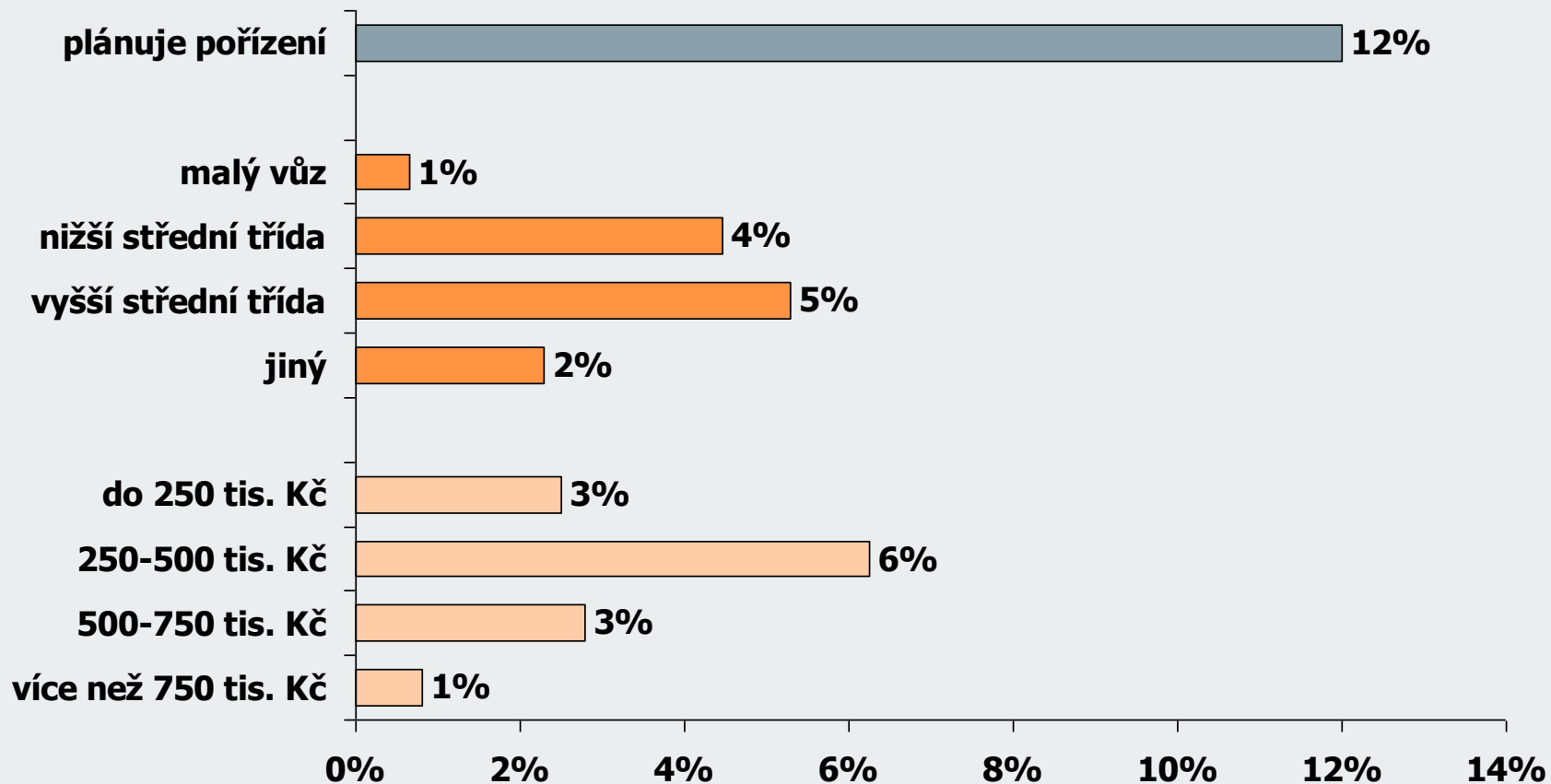
Výsledky výzkumu – soukromí – třída nejčastěji používaného auta

76



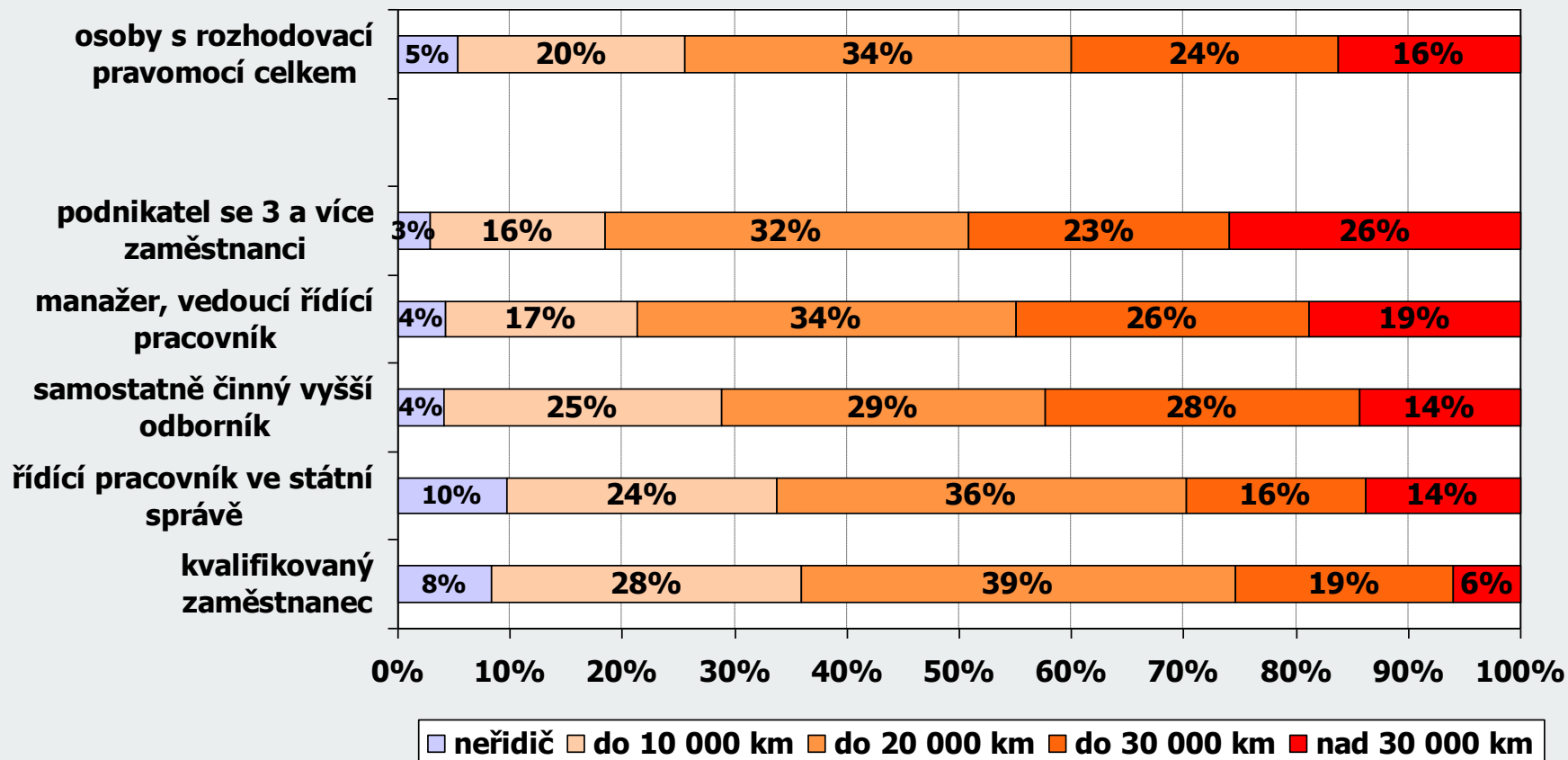
Výsledky výzkumu – soukromí – plán pořízení auta do domácnosti

77



Výsledky výzkumu – soukromí – ujeté km za rok

78



Děkuji za pozornost

GfK Praha, s.r.o.

Na Hřebenech II 1718, 140 00 Praha 4

telefon: 603 261 904, fax: 251 815 800

mail: pavel.rusy@gfk.com

[http: www.gfk.cz](http://www.gfk.cz)