

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**

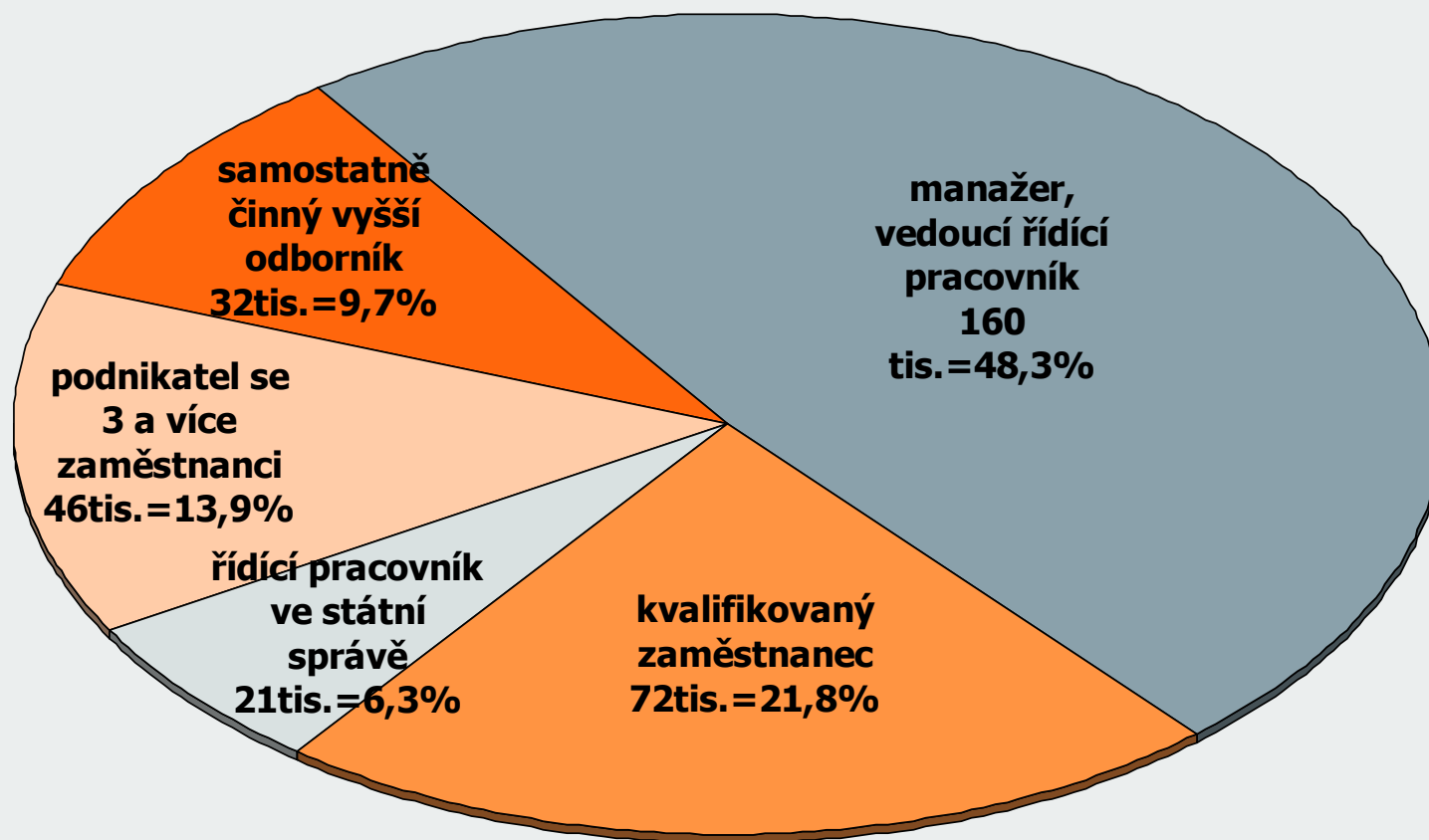
2

Struktura vzorku

Struktura osob s rozhodovací pravomocí

Celkový počet 331 tis. osob

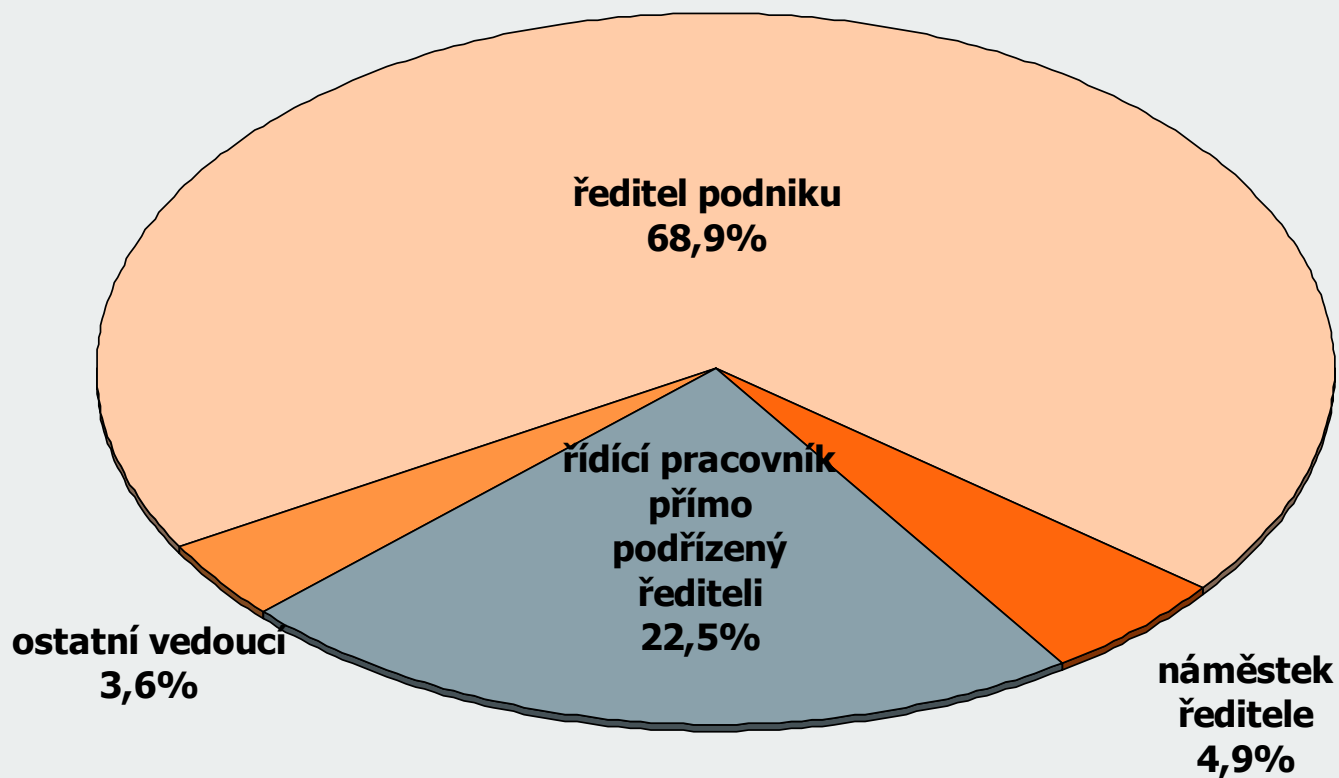
9



Vážené údaje v tisících a procentech

Struktura vzorku – manažeři

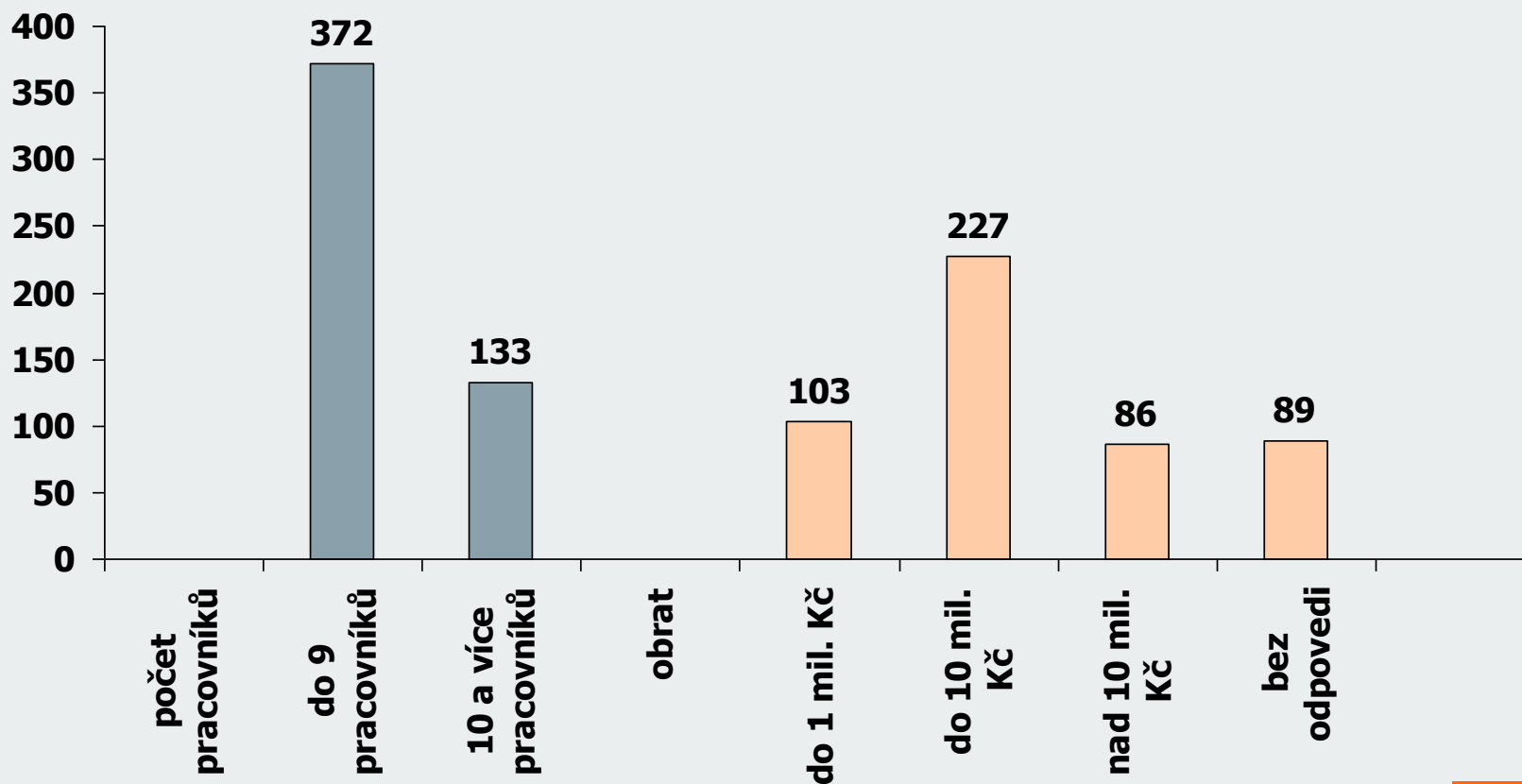
10



Údaje v procentech nevážených respondentů

Struktura vzorku – podnikatelé

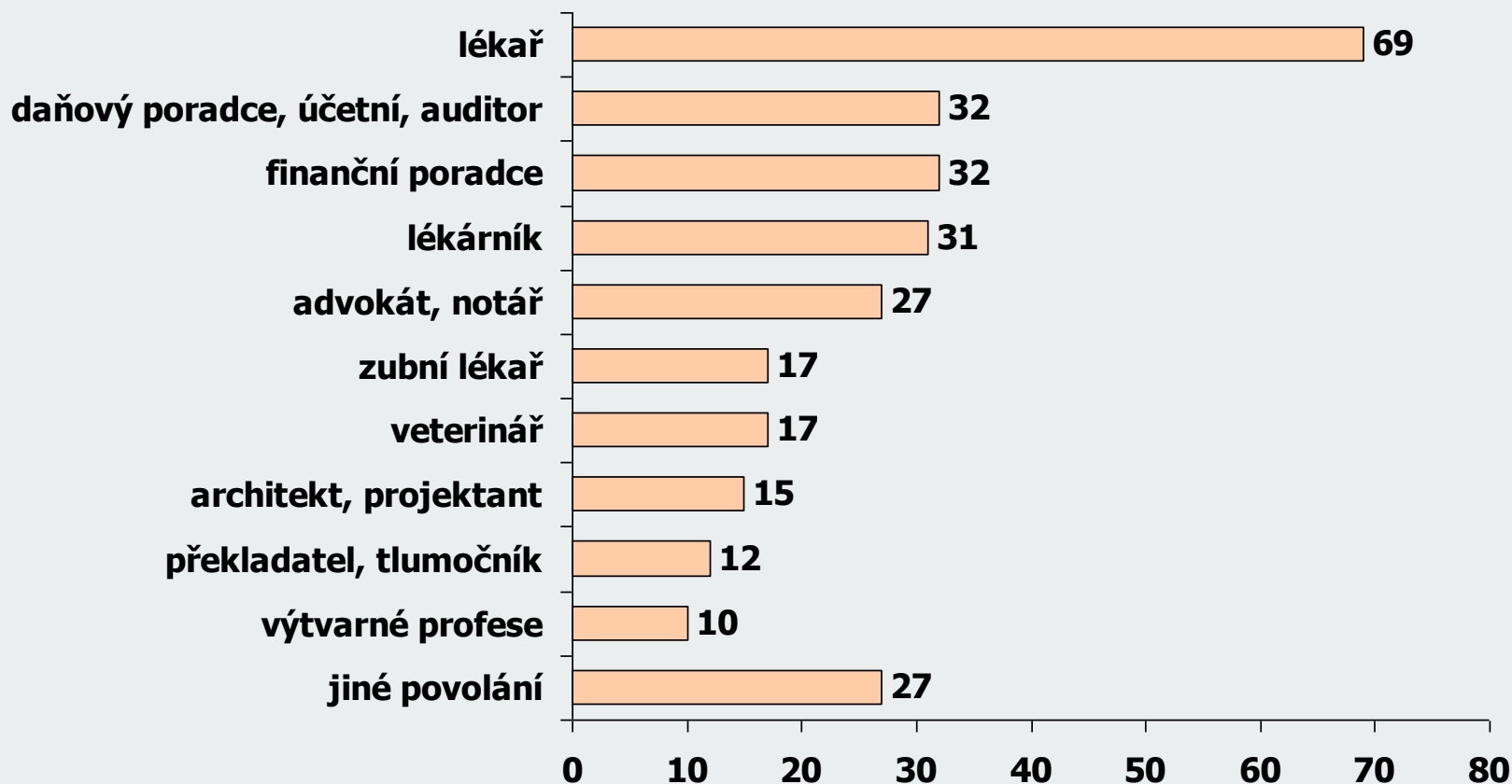
11



Údaje v počtech nevážených respondentů

Struktura vzorku – samostatně činní vyšší odborníci

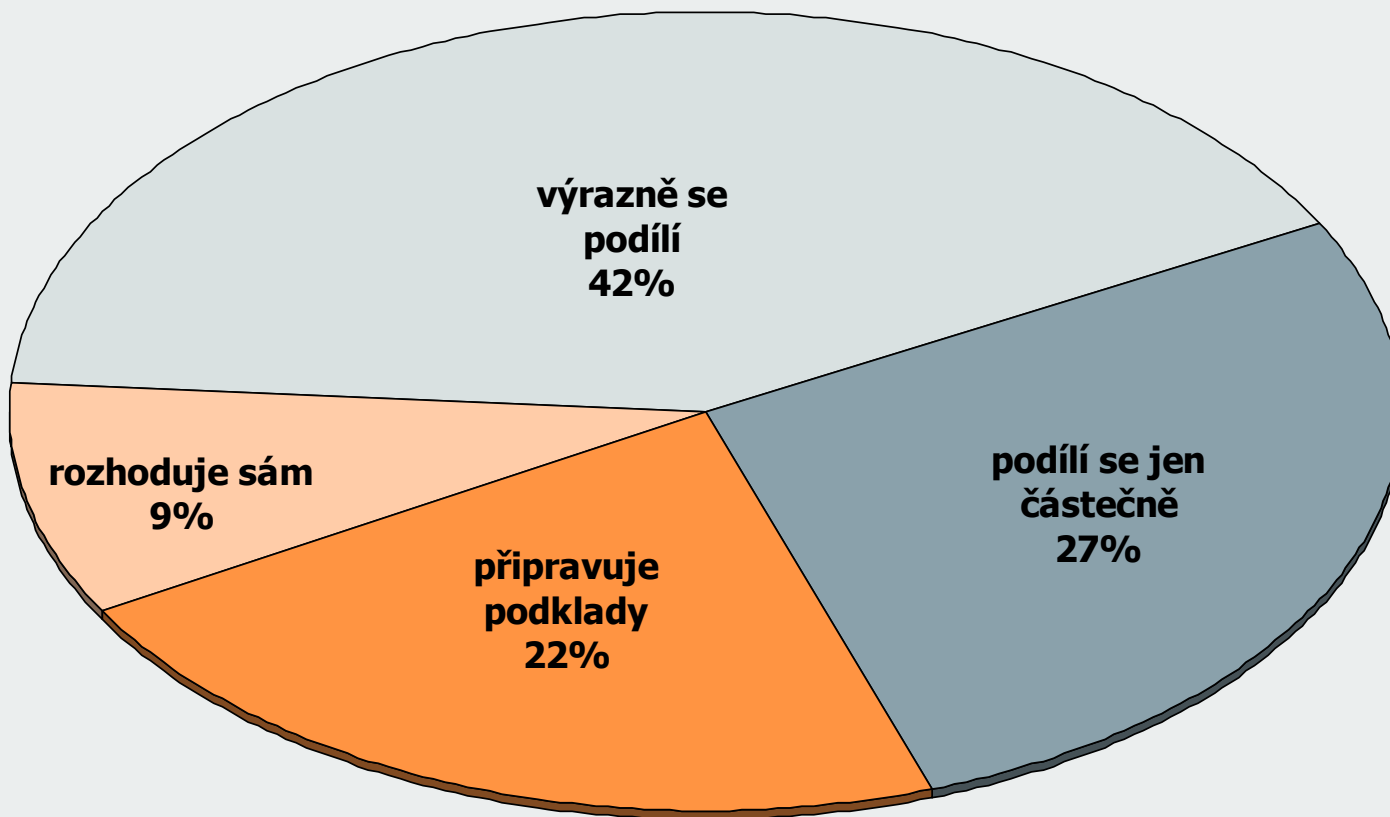
12



Údaje v počtech nevážených respondentů

Struktura vzorku – kvalifikovaní zaměstnanci

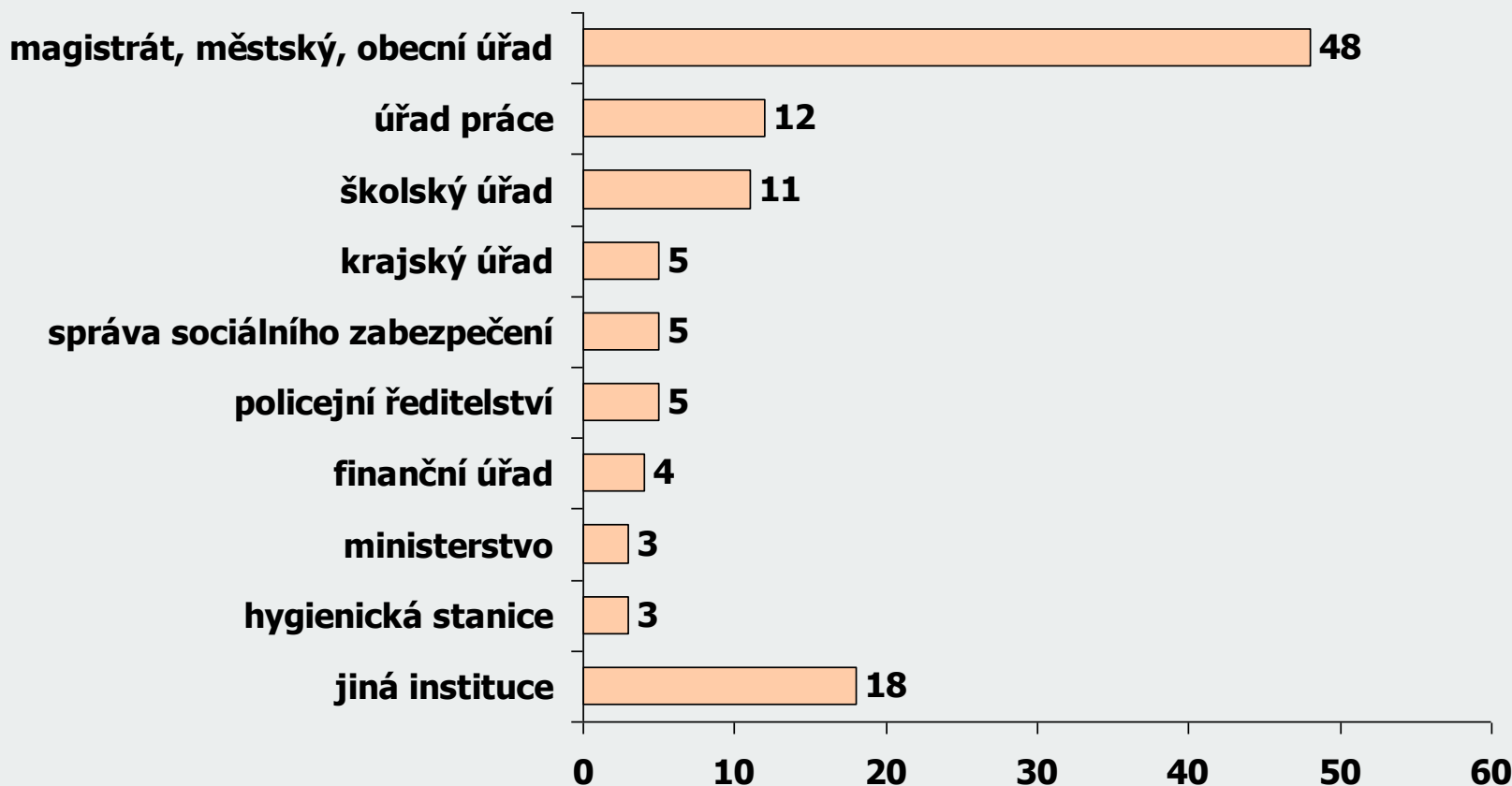
13



Údaje v procentech nevážených respondentů

Struktura vzorku – řídicí pracovníci státní správy

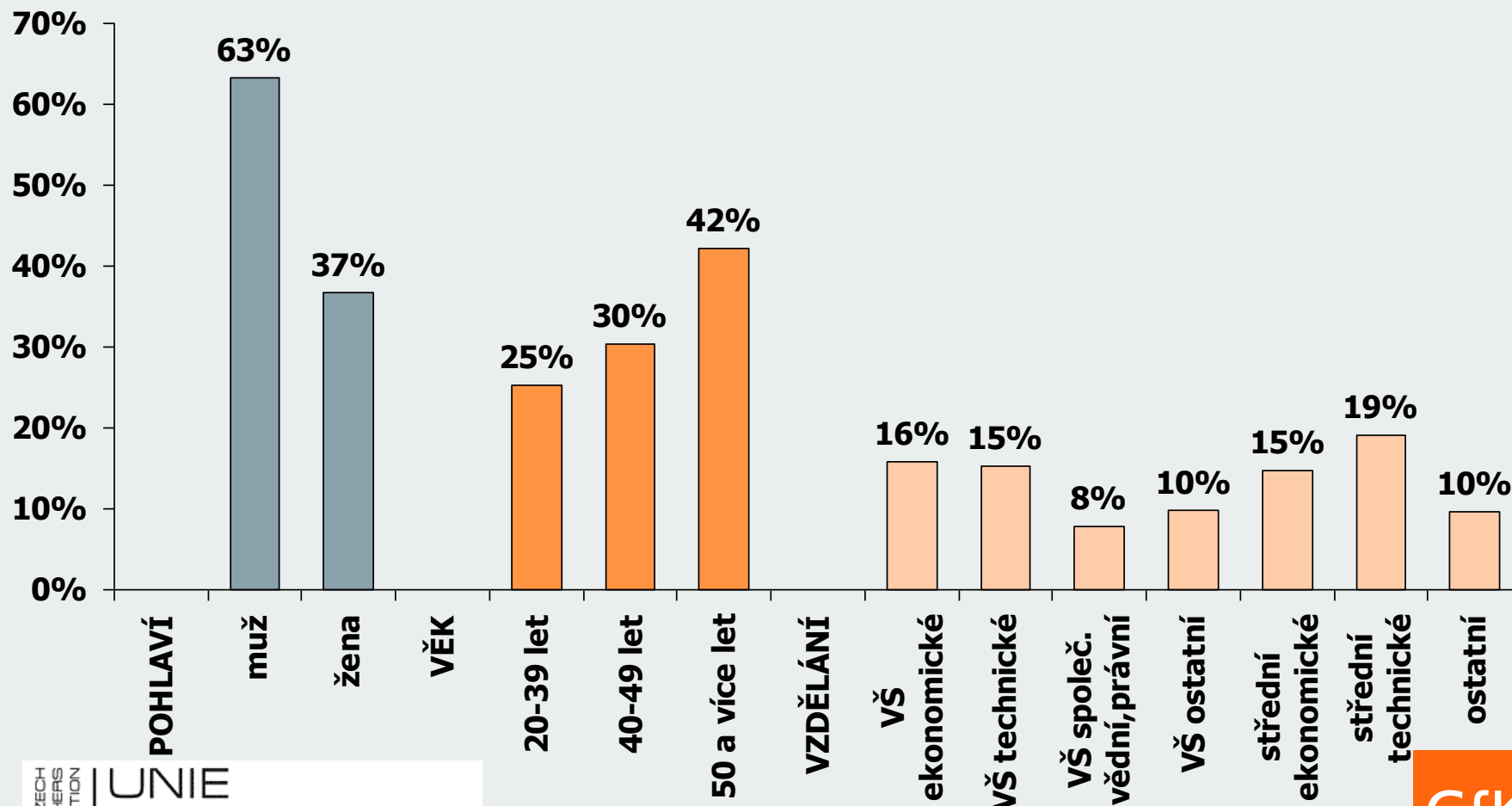
14



Údaje v počtech nevážených respondentů

Struktura vzorku – pohlaví, věk, vzdělání

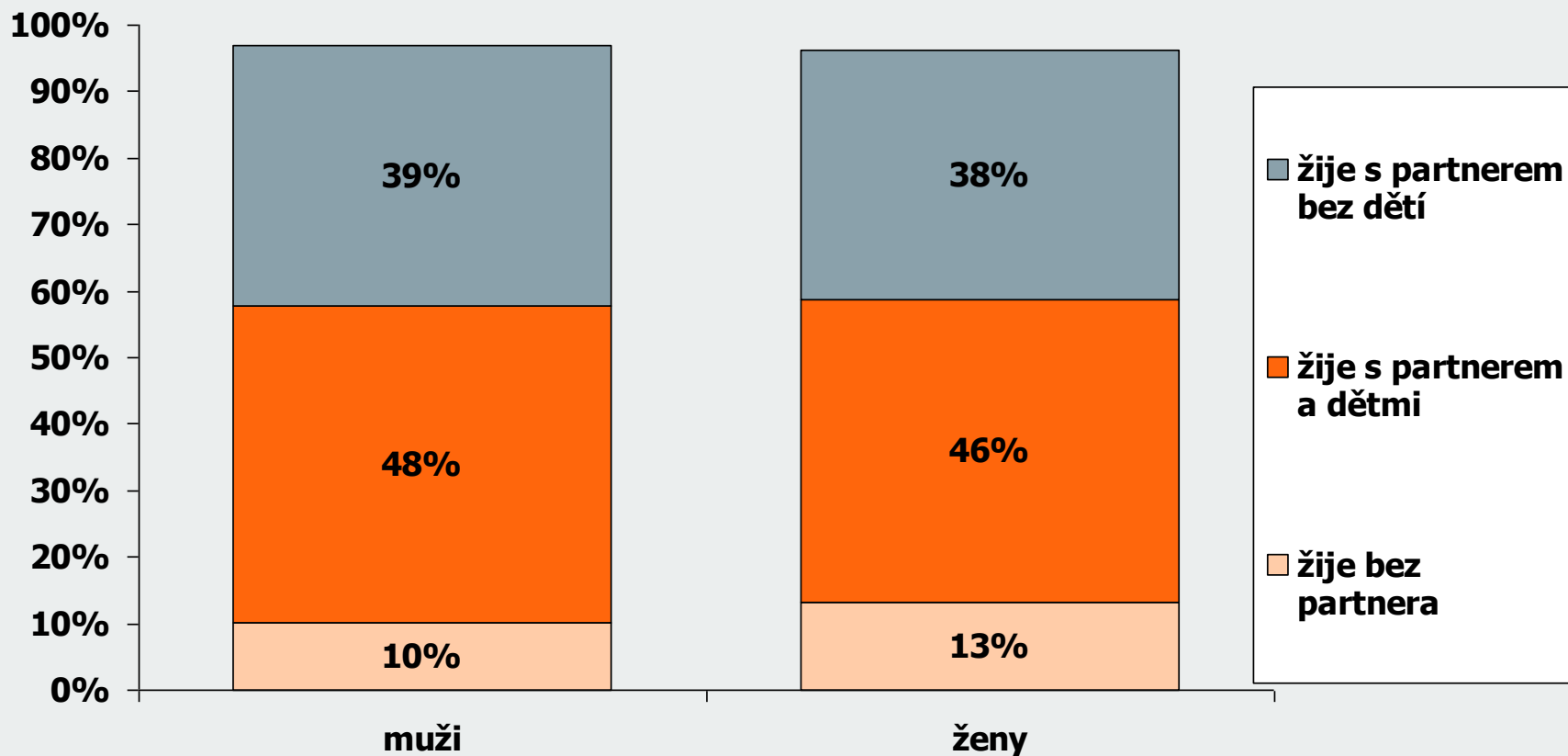
15



Údaje v procentech nevážených respondentů

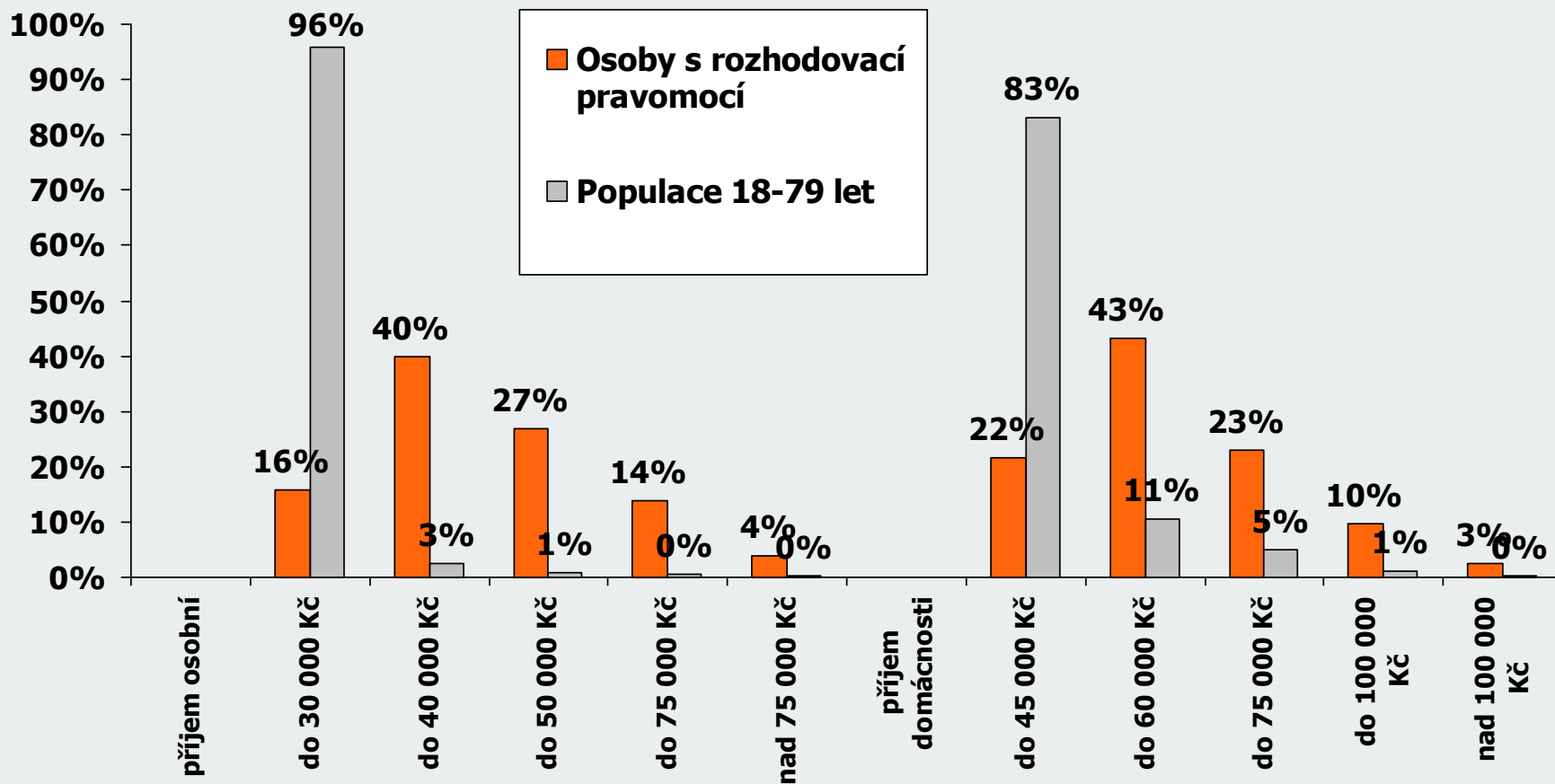
Struktura vzorku – typ rodiny podle pohlaví

16



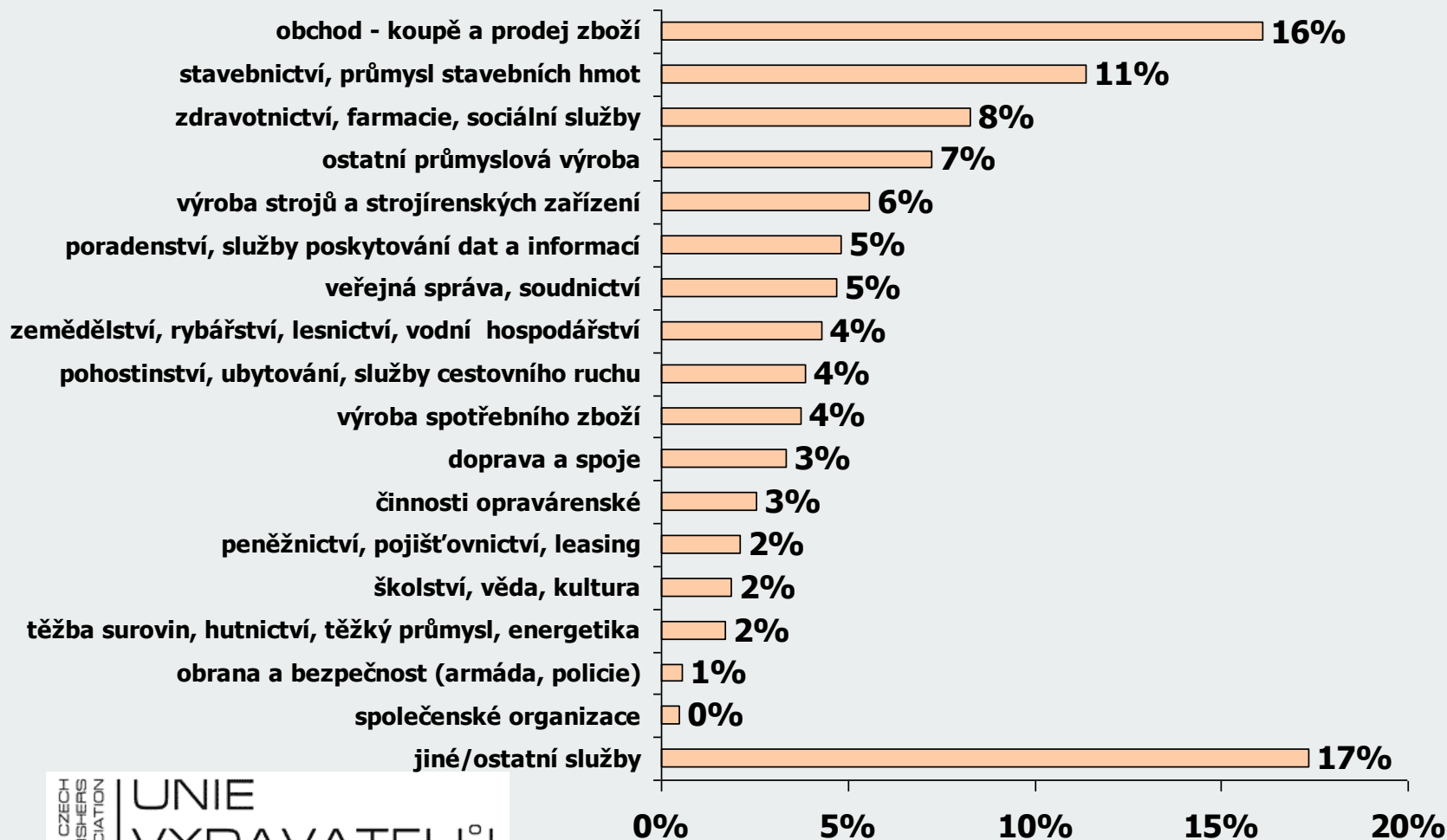
Struktura vzorku – příjmová struktura

17



Struktura vzorku – hlavní činnost

18



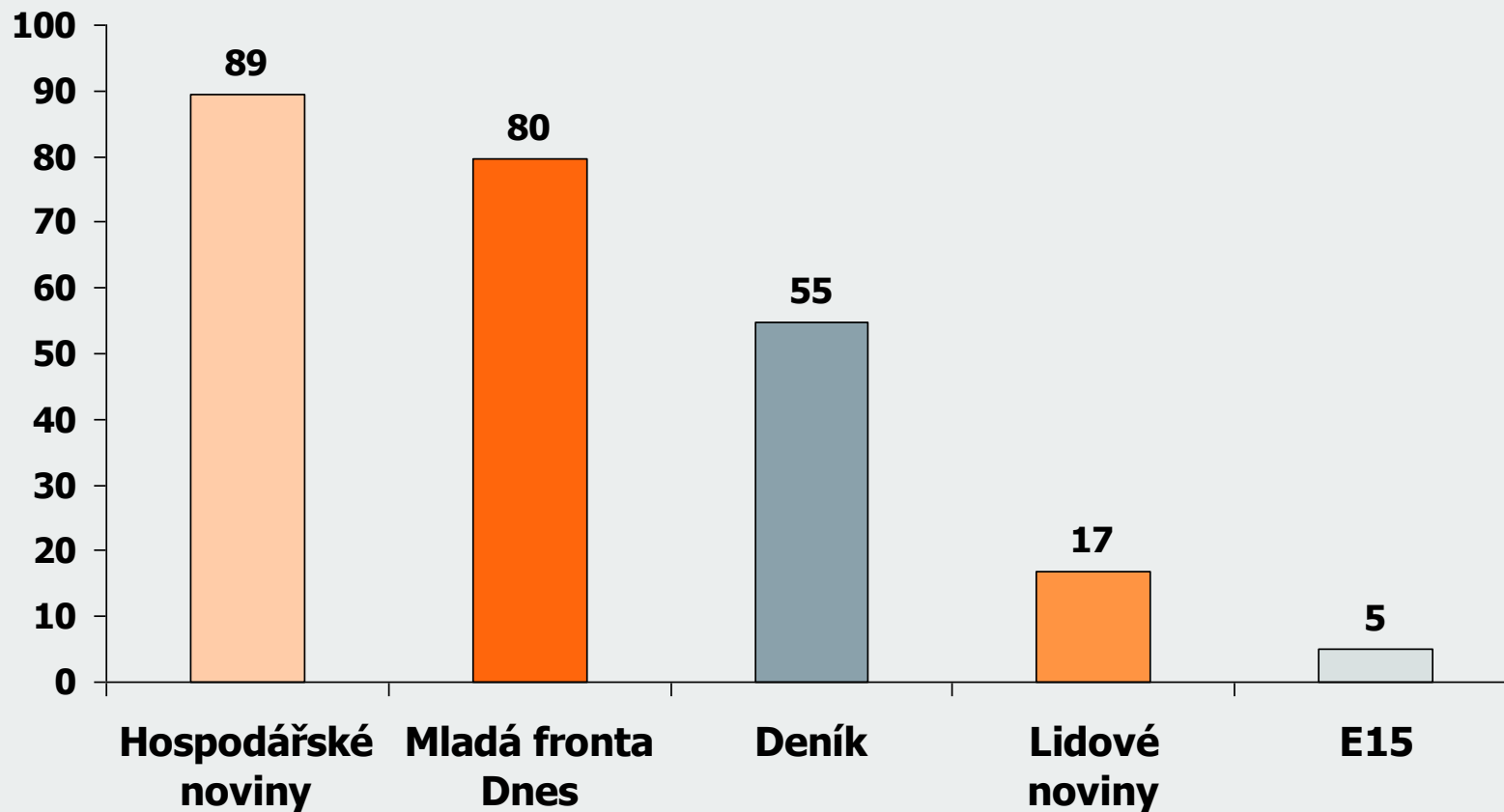
Údaje v procentech neváženého vzorku



Výsledky výzkumu - média

Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání

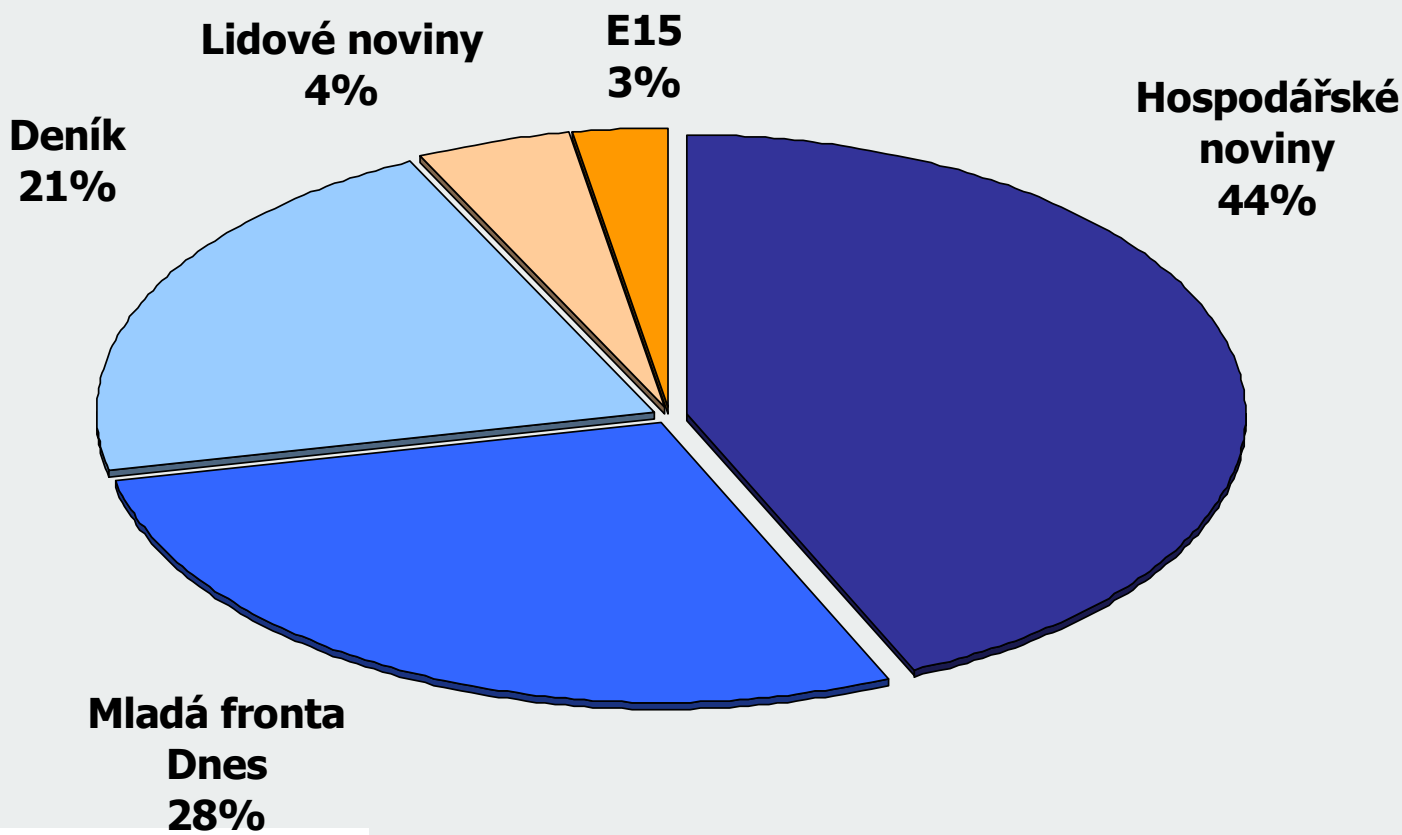
20



Výsledky výzkumu – média – deníky

Podíly dle úhrnné výše objemu rozhodování čtenářů

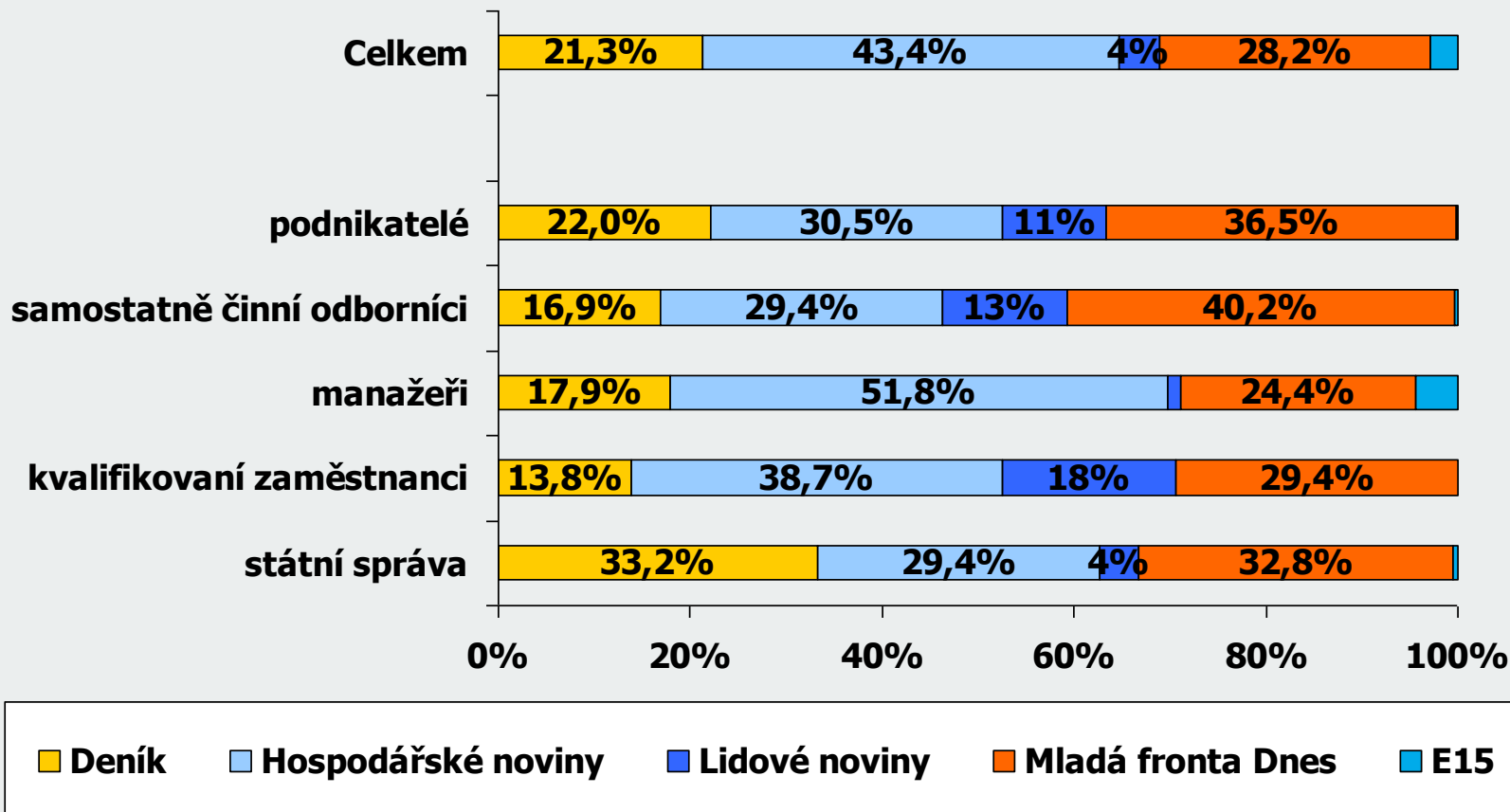
21



Výsledky výzkumu – média – deníky

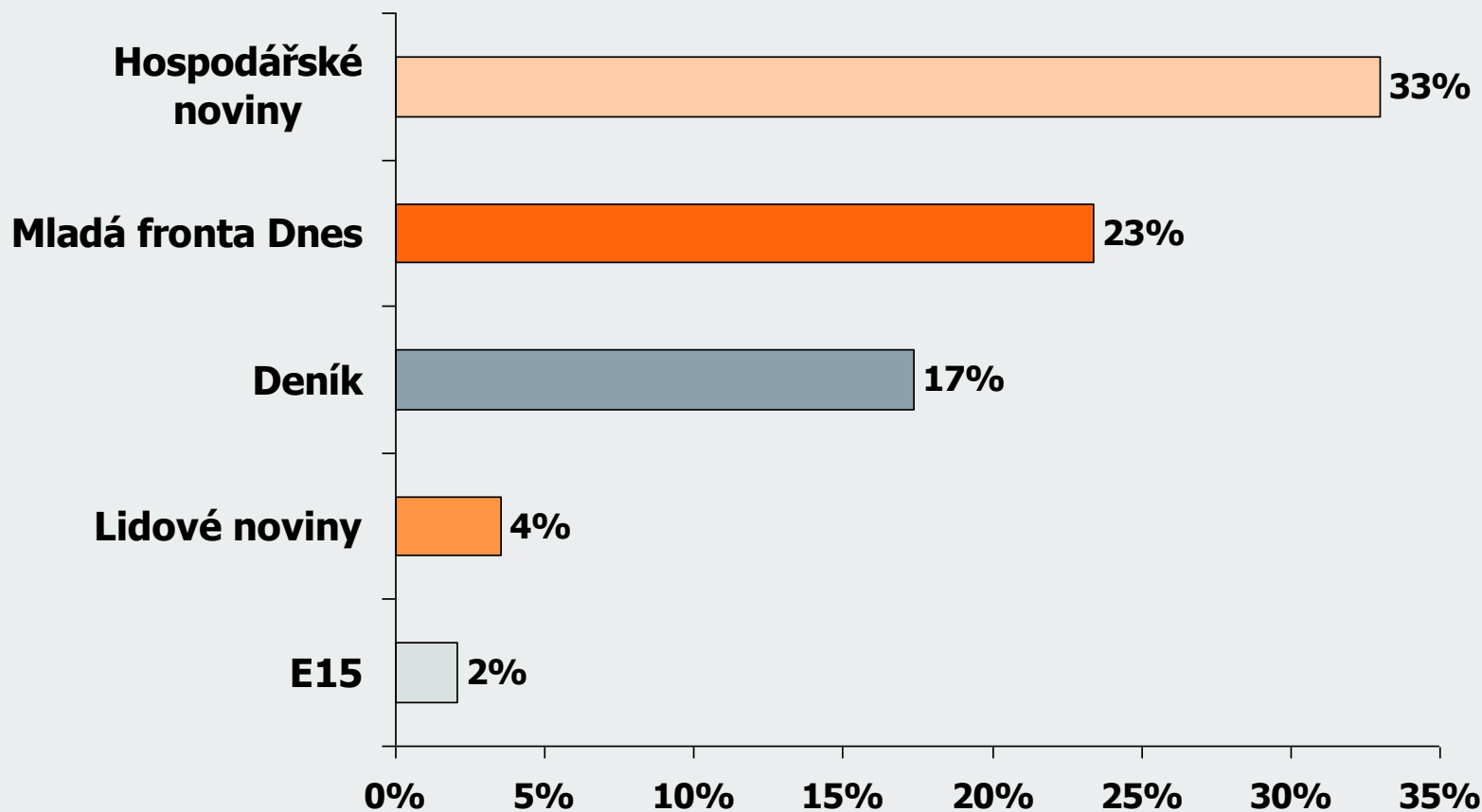
Podíly dle úhrnné výše objemu rozhodování čtenářů

22



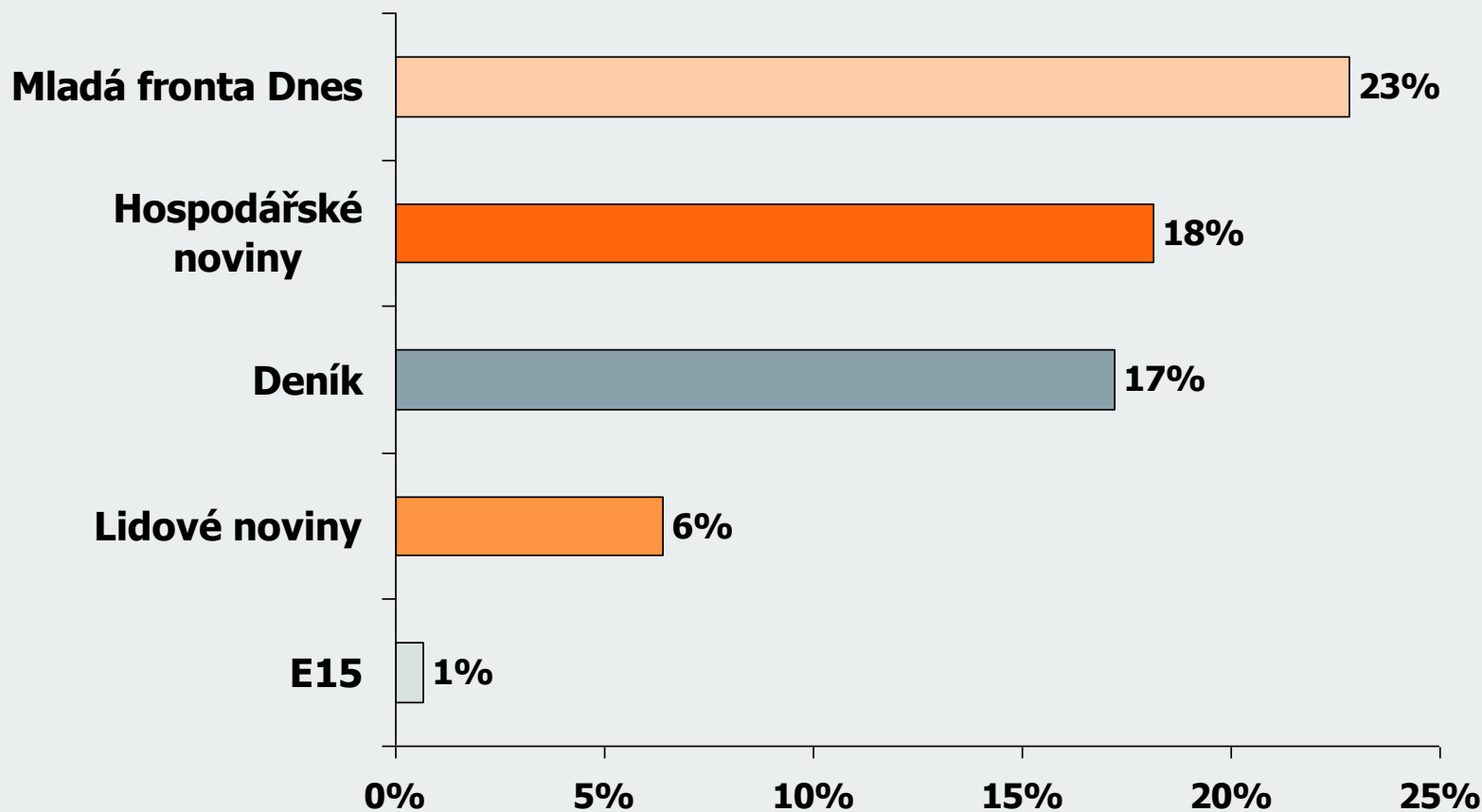
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Manažer, vedoucí řídicí pracovník

23



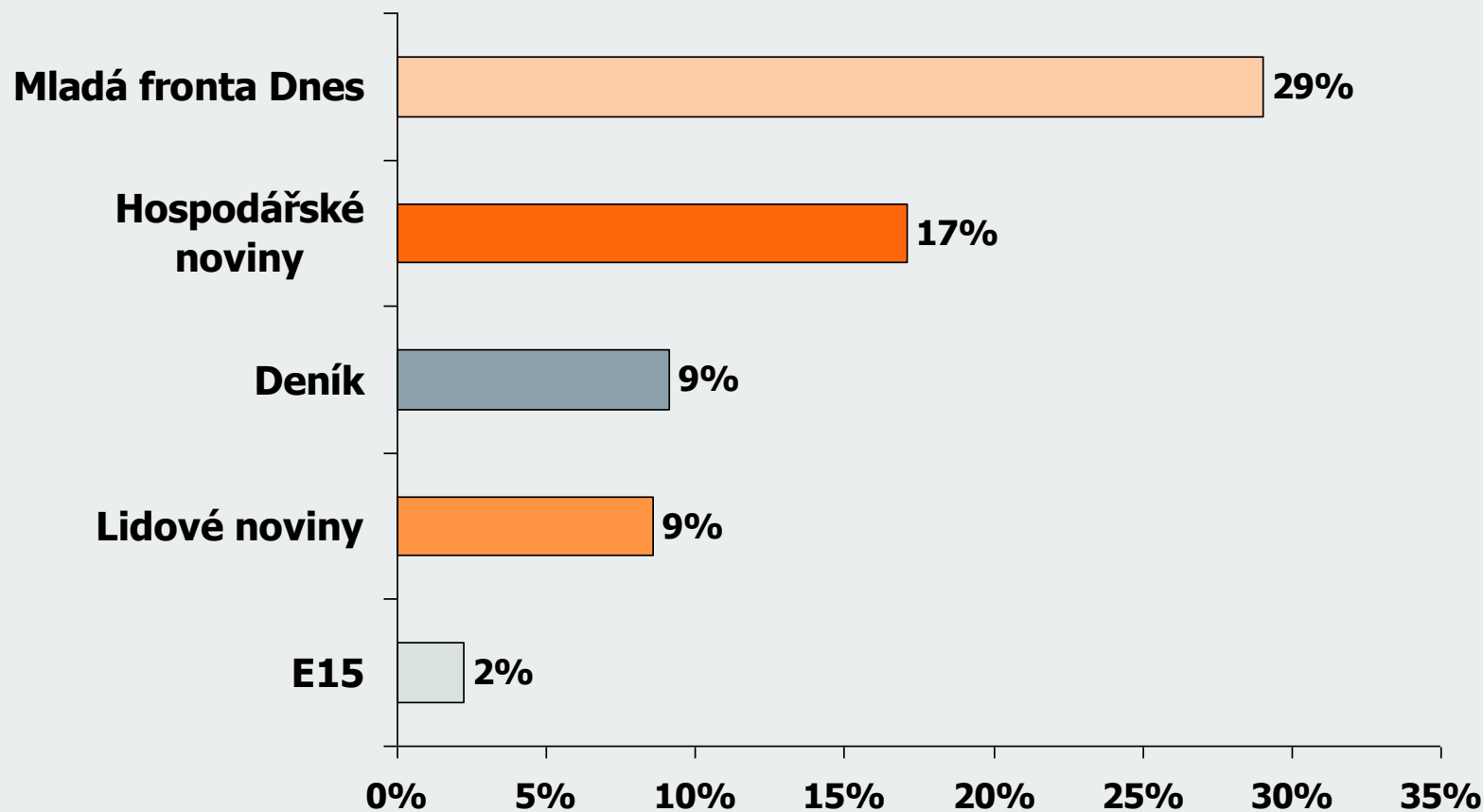
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Podnikatel se 3 a více zaměstnanci

24



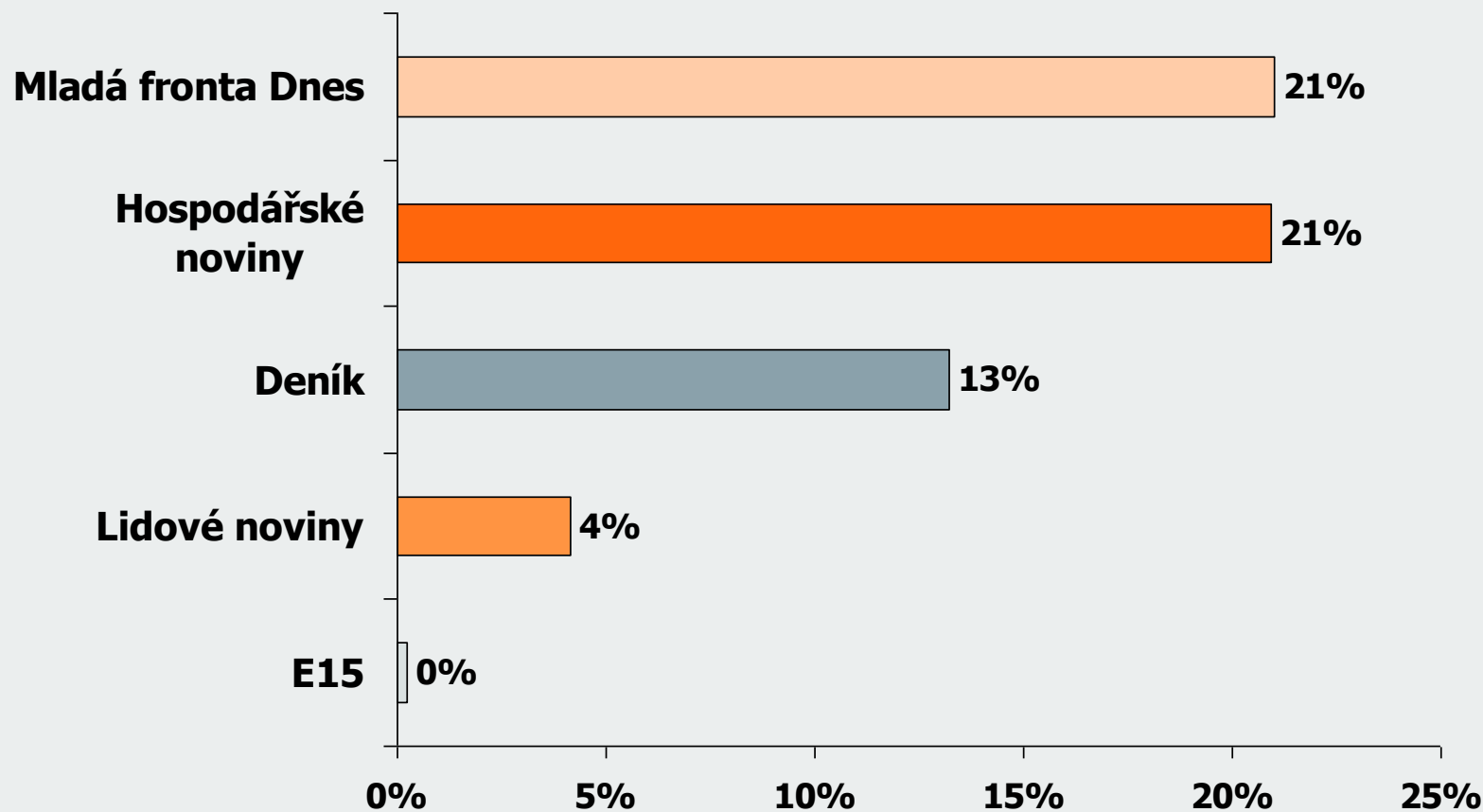
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Samostatně činný vyšší odborník

25



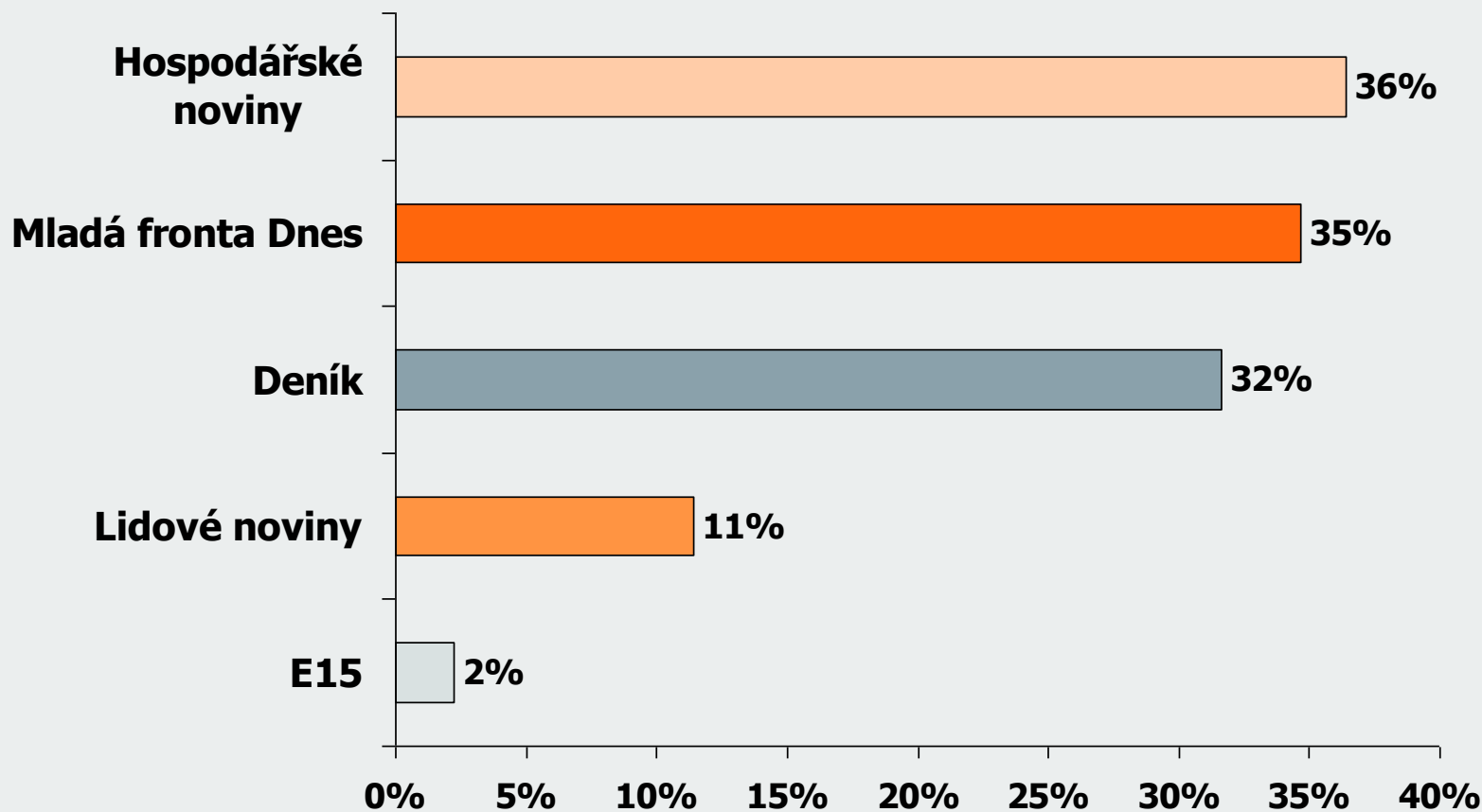
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Kvalifikovaný zaměstnanec

26



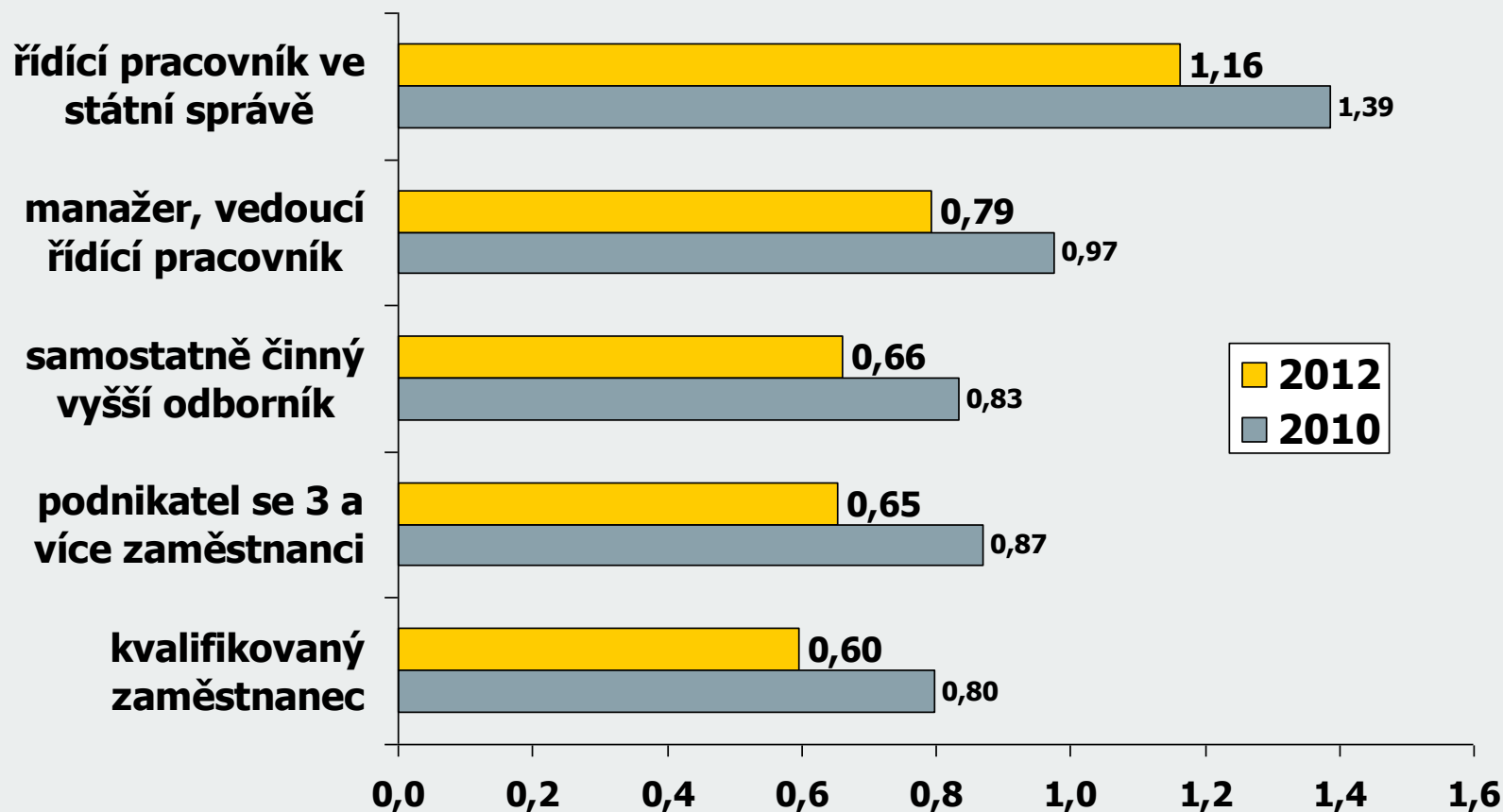
Výsledky výzkumu – média – deníky – čtenost na vydání Řídící pracovník ve státní správě

27



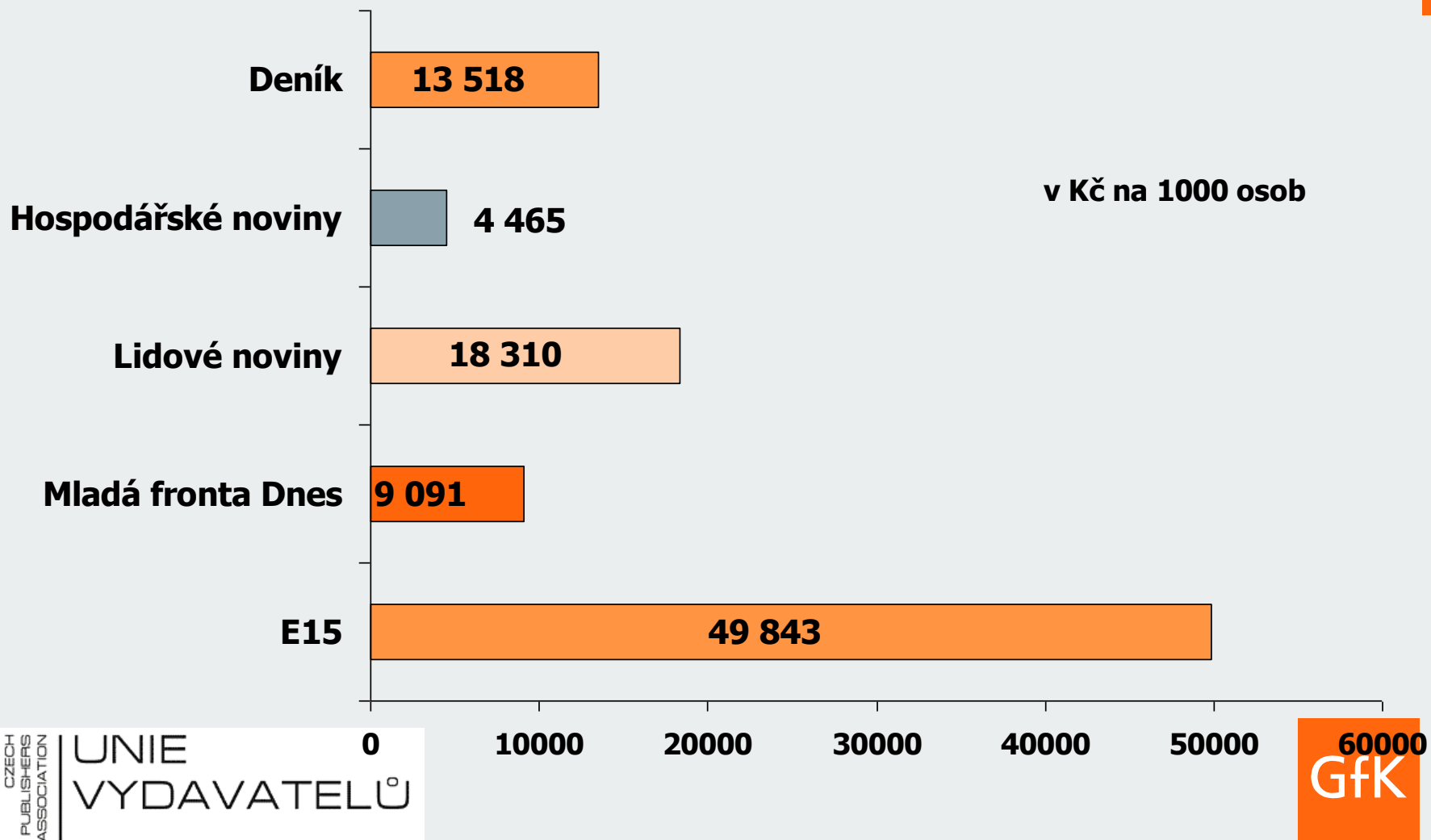
Počet čtených deníků na vydání dle hlavních skupin

28



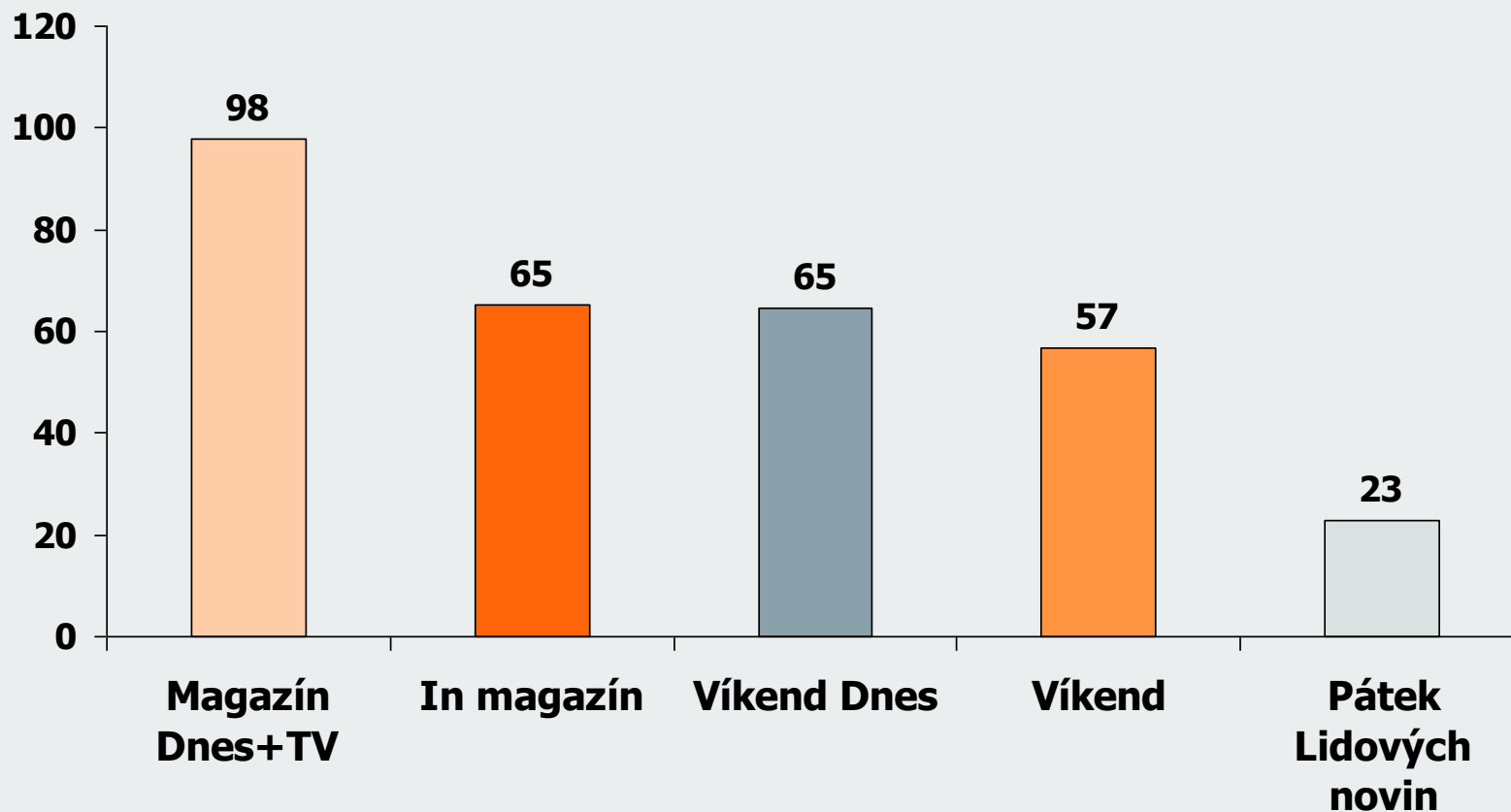
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

29



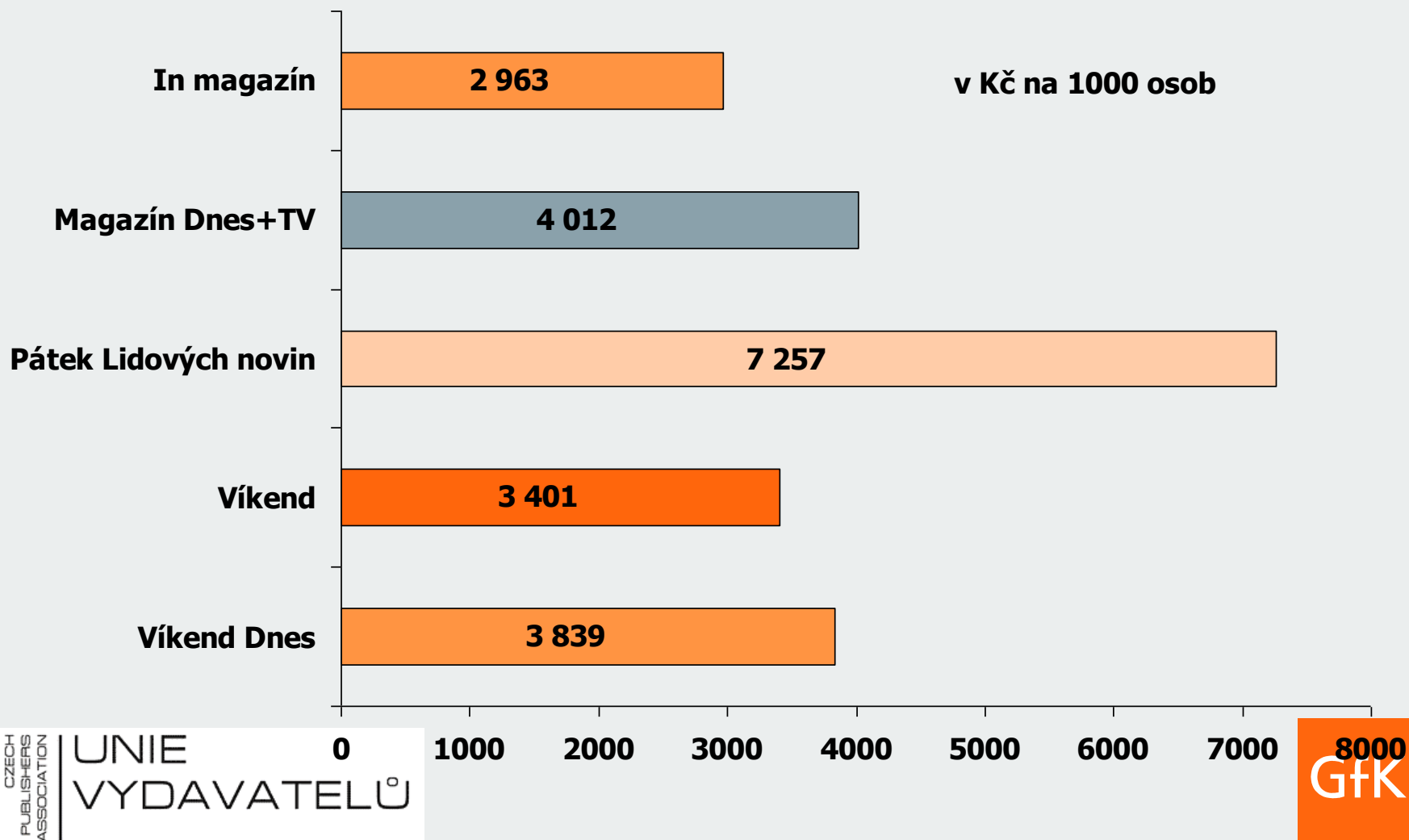
Výsledky výzkumu – média – supplementary – čtenost na vydání

30

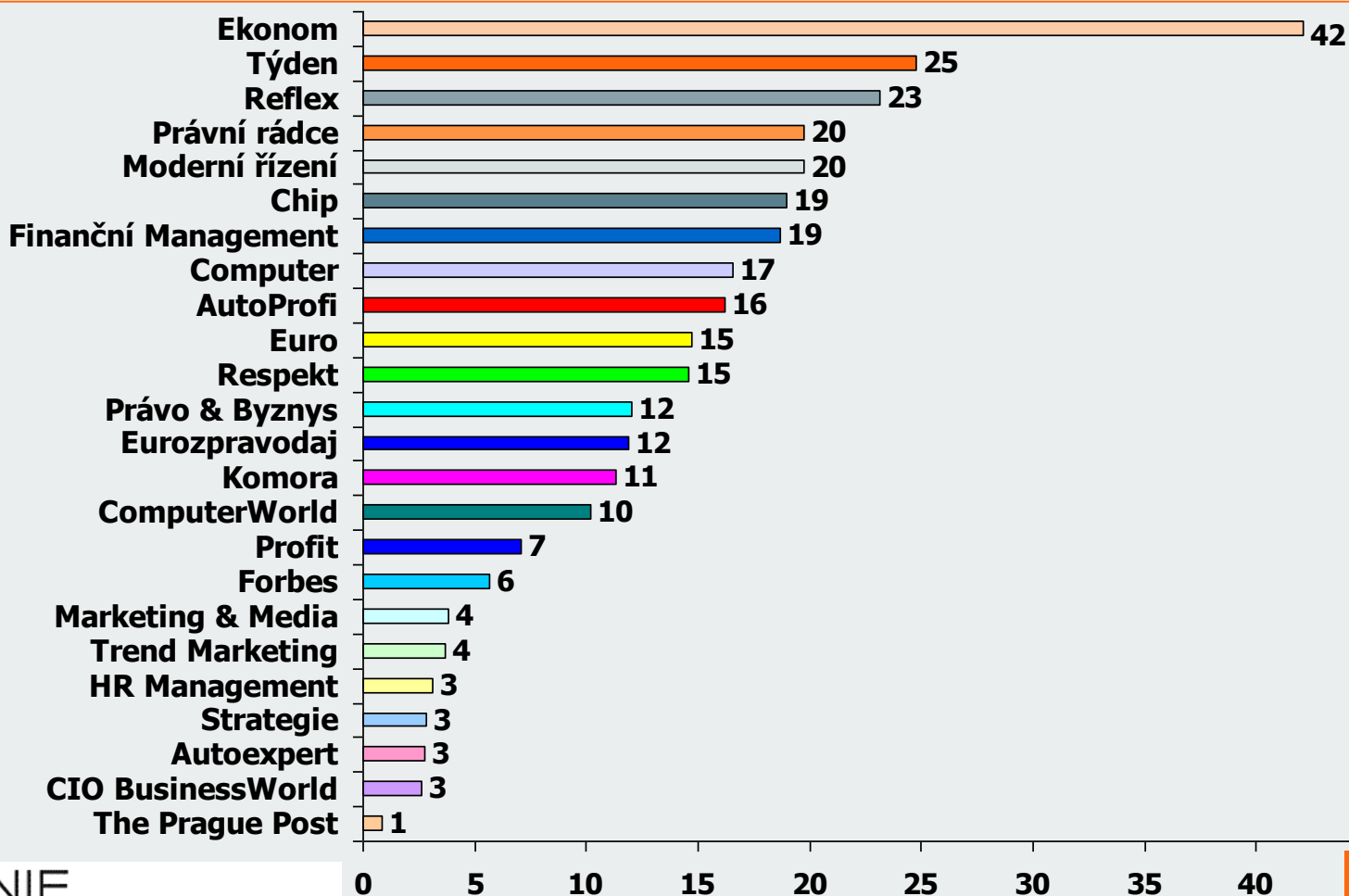


Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

31



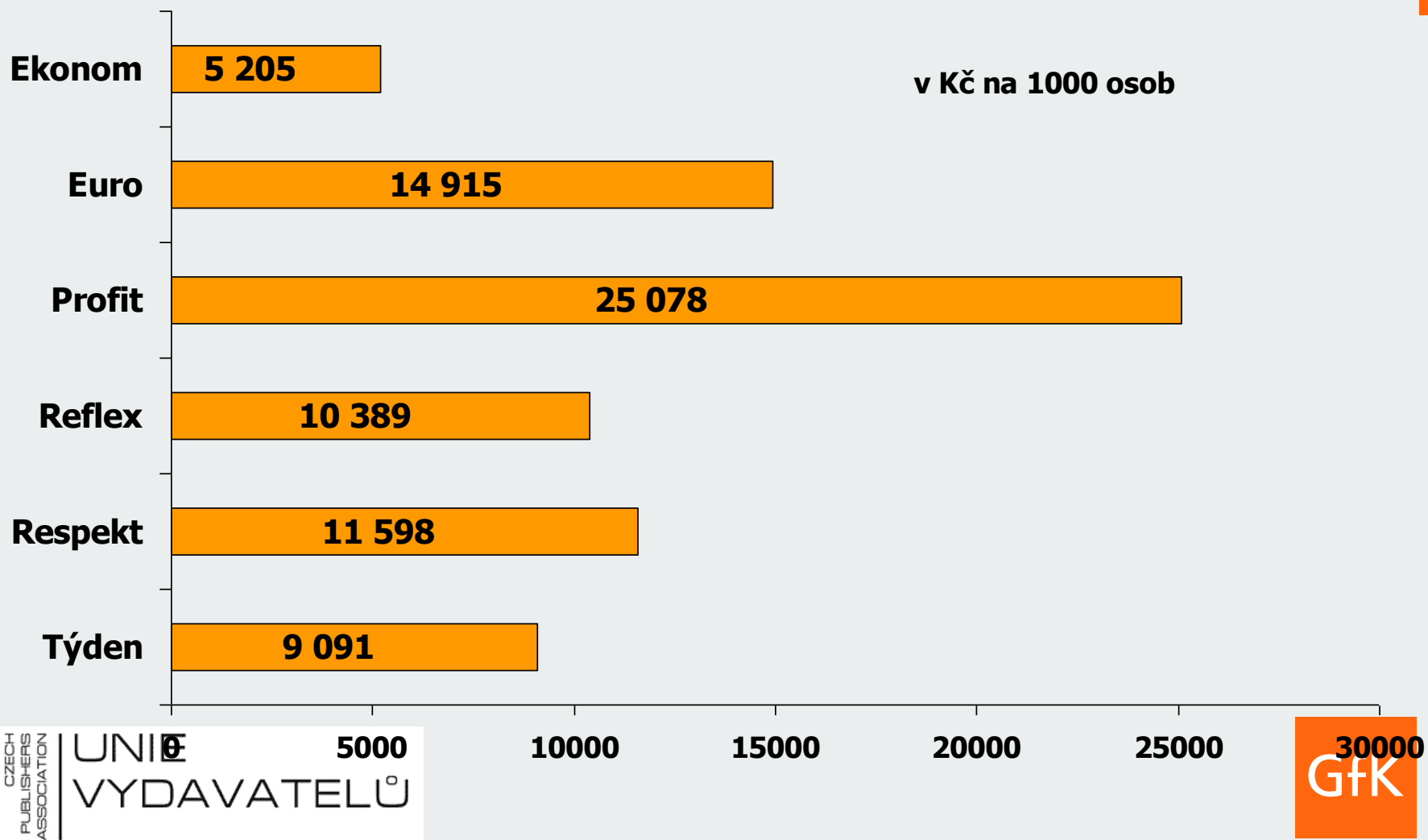
Výsledky výzkumu – média – časopisy – čtenost na vydání



32

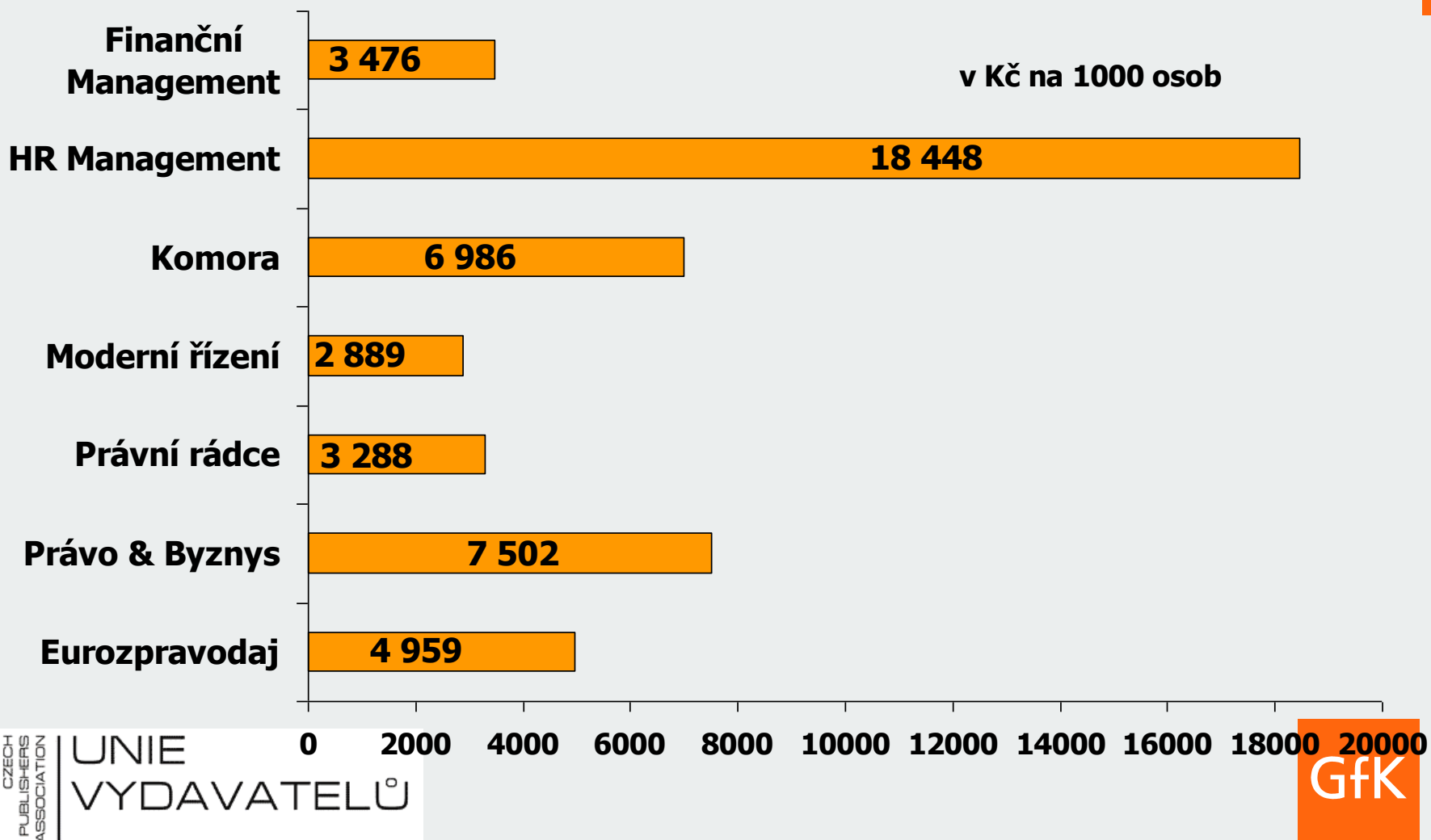
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

33



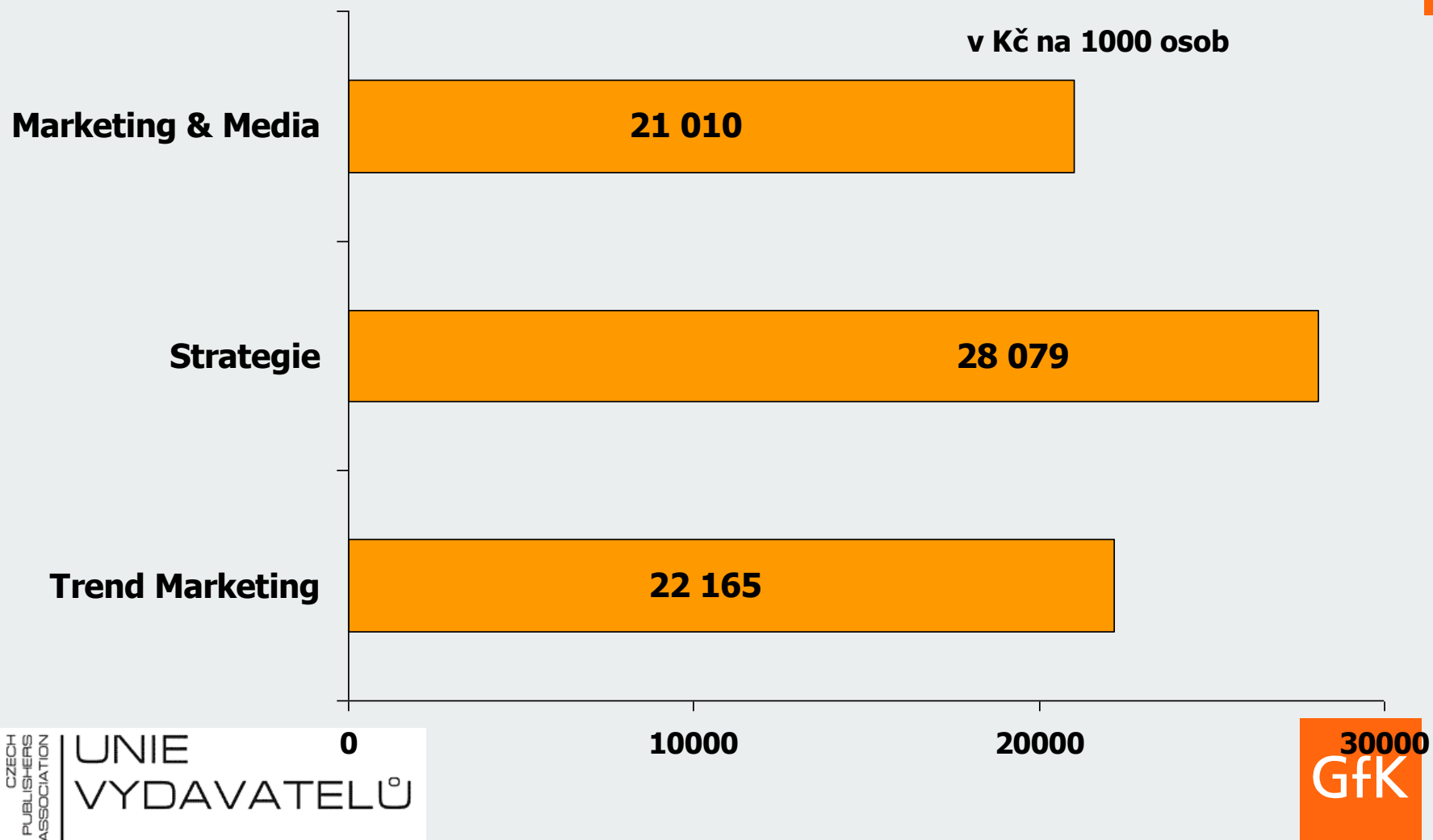
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

34



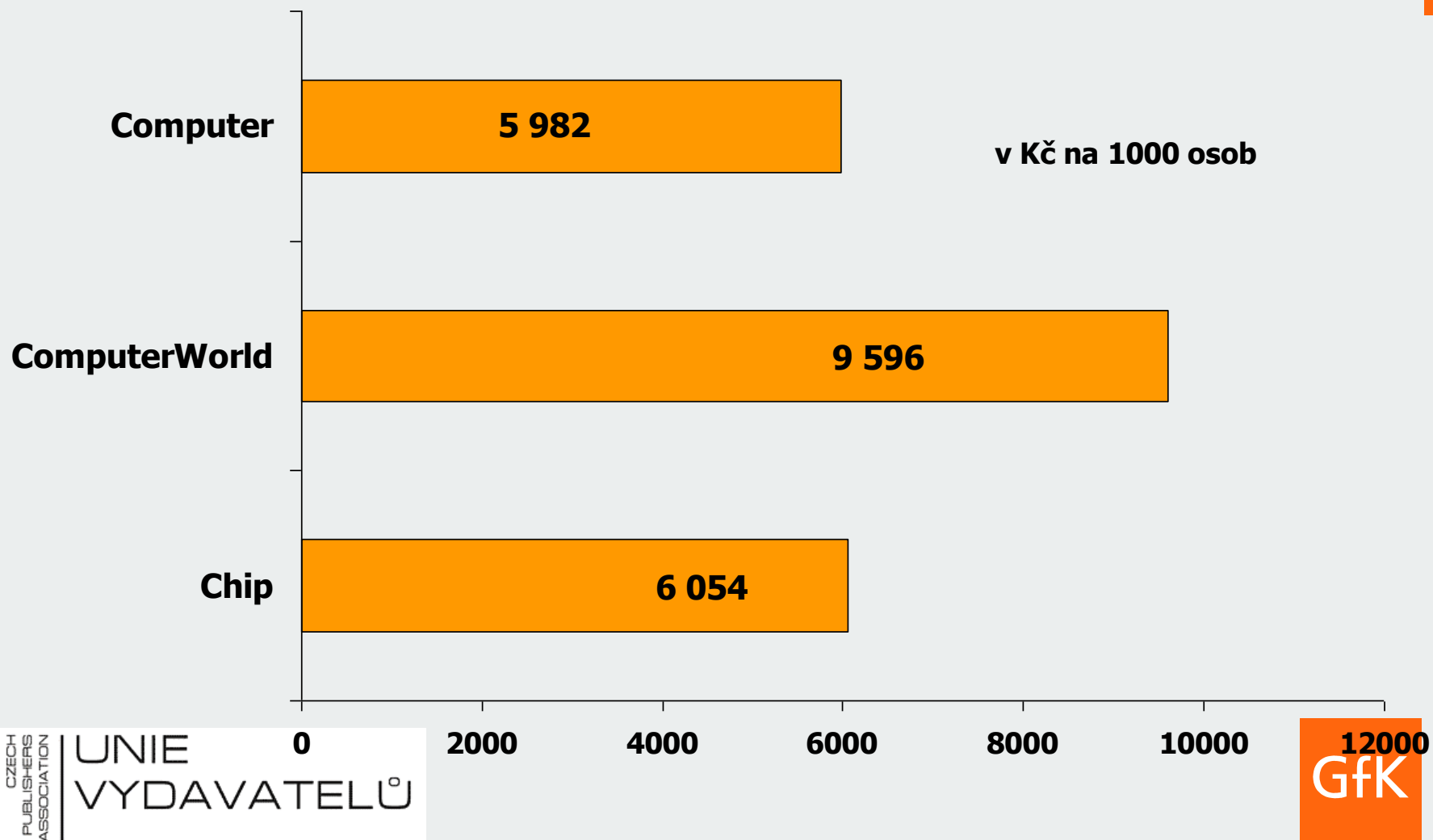
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

35



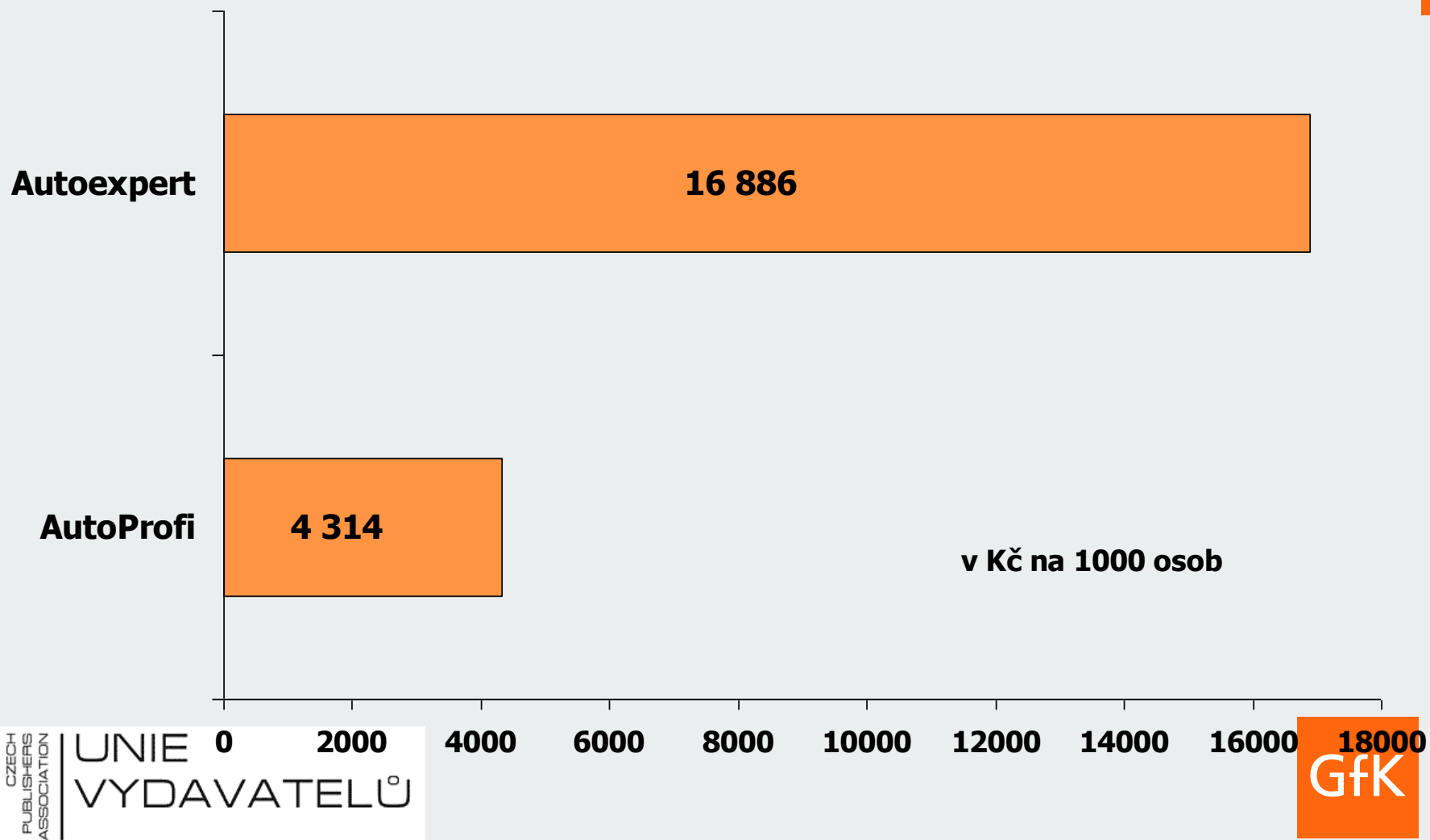
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

36



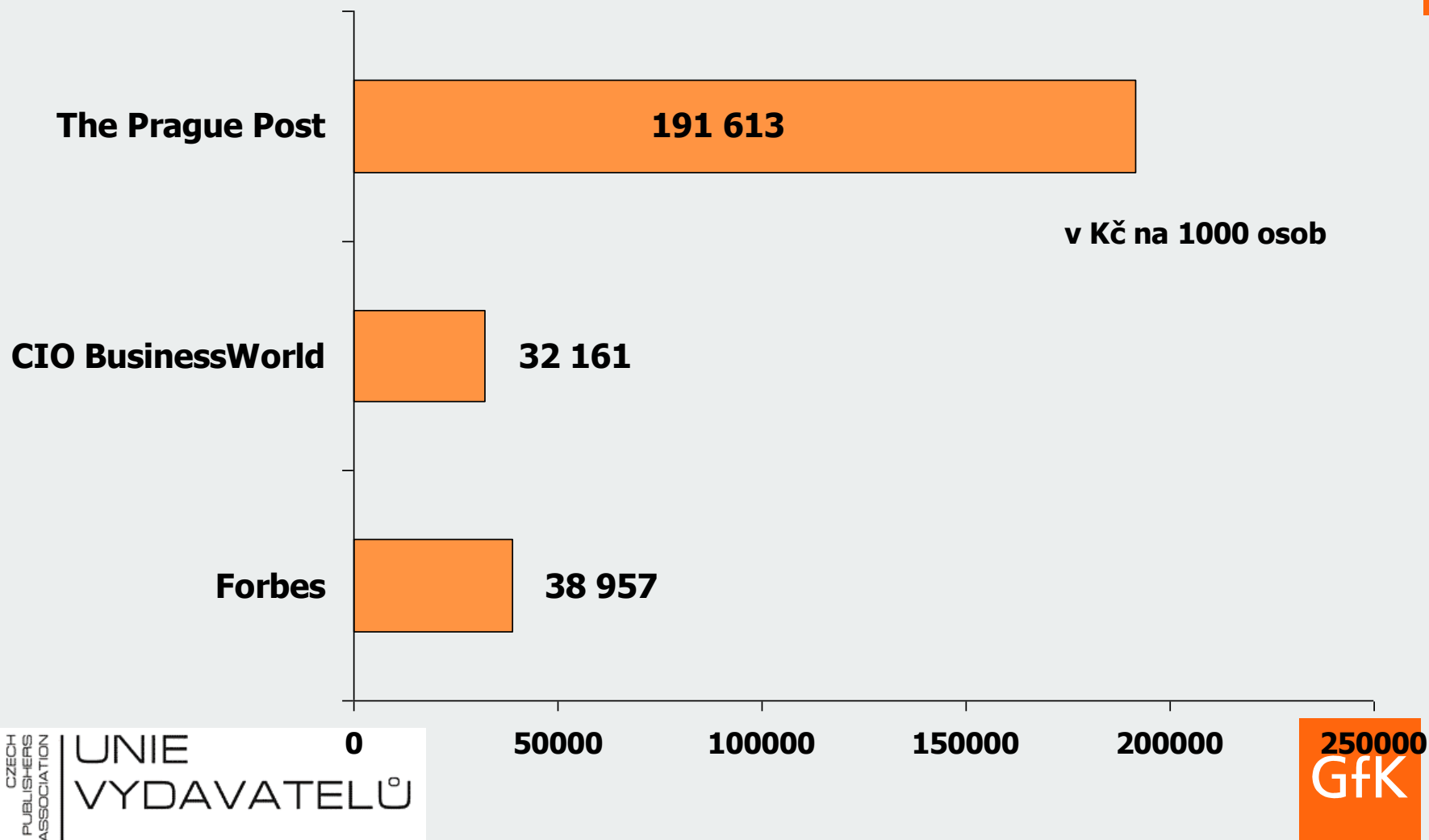
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

37



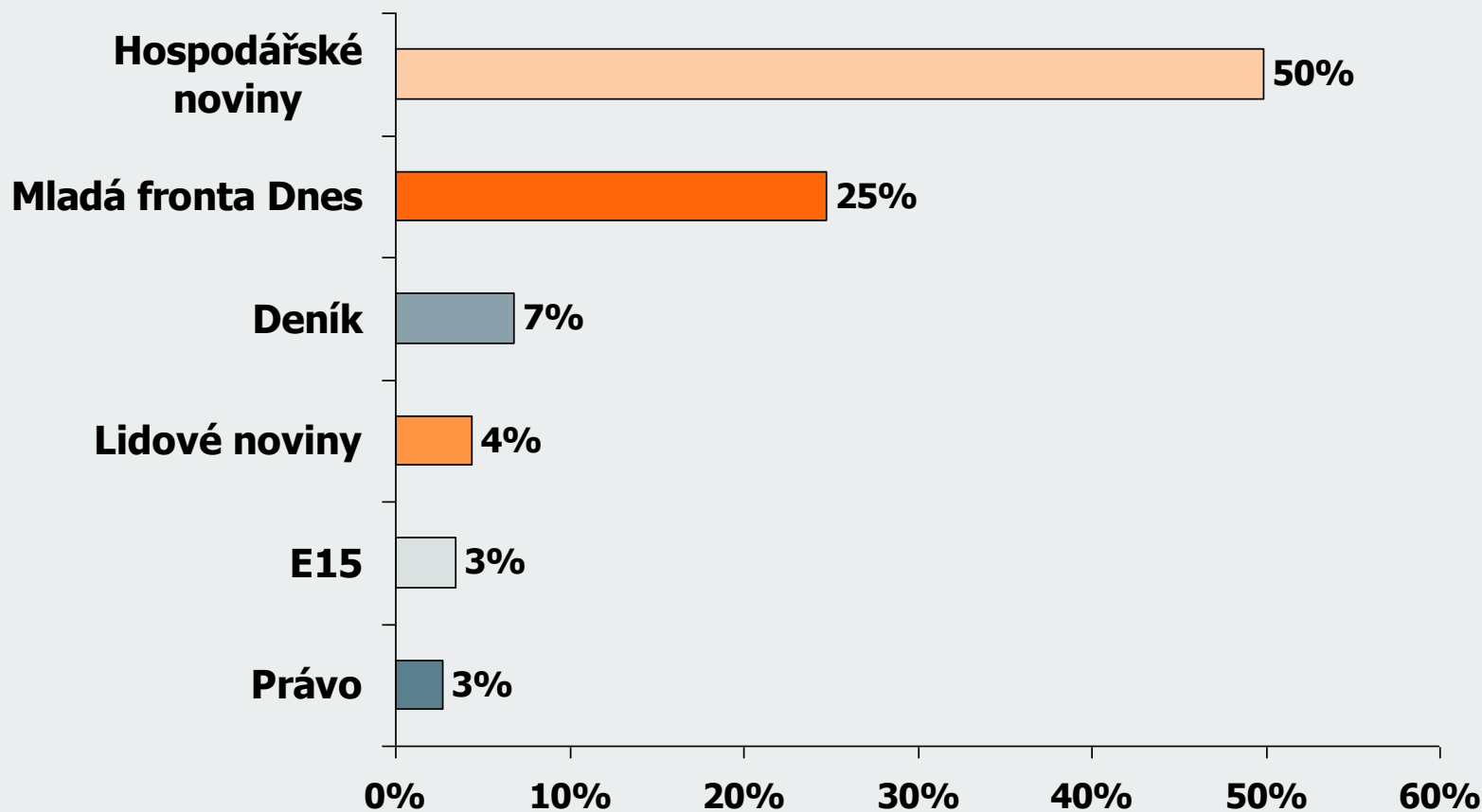
Výsledky výzkumu – média – CPT tisku

38



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

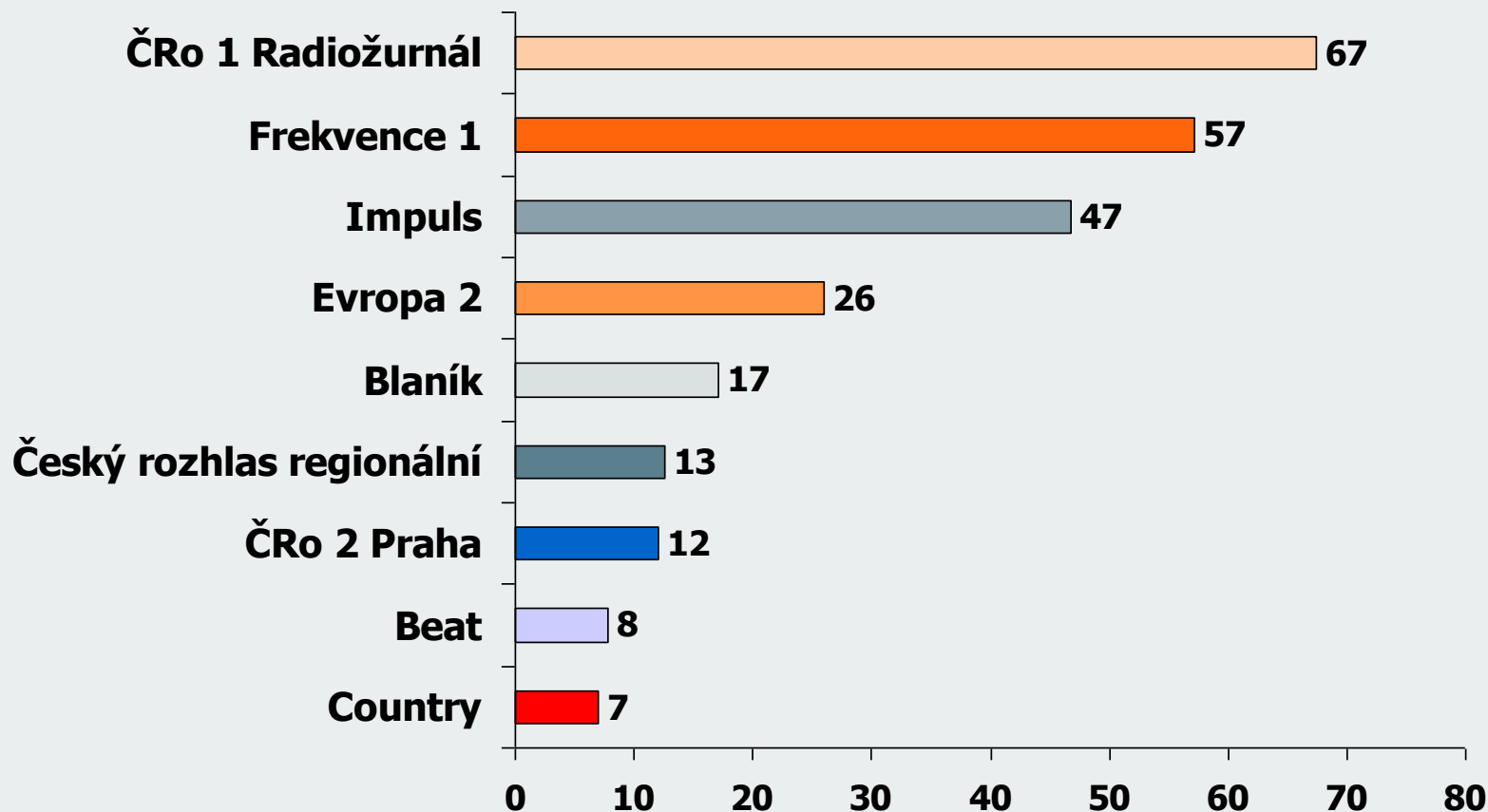
39



Výsledky výzkumu – média – rozhlasové stanice

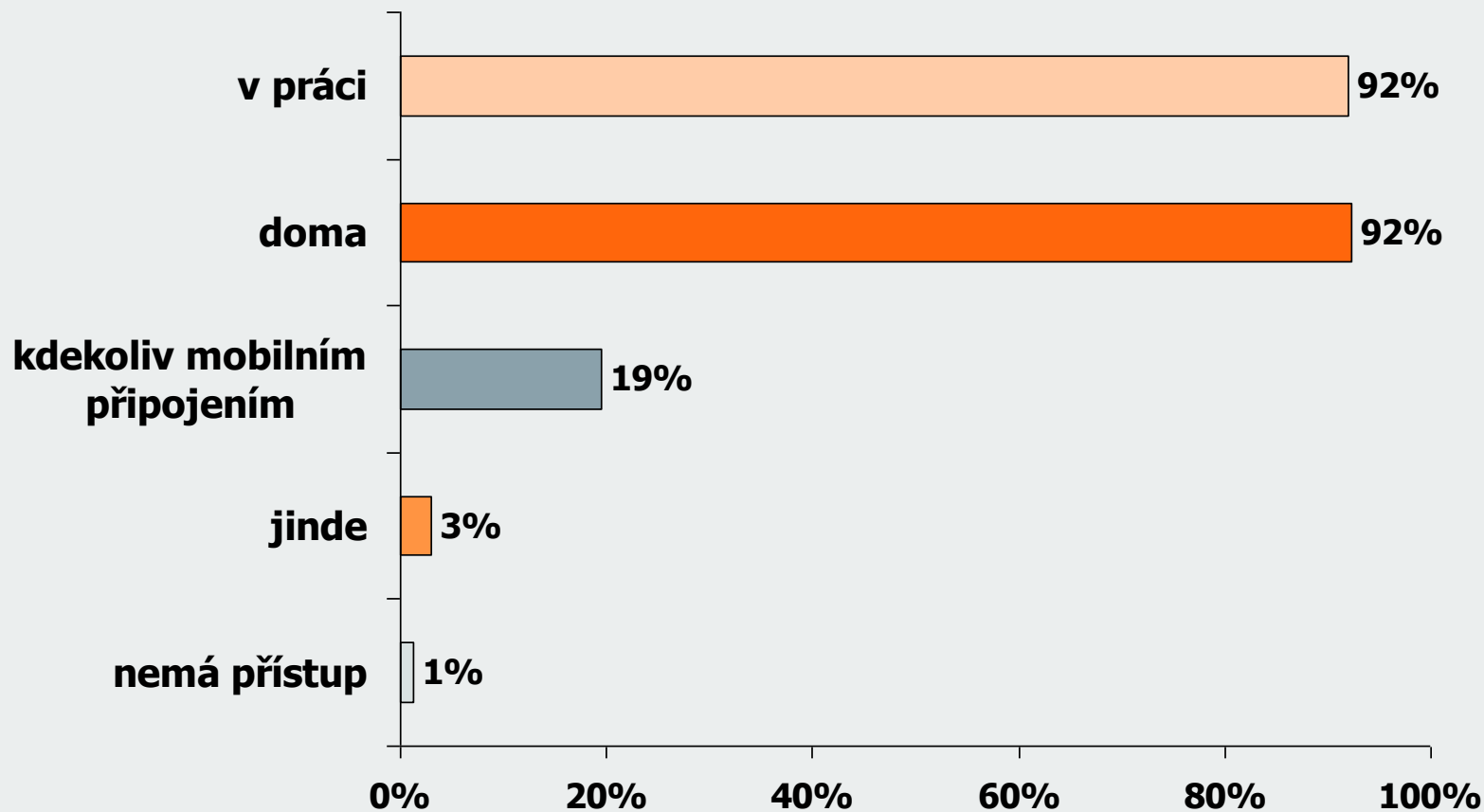
Poslouchá nejčastěji

40



Výsledky výzkumu – média – přístup na internet

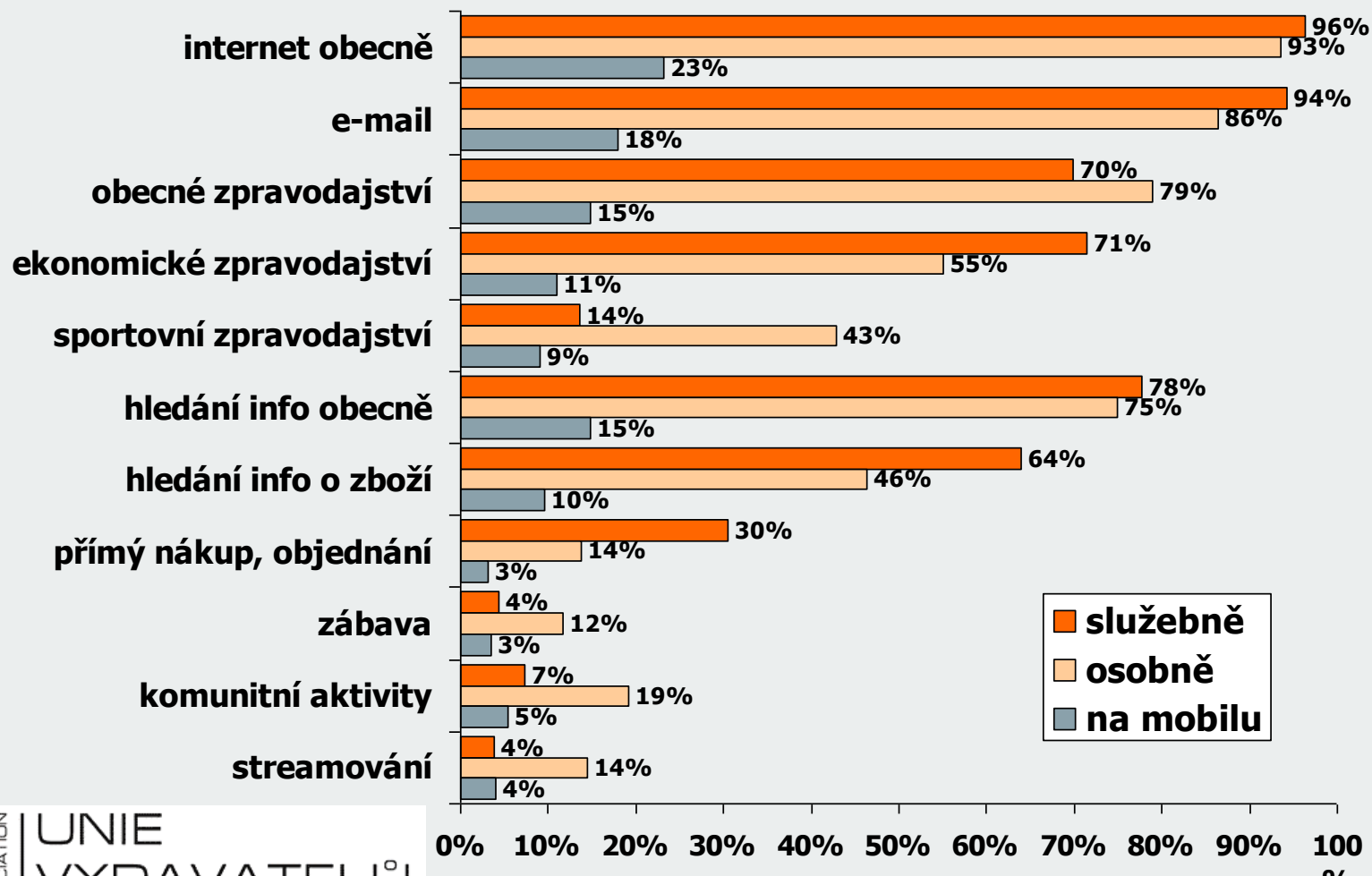
41



Výsledky výzkumu – média – internet

Sleduje alespoň jedenkrát týdně

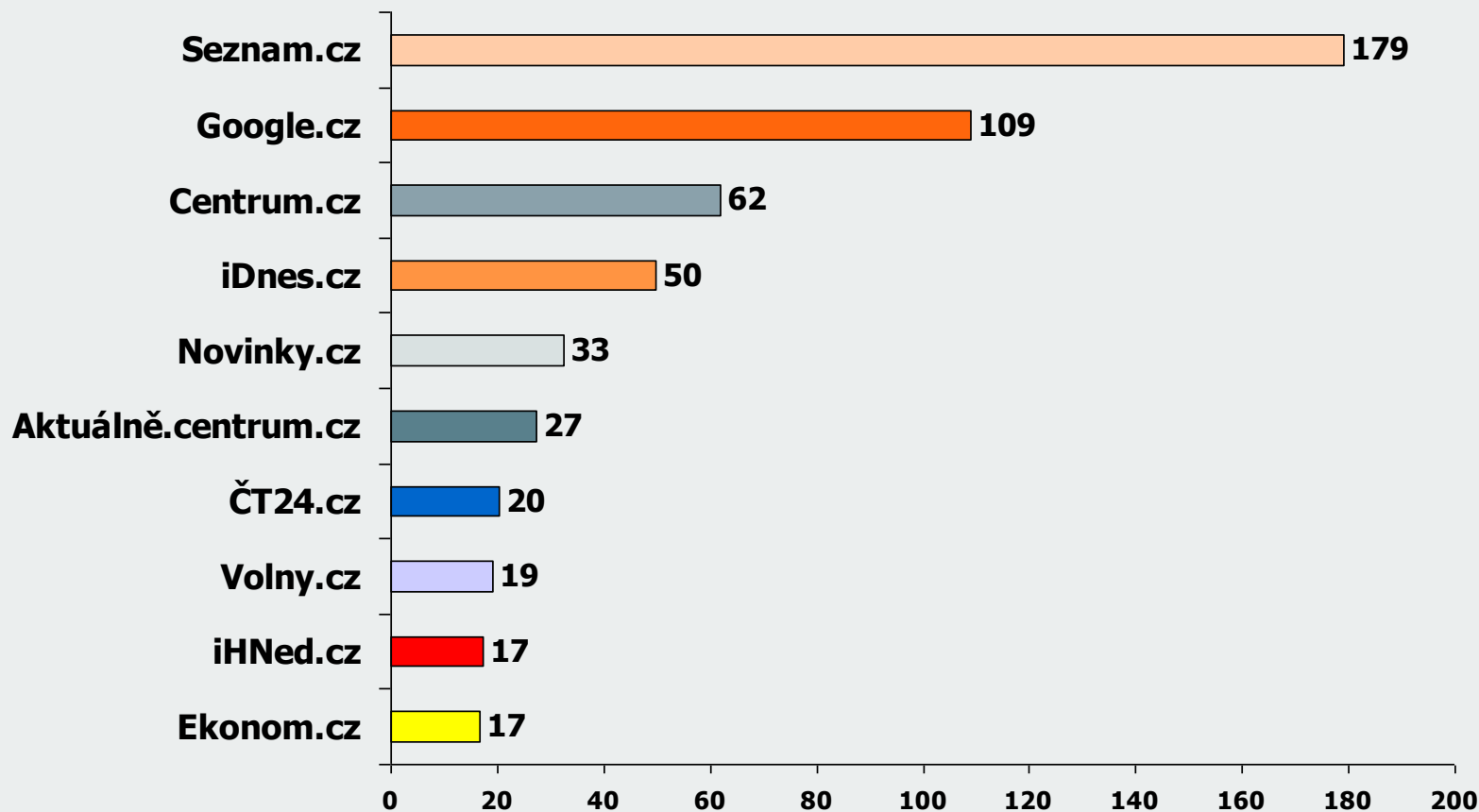
42



Výsledky výzkumu – média – servery

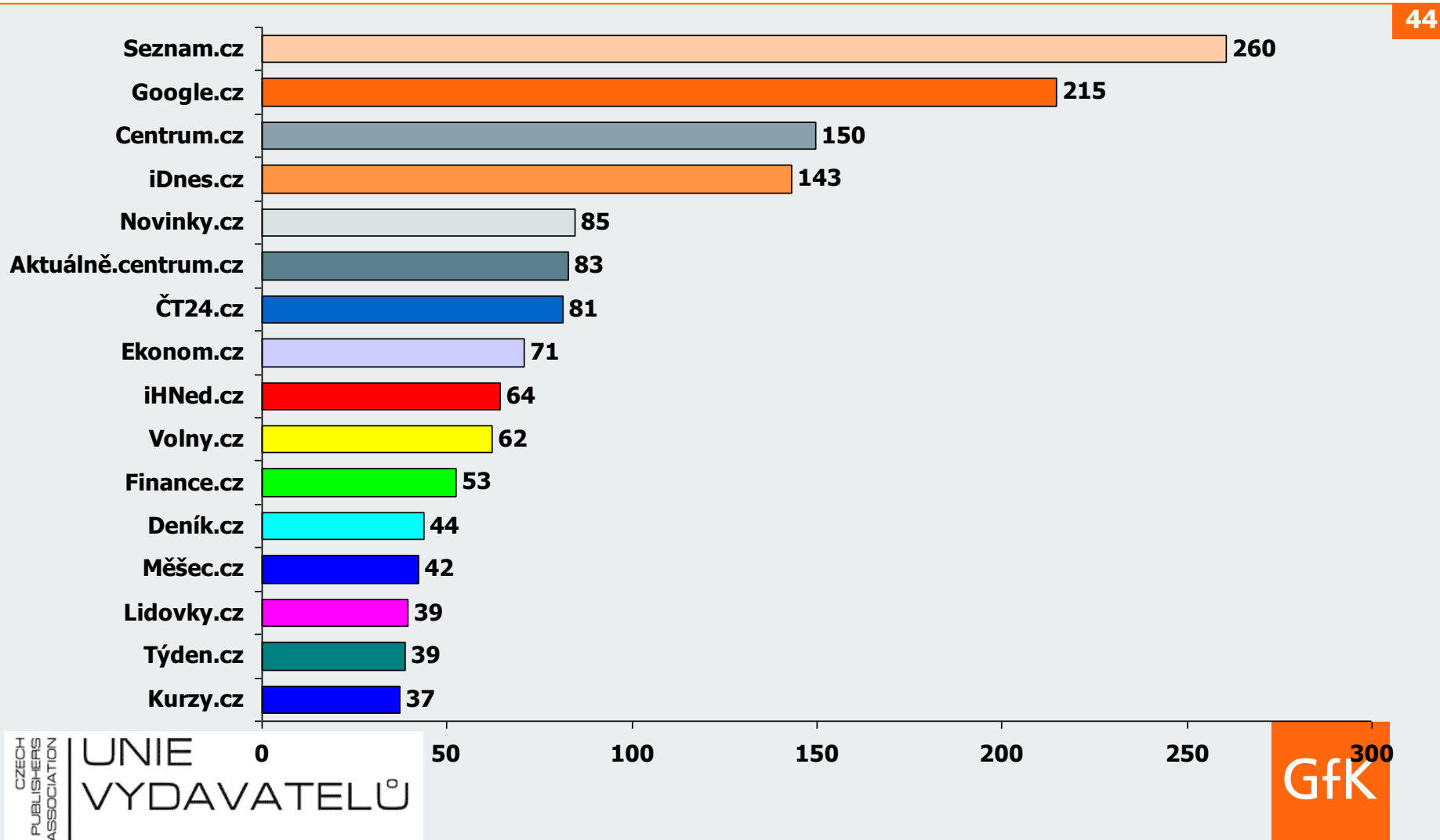
Denní dosah

43



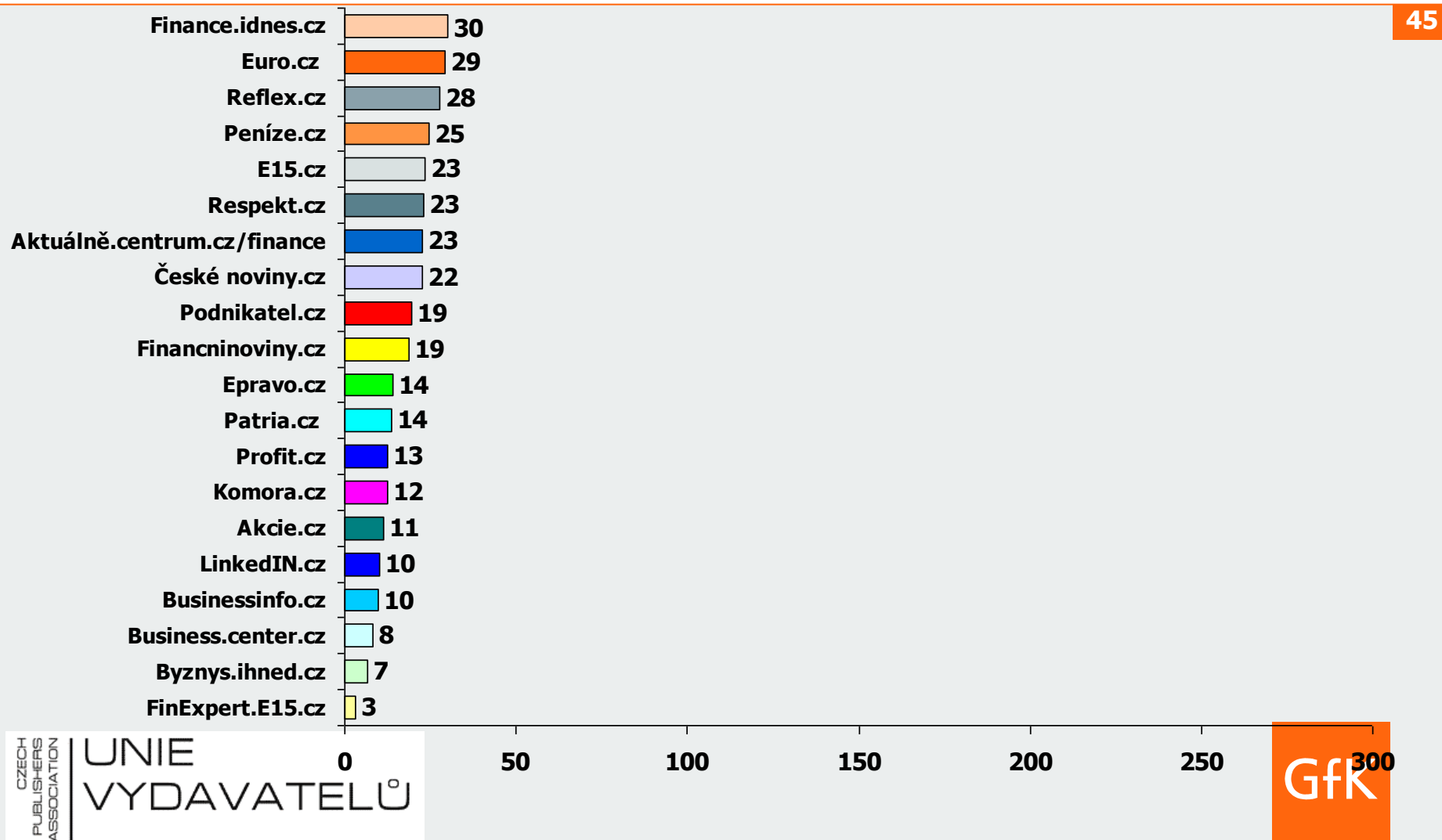
Výsledky výzkumu – média – servery

Čtrnáctidenní dosah – první část



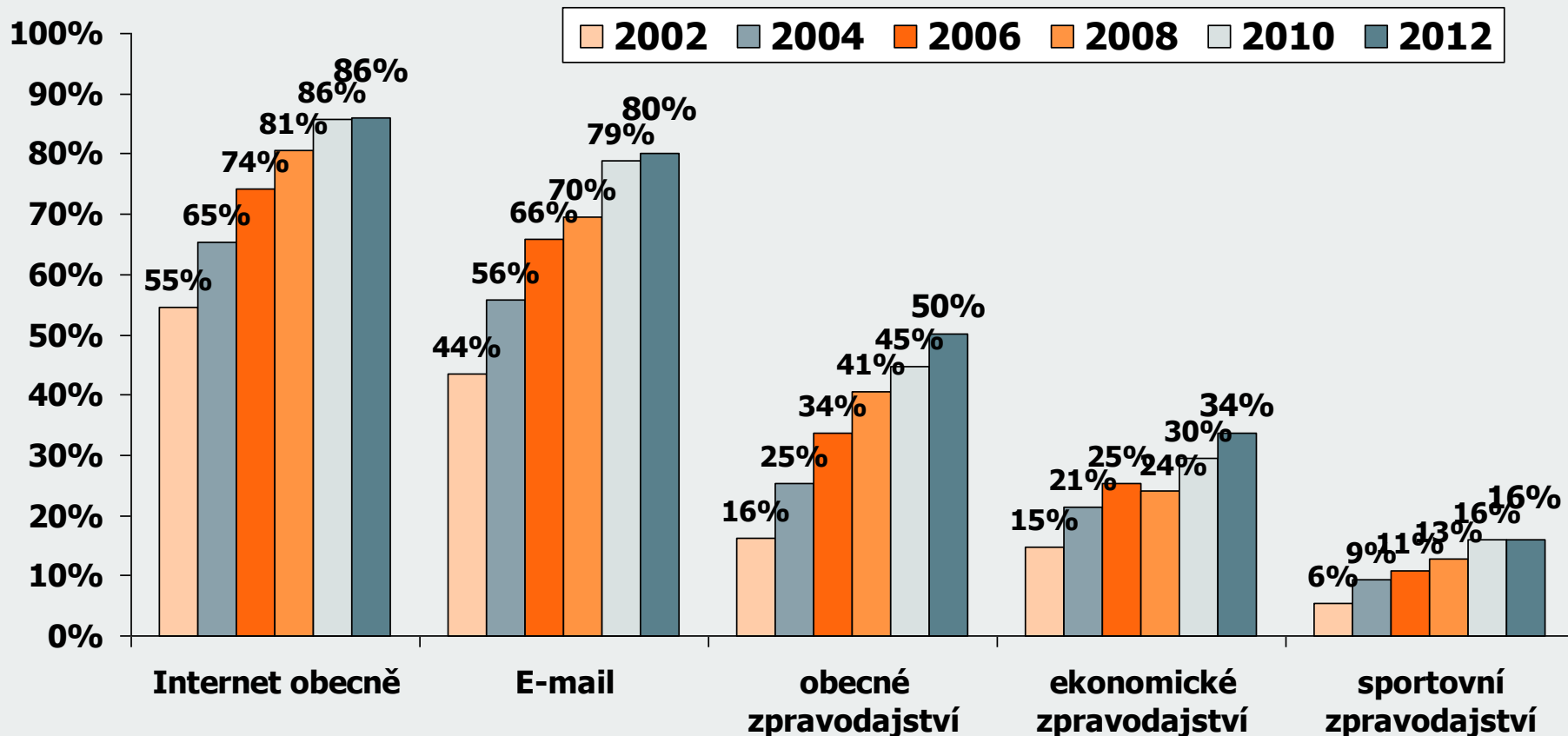
Výsledky výzkumu – média – servery

Čtrnáctidenní dosah – druhá část



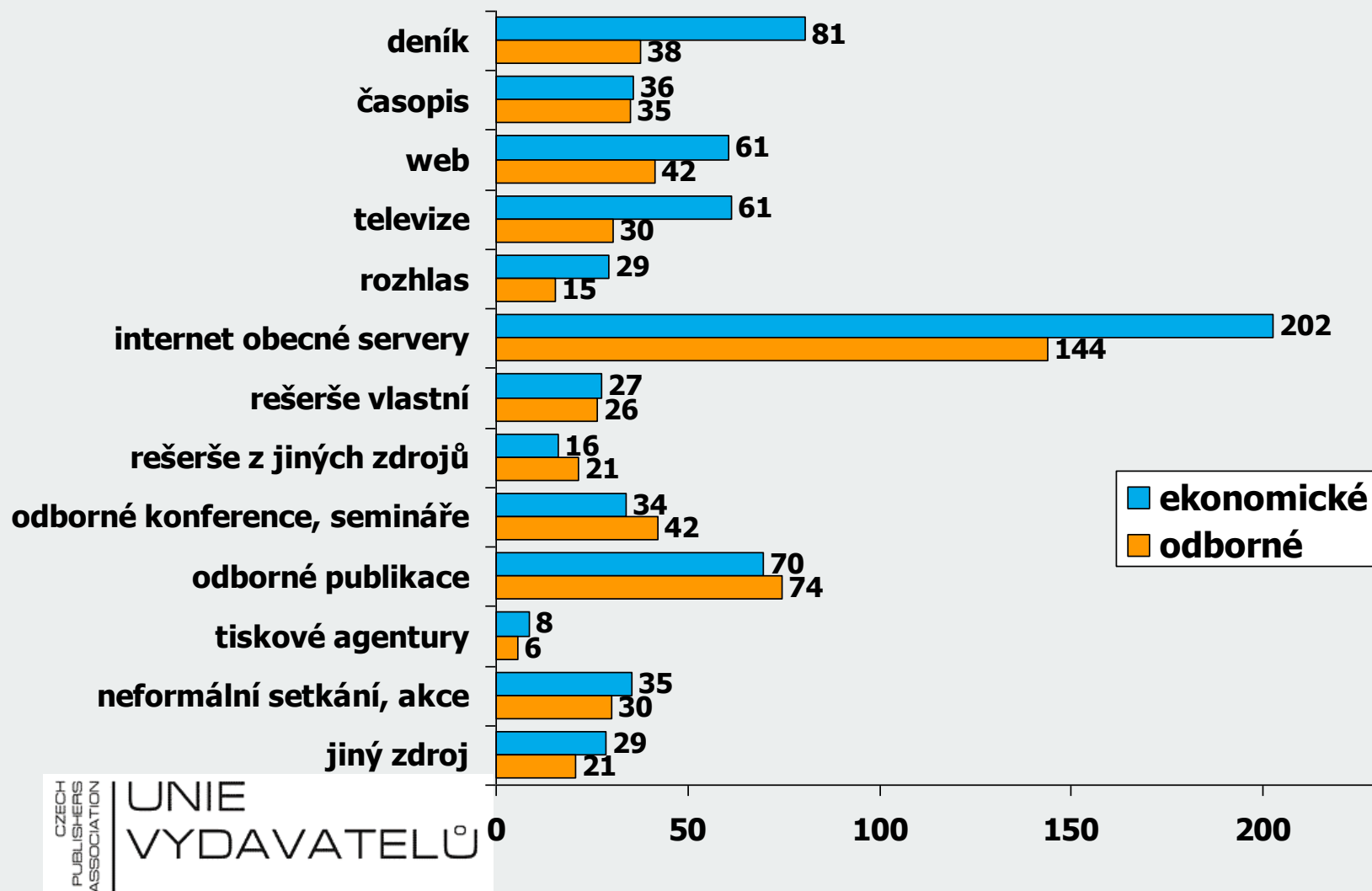
Výsledky výzkumu – média – užití internetu denně, téměř denně - srovnání

46



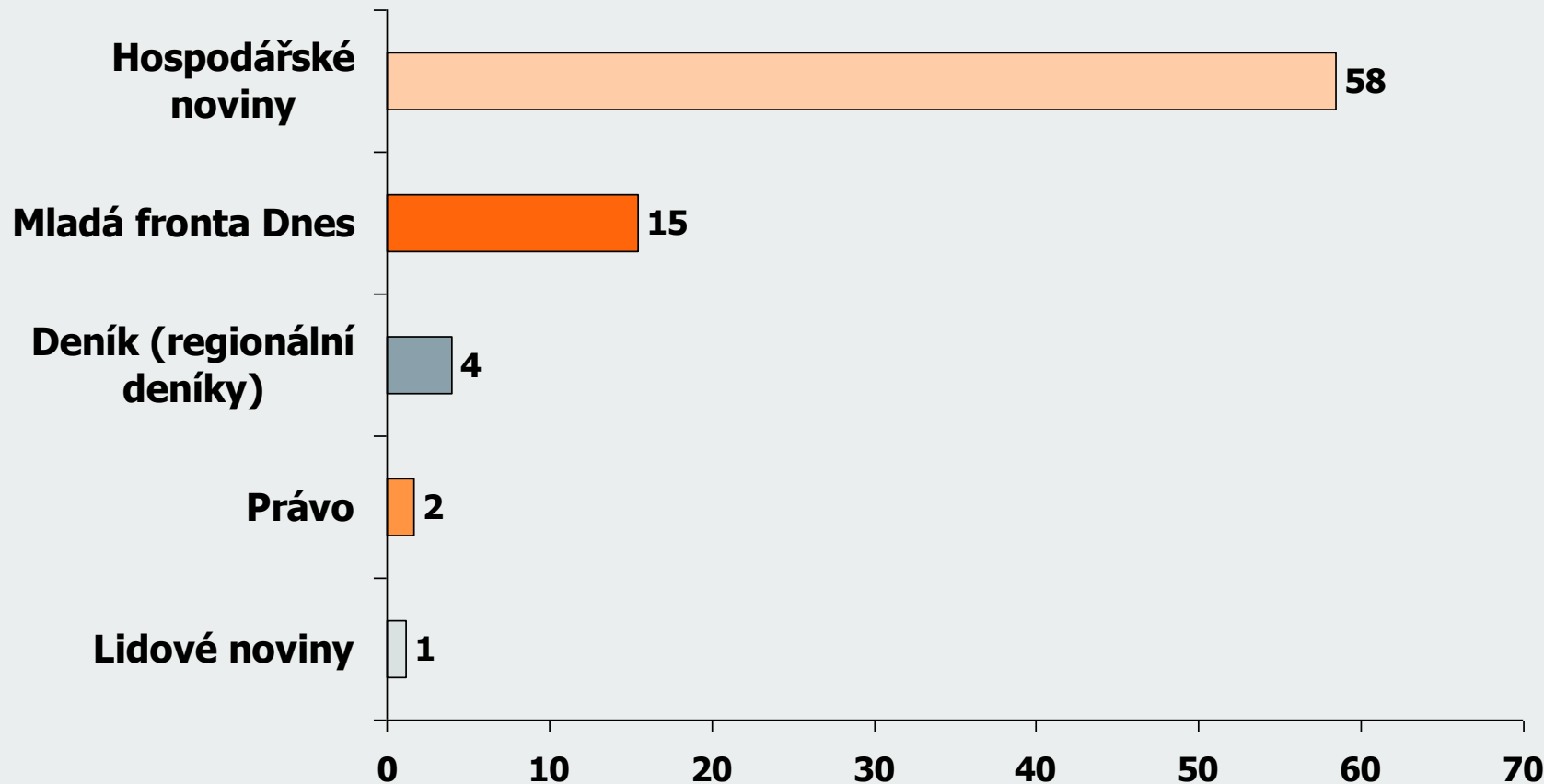
Výsledky výzkumu – média – získávání ekonomických a odborných informací

47



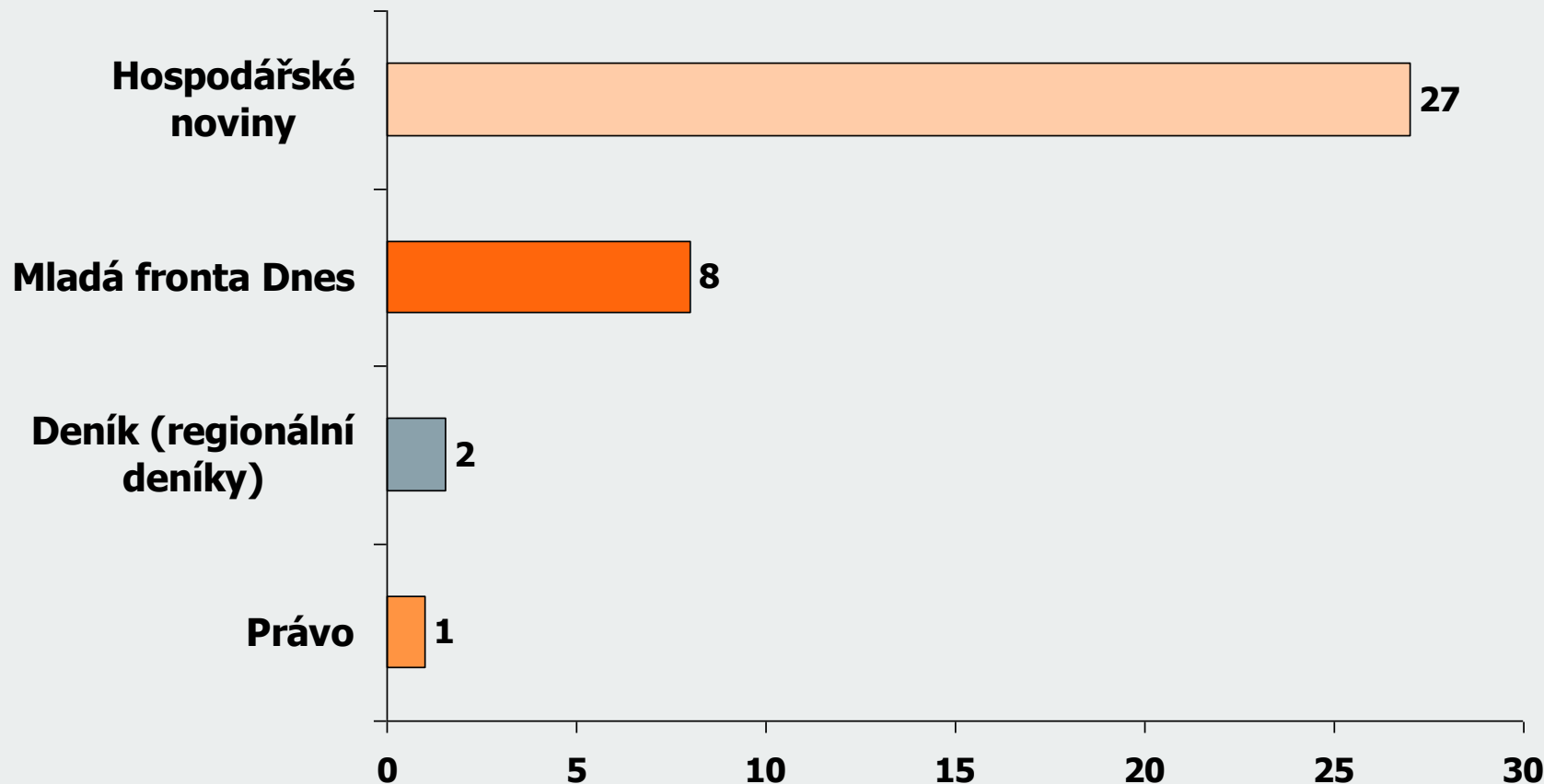
Výsledky výzkumu – média – získávání ekonomických informací Deníky

48



Výsledky výzkumu – média – získávání odborných informací Deníky

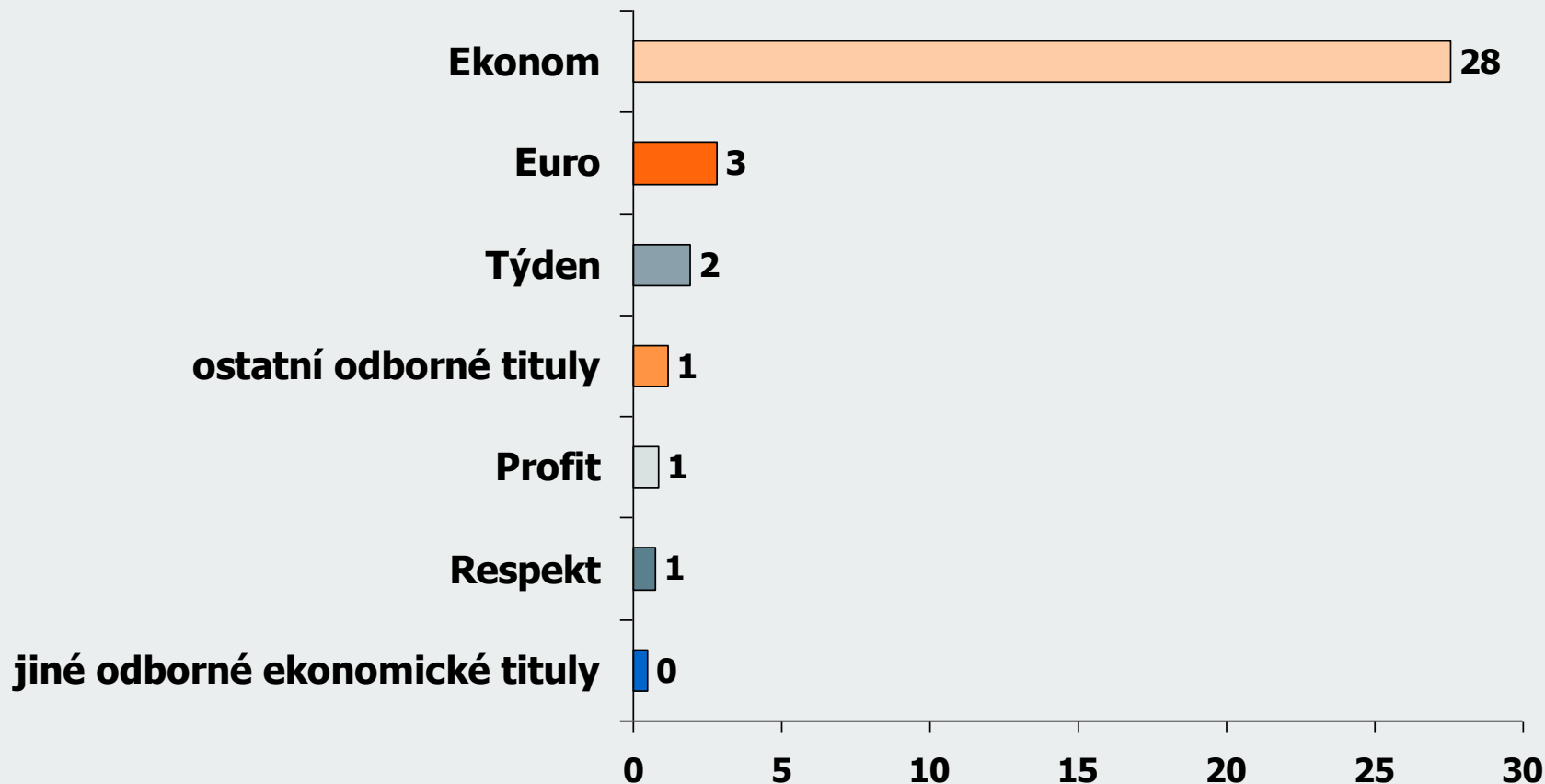
49



Výsledky výzkumu – média – získávání ekonomických informací

Časopisy

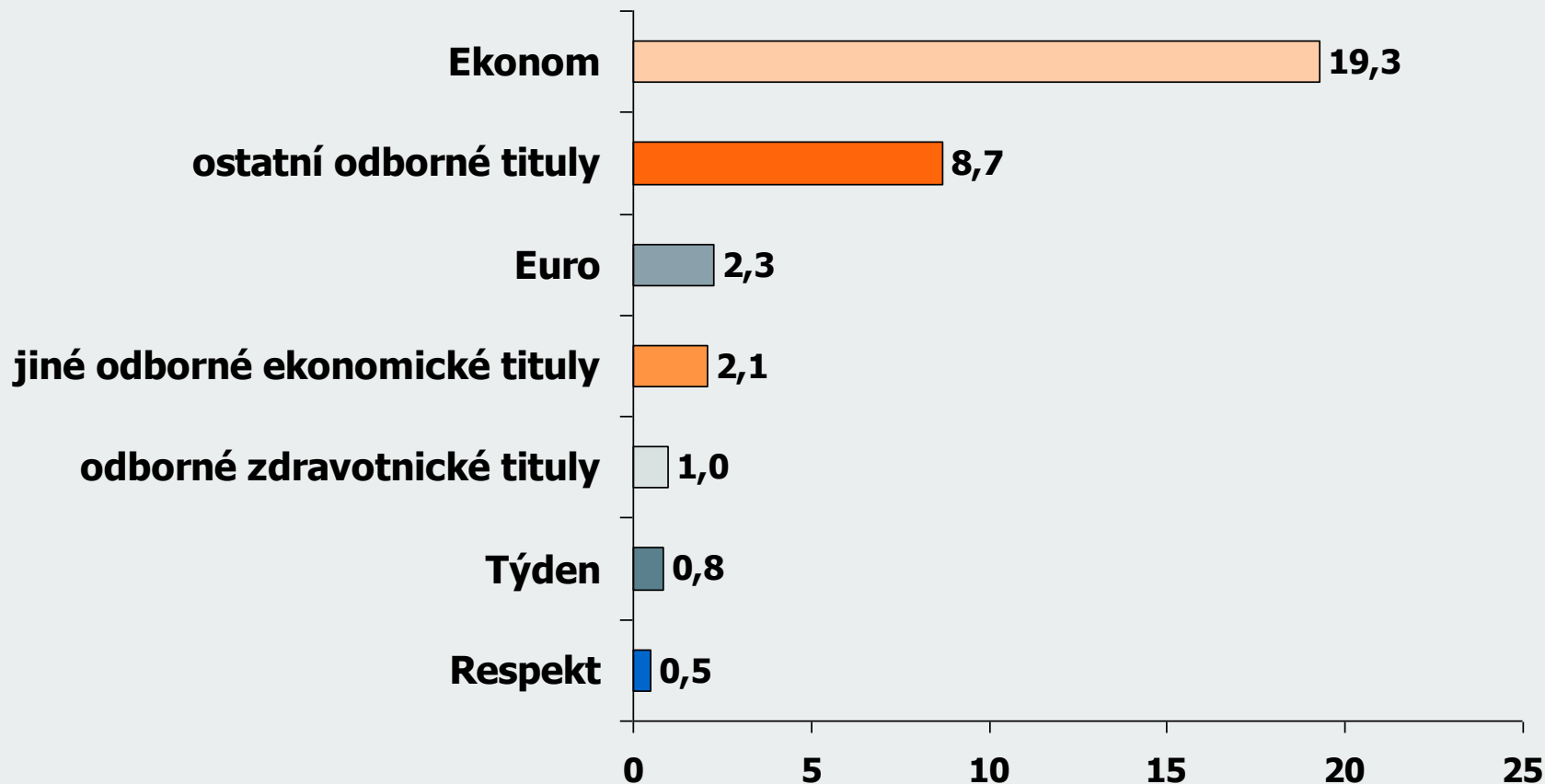
50



Výsledky výzkumu – média – získávání odborných informací

Časopisy

51

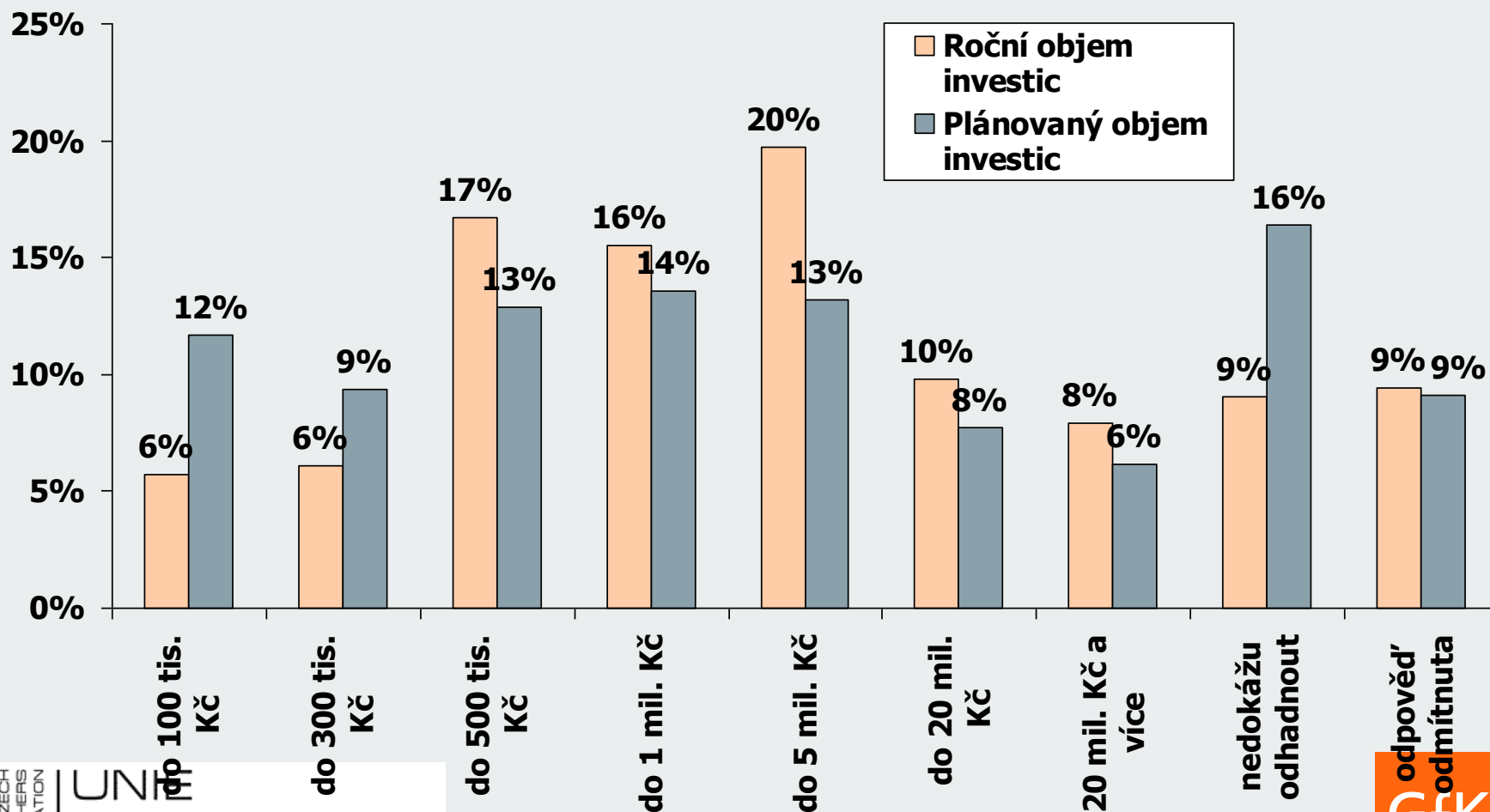


4

Výsledky výzkumu - firma

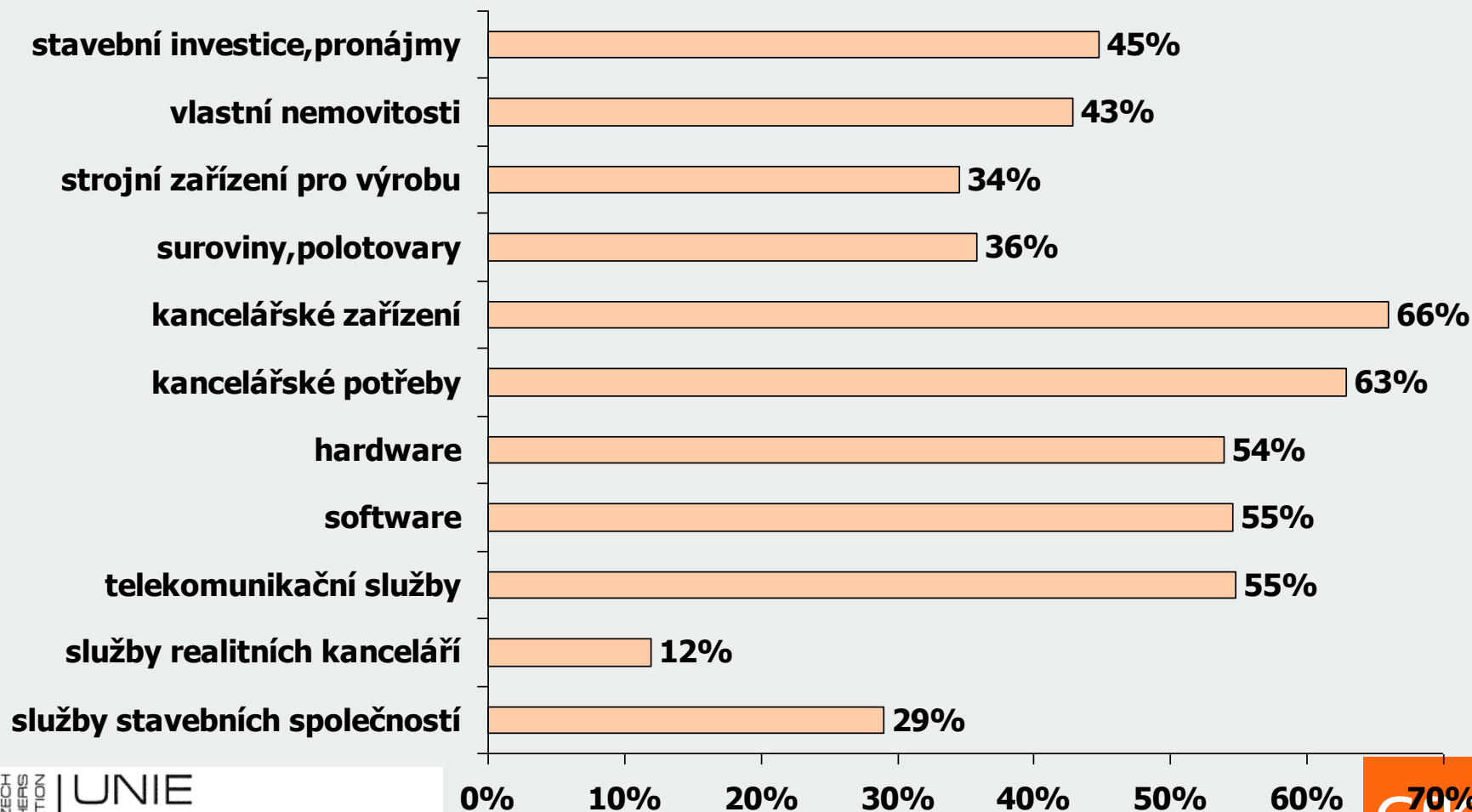
Výsledky výzkumu – firma – investice

53



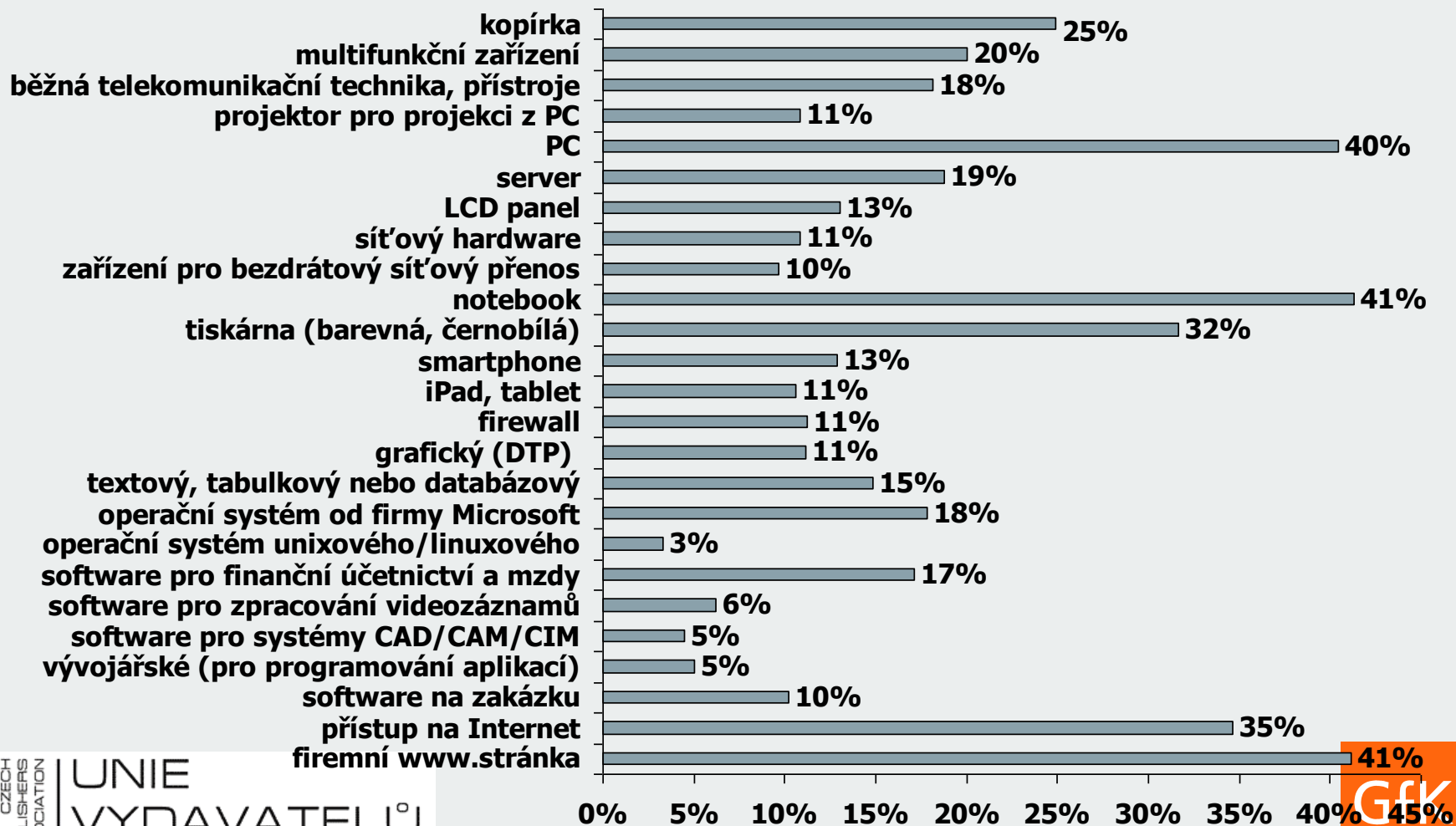
Výsledky výzkumu – firma – rozhoduje/výrazně se podílí

54



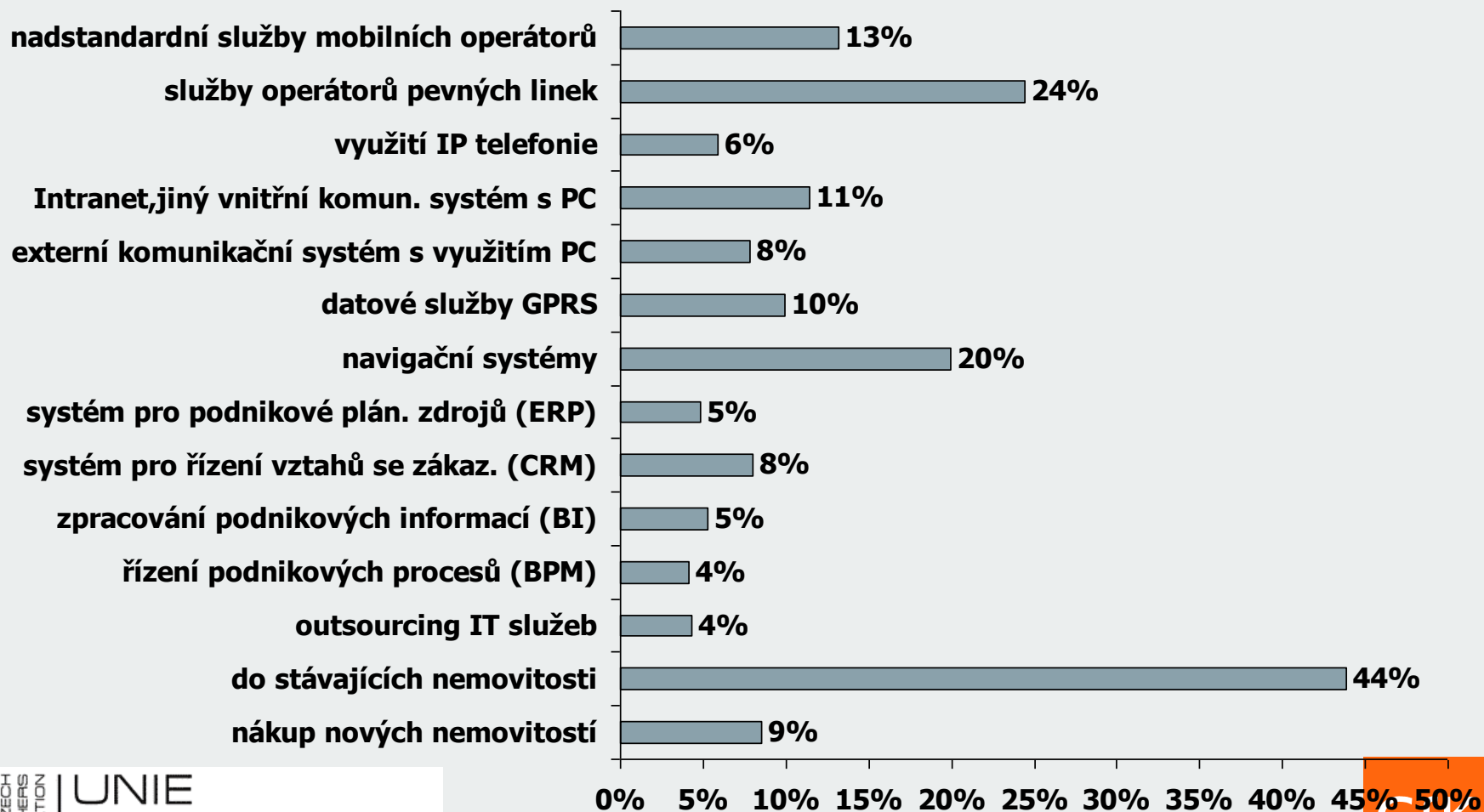
Výsledky výzkumu – firma – bude pořizovat, obnovovat

55



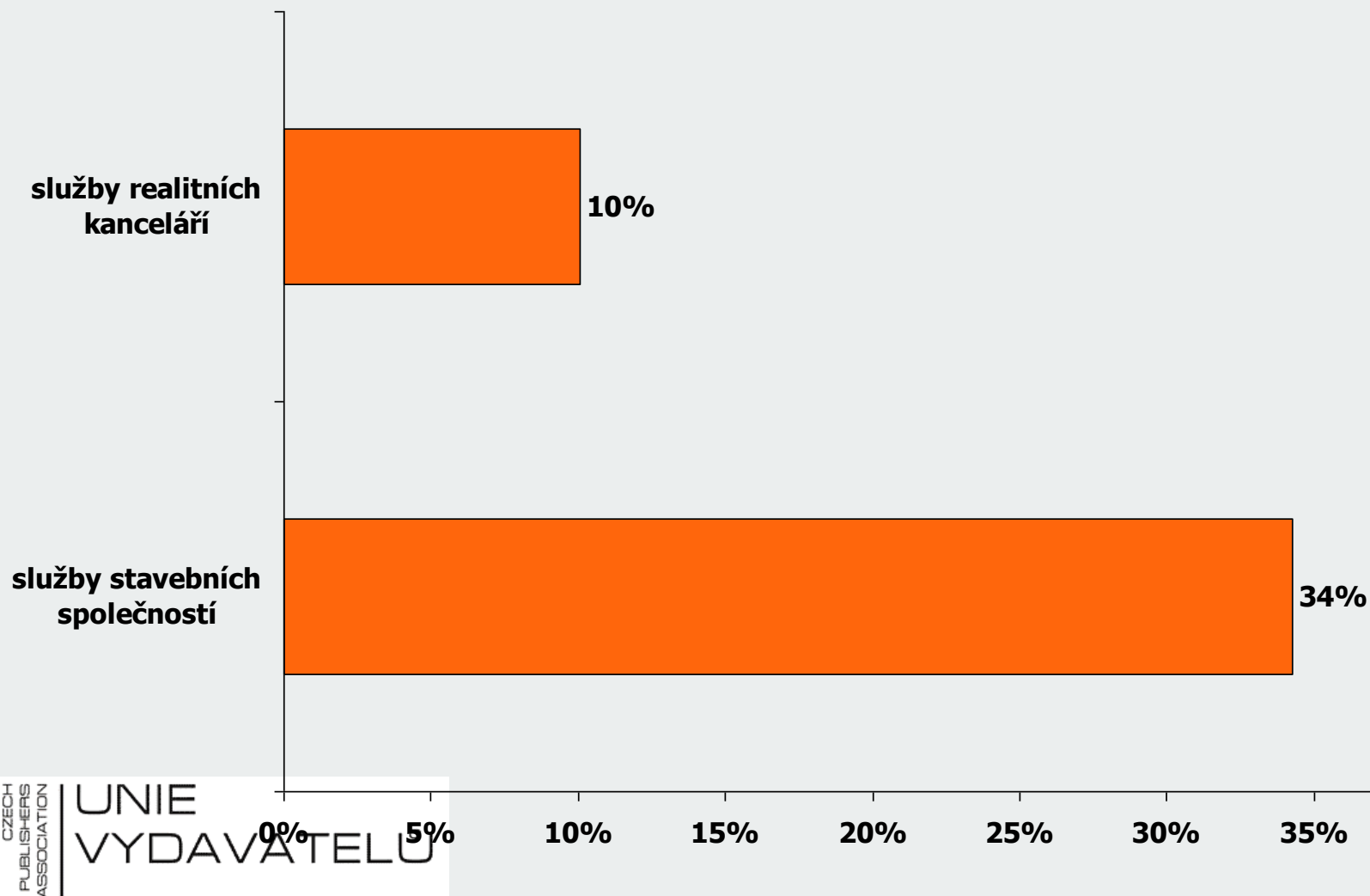
Výsledky výzkumu – firma – bude pořizovat, obnovovat

56



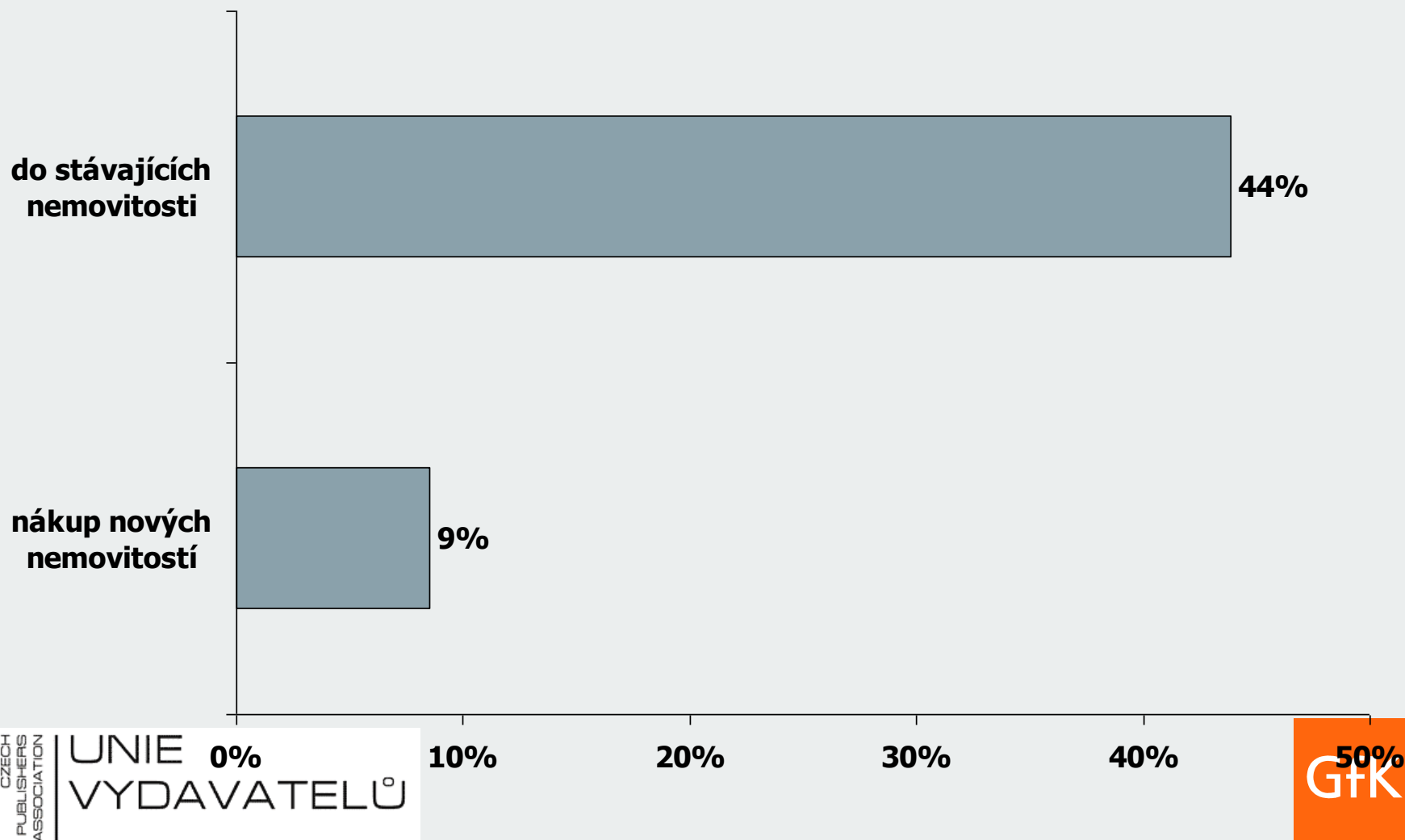
Výsledky výzkumu – firma – bude využívat služby

57



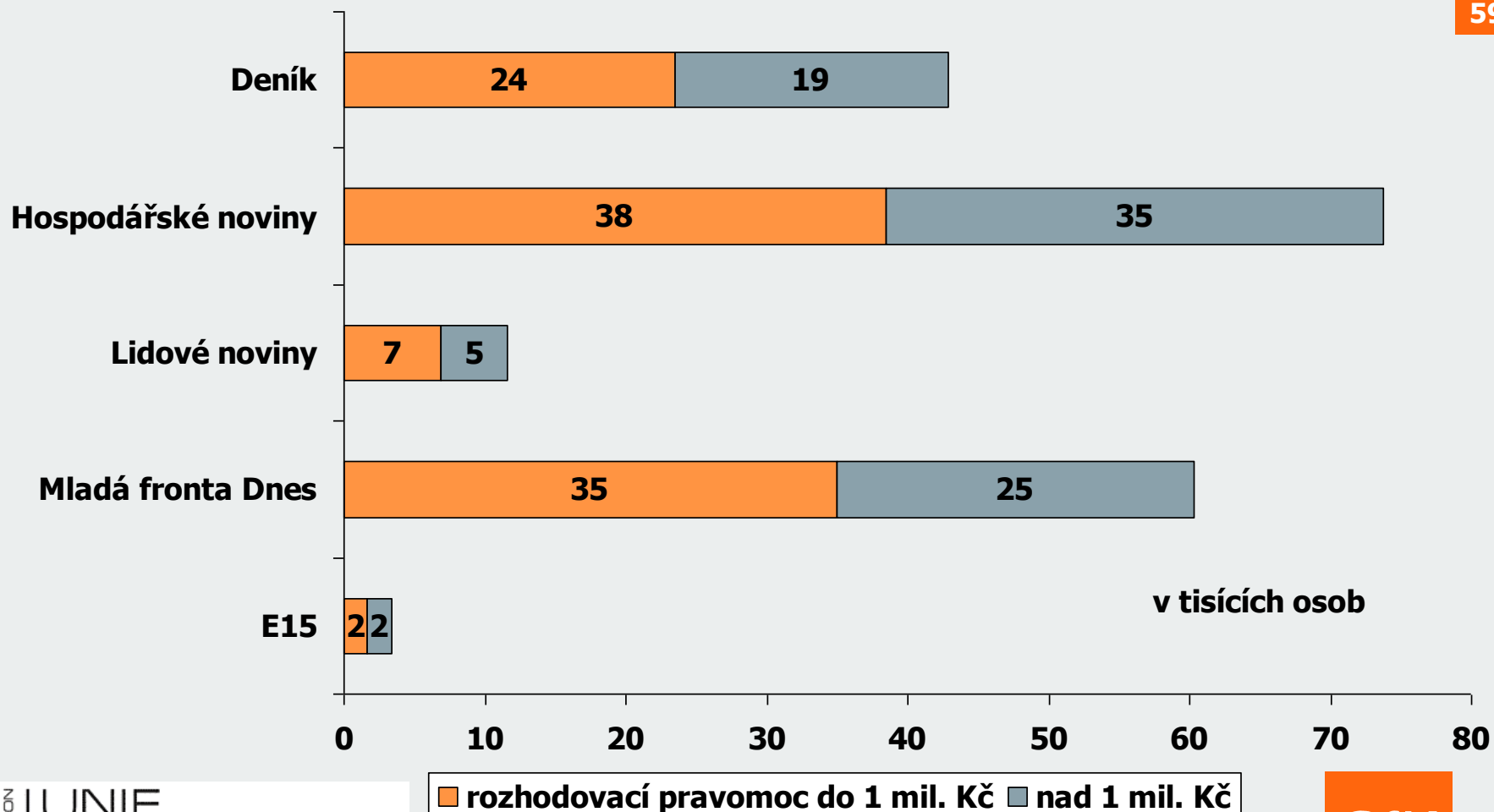
Výsledky výzkumu – firma – bude pořizovat, obnovovat

58



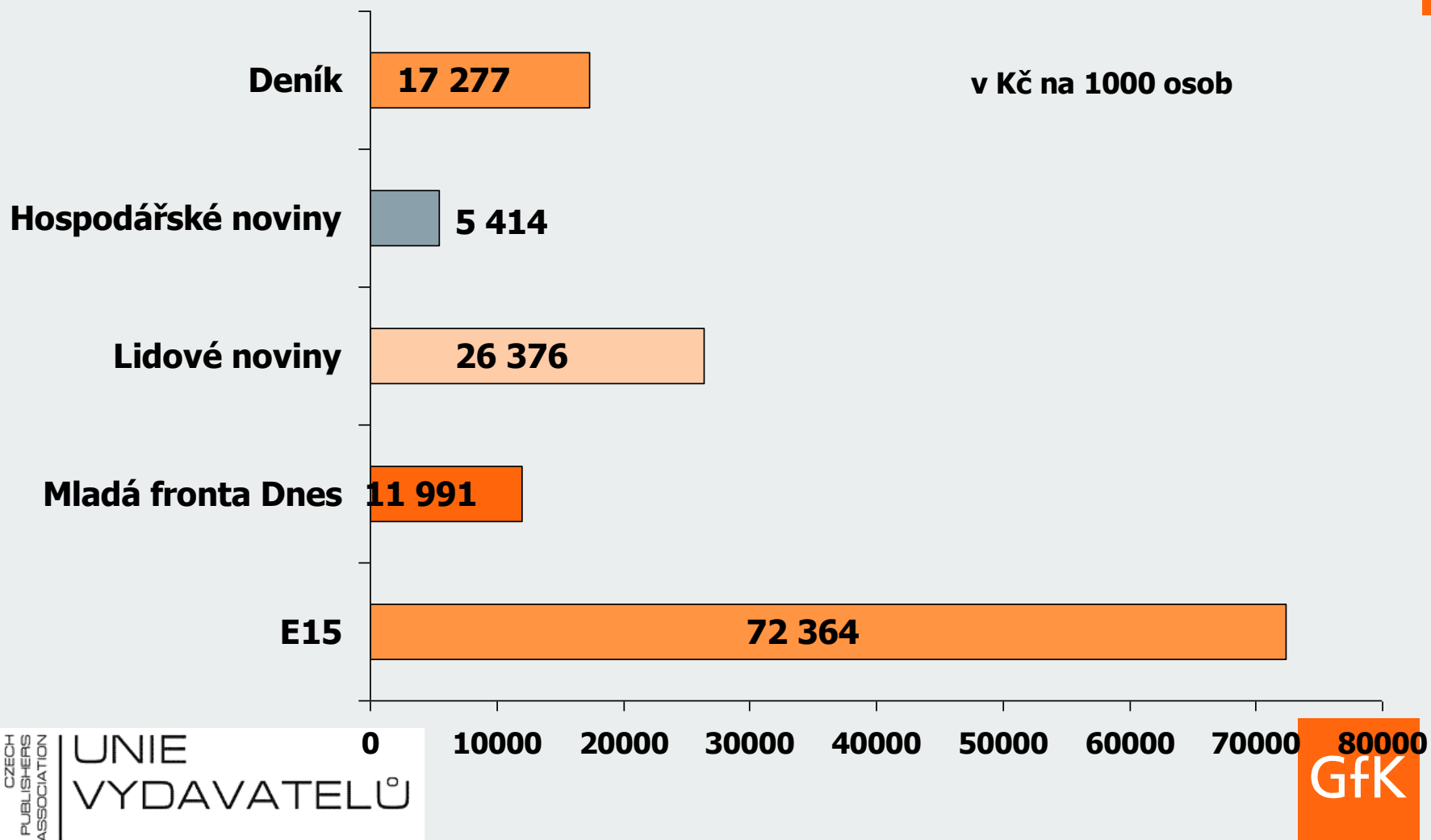
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

59



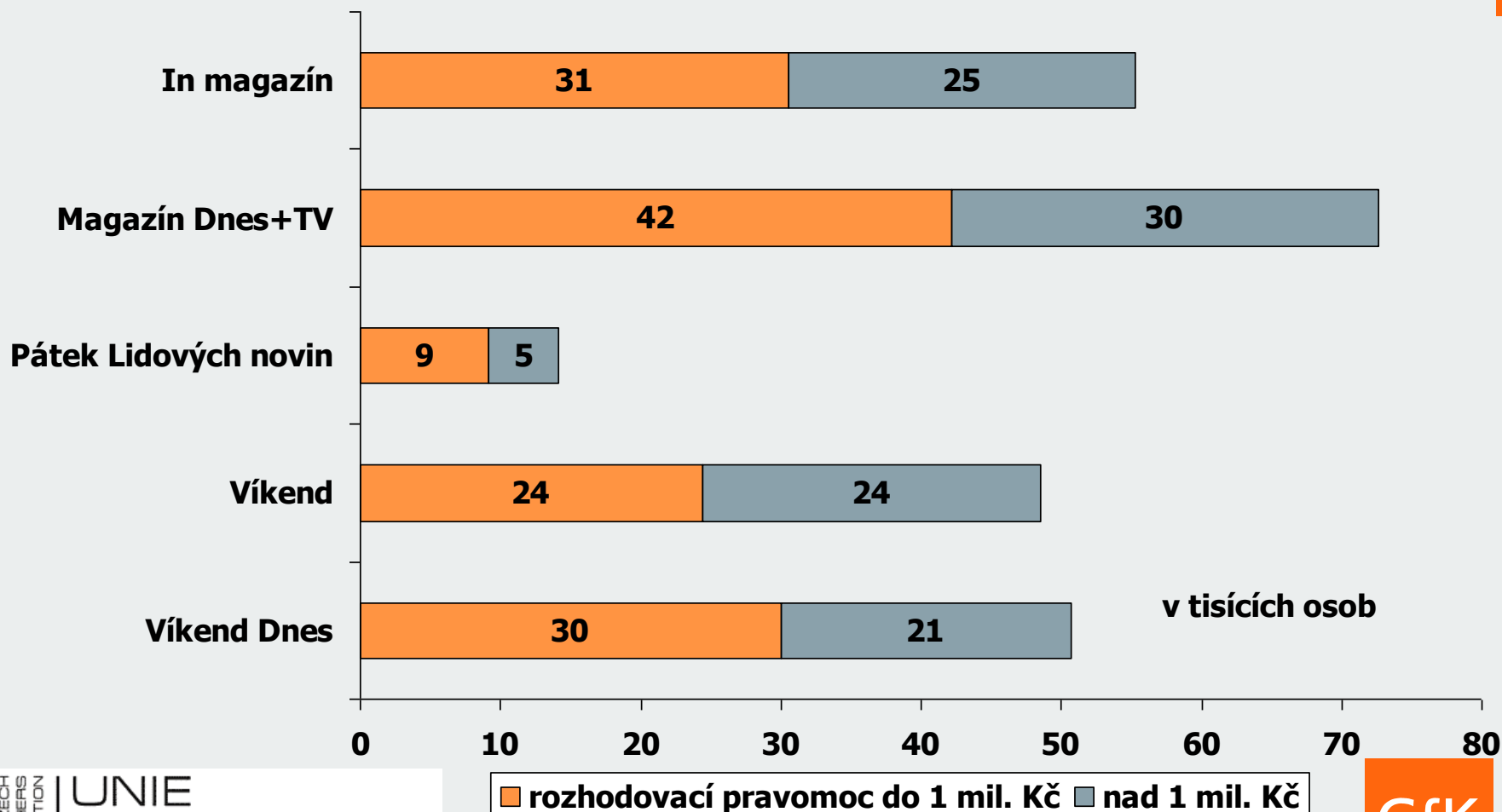
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

60



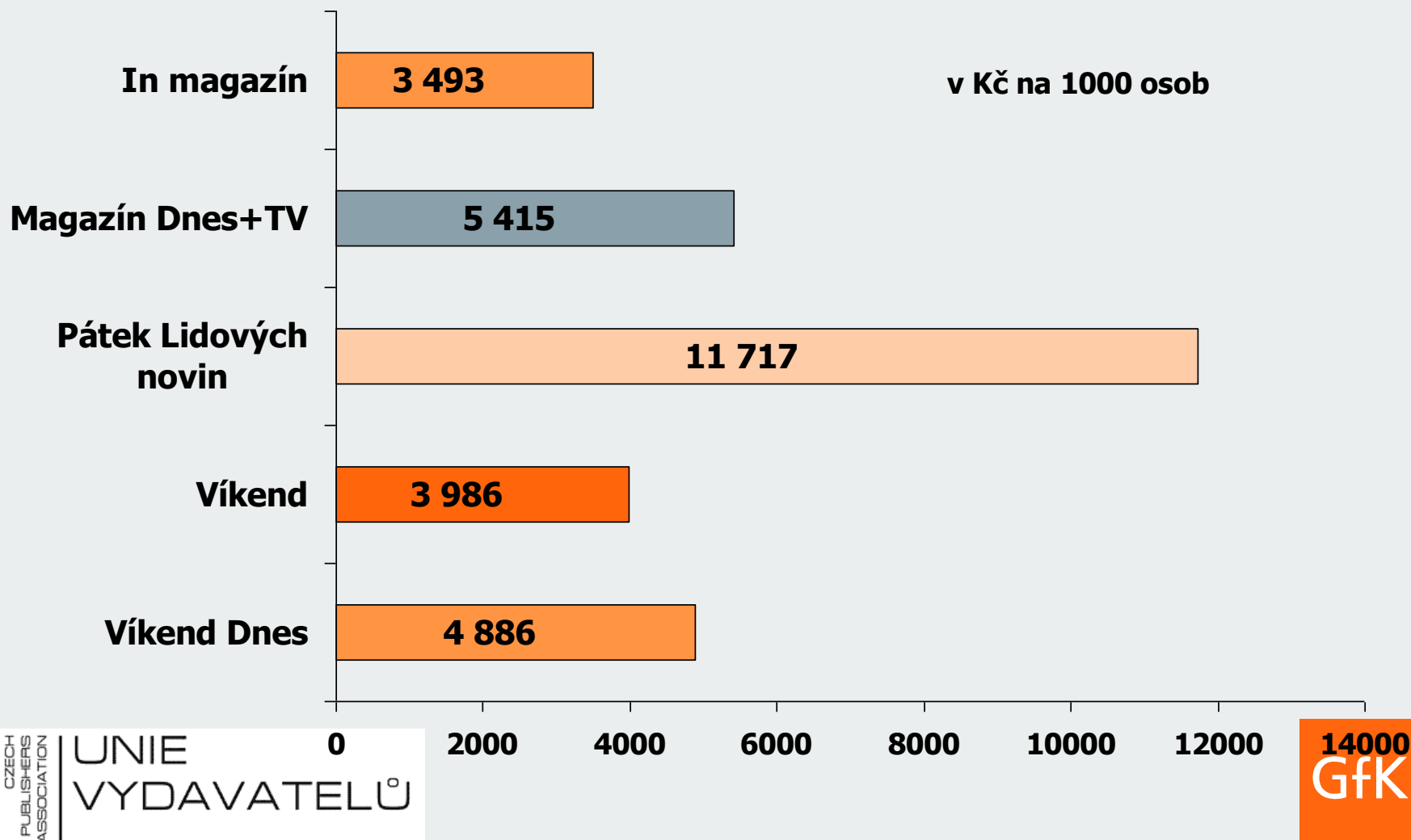
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

61



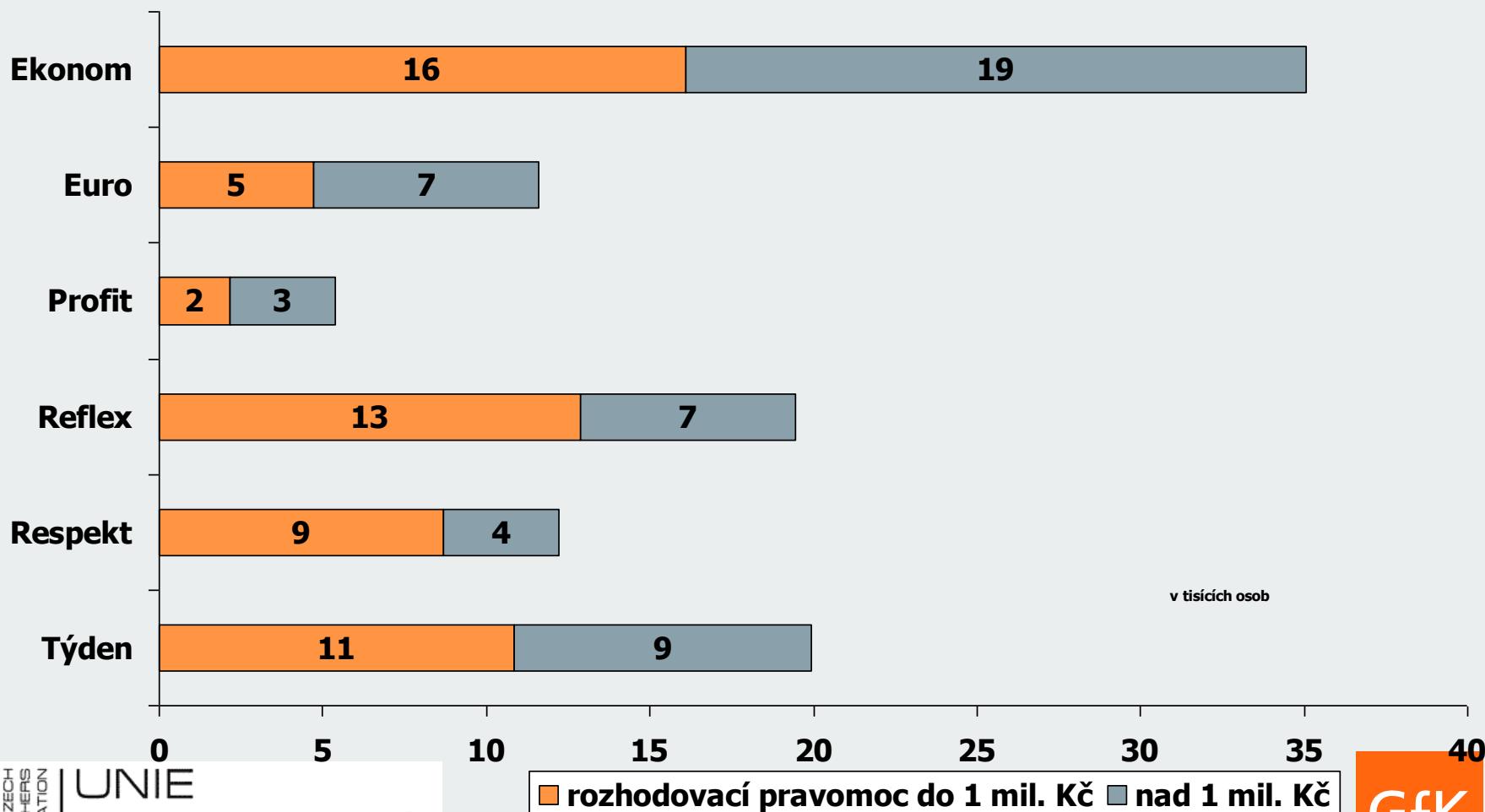
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

62



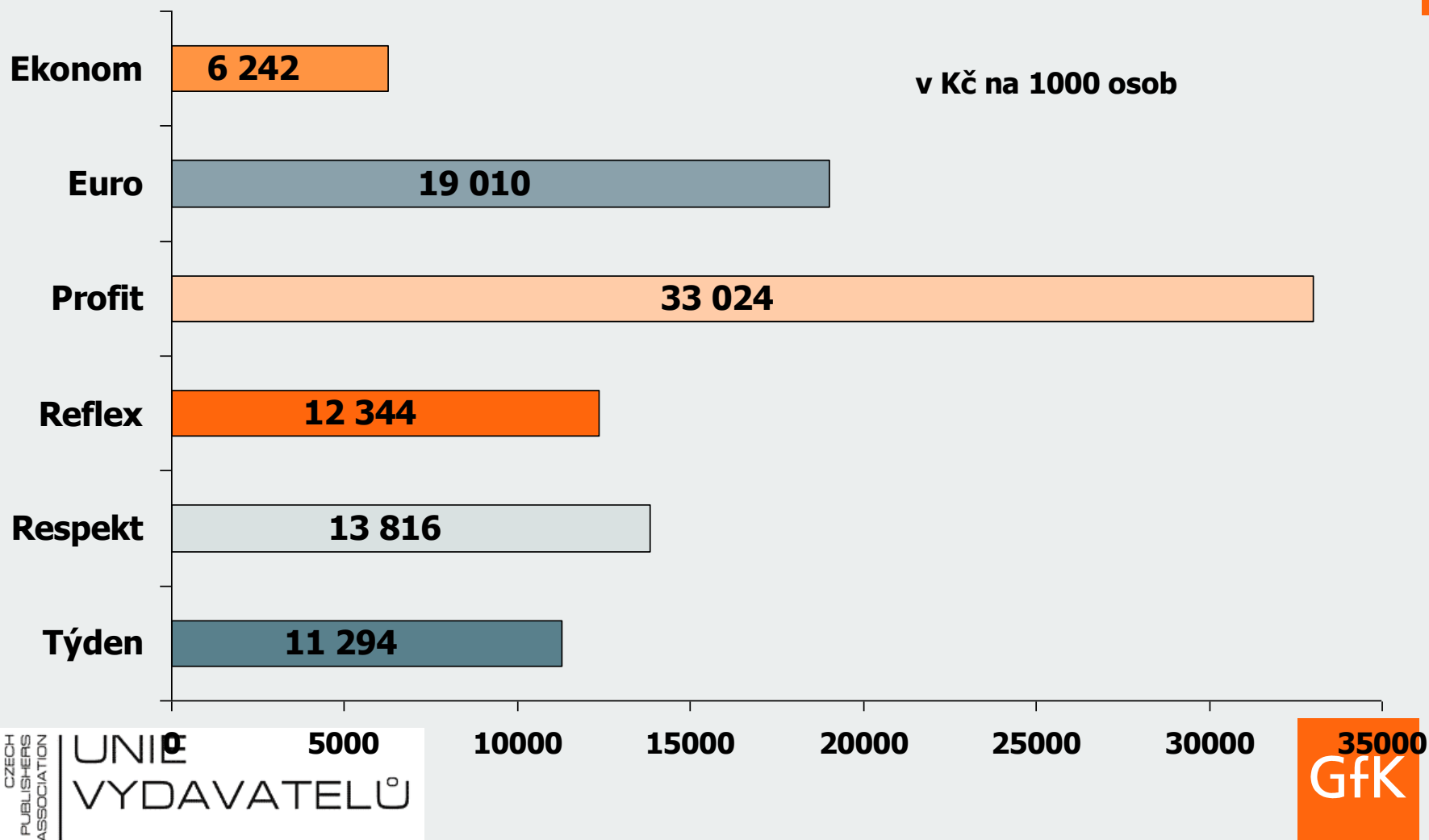
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

63



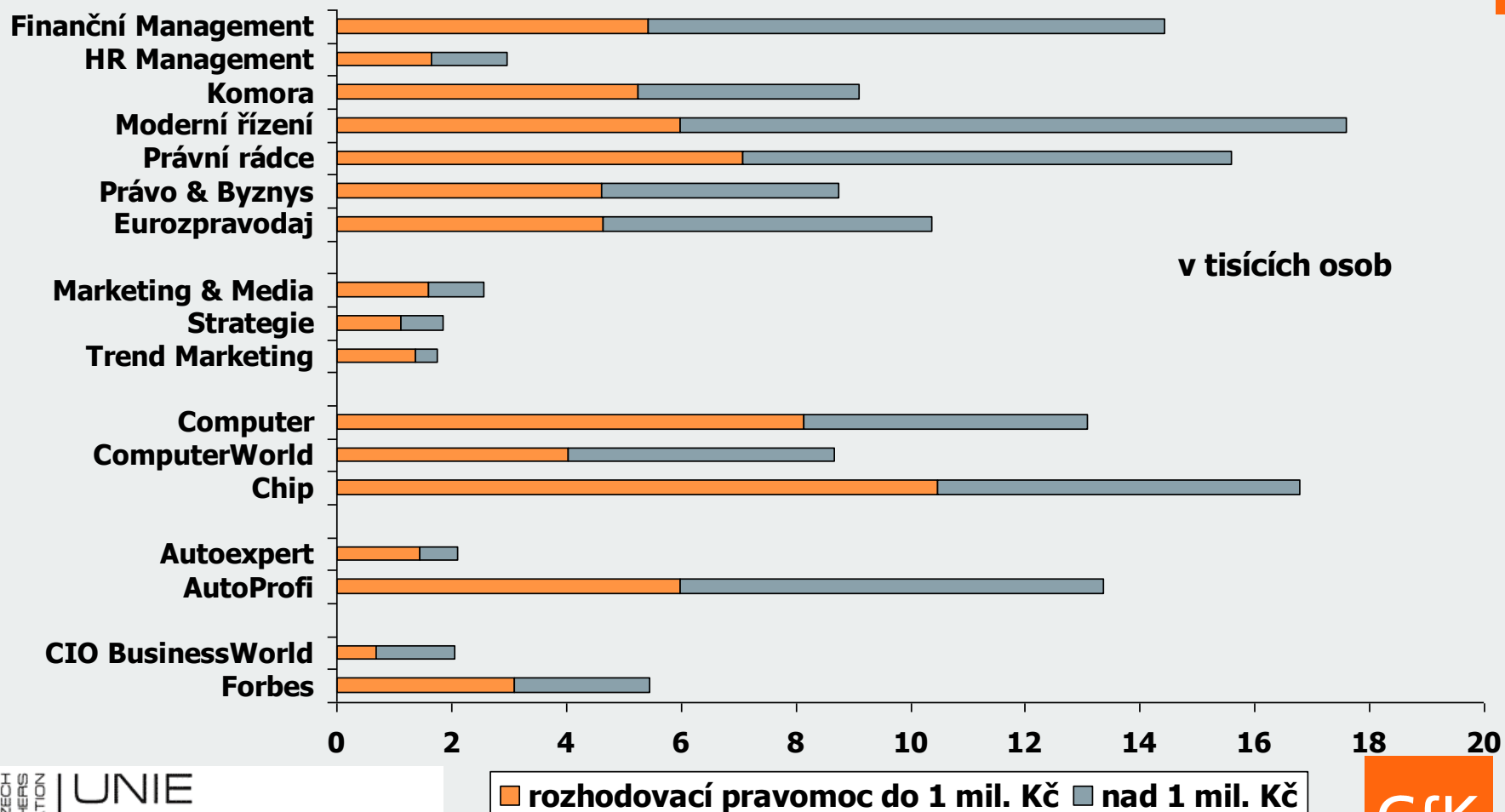
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

64



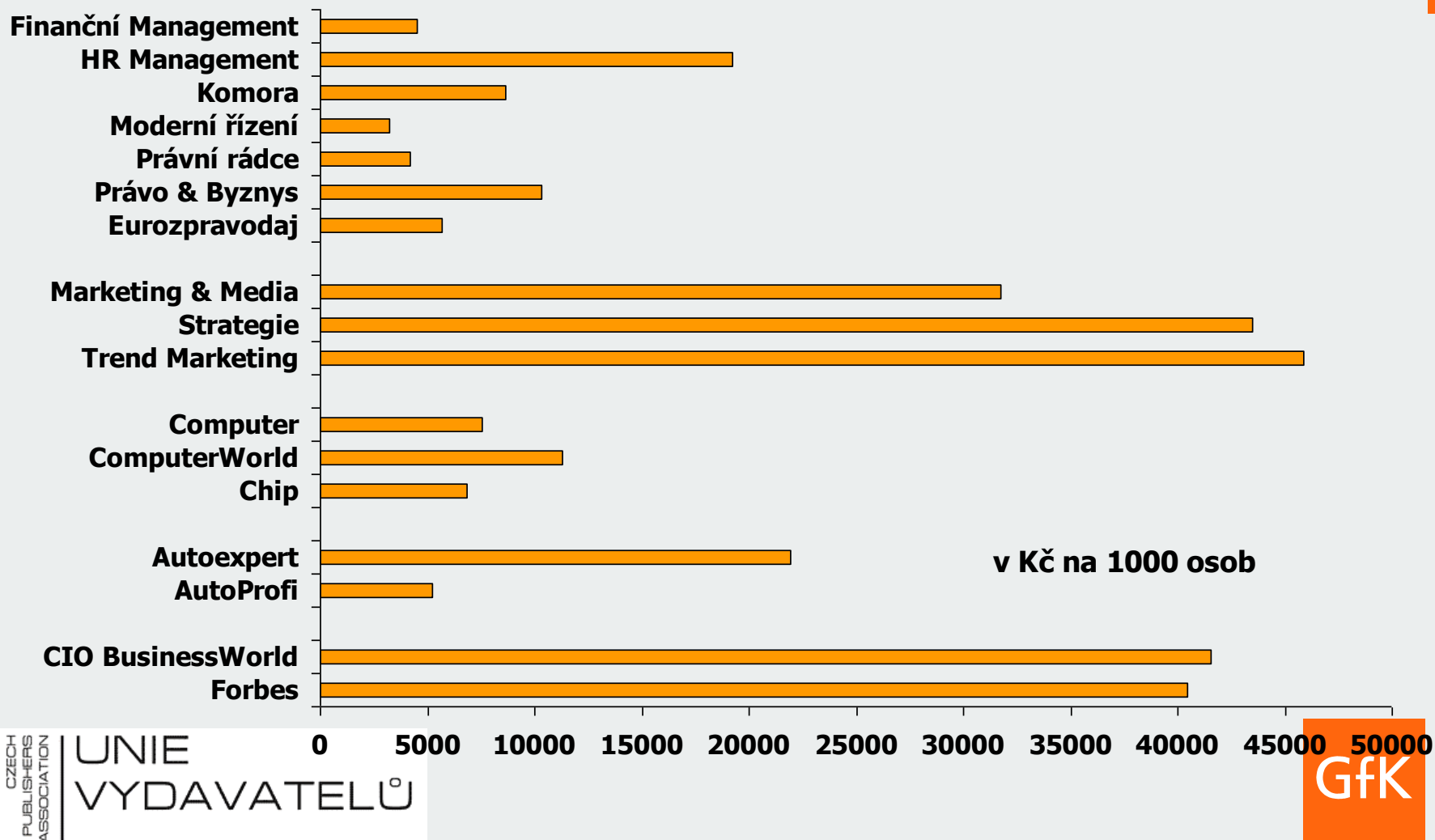
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

65



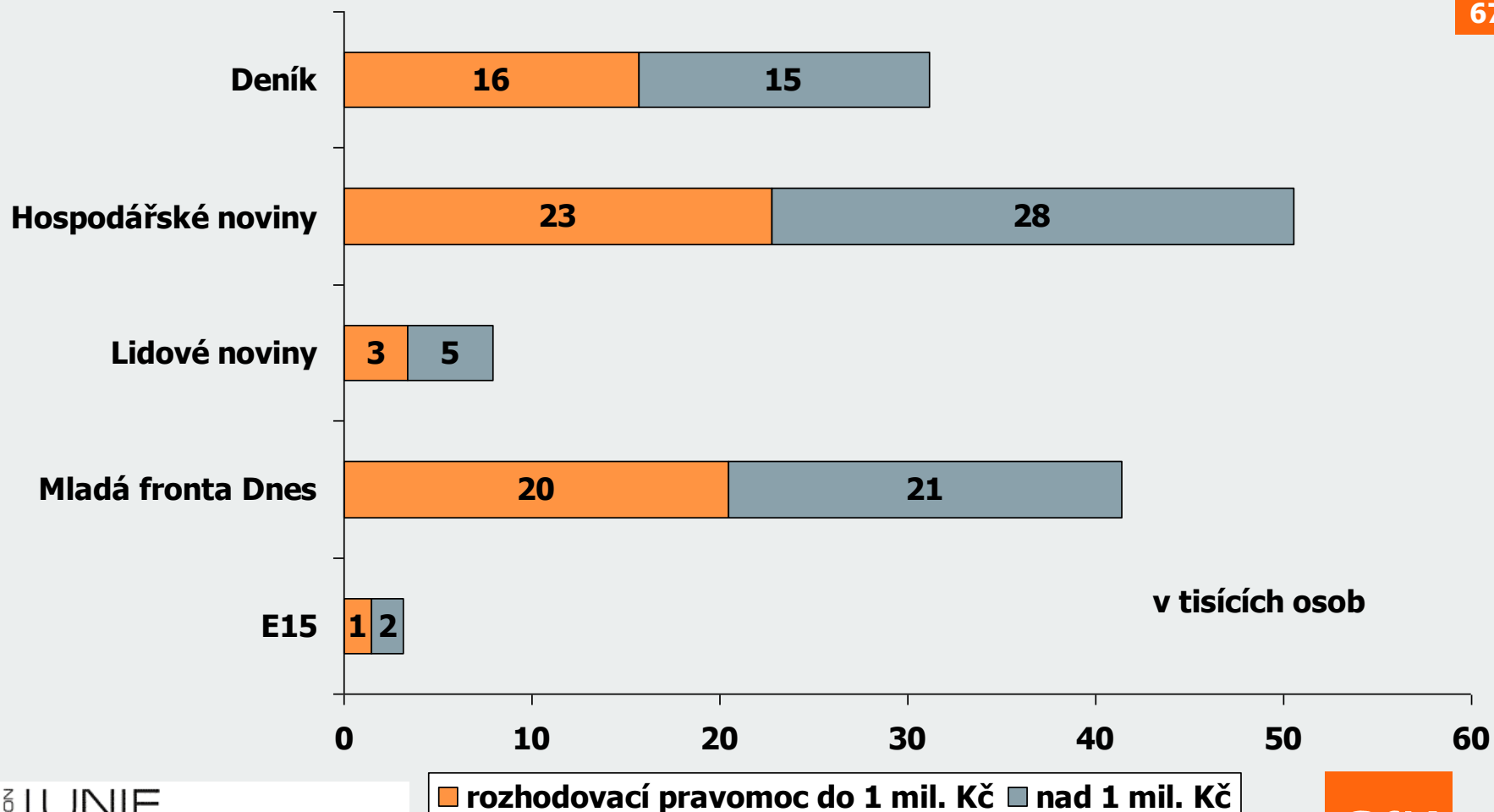
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **ICT** a plánujících pořízení či obnovu

66



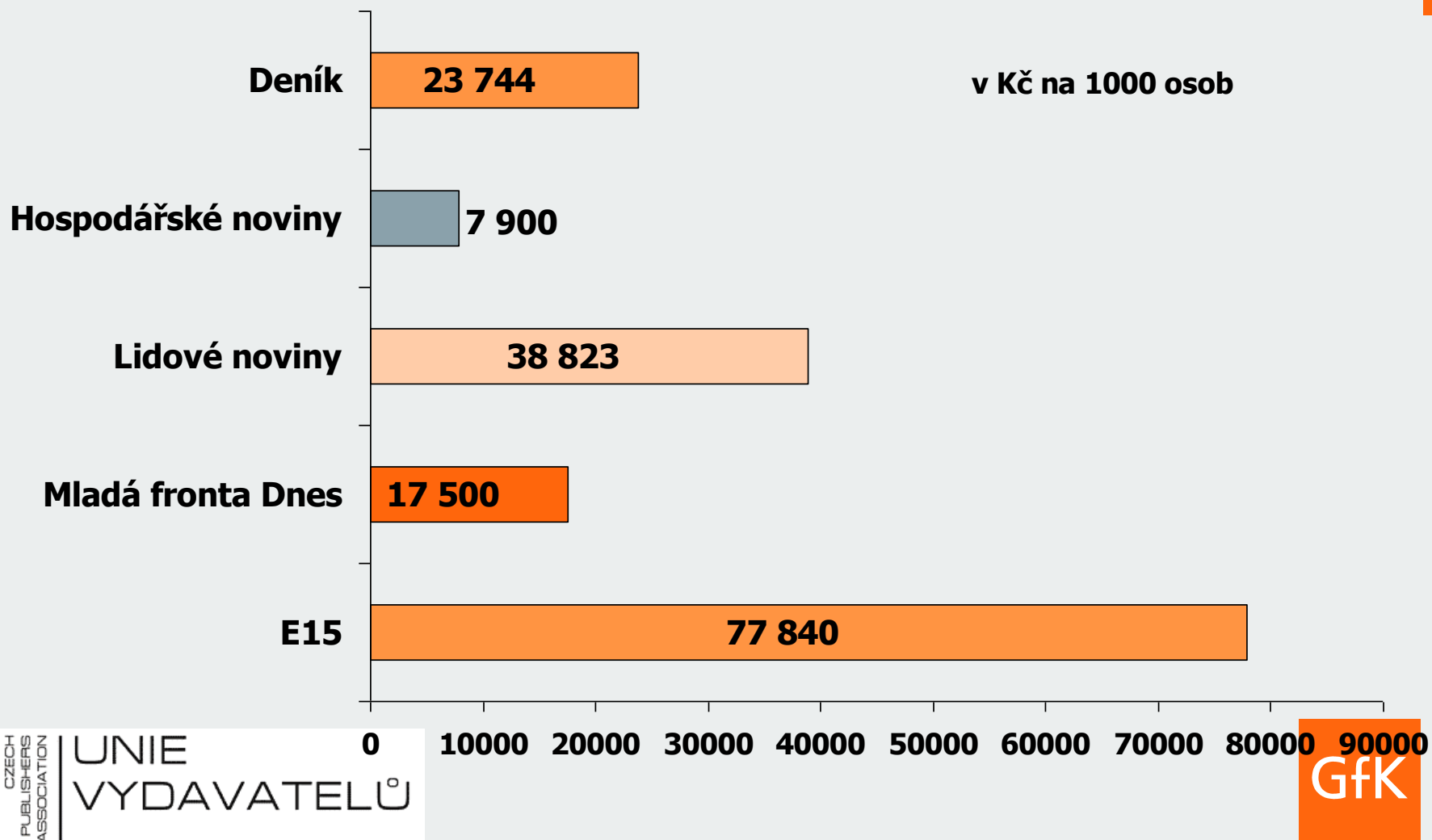
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

67



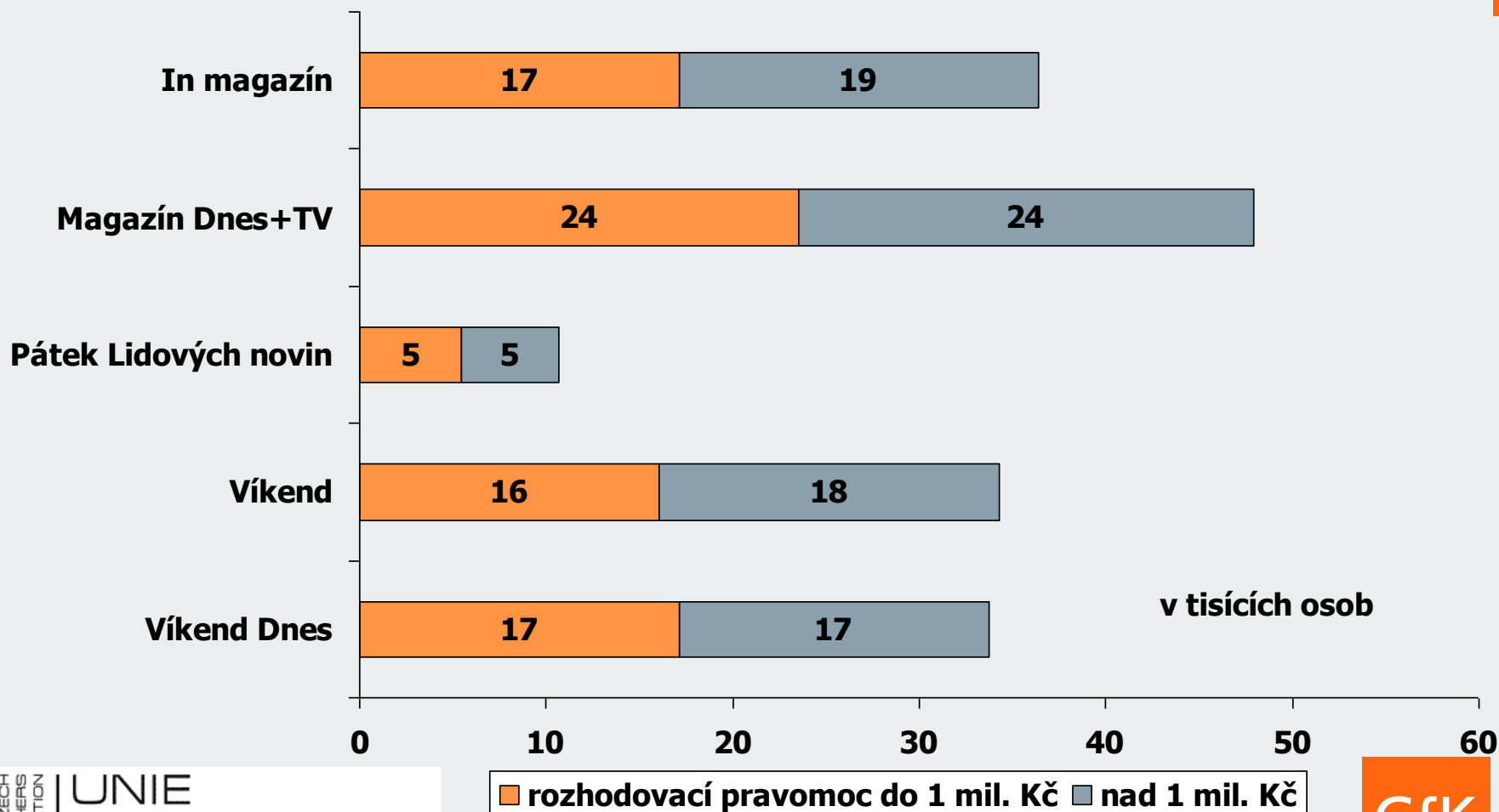
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

68



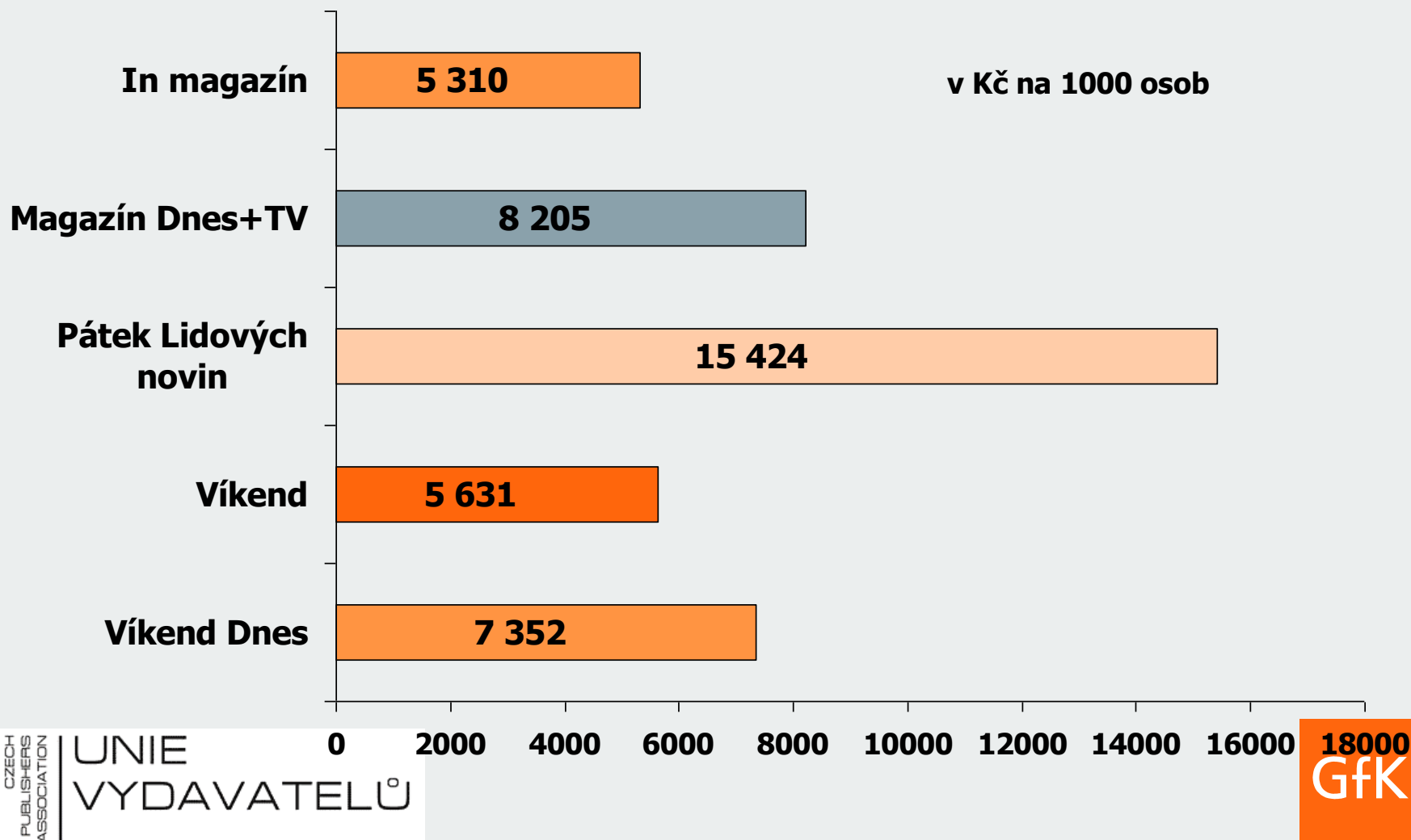
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

69



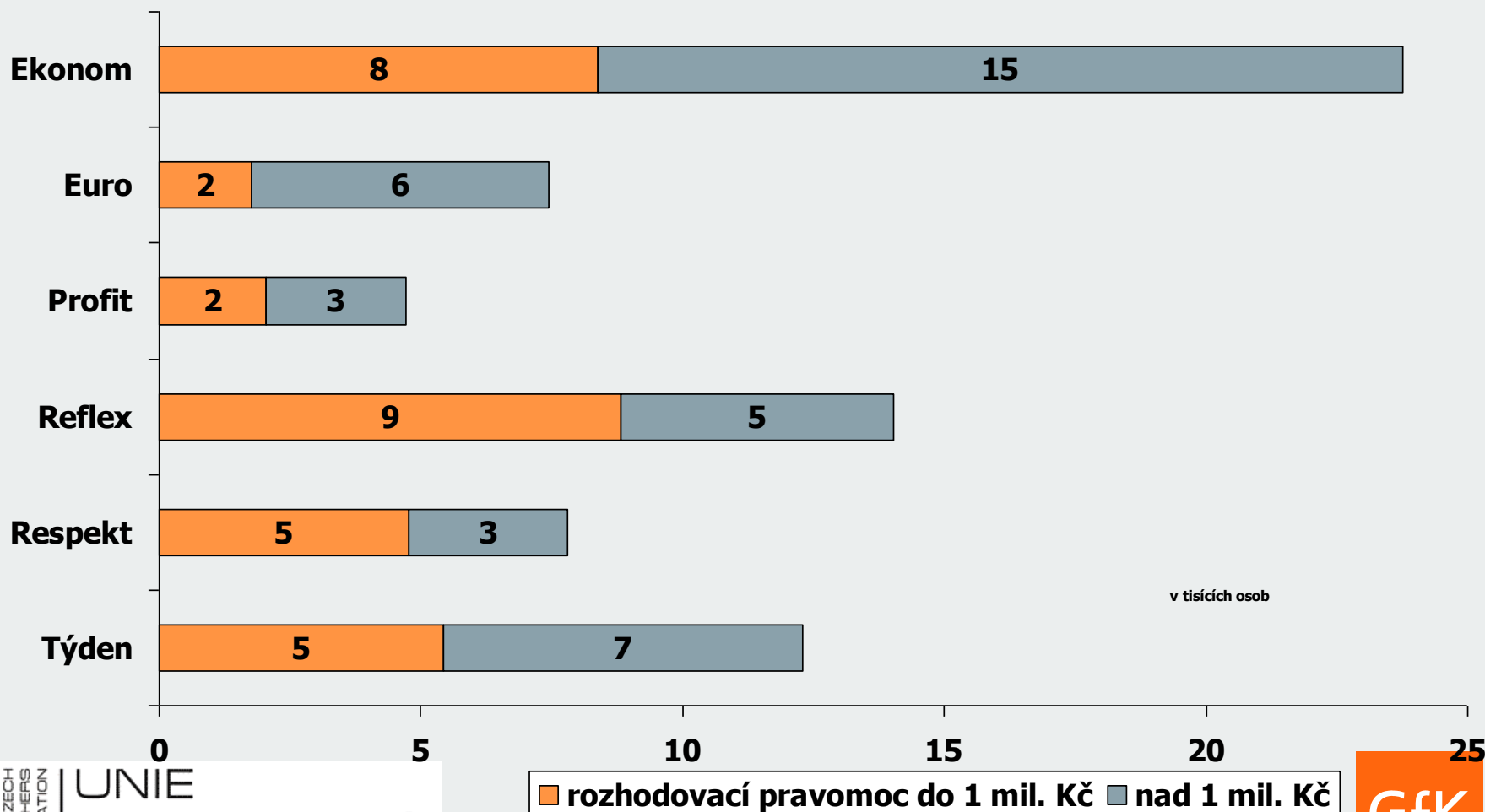
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

70



Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

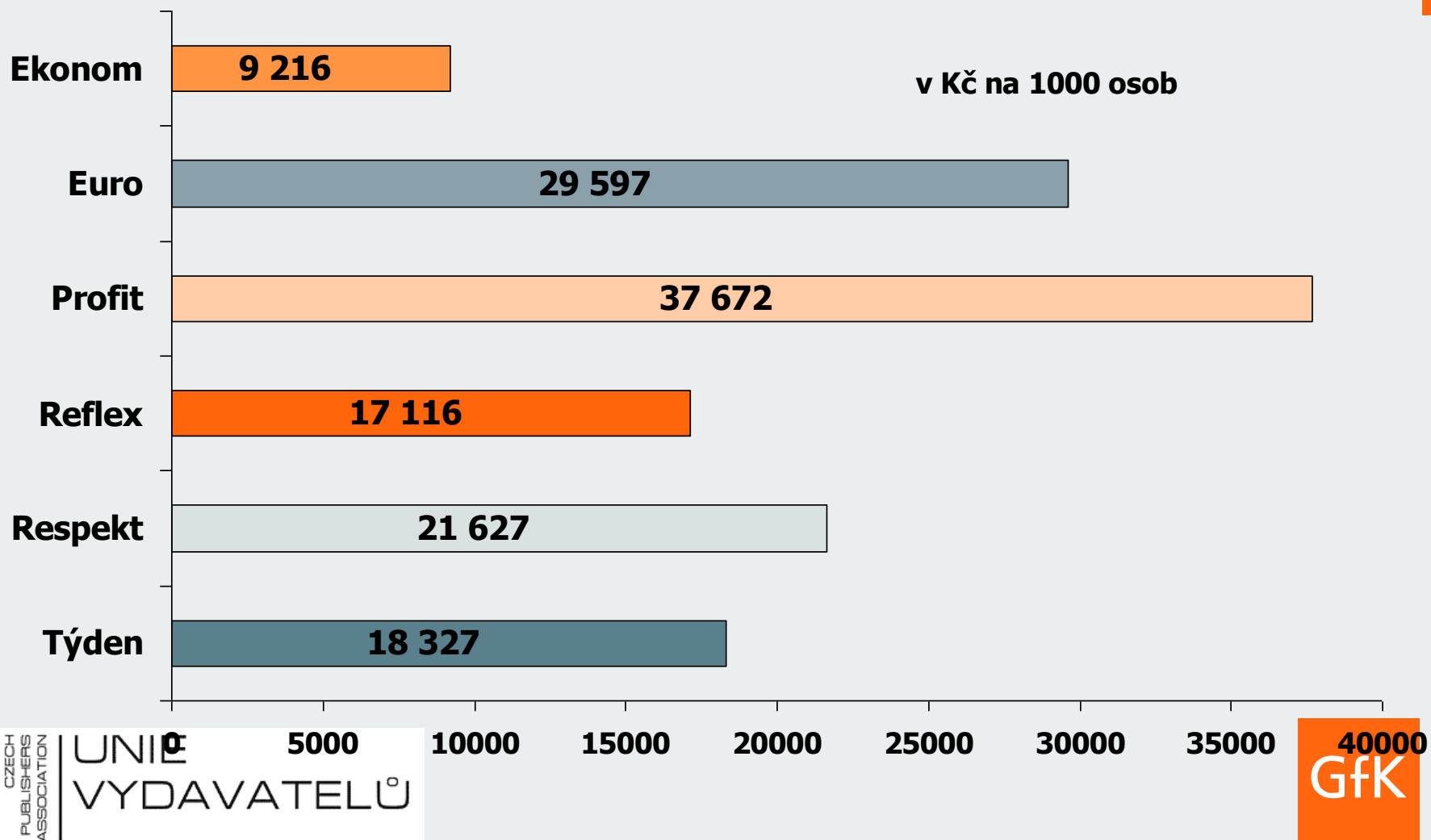
71



rozhodovací pravomoc do 1 mil. Kč nad 1 mil. Kč

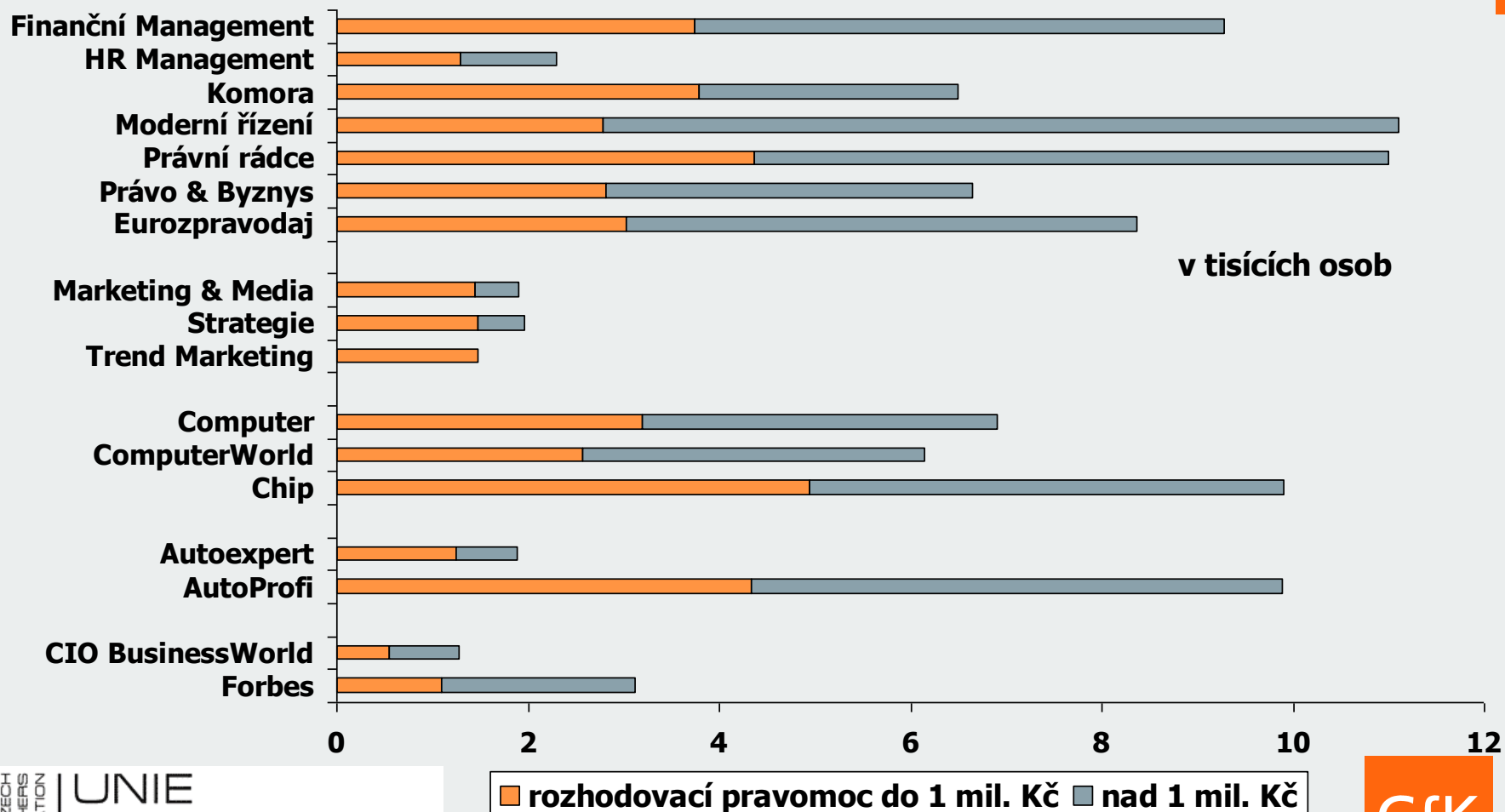
Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

72



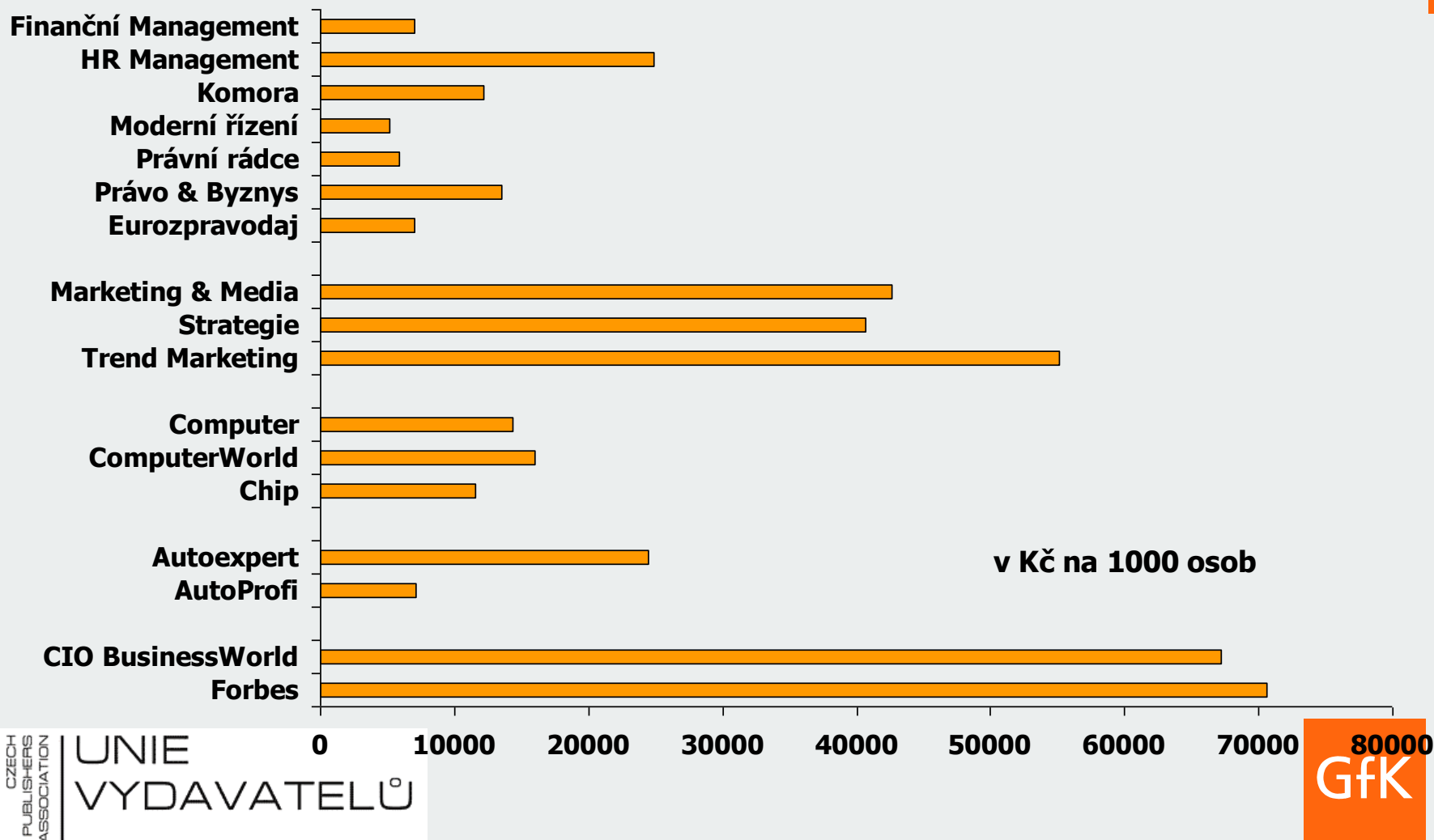
Výsledky výzkumu – firma – čtenost tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

73



Výsledky výzkumu – firma – CPT tisku ve skupině osob rozhodujících v oblasti **realit** a plánujících pořízení či obnovu

74





Výsledky výzkumu - soukromí

Výsledky výzkumu – soukromí

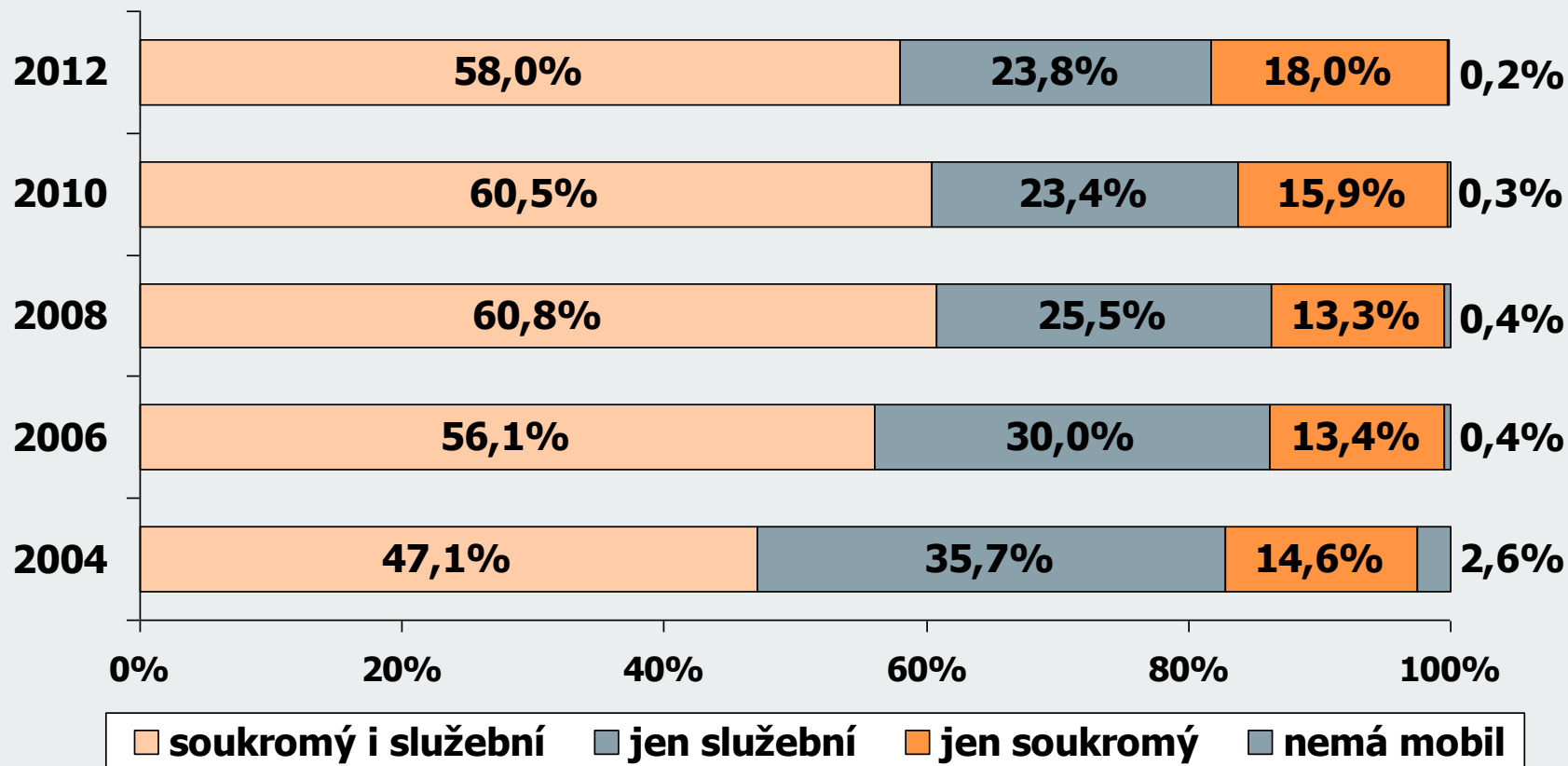
Postoje – podle hlavní vykonávané činnosti

76



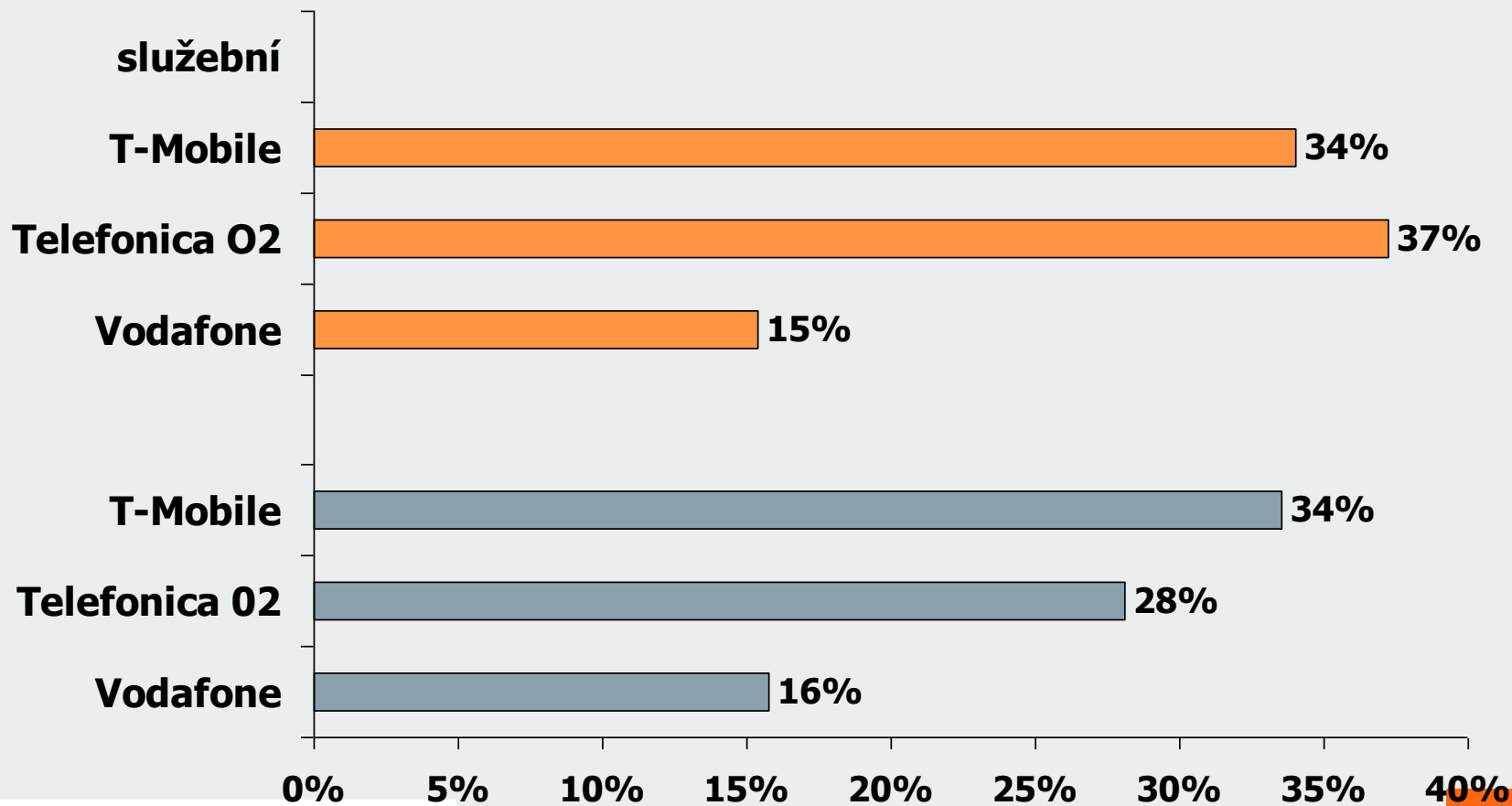
Výsledky výzkumu – soukromí – vybavení mobilem

77



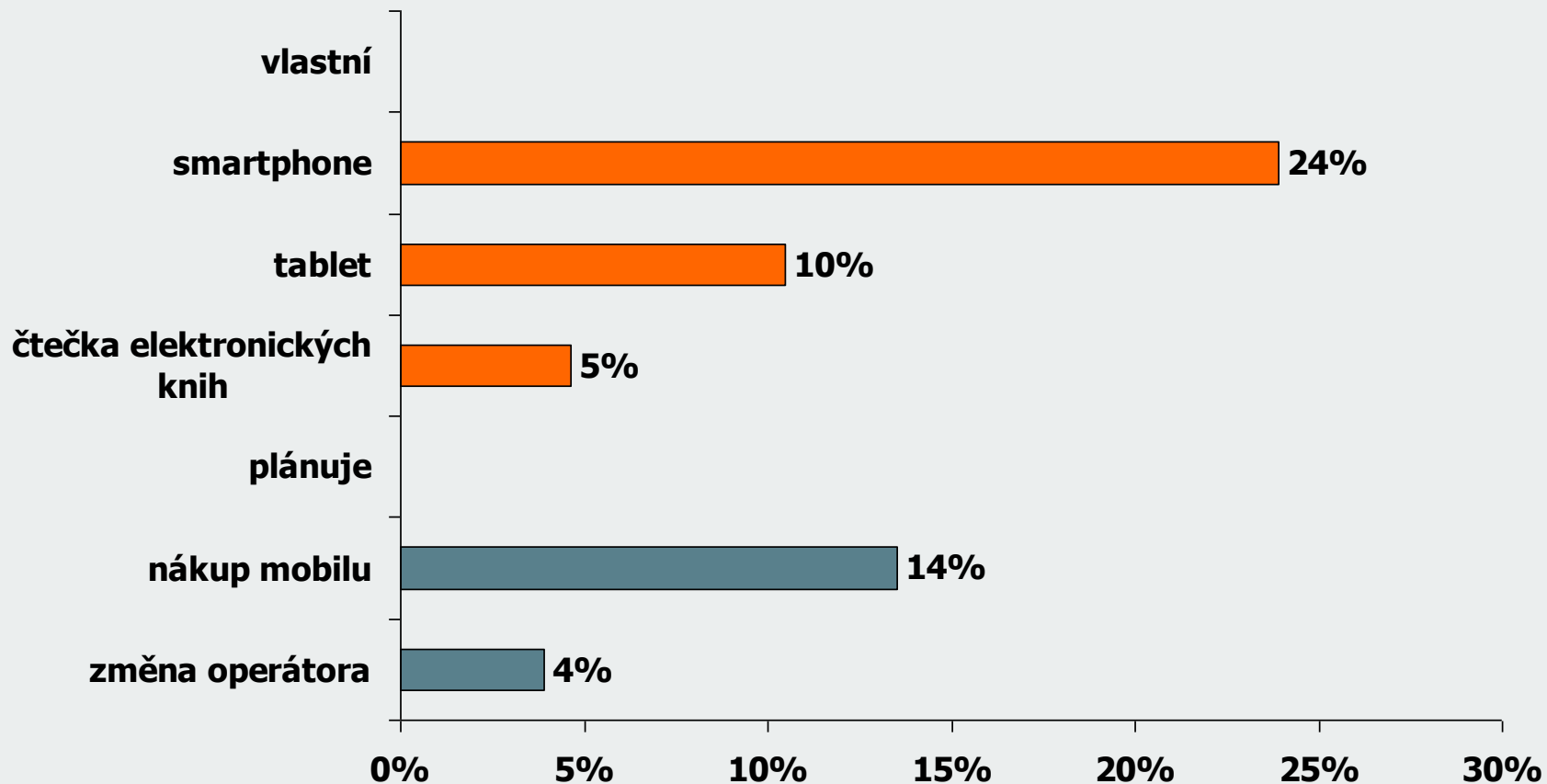
Výsledky výzkumu – soukromí – mobilní operátor

78



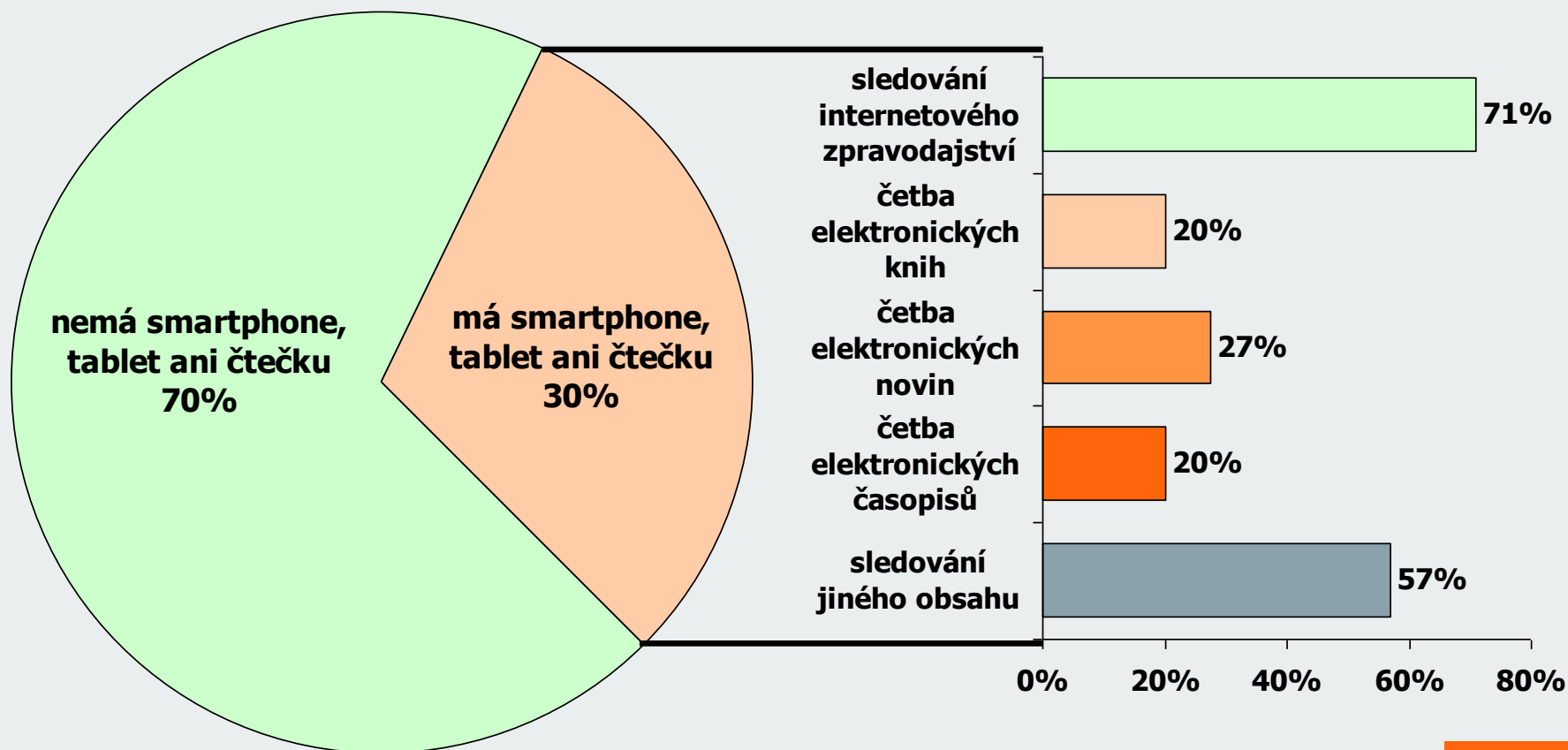
Výsledky výzkumu – soukromí – spotřební elektronika

79



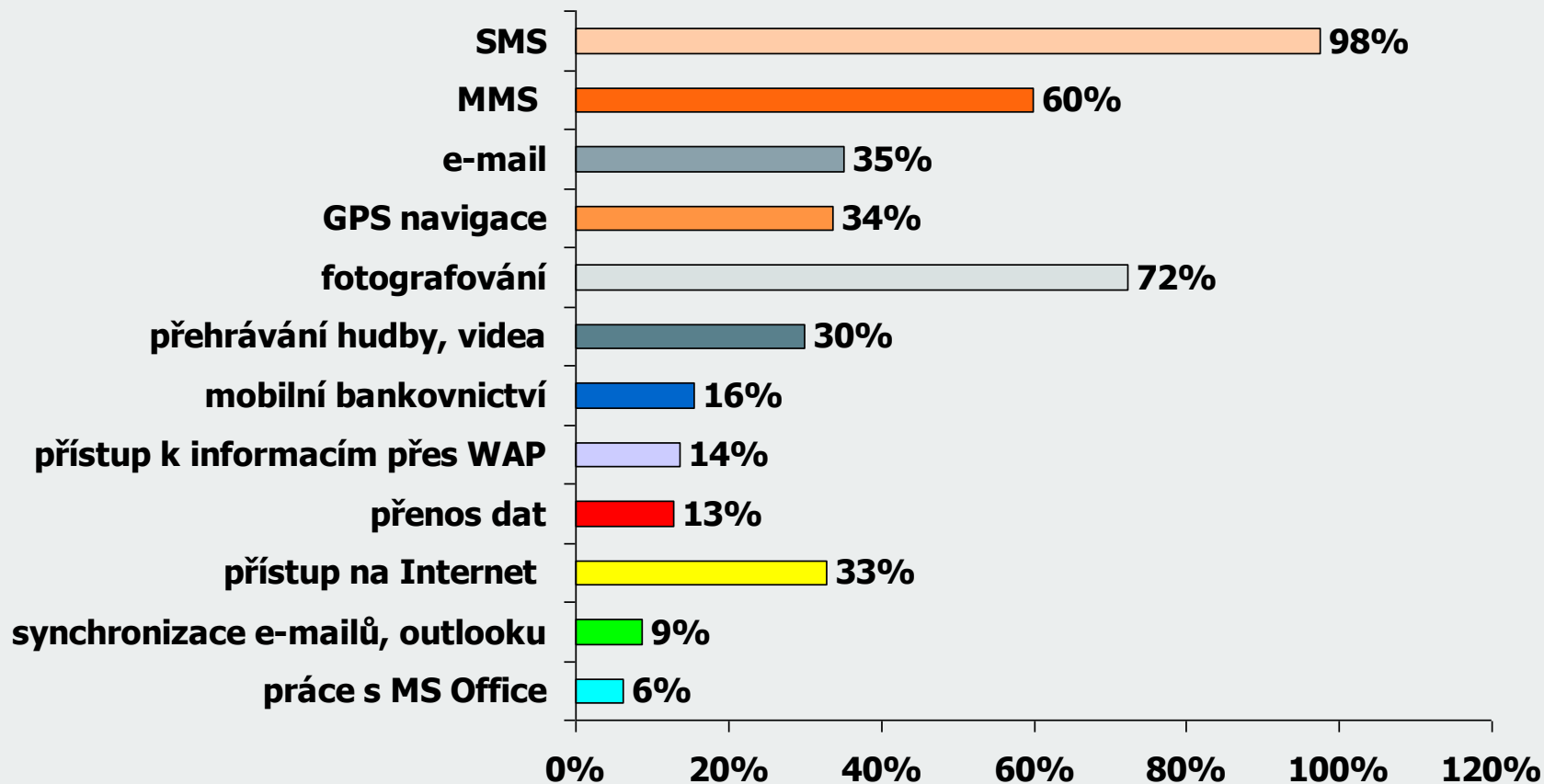
Výsledky výzkumu – soukromí – využití spotřební elektroniky

80



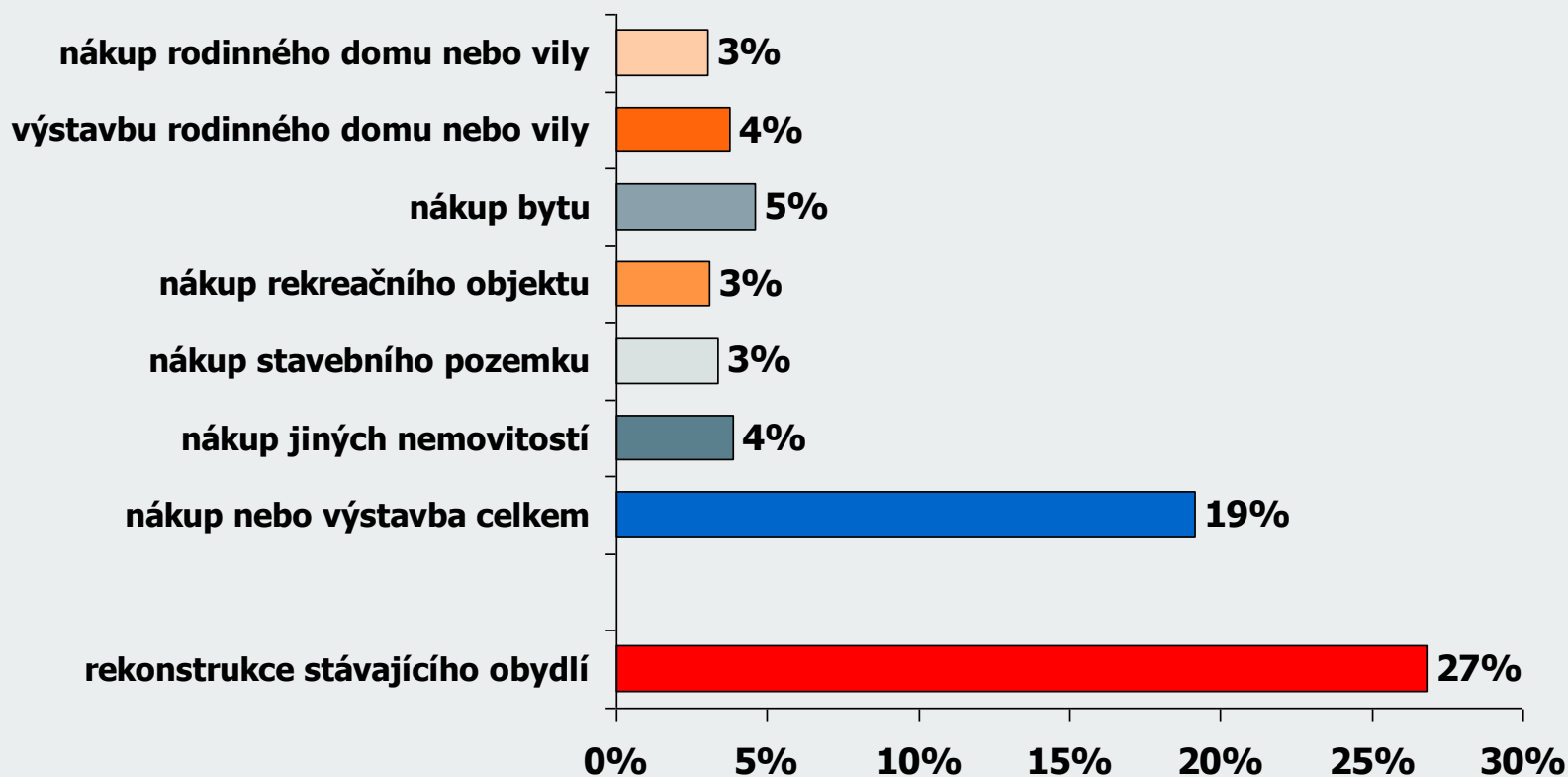
Výsledky výzkumu – soukromí – užívá pojišťovací služby

81



Výsledky výzkumu – soukromí – plány v oblasti nemovitostí

82



Děkuji za pozornost

GfK Czech, 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)

Prezentace bude vystavena na
www.unievydavatelu.cz