

# MEDIÁLNÍ TRH V ROCE 2012

BRUNCH UNIE VYDAVATELŮ 20.10.2011

# OKRUHY

---

- Vývoj mediální konzumace
- Vývoj mediálních investic
- Jak se připravit na rok 2012



# VÝVOJ MEDIÁLNÍ KONZUMACE



ZÁSAH	DENNÍ	TÝDENNÍ	TREND
<b>TV</b>	<b>6 752 900</b>	<b>8 334 100</b>	
DENÍKY	4 780 600	7 050 900	
ČASOPISY	2 609 300	5 650 100	
ROZHLAS	5 655 100	7 565 000	
INTERNET	3 062 500	4 995 100	
OOH	--	7 367 900	

- Největší a nejrychlejší zásah
- Doba sledování mírně roste
- Fragmentace sledovanosti

Zdroj dat: 1-2Q 2011 ATO Mediaresearch, MML TGI Median, Radio Projekt STEM/MARK + Median, Net Monitor Gemius+Mediaresearch

# VÝVOJ MEDIÁLNÍ KONZUMACE



ZÁSAH	DENNÍ	TÝDENNÍ	TREND
TV	6 752 900	8 334 100	→
<b>DENÍKY</b>	<b>4 780 600</b>	<b>7 050 900</b>	↓
ČASOPISY	2 609 300	5 650 100	
ROZHLAS	5 655 100	7 565 000	
INTERNET	3 062 500	4 995 100	
OOH	--	7 367 900	

- Poklesy prodejů a čtenosti
- Masové médium
- Vysoký denní zásah
- Jádru čtenářů:
  - lidé, kteří rozhodují, střední věk, vyšší vzdělání

Zdroj dat: 1-2Q 2011 ATO Mediaresearch, MML TGI Median, Radio Projekt STEM/MARK + Median, Net Monitor Gemius+Mediaresearch

# VÝVOJ MEDIÁLNÍ KONZUMACE



ZÁSAH	DENNÍ	TÝDENNÍ	TREND
TV	6 752 900	8 334 100	→
DENÍKY	4 780 600	7 050 900	↓
<b>ČASOPISY</b>	<b>2 609 300</b>	<b>5 650 100</b>	→
ROZHLAS	5 655 100	7 565 000	
INTERNET	3 062 500	4 995 100	
OOH	--	7 367 900	

- Rozdíly v rámci segmentů
- Nárůst čtenosti:
  - programové tituly
  - tituly o vaření
- Pokles čtenosti:
  - IT a komunikační technologie
  - pro děti a mládež
  - hudba, film, fotografie

Zdroj dat: 1-2Q 2011 ATO Mediaresearch, MML TGI Median, Radio Projekt STEM/MARK + Median, Net Monitor Gemius+Mediaresearch

# VÝVOJ MEDIÁLNÍ KONZUMACE



ZÁSAH	DENNÍ	TÝDENNÍ	TREND
TV	6 752 900	8 334 100	→
DENÍKY	4 780 600	7 050 900	↓
ČASOPISY	2 609 300	5 650 100	→
<b>ROZHLAS</b>	<b>5 655 100</b>	<b>7 565 000</b>	→
INTERNET	3 062 500	4 995 100	
OOH	--	7 367 900	

- Stabilní zásah a doba poslechu:
  - 3:10 minut denně
- Denní médium:
  - maximální zásah před polednem

Zdroj dat: 1-2Q 2011 ATO Mediaresearch, MML TGI Median, Radio Projekt STEM/MARK + Median, Net Monitor Gemius+Mediaresearch

# VÝVOJ MEDIÁLNÍ KONZUMACE



ZÁSAH	DENNÍ	TÝDENNÍ	TREND
TV	6 752 900	8 334 100	→
DENÍKY	4 780 600	7 050 900	↓
ČASOPISY	2 609 300	5 650 100	→
ROZHLAS	5 655 100	7 565 000	→
<b>INTERNET</b>	<b>3 062 500</b>	<b>4 995 100</b>	↑
OOH	--	7 367 900	

- Rostoucí penetrace
- Snížení poklesu růstu počtu uživatelů

Zdroj dat: 1-2Q 2011 ATO Mediaresearch, MML TGI Median, Radio Projekt STEM/MARK + Median, Net Monitor Gemius+Mediaresearch

# VÝVOJ MEDIÁLNÍ KONZUMACE



ZÁSAH	DENNÍ	TÝDENNÍ	TREND
TV	6 752 900	8 334 100	→
DENÍKY	4 780 600	7 050 900	↓
ČASOPISY	2 609 300	5 650 100	→
ROZHLAS	5 655 100	7 565 000	→
INTERNET	3 062 500	4 995 100	↑
<b>OOH</b>	--	<b>7 367 900</b>	→

- Stabilní médium s masovým zásahem a možností lokálního cílení
- Rozšiřování elektronických formátů

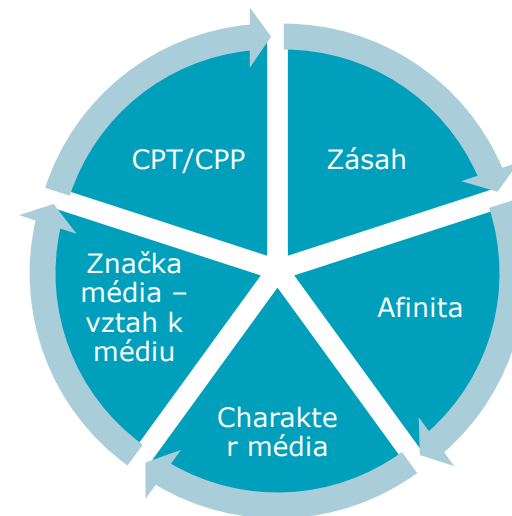
Zdroj dat: 1-2Q 2011 ATO Mediaresearch, MML TGI Median, Radio Projekt STEM/MARK + Median, Net Monitor Gemius+Mediaresearch



# VÝVOJ MEDIÁLNÍ INVESTIC

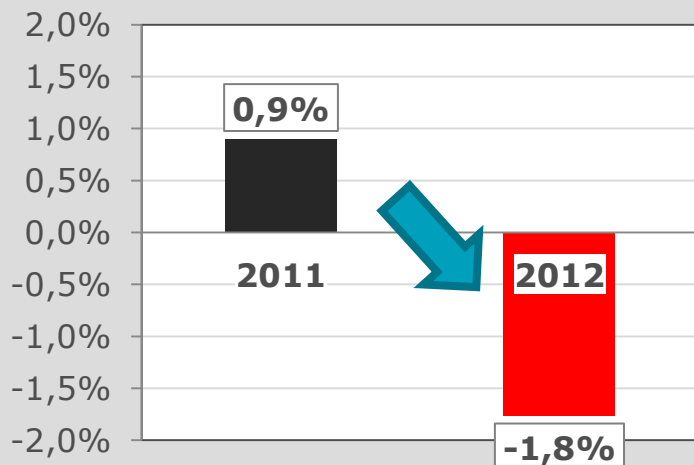


- Použití médií je závislé na cílech kampaně
- Cíl kampaně
  - Výše rozpočtu
  - Cílová skupina
  - Období kampaně
  - Výběr médií
  - Nákup



# VÝVOJ MEDIÁLNÍCH INVESTIC

## Odhad meziročního vývoje reálných mediálních investic



- Klíčové faktory vývoje:
  - Poptávka domácností
  - Vývoj dluhové krize v EU
  - Cenová politika médií

	TREND INVESTIC
TV	↑
DENÍKY	↓
ČASOPISY	↓
ROZHLAS	↓
INTERNET	↑
OOH	↓

Zdroj dat: odhad MÉDEA GROUP

# JAK SE NA ROK 2012 PŘIPRAVIT?

---



- Stát se pro klienty strategickými partnery, být součástí jejich podnikání
- Vycházet co nejvíce vstříc v plnění jejich požadavků
- Detailně hodnotit investice
  - Vyhodnocovat efekt kampaní
- Zvažovat nové možnosti komunikace
  - Vytipovat nové, překvapivé kanály pro oslovení CS
- Nabídnout co nejvíce relevantních služeb na jednom místě

**DĚKUJI ZA POZORNOST.**



MÉDEA GROUP  
Mikuleckého 1311/8  
147 00 Praha 4  
Tel.: +420 241 004 500  
[www.medeaz.cz](http://www.medeaz.cz)