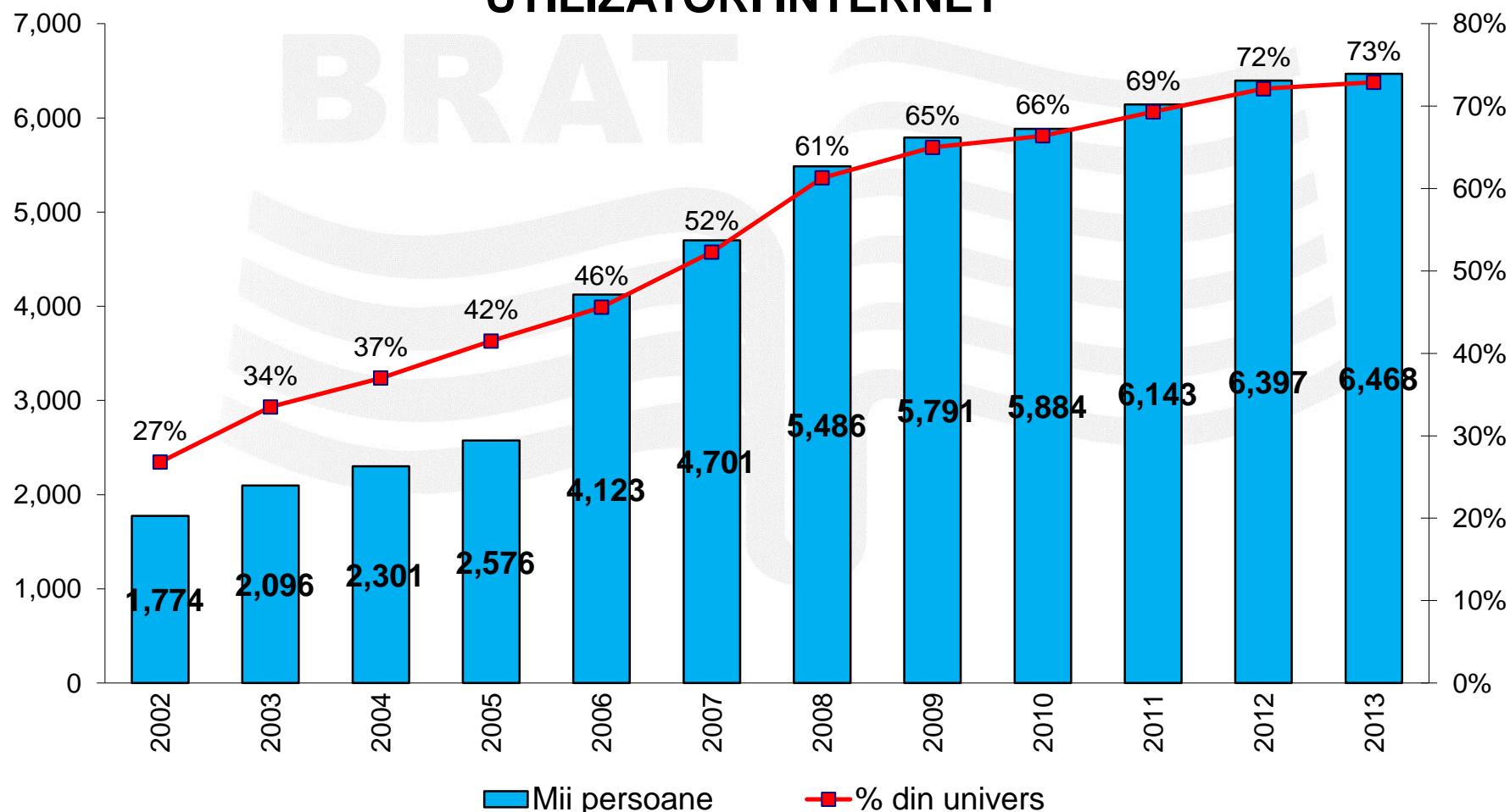


**BRAT –
7 ani de cercetare online**

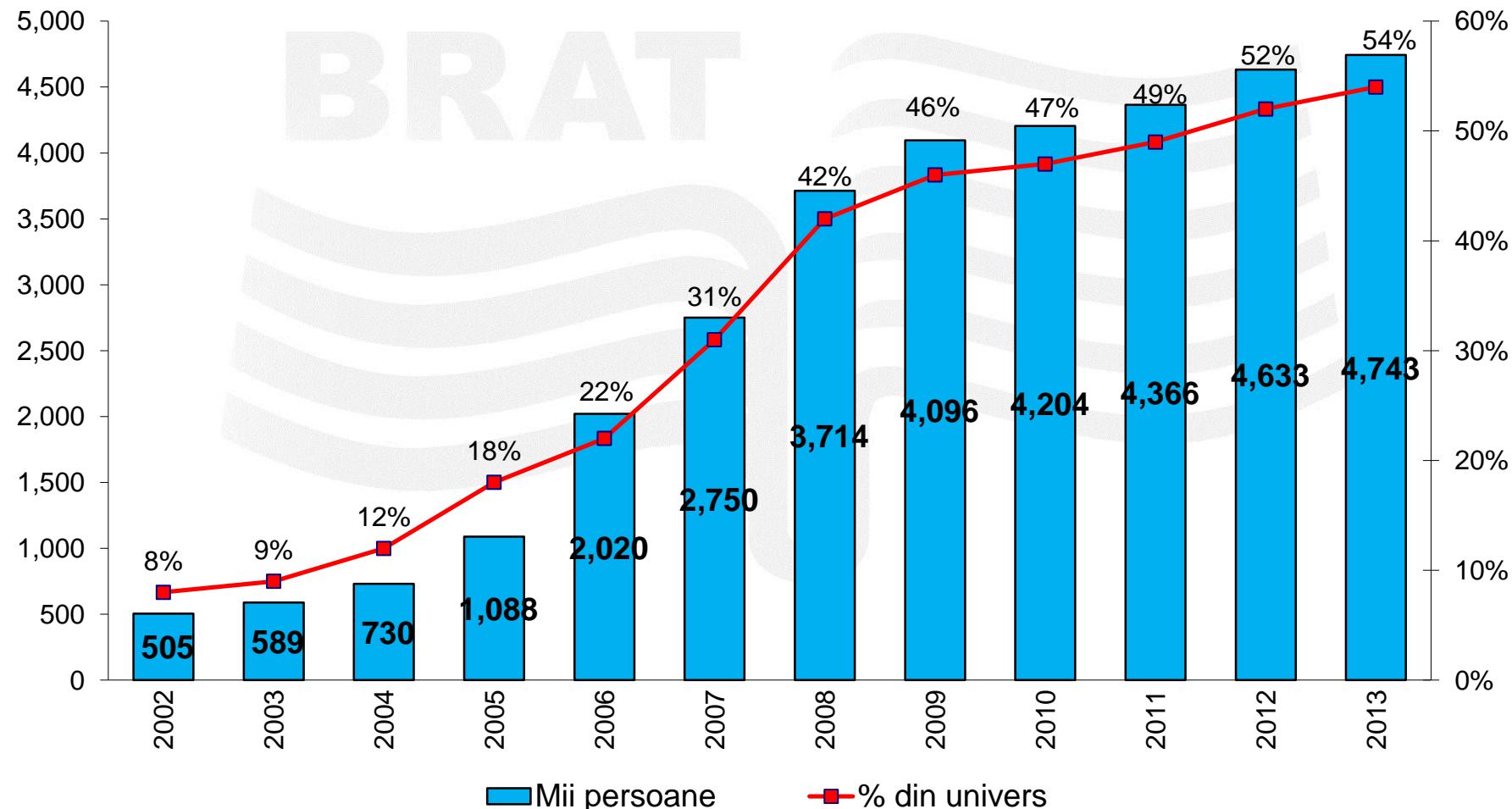
CONSUM INTERNET

UTILIZATORI INTERNET



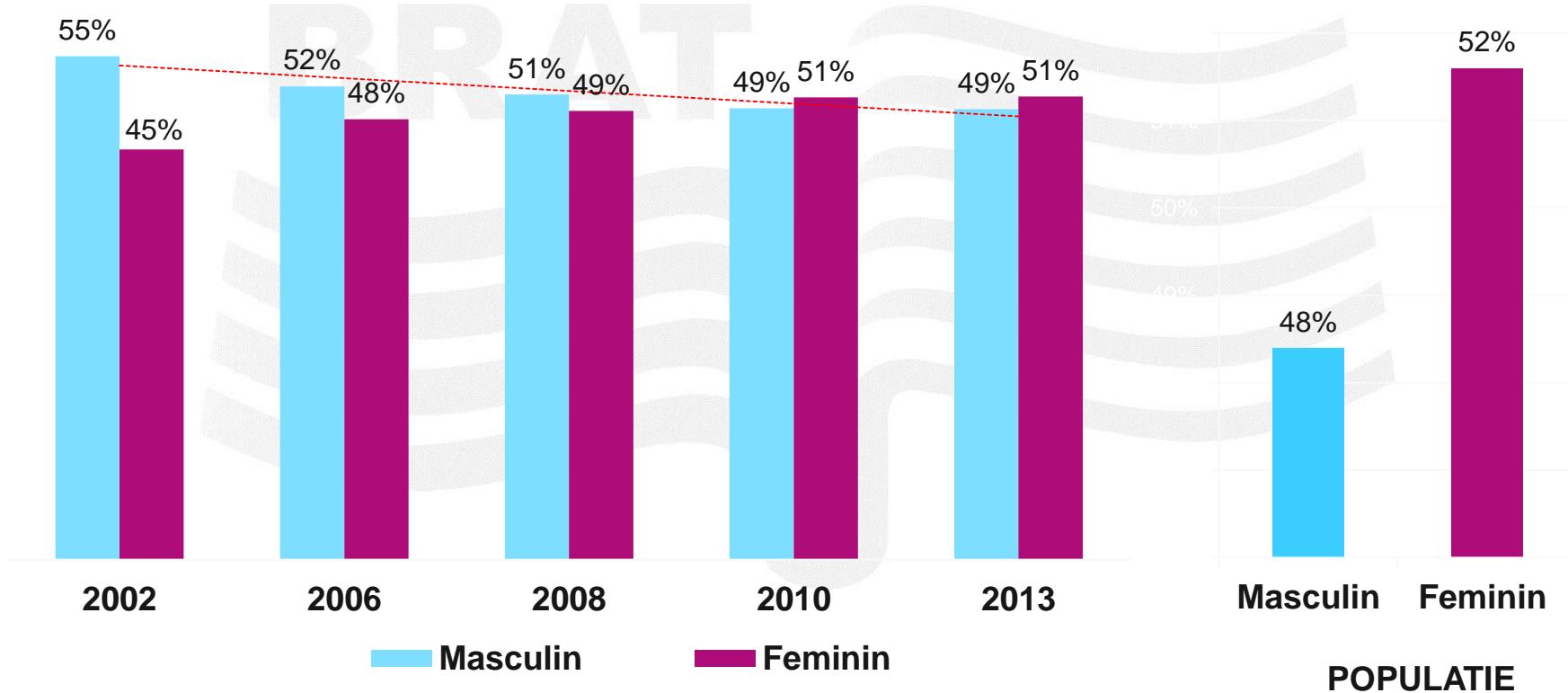
CONSUM INTERNET

UTILIZATORI INTERNET ZILNIC



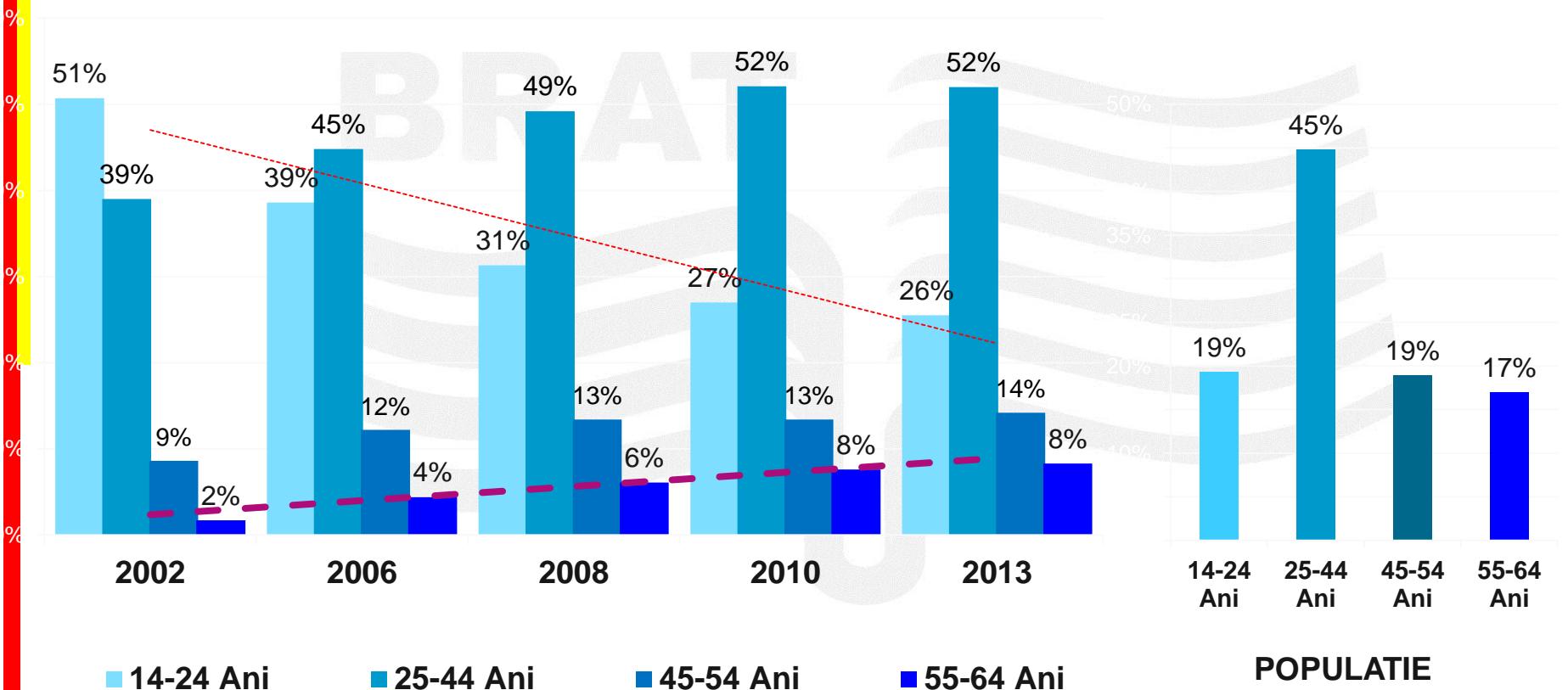
PROFILUL UTILIZATORULUI DE INTERNET

GEN



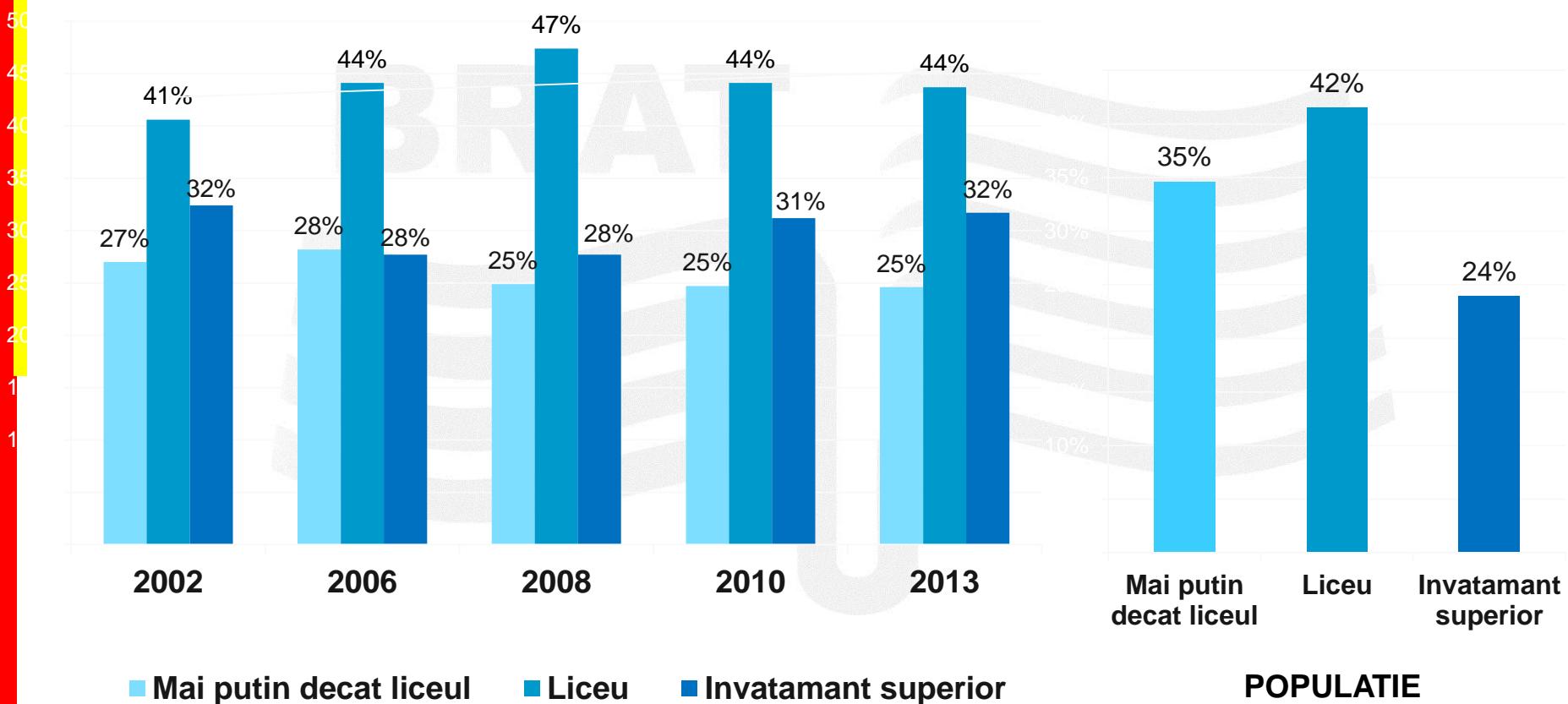
PROFILUL UTILIZATORULUI DE INTERNET

VARSTA



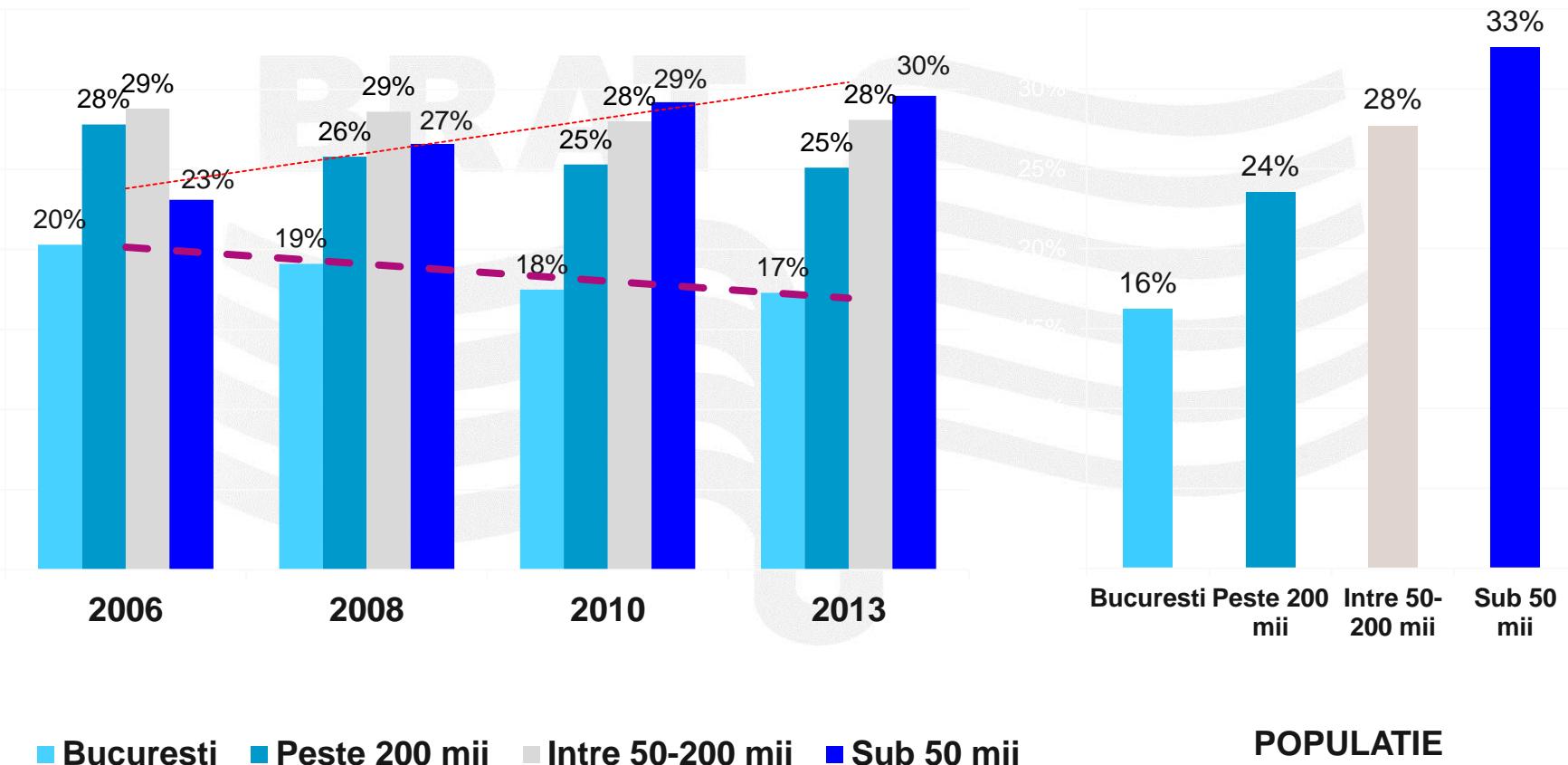
PROFILUL UTILIZATORULUI DE INTERNET

EDUCATIE



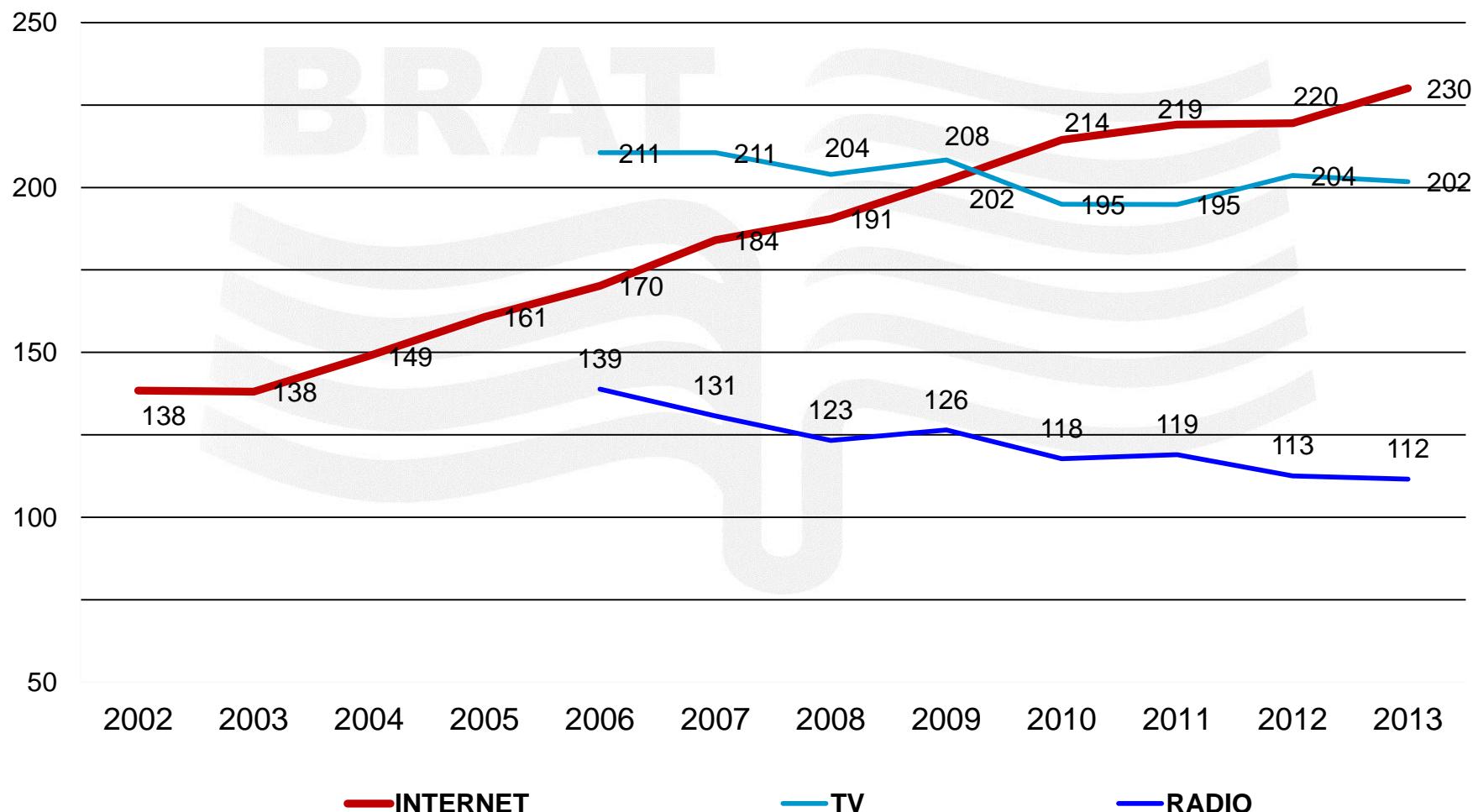
PROFILUL UTILIZATORULUI DE INTERNET

MARIMEA LOCALITATII



TIMP PETRECUT - MEDII ELECTRONICE

TIMP MEDIU ZILNIC (MINUTE/PERSOANA)



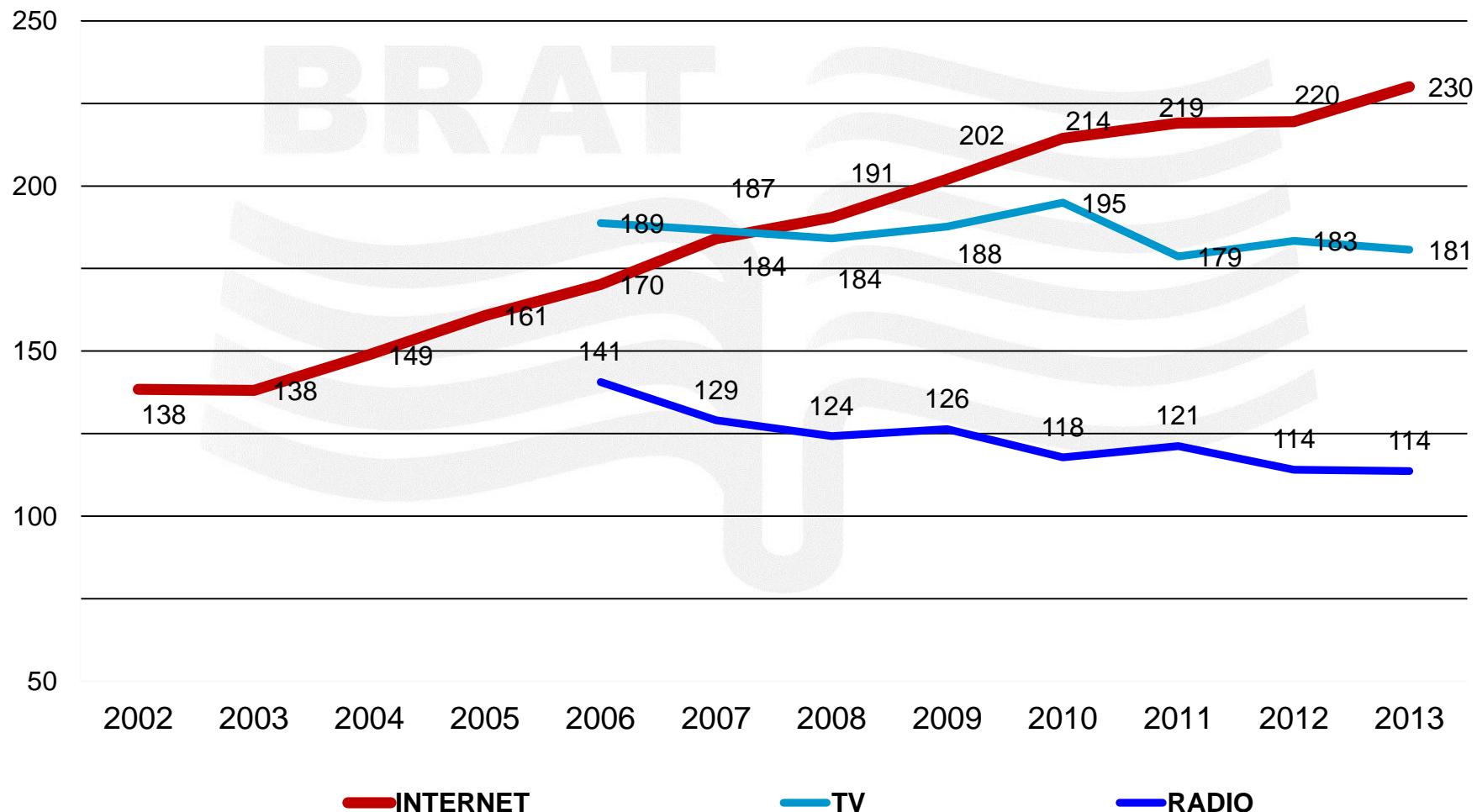
— INTERNET

— TV

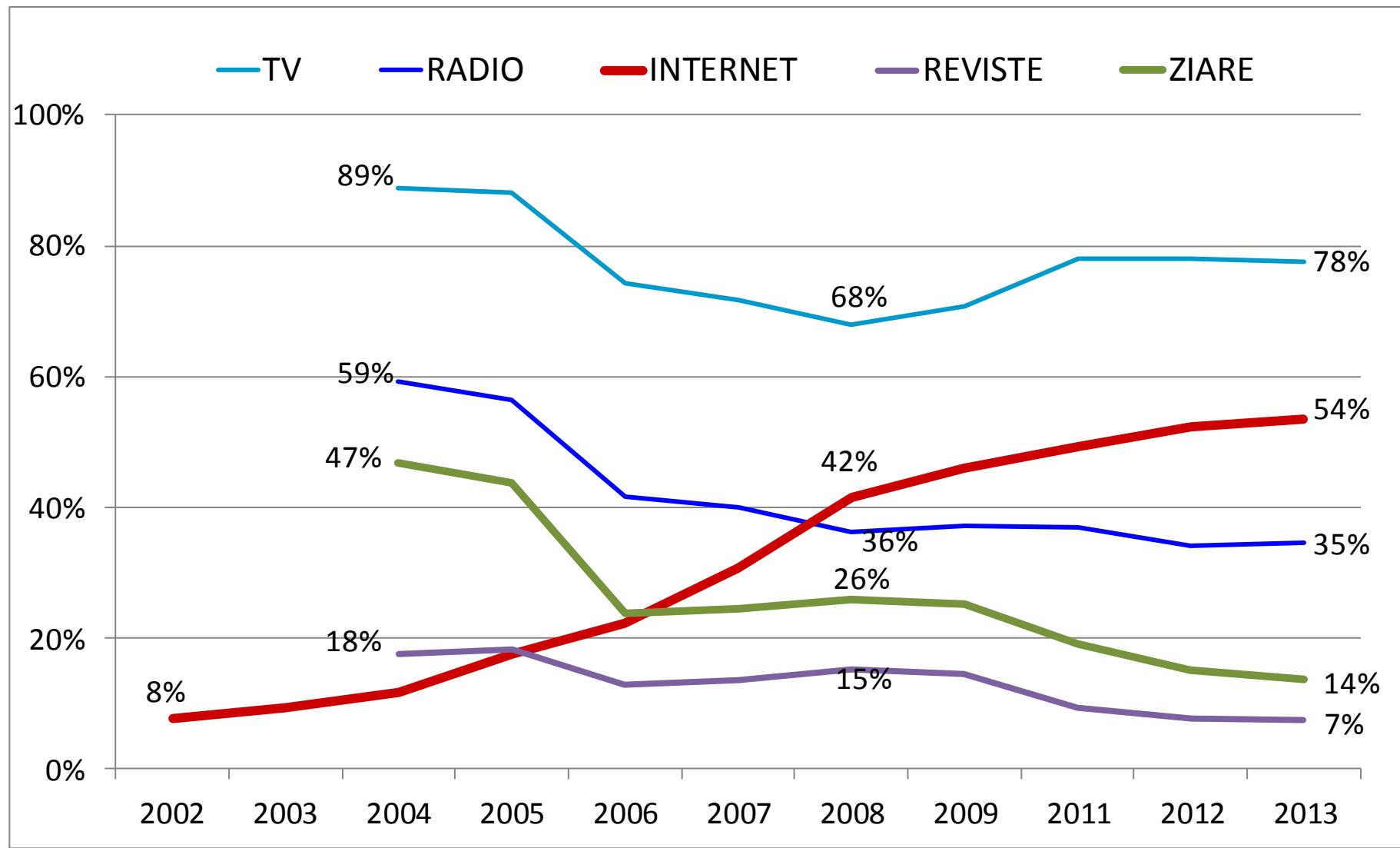
— RADIO

TIMP PETRECUT - MEDII ELECTRONICE

TIMP MEDIU ZILNIC (MINUTE /UTILIZATOR INTERNET)

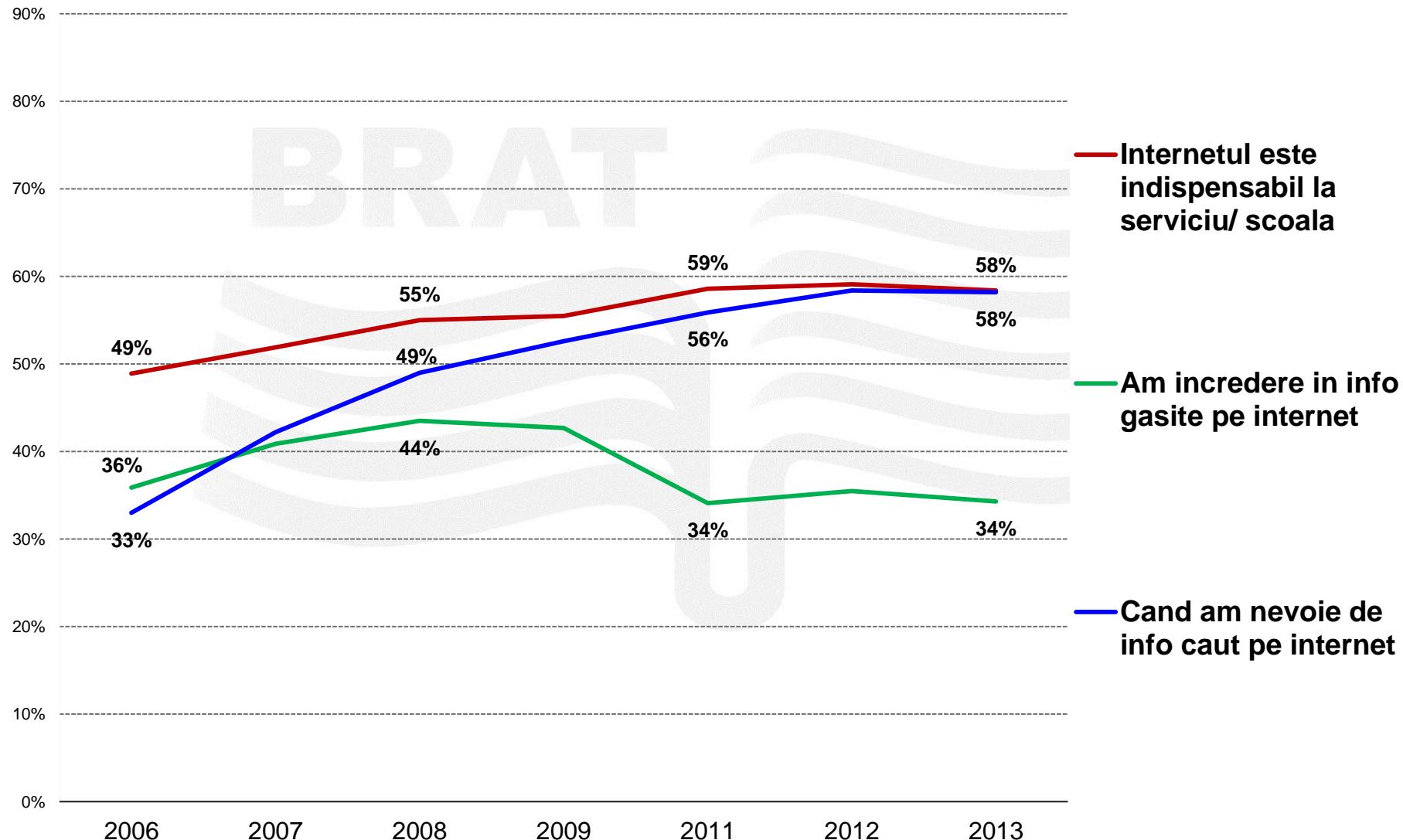


EVOLUTIE CONSUM MEDIA ZILNIC



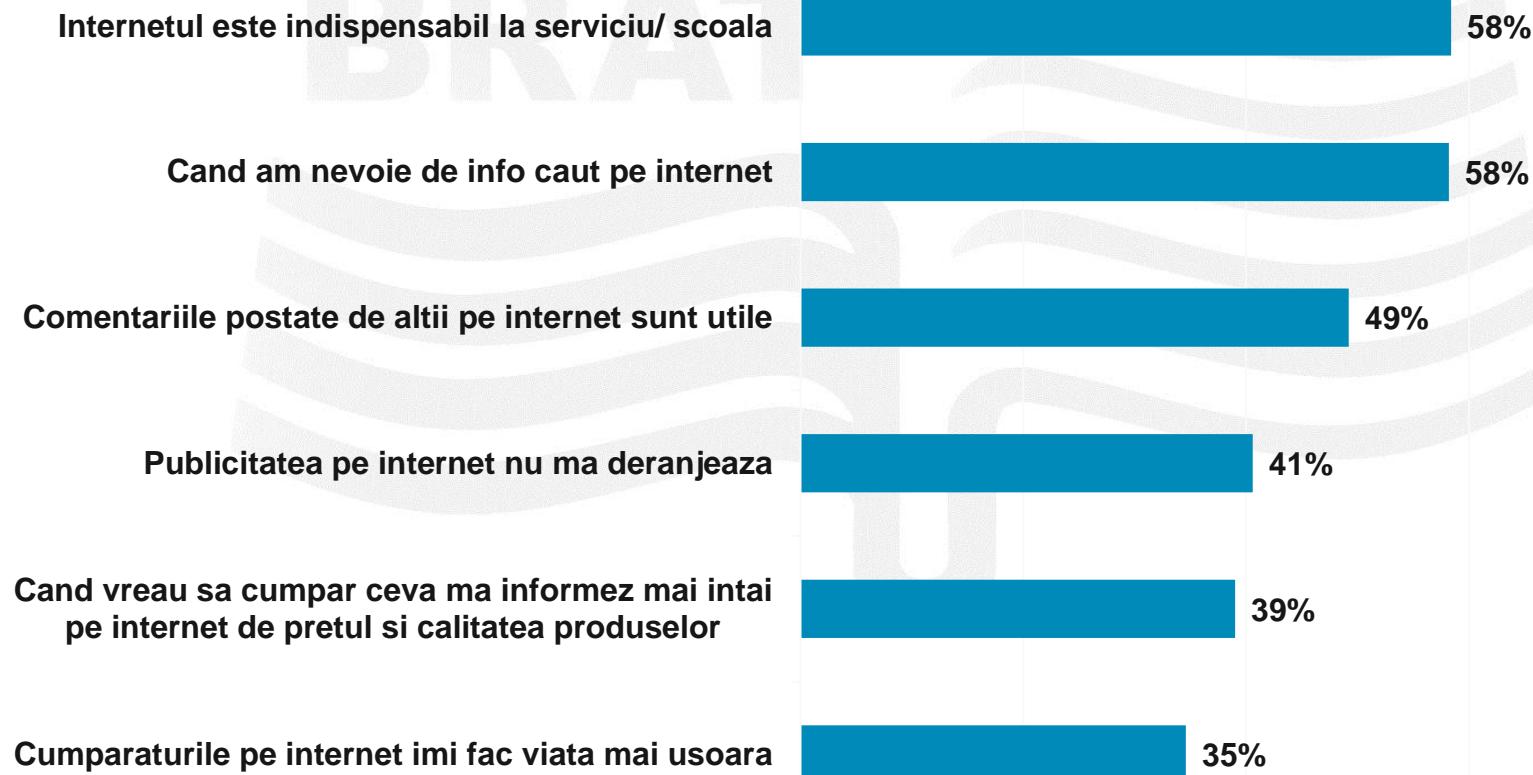
2002-2005 - % ORASE>50.000, 14-64
 2006-2013 - % univers URBAN, 14-64
 SNA FOCUS

ATITUDINEA FATA DE INTERNET



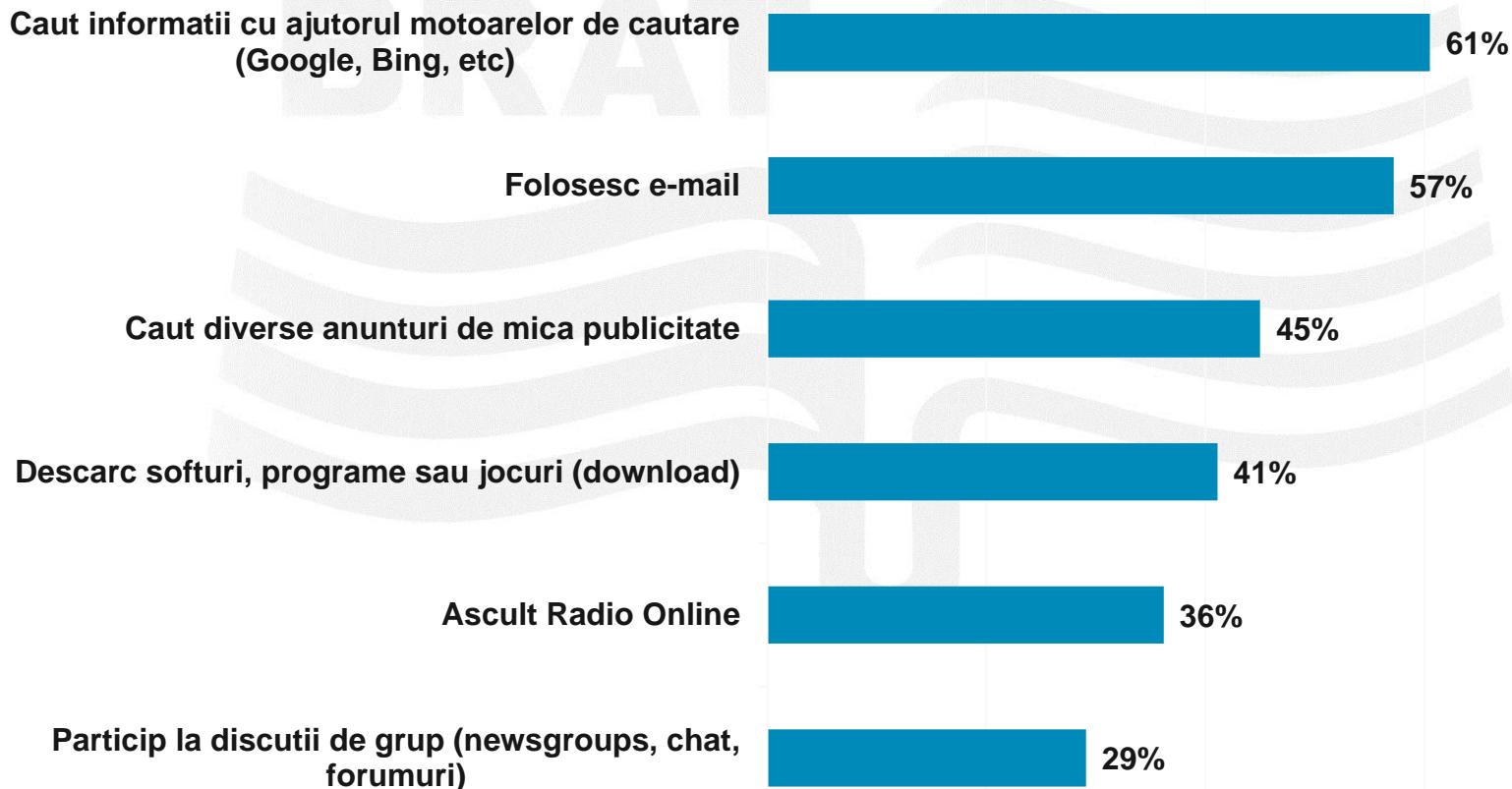
ATITUDINEA FATA DE INTERNET

2013

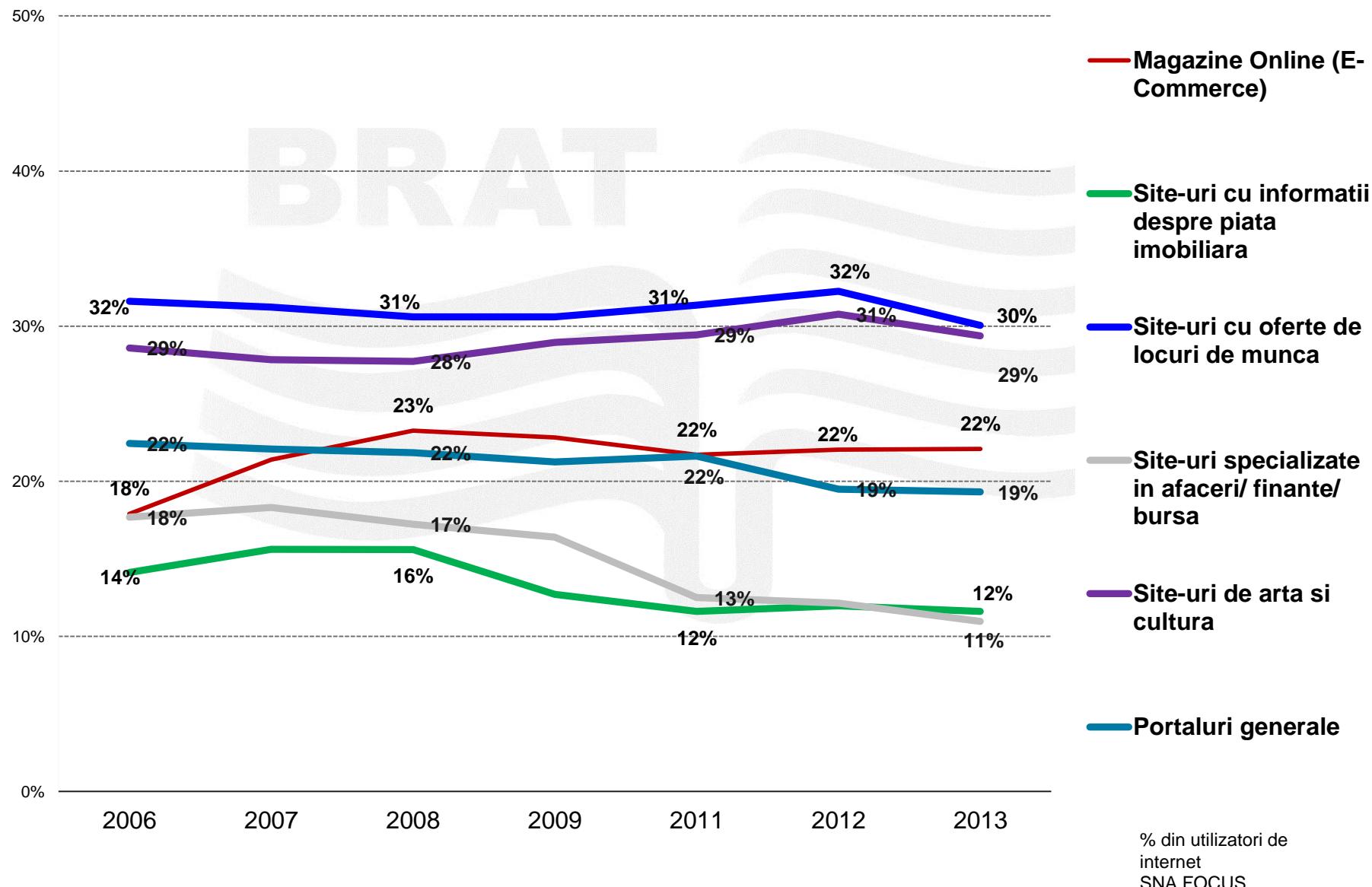


SCOPUL UTILIZARII INTERNETULUI

2013

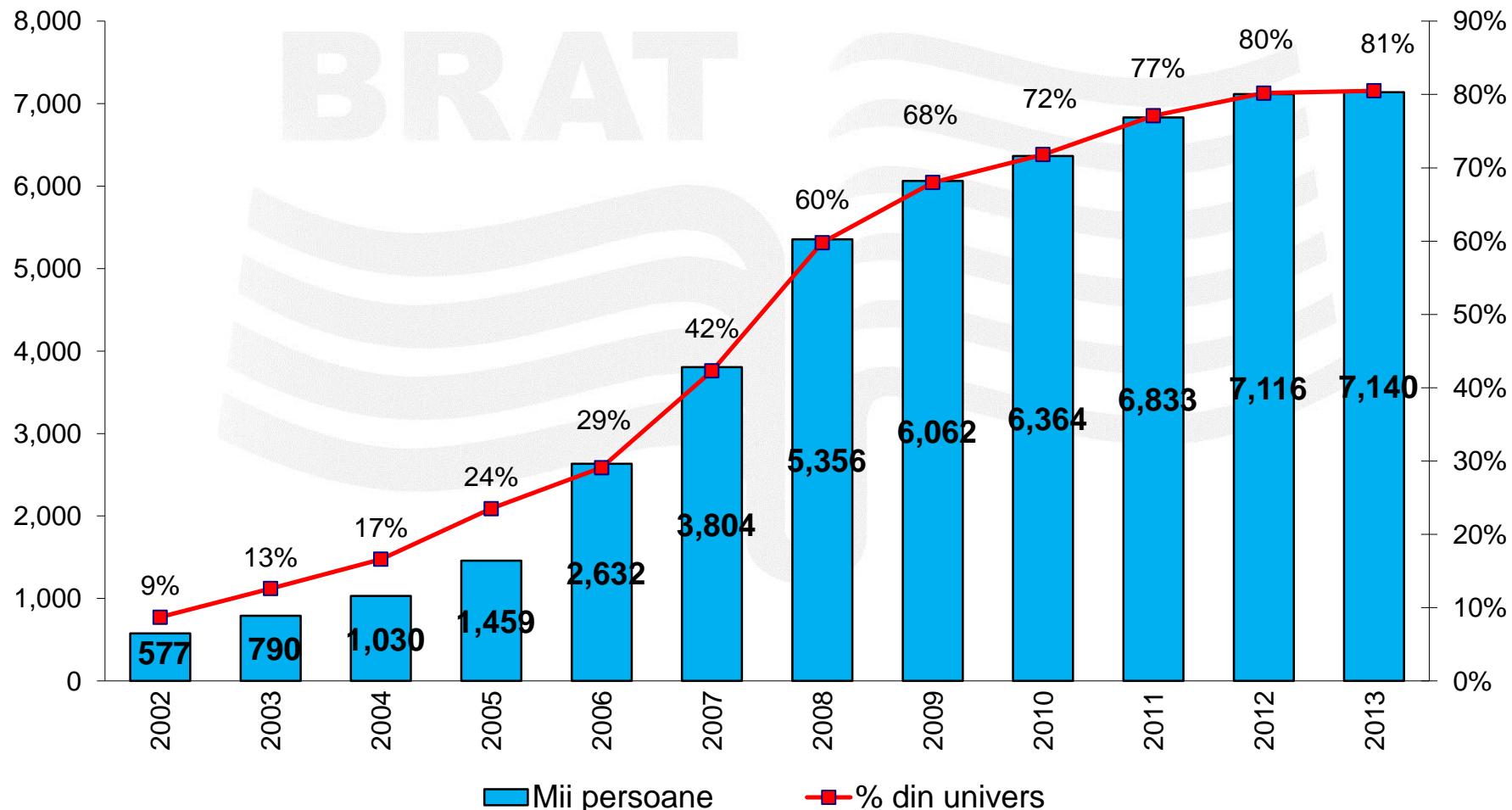


TIPURI DE SITEURI VIZITATE



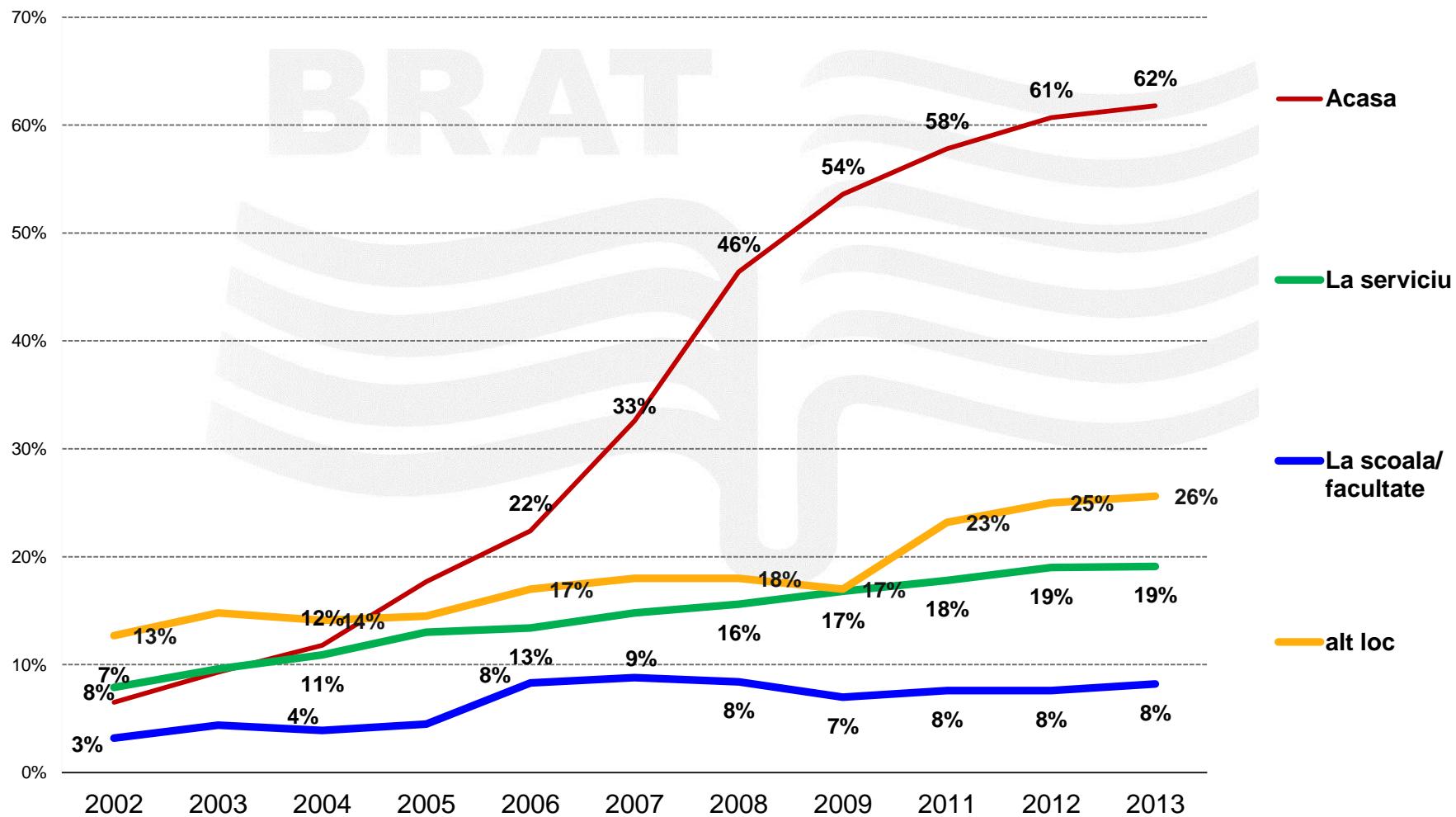
CONECTIVITATE

CONEXIUNE LA INTERNET - ACASA



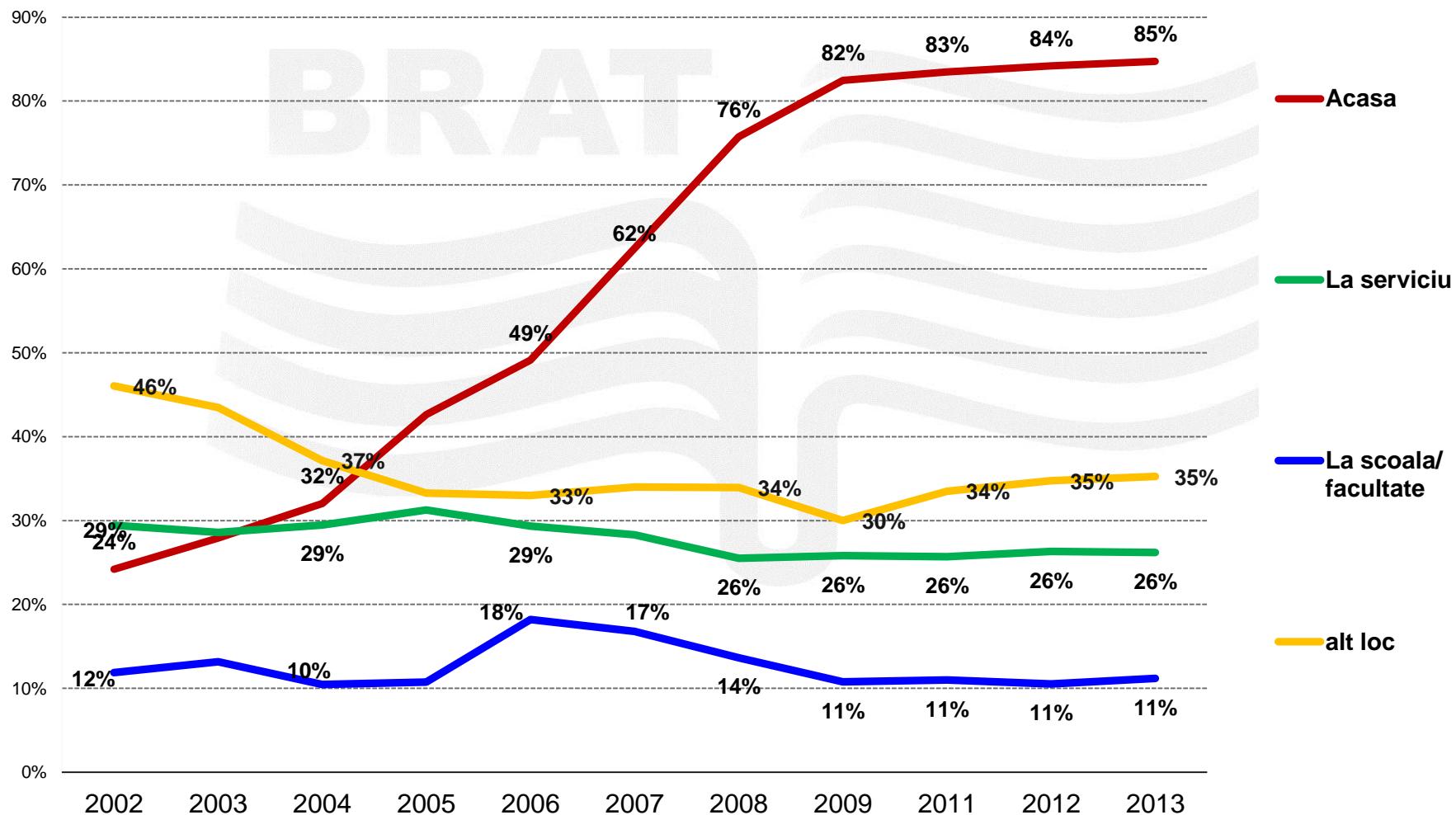
CONECTIVITATE

LOCUL UTILIZARII INTERNETULUI



CONECTIVITATE

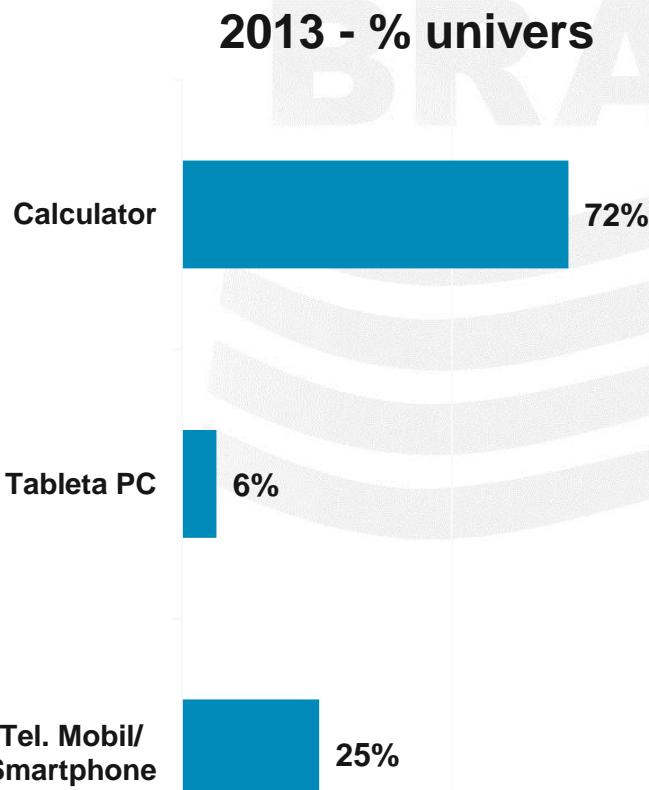
LOCUL UTILIZARII INTERNETULUI



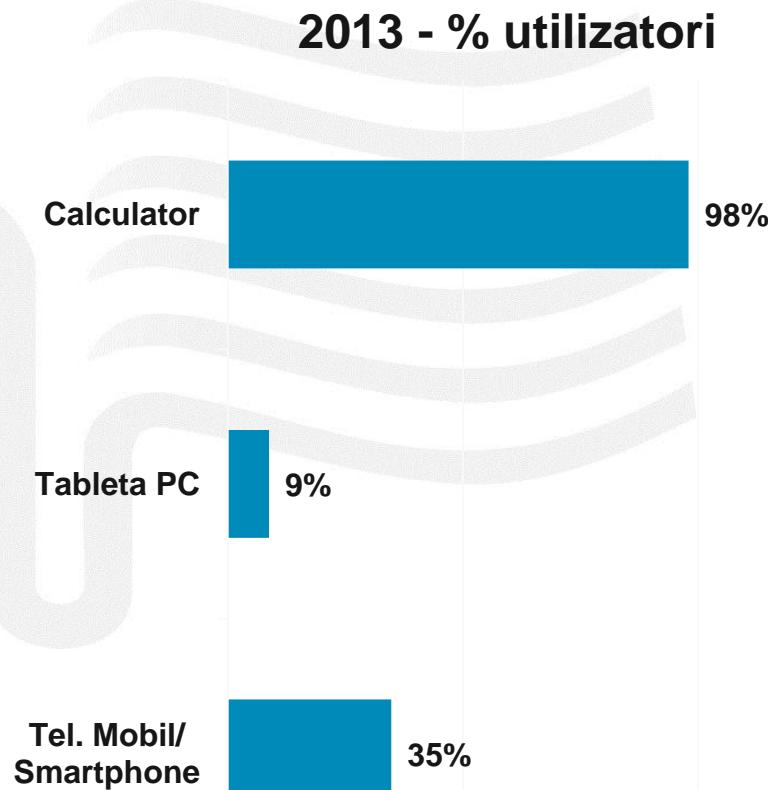
CONECTIVITATE

MODALITATE DE ACCES LA INTERNET

2013 - % univers

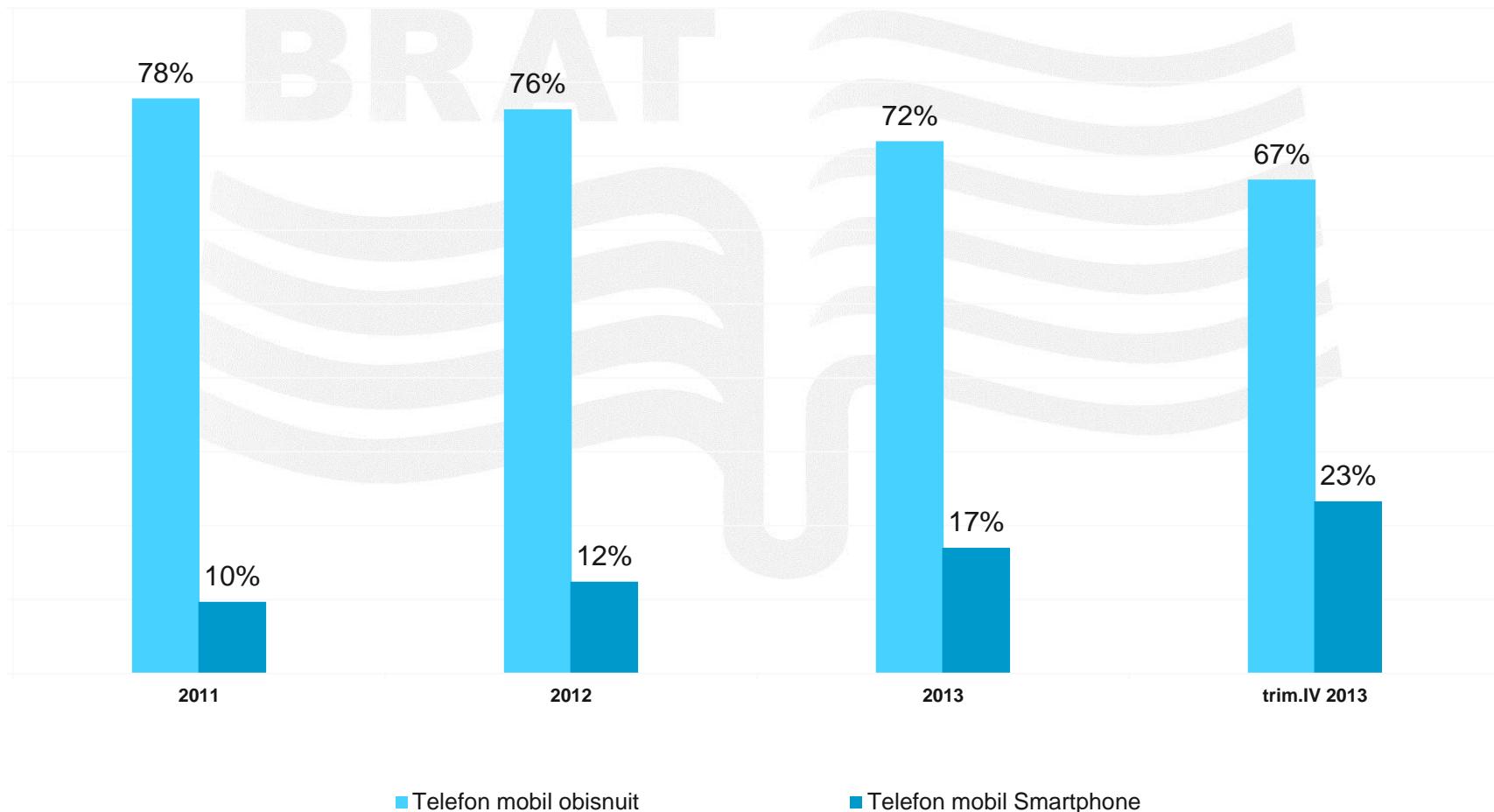


2013 - % utilizatori



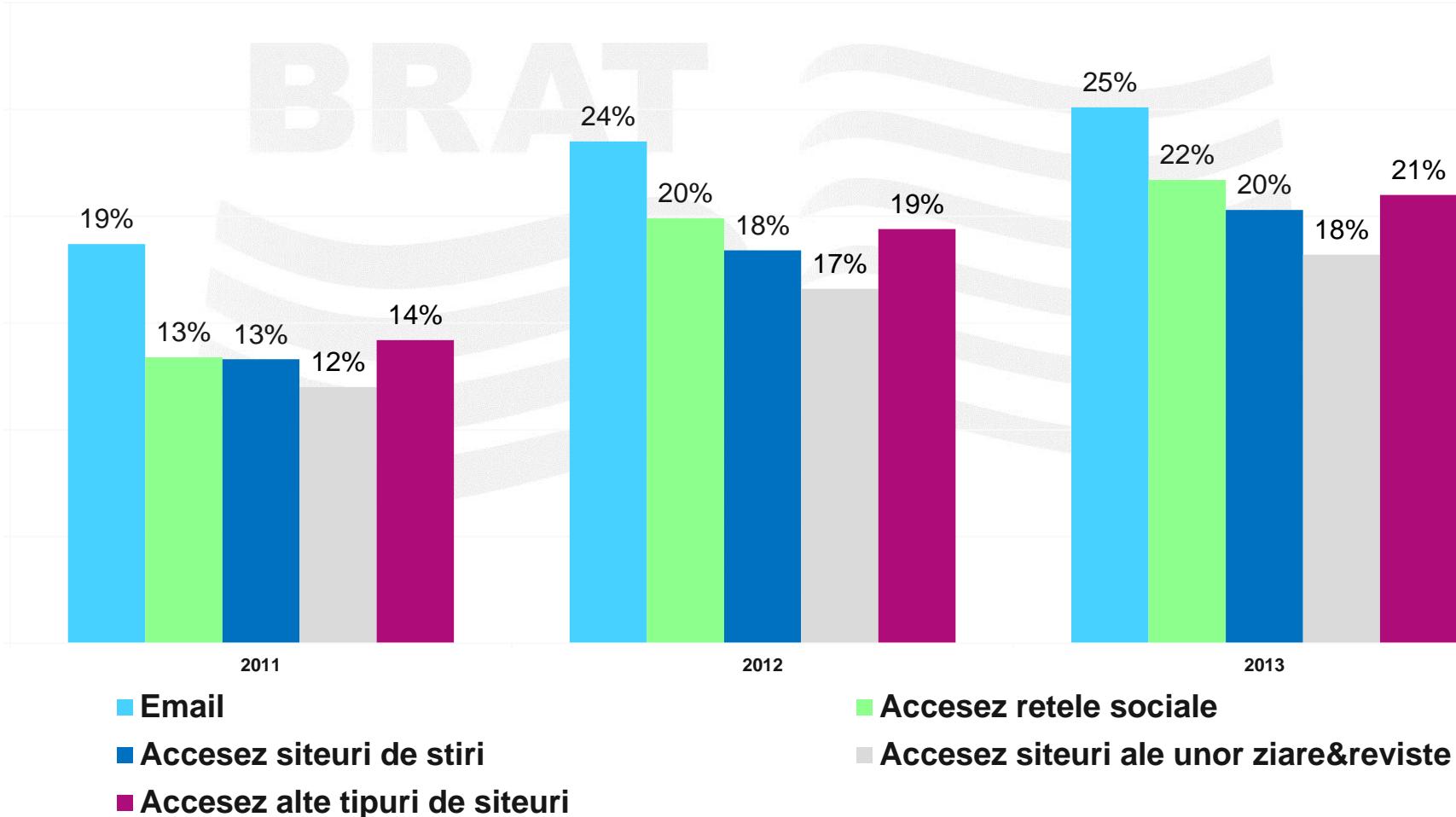
CONECTIVITATE

POSESIE TELEFON MOBIL



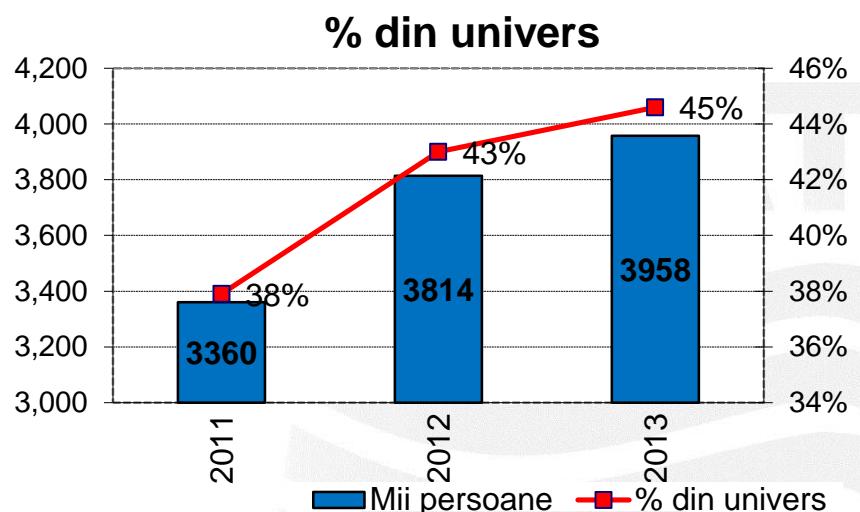
CONECTIVITATE

ACTIVITATI DE PE TELEFONUL MOBIL

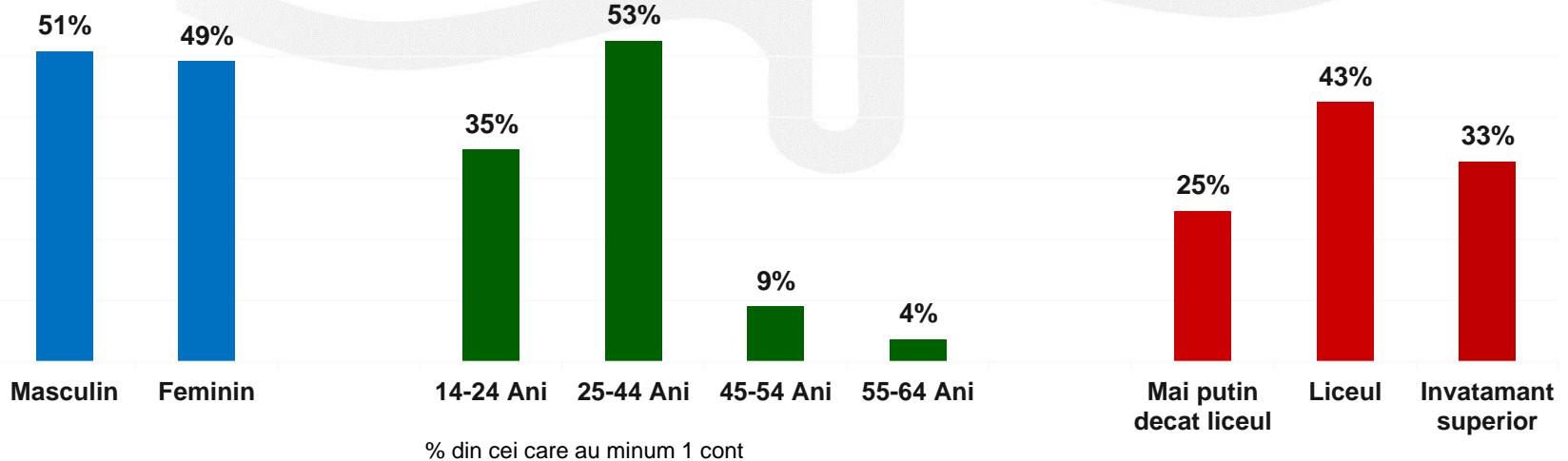
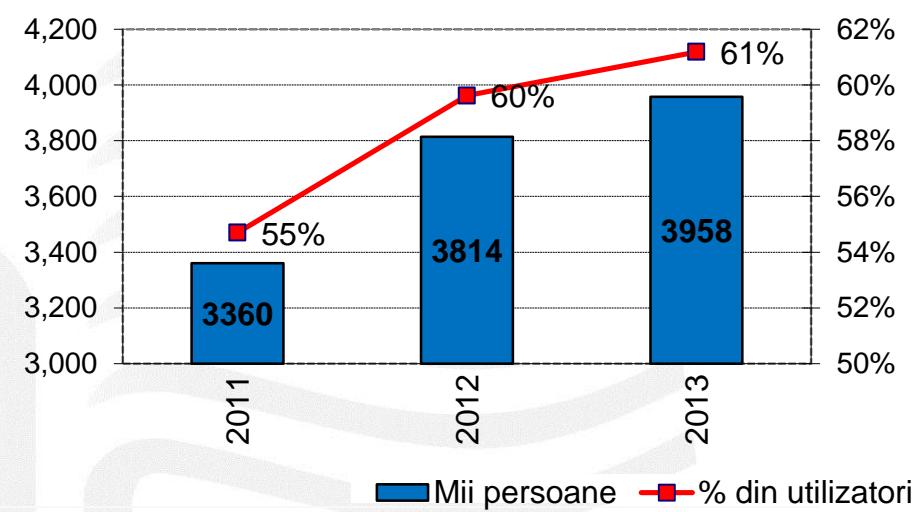


RETELE DE SOCIALIZARE

DETINATORI CONT RETELE SOCIALIZARE



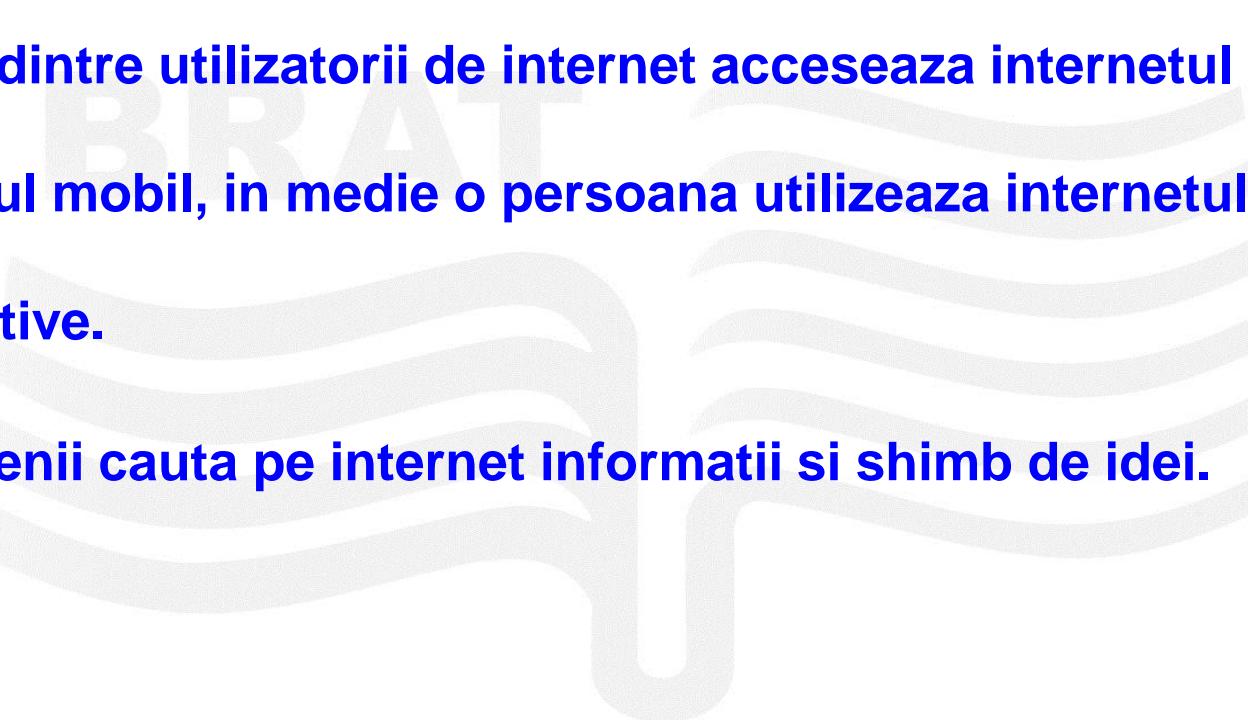
% din utilizatori de internet



DE RETINUT

1. Numarul utilizatorilor de internet este in continua crestere, iar structura lor se apropie din ce in ce mai mult de structura populatiei, in mediul urban. **Internetul devine un mediu de masa.**
2. Sub aspectul consumului media zilnic Tvul este inca superior Internetului, dar **internetul intrece televiziunea sub aspectul numarului de ore petrecute utilizand acest mediu.**
3. **81% din oameni au acasa conexiune la internet si 62% dintre ei utilizeaza internetul de acasa. Un utilizator foloseste internetul din 1.7 locuri, in medie.**

DE RETINUT

- 
- 4. 35% dintre utilizatorii de internet acceseaza internetul de pe telefonul mobil, in medie o persoana utilizeaza internetul dupa 1.5 dispozitive.**
 - 5. Oamenii cauta pe internet informatii si schimb de idei.**

DE RETINUT

BRAT

Unde gasiti toate aceste informatii?



LA BRAT

- BRAT (Biroul Roman de Audit Transmedia) este organizatia industriei de media din Romania care masoara audienta mediului online si a presei scrise, auditeaza tirajele (presa scrisa) si monitorizeaza investitiile in publicitate (presa scrisa, online, radio si out-door).
- Masuratorile si monitorizarile BRAT sunt independente si transparente, pe baza standardelor profesionale stabilite de membrii sai in concordanta cu normele internationale.
- BRAT pune la dispozitia pietei de media si de publicitate indicatorii de performanta obtinuti in urma auditului si a studiilor realizate.
- Măsurătorile BRAT reprezinta reperul sigur si credibil pentru decizii strategice care implica industria media. BRAT contribuie astfel la profesionalizarea si la dezvoltarea sectorului.
- Organizatia este non-profit si este formata din edituri de presa scrisa si online, agentii, regii si clienti de publicitate, difuzori de presa, companii ce detin statii radio, companii de outdoor, clienti de publicitate si alte companii interesate.

- **Univers:** populatia urbana cu varste intre 14 – 74 ani
- **Esantion:** 50.000 interviuri, reprezentativ pentru universul studiat
- **Metoda hibrid de colectare a datelor - continua:**
 - Masurare trafic prin tag JS inserat in paginile siteurilor masurate
 - CAWI (Computer Assisted Web Interview)
- **Perioada:** 2007 – 2014
- **Publicarea rezultatelor:** trimestrial, media ultimelor 3 luni masurate
- **Obiective:**
 - rezultate de audienta pentru siteuri web
 - rezultate despre intențiile de achiziționare bunuri și servicii, teme de interes, profilele socio demografice

SNA FOCUS

- **Univers:** populatia urbana cu varste intre 14 – 74 ani
- **Esantion:** 14.000 interviuri, reprezentativ pentru universul studiat
- **Metoda de colectare a datelor - continua:**
 - CAPI pentru interviul SNA (audienta presa scrisa si date sociodemografice)
 - autocompletat pentru interviul de consum produse si servicii (FOCUS), de catre acelasi respondent de la interviul SNA
- **Perioada:** 2001 – 2014
- **Publicarea rezultatelor:** trimestrial, media ultimelor 12 luni masurate
- **Obiective:**
 - Masoara rezultate de audienta pentru presa scrisa
 - Masoara consumul de produse si servicii (inclusiv marci consumate), stilul de viata, profilele socio demografice

ALTE STUDII DESTINATE MEDIULUI ONLINE

1. **Măsurarea conținutului multimedia (streaming audio/video)** – este realizată prin intermediul unui tag implementat în playerul care livrează conținutul. Rezultatele sunt măsurate continuu și livrate în timp real.
2. **Măsurarea traficului pentru mobisite-uri și aplicații mobile** – este realizată prin intermediul unui tag/framework implementat în paginile mobisite-ului / în ecranele aplicației mobile. Rezultatele sunt măsurate continuu și livrate în timp real.
3. **Monitorizarea campaniilor de publicitate online (MIPO)** – realizată printr-o metodologie duală: prin implementarea unui tag third-party în adserver, pentru fiecare banner livrat, respectiv prin vizitarea periodică a site-urilor de către aplicația spider a BRAT.

Construirea unui plan media

SESAME - Select target criteria(b)

Cov/cost

< Cov/cost Fixed Print. Graph > SATI 17 Internet

Save Targets < 7. Select target criteria(b)

Ref P527J296
Type Cov/cost
Date 25 Mar 14
Client None

Sex	Masculin	Feminin	All
Nu Copii <14 Ani	Nu	Da	All
Mas Noua	Da	Nu	All

Pasul 1: Definirea grupul țintă

Enter New group All:> AND OR NOT () 0 At Least

Alter	Insert	Delete	Mkt copy	Mkt delete	Target as % total survey													
Market	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Pop '000	0	25	50	75	100	Sample	
	Sex		Masculin								3238	49.2						49998
AND	Nu Copii <14 Ani		Nu								2030	30.8						24597
AND	Mas Noua		Da								222	3.4						15429
AND																		1693

Market short name: Barbatii, cu copii, intenție achiziț masina

Market long name: Masculin & Nu & Da &

Construirea unui plan media

Cov/cost

Print. Graph

SATI 17 Internet

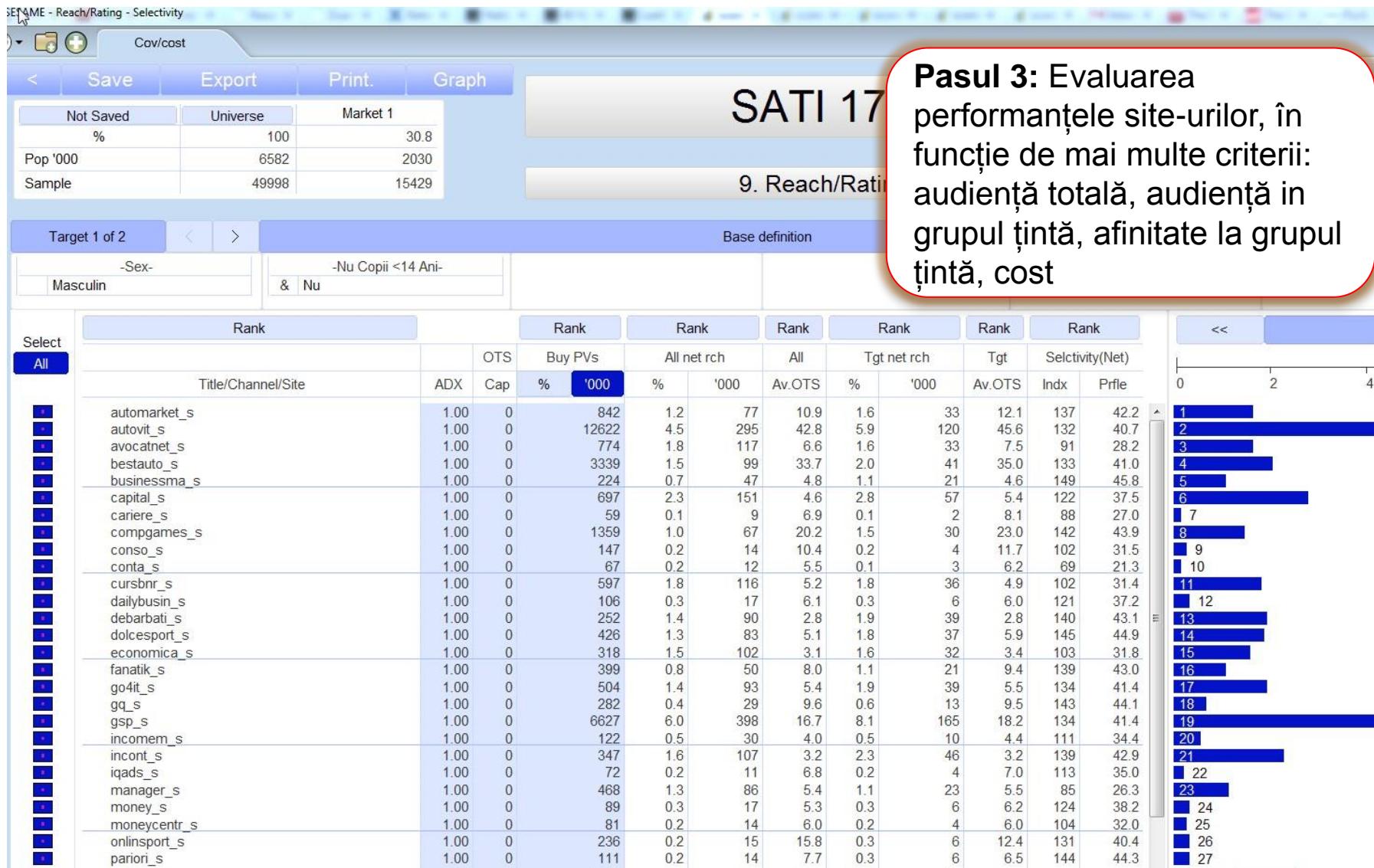
5. Media analysis / scheduling

Type	Category	Name	Select	Group 1	Group 2	Group 3	Group 4	Group 5	Group 6	Group 7	Group 8	Group 9	Group 10
All	All	topgear_s	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
Toate	Anunțuri/Mica publicitate	automarket_s	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
Publisher	Arta & cultură	bestauto_s	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
Website	Auto & moto	promotor_s	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
Planning	Comerț online	autovit_s	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
	Culinar												
	Divertisment												
	Economie & finanțe												
	Educație & formare profesională												
	Familie & copii												
	Forum												
	Hobby												
	Home & Deco												
	Imobiliare												
	IT&C												
	Jocuri												
	Legislație												
	Lifestyle feminin												
	Lifestyle masculin												
	Locuri de munca												
	Portaluri & motoare de căutare												
	Programe & ghiduri												
	Retele sociale												
	Sanatate & îngrijire personală												
	Servicii web												
	Sport												
	Știință & cercetare												
	Stiri generale												
	Stiri locale												

Pasul 2: Selectia listei de site-uri

Tree Advanced Filter Save Load

Construirea unui plan media



Construirea unui plan media

SATI 17 Internet

9. Reach/Rating - Selectivitate

Base definition

-Sex- Masculin & Nu

Pasul 4: si selectia site-urilor utilizate in planul media, in functie de aceste criterii

Title/Channel/Site	ADX	Cap	% '000	Rank		Rank		Rank		Rank		Selctivity(Net)	%
				OTS	Buy PVs	All net rch	All	Tgt net rch	Tgt	Indx	Prfle		
sport_s	1.00	0	6238	9.1	596	10.5	11.7	238	12.8	130	40.0	1	6
prosport_s	1.00	0	5009	6.2	408	12.3	9.0	182	13.4	145	44.7	2	5
gsp_s	1.00	0	6627	6.0	398	16.7	8.1	165	18.2	134	41.4	3	4
autovit_s	1.00	0	12622	4.5	295	42.8	5.9	120	45.6	132	40.7	5	3
zf_s	1.00	0	1244	2.1	141	8.8	3.0	60	10.0	139	42.8	6	2
yoda_s	1.00	0	624	2.1	140	4.5	2.9	58	5.1	134	41.4	7	1
capital_s	1.00	0	697	2.3	151	4.6	2.8	57	5.4	122	37.5	8	0
promotor_s	1.00	0	1362	1.6	105	13.0	2.6	53	12.3	164	50.5	9	0
playboy_s	1.00	0	2790	1.9	122	22.9	2.5	52	23.6	137	42.3	10	0
incont_s	1.00	0	347	1.6	107	3.2	2.3	46	3.2	139	42.9	11	0
bestauto_s	1.00	0	3339	1.5	99	33.7	2.0	41	35.0	133	41.0	12	0
debarbati_s	1.00	0	252	1.4	90	2.8	1.9	39	2.8	140	43.1	13	0
go4it_s	1.00	0	504	1.4	93	5.4	1.9	39	5.5	134	41.4	14	0
dolcesport_s	1.00	0	426	1.3	83	5.1	1.8	37	5.9	145	44.9	15	0
cursbmr_s	1.00	0	597	1.8	116	5.2	1.8	36	4.9	102	31.4	16	0
avocatnet_s	1.00	0	774	1.8	117	6.6	1.6	33	7.5	91	28.2	17	0
automarket_s	1.00	0	842	1.2	77	10.9	1.6	33	12.1	137	42.2	18	0
economica_s	1.00	0	318	1.5	102	3.1	1.6	32	3.4	103	31.8	19	0
compgames_s	1.00	0	1359	1.0	67	20.2	1.5	30	23.0	142	43.9	20	0
wallstreet_s	1.00	0	480	1.1	71	6.7	1.3	27	7.4	122	37.8	21	0
manager_s	1.00	0	468	1.3	86	5.4	1.1	23	5.5	85	26.3	22	0
fanatik_s	1.00	0	399	0.8	50	8.0	1.1	21	9.4	139	43.0	23	0
businessma_s	1.00	0	224	0.7	47	4.8	1.1	21	4.6	149	45.8	24	0
gq_s	1.00	0	282	0.4	29	9.6	0.6	13	9.5	143	44.1	25	0
incomem_s	1.00	0	122	0.5	30	4.0	0.5	10	4.4	111	34.4	26	0
topgear_s	1.00	0	166	0.2	16	10.4	0.4	8	11.7	167	51.5	27	0
dailybusin_s	1.00	0	106	0.3	17	6.1	0.3	6	6.0	121	37.2	28	0
money_s	1.00	0	89	0.3	17	5.3	0.3	6	6.2	124	38.2	29	0
pariori_s	1.00	0	111	0.2	14	7.7	0.3	6	6.5	144	44.3		

Construirea unui plan media

Schedule

< Save Export Print. Graph

Not Saved Universe Market 1

Pop '000 100 30.8

Sample 6582 2030

49998 15429

SATI 17 Internet

87. Standard scheduling screen

Ref P527J296

Type Schedule

Date 25 Mar 14

Pasul 5: Realizarea planului media, prin alocarea unui număr de afișări per site, per săptămână.

Este posibilă setarea unei limitări de frecvență pe fiecare site, per săptămână.

Week	Day	Internet	autovit_s	businessma_s	capital_s	compgames_s	debarbati_s	dolcesport_s	fanatik_s	gq_s	gsp_s	incont_s	pariori_s	playboy_s	promotor_s	prosport_s	sport_s	
Week 1		1000c3	12622	12622	12622	12622	12622	12622	12622	12622	1500c2	6627	1500c2	6627	1500c2	6627	1500c2	6627
Week 2		100	224	100	224	224	224	224	224	224	1500c2	347	1500c2	347	1500c2	347	1500c2	347
Week 3		150c5	697	150c5	697	697	697	697	697	697	1500c2	111	1500c2	111	1500c2	111	1500c2	111
Week 4		800c5	1359	800c5	1359	1359	1359	1359	1359	1359	1500c2	2790	1500c2	2790	1500c2	2790	1500c2	2790
Week 5		100c3	252	100c3	252	252	252	252	252	252	1500c2	1362	1500c2	1362	1500c2	1362	1500c2	1362
Week 6		100c2	426	100c2	426	426	426	426	426	426	1500c2	5009	1500c2	5009	1500c2	5009	1500c2	5009
Week 7		399	399	399	399	399	399	399	399	399	1500c2	6238	1500c2	6238	1500c2	6238	1500c2	6238

Maxnet: Enter budget> OR Reach%>

	Copy	Del	Reorder	Enter inserts		Sched	
Manl	Auto	Manl	Auto	Manl	Auto	Manl	Auto
- +	1 Wk	- +	0	- +	0	- +	0
1 Wk	0	0	0	0	0	0	0
1 Wk	0	0	0	0	0	0	0
1 Wk	0	0	0	0	0	0	0
1 Wk	0	0	0	0	0	0	0
1 Wk	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0
- +	0	- +	0	- +	0	- +	0
- +	0	- +	0	- +	0	- +	0

Totals: 15580 0 0 0 0 0

Construirea unui plan media

Schedule

Save Export Print Graph

Not Saved Universe Market 1

Pop '000 100 30.8

Sample 6582 2030

49998 15429

SATI 17 Internet

87. Standard scheduling screen

%	'000	Indx	Prfl	Results	Delayed	At least
Graph		Sched 1	Sched 2	Sched 3	Sched 4	Sched 5
GRPs		90.5	41.6	72.2	30.5	0.0
Net reach		22.5	9.8	14.1	8.9	0.0
Ave OTS	4.0		4.3	5.1	3.4	0.0
CP PVs	184.04		128.31	111.39	139.64	0.00
Reach 3 +		14.2	4.7	7.1	4.1	0.0
Reach 5 +		7.4	2.6	4.1	1.9	0.0
Reach 10 +		1.0	1.0	1.8	0.6	0.0
Cost	Bal.	338100	108500	163300	86500	0

Rank Rank Rank Rank Rank

Rch Tgt PVs Indx VIP OTS Buy PVs Rank Rank

Rch	Tgt PVs	Indx	VIP	OTS	Buy PVs	Rank	Rank	
'000	%	PVs'000	Prfl	CPT	ADX	Cap	%	'000
120	270	5483	132	115.1	1.00	0		12622
21	4.9	99	149	227.2	1.00	0		224
57	15.1	307	122	215.7	1.00	0		697
30	33.6	681	142	63.81	1.00	0		1359
39	5.4	110	140	183.7	1.00	0		252
37	10.8	219	145	0.00	1.00	0		
21	10.0	202	139	88.85	1.00	0		
13	6.1	123	143	109.7	1.00	0		
165	148	2997	134	97.28	1.00	0		
46	7.3	148	139	187.4	1.00	0		
6	2.0	41	144	91.79	1.00	0		
52	60.1	1220	137	125.8	1.00	0		
53	32.1	652	164	100.3	1.00	0		
182	120	2438	145	82.19	1.00	0		

Maxnet Enter budget> OR Reach%>

Copy		Del		Reorder		Enter inserts		Sched						
Manl	Auto	Manl	Auto	Manl	Auto	Manl	Auto	Manl	Auto					
-	+	1000	-	+	0	-	+	200	-	+	0	-	+	0
-	+	200	-	+	0	-	+	200	-	+	0	-	+	0
-	+	300	-	+	0	-	+	300	-	+	0	-	+	0
-	+	800	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	200	-	+	0	-	+	200	-	+	0	-	+	0
-	+	200	-	+	0	-	+	200	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	4500	-	+	0	-	+	1000	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	100	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	1000	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0
-	+	7200	-	+	0	-	+	1900	-	+	0	-	+	0
-	+	3200	-	+	0	-	+	3200	-	+	0	-	+	0
-	+	1400	-	+	0	-	+	1400	-	+	0	-	+	0

Pasul 6: Evaluarea planului media sub aspectul reach-ului, OTSului, in univers sau grupul tinta definit. Realizarea in paralel a mai multor planuri media si compararea performantelor acestora, optimizarea planificarii.

Va multumesc!

BRAT

Arina Ureche

arina@brat.ro