VALICON

nrb:13

Nacionalna raziskava branosti, 2013

Predstavitev novosti v letu 2013-14

Hotel Central, 20. 6. 2013

Andraž Zorko

© 2013, Valicon

Vsebina predstavitve

1. Posodobljena metodologija merjenja
2. Testna izvedba preko spleta
3. Merjene edicije
4. Segmentacije potrošnikov
5. Objava podatkov
6. Na poti k enotnemu uporabniškemu viru

Posodobljena metodologija merjenja

Sledi sklop vprašanj, kjer vam bomo prikazali logotipe različnih publikacij.

Zanima nas, Ali ste v zadnjem letu imeli stik s katero od teh publikacij, torej ste jo brali ali vsaj prelistali.

S tem mislimo, da ste jo brali ali vsaj prelistali v tiskani ali elektronski obliki . Večina publikacij je namreč poleg tiskanih izdaj že na voljo tudi v elektronskih oblikah, torej jih lahko berete ali prelistate tudi preko osebnega računalnika, tabličnega računalnika in mobilnega telefona. Govorimo o t.i. spletnih in mobilnih izdajah.

Torej ne pozabite tudi na naslove tistih publikacij, do katerih ste v zadnjem letu dostopali tudi preko elektronskih medijev.

Prejšnja stran | Naslednja stran

Osnovni filter je posodobljen

Ali ste v zadnjem letu imeli stik s katero od teh publikacij v tiskani ali elektronski obliki? Upoštevajte vse možnosti, od tiskane izdaje, do računalnikov, tabličnih računalnikov in telefona.

DELO

DNEVNIK

DELO ☐

DNEVNIK ☐

EKIPA

primorske novice

EKIPA ☐

PRIMORSKE NOVICE ☐

Prejšnja stran | Naslednja stran

Merjenje dosega na treh platformah

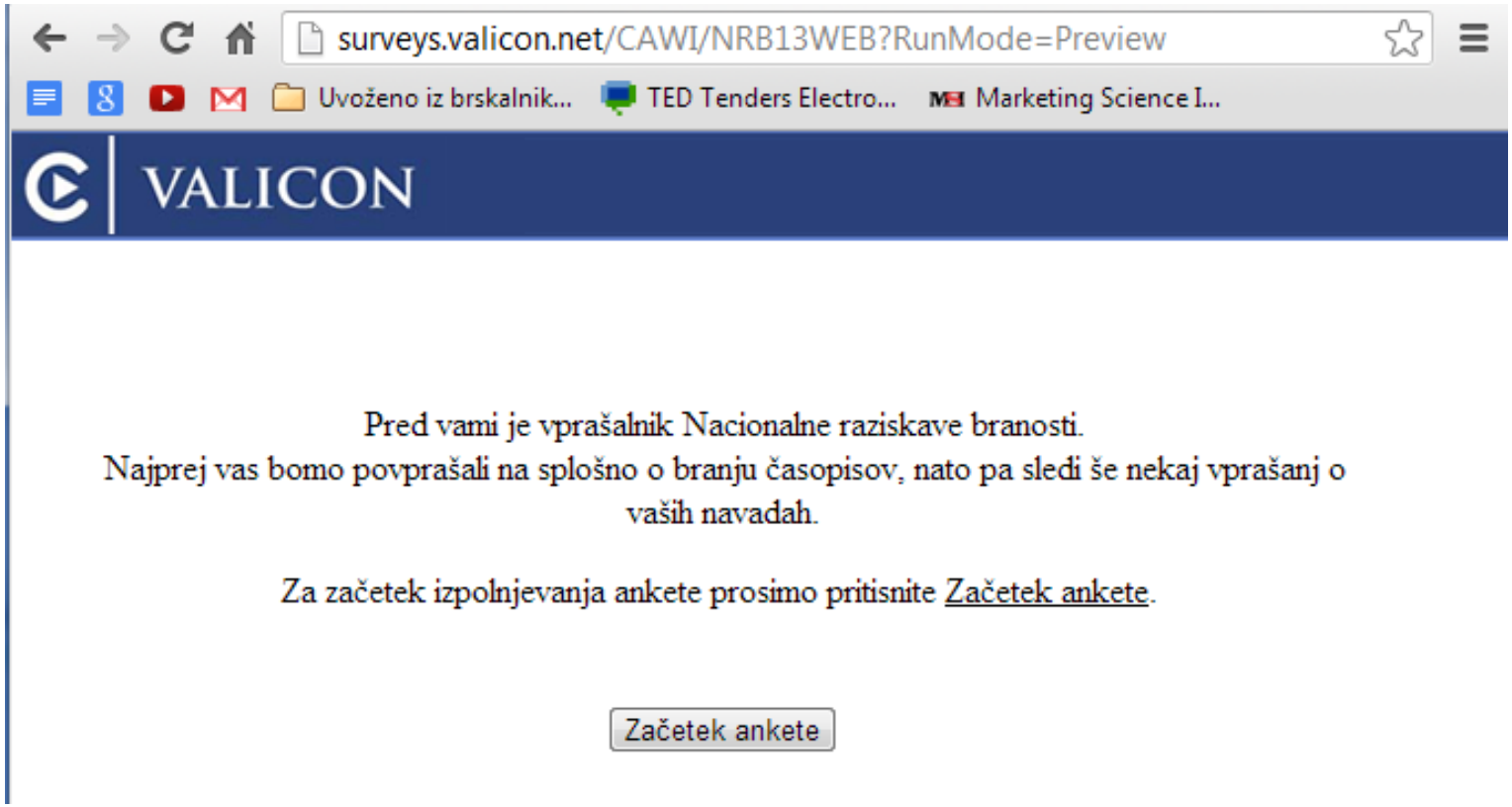
Kdaj ste nazadnje imeli stik s časopisom FINANCE (dnevnik)?
Pri tem ne upoštevajte današnjega dne.

	nisem imel stika s to izdajo	včeraj	2 dni nazaj	3 dni nazaj	4-7 dni nazaj	8 dni nazaj ali več
Tiskana izdaja časopisa FINANCE	○	●	○	○	○	○
Spletna izdaja časopisa FINANCE - www.finance.si	○	○	●	○	○	○
Mobilna izdaja časopisa FINANCE	●	○	○	○	○	○

Prejšnja stran | Naslednja stran

Testna izvedba preko spleta

- **Prva spletna izvedba že v letu 2010.**
- **Do sedaj opravljenih spletnih anket (2010-2012): n=1.756**



Izbrana kombinacija CAPI in CAWI vzorca, primerljivost ostaja

CAPI	Standardni vzorec na osnovi CRP.
n=5.500	
CAWI (CRP)	Že preverjena izvedba preko spleta znotraj vzorca na osnovi CRP.
n=750	
CAWI (panel)	Prva izvedba preko spleta v okviru spletnega panela Jazvem.si.
n=750	

NRB trenutno spremlja 147 edicij

7DNI	ELLE	LOVEC	NOVA	SCIENCE ILLUSTRATED
ABC ZDRAVJA	EVA	MALI MOJ PLANET	NOVI TEDNIK	SENSA
AMBIENT	FHM	MAMA	OBRAZI	SLIKOVNE KRIŽANKE
ANJA	FINANCE	MANAGER	OBRTNIK	SLOVENSKE NOVICE
AUTO BILD	GAIA	MARIBORSKI UTRIP	ODPRTA KUHINJA	SMRKLJA
AVTO FOKUS	GEA	MEDICINA & LJUDJE	OGNJIŠČE	SOBOTNA PRILOGA
AVTO MAGAZIN	GORENJSKI GLAS	MLADINA	ONA	STOP
AVTO+ŠPORT	GORIŠKA	MODNA	ONA PLUS	STORY
BONBON	HISTORY ILLUSTRATED	MOJ DOM	PIL	SVET24
BRAVO	HOPLA	MOJ LEPI VRT	PILOT	ŠTAJERSKI TEDNIK
BUKLA	IN	MOJ MALČEK	PLAYBOY	TELENOVELE TOTAL
CICI ZABAVNIK	ISTRA	MOJ MIKRO	PLUS	TV OKNO
CICIBAN	JANA	MOJ PES	PODJETNIK	TV VEČER
CICIDO	JESENIŠKE NOVICE	MOJ PLANET	POGLEDI	UTRIP SAVINJSKE DOLINE
CITY MAGAZINE	JOKER	MOJA GORENJSKA	POLET	V SOBOTO
COOL	KAMNIŠKE NOVICE	MOJE FINANCE	POLET FIT	VAŠ MESEČNIK
COSMOPOLITAN	KIH	MOJE STANOVANJE	POSAVSKI OBZORNIK	VEČER
ČVEK V KRIŽANKAH	KMEČKI GLAS	MOJE ZDRAVJE	PREMIERA	VESTNIK MURSKA SOBOTA
DELO	KMETOVALEC	MONITOR	PRI NAS DOMA	VIKEND
DELO IN DOM	KRANJČANKA&LOČANKA	MOTOREVIJA	PRIMORSKE NOVICE	VIVA
DELO IN DOM PLUS	KRANJSKI GLAS	MOTORIST	RAČUNALNIŠKE NOVICE	VZAJEMNA
DEŽELNE NOVICE	KVADRATI	NAŠ DOM	RADAR	VZAJEMNOST
DINERS CLUB MAGAZINE	L&Z	NAŠA LEKARNA	RAZVEDRILO	ZDRAVJE
DNEVNIK	LADY	NAŠA ŽENA	READERS DIGEST	ŽIVA
DNEVNIKOV OBJEKTIV	LADY KRIŽANKE	NATIONAL GEOGRAPHIC	REPORTER	ŽIVLJENJE IN TEHNIKA
DOBER TEK	LEA	NATIONAL GEOGRAPHIC JUN	REVIJA O KONJIH	ŽURNAL
DOLENJSKI LIST	LEPA in ZDRAVA	NEDELJSKE NOVICE	RIBIČ	ŽURNAL24
DRUŽINA	LISA	NEDELJSKI DNEVNIK	ROŽE & VRT	
DRUŽINSKI ZABAVNIK	LISA ČAROVNIJA OKUSA	NEDELO	SALOMONOV OGLASNIK	
EKIPA	LJUBLJANA	NIKA	SALOMONOV UGANKAR	

Potrošniki v NRB bodo po novem segmentirani

- **življenjski stil**
- **nakupne navade**
- **uporaba finančnih storitev**
- **uporaba telekomunikacijskih storitev**
- **medijska potrošnja**
- **demografska obeležja gospodinjstva**
- **finančno stanje in obseg potrošnje**

- poenostavitev uporabe
- večja uporabna vrednost
- standardizacija

primer: NAKUPNE NAVADE - SEGMENTI

LOVCI NA CENE
Kupujejo najcenejše izdelke oziroma dajejo prednost najcenejšim izdelkom in glede na to izbirajo svoje trgovino (*ponavadi kupujejo v trgovinah, kjer so cene najugodnejše*). Glede trgovskih znamk menijo, da so izdelki enako dobri kot izdelki znanih blagovnih znamk

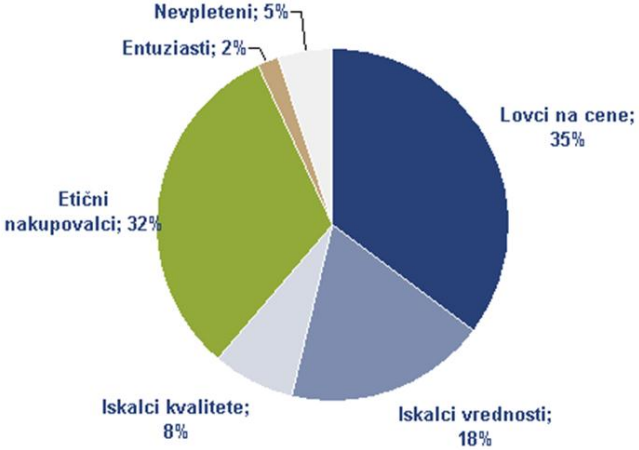
ISKALCI VREDNOSTI
Povprečni potrošniki, ki ko kupujejo, vedno gledajo, da za svoj denar dobim čim več. Glede trgovskih znamk jim niso nenaklonjeni (jih ne zavračajo).

ISKALCI KAKOVOSTI
Nakupovanje jim ni v breme, radi nakupujejo. Za njih predvsem velja, da kupujejo izdelke najboljše kakovosti. Niso naklonjeni akcijam, izdelek v akciji kupijo le, če je kvaliteten.

ETIČNI NAKUPOVALCI
Naklonjeni slovenskim izdelkom - raje kupujejo slovenske izdelke, čeprav to velikokrat več stane. Bolj so naklonjeni tudi BIO izdelkom ter izdelkom, ki so prijazni do okolja

ENTUZIASTI
Nakupovanje jim je zabava, za kar porabijo tudi nadpovprečno število ur. Oglasi in letaki so jim uporaben vir informacij. Niso pa "brezglavi", saj preverijo cene preden kupijo izdelke.

NEVPLETENI
So nevpleteni v nakupovalni proces, nakupujejo ker morajo. Gre za starejše nakupovalce ali za osebe, ki v gospodinjstvu niso nakupni člani.



nrb:13
Nacionalna raziskava branosti, 2013

Vsebinski sklopi

- **Tiskani mediji**
  - doseg enega izida, izmerjen na treh platformah
  - tedenski / mesečni doseg
  - bralni čas, PEX, izvor tiskanega izvoda
  - prva izbira ob prenehanju izhajanja
- **Radijske in televizijske postaje**
  - dnevni in tedenski doseg
- **Izpostavljenost različnim medijem**
  - tiskani mediji
  - elektronski mediji
  - ambientalni mediji
- **Uporaba interneta**
- **Posedovanje naprav IKT in zabavne elektronike**
- **Segmentacije potrošnikov**

Prva objava podatkov je predvidena oktobra 2013

CENIK NRB 2013

Paket Pisno poročilo **1.400 EUR**
vključuje podatke za vse tiskane medije založnikov, pristopnikov k NRB**.** Podatki vključujejo doseg enega izida, število bralnih dni, PEX rezultat, pogostost branja, socio demografski profil občinstev

Paket Pisno poročilo + **2.000 EUR**
vključuje podatke za vse tiskane medije založnikov, pristopnikov k NRB in za ostale spremljane medije**.** Podatki vključujejo doseg enega izida, število bralnih dni, PEX rezultat, pogostost branja, socio demografski profil občinstev.

Paket Pregledovalnik **3.500 EUR**
vključuje podatke za vse tiskane medije založnikov, pristopnikov k NRB

Paket Pregledovalnik + **3.500 EUR + 200 EUR** za vsak izbrani medij malega založnika* nepristopnika oz.

Paket Pregledovalnik + **4.500 EUR** za vključene vse medije malih založnikov* nepristopnikov

Paket Pregledovalnik + vključuje podatke za vse tiskane medije založnikov, pristopnikov k NRB ter za izbrane oz. vse spremljane medije, malih založnikov nepristopnikov.

Dodatek k Paketu Pregledovalnik + **1.000 EUR po založniku**
vključeni mediji večjih ** založnikov, nepristopnikov k NRB

Podatki Paketov pregledovalnik in pregledovalnik + vključujejo doseg enega izida, število bralnih dni, PEX rezultat, pogostost branja in socio demografski profil občinstev. Analitično orodje Omniview (pregledovalnik) omogoča pregledovanje podatkov po vseh vprašanjih, ki so vključena v vprašalnik NRB. Paket pregledovalnik vsebuje 2 inštalaciji pregledovalnika.

Paket radijske postaje **1.500 EUR**

Na poti k enotnemu uporabniškemu viru, z najvišjimi standardi.

Laura Swink: Vertical synergy

Za več informacij

predstavnik izvajalca: andraz.zorko@valicon.net
predstavnik naročnika: zoran.trojar@sonce.net
predstavnik SOZ: ana.predovic@soz.si

www.nrb.net