

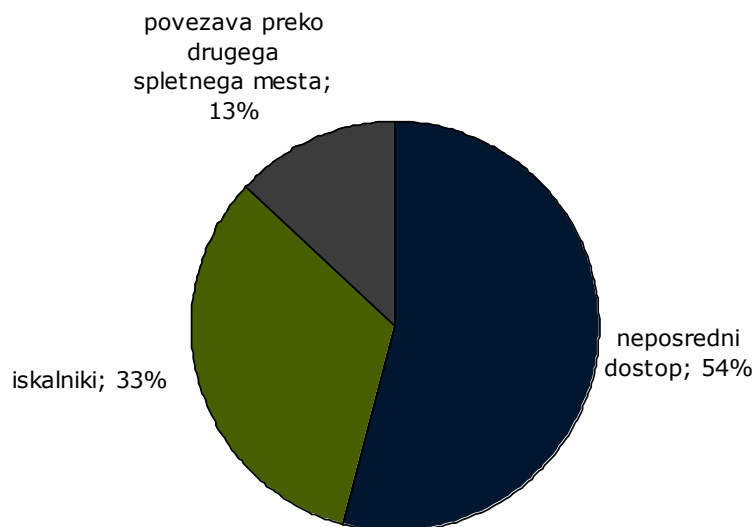
Sporočilo za medije – za takojšnjo objavo

## **Slovenski uporabniki spleta dobro polovico svojih obiskov pričnejo z neposrednim vpisom URL naslova želene strani v brskalnik**

Ljubljana, 21. marec 2011

Po podatkih raziskave MOSS, slovenski spletni uporabniki dobro polovico vseh obiskov pričnejo z neposrednim vpisom URL naslova spletne strani v brskalnik. Podatki MOSS, zbrani z spremljanjem navad spletnih uporabnikov na več kot 100-ih slovenskih spletnih straneh kažejo, da uporabniki interneta v tretjini primerov dostopajo do spletnih strani preko iskalnikov, medtem ko je dobra desetina vseh obiskov v slovenskem spletnem prostoru rezultat (tudi sponzoriranih) povezav ene strani na drugo spletno stran.

Slika 1: Delež obiskov slovenskih spletnih strani, glede na način dostopa (vir: MOSS, 2011)



Podrobnejša analiza načina dostopa uporabnikov do spletnih strani razkriva vsaj tri podskupine medijev. **Manjše, tematsko specializirane spletne strani beležijo tudi od 70 do 90 % vseh obiskov direktno preko iskalnikov.** Te v večini primerov svoje pozicije gradijo na optimizaciji pozicije v iskalnikih, kjer izbor primernih ključnih besed, objavlanje tematsko relevantne vsebine ter pogosto osveževanje vsebine igra ključno vlogo pri pridobivanju obiskovalcev.

Na drugi strani, spletne strani, ki jim uspeva večino (**v povprečju dve tretjini**) svojih obiskov zgenerirati z direktnim vpisom zelenega naslova v brskalnik, v večini predstavljajo **dobro poznane blagovne znamke.**

V tretjo skupino pa uvrščamo spletne strani, kjer večino obiskov (**v povprečju tri četrtine**) generirajo dirketne povezave z drugih spletnih mest. Poleg sponzoriranih povezav sem štejem tudi primere, ko založniki, ki imajo v lasti več medijev, s pametnim upravljanjem uredniške politike izkoriščajo moč svoje celotne mreže za privabljanje obiskovalcev.

Raziskava MOSS poteka pod okriljem **Slovenske oglaševalske zbornice – SOZ**, v obdobju 2009/2011 pa jo **izvaja družba Valicon iz Ljubljane s podizvajalcem podjetjem Gemius.** Po podatkih raziskave MOSS smo med 109-imi merjenimi spletnimi stranmi v mesecu februarju 2011 dosegli 1.191.289 slovenskih spletnih uporabnikov v starosti od 10 - 75 let. **Najvišji doseg med 109-imi spletnimi stranmi je bil februarja zabeležen na spletni strani 24ur.com, ki ji sledijo siol.net, najdi.si, rtvslo.si in bolha.com.** Valutni podatki MOSS za februar 2011 so z današnjim dnem tudi javno dostopni na spletni strani <http://www.moss-soz.si>.

## **Valuta MOSS je mesečni doseg**

Valuta MOSS februar 2011 je izmerjen slovenski doseg spletnih strani v obdobju **od 1. do 28. februarja 2011.** Doseg pove, koliko različnih oseb iz slovenskih IP števil je v danem obdobju meritve obiskalo izbrano spletno stran. Valuta je mesečni doseg, ki je izmerjen s tehničnim merjenjem in korigiran s podatkom o velikosti slovenske spletne populacije pridobljene s telefonsko anketo. V izmerjen slovenski doseg, ki je valuta projekta MOSS pa ni vključen promet iz tujine, saj podatek o ocenjenem dodatnem dosegu iz tujine ni korigiran s podatki telefonske ankete.

**Doseg vseh 109-ih merjenih strani v obdobju od 1.2. do 28.2.2011 znaša 1.191.289 različnih slovenskih obiskovalcev.** Slovenski obiskovalci 109-ih spletnih strani so v tem obdobju opravili nekaj manj kot 634 milijonov prikazov. V mesecu februarj 2011 znaša **ocenjen dodatni doseg – tujina 905.171** in predstavlja število uporabnikov, ki so dostopali do strani z IP števil, ki niso locirane v Sloveniji.

### **Dodatne informacije:**

Zoran Savin, IO SP MOSS, [zoran.savin@sonce.net](mailto:zoran.savin@sonce.net)

Vesna Zakarič, vodja projekta MOSS, Valicon, [vesna.zakaric@valicon.net](mailto:vesna.zakaric@valicon.net)

Petra Prelog, vodja projekta na SOZ, [petra.prelog@soz.si](mailto:petra.prelog@soz.si), tel.: 01 439 60 57