



merjenje obiskanosti spletnih strani

Izvedba, metodologija, ključni rezultati
MAREC 2012

Naročnik

Svet pristopnikov k MOSS pri Slovenski Oglaševalski Zbornici

Parmova ulica 53, 1000 Ljubljana

telefon: +386 1 439 60 50

Kontaktne osebe:

Zoran Savin

predsednik IO MOSS

[*zoran.savin@sonce.net*](mailto:zoran.savin@sonce.net)

Boštjan Marušič

predsednik SK MOSS

[*bostjan.marusic@napovednik.com*](mailto:bostjan.marusic@napovednik.com)

Izvajalec

Valicon d.o.o.

Kopitarjeva 2, 1000 Ljubljana

telefon: +386 1 420 49 49

Kontaktne osebe:

Mojca Smerdel

vodja projekta MOSS

[*mojca.smerdel@valicon.net*](mailto:mojca.smerdel@valicon.net)

Alenka Pfajfar

podpora naročnikom

[*alenka.pfajfar@valicon.net*](mailto:alenka.pfajfar@valicon.net)

Izjava o varovanju osebnih podatkov anketirancev

Družba Valicon je v skladu s kodeksom ESOMAR in AAPOR zavezana k varovanju osebnih podatkov anketirancev. Valicon tako v vseh pogledih preprečuje, da bi bilo mogoče prepoznati identiteto anketirancev. Vse spremenljivke oziroma polja, ki bi lahko neposredno kazala na identiteto anketiranca, so iz podatkovnih baz in poročil odstranjena. Prav tako so odgovori anketirancev fizično ločeni od podatkov anketirancev. Vsak poskus namerne identifikacije anketiranca ali razkritje identitete anketiranca s strani naročnika ali družbe Valicon pomeni kršitev zgoraj omenjenih kodeksov.

Vsebina

Vsebina	3
Metodologija	4
Model MOSS	4
Osnovni podatki o zbiranju podatkov	5
Časovni okvir izvedbe marec 2012	5
Merjena spletna mesta	5
Uporaba interneta	7
Socio-demografski profil	8
Doseg	9
Dosegi Marec 2012	10

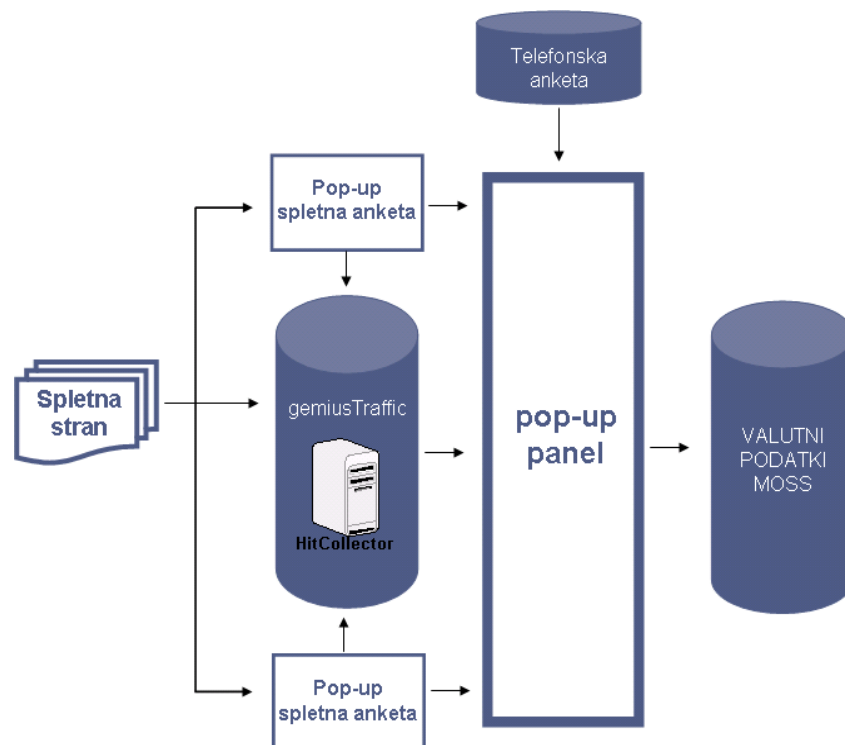
Metodologija

Model MOSS

Metodologija projekta MOSS temelji na interdisciplinarnem pristopu, ki povezuje tri različne raziskovalne tehnike:

- a) **kontinuirana tehnična meritev s platformo gemiusTraffic**, katere cilj je nenehen zajem podatkov o obiskanosti spletnih strani in navadah spletnih obiskovalcev. Podatki tehnične meritve predstavljajo osnovo za opredelitev valutnega dosega,
- b) **spletna pop-up anketa**, ki je namenjena zbiranju socio-demografskih podatkov spletnih obiskovalcev,
- c) **telefonska anketa**, ki je namenjena uteževanju podatkov pridobljenih s spletno anketo in podatkov o dosegu.

Interdisciplinarni raziskovalni pristop ponuja sinergijo med kvantitativnimi podatki pridobljenimi s sistemom za merjenje prometa ter deklarativnimi podatki spletne ankete. Pridobljeni rezultati služijo kot pomembno vodilo v procesu medijskega načrtovanja ter izvajanja ali nadzora nad izvajanjem spletnih aktivnosti.



Slika 1: Model MOSS - zbiranje podatkov

Osnovni podatki o zbiranju podatkov

	GEMIUSTRAFFIC	POP-UP PANEL	TELEFONSKA ANKETA
METODA	tehnična meritev (piškotki)	spletna pop-up anketa	računalniško podprto telefonsko anketiranje
VELIKOST VZORCA	število piškotkov na slovenskem trgu (se spreminja na mesečni ravni)	do 20.000 (se spreminja na mesečni ravni)	n = 1000 / val (10-75 let)
VZOREC	piškotki vsaj ene spletne strani, ki sodeluje v meritvi	slovenski obiskovalci vsaj ene spletne strani, ki sodeluje v meritvi	enostavni naključni vzorec iz seznama telefonskih naročnikov (10-75 let)
POPULACIJA	naprave, s katerimi je možno dostopati do spleta	obiskovalci vsaj ene spletne strani, ki sodeluje v meritvi	10 – 75 let, Slovenija

Časovni okvir izvedbe marec 2012

Podatki MOSS marec 2012 se nanašajo na obdobje od četrтка 1.3. do sobote 31.3.2012.

Merjena spletna mesta

V meritvi marec 2012 je sodelovalo 107 **spletnih strani** Pristopnikov in Uporabnikov MOSS.

Med 107 spletnimi stranmi so bile posebnosti pri izvedbi tehnične meritve zaznane pri treh (3) spletnih straneh:

SK MOSS se je odločila za objavo podatkov z opombami za naslednje strani:

- ceneje.si - Določeni deli spletne strani se osvežuje z AJAX pristopom. Ti deli niso merjeni v celoti in je zato skupno število prikazov manjše, kot bi bilo sicer.
- kolosej.si - Založnik je sporočil, da se je tehnični del meritve pričel izvajati 14.3.2012.
- sobotainfo.com - Večina delov spletne strani se sicer osvežuje z AJAX pristopom. Ti deli niso merjeni v celoti in je zato skupno število prikazov manjše, kot bi bilo sicer.

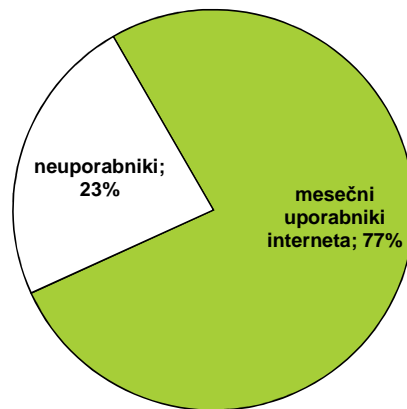
Podatki se ne objavijo za:

- bravo.si - Založnik je sporočil, da so v marcu preselili spletno stran na drug strežnik. Tehnična meritev se ni izvajala.
- prvaizbira.si - Založnik je sporočil, da spletna stran zaenkrat ne deluje več.

Končni valutni podatki za objavo so torej pripravljene za **105 spletnih strani** Pristopnikov in Uporabnikov MOSS.

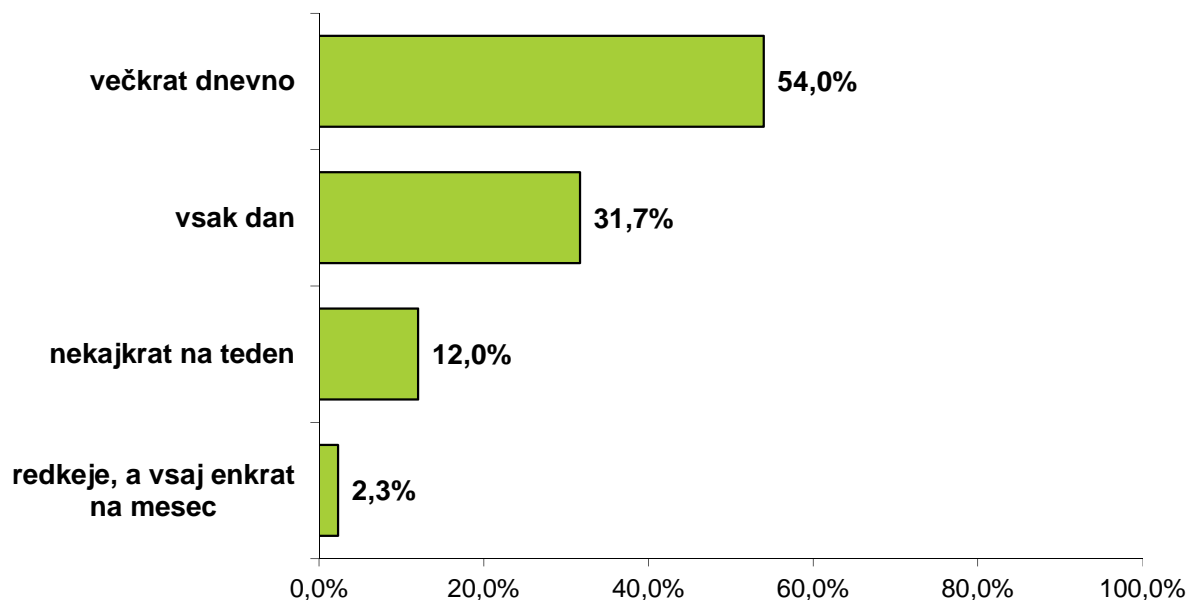
Uporaba interneta

V populaciji od 10 do 75 let je bilo **marca 2012 77% mesečnih uporabnikov interneta, kar predstavlja 1.321.031 prebivalcev Slovenije v starosti od 10 do 75 let.** Ob upoštevanju 97% intervala zaupanja je v Sloveniji marca 2012 med 1.319.322 in 1.322.740 mesečnih uporabnikov interneta. Populacija od 10 do 75 let predstavlja 1.709.050 prebivalcev Slovenije¹.



Slika 2: Uporaba interneta

107 spletnih strani, ki so bile v marcu 2012 vključene v meritev, pokriva 97% celotnega spletnega trga, kar predstavlja 1.281.400 mesečnih uporabnikov interneta. Med njimi je **54%** takih, ki **internet uporabljajo večkrat dnevno.**



Slika 3: Pogostost uporabe interneta

¹ Vir: SURS, stanje po 1.7.2011

Socio-demografski profil

Med mesečnimi uporabniki interneta je **53% moških, 47% je žensk**. V primeru da mesečne uporabnike interneta po starostnih razredih razdelimo na tretjine, dobimo naslednjo strukturo: od 10 do 24 let (25%), od 25 do 39 let (30%), od 40 do 75 let (45%). **Povprečna starost mesečnih uporabnikov interneta znaša 37 let.**

Glede na zaposlitveni status je delež mesečnih uporabnikov interneta največji v kategoriji **zaposlen v podjetju (35%)**.

	delež znotraj kategorije
spol	
moški	53%
ženski	47%
starostni razredi	
od 10 do 14 let	9%
od 15 do 19 let	8%
od 20 do 24 let	8%
od 25 do 29 let	10%
od 30 do 34 let	10%
od 35 do 39 let	10%
od 40 do 44 let	10%
od 45 do 49 let	10%
od 50 do 54 let	8%
od 55 do 59 let	7%
od 60 do 75 let	9%
zaposlitveni status	
osnovnošolec	9%
dijak	6%
študent	9%
zaposlen v javnem sektorju	12%
zaposlen v podjetju	35%
samozaposlen	8%
brezposeln	6%
upokojenec	11%
gopodinja	1%
drugo	2%

Tabela 1: Socio-demografski profil po spolu, starosti ter glede na zaposlitveni status

Kako interpretiramo rezultate?

Delež znotraj kategorije predstavlja delež med mesečnimi uporabniki interneta (primer: med mesečnimi uporabniki interneta je glede na spol 53% moških, ostalih 47% predstavljajo ženske).

Doseg

Valuta je doseg strani v obdobju od 1.3. do 31.3.2012. Izmerjen doseg – Slovenija na **107-ih merjenih straneh**, v obdobju od 1.3. do 31.3.2012, znaša **1.281.400 različnih obiskovalcev**. Obiskovalci 107-ih strani so v obdobju od 1.3. do 31.3.2012 opravili **nekaj več kot 651 mio prikazov**. Ocenjen dodatni doseg – tujina znaša 763.717 in predstavlja število uporabnikov, ki so dostopali do spletnih strani iz IP števil, ki niso slovenske. Podatek o ocenjenem dodatnem dosegu iz tujine ni korigiran s podatki telefonske ankete.

Največje število prikazov je bilo ustvarjeno v **drugem** tednu meseca marca (od 5.3. do 11.3.). Prvi in zadnji teden v mesecu marcu ne predstavljata celih 7 dni.



CERTIFIKAT

Obdobje merjenja: marec 2012

Izmerjen doseg – Slovenija: 1.281.400

Ocenjen dodatni doseg – tujina: 763.717

Izmerjen doseg - Slovenija pove, koliko različnih oseb iz slovenskih IP števil je v obdobju meritve obiskalo vsaj eno spletno stran. Doseg je izračunan s tehnično meritvijo in korigiran s podatkom o velikosti slovenske spletne populacije pridobljene s telefonsko anketo.

Mesečni promet (slovenski obiskovalci)

Obdobje	Doseg	Prikazi
1.3. - 31.3.2012	1.281.400	651.337.346

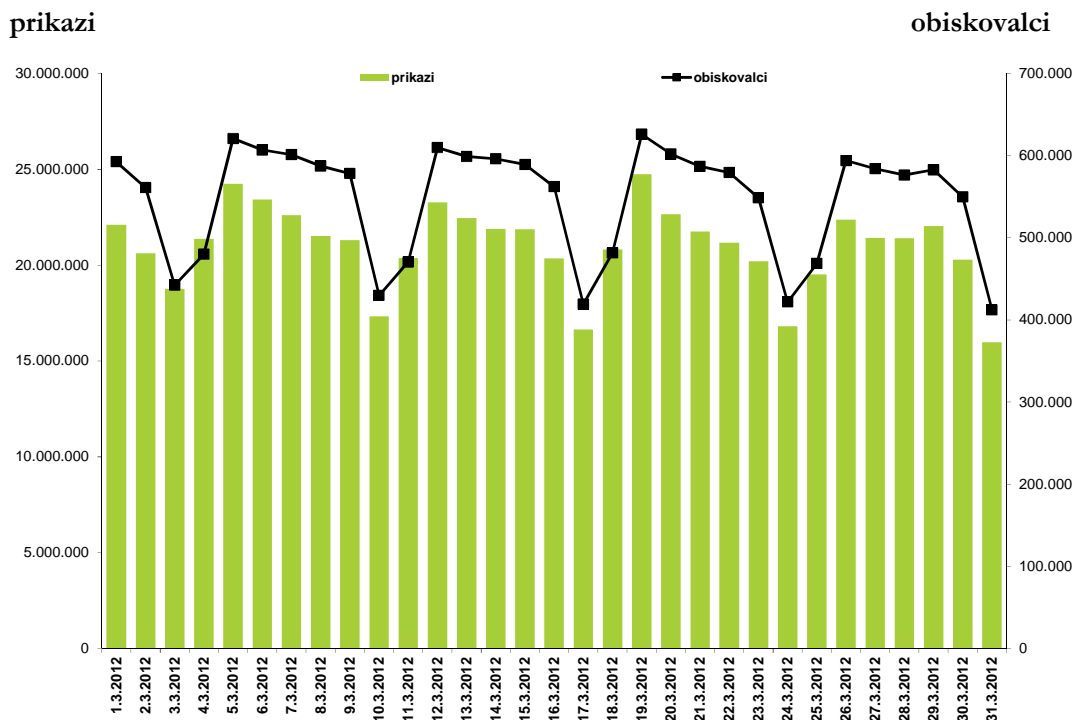
Prikaz pove, koliko je bilo vseh ogledov vseh spletnih strani v obdobju meritve.

Tedenski promet (slovenski obiskovalci)

Obdobje	Doseg	Prikazi
01.3. - 04.3.2012	886.391	82.842.970
05.3. - 11.3.2012	1.036.152	150.815.561
12.3. - 18.3.2012	1.036.248	147.313.737
19.3. - 25.3.2012	1.030.872	146.881.806
26.3. - 31.3.2012	984.038	123.483.271

Slika 4: Certifikat – Podatki tehnične meritve na mesečni in tedenski ravni

V obdobju od 1.3.2012 do 31.3.2012 je bilo število obiskovalcev med vikendi za 37% nižje kot ob delavnikih, medtem ko je število ogledov vseh spletnih mest ob vikendih v povprečju znašalo 33 mio, ob delavnikih pa 96 mio.

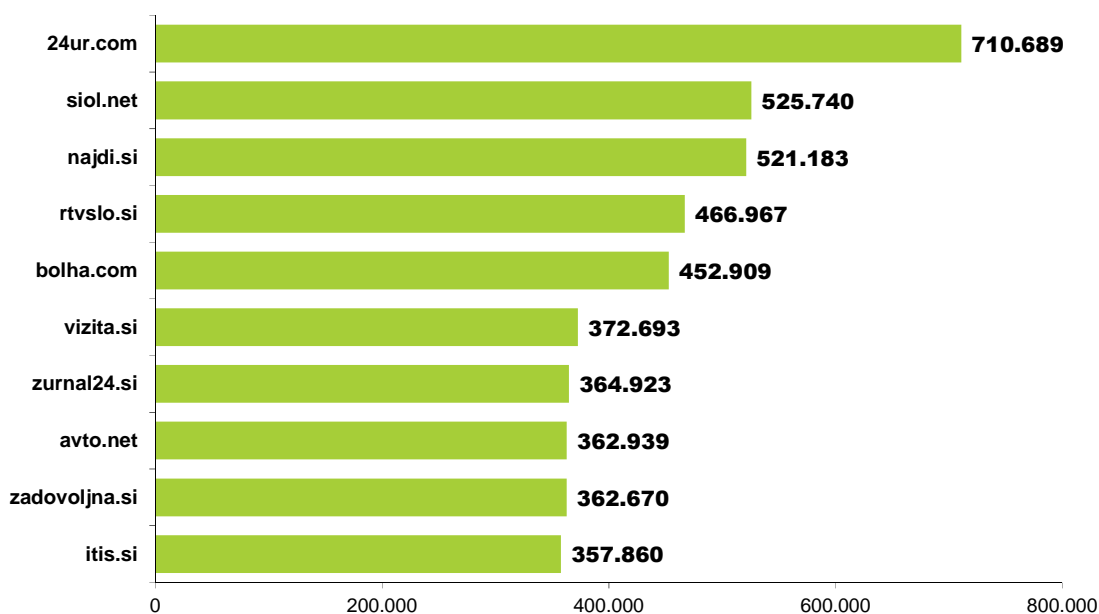


Slika 5: Podatki tehnične meritve po dnevih

Dosegi Marec 2012

Razpon dosega 107-ih spletnih mest znaša med 823 in 710.689, pri čemer imajo tri spletne strani doseg nad 500.000 in enajst pod 10.000.

V merjenju marec 2012 ima najvišji doseg stran 24ur.com. Na drugem mestu je siol.net in na tretjem najdi.si. Med prvih deset sodijo še strani rtvslo.si, vizita.si, zurnal24.si, avto.net, zadovoljna.si in itis.si.



Slika 6: Top 10 strani Marec 2012