

V segmentu osobních aut umístila reklamu v nejvyšší hodnotě od začátku roku Škoda

Dle výzkumu vede tato značka i v preferencích respondentů

Reklamní prostor v nejvyšší ceníkové hodnotě v segmentu osobních automobilů využil v prvním pololetí zadavatel Škoda. Jeho hodnota byla dokonce více než dvojnásobná oproti prvnímu pololetí roku 2016. Prostor v druhé nejvyšší hodnotě pak svou inzercí obsadil Hyundai. Do zajímavého kontextu tato data z monitoringu reklamy Nielsen Admosphere uvádějí výsledky výzkumu stejné společnosti, podle které nejvíce lidí v české internetové populaci starší 15 let vlastní právě vůz značky Škoda. Tato značka je zároveň největším počtem dotázaných vnímána jako nejlepší. Výzkum byl realizován na vzorku pětistovky respondentů.

Škoda vévodila mezi lednem-červnem 2017 žebříčku zadavatelů s nejdražším využitým reklamním prostorem. V daném období měl podle ceníkových cen prostor její inzerce hodnotu 422 milionů korun. Číslo zároveň představuje více než dvojnásobný nárůst oproti prvnímu pololetí 2016. Prostor v hodnotě 342 milionů korun využil v prvních šesti měsících letošního roku Hyundai – u tohoto zadavatele se jedná o 39% nárůst oproti loňskému roku. Meziročně vyšší ceníkovou hodnotu měl i inzertní prostor využitý mezi lednem a červnem 2017 zadavatelem Volkswagen, letos činil 205 milionů korun, což je o 7 % více než ve stejném období v loňském roce.

Hodnoty dalších zadavatelů uvádí tabulka níže.

Ceníková hodnota reklamního prostoru u TOP 10 firemních značek v segmentu "Osobní automobily" v 1. pololetí 2016 a 2017					
Pořadí	Firemní značka	1. pololetí 2016	1. pololetí 2017	Změna	
1.	Škoda	196 886 000 Kč	422 339 000 Kč	115%	↑
2.	Hyundai	246 496 000 Kč	341 898 000 Kč	39%	↑
3.	Volkswagen	191 729 000 Kč	205 170 000 Kč	7%	↑
4.	KIA	120 324 000 Kč	188 327 000 Kč	57%	↑
5.	Renault	135 143 000 Kč	152 739 000 Kč	13%	↑
6.	Ford	79 761 000 Kč	150 300 000 Kč	88%	↑
7.	Nissan	81 642 000 Kč	149 226 000 Kč	83%	↑
8.	Toyota	79 483 000 Kč	106 255 000 Kč	34%	↑
9.	Peugeot	80 941 000 Kč	99 150 000 Kč	22%	↑
10.	Opel	99 390 000 Kč	90 650 000 Kč	-9%	↓

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU) zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Pouze s upřesněním výrobce

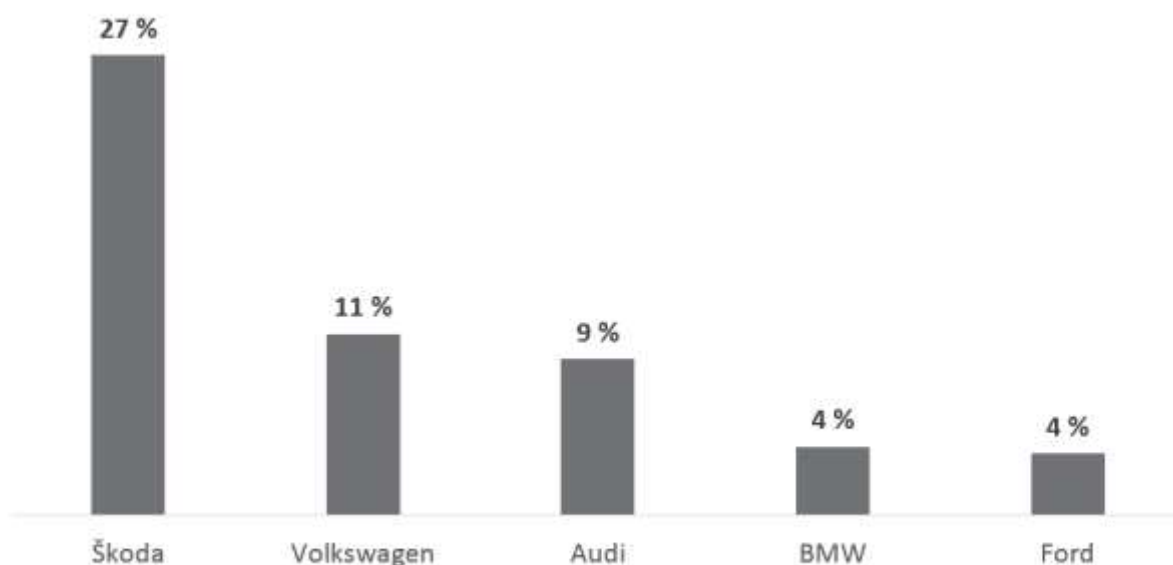
Hodnoty zahrnují inzerci daných značek pouze v segmentu osobních automobilů

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring

V preferencích internetových uživatelů v otázce osobních aut jednoznačně vede Škoda – nejen, že alespoň jedno auto této značky vlastní podle průzkumu Nielsen Admosphere nejvyšší počet lidí (29 %), ale obdobný počet dotázaných (27 %) ji považuje i za nejlepší. Tento výsledek se dá vysvětlit zejména dlouhodobě kladným vztahem lidí k této tradiční české značce. Na druhém místě, ačkoli daleko za Škodou, je v otázce vlastnictví Renault, který má 6 % lidí. 5 % pak vlastní značky Volkswagen nebo Ford. Co se pak týče názoru na nejlepší značku aut, považuje za ni 11 % Volkswagen a 9 % Audi.

Kterou značku aut považujete za nejlepší?

ZÁKLAD: Celý vzorek, N=515



nielsen | ADMOSPHERE

Zdroj: Nielsen Admosphere, N=515, internetová populace 15+, ČNP, červenec 2017

Jakub Fulín | Account Manager

Jakub.Fulin@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Eliška Morochovičová | Public Relations

Eliska.Morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.