

AD INTEL NEWS SEGMENT: OBUV

Od ledna do října bylo nejsilnějším inzerentem CCC

Výzkumná agentura Nielsen Admosphere připravila v rámci svého měsíčního seriálu krátkých zpráv z monitoringu reklamy Ad Intel přehled nejsilnějších inzerentů v segmentu obuvi, a to v období leden–říjen 2021. Hodnoty odpovídají ceníkovým cenám inzerce.

Ceníková hodnota reklamního prostoru u TOP 5 firemních značek v segmentu Obuv za období leden–říjen 2021		
Pořadí	Firemní značka	leden–říjen 2021
1.	CCC	309 135 000 Kč
2.	eobuv.cz	105 724 000 Kč
3.	DEICHMANN	23 642 000 Kč
4.	rockspring.cz	19 957 000 Kč
5.	GEOX	17 703 000 Kč

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

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring

bez vlastní inzerce

V příštím vydání se zaměříme na segment **alkoholu**.

Monitoring reklamy **Ad Intel** společnosti Nielsen Admosphere přináší ucelený a strukturovaný přehled o tuzemské reklamě napříč celou mediální sférou. V České republice funguje již od roku 2010. Data pro něj jsou získávána nezávislým sběrem (Televize, Tisk, Rozhlas), deklaracemi zapojených subjektů (OOH sektor) i kombinací obou přístupů (Internet). Sběr i analýza probíhají na základě transparentních metodologických postupů. Více informací přináší webová stránka nielsen-admosphere.cz.

Eliška Morochovičová | Communication Manager

eliska.morochovicova@admosphere.cz

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

www.nielsen-admosphere.cz

Bianka Smejkalová | Key Account Manager

bianka.smejkalova@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.