

## Nielsen Admosphere bude pro ATO od roku 2018 realizovat robustní projekt crossplatformního měření

*Společnost Nielsen Admosphere včera podepsala smlouvu s Asociací televizních organizací (ATO) na crossplatformní elektronické měření sledovanosti a konzumace obsahu v České republice v letech 2018–2022. Od roku 2018 tak bude peoplemetrové měření rozšířeno o měření videoobsahu šířeného přes internet. Připravená je i možnost propojení dat klasického živého a odloženého sledování televize s daty o sledovanosti videí na internetu.*

Projekt měření předložený do výběrového řízení obsahoval všechny čtyři části požadované zadavatelem – televizní měření, měření videoobsahu, kombinace dat z obou těchto zdrojů a mnoho rozšiřujících variant v rámci volitelných opcí.

V ceně základního televizního měření je zahrnut rozsáhlejší zaváděcí a kontinuální výzkum, měření až 100 stanic, měření sledovanosti v reálném čase (na celém panelu) a rozšíření Adwind Kite Lite o práci s dalšími datovými zdroji.

V rámci digitální části projektu zajistí Nielsen Admosphere census měření videoobsahu. Pro tento účel budou využívány vybrané technologie Nielsen, které jsou rozšířené nejen v USA, ale i v mnoha zemích Evropy a světa. Další technologie Nielsen měření jsou připraveny pro případ, že se ATO rozhodne využít svého práva na některé služby uvedené v opci. Uživatelé dat by tak získali celosvětově srovnatelné výpočty crossplatformních ukazatelů přes televizi a videoobsah.

„Zkombinovali jsme českou technologii ušitou na míru lokálním podmínkám s produkty digitálního měření, které používá Nielsen ve světě. Díky tomu jsme byli schopni nabídnout českému trhu řešení, které přesahuje požadavky zadavatele a je zároveň i velmi efektivní a ekonomické. Celá nabídka se u nás připravovala s ohromnou energií a intenzitou skoro tři měsíce. Byla opravdu detailně propracovaná, aby ATO vidělo, že co slíbíme, umíme i zrealizovat,“ uvedla předsedkyně představenstva Nielsen Admosphere *Tereza Šimečková*. Podle komentáře místopředsedy představenstva Nielsen Admosphere *Michala Jordana* se jedná o zatím historicky nejrozsáhlejší projekt v Česku, který si klade za cíl stát se efektivním a robustním řešením pro český trh.

Mimo měřicí technologie (tzv. peoplemetrů umístěných v domácnostech televizního panelu) bude v projektu využita site-centric technologie měření videoobsahu na internetu Nielsen SDK nainstalovaná na serverech jednotlivých vysílatelů. „Rozšíření projektu o měření digitálního obsahu přirozeně reaguje na současnou technologickou rozmanitost v možnostech šíření videoobsahu. Nejzásadnější novinkou od roku 2018 bude měření sledovanosti televizního obsahu mimo televizní obrazovky, tedy na koncových zařízeních typu PC, mobil a tablet (v prohlížečích i aplikacích). V případě televizorů dojde k rozšíření o měření HbbTV na Smart TV,“ doplnil ředitel elektronických

měření *David Satranský*. Nově připravovaný projekt nebude náročný jenom po technologické stránce, ale i po stránce matematicko-statistických metod. „Naplnit všechny požadavky zadavatele ve věci statistického modelování byla docela výzva,“ řekl hlavní analytik projektu *Tomáš Hanzák* a dodal, že se na realizaci některých částí projektu vyloženě těší.

**Pavla Chlebounová** | PR Specialista

[Pavla.Chlebounova@admosphere.cz](mailto:Pavla.Chlebounova@admosphere.cz)

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

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

### Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** ([www.nielsen-admosphere.cz](http://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 (face-to-face, 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.