

FAQ – často kladené dotazy

1. Jaká je cena za výzkum pro provozovatele média?

- Cena za výzkum je stanovena podle ceníku, který je veřejně dostupný na www.netmonitor.cz v sekci „Dokumenty o projektu“. Cena pro provozovatele média se stanoví podle součtu všech shlédnutých stran na všech měřených médiích za daný měsíc a podle počtu položek v Online aplikaci NetMonitoru za daný měsíc. Definice položky v NetMonitoru ke stanovení ceny je umístěna [zde](#).
Provozovatel média za cenu dle ceníku obdrží data o návštěvnosti a sociodemografii vlastního média (médií).

2. Co jsou kompletní data NetMonitoru a kdo je nakupuje?

- Kompletní data jsou výsledky měření návštěvnosti a sociodemografie za všechna média zapojená do výzkumu. Nakupují je zpravidla mediální agentury a velká média k plánování kampaní. Cena kompletních dat je dána ceníkem NetMonitoru a provozovatel média na jejich nákup dostává slevu 50% celkové platby za účast (tj. součet shlédnutých stran + položek NetMonitoru) až do výše 50% platby za kompletní data (cena kompletních dat viz ceník NetMonitoru).

3. Co znamená pojem Reálný uživatel a jak se liší od Unikátního uživatele?

- Pojem Reálný uživatel označuje skutečného, reálného člověka, který daný server ve zkoumaném období navštívil. Tento ukazatel je získáván pomocí unikátního algoritmu, jenž využívá celou řadu informací, mj. i znalost velikosti internetové populace, která je zjišťována externím offline výzkumem. Unikátní uživatel pak bývá ekvivalentem pro cookie, kterou je identifikován prohlížeč. Jeden člověk (Reálný uživatel) může používat více počítačů/prohlížečů, své cookies mazat a může tedy být identifikován jako více "Unikátních uživatelů"

4. Jaké výhody má měření serveru v NetMonitoru oproti jiným systémům jako např. Google Analytics?

- NetMonitor poskytuje médiím v něm zapojeným a měřeným oproti jiným systémům informace o návštěvnosti na úrovni Reálných uživatelů (skutečných lidí), objektivní porovnání mezi všemi měřenými weby a rovněž informaci o sociodemografickém profilu uživatelů těchto serverů a jejich sekcí. Data jsou užívána mediálními agenturami k plánování reklamních kampaní na internetu a slouží trhu jako jakási jednotná měna ohledně měření návštěvnosti. Data návštěvnosti jsou rovněž prezentována široké veřejnosti v podobě veřejných výstupů a žebříčků. V měření jsou zapojeny nejvýznamnější a nejnavštěvovanější česká média a portály. Realizátorem je nezávislý subjekt, který zajišťuje objektivitu a nestrannost měření.

5. Jak se počítá ukazatel RU (Reální uživatelé)?

- Algoritmus výpočtu bere v úvahu měřenou aktivitu všech uživatelů měřeného internetu a jednotlivých serverů, přičemž se v prvním kroku vypořádává se situací, kdy jeden člověk může být reprezentován více cookies (více počítačů, které používá, mazání cookies, atp.) či naopak jedna cookie (Unikátní uživatel) reprezentuje více lidí (např. jeden počítač v domácnosti užívaný více/všemi členy domácnosti). Výsledkem je počet cookies, které by byly naměřeny, pokud by žádná cookie v průběhu měřeného měsíce nebyla smazána, a to jak pro celý internet tak i pro každý server/sekcí zvlášť. V dalším kroku je stanoven Reach pro každý server/sekcí na množině těchto odhadovaných cookies (Estimated cookies) a tento aplikován na velikost internetové populace, jejíž velikost je známa pro daný měsíc z externího offline výzkumu. RU jsou z metodických důvodů dostupná až 25 dní po ukončení daného měřeného měsíce. Algoritmus výpočtu RU je detailně popsán v Metodice projektu, která je dostupná na adrese www.netmonitor.cz v sekci "Dokumenty o projektu"

6. Co označuje pojem Univerzum a jak se stanovuje?

- Univerzem rozumíme primárně velikost internetové populace, která se pro daný měsíc stanovuje na základě offline externího výzkumu. Internetová populace označuje skupinu lidí (starší deseti let), kteří se alespoň jednou v daném období (typicky měsíci) připojí k internetu. Projekt od září 2009 využívá pro tyto účely Kontinuální výzkum TV metrového projektu ATO. Uživatel se rovněž může setkat s pojmem "Sociodemografická univerza", který označuje rozložení internetové populace v různých sociodemografických kategoriích, jako např. pohlaví, věk, vzdělání, atd. Zdrojem těchto informací je pak rovněž TVM kontinuál ATO.

7. Co označuje pojem vážení a k čemu se využívá?

- Vážením rozumíme proces, při němž dochází k narovnání charakteristik panelu tak, aby výsledek odpovídal realitě internetové populace. Může se stát, že panel zahrnuje např. 45% mužských a 55% ženských respondentů, přičemž skutečná situace v internetové populaci je přesně opačná. Vážíci proces potom má za úkol přiřadit respondentům takové váhy, které zajistí, aby těchto 45% mužských respondentů reprezentovalo 55% internetové populace, tedy mužů. Podobně se postupuje i v případě dalších sociodemografických skupin - sociodemografické vážení. Behaviorální vážení pak znamená navažování na celkové naměřenou návštěvnost stránek a má za cíl přiřadit respondentům váhy tak, aby jejich součet byl roven počtu Reálných uživatelů, který byl spočten příslušným algoritmem.

8. Co jsou URL masky?

- URL maska je pojem, který je užíván ve spojitosti s definicemi sekcí jednotlivých měřených serverů. URL masky

určují, která URL (stránky) spadají do jaké sekce, či jsou nezařazená. Nezařazená URL nicméně jsou stále součástí celkových statistik média, které tak o ně není kráceno. Tvorbám URL masek se detailně věnuje zvláštní dokument, který je k dispozici u Realizátora.

9. Co je offline report?

- Offline report je XLS sešit, který obsahuje hodnoty základních ukazatelů návštěvnosti pro všechny měřené servery a jejich veřejné sekce. Hodnoty návštěvnosti jsou děleny na Celkovou návštěvnost (ČR + zahraničí) a návštěvnost Reálných uživatelů jen z ČR. Offline report rovněž obsahuje agregaci návštěvnosti v podobě Provozovatelů, Packů a v neposlední řadě rovněž Kategorizaci médií.

10. Co je OLA?

- Pojem OLA označuje "Online aplikaci", která je veřejně přístupná na adrese <http://online.netmonitor.cz>. Tato aplikace obsahuje základní statistiky návštěvnosti serverů a veřejných sekcí a agregaci návštěvnosti ve formě dat pro Provozovatele, Packy a Kategorizaci médií. Aplikace umožňuje rovněž pohled na historická data, jejich export a přihlášeným uživatelům (pouze aktivně měřená média) rovněž pohled na statistiky privátních sekcí. Jako jediná tato aplikace nabízí hodnoty ukazatele RUest.

11. Jak jsou respondenti zařazováni do panelu?

- Respondenti jsou do panelu rekrutováni pomocí dotazníků, které jsou na měřených serverech emitovány automaticky ve formě pop-up oken. Po vyplnění tohoto dotazníku se respondent, který projde validačními procesy, stane členem tzv. Pop-up panelu. Respondent je rovněž požádán o spolupráci formou instalace měřící aplikace netSoftware a pokud na tuto formu přistoupí, stává se členem tzv. softwarového panelu.

12. Jak se konstruuje panel?

- Z obou panelů (softwarový a pop-up panel) je každý měsíc vybrána skupina o maximální možné velikosti, která umožňuje naplnit hodnoty norem u znaků, které musí panel splňovat, aby byl reprezentativní. Výběr probíhá ze členů panelu, kteří splňují i další požadavky, jako je např. doba, po kterou jsou členy panelu, aby byla zajištěna i vyšší meziměsíční stabilita panelu.

13. Co je SEKV a k čemu slouží?

- SEKV je zkratka pro pojem Strukturální exkluzivní kontinuální výzkum. Tento výzkum má za cíl popsat strukturu internetové populace a stanovit znaky ovlivňující internetové chování. Tyto znaky je nutno u respondentů dotazovat a poté v panelu hlídat tak, aby byla z tohoto pohledu zajištěna jeho reprezentativita. SEKV není jednorázový výzkum, je realizován ve vlnách a má tudíž rovněž ambice sledovat trendy a změny v internetové populaci v delším časovém horizontu.

14. Jaký je postup při zapojení média do výzkumu?

- Provozovatel média bude kontaktovat výkonné pracoviště SPIR pro uzavření Smlouvy o účasti ve výzkumu NetMonitor. Po podpisu smlouvy technický realizátor vygeneruje měřící skripty. Samotné měření začíná vždy od prvního dne v měsíci a měřící kódy mají být ve stránkách nasazeny podle metodiky nejpozději 5 dní před začátkem měření.

15. K čemu slouží kategorizace médií?

- Kategorizace obsahu médií měřených v NetMonitoru slouží k zpřehlednění datových výstupů. Každé médium je rozčleněno podle jasných pravidel do obsahových kategorií, podle nichž je možné žebříčky návštěvnosti médií filtrovat.

16. Kdo a podle čeho rozhoduje o zařazení médií do kategorií?

- O zařazení média do obsahových kategorií rozhoduje při zapojení média realizátor projektu, který postupuje dle předem stanovených pravidel kategorizační komise SPIR. Médium samo může navrhnout, do které kategorie se chce celé nebo svými sekcemi zařadit. Pokud tento návrh zásadně neodporuje definici kategorie, kategorizační komise by mu měla vyhovět. Pokud server vyhovuje definici více kategorií, je na jeho rozhodnutí, kam se rozhodne zařadit. Ve sporných případech rozhoduje kategorizační komise SPIR. Bez návrhu média nebudou dané stránky kategorizovány. Podrobně jsou pravidla kategorizace popsána [zde](#).

17. Kdo nebo co je Provozovatel?

- Provozovatelem je z pohledu projektu subjekt, který na základě Smlouvy o účasti ve výzkumu NetMonitor za měření příslušného média (médií) platí a jemuž jsou předávány výsledky výzkumu. Provozovatelem média může být vždy pouze jediný subjekt, naproti tomu žádné médium nemůže v NetMonitoru figurovat bez Provozovatele. Agregátní hodnoty návštěvnosti za Provozovatele jsou rovněž uváděny ve výstupech NetMonitoru.

18. Co je Pack?

- Pack je skupina serverů či pouhých sekcí, složená na přání Provozovatele. Je agregací hodnot návštěvnosti

jednotlivých serverů/sekcí zde řazených a ve výsledcích je prezentována jako celek. Informace o složení Packů je nicméně uživatelům dostupná.

19. Proč je reach NetMonitoru 97,7%, jak se stanovuje?

- NetMonitor neměří celý internet, ale jen jeho část v podobě několika stovek serverů. Existuje určitá skupina internetových uživatelů, kteří ani jednou v měřeném měsíci nenavštíví žádný z měřených serverů. Tato skupina tvoří cca 2,3% internetových uživatelů v ČR. Reach NetMonitoru je tedy 97,7%.

20. Co znamená ukazatel RUest, jak se stanovuje a proč se používá?

- Z metodických důvodů je hodnota ukazatele RU dostupná až 25 dní po ukončení měřeného měsíce. Ukazatel RUest byl zaveden a metodika jeho výpočtu vyvinuta proto, aby vyplnil tuto mezeru a byl alespoň dočasným a přibližným indikátorem návštěvnosti. RUest jsou získávány na základě historických poměrů mezi naměřenými cookies a spočtenými RU v minulých obdobích. Standardně se diference mezi hodnotou RUest a poté spočtenými RU pohybuje v řádu jednotek procent.

21. Co je doménový filtr a jaká je jeho funkce?

- Doménový filtr je opatření, které má za úkol z veřejných výstupů odstranit, resp. do nich nepustit, taková zobrazení, která byla učiněna mimo doménu 2. řádu, než která je ve výstupech reportována. Doménový filtr tak plní jakousi kontrolní automatickou roli, která zabraňuje navyšování návštěvnosti média (ať již úmyslné či neúmyslné) pomocí umístění měřících skriptů i na jiné stránky, než které danému médiu patří.