

Исследование аудитории СМИ - «МедиаФокус»



ИССЛЕДОВАНИЕ «МЕДИАФОКУС»



МедиаФокус - комплексное исследование аудитории средств массовой информации в Перми.

Цель исследования

1. Предоставление информации, необходимой для планирования рекламных кампаний
2. Получение данных для разработки и корректировки редакционных стратегий.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

РАДИО

ГАЗЕТЫ

ЖУРНАЛЫ

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ – жители Перми в возрасте от 14 до 70 лет.

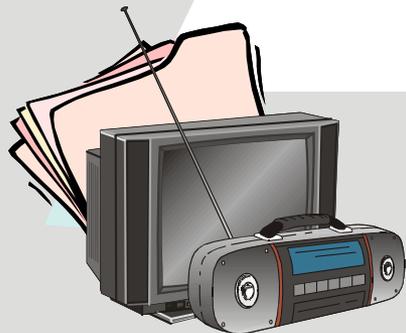
МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ – *город ПЕРМЬ*

МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ - выборочный опрос населения/целевой группы методом личных интервью

ВЫБОРКА ИССЛЕДОВАНИЯ – *1000 интервью*

Результаты исследования могут быть распространены на всю совокупность жителей Перми в возрасте от 14 до 70 лет.

Максимальная ошибка выборки с вероятностью 0,95 - 3,2%. →

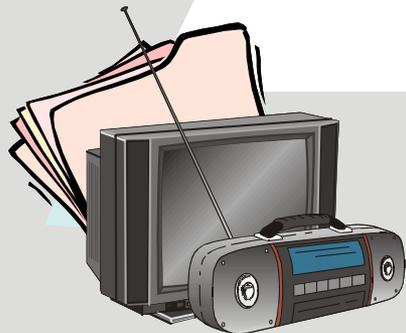


СТАНДАРТНАЯ АНКЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ

СТАНДАРТНАЯ АНКЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ

СОДЕРЖИТ

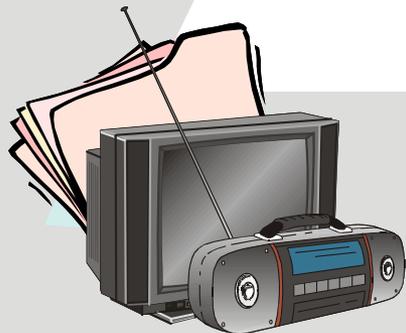
- ✘ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕДИА-ПРЕДПОЧТЕНИЙ
- ✘ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
- ✘ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ



ОТЧЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ИНФОРМАЦИЯ В ОТЧЕТАХ ПРЕДСТАВЛЕНА

- *для всего населения города*
- *по разным социально-демографическим и потребительским группам*



ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- *в процентах по отдельным целевым группам*
- *в процентах по отдельным средствам массовой информации*
- *в тысячах человек*
- *в Affinity index*



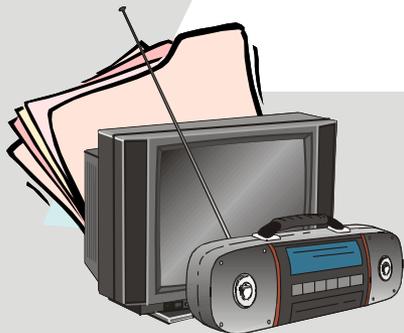
ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ

ПО СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ

- Пол
- Возраст
- Основное занятие
- Образование
- Личный доход
- Семейный доход
- Наличие детей

ПО ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ

- Уровень доходов
- Владельцы автомобиля
- Пользователи компьютером
- Пользователи Интернет
- Владельцы мобильного телефона
- Планируют приобрести
- Постоянные покупатели
- Постоянные посетители



ОСНОВНЫЕ МЕДИА-ПОКАЗАТЕЛИ

ТЕЛЕВИДЕНИЕ

АУДИТОРИЯ ТЕЛЕКАНАЛОВ

среднесуточная аудитория

АУДИТОРИЯ 15-МИНУТНЫХ ИНТЕРВАЛОВ

по будним дням

по выходным дням

ДОЛЯ АУДИТОРИИ

СОСТАВ АУДИТОРИИ

РАДИО

АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИЙ

недельная аудитория

среднесуточная аудитория

АУДИТОРИЯ 15-МИНУТНЫХ ИНТЕРВАЛОВ

по будним дням

по выходным дням

ДОЛЯ АУДИТОРИИ

СОСТАВ АУДИТОРИИ

ПРЕССА

АУДИТОРИЯ ПЕЧАТНЫХ СМИ

аудитория одного выпуска

накопленная аудитория газеты

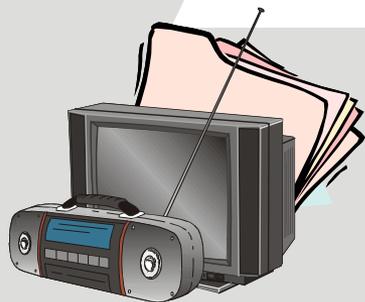
постоянные читатели

накопленная аудитория

журналов

ДОЛЯ АУДИТОРИИ

СОСТАВ АУДИТОРИИ



МЕДИА-СПРАВКА

МЕДИА справка

Отчет, содержащий информацию о медиа-предпочтениях одной целевой аудитории.

Данные получены в рамках исследования МедиаФокус.

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ
ЖУРНАЛЫ**

РАДИО

ГАЗЕТЫ

ПРЕИМУЩЕСТВА И ОГРАНИЧЕНИЯ

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Объем выборки, обеспечивающий достоверность данных.
- Расчет данных по целевым группам.
- Выделения целевых групп по социально-демографическим и по потребительским характеристикам.
- Данные по всем СМИ (телевидение, радио, пресса).
- Стоимость результатов исследования.

ОГРАНИЧЕНИЯ:

- Необходимость обращения к памяти респондента.
- Нет возможности участия детей.
- Требуется значительного количества времени на обработку результатов.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Пермь, Екатеринбург, Челябинск, Ижевск, Курган
тел. (342) 241-22-36, e-mail: inso@perm.ru

www.uralinso.ru

