



TELEMETRIA
POLSKA

Jednoźródłowy pomiar mediów elektronicznych.



TELEMETRIA
POLSKA

Michał Wigurski

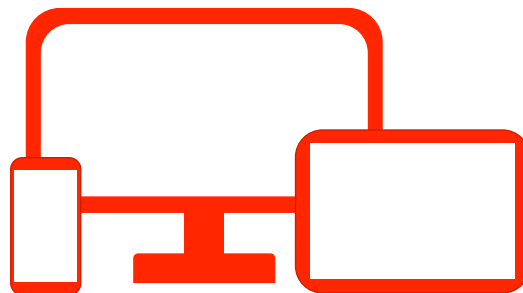
Dyrektor projektu Telemetria Polska

Cele projektu

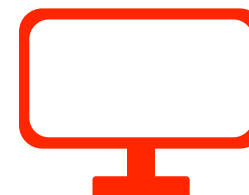
Jedno źródło danych
TV, Radio i Internet



Objęte pomiarem



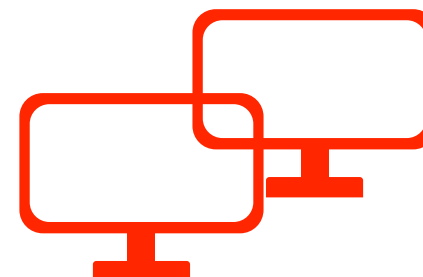
26 000
respondentów



Dane RPD
11 mln
gospodarstw
domowych



Fuzja danych RPD i
Telemetrów



Krynica 2018 - Konkluzje

- ▶ KRRiT i ich pomysł na zainicjowanie badań to słuszną inicjatywa - jednak nadzór rynku na badaniach jest niezbędny.
- ▶ Na nowych badaniach wszyscy mogą zyskać zarówno duzi jak i mniejsi gracze oraz reklamodawcy. Jedni poprzez wzrost dynamiki wydatków reklamowych inni poprzez obcięcie pomiaru, reklamodawcy poprzez efektywne narzędzia do pomiaru.
- ▶ Wszystkie strony wskazały, iż profesjonalne, jednoźródłowe badania mediów są potrzebne. Są jednak istotne szczegóły, o które należy zadbać aby zostały zaakceptowane przez Rynek.



Forum Ekonomiczne

Światowe trendy w pomiarach telemetrycznych

Rynek wyczekuje na badanie jednoźródłowe lub przynajmniej jednolity pomiar obejmujący wszystkie kanały dystrybucji treści marketingowych:



Mark Pritchard, CEO P&G, wypowiedź z kwietnia 2019:

It's time to finally deliver cross-platform media transparency through cross-platform media measurement. We've been talking about this for far too long and it's time to get on with it.

Matt Green (WFA, Unilever): powołano inicjatywę “Principles of cross media measurement” zakładającą pracę grupy roboczej reklamodawców z pomocniczym udziałem mediów (to nowość w branży, gdyż dotychczas to media kierowały takimi inicjatywami)



Podsumowanie konferencji badawczej egta., Praga, czerwiec 2019:

Uczestnicy byli zgodni, że badanie jednoźródłowe pojawi się na większości rozwiniętych rynków mediowych w najbliższych 2 do 4 lat.

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA



ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA

ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA

TELEMETRIA
POLSKA

ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **T**
P

Jednoźródłowy Pomiar Mediów w Polsce już działa!

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA



Wyniki Prac Badawczo – Rozwojowych



Zintegrowany system pomiarowy



Panel RPD + DAI



Eksperymenty z SGH oraz IŁ PIB



TELEMETRIA
POLSKA

Wyniki prac badawczo rozwojowych

Andrzej Olszewski Ekspert ds. Telemetria Polska



TELEMETRIA
POLSKA

Badania detektorów telemetrycznych

Wstępne wyniki badań



Badanie w liczbach

» **5,8 mln** obserwacji

» **1 744** godzin testów

» **29** parametrów

» **26** przetestowanych urządzeń

» **6** dostawców detektorów

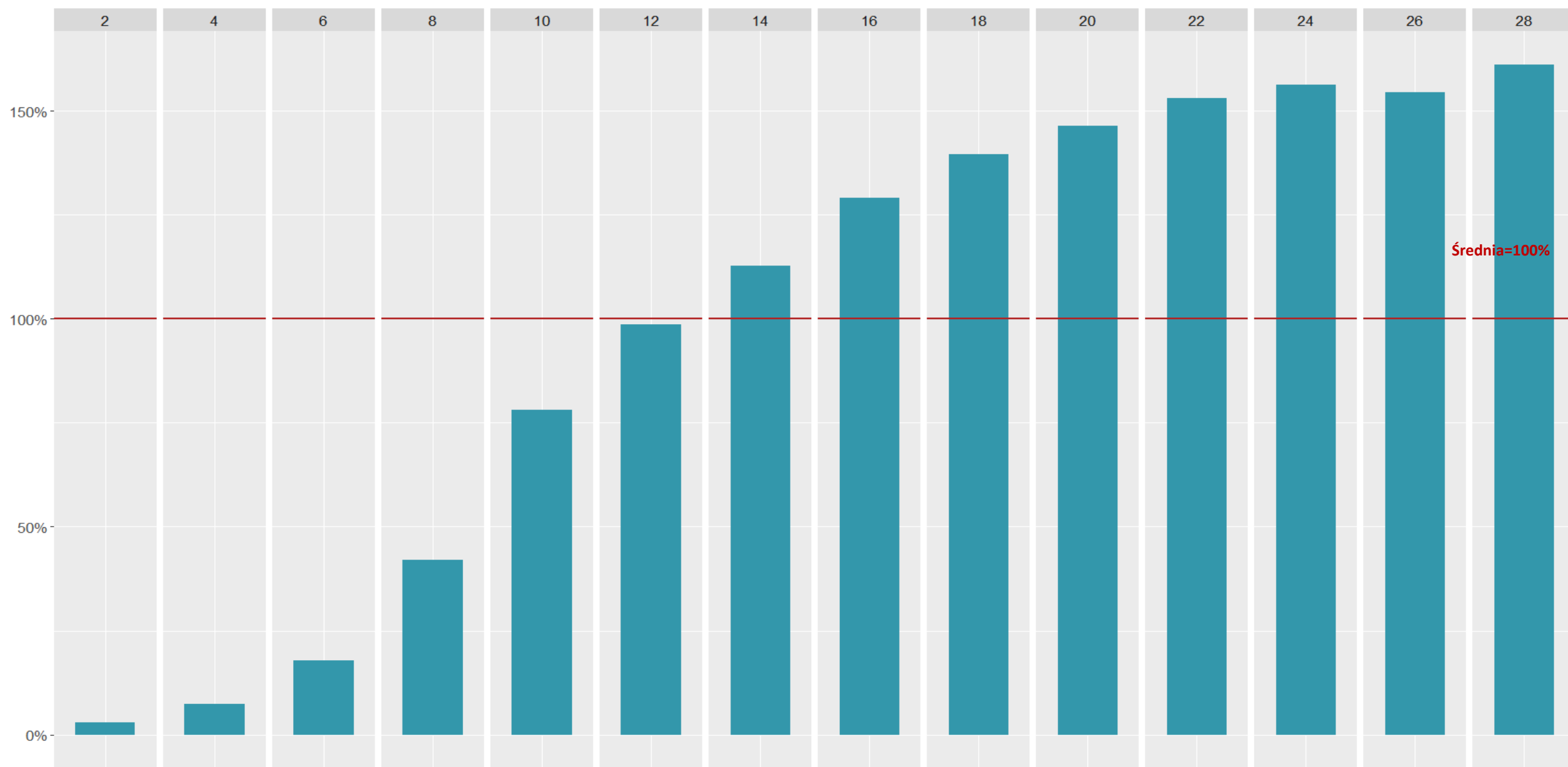


KANTAR



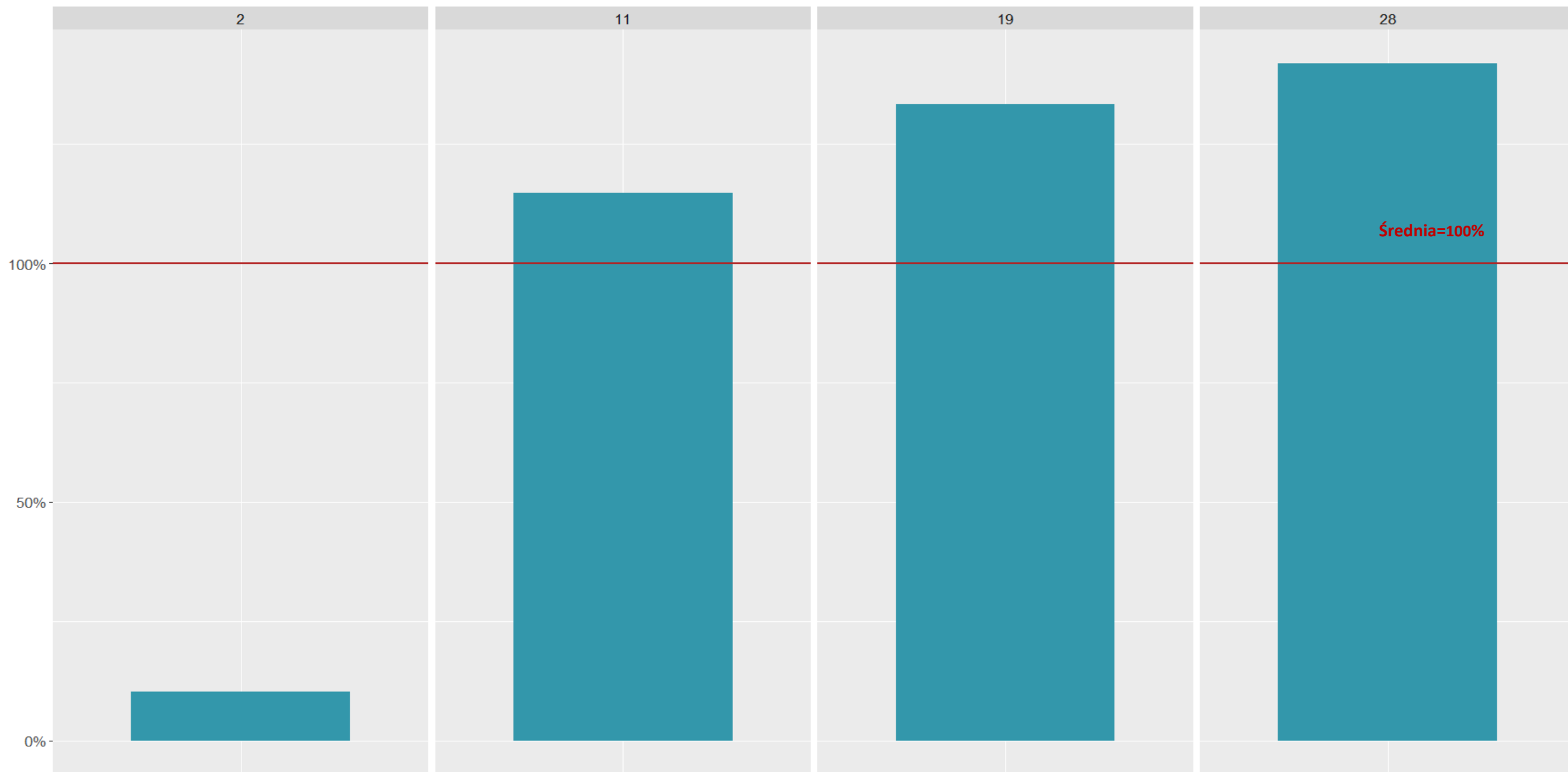
SYNERISE

Długość w sekundach

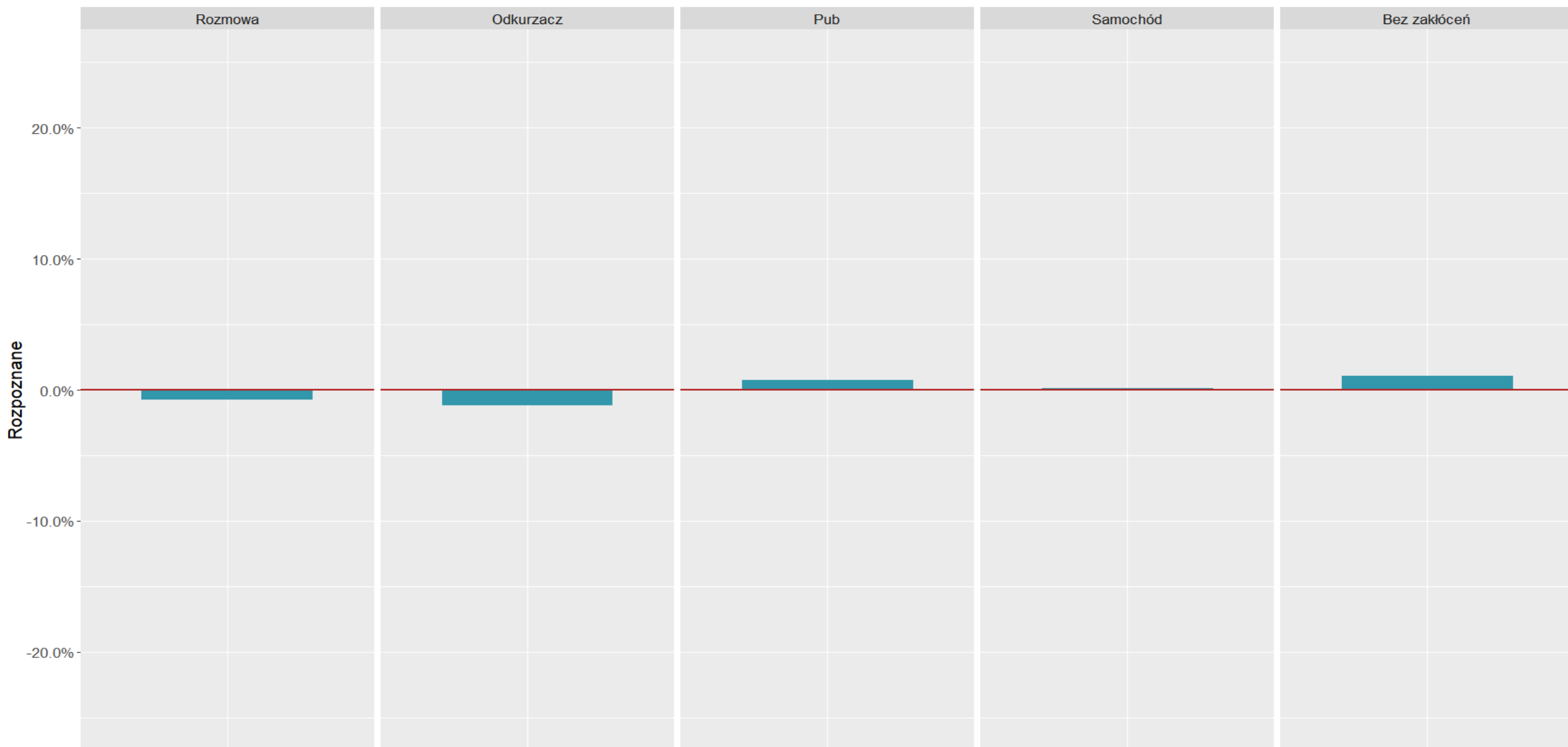


Rysunek 4: Długość nagrania a rozpoznawalność w technologii kablowej, średnia=100%, n=1 252 689 (rysunek nie uwzględnia trzech badanych urządzeń, które uzyskały najniższe wyniki)

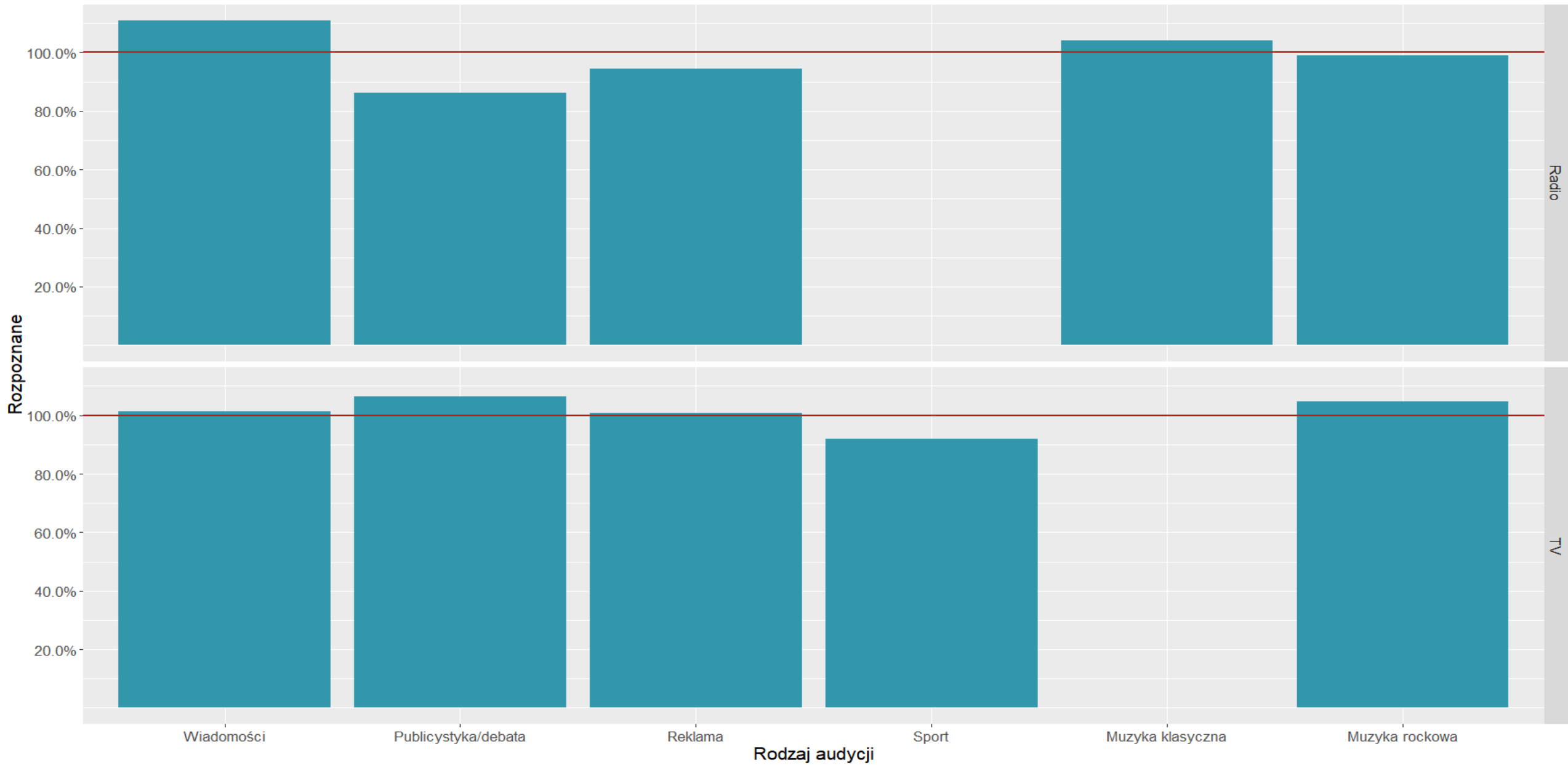
Długość w sekundach



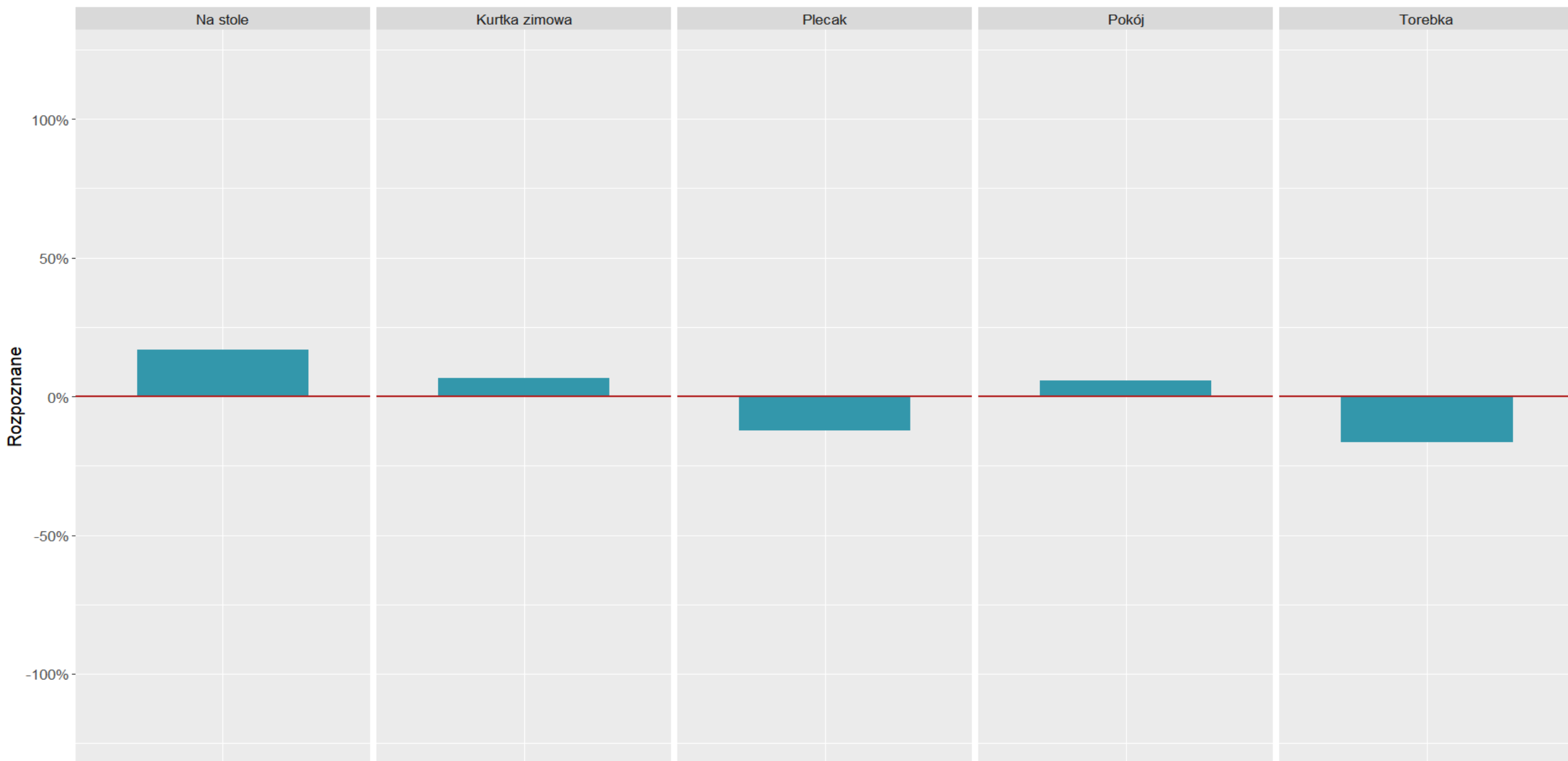
Rysunek 5: Długość nagrania a rozpoznawalność w technologii mikrofonowej, średnia=100%, n= 3 694 431 (rysunek nie uwzględnia trzech badanych urządzeń, które uzyskały najniższe wyniki)



Rysunek 7: Zróżnicowanie w rozpoznawalności sygnałów testowych w zależności od rodzaju zakłócenia, średnia=100%, n=10 800



Rysunek 8: Zróżnicowanie w rozpoznawaniu sygnałów testowych radiowych i telewizyjnych w zależności od rodzaju audycji w technologii mikrofonowej, średnia=100%, n=70 298



Rysunek 6: Zróżnicowanie w rozpoznawalności sygnałów testowych w zależności od charakterystyki źródła, średnia=100%, n=13 500



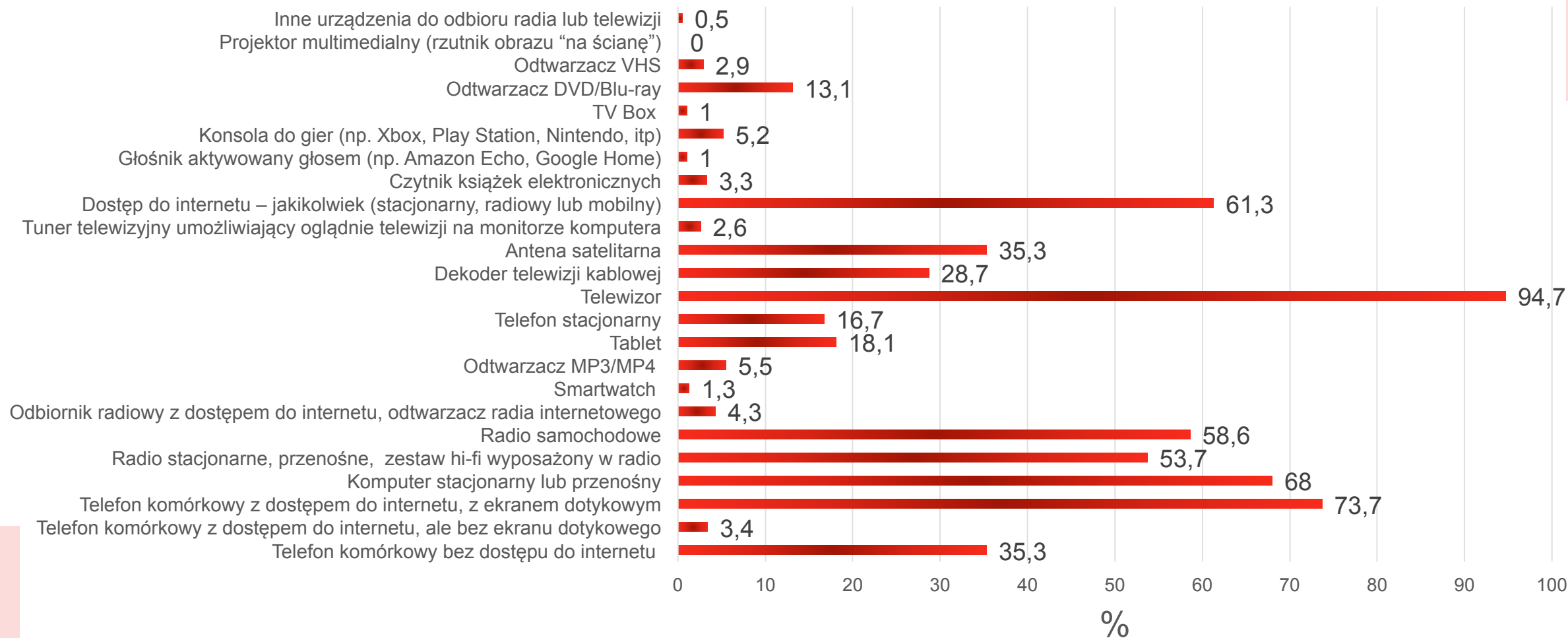
TELEMETRIA
POLSKA

Badanie założycielskie Pilotaż

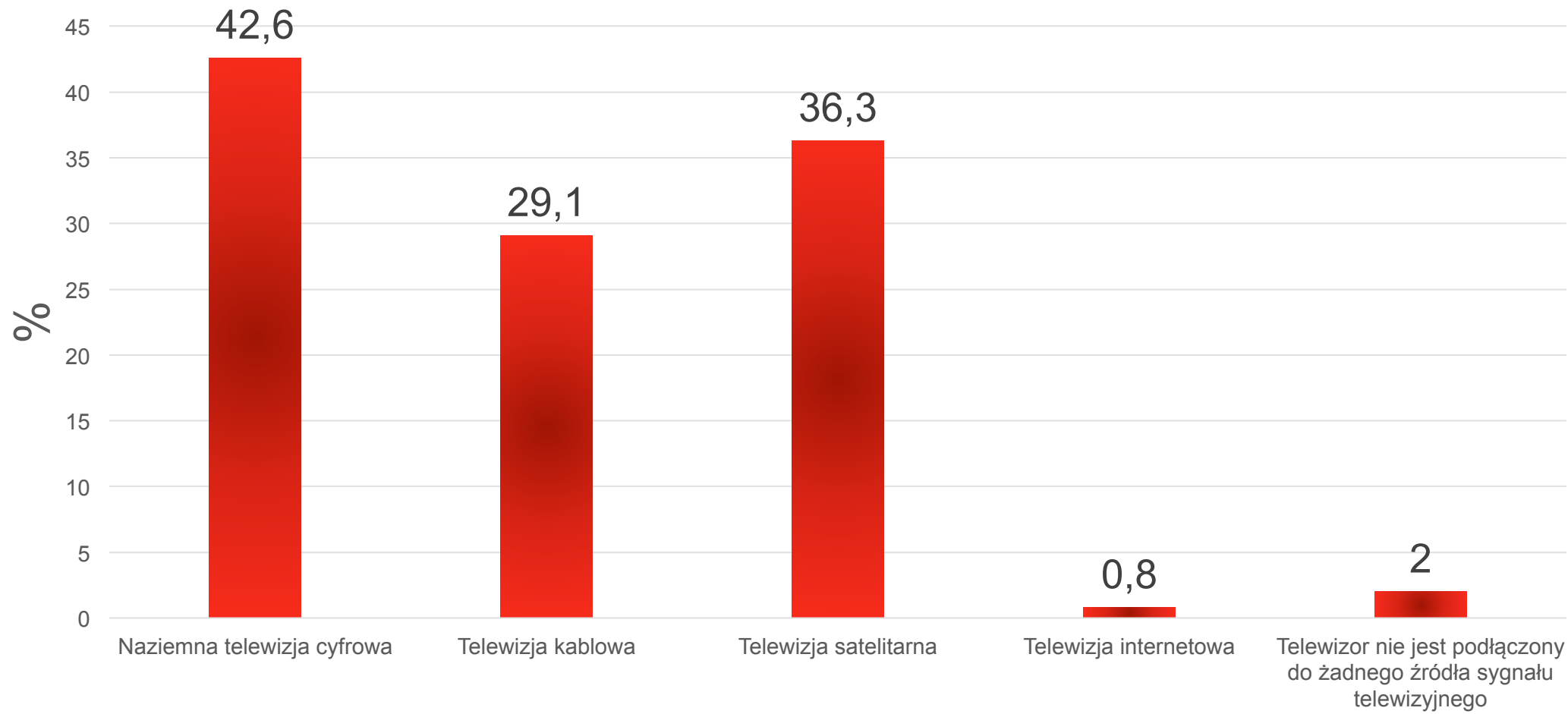
Wstępne wyniki badań



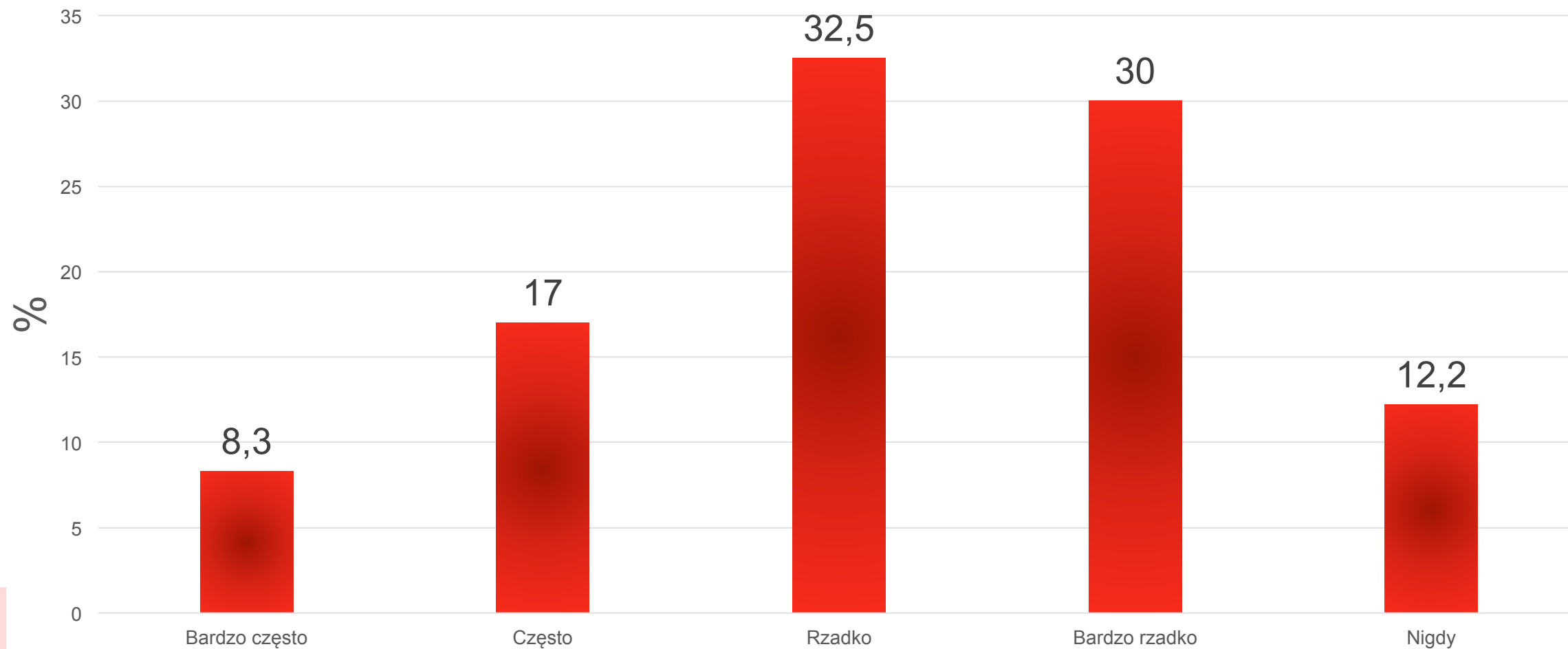
Posiadanie urządzeń do odbioru mediów elektronicznych przez gospodarstwa domowe



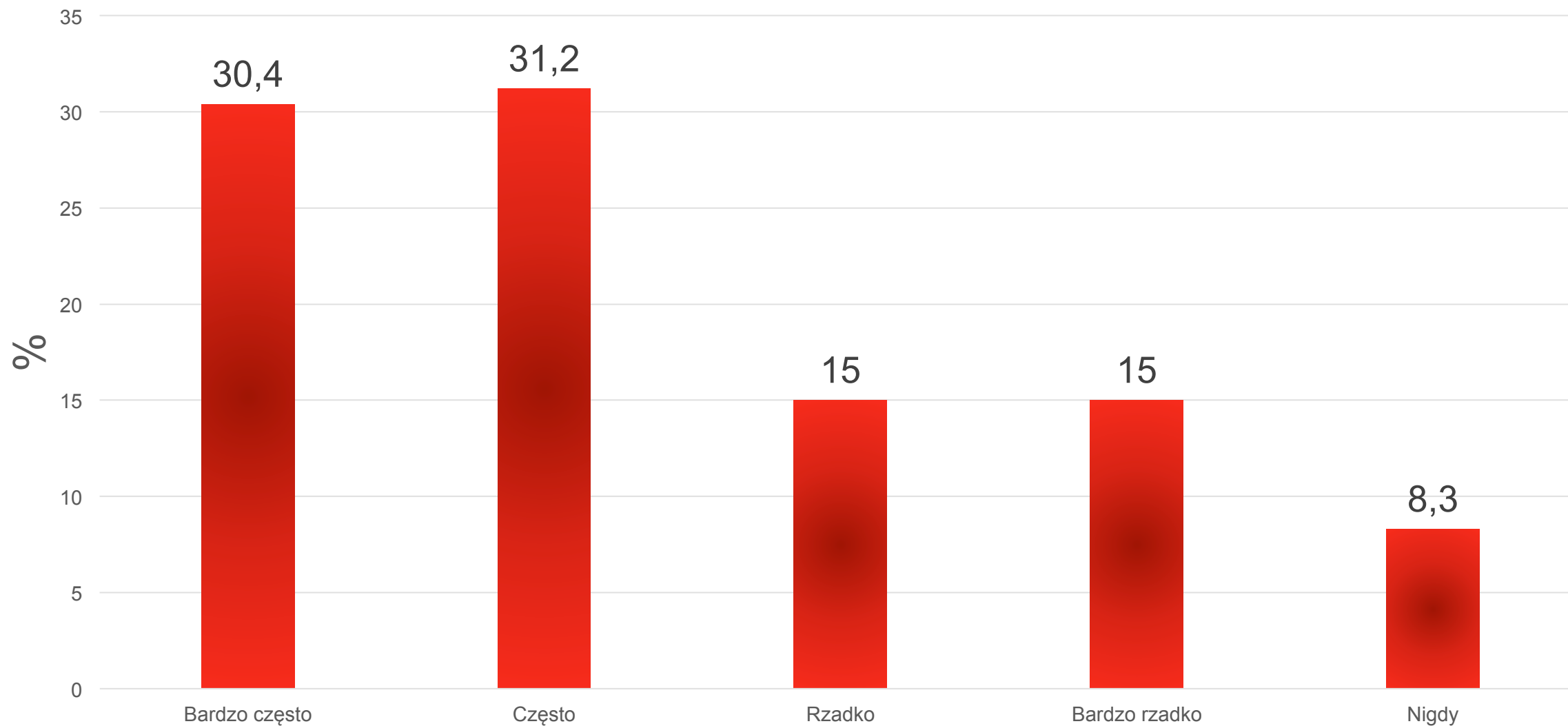
Źródło sygnału telewizyjnego dla telewizora



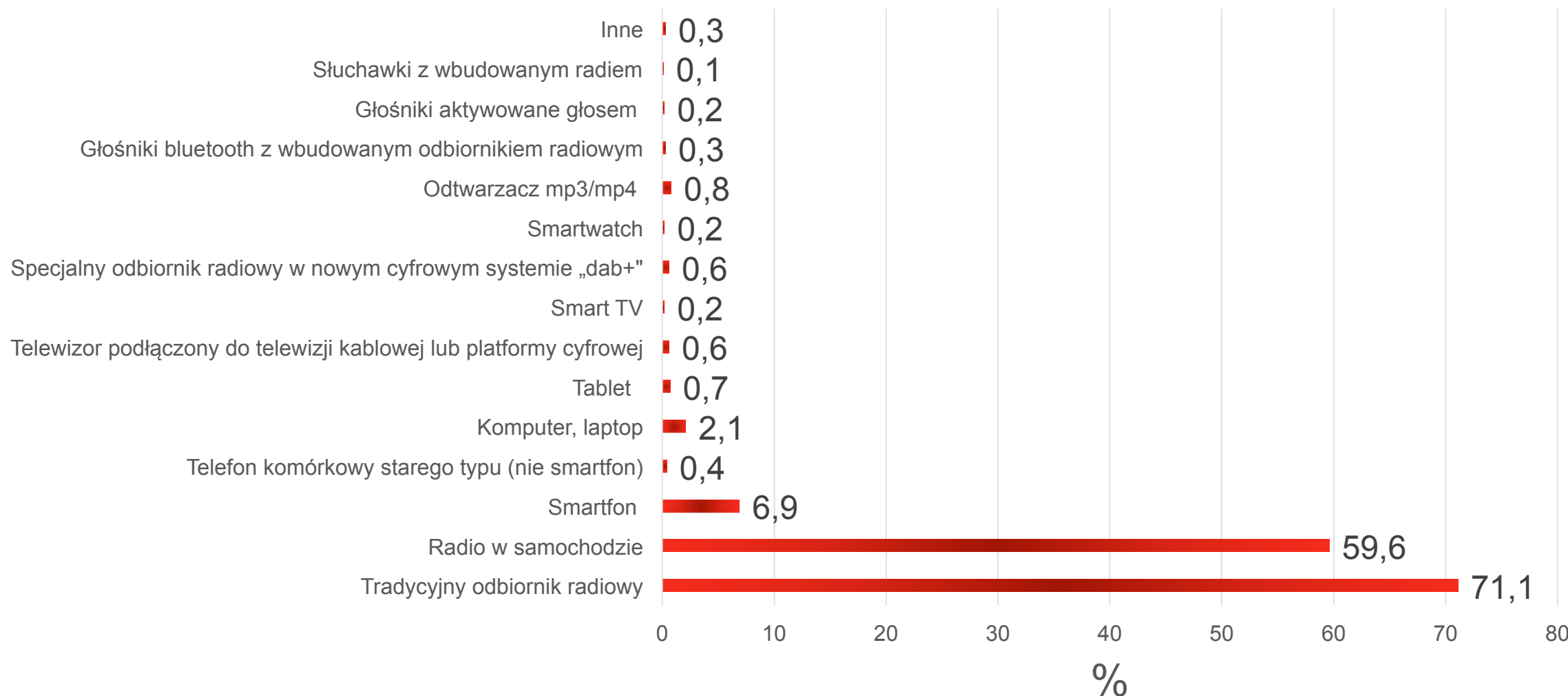
Zostawianie smartfona schowanego w kieszeni kurtki, w torbie/ torebce/plecaku



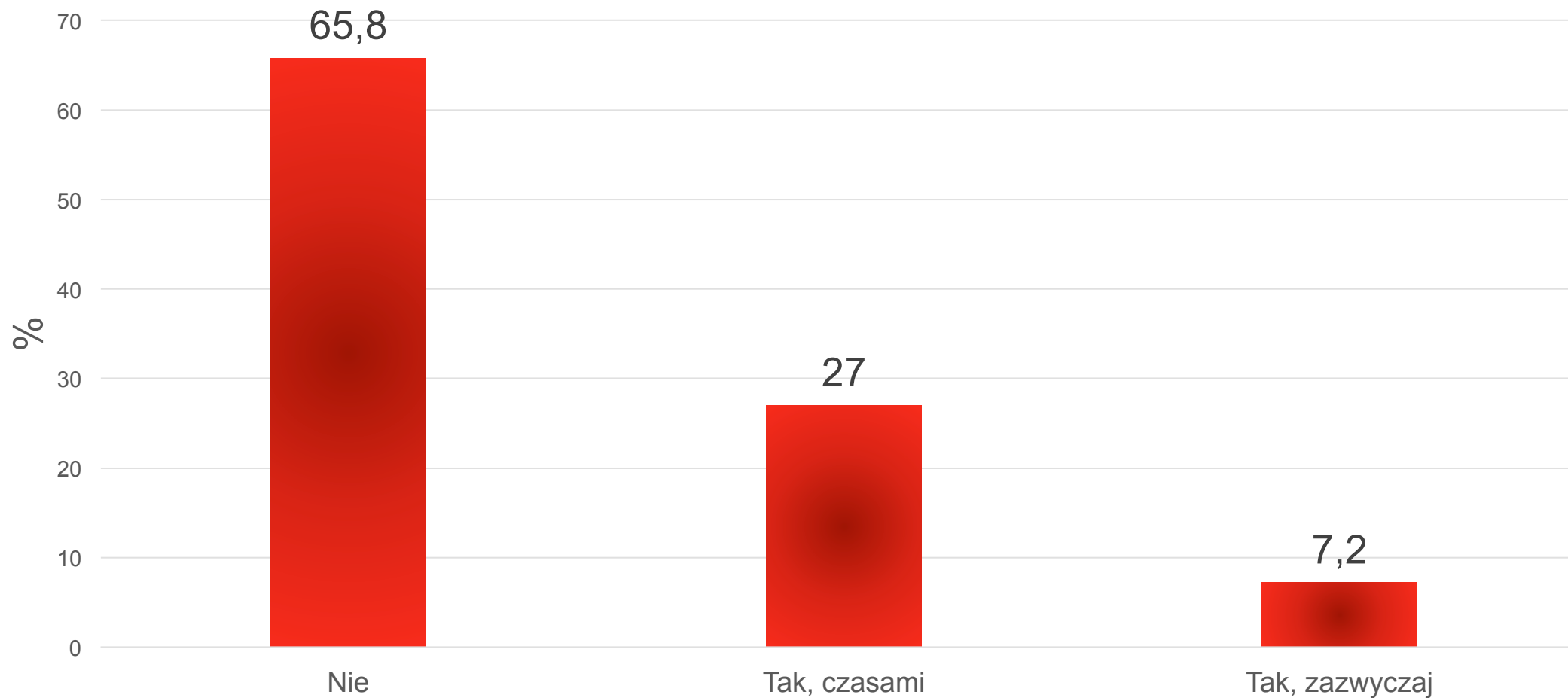
Noszenie zawsze smartfona bezpośrednio przy sobie



Urządzenia używane do słuchania radia



Korzystanie z mediów wykonując jednocześnie więcej niż jedną czynność, np.
korzystanie z Internetu, słuchanie radia lub muzyki, etc.





Zintegrowany System Pomiaru Mediów w Polsce - działa!





TELEMETRIA
POLSKA

Pomiar jednoźródłowy – opis technologii

Tomasz Figura – Ekspert Telemetry Polska

Konsumpcja mediów – co i jak mierzyć?



Grafika - Źródło: <http://www.beatgridmedia.com>

Badanie jednoźródłowe KRRiT

》 **170** mierników stacjonarnych

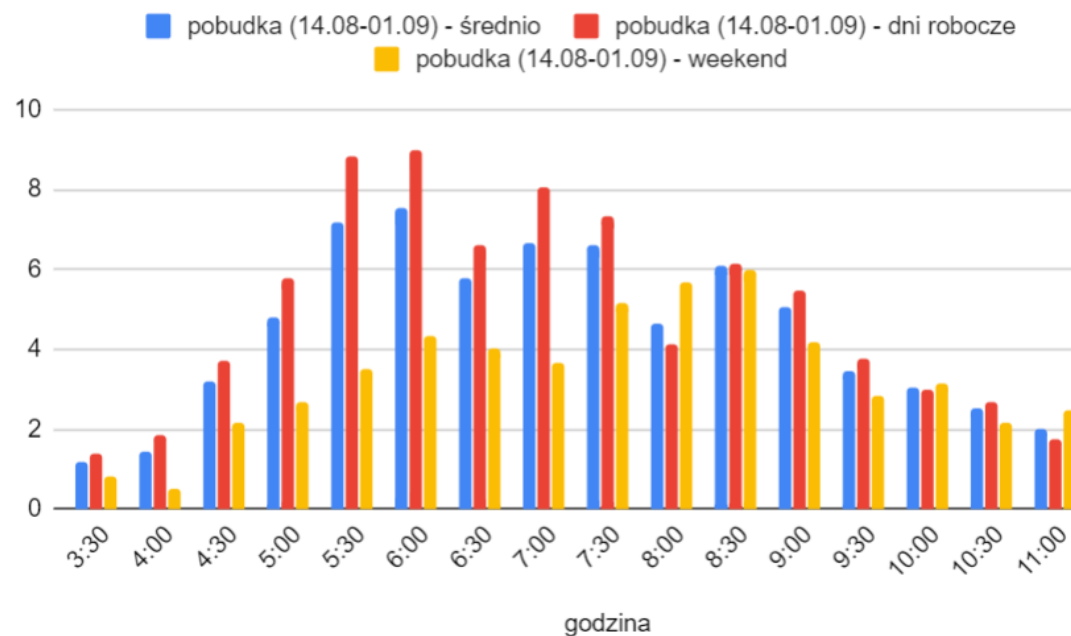
》 **240** mierników mobilnych

》 **12** sygnałów referencyjnych: 8 TV + 4 radio

》 Pomiar pasywny – **"audio matching"**

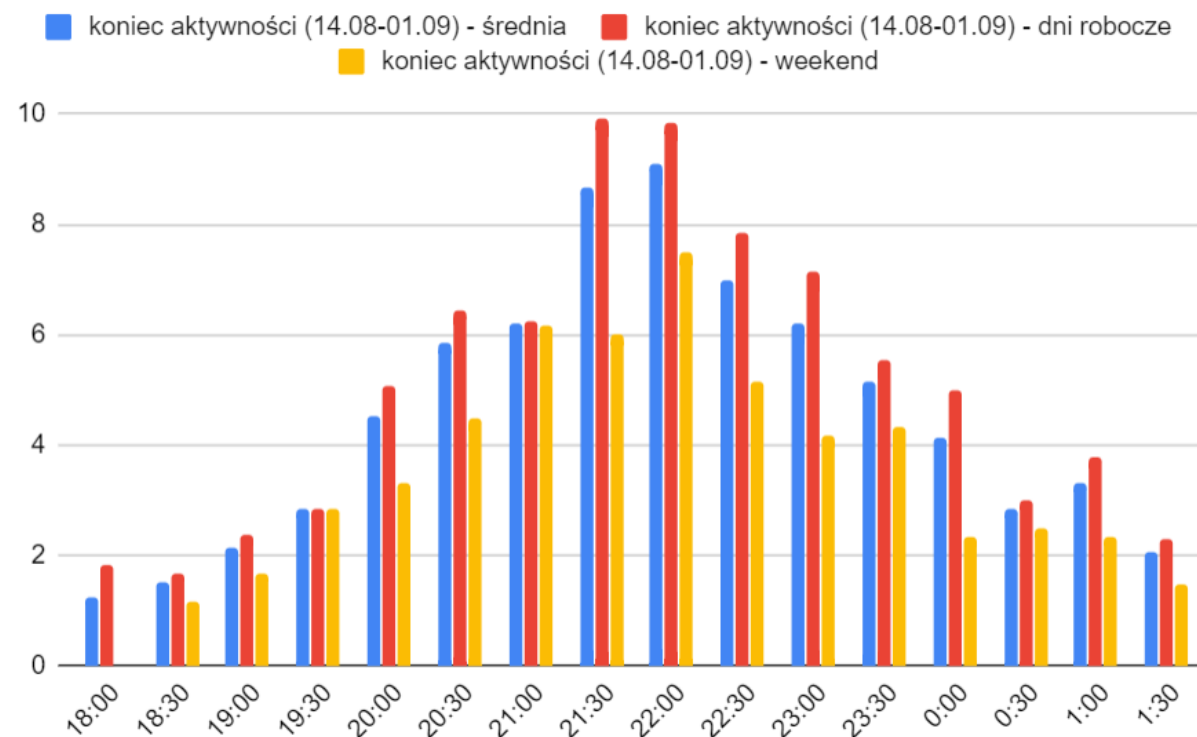
》 Dodatkowo: pomiar **odległości** między miernikami, **natężenia** dźwięku oraz danych z **akcelerometrów**

Pobudka w odstępach 30 min

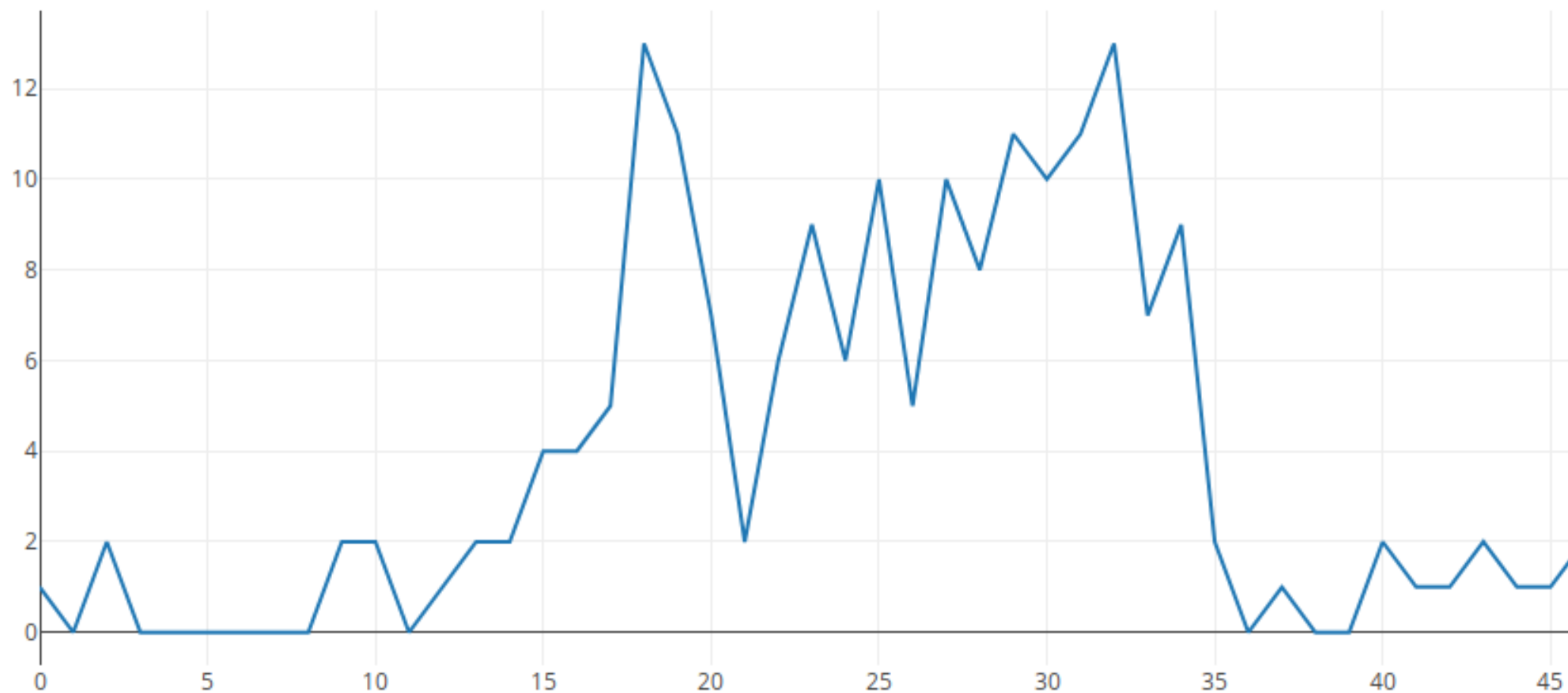


W dni robocze nasz panel
budzi się od 5:30

Natomiast chodzi spać w dni
robocze od 21:30



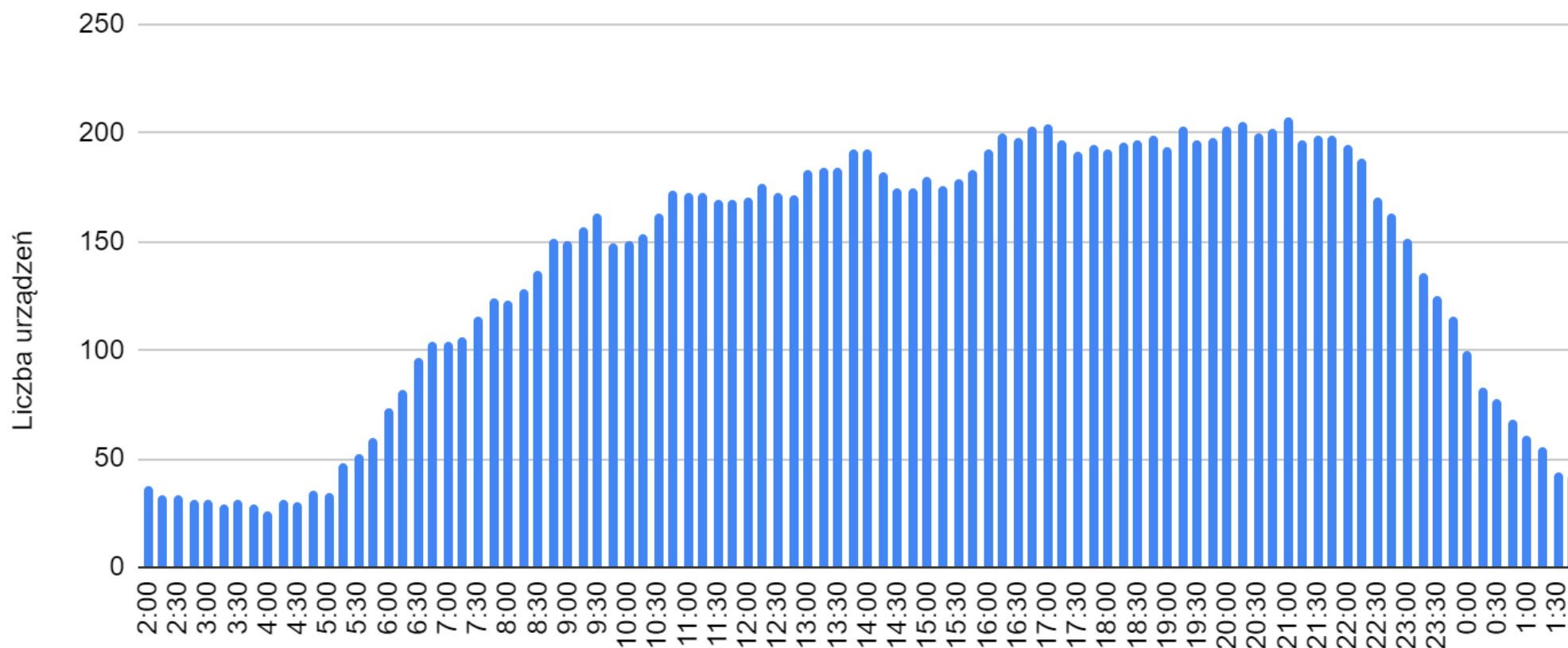
Liczba urządzeń



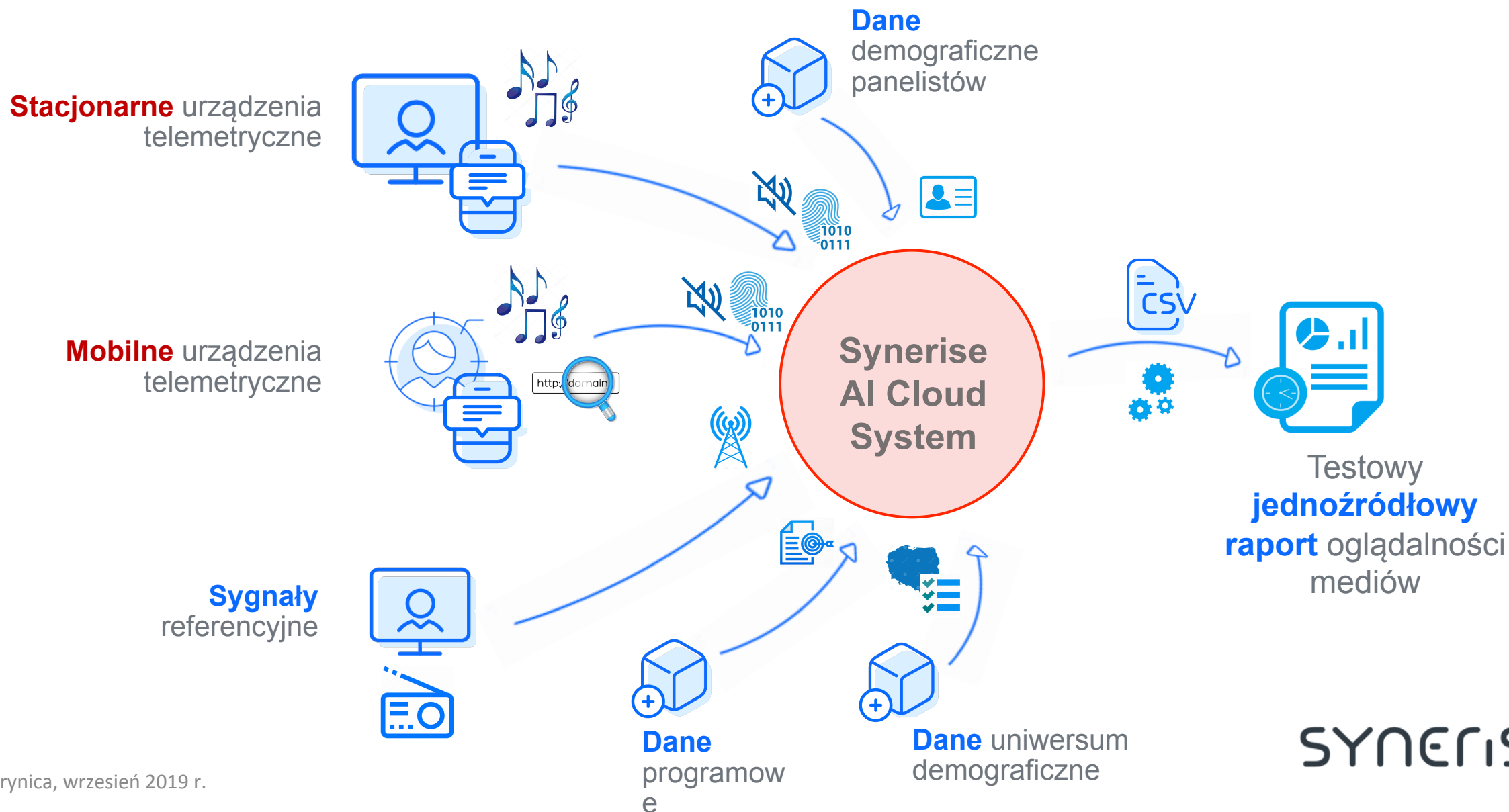
Średnia: 25.53 godz.

Szacowany czas życia
baterii [godz.]

Przykładowy wykres pokazujący ilość urządzeń wykrywających jakikolwiek dźwięk powyżej zadanego poziomu dB w swoim otoczeniu – dane z dnia 22 sierpnia



Jednoźródłowy pomiar mediów



 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA



ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA

ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA

TELEMETRIA
POLSKA

ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**

Zintegrowany Panel RPD w Polsce - działa!

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA



TELEMETRIA
POLSKA

Panel RPD + Technologia DAI

Marcin Grabowski – Ekspert Telemetria Polska

Dane RPD - potencjał

Potencjał danych RPD na potrzeby budowy ogólnopolskiego panelu:

- ▶ 11 mln gospodarstw domowych
- ▶ Obecny całościowy zasięg w obszarze budowy panelu RPD to **4,8 mln gospodarstw domowych**
 - ▶ **43% wszystkich dekodów TV funkcjonujących w Polsce**
 - ▶ **37% wszystkich polskich gospodarstw domowych**

Panel RPD - źródła danych

Źródła danych:

- ▶ **Telewizja naziemna:**
 - ▶ Zasięg: **3 mln** zanonimizowanych odbiorników w gospodarstwach domowych
- ▶ **Telewizja satelitarna:**
 - ▶ Zasięg: **1 mln dekodów**
- ▶ **Telewizja kablowa:**
 - ▶ Zasięg: **800 tys. dekodów**
 - ▶ Obecnie w ramach możliwości pobierania danych online potencjał to 710 tys. dekodów

Panel RPD - działania

Realizacja budowy panelu od strony kroków formalnych:

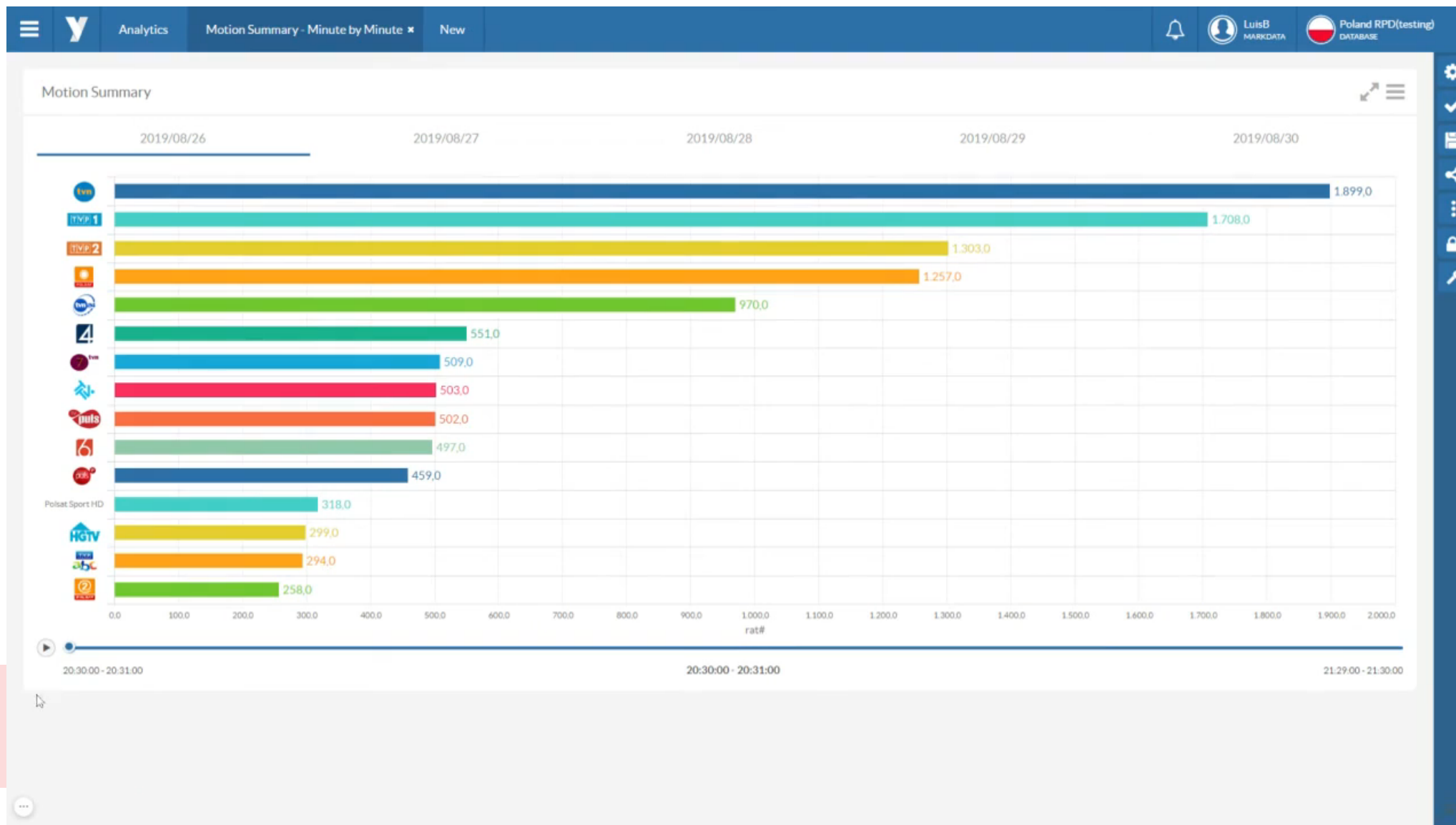
- ▶ Umowy z operatorem naziemnym Emitel oraz z Nadawcami i KRRIT
- ▶ Umowa KRRIT z UPC
- ▶ Umowy z organizacjami branżowymi:
 - ▶ KIKE – zawarta umowa na dostarczanie danych
 - ▶ Zawarte umowy z poszczególnymi operatorami (m.in. INEA, Korbank, Evio)
 - ▶ PIKE – rozmowy w toku
 - ▶ ZTK – rozmowy w toku
- ▶ Etapy działań:
 - ▶ Rekonesans techniczny
 - ▶ Uzgadnianie formatu plików i ich standaryzacja
 - ▶ Integracja baz danych i technologii

SYSTEM DO ANALIZY OGLĄDALNOŚCI

MARKDATA

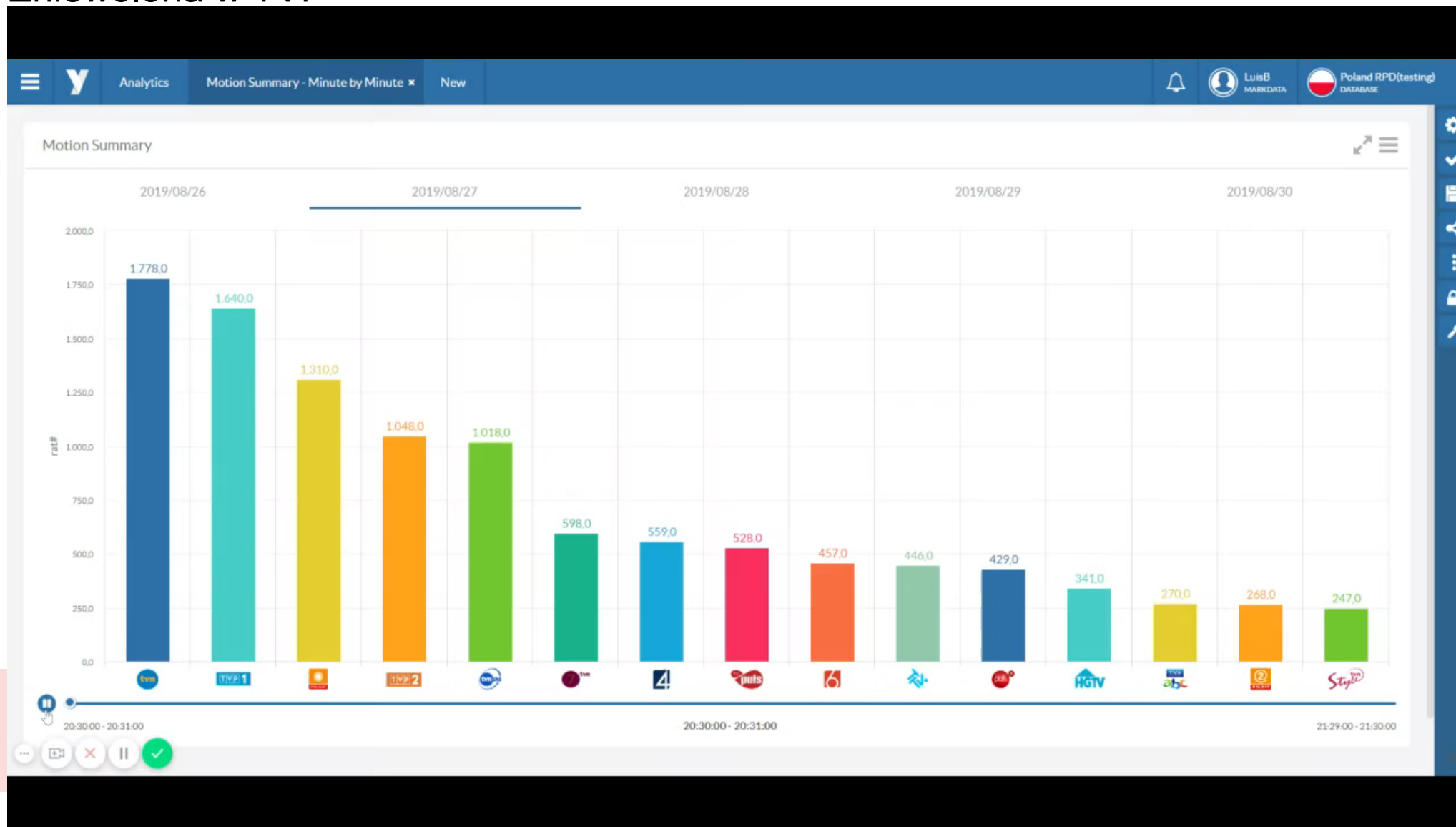
Przykładowe podsumowanie oglądalności w oparciu o włączone dekodery poszczególnych stacji TV (20:30 – 21:30, 26.08)

Zniewolona w TVP



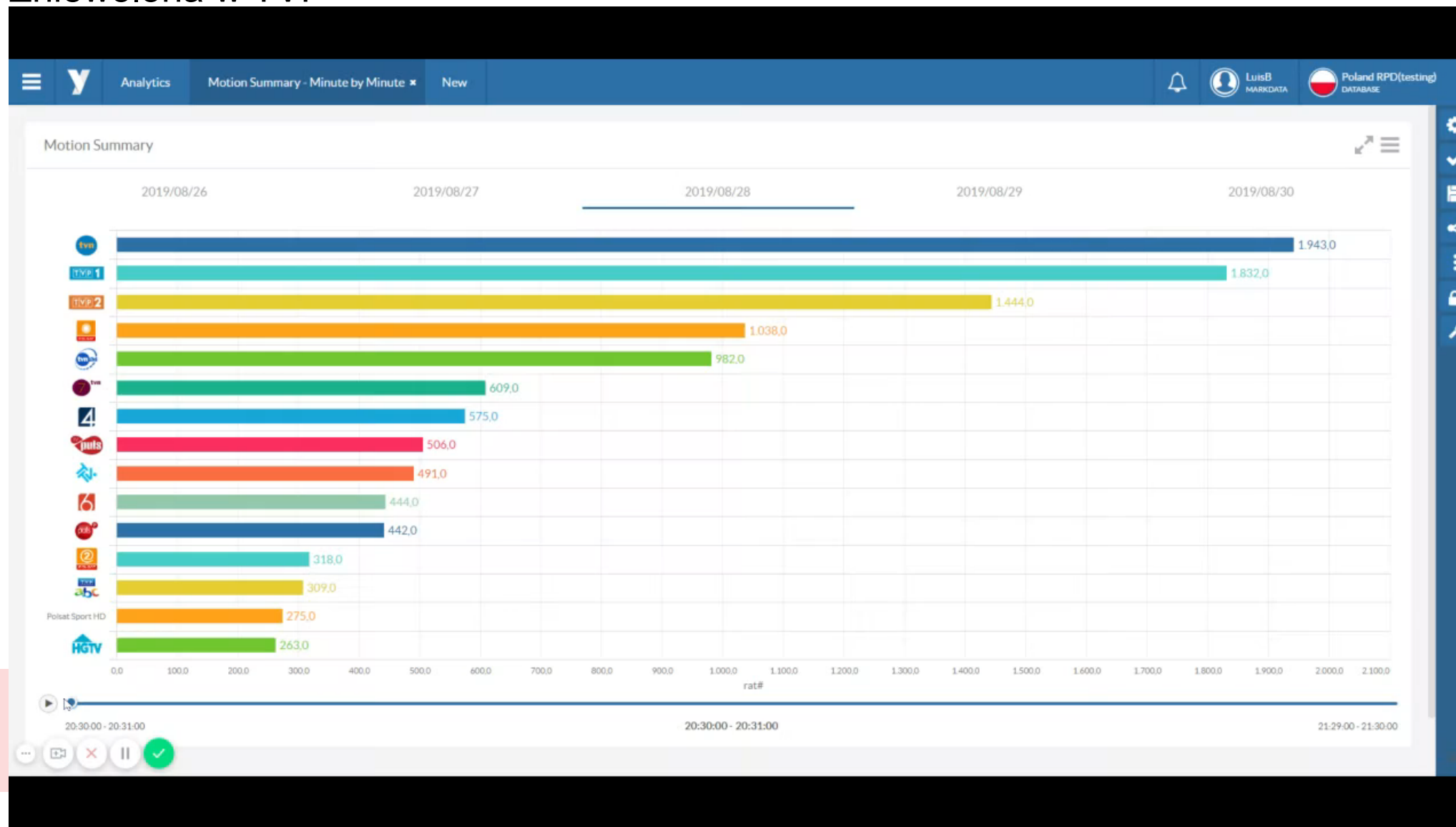
Przykładowe podsumowanie oglądalności w oparciu o włączone dekodery poszczególnych stacji TV (20:30 – 21:30, 27.08)

Zniewolona w TVP



Przykładowe podsumowanie oglądalności w oparciu o włączone dekodery poszczególnych stacji TV (20:30 – 21:30, 28.08)

Zniewolona w TVP



Przykładowe podsumowanie oglądalności w oparciu o włączone dekodery poszczególnych stacji TV (00:00 – 23:59, 31.08)

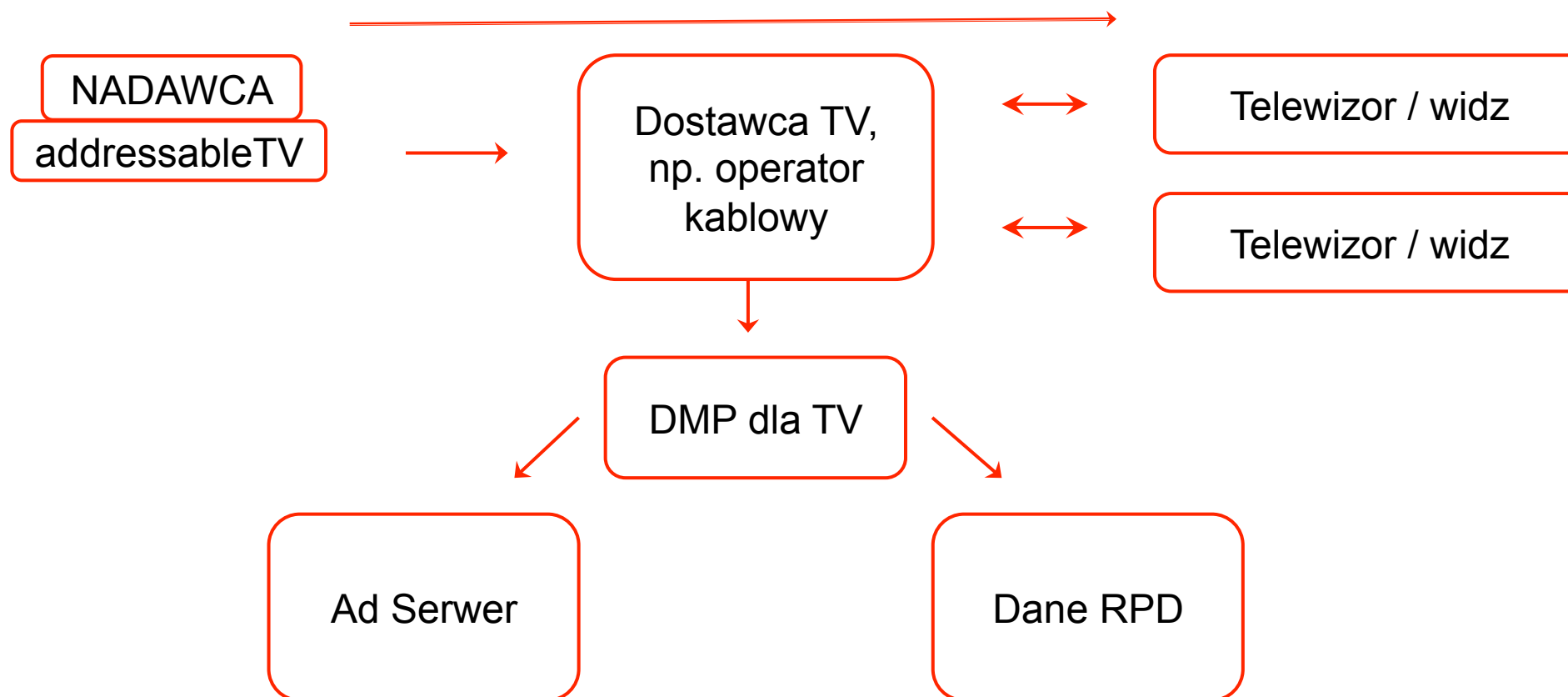


- ▶ DAI to dynamiczne serwowanie spotów reklamowych w linearnej telewizji, streamingu live bądź przy korzystaniu z serwisów VOD (podmieniania reklam w czasie rzeczywistym).
- ▶ Addressable TV oraz SSAI (Serwer-Side Ad Insertion)
- ▶ Do wprowadzenia DAI na rynek konieczne jest posiadanie odpowiednich danych – panel RPD, a w następnym kroku profilowanie

Technologia DAI - potencjał

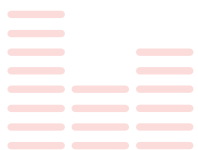
- ▶ Dane z rynku UK, addressable TV:
 - ▶ o 30% większe zaangażowanie w oglądany контент
 - ▶ o 50% zmniejszenie chęci do zmiany kanału TV
 - ▶ o 10% większa responsywność na serwowany контент reklamowy
 - ▶ napływ nowych klientów lokalnych do TV, dotychczas nieobecnych
 - ▶ możliwość wzrostu cen na reklamy TV

Technologia DAI – nowa organizacja rynku szanse i zagrożenia



Działania 2019-2021

Prace Badawczo -
Rozwojowe



Uruchomienie
Jednoźródłowego
Pomiaru



Rozbudowa Panelu
Telemetrycznego &
RPD



Budowa Prototypu
Pomiaru



FAZA 0

04'18 - 06'19

FAZA I

07'19 - 08 '19

FAZA I+

09'19 - 07'20

FAZA II

09'19 - 03'21

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA



ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA

ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELE**
POLSKA

TELEMETRIA
POLSKA

ETRIA
A

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**

 **TELEMETRIA**

 **TELEMETRIA**

 **TELEMETRIA**

Zapraszamy do dyskusji

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA

 **TELEMETRIA**
POLSKA



TELEMETRIA
POLSKA

DZIĘKUJEMY!

Wszystkie znaki towarowe, logotypy, nazwy handlowe, produktowe użyte w niniejszej prezentacji są własnością ich prawowitych właścicieli i zostały umieszczone w niej jedynie w celach informacyjnych.

Źródła materiałów graficznych: pixabay.com, Shutterstock, Icons8.com, Iconfinder.com, Flaticon.com