



Zpravodajské aplikace v mobilních zařízeních

Internet Advertising Conference

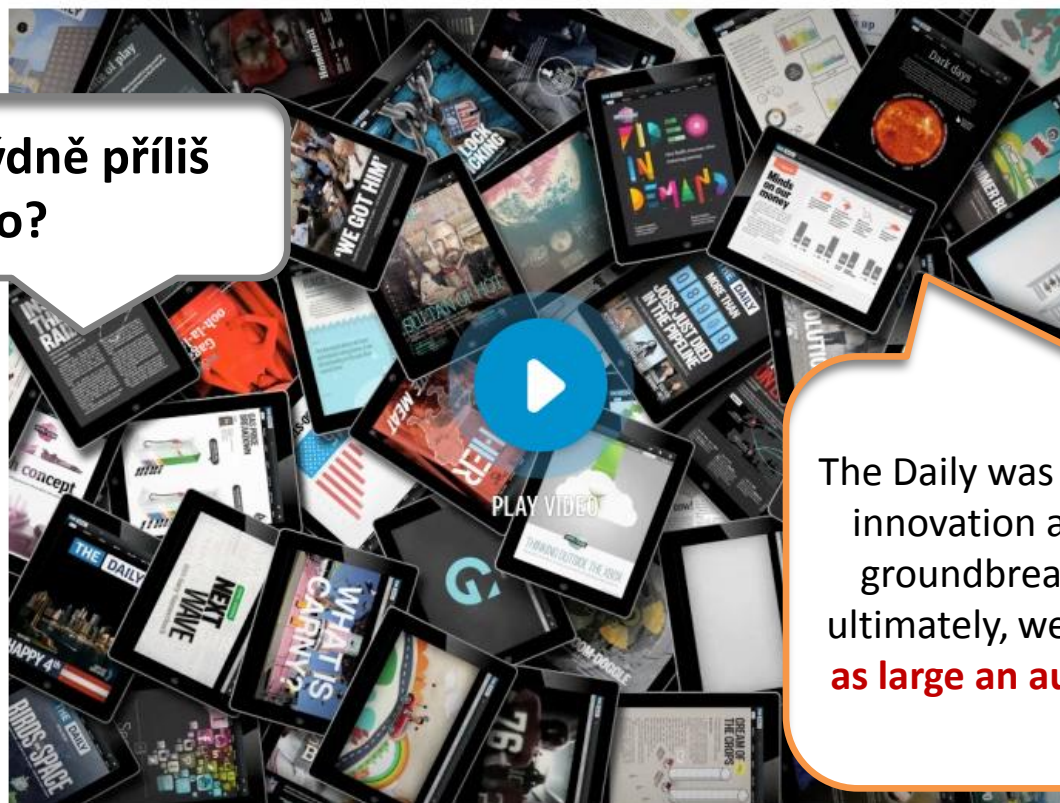
25. 4. 2013

Hana Friedleanderová – Senior Research Manager



THE DAILY

Je 99 centů týdně příliš mnoho?



The Daily was an incredible vehicle for innovation and we're proud of the groundbreaking work we did but, ultimately, we **were not able to grow as large an audience as we'd hoped.**

**THE DAILY HAS CEASED PUBLISHING ITS TABLET APP.
THANKS FOR VISITING!**

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

BOOM MEDIÁLNÍCH APLIKACÍ JE PRYČ...ŘÍKAJÍ MNOZÍ VYDAVATELÉ...

- Řada z nich přitom v uplynulých letech investovala do mediálních aplikací značné prostředky
- Mediální aplikace = nové cesty k uživateli – nové zdroje příjmů
- A co na to konzumenti?



JAK SE ZMĚNILA KONZUMACE ZPRAVODAJSTVÍ ?

ZVYKLI JSME SI, ŽE:

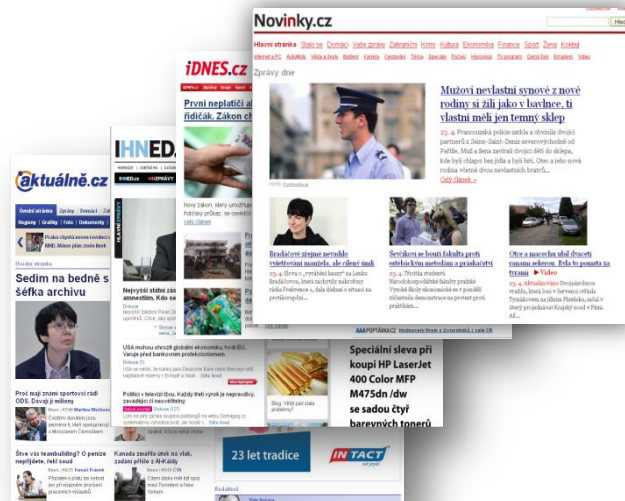


- Nejčerstvější zprávy najdeme na internetu...
- Zpravodajství lze konzumovat kdykoliv a kdekoliv...
- Zpravodajský obsah na internetu je zdarma...
- Internet + televize = nejdůležitější zdroje informací o tom, co se děje doma a v zahraničí...

DOVEDEME SI PŘEDSTAVIT, ŽE...

Noviny v tištěné podobě zcela přestanou vycházet...

57%



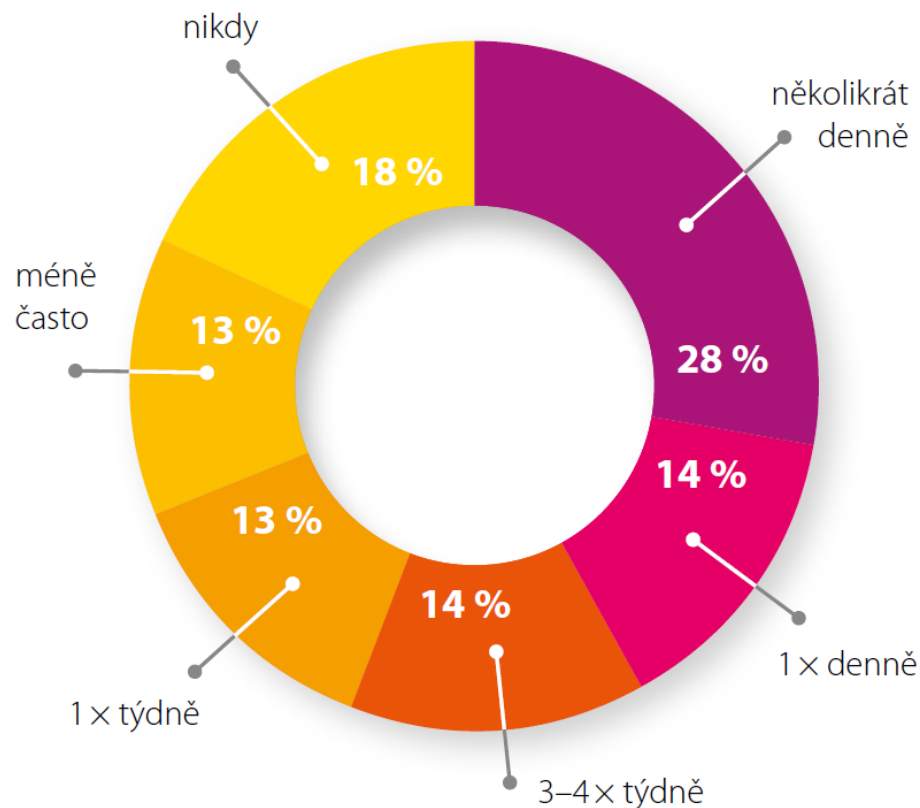
MOBILNÍ ZPRAVODAJSTVÍ A UŽIVATELÉ

Omezená skupina konzumentů

- Nevhodné zařízení – smartphone
- Preference pohodlí, komfortu



Zpravodajství v mobilu sleduji jen jako nouzové řešení nebo když o něco jde...

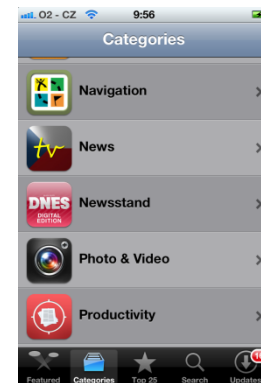


APLIKACE V MOBILNÍCH ZAŘÍZENÍCH



Stahování aplikací
sice roste

+36%



ale převažují aplikace ZDARMA

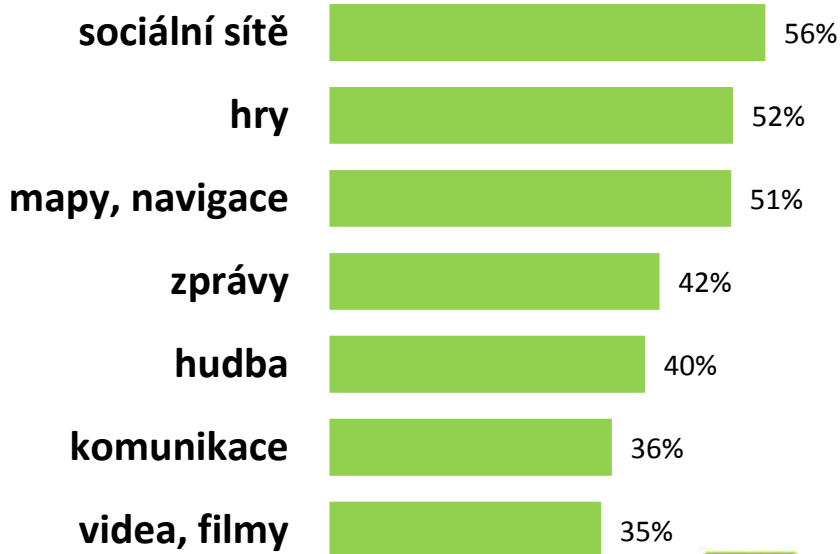
55% v loňském roce

utratilo za aplikace OKč!!!

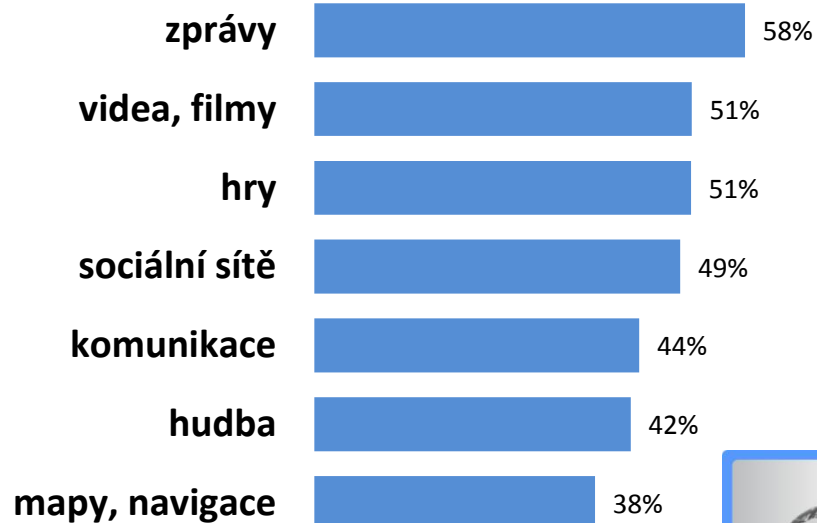
SMARTPHONE VS. TABLET

Které z těchto aplikací pravidelně využíváte alespoň jednou za týden?

Ti, kteří si v posledním roce stáhli aplikaci do smartphone nebo tabletu



N = 712



N = 128





VS



Co konzumujeme?



sociální sítě



navigace



hry

Kde?



doma



při čekání



v dopravním
prostředku

Co konzumujeme?



hry



zprávy



filmy a videa

Kde?



doma



při sledování
televize



OPTIMALIZACE OBSAHU I FORMY PODLE TYPU ZAŘÍZENÍ

VÍCE NEŽ POLOVINA UŽIVATELŮ TĚCHTO ZAŘÍZENÍ SI DOPOSUD NESTÁHLA ŽÁDNOU ZPRAVODAJSKOU APLIKACI.



Příčiny:

- Nevhodný telefon – zastaralá platforma
- Nezáměr – je to zbytečné – raději si sama hledám co mě zajímá
- Síla zvyku – spokojenost
- Nechuť k instalaci – zabírají místo v telefonu
- Nedůvěra



Aplikace nepoužívám, pouze surfuji. Jiný typ zpravodajství neočekávám

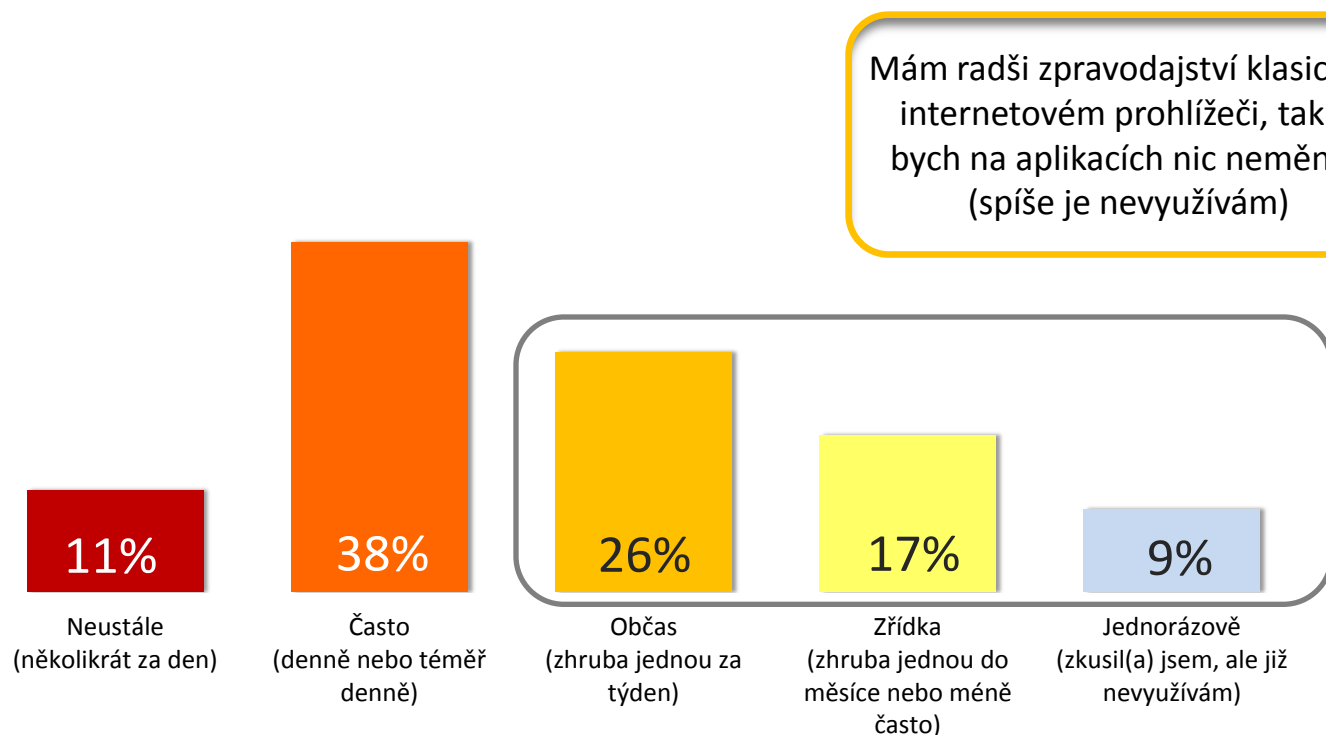


Na platformu Symbian bohužel všichni kašlou, takže není co stahovat.

Nerad instaluji a udržuji větší množství aplikací

STAŽENÍ JEŠTĚ NEZNAMENÁ AUTOMATICKY VYUŽÍVÁNÍ!

- Pouze polovina pravidelných konzumentů zpravodajství využívá zpravodajské aplikace denně
- Zhruba čtvrtina zpravodajské aplikace téměř nevyužívá



Mám radši zpravodajství klasicky v internetovém prohlížeči, takže bych na aplikacích nic neměnila (spíše je nevyužívám)

Jak často využíváte (nejvyužívanější) zpravodajské aplikace, které máte stažené?

Ti, kteří sledují zpravodajství alespoň 1x týdně na smartphonu nebo tabletu a tahli si alespoň 1 aplikaci

SURFOVÁNÍ NEBO APLIKACE? ČEMU DÁVAJÍ KONZUMENTI PŘEDNOST?



V surfování přímo na stránkách vidím volnost - podívám se, kdy chci a nemusím instalovat nic navíc (zbytečné).

Jsou docela pěkné, ale pro mě je pohodlnější surfovat po internetu.



77 %

preferuje přístup
ke zpravodajství přes
webové stránky

23 %

preferuje přístup
ke zpravodajství prostřednictvím
specializovaných aplikací

APLIKACE VS SURFOVÁNÍ

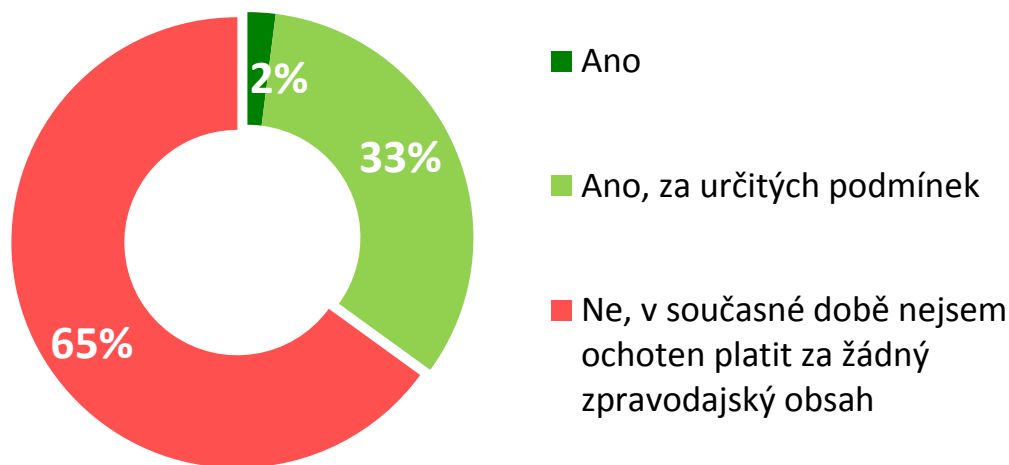
- Maximalně spokojen, maximálně líbí
- Aplikace jsou rychlejší
- Nemusí se vyhledávat na internetu
- Přehledné, roztríděné
- Delší zprávy – ne jen shrnutí
- Pohodlné



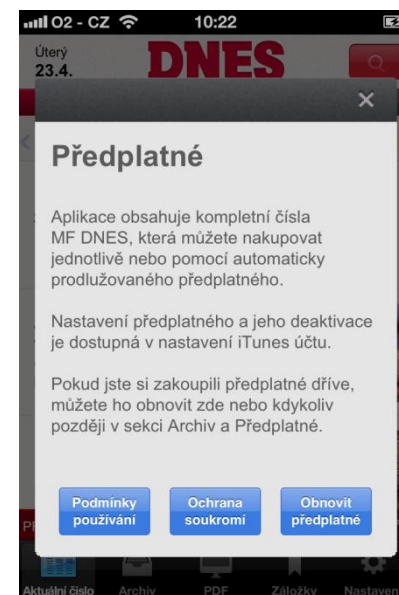
- Aplikace sami určují co mi nabídnou.
- Surfováním vybírám sám, mohu se různě přesouvat a ne využívat jen jeden zdroj
- Nabízejí méně možností než webové stránky
- Někdy nejdou načíst - padají
- Mám raději vzhled stránek
- Aplikace jsou nudnější
- Obsah je často placený

BUSINESS MODEL — JAK VYDĚLÁVAT NA MOBILNÍCH APLIKACÍCH

- Vydělávat na platbě za stažení, předplatném nebo zobrazováním reklamy?
- Na trhu existují různé varianty...
- Čeští internetoví uživatelé v tom mají jasno...zvykli si na to, že zpravodajství na internetu má být zadarmo...

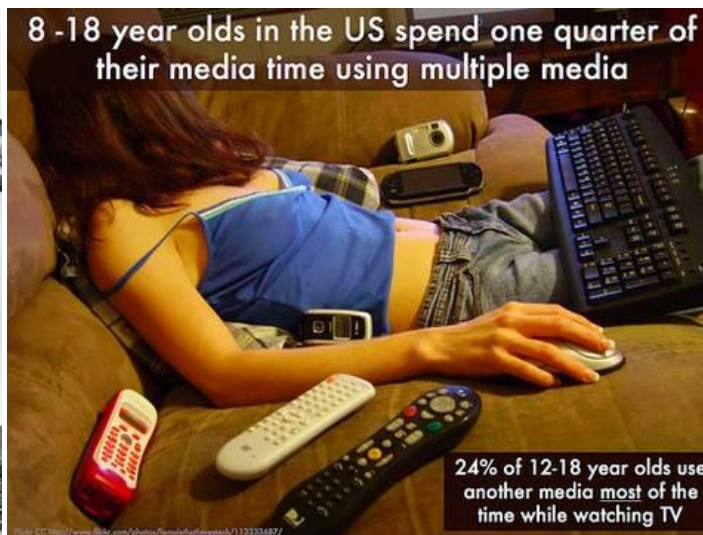


Dovedete si představit, že byste si za určitých okolností připlatil(a) za část zpravodajského obsahu na internetu?



CESTA DO HLUBIN UŽIVATELSKÉ DUŠE...

- Dnešní konzumenti jsou nejen saturováni – ale dokonce **přesyceni**...
- Nikdy v historii jsme neměli takový přístup k multimediálnímu obsahu všeho druhu a ZDARMA
- Nemáme na všechno tolik času
- Jsme nestálí - chceme to zkusit, to ještě ale neznamená, že to budeme využívat



MOBILNÍ APLIKACE – CO DÁL?

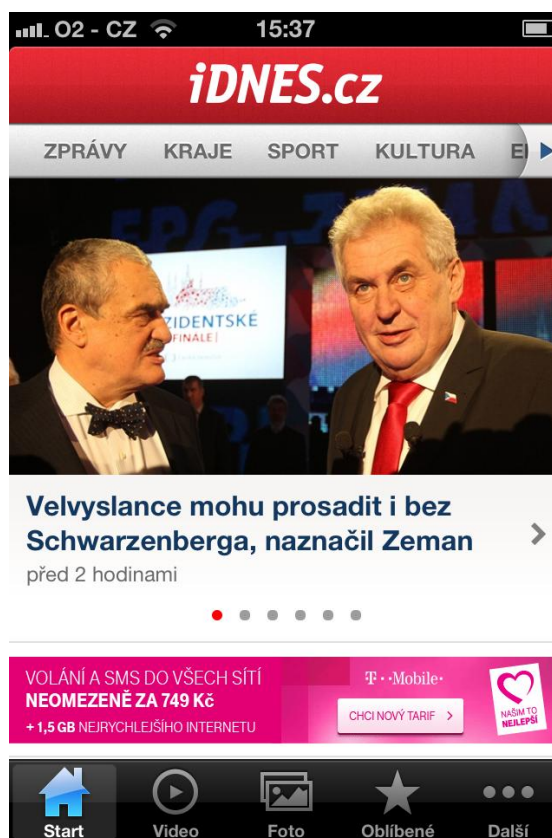
- Mobilní aplikace jsou náročné a jejich vývoj něco stojí...
- Zatím se nedaří oslovit dostatečný počet uživatelů
- Zatím se nedaří najít vhodný business model
- Pro zpravodajské weby zatím spíše slepá ulička
- Určitá cesta pro časopisy, ale zatím s nejasnými vyhlídkami a zisky
 - Po media s určitou jasně definovanou a vhodnou specifickou CS
 - Pro náročné konzumenti zpravodajství – př. Respekt
- Pro všechny – nejistá investice



MOBILNÍ WEBOVÉ STRÁNKY



MOBILNÍ APLIKACE



WEBOVÉ STRÁNKY POČÍTAČ



**Se zpravodajskými
aplikacemi jsem
spokojen, jen nejsem
spokojen s tím jaké
zprávy přinášejí**



DĚKUJEME ZA POZORNOST

za tým MEDIARESEARCH



Hana Friedlaenderová

Hana.Friedlaenderova@mediaresearch.cz

