

Telewizja i film w Internecie

Spis treści

Skrót:	3
Telewizja i film w Internecie	4
Substytut telewizji.....	4
Zmiana pokoleń, zmiana zwyczajów	4
Internet w telewizji	5
Nagrywanie przekazu telewizyjnego.....	5
Telewizja w Internecie.	6
Zaspokajane potrzeby	6
Walka o prawa autorskie	7
Ściąganie filmu lub oglądanie on-line	7
Nowy typ widza – serialowy maniak.....	7
Metodologia.....	9
Kategoryzacja telewizji w Internecie.....	10
Serwisy udostępniające filmy i seriale	11
Narzędzia do oglądania filmów	12

Najczęściej odwiedzane serwisy	13
Serwisy z obszaru filmu i telewizji.....	13
Serwisy internetowe z programami telewizyjnymi.....	14
Internetowe katalogi filmów.....	15
Serwisy internetowe stacji telewizyjnych.	16
Strony internetowe seryjnych produkcji telewizyjnych.....	23
Serwisy z filmami lub serialami on-line.....	28

Skrót:

Program telewizyjny Internauci sprawdzają najczęściej na stronach portalu **Wirtualna Polska**.

Najpopularniejsze katalogi filmowe to produkty dużych portali takich jak **Onet** czy **WP**.

Internauta, który spośród katalogów filmowych wybiera **filmweb.pl** spędza w nim najwięcej czasu i przegląda najwięcej stron.

tvn24.pl jest najczęściej odwiedzanym serwisem stacji telewizyjnej.

tvn.pl zanotował największy wzrost liczby użytkowników (300% w ciągu 2 lat).

Stacje telewizyjne dla dzieci skutecznie przyciągają widzów do Internetu.
disney.pl wyprzedził cartoonnetwork.pl. a w ciągu dwóch lat prawie zdublował liczbę odwiedzających.

nsport.pl wyprzedził eurosport.pl.

Młodzieżowe kanały wykorzystują zdecydowanie bardziej, niż pozostałe, portal Facebook. **MTV i VIVA** zdecydowanie tam dominują.

Z produkcji seryjnych na Facebook'u wygrywa wyraźnie program **Kuba Wojewódzki**.

dzieńdobry.tvn.pl – to najczęściej odwiedzany serwis produkcji seryjnej.

youtube.com jest najczęściej odwiedzanym serwisem z krótkimi filmikami.

vod.onet.pl i ekino.tv – wśród serwisów z filmami i serialami on-line odwiedza co miesiąc najwięcej osób.

Dr House jest najczęściej wyszukiwanym serialem w Google.

Telewizja i film w Internecie

Substytut telewizji

Jak donoszą media 700 tys. polskich rodzin nie posiada telewizora i liczba ta stale rośnie. Osoby rezygnujące z tego typu rozrywki są lepiej wykształcone od reszty społeczeństwa i często lepiej zarabiają. Ale wysokie dochody i wykształcenie nie są bezpośrednią przyczyną takiego stanu rzeczy. Przyczyną jest to, że Internet zastąpił telewizję oferując więcej i lepiej niż ona. Telewizja zaspokaja pewne potrzeby – informacyjne, edukacyjne, rozrywkowe. W Internecie można je zaspokoić szybciej nawiązując jednocześnie nowe kontakty np. na forum o serialu.

Zmiana pokoleń, zmiana zwyczajów

Nie każdy Internauta wykorzystuje sieć w takim samym zakresie. Jest wiele osób, szczególnie starszych, które korzystają tylko z poczty, czytają newsy na ogólnopolskich popularnych portalach i wykorzystują sieć sporadycznie do innych celów np. sprawdzenia rozkładu jazdy pociągów. Znam osobę, której jedyną aktywnością w Internecie jest gra on-line w brydża w konkretnym serwisie z grami – nie wiem, czy ta osoba potrafi korzystać z wyszukiwarki, ale z pewnością tego nie robi. Niektórzy po prostu nie chcą poznawać nowych funkcji lub nie czują potrzeby zmiany. Dzieci i młodzieży wychowanych w dobie Internetu to jednak nie dotyczy. Oglądanie filmów w Internecie jest dla nich naturalne i oczywiste. Internauta jest przyzwyczajony do tego, że każdą rzecz, każdą informację może mieć dwoma kliknięciami. Zmuszanie (tak jak robi to tradycyjna telewizja) do podporządkowania się rozkładowi (programowi tv) jest dla młodego człowieka coraz częściej cechą dyskwalifikującą. W Internecie można mieć film natychmiast, w wybranej jakości, bez reklam i bez opłat. Ciężko jest konkurować tradycyjnej telewizji na takich warunkach.

Internet w telewizji

W domu znajomych jeden komputer jest podłączony na stałe do telewizora i filmy lub transmisje meczów piłki nożnej oglądane są na ekranie telewizora on-line z Internetu. Nowe, zaawansowane technologicznie telewizory mają wbudowane tzw. widgety, które pozwalają na ekranie tv korzystać z serwisów z którymi producent podpisał umowy. Tego typu funkcjonalności można znaleźć w niektórych nowych modelach np. Samsunga i Panasonic. W tym przypadku można powiedzieć, że Internet wkroczył do telewizji, a bardziej precyzyjnie Internet wkroczył do telewizora. Jednak również w samej telewizji można znaleźć przejawy Internetu. Przykładem może być TVN24 i niedzielny cykl *Publiczna TV* lub program *Słownik polsko@polski* z Janem Miodkiem. W obu programach na żywo można zobaczyć widzów łączących się przez Skype'a.

O Internecie w telewizji możemy też mówić w sytuacji gdy amatorski film zamieszczony w Internecie po zdobyciu w nim popularności pokazywany jest w telewizji – najczęściej w programach rozrywkowych jako ciekawostka z Internetu.

Nagrywanie przekazu telewizyjnego

Należy również wspomnieć o możliwości nagrywania przekazu telewizyjnego. Kiedyś królowały nagrywarki video. Teraz u dostawcy kablówki lub telewizji satelitarnej można zamówić dekodery z funkcją VOD i cyfrową nagrywarką. Użytkownicy mogą wybierać z zestawu dostępnych filmów i programów lub nagrywać bieżące programy, na dysku dekodera, w celu odtworzenia ich w późniejszym dogodnym terminie. Ciekawym i tanim rozwiązaniem jest zakup tunera tv (wydatek około 100 zł), który pozwala na przechwytywanie sygnału z telewizora i zapisywanie go na dysku twardym komputera. Niektóre komputery mają wbudowane karty graficzne typu VIVO (video in, video out), które przechwytyują sygnał z telewizora bez potrzeby instalowania tunera tv. Oczywiście w każdym przypadku niezbędne jest posiadanie kabla do połączenia komputera z telewizorem.

VOD ma więcej cech z dawnych wypożyczalni video niż z sieci internetowej. Nagrywarka cyfrowa to również tylko substytut nagrywarki video. Inne są tylko nośniki pamięci. Jednak usługi te są istotne gdy rozpatrujemy odwrotną sytuację czyli telewizję w Internecie. Cyfryzacja nagrań (szczególnie możliwość nagrywania bezpośrednio na komputer) przyczyniła się do rozpowszechnienia publikacji filmów i programów w Internecie.

Telewizja w Internecie.

Internet jest dla telewizji sporym problemem. Telewizja płaci za wyprodukowanie lub zakup filmów i programów, zarabia natomiast na reklamach oglądanych w trakcie projekcji. Stacje telewizyjne muszą więc z jednej strony walczyć o reklamodawców, którzy w obliczu kryzysu obniżyli wydatki na reklamy masowe, z drugiej strony muszą zmierzyć się z odpływem części telewidzów do Internetu (a mniejsza oglądalność to mniejsze wpływy z reklam). Nic więc dziwnego, że telewizja próbuje swoich sił również w sieci.

Zaspokajane potrzeby

W Internecie rządzą jednak zupełnie inne prawa a pole manewru jest ograniczone. Serwisy internetowe w zależności od typu:

- Zastępują papierowy program tv (lub telegazetę);
- Pozwalają uzyskać więcej informacji o filmie aktorze;
- Pozwalają na wymianę opinii o filmach i aktorach;
- Przyciągają przed telewizory poprzez internetowe zapowiedzi, publikację ciekawostek z planu itp.;
- Umożliwiają darmową publikację i rozpowszechnienie materiałów filmowych (na czym korzystają głównie autorzy amatorskich filmów);
- Umożliwiają obejrzenie filmu lub serialu on-line w dowolnej porze;
- Umożliwiają obejrzenie filmu po uprzednim ściągnięciu go na dysk lokalny komputera.

Walka o prawa autorskie

Łatwość przechwytywania sygnału telewizji i istnienie serwisów udostępniających duże przestrzenie na swoich serwerach (t.j. Megaupload czy Wupload) sprawia, że każdy nowy odcinek serialu już po paru godzinach jest dostępny w Internecie. Można ścigać osoby, które zamieściły film w Internecie, ale jest to zajęcie żmudne i kosztowne. Osób pobierających film na dysk lub oglądających on-line ukarać nie można, ponieważ samo pobieranie jest legalne – nielegalne jest tylko udostępnianie. Wyjątkiem jest tu tylko korzystanie z sieci t.j. Torrent czy Emule, w których pobieranie pliku wiąże się z jego jednoczesnym udostępnianiem. Inne metody pozwalają na całkowicie legalne oglądanie – zarówno ściągając film na dysk jak i oglądając on-line.

Ściąganie filmu lub oglądanie on-line

Osoby, którym zależy na dobrej jakości obrazu korzystają głównie z serwisów pozwalających na ściągnięcie filmu na komputer. Istnieją wprawdzie serwisy, w których można oglądać filmy on-line w dobrej jakości, ale wybór filmów dostępnych w ten sposób jest ograniczony (trudno znaleźć nowości filmowe). Video on-line radzi sobie jednak coraz lepiej.

Nowy typ widza – serialowy maniak

Do wzrostu popularności serwisów typu Megavideo czy VideoBB przyczynia się m.in. nowy sposób oglądania seriali. Internauci oglądają całe serie, jeden odcinek po drugim, po kilka (lub w skrajnych przypadkach kilkanaście) godzin dziennie. Internauta ogląda pierwszy lub kilka pierwszych odcinków i w zależności od tego na ile serial go wciągnął porzuca go lub ogląda wszystkie dostępne serie a następnie aktualne odcinki. Oczywiście Internauta może porzucić serial w dowolnym momencie (nie każdy serial trzyma poziom od pierwszej do ostatniej serii). Taki model chłonięcia seriali dotyczy głównie produkcji amerykańskich. Internauta nie czeka na pojawienie się nowego odcinka w polskiej telewizji, skoro może go obejrzeć w dzień zagranicznej premiery. Dwa dni później obejrzy ten sam odcinek z polskimi napisami. Jakość obrazu przy takim podejściu zazwyczaj nie ma takiego znaczenia, nie ma też sensu przechowywanie na dysku obejrzanego odcinka. Jeśli serial był wyjątkowo dobry to po kilku miesiącach lub latach być może fan zobaczony go ponownie w telewizji.

Dla osób wykorzystujących Internet do oglądania filmów ważna jest możliwość wyboru. A kombinacji jest wiele. Można legalnie obejrzeć film on-line, w dobrej jakości ale płacąc drobną opłatę. Można oglądać legalnie i za darmo ale wykazując się większą cierpliwością przy ściąganiu lub akceptując niższą jakość. Można też oglądać on-line, w dobrej jakości ale akceptując reklamy – jak w iplex.pl.

Serwisy internetowe stacji telewizyjnych działają tylko na kilku polach. Często udostępniają informacje, zapowiedzi kolejnych odcinków, newsy, czasem oferują Internautom forum. Zdecydowanie zbyt rzadko udostępniają całe filmy lub odcinki produkcji seryjnych do obejrzenia on-line, i zbyt często (jeśli już udostępniają) każą sobie za to płacić.

W sferze seriali i produkcji seryjnych najlepszą strategię obrał TVN, który z jednej strony publikuje prawdopodobnie najwięcej darmowych odcinków swoich produkcji, a z drugiej strony szybko i skutecznie usuwa z Internetu materiały nielegalne. Mając dostęp do legalnego i pewnego źródła Internauci nie mają motywacji, żeby szukać tych materiałów w innych miejscach a osoby publikujące nie mają motywacji do zamieszczania tych materiałów, szczególnie w obliczu skutecznego zespołu prawników danej stacji tv.

Metodologia

Przedmiotem niniejszej analizy jest obecność telewizji w Internecie. Aby maksymalnie szeroko przedstawić temat pod uwagę wzięliśmy również kwestię filmu i serialu w Internecie.

W badaniu korzystaliśmy przede wszystkim z narzędzia Ad Planner. [Więcej informacji o narzędziu AdPlanner](#). Dodatkowo wykorzystaliśmy Google Trends, narzędzie propozycji słów kluczowych w Google AdWords, zaawansowane funkcje wyszukiwarki Google i wewnętrzną wyszukiwarkę w serwisie Facebook.

W pierwszym etapie badania zbudowano z wykorzystaniem narzędzia AdPlanner wstępną listę 1000 najczęściej odwiedzanych serwisów związanych z telewizją lub filmem. Następnie każdy serwis został sprawdzony (pod kątem badanych zagadnień) i skategoryzowany. Na podstawie najbardziej wyróżniających cech wyodrębnione zostały ogólne kategorie i w przypadku dwóch z nich dodatkowo kilka podkategorii. Następnie (z wykorzystaniem pozostałych narzędzi) listy zostały uzupełnione o popularne serwisy, których nie uwzględnił AdPlanner w pierwszym zestawieniu.

Dane zebrane zostały we wrześniu 2011 r. W przypadku serwisów stacji telewizyjnych włączyliśmy (i porównaliśmy ze sobą) również dane, które uzyskaliśmy we wrześniu 2009 r.

Serwisy posiadające liczbę unikalnych użytkowników mniejszą niż 10 tys. miesięcznie, nie zostały uwzględnione w badaniu (z małymi wyjątkami).

Kategoryzacja telewizji w Internecie

Wyodrębniliśmy kilka kategorii stron internetowych łączących się w jakiś sposób z telewizją lub filmem.

Kategorie te wzajemnie się przenikają. Niektóre serwisy mają wąski zakres funkcjonalności, inne można zaklasyfikować do kilku kategorii jednocześnie. Klikając na film w programie tv otworzymy stronę z katalogu filmów i odwrotnie: w serwisach „katalogowych” zazwyczaj znajdziemy również program tv. Stacje telewizyjne na stronach WWW publikują **program tv** (choć tylko z ich własnych kanałów), oraz posiadają **katalogi** z informacjami o swoich produkcjach.



Przejawem telewizji w Internecie są serwisy publikujące **newsy filmowe** (krótkie materiały filmowe). Tematyka i zakres newsów filmowych zależne są od specjalizacji serwisu. Serwisy tego typu prowadzone są zarówno przez stacje telewizyjne (np. **tvn24.pl**), gazety czy czasopisma (np. *gazeta.pl*, *se.pl*), ale też ogólnopolskie lub regionalne portale, działające tylko na polu Internetu.

Konkurencją trudną do pokonania na polu krótkich filmów pozostaje jednak **YouTube**, który jest największą bazą darmowych, amatorskich filmów, dokumentów, materiałów publicystycznych, wykładów itp.

Większość serwisów internetowych stacji telewizyjnych publikuje filmowe zapowiedzi programów, czasem udostępnia również możliwość oglądania całych produkcji on-line (niestety nie zawsze za darmo).

Znaczna część produkcji telewizyjnych – od programów publicystycznych, do seriali posiada własną stronę WWW. Można spotkać również takie strony, które tworzą sami fani serialu równoległe do oficjalnej strony producenta.

Dyskusje na temat produkcji odbywają się często poza oficjalną stroną produkcji, m.in. na forach w popularnych katalogach filmowych t.j. filmweb.

Serwisy internetowe udostępniające filmy i seriale to najciekawsza grupa, a jednocześnie najbardziej złożona.

Serwisy udostępniające filmy i seriale

Biorąc pod uwagę profesjonalizm twórców materiałów filmowych można wyróżnić:

- Filmy tworzone głównie przez amatorów z myślą o dystrybucji wyłącznie w Internecie za darmo. Aktualnie z grupy tej wyłaniają się osoby, które potrafią zarobić na tworzeniu filmów i publikowaniu ich w Internecie. Zarobki te wiążą się z dużą liczbą odwiedzających i opierają się na reklamach.
- Filmy tworzone przez profesjonalistów – produkcje kinowe i telewizyjne, które są nagrywane i publikowane w Internecie (nielegalnie przez Internautów lub legalnie przez właściciela produkcji).



Narzędzia do oglądania filmów

Rozwiązań technicznych pozwalających wykorzystać Internet do oglądania filmów jest jeszcze więcej.

Sieci typu **BitTorrent**, **Emule** - wybierają osoby, którym zależy na wysokiej jakości i braku opłat a jednocześnie akceptują zwiększone ryzyko. Ściąganie plików z tych sieci wiąże się z jednoczesnym udostępnianiem fragmentów lub całości filmów innym osobom.

Osoby, którym zależy na wysokiej jakości a jednocześnie preferują legalne ściąganie filmów korzystają z katalogów z linkami do filmów zamieszczonych na serwerach t.j. RapidShare, MegaUpload, Wupload czy Chomikuj. Firmy te swoje siedziby mają najczęściej w krajach o bardziej liberalnym prawie autorskim - **Megaupload** w Hong Kongu, **Rapidshare** w Szwajcarii, a polski **Chomikuj** na Cyprze.

Serwisy te oferują usługi bezpłatne, ale z ograniczeniami (trzeba czekać na rozpoczęcie ściągania, prędkość ściągania jest niska lub są ograniczenia w ilości megabajtów) lub płatne, ale bez ograniczeń. Opłaty wahają się od kilku zł. (w przypadku opłaty za ściągnięcie konkretnego filmu lub określonej liczby MB) do kilkudziesięciu zł. (w przypadku abonamentu). W przypadku rocznego abonamentu opłaty z reguły nie przekraczają kwoty 200 zł.

Coraz bardziej popularną opcją jest **oglądanie filmów on-line**. Rozwiązanie to wiąże się z szybkim dostępem do filmu (nie trzeba czekać na ściągnięcie całego filmu), jednak w większości przypadków trzeba się liczyć ze słabą jakością. Serwisy te korzystają głównie z serwerowni Megaupload, co w wersji darmowej wiąże się z ograniczeniem czasowym (po obejrzeniu kilkudziesięciu minut trzeba poczekać kolejne kilkadziesiąt minut by móc oglądać dalej). Wersja płatna oczywiście rozwiązuje ten problem. Istnieją również serwisy, które pośredniczą w zakupie usługi z Megaupload bez limitów czasowych. Najpopularniejsi pośrednicy to zero-limitu.pl (320 tys. użytkowników miesięcznie), filmownik.pl (150 tys.) i no-limit.pl (prawie 60 tys.).

Serwisy z filmami i serialami on-line, które oferują wysoką jakość filmu, pojawiły się w Polsce stosunkowo niedawno, ale dość szybko zdobywają rynek. Ich oferta niestety nadal jest mocno ograniczona - wybór filmów jest niewielki, trzeba się też liczyć z kilkoma reklamami przed filmem lub opłatą (jednorazową lub w formie abonamentu).

Najczęściej odwiedzane serwisy

Serwisy z obszaru filmu i telewizji				
Film i Telewizja w Internecie				
Lp.	Domena	Zasięg	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych w tys.	Miesięczna liczba odsłon w tys.
1.	youtube.com	61,20%	15000	1700000
2.	filmonet.pl	18,80%	4600	99000
3.	wp.tv	17,50%	4300	31000
4.	lejada.pl	15,50%	3800	67000
5.	tvn24.pl	14,30%	3500	67000
6.	film.wp.pl	13,10%	3200	46000
7.	filmweb.pl	12,70%	3100	190000
8.	aleseriale.pl	12,70%	3100	60000
9.	vod.onet.pl	11,80%	2900	23000
10.	ekino.tv	9,00%	2200	38000
11.	tv.wp.pl	8,60%	2100	28000
12.	redtube.com	8,20%	2000	50000
13.	tosiewytnie.pl	7,30%	1800	6800
14.	tvp.pl	6,50%	1600	15000
15.	onet.tv	5,30%	1300	6200
16.	film.interia.pl	4,90%	1200	8200
17.	zalukaj.pl	4,50%	1100	54000
18.	tvn.pl	4,10%	1000	5100

Najczęściej odwiedzany serwis związany z filmami lub telewizją (youtube.com) i drugi pod tym kątem portal (film.onet.pl) dzieli przepaść. Co miesiąc youtube.com odwiedza ponad 60% Internautów, natomiast onet'owy katalog z informacjami o filmach niecałe 20% (4,7 mln Internautów).

W Youtube Internauci szukają przede wszystkim uśmiechu. Linki do zabawnych filmików rozprzestrzeniają się w zastraszającym tempie. Youtube to oczywiście również kopalnia muzyki – w przypadku braku teledysku za obraz służy slideshow ze zdjęciami zespołu. Łatwy i legalny dostęp do utworów muzycznych przez Youtube przyczynił się do eksplozji nowego sposobu puszczania muzyki na tzw. *domówkach*: po jednym utworze, w zależności od tego jaki kawałek któremu imprezowiczowi się przypomni i kto przeforsuje swój wybór.

W pierwszej dziesiątce są aż trzy katalogi filmów (z newsami dotyczącymi filmów, zapowiedziami itp.): film.onet.pl, film.wp.pl oraz filmweb.pl. Trzecie i czwarte miejsce pod kątem oglądalności mają portale z newsami filmowymi (o tematyce filmów lub showbiznesu). Zarówno wp.tv jak i lejada.pl to serwisy większych graczy internetowych: Wirtualnej Polski i Onet'u.

Na Piątym miejscu plasuje się najczęściej odwiedzany serwis stacji telewizyjnej, a konkretnie kanału informacyjnego TVN.

Trzy ostatnie miejsca w pierwszej dziesiątce zajmują natomiast serwisy udostępniające filmy i seriale on-line. aleseriale.pl i ekino.tv udostępniają filmy za darmo, w przypadku vod.onet.pl część produkcji dostępna jest po opłaceniu abonamentu – 30 zł miesięcznie.

Serwisy internetowe z programami telewizyjnymi

Czołówka w serwisach internetowych z programem telewizyjnym pod kątem liczby użytkowników nie zmieniła się przynajmniej od roku. Podstawowe funkcjonalności takie jak wyszukiwarka kanałów/filmów, opisy filmów czy profil z zapisanym ustawieniem kanałów ma każdy z tych serwisów. Przy podobnej funkcjonalności użytkownicy wybierają serwis, do którego zdążyli się przyzwyczaić.

Serwis, z którego korzysta najwięcej Internautów (tv.wp.pl) posiada dodatkową funkcjonalność – sms'owe powiadomienia o zbliżającej się emisji programu. Osobiście wolalabym otrzymywać powiadomienia via e-mail lub poprzez dowolne oprogramowanie z kalendarzem. W przypadku tv.wp.pl, aby uzyskać powiadomienie o filmie, trzeba wysłać sms za 1,22 zł lub zeskanować kod telefonem.

Serwisy z programem telewizyjnym [wrzesień 2011]			
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych w tys.	Miesięczna liczba odsłon w tys.
1.	tv.wp.pl	2100	28000
2.	telemagazyn.pl	750	7500
3.	teleman.pl	520	6200
4.	tv.onet.pl	320	6100
5.	tv.pl	180	2000
6.	programtv.interia.pl	120	1800
7.	tv.gazeta.pl	84	820
8.	dzis.tv	78	390
9.	tv.dziennik.pl	47	130
10.	tv.o2.pl	29	212
11.	telewizja.info.pl	20	260
12.	programtv24.com	10	36

Internetowe katalogi filmów

Katalogi filmowe spełniają kilka różnych potrzeb.

Dostarczają wiedzy o filmach, serialach, aktorach, reżyserach itp. – informacje, zdjęcia, recenzje, oceny (najczęściej na skali 1 – 10). Pojawiają się też gadżety takie jak rekomendacje filmowe na podstawie wystawionych ocen innych filmów. Społeczność skupiona wokół takiego serwisu jest również istotna. Możliwość oceniania filmów, wystawiania recenzji i komentowania ich to klucz do sukcesu. Katalogi filmowe z dwóch pierwszych miejsc to produkty największych polskich portali – Onet’u i WP. Według liczby użytkowników filmweb.pl jest na trzecim miejscu, ale zarówno pod kątem liczby odsłon jak i średniego czasu spędzonego w serwisie plasuje się najwyżej.

Internetowe katalogi filmów, zapowiedzi filmowe					
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych	Zasięg	Miesięczna liczba odsłon	Średni czas spędzony w serwisie
1.	film.onet.pl	4.6M	19.7%	99M	03:40
2.	film.wp.pl	3.2M	13.6%	45M	04:00
3.	Filmweb.pl	3.1M	13.4%	190M	06:30
4.	film.interia.pl	1.2M	5.2%	8.2M	03:00
5.	stopklatka.pl	750K	3.2%	3.8M	04:00
6.	filmpolski.pl	350K	1.5%	3.1M	04:30
7.	fdb.pl	220K	0.9%	1.1M	00:53
8.	kinomaniak.pl	140K	0.6%	750K	04:00
9.	film.o2.pl	120K	0.5%	390K	03:40
10.	film.gazeta.pl	100K	0.4%	420K	03:00

Serwisy internetowe stacji telewizyjnych.

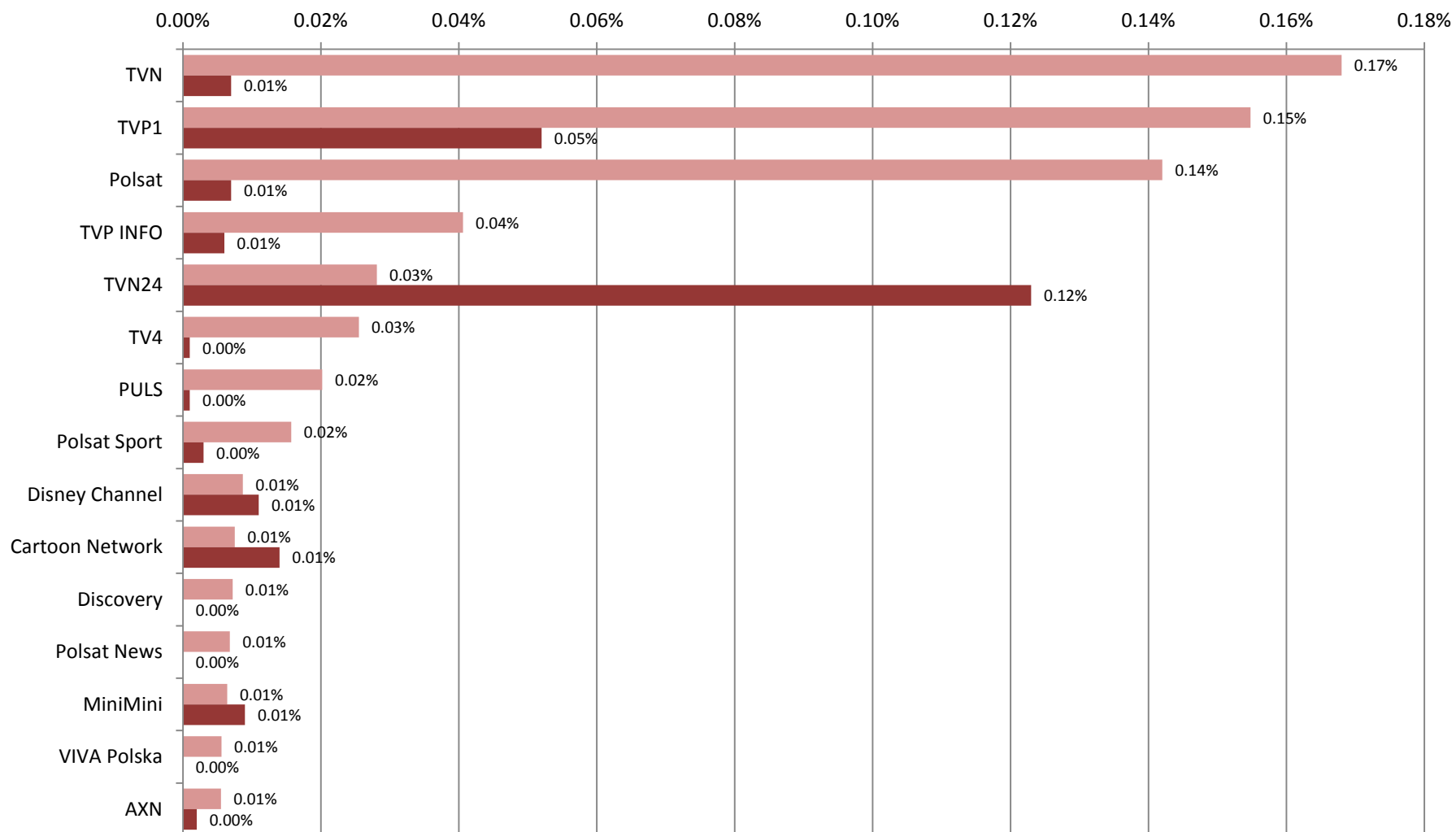
Serwisy internetowe kanałów telewizyjnych [wrzesień 2011]				
Lp	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych	Miesięczna liczba odsłon	Liczba fanów na Facebook'u
1.	tvn24.pl	2.6 M	55 M	135777
2.	tvp.pl	1.6 M	15 M	-
3.	tvn.pl	1 M	4.7 M	14785
4.	disne.pl	680 K	17 M	5047
5.	nspport.pl	620 K	4.2 M	-
6.	cartoonnetwork.pl	560 K	21 M	-
7.	tvnwarszawa.pl	460 K	4.5 M	17201
8.	minimini.pl	390 K	12 M	11807
9.	tvp.info	360 K	1.9 M	-
10.	eurosport.pl	350 K	12 M	-
11.	bbc.co.uk	320 K	6.8 M	-
12.	sport.tvp.pl	320 K	3.1 M	10460
13.	polsat.pl	320 K	1.9 M	-
14.	mtv.pl	200 K	4.2 M	198651
15.	viva-tv.pl	170 K	1.5 M	150717

Obecność w Internecie stacji telewizyjnych może wpływać na wzrost oglądalności tradycyjnego medium, ale jeśli wpływ taki się pojawia, to raczej w niewielkim stopniu. Działania w odwrotnym kierunku mogą być dużo bardziej skuteczne – na antenie tv można odpowiednio wyeksponować stronę internetową (co w największym stopniu wykorzystuje TVN24) albo zachęcać do jej odwiedzenia w celu zdobycia konkretnych informacji (np. przepisów kulinarnych czy regulaminu konkursu). Różnica pomiędzy zasięgiem telewizji i zasięgiem serwisu internetowego pokazuje prawdziwy stopień zaangażowania telewizji w nowe internetowe media.

Niekwestionowanymi liderami na tym polu są: stacja informacyjna (TVN24) oraz 3 kanały dla dzieci (Cartoon Network, Disney Channel i Mini Mini).

Trzeba brać pod uwagę to, że serwis tvp.pl obejmuje wszystkie kanały Telewizji Polskiej. Nie mają one oddzielnych domen.

Zasięg kanałów TV i ich serwisów internetowych



■ Udział kanału tv w widowni telewizyjnej

■ Zasięg serwisu Internetowego (Procent Internautów, którzy odwiedzili serwis przynajmniej raz w miesiącu)

Serwisy internetowe kanałów telewizyjnych [wrzesień 2011]			
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych strony WWW w tys.	Liczba fanów na Facebook'u w tys.
1.	mtv.pl	200	198,7
2.	viva-tv.pl	170	150,7
3.	tvn24.pl	2600	135,8
4.	4fun.tv	22	125,4
5.	discovery.com	25	65,8
6.	comedycentral.pl	22	44,9
7.	eska.tv	64	24,7
8.	tvnstyle.pl	93	22,5
9.	tvnturbo.pl	35	18,3
10.	alekino.pl	47	17,2
11.	tvnwarszawa.pl	460	17,2
12.	tvn.pl	1000	14,8
13.	minimini.pl	390	11,8
14.	hbo.pl	150	11,8
15.	sport.tvp.pl	320	10,5
16.	kuchnia.tv	150	10,0
17.	national-geographic.pl	160	6,4
18.	disney.pl	680	5,0
19.	axn.pl	57	5,0
20.	tlcpolska.pl	25	3,5
21.	kinopolska.pl	32	3,4
22.	tv-trwam.pl	64	0,2

Biorąc pod uwagę strony stacji telewizyjnych na Facebook'u najwięcej fanów mają stacje muzyczne (MTV i VIVA) oraz informacyjna TVN24.

Stacje telewizyjne kierujące swoją ofertę do dzieci skupiają się na przyciągnięciu ich na swoją stronę WWW. W przypadku kanałów młodzieżowych liczba wizyt na stronie równa jest mniej więcej liczbie fanów na Facebook'u.

W niektórych przypadkach liczba fanów na Facebook'u przewyższa nawet kilkakrotnie miesięczną liczbę osób odwiedzających firmową stronę. Tak jest w przypadku 4fun TV, Discovery i Comedy Central.

Oczywiście nie wszystkie kanały mają zarówno własne strony internetowe jak i strony na Facebook'u. Są stacje, które nie mają żadnej internetowej reprezentacji lub obecne są jedynie jako jedna z kilku stacji na stronie konkretnego producenta.

Serwisy internetowe kanałów telewizyjnych informacyjnych

Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych			Miesięczna liczba odsłon		Miesięczna liczba wizyt	
		2009 r.	2011 r.	Zmiana (2011-2009)/2009	2009 r.	2011 r.	2009 r.	2011 r.
1.	tvn24.pl	3.5 M	2.6 M	-26%	67 M	55 M	18 M	16 M
2.	tvp.info	180 K	360 K	100%	1.6 M	1.9 M	370 K	650 K
3.	tvnwarszawa.pl	470 K	460 K	-2%	4.1 M	4.5 M	1.1 M	1.8 M
4.	bbc.co.uk	470 K	320 K	-32%	9.9 M	6.8 M	1.6 M	950 K
5.	tvsp.pl	bd	140 K	bd	bd	900 K	bd	260 K
6.	cnn.com	220 K	93 K	-58%	2.2 M	570 K	670 K	220 K
7.	tvncnbc.pl	32 K	53 K	66%	150 K	520 K	100 K	190 K
8.	tvpolsat.info	14 K	22 K	57%	70 K	170 K	28 K	79 K
9.	tvbiznes.pl	8,6 K	bd	bd	52 K	bd	18 K	bd

TVN24.pl to zdecydowany lider wśród serwisów wszystkich stacji telewizyjnych. Deklasuje też wszystkie pozostałe serwisy stacji informacyjnych.

Należy jednak zauważyć różnicę pomiędzy liczbą użytkowników 2 lata temu i aktualnie. Serwis tvn24.pl zanotował spadek liczby odwiedzających o 26 procent.

Serwisy internetowe kanałów telewizyjnych dla dzieci

Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych			Miesięczna liczba odsłon		Miesięczna liczba wizyt	
		2009 r.	2011 r.	Zmiana (2011-2009)/2009	2009 r.	2011 r.	2009 r.	2011 r.
1.	disney.pl	350 K	680 K	94%	6.7 M	17 M	700 K	1.3 M
2.	cartoonnetwork.pl	430 K	560 K	30%	9.8 M	21 M	860 K	1.7 M
3.	minimini.pl	240 K	390 K	63%	9 M	12 M	590 K	850 K
4.	nick.com.pl	bd	260 K	bd	bd	6.7 M	bd	670 K
5.	boomerang-tv.pl	bd	170 K	bd	bd	3.8 M	bd	300 K
6.	jetix.pl	150 K	150 K	0%	1.8 M	510 K	260 K	200 K
7.	zigzap.tv	53 K	39 K	-26%	470 K	420 K	83 K	72 K
8.	jimjam.tv	bd	27 K	bd	bd	470 K	bd	34 K

O 66% wzrosła natomiast liczba użytkowników serwisu pokrewnej stacji, czyli tvncnbc.pl. Jeszcze wyższy wzrost zanotował serwis tvp.info.

Trzy najbardziej popularne kanały dla dzieci toczą regularną walkę o użytkowników. Liczba odwiedzających w każdym przypadku wzrosła w ciągu ostatnich dwóch lat (od 30 do 94 procent).

Do kanałów rozrywkowych zaliczyliśmy stacje o szerokim zakresie typów serwowanych treści – ogólne takie jak Polsat czy TVN, przyrodnicze, filmowe i inne tematyczne. Serwis tvp.pl wśród stacji rozrywkowych znalazł się na pierwszym miejscu, ale i tu należy pamiętać, że serwis ten obejmuje wszystkie kanały Telewizji Polskiej. Podobnie jest w przypadku HBO i Canal+.

Serwisy popularnych ogólnopolskich kanałów tvp.pl i tvn.pl odwiedziło 1,6 mln i odpowiednio 1 mln użytkowników. W ciągu dwóch lat liczba użytkowników tvn.pl wzrosła o ponad 350%! Jest to prawdopodobnie związane z przeniesieniem filmów dostępnych on-line z domen Onet'u na domeny TVN'u. Operacja zmiany miejsca publikacji filmów prawdopodobnie zaplanowana została pod kątem sprzedaży TVN'u. Duży wzrost liczby użytkowników zanotowały również serwisy kanałów dla kobiet - tvnstyle.pl oraz kuchnia.tv

Serwisy internetowe kanałów telewizyjnych rozrywkowych tab. 1								
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych			Miesięczna liczba odsłon		Miesięczna liczba wizyt	
		2009 r.	2011 r.	Zmiana (2011-2009)/2009	2009 r.	2011 r.	2009 r.	2011 r.
1.	tvp.pl	1.6 M	1.6 M	0%	18 M	15 M	3.1 M	3.2 M
2.	tvn.pl	220 K	1 M	355%	1 M	4.7 M	360 K	1.6 M
3.	polsat.pl	220 K	320 K	45%	1.1 M	1.9 M	330 K	480 K
4.	mtv.pl	150 K	200 K	33%	680 K	4.2 M	190 K	480 K
5.	viva-tv.pl	bd	170 K	bd	bd	1.5 M	bd	230 K
6.	national-geographic.pl	bd	160 K	bd	bd	1.9 M	bd	220 K
7.	hbo.pl	110 K	150 K	36%	470 K	620 K	150 K	210 K
8.	kuchnia.tv	92 K	150 K	63%	1.6 M	1.2 M	150 K	210 K
9.	canalplus.pl	85 K	120 K	41%	900 K	820 K	190 K	240 K
10.	tvnstyle.pl	43 K	93 K	116%	240 K	470 K	64 K	140 K
11.	eska.tv	bd	64 K	bd	bd	510 K	bd	89 K
12.	tv-trwam.pl	35	64 K	83%	240 K	560 K	69 K	180 K
13.	axn.pl	70 K	57 K	-19%	570 K	470 K	120 K	110 K
14.	alekino.pl	27 K	47 K	74%	180 K	290 K	43 K	80 K
15.	tvnturbo.pl	36 K	35 K	-3%	150 K	150 K	39 K	48 K

W przypadku dużej części serwisów, brakuje danych z roku 2009. Brak takiej informacji oznacza, że w 2009 r. serwis ten jeszcze nie istniał, lub liczba użytkowników w tamtym okresie była niższa niż 10 tys. miesięcznie. Oznacza to, że coraz więcej stacji telewizyjnych przykłada wagę do swojej strony WWW.

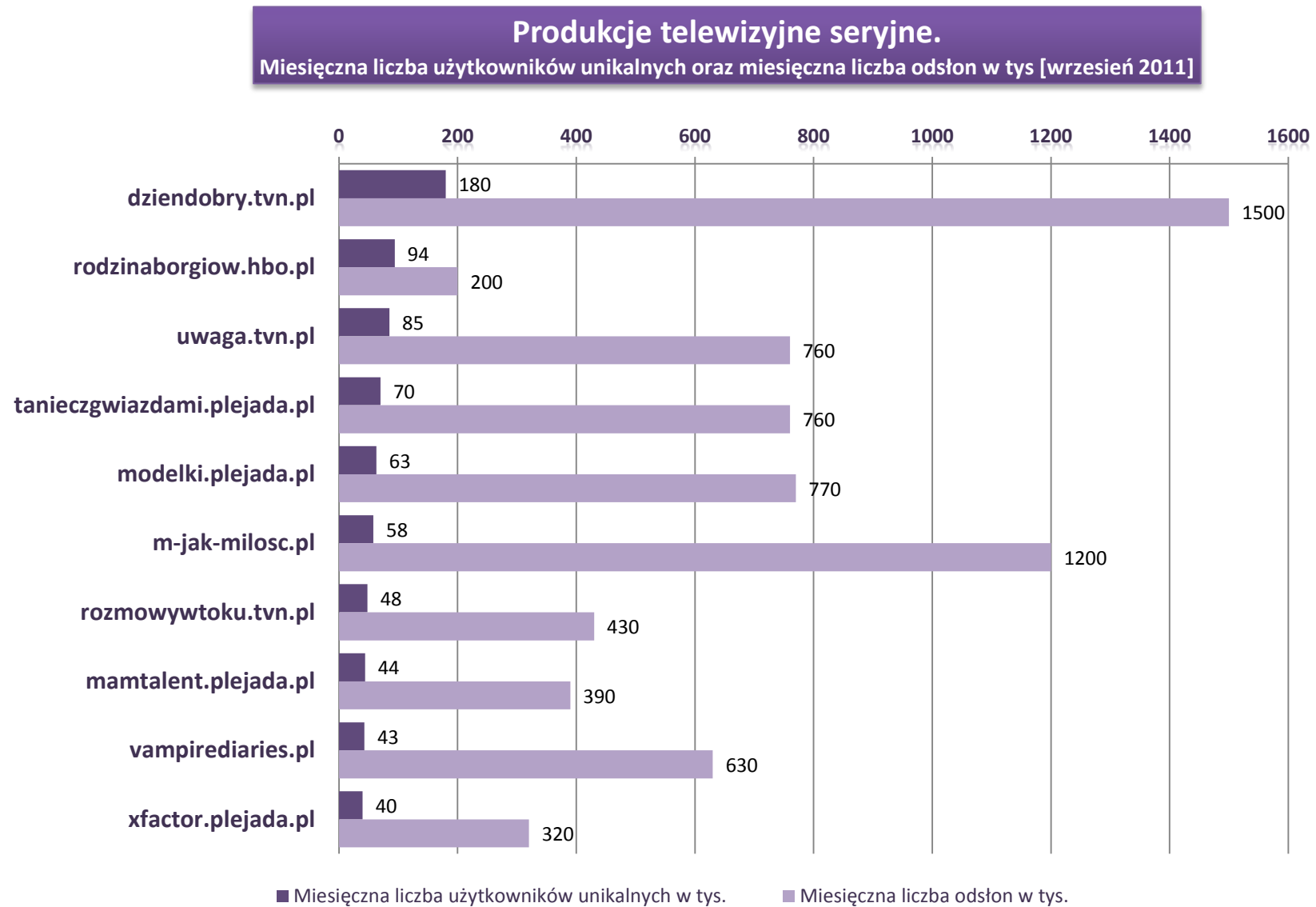
Serwisy internetowe kanałów telewizyjnych rozrywkowych tab. 2								
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych			Miesięczna liczba odsłon		Miesięczna liczba wizyt	
		2009 r.	2011 r.	Zmiana (2011-2009)/2009	2009 r.	2011 r.	2009 r.	2011 r.
16.	kinopolska.pl	bd	32 K	bd	bd	290 K	bd	64 K
17.	discovery.com	bd	25 K	bd	bd	100 K	bd	29 K
18.	tlcpolska.pl	bd	25 K	bd	bd	77 K	bd	33 K
19.	comedycentral.pl	bd	22 K	bd	bd	120 K	bd	35 K
20.	4fun.tv	bd	22 K	bd	bd	120 K	bd	26 K
21.	religia.tv	bd	20 K	bd	bd	100 K	bd	30 K
22.	tv4.pl	39 K	18 K	-54%	170 K	71 K	50 K	22 K
23.	pulstv.pl	18 K	15 K	-17%	85 K	77 K	23 K	23 K
24.	domo.pl	bd	15 K	bd	bd	150 K	bd	27 K
25.	tele5.pl	11 K	14 K	27%	62 K	100 K	15 K	31 K
26.	planete.pl	10 K	14 K	40%	76 K	120 K	17 K	31 K
27.	natgeotv.com	bd	14 K	bd	bd	48 K	bd	16 K
28.	weddingtv.pl	bd	12 K	bd	bd	43 K	bd	15 K
29.	polsatcafe.pl	bd	11 K	bd	bd	30 K	bd	12 K

Bardzo dobrze radzą sobie w sieci telewizje sportowe, nsport.pl w ciągu dwóch lat wyszedł na czołówkę. Ponad 650 tysięcy Internautów miesięcznie odwiedza ten serwis.

Drugi z kolei eurosport.pl zwiększył liczbę odwiedzin o 21% (do 350 tys. osób miesięcznie). Serwis ten ma jednak znacznie większą liczbę odsłon oraz samych wizyt. Mniej Internautów korzysta z serwisu Eurosportu, ale robią to częściej i odwiedzają więcej stron.

Serwisy internetowe sportowych kanałów telewizyjnych								
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych			Miesięczna liczba odsłon		Miesięczna liczba wizyt	
		2009 r.	2011 r.	Zmiana (2011-2009)/2009	2009 r.	2011 r.	2009 r.	2011 r.
1.	nsport.pl	bd	620 K	bd	bd	4.2 M	bd	960 K
2.	eurosport.pl	290 K	350 K	21%	8.2 M	12 M	1.2 M	1.9 M
3.	sport.tvp.pl	bd	320 K	bd	bd	3.1 M	bd	730 K
4.	polsatsport.pl	91 K	94 K	3%	750 K	620 K	190 K	160 K
5.	espn.go.com	bd	30 K	bd	bd	330 K	bd	72 K

Strony internetowe seryjnych produkcji telewizyjnych



Produkcje telewizyjne seryjne [wrzesień 2011; tab. 1]

Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych w tys.	Miesięczna liczba odsłon w tys.
1.	dziendobry.tvn.pl	180	1500
2.	rodzinaborgiow.hbo.pl	94	200
3.	uwaga.tvn.pl	85	760
4.	tanieczgwiazdami.plejada.pl	70	760
5.	modelki.plejada.pl	63	770
6.	m-jak-milosc.pl	58	1200
7.	rozmowywtoku.tvn.pl	48	430
8.	mamtalent.plejada.pl	44	390
9.	vampirediaries.pl	43	630
10.	xfactor.plejada.pl	40	320
11.	kuba.plejada.pl	39	430
12.	pierwszamilosc.polsat.pl	36	290
13.	icarly.mtvnetworks.pl	33	390
14.	majawogrodzie.tvn.pl	30	220
15.	tvnfakty.pl	27	120
16.	youcandance.plejada.pl	27	270
17.	nawspolnej.plejada.pl	27	320
18.	przepisnazycie.plejada.pl	24	220
19.	kuchennerewolucje.tvn.pl	22	140
20.	ewagotuje.polsat.pl	22	200

Wśród serwisów produkcji seryjnych dominuje TVN. Znaczna część ich programów publicystycznych, rozrywkowych czy seriali ma własne serwisy internetowe (i strony na Facebook'u).

Najczęściej odwiedzanym serwisem jest dziendobry.tvn.pl

Wyjątkowo wysoko uplasował się serwis serialu HBO pt.: *Rodzina Borgiów*. Jest to jeden z niewielu zagranicznych seriali. W serialowej czołówce znalazł się też cykl *Pamiętniki Wampirów* kierowany do młodszej widowni. Z polskich seriali najwięcej odwiedzin ma serwis *M Jak Miłość* i *Pierwsza Miłość*.

Serwisy popularnych programów rozrywkowych również cieszą się wysoką liczbą odwiedzin. Po kilkadziesiąt tys. Internautów miesięcznie odwiedza serwisy *Tańca z Gwiazdami*, *Top Model*, *Mam Talent*, *X Faktor* i *Kuby Wojewódzkiego*.

Produkcje telewizyjne seryjne [wrzesień 2011; tab. 2]			
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych w tys.	Miesięczna liczba odśton w tys.
21.	brzydula.plejada.pl	22	360
22.	barwyszczescia.pl	22	290
23.	pws.plejada.pl	20	94
25.	szymon.plejada.pl	17	110
26.	milionwminute.tvn.pl	15	44
27.	m-jak-milosc.blog.pl	15	30
28.	true-blood.com.pl	15	100
29.	brzydula.tvshow.com.pl	15	70
30.	plotkara.info	15	77
31.	shippuuden.org.pl	15	36
32.	topgear.net.pl	14	180
33.	nadobre.pl	14	510
34.	serialprostowserce.pl	14	70
35.	doktorhouse.pl	14	120
36.	bakugan.wikia.com	13	270
37.	graotron.hbo.pl	11	48
38.	southparkstudios.com	10	100
39.	housemd.info.pl	10	36
40.	ustausta.plejada.pl	9,5	40

Stosunkowo nisko w zestawieniu znalazł się *Szymon Majewski Show*. Spośród TVN'oskich przebojów najstąbiej przyciąga widzów do swojego serwisu internetowego. Większa część strumienia widzów wędruje w tym przypadku bezpośrednio na stronę na Facebook'u.

Sądząc po zestawieniu seriali i ich grupie docelowej, to kobiety częściej decydują się na odwiedzinę strony ulubionego serialu.

Serwis popularnego polskiego serialu medycznego nadobre.pl wyróżnia się bardzo dużą ilością odśton w stosunku do liczby użytkowników. Fani serialu spędzają na stronie również więcej czasu od fanów podobnych produkcji.

Produkcje telewizyjne seryjne według liczby fanów na Facebook'u

Lp.	Tytuł programu	Miesięczna liczba użytkowników strony WWW w tys.	Liczba fanów na Facebooku w tys.
1.	Kuba Wojewódzki	39	684,8
2.	Usta Usta	9,5	181
3.	Przepis Na Życie	24	121
4.	Top Model	63	112,3
5.	Mam Talent	44	98,9
6.	Klub Szalonych Dziewic	bd	84,3
7.	Prosto W Serce	20	63,5
9.	Majka	bd	59,5
10.	Szymon Majewski Show	17	59,4
11.	X Factor	40	58,4
12.	Top Gear	14	22,9
13.	Rozmowy W Toku	48	22,6
14.	Gra O Tron	11	19,3
15.	Uwaga (tvn)	85	18,8
16.	Dzień Dobry (tvn)	180	17,2
17.	Czysta Krew	15	16,6
18.	Taniec Z Gwiazdami	70	9,4
19.	M Jak Miłość	58	9,2
20.	Kuchenne Rewolucje	22	5,9
21.	Barwy Szczęścia	22	5,5

Najwięcej fanów na Facebook'u (prawie 700 tys.) ma program *Kuba Wojewódzki*.

Na kolejnych miejscach plasują się seriale *Usta Usta* i *Przepis na Życie*. Pierwszą piątkę zamykają natomiast programy rozrywkowe *Top Model* i *Mam Talent*.

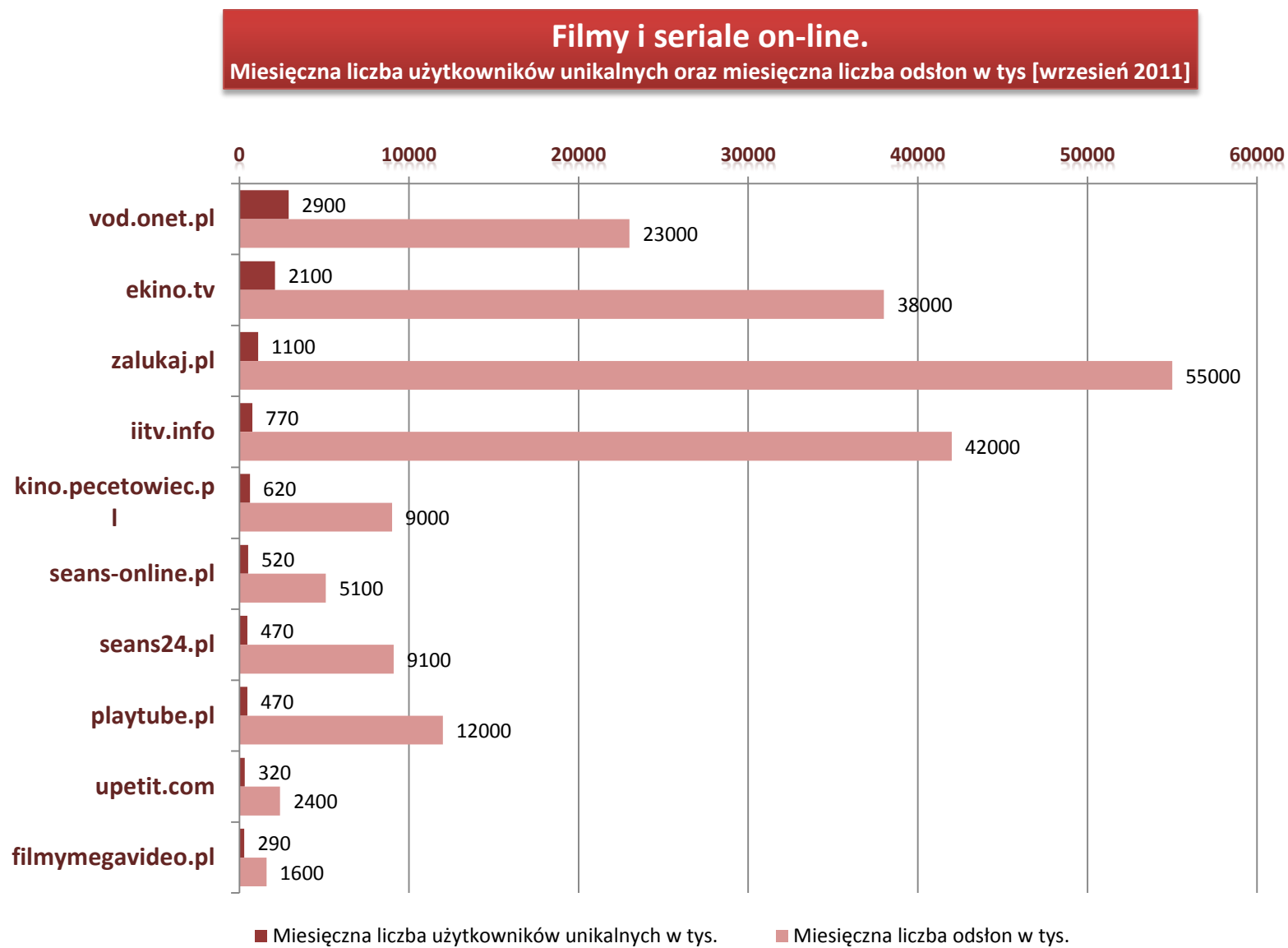
Produkcje TVN'u zdecydowanie dominują w nowych mediach.

Powyższe rankingi pokazują jak producenci serialowi działają w Internecie. Popularność samych seriali wśród Internautów lepiej oddaje liczba wyszukiwań tytułu serialu w wyszukiwarce Google. We wrześniu zdecydowanie dominował pod tym kątem *Dr House*.

Częściej pojawiają się też telenowele z Ameryki Południowej. Na czwartym miejscu możemy znaleźć *Morze Miłości*, w pierwszej dwudziestce jest też telenowela *Osaczona*.

Ranking produkcji seryjnych we wrześniu 2011 r. według liczby zapytań w Google			
Lp.	Nazwa produkcji	Lp.	Nazwa produkcji
1.	Dr House	11.	Mam Talent
2.	Prosto w serce	12.	Miłość i inne używki
3.	Pierwsza miłość	13.	Tancerze
4.	Morze miłości	14.	Spartacus. Bogowie Areny
5.	Brzydula	15.	Szpilki na Giewoncie
6.	Na wspólnej	16.	Battlestar Galactica
7.	Majka	17.	Kobieta na krańcu świata
8.	Pogoda na miłość	18.	Osaczona
9.	Zabij mnie śmiechem	19.	Plotkara [Gossip Girl]
10.	1920. Wojna i Miłość	20.	Czysta krew [True blood]

Serwisy z filmami lub serialami on-line



Serwisy z filmami lub serialami on-line [wrzesień 2011; tab. 1]

Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych w tys.	Miesięczna liczba odsłon w tys.
1.	vod.onet.pl	2900	23000
2.	ekino.tv	2100	38000
3.	zalukaj.pl	1100	55000
4.	iitv.info	770	42000
5.	kino.pecetowiec.pl	620	9000
6.	seans-online.pl	520	5100
7.	seans24.pl	470	9100
8.	playtube.pl	470	12000
9.	upetit.com	320	2400
10.	filmymegavideo.pl	290	1600
11.	iplex.pl	270	5100
12.	serieonline.pl	240	5600
13.	kinoplex.gazeta.pl	220	2000
14.	ipla.tv	220	1500
15.	tvfilmy.pl	200	3900
16.	kinolive.pl	180	5600
17.	films-online.pl	140	2400
18.	efilmy.net	140	2100
19.	onlinezadarmo.pl	130	760
20.	osiu.pl	120	620

Serwisy z filmami lub serialami udostępniające możliwość oglądania on-line są dość homogeniczną grupą. Najwięcej użytkowników odwiedza vod.onet.pl, w którym część materiałów jest bezpłatnych, część dostępna tylko w abonamencie (30 zł/miesiąc). Wybór filmów i seriali jest z oczywistych względów ograniczony (w zależności od podpisanych umów z producentami serii).

Cała seria kolejnych bardzo do siebie podobnych serwisów to darmowe katalogi z filmami i serialami. Serwisy te wyrastają jak grzyby po deszczu. Większość z nich ma podobny - bardzo szeroki wybór filmów i seriali.

Wśród serwisów tego typu zdarzają się specjalizacje filmowe lub serialowe. Najczęściej odwiedzanym serialowym serwisem jest iitv.info z liczbą odsłon na poziomie 42 mln miesięcznie.

Druga 20-stka serwisów z filmami lub serialami on-line

Serwisy z filmami lub serialami on-line [wrzesień 2011; tab. 2]			
Lp.	Domena	Miesięczna liczba użytkowników unikalnych w tys.	Miesięczna liczba odsłon w tys.
21.	8tv.pl	110	840
22.	megaplayer.pl	110	680
23.	filmosy.com.pl	110	430
24.	filmykino.pl	100	1300
25.	hityfilmowe.com	100	520
26.	filmytv.net	92	390
27.	video.anyfiles.pl	93	740
28.	twojekino.org	77	270
29.	jakwkinie.pl	76	1000
30.	eonline.pl	70	390
31.	superseriale.se.pl	63	270
32.	filmio.pl	62	2000
33.	unlimittv.pl	57	220
34.	addvideo.pl	53	180
35.	seriale.cc	53	140
36.	myfilms.pl	43	240
37.	nfws.pl	36	120
38.	twojseans.pl	30	120
39.	tv.blinkx.com	30	630
40.	tv.com	27	150

Kilka słów o...

Syntetos. New Market Research powstał w 2006 r. w Poznaniu budując zespół osób posiadający wieloletnie doświadczenie w realizacji badań marketingowych zdobyte w pracy dla największych agencji badawczych.

Kilka lat na rynku polskim pozwoliło na zdobycie wielu stałych klientów zarówno z Polski, jak i z krajów UE oraz krajów morza śródziemnego.

Decyzja o wejściu na rynek europejski przełożyła się na zmianę statusu prawnego z działalności gospodarczej na spółkę kapitałową (Synthetos LTD) zarejestrowaną w Londynie. Nadal jednak aktywnie działamy na rynku polskim.

W pracy badawczej przestrzegamy kodeksu ESOMAR realizując badania rzetelnie i trafnie. Zadowolenie naszych klientów jest motorem naszego działania.

Stosowane metody

W zależności od potrzeb i możliwości Klienta oraz celu badania dobieramy najbardziej odpowiednie metody realizacji badań. Do zbierania informacji wykorzystujemy zarówno kanały elektroniczne (ankiety internetowe, wywiady pogłębione z wykorzystaniem komunikatorów, moderowane grupy dyskusyjne na zamkniętym forum) jak i te tradycyjne (wywiady telefoniczne, wywiady osobiste grupy fokusowe). Naszą specjalizacją są badania typu desk research.

Doświadczenie

Syntetos. New Market Research ma na swoim koncie projekty m.in. dla firm z branż: FMCG, budowlanej, energetycznej, farmaceutycznej, motoryzacyjnej i gastronomicznej.

Realizujemy badania dla firm polskich i zagranicznych, dla inwestorów planujących wejście na rynek i przedsiębiorstw pozyskujących środki z funduszy unijnych. Współpracujemy również jako podwykonawcy z firmami konsultingowymi, agencjami marketingowymi i PR jak i samymi agencjami badań rynku.

Zakres wykonywanych działań


- Pomoc w określeniu potrzeb badawczych oraz dostosowanie metod i narzędzi badawczych do celu badania z uwzględnieniem budżetu przeznaczonego na badania.
- Przygotowanie narzędzi badawczych (kwestionariuszy i scenariuszy do badań)
- Określenie właściwej wielkości oraz struktury próby
- Koordynację pracy ankieterów i ukrytych klientów; rekrutację respondentów (w przypadku badań internetowych)
- Kontrola wyników badania
- Analiza danych oraz opracowanie raportu z badania
- Prezentacja wyników badania w siedzibie klienta

syntetos n e w



m a r k e t r e s e a r c h

*Nasi:
badacze
koordynatorzy
ankieterzy
ukryci klienci
dbają jedynie o to
aby:
dostarczyć Państwu produkt
wyłącznie najwyższej jakości
w zakresie:
szeroko pojmowanych
badań marketingowych*

sprawdź naszą pełną ofertę:  **syntetos.pl**



Syntetos new market research

Agencja Badań Marketingowych

os. Piastowskie 120/79, 61-166 Poznań

+48 61 670 82 34

biuro@syntetos.pl

www.syntetos.pl

