



Egy adat mind felett...

Reklámpiaci egyenértékes evolúciója

Dr. Nyirő Nóra

Marketing és Média Intézet
Média, Marketingkommunikáció és
Telekommunikáció Tanszék

Egyenértékes

- **Egyenértékes** - az az áru, amit a cserére kínált áruért cserébe biztosan elfogad az áru tulajdonosa. Az egyenértékes áru a cserére kínált áruval szemben az azonnali kicserélhetőség állapotában van.
- Eladható, elcserélhető
- Értékkel bír
- Kereslete van (akinek van az is többet akar belőle)
- Rendelkezik a szükséges pénzügyi eszköz tulajdonságokkal

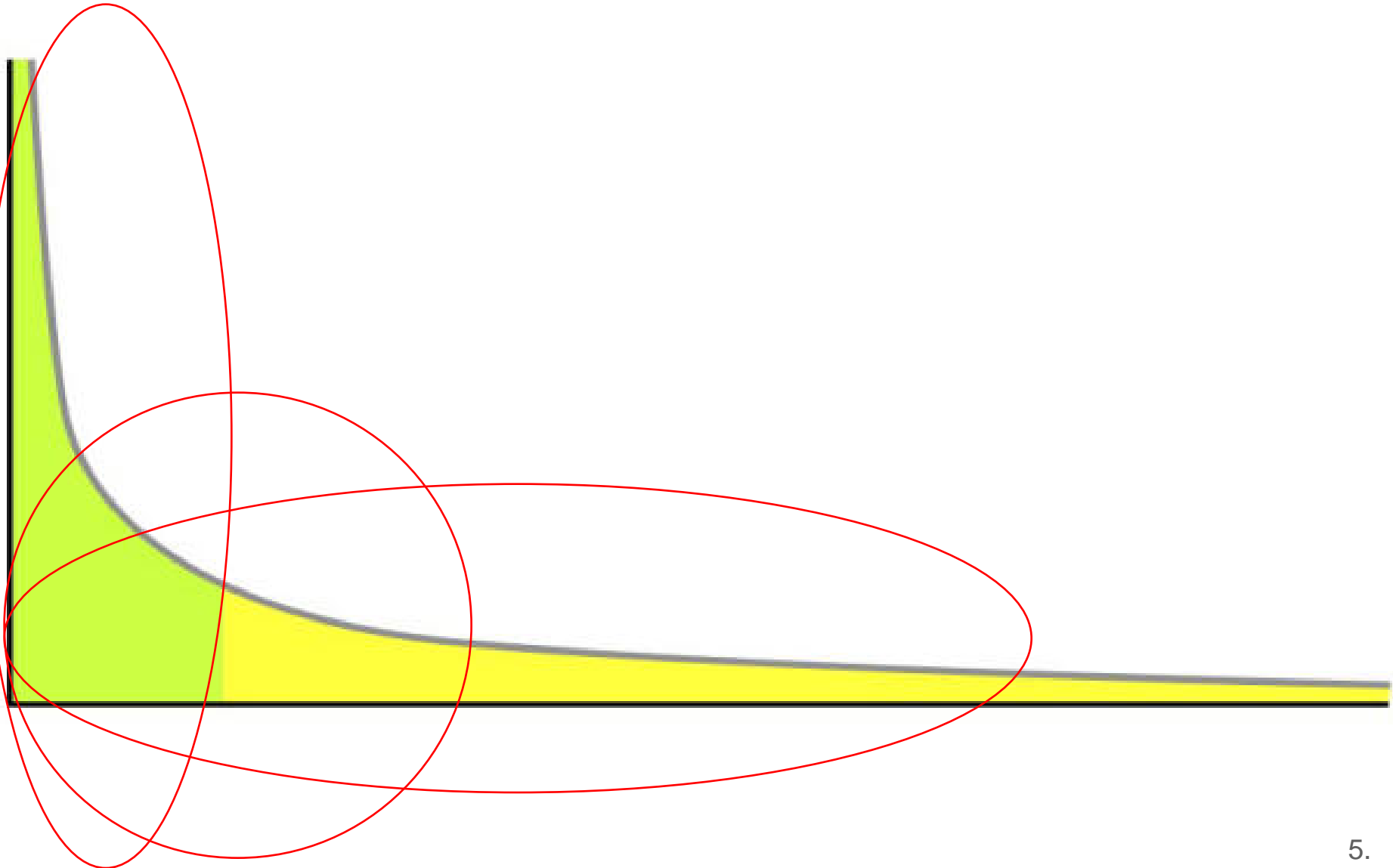
Reklámpiaci egyenértékes

- Mit mérünk? Mit adunk el? Mit veszünk?
- Használat
- Fogyasztás
- Megszerzett idő
- Kontaktus
- FIGYELEM (mennyisége, de a minősége?)
 - Herbert Simon (1971): the rapid growth of information causes scarcity of attention.

Közönség FIGYELEM

- „Attention is focused mental engagement on a particular item of information. Items come into our awareness, we attend to a particular item, and then we decide whether to act.“ (Davenport and Back, 2011, p. 20)
- “The attention economy “ (Davenport 2001)
 - Új gazdasági egyenértékes?
- Figyelem = Információs gazdaság szűkös erőforrása
- Figyelem megértése és menedzsmentje: üzleti siker kulcsa

Figyelem piaca és eloszlása



Figyelem mint reklámegyenértékes mérése

- Médium saját közönsége körében végzett saját kutatása
- Médium orientált kutatások
- Közönség orientált kutatások
 - Szindikált közönségmérés
 - Kvantitatív, mennyiségi, egyetlen “currency”
- Ahol ebből reklámegyenértékes is lesz:
 - Televízió
 - Internet

Merre tart az evolúció?

- Cross media mérések
- Tartalomkövetés és közönségkövetés
 - Platformokon átívelő mérések
- Audience Evolution (Napoli, 2011)
 - Új közönség magatartási dimenziók bevonása (recall, engagement, emotional response)
 - Kvalitatív kutatáson keresztüli megértés igénye
 - Elszeparált média típusonkénti kutatások helyett átívelő kutatások

Ami már megtörtént

- C3 rating – Nielsen
- Unilever NOCR
- Nielsen – Facebook
- CNBC – MPG (N)
- 3MS

- Amivel együtt kell
– Résztvevő közönség
– Kvalitatív input?



Egyenértékes – Egy adat (de nem egyedülálló adat)

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET

nora.nyiro@uni-corvinus.hu