

## **Elindult a Digitális Közönségmérési Tanács (DKT) új, multiplatform látogatottság mérése**

kiadva: 2015. december 9.  
frissítve: 2015. december 21.

### Tartalom

Bevezetés .....	2
1. Böngésző alapú mérés .....	2
2. Multiplatform mérés: látogatottsági adatok eszközök szerint bontva és összesítve.....	3
3. Pontosabb látogatottsági adatok.....	4
3.1. Változás a geolokációs azonosításban.....	4
4. Pontosabb napi felhasználó szám.....	5
4.1. J együtthető bevezetése a napi RU adatoknál .....	5
4.2. Az új mérés hatása a napi egyedi látogatószámokra .....	7
4.2.1. Korábban egybemért oldalak napi látogatószám változása.....	7
4.2.2. Korábban külön mért oldalak napi látogatószám változása.....	8
5. Havi egyedi látogatószám kiszámítása.....	9
6. Az új mérés hatása a havi egyedi látogatószámokra .....	10
6.1. Korábban egybemért oldalak havi PC látogatószám változása.....	10
6.2. Korábban külön mért oldalak havi PC látogatószám változása .....	11
6.3. Korábban külön mért oldalak havi mobil látogatószám változása.....	12
7. Stream adatok .....	13
8. "Applikációk béta" fül .....	13

## Bevezetés

A Digitális Közönségmérési Tanács (DKT) 2015. december 1-től bevezette az új, böngésző alapú multiplatform mérést, az eddigi cookie alapú mérés helyett. A multiplatform mérés adatai a DKT honlapján az OLA menüpontban 2015. december 2-től láthatóak.

Az új multiplatform mérés bevezetésével a kiadók pontosabb, megbízhatóbb látogatottsági adatokat kapnak a mért oldalokról, és az általuk lefedett internetes univerzumból:

- a látogatottsági adatok eszközök szerint bontva és a tervek szerint 2016. január közepétől összesítve is láthatóak,
- a honlapok látogatottsági adatai összehasonlíthatóak eszközök szerint és a tervek szerint 2016. január közepétől összesítve is,
- a látogatottsági adatok pontosabbak, több eszköz mérhető havi szinten, így nagyobb forgalom is látható az internetezőkön belül,
- a napi felhasználó számok is pontosabbak lettek.

### 1. Böngésző alapú mérés

Az új Browser ID (BID) mérés, a böngésző azonosításával történik, ami a szolgáltató, Gemius által továbbfejlesztett mérés. A böngésző alapú mérésnél minden mérés egy fiókban zajlik.

Ahogy korábban egy cookie sem jelentett egy usert, úgy a böngésző alapú mérésnél sem jelent egy embert egy böngésző, mivel:

- egy böngészőt többen is használhatnak,
- egy ember több böngészőt is,
- a privát böngészés is új azonosítót kap,
- a böngésző beállításától függően egy böngésző bezárásával és a böngészési előzmény ekkori törlésével egy következő böngésző megnyitással új böngészőnek látja a rendszer a böngészőt (ez sokkal ritkább esemény, mint a cookie törlés, a felhasználók ritkábban törlik az előzményeket),

- a mobil és a tablet eszközökön átlagosan több böngészőt telepítenek és használnak az emberek, mint PC-n, mivel a mobil alkalmazások saját, egyedi böngészőket nyithatnak meg, amelyek új böngésző azonosítót kapnak a mérésben.

A DKT tagjai a BID kódcsereét, ami a multiplatform alapú mérésre való átállás előfeltétele volt, már 2015. augusztus 30-ig szinte teljes körűen teljesítették mind a PC, mind a mobilra optimalizált oldalak esetében.

A korábban különmért desktop és mobilfiókok összevonása 2015. november 27. és 30. között volt esedékes, melyet az érintett tagok jelentős részben teljesítettek. Ennek elmaradása esetén az adott site-nál csak a desktop fiókjában mért forgalom kerül mérésre, és eszközök szerint való szétosztásra.

## **2. Multiplatform mérés: látogatottsági adatok eszközök szerint bontva és összesítve**

A multiplatform mérésnél a BID kód segítségével “eszközönként” láthatóak az adatok (felhasználók, oldalletöltések): PC, mobil és tablet nézetben.

A multiplatform mérés az alábbi strukturális változásokat jelenti a kiadók részére a több fiókos méréshez képest:

- korábban a reszponzív oldalak esetében a felhasználók döntötték el, hogy melyik fiókba (PC vagy mobil) mérik be a teljes forgalmat, a multiplatform méréssel a reszponzív oldalak is eszköz alapján kerülnek szétbontásra platformonként,
- az előző mérésnél az m.website statisztika tartalmazhatott PC (PC - ről érkező) forgalmat is és a PC oldal számaiban is megjelenhetett mobil eszközről érkező forgalom is, tekintve, hogy mobilról is választható a PC oldal böngészése és fordítva, ez megszűnik és az eszköz alapján lesz leosztva a forgalom,
- a tabletek forgalmára nem volt külön fiók korábban, és a médiatulajdonosok döntötték el, hogy melyik fiókba (PC vagy mobil) mérik be a teljes forgalmat, a multiplatform méréssel ez a probléma megoldódik, mert a „tablet” forgalomba fognak bekerülni ezek a látogatottsági adatok,

### 3. Pontosabb látogatottsági adatok

Az eddigi cookie alapú mérés elavult, mert nem volt pontos a becslés a felhasználók számát illetően, hiszen jóval több cookie volt forgalomban, mint amekkora az alap kutatás alapján a havonta legalább egyszer internetező népesség, így pontatlanul lehetett látni az összpiacot. A korábbi, a mérés pontosságát rontó jelenségek közül kettőt említve: a cookie törlés nagyban torzította a mérést, egy felhasználó többször is megjelenhetett más-más cookie-val a mérésben, illetve a párhuzamos eszköz használat következtében szintén akár többször cookie-forgalmat is generálhatott saját magához képest. Továbbá az új méréssel pontosabban látszódik a mért internetes univerzum, mert már azonosíthatóak azon eszközök is, amelyek eddig, a régi mérésben nem fogadtak cookie-kat (ilyenek az iOS eszközök), így nem kerültek be a korábbi mérésbe.

Az oldalletöltések havi számában általános, kismértékű növekedés látható az új mérésben, egyrészt mert több eszközt lehet mérni az új méréssel, másrészt nem került azonosításra úgynevezett „power browser”, azaz olyan browser, amelyről a kontrollelemzések alapján kiugróan sok oldallekérés történik<sup>1</sup>. (Természetesen a mérés továbbra is figyelni, és ha szükséges, kiszűri ezeket a böngészőket.)

#### 3.1. Változás a geolokációs azonosításban

Míg korábban egy cookie-ról a mérési időszak alatti első detektálásakor rögzítésre került, hogy belföldi vagy külföldi cookie-ról van szó, és ezt a tulajdonságát vitte végig az adott mérési hónapban, még akkor is, ha valamilyen helyváltoztatás következtében indokolt lett volna, hogy ne csak külföldi vagy ne csak belföldi cookie-ként legyen azonosítva. Ez jellemzően olyan pontatlanságot okozhatott, hogy ha valaki a mérési időszak elején külföldön volt éppen, akkor a hozzá tartozó cookie és az ahhoz tartozó forgalom az egész hónapban külföldiként volt nyilvántartva.

Most már az azonosítási technológia lehetővé teszi, hogy ugyanarról a browserről megállapítható legyen, ha már éppen nem külföldön, hanem belföldön böngésznek róla, vagyis egy browserID nem kizáróan belföldi vagy külföldi browserként kerül regisztrálásra, hanem a belföldi forgalomban is és a külföldi forgalomban is rögzítésre kerülhet egy adott mérési időszakon belül, aktuális lokációjától függően.

Ennek a mérési változtatásnak a következménye, hogy míg korábban a belföldi és a külföldi mutatók, köztük az RU összege egyenlő volt a Teljes RU és egyéb forgalmi mutatókkal, addig mostantól ha valaki a külföldi és a belföldi

---

<sup>1</sup> Korábban szintén volt szűrés azokra a cookie-kra (power cookie), amelyek kiugróan magas forgalmat generáltak egy-egy site esetében.

forgalmának együttesére kíváncsi, azt ne a kettő összegével, hanem csakis a Teljes-re állított lokáció alatt megjelenő mutatók segítségével vizsgálja azt<sup>2</sup>.

## 4. Pontosabb napi felhasználó szám

### 4.1. J együttható bevezetése a napi RU adatoknál

A korábbi mérési módszertan egy adott napra vonatkozóan abból a közelítésből indult ki, hogy az internetforgalomban aznap látott összes browser (régén: cookie) mögött 1-1 user áll, vagyis az adott napon látott browserek (régén: cookiek) száma az aznapi internetes populáció becslése volt. Az új mérés immár az úgynevezett J együttható napi alkalmazásával kezeli azt, hogy ez az előbbi feltevés már napi szinten sem volt igaz, mert a userok napi szinten is, eszköztípusonként is több browserrel kerülnek kapcsolatba, vagyis naponta is több browsert hoznak működésbe, mint ahányan vannak<sup>3</sup>.

Adott platformon az egy browserre eső userok havi száma alapján (ami így egy 1-nél kisebb hányados lesz) adunk becslést arra, hogy a mérés által látott internetes univerzumban aznap mennyivel kevesebb az internetes populáció száma a működésbe hozott browserek számánál (PC-nél havi szinten 0.9, mobilnál 0.55, tabletnél 0.63 user jut egy browserre, 2015. szeptember). Ez a mutató az úgynevezett J együttható, amit idáig napi szinten 1-nek feltételeztünk.

Az új mérés egy oldal napi adott platform valós felhasználószámát így számolja ki a napi J együttható bevezetésével:

$$RU_{\text{site, napi}}(\text{platform}) = EB_{\text{site}}(\text{platform}) * J_{\text{napi}}(\text{platform})$$

ahol

$$J_{\text{platform}} = \frac{\text{internet\_pop}_{\text{platform}} * \text{study\_reach}}{EB_{\text{total, platform}}}$$

RU: valós felhasználószám

EB: becsült összes böngészőszám

A korábbi módszertan azt állította, hogy napi szinten a becsült browseruniverzum egyenlő a mérés által látott userok számával, vagyis a J

<sup>2</sup> Az új OLA-n szereplő Teljes nézetben ha egy browser az adott mérési időszak alatt belföldiként is és külföldiként is azonosítva lett, akkor is csak egyszer szerepel, hiszen a helyváltástól a browserID nem törlődik, a rendszer érzékeli, hogy ugyanarról a browserről van szó.

<sup>3</sup> Ebben az olvasatában a J együttható tekinthető úgy, mint egy olyan korrekciós tag, ami „lehúzza”, lesúlyozza az internetes populáció létszámához az internetes becsült böngésző univerzum számát.

együtthető 1-gyel volt egyenlő, egy site látogatóinak száma éppen ezért a site által látott aznapi becsült browserek számával volt azonos, ami magasabb volt, mint ahány user ezek mögött ténylegesen állt. Korábban, a napi J együtthető hiánya miatt, akár az is előfordulhatott, hogy egy oldalhoz magasabb napi átlag egyedi cookie (UC) tartozott, mint heti vagy havi<sup>4</sup>.

Mivel a J képletéből ismerjük a study reachet<sup>5</sup>, valamint a becsült összes böngészőszámot az internetes univerzumban (EB)<sup>6</sup>, és a J napi értékére a J havi értékéből érkezik egy becslés, kikalkulálható a napi internetes populáció az adott platformra vonatkozóan, és egy site browseralapú reachét immáron ezzel a napi internetes populáció \* study reach szorzattal szorozva tudunk eljutni a napi site és platform alapú Real User számig.

A multiplatform mérésnél ez a J együtthető platformként kerül megadásra. Ez a szám minden platform esetében egy 1-nél kisebb hányadost jelent, és naponta kalkulálódik. *A mobil és tablet oldalaknál az együtthető majdnem lefelezi az összes becsült böngészőszámot*, ennek oka a korábban, 1. pontban írtak, ebből is leginkább azt fontos kiemelni, hogy mobil alkalmazások saját, egyedi böngészőket nyithatnak meg, amelyek új azonosítót kapnak a mérésben<sup>7</sup>.

A 2015. szeptemberi kutatás alapján az egyes platformok *napi átlagos* J értékei:

$$J_{napi,PC} = 0.88$$

$$J_{napi,mobil} = 0.53$$

$$J_{napi,tablet} = 0.56$$

A napi J együtthetőt platformként az alábbi képlet adja meg:

---

<sup>4</sup> Amennyiben a régi számításhoz hasonlóan a napi valós felhasználószámot (RU) a J együtthető nélkül a PC, mobil és tablet platformok összes becsült böngészőszámának az összegeként számolnánk, akkor a korábbi összes becsült cookie számhoz képest a napi átlag összes valós felhasználószám (RU), vagyis az átállás miatt immáron összes becsült browserszám kb. 4%-kal magasabb a napi átlag 20 ezres vagyis leginkább látogatott site-ok esetében, a fent már leírt több eszköz mérés okán. Ezt csökkenti le aztán a platformonkénti J-s korrekció.

<sup>5</sup> **Study reach:** a szolgáltató, a Gemius becslése a DKT által mért oldalak látogatói hány %-át adják a NOK által mért összes internetes populációnak, ez az arány 2015. szeptemberében desktop site-ok esetén 100%, mobil site-ok esetén 89% volt. **Internet\_pop (platform):** a Nemzeti Olvasottság Kutatás (NOK) szerint az adott platform összes, havonta legalább egyszer internetezőjének a populációbeli száma.

<sup>6</sup> **EB (total, platform):** becsült összes böngészőszám, értéke az adott napot megelőző 28 napot egy hónapnak tekintve veszi az alatta látott EB (becsült böngésző) univerzumot. (Ezek nem napi átlagok, hanem az adott napot megelőző 28 nap által képzett időintervallumon belüli EB univerzum. Azért 28 nap és nem egy nap, mert a látott böngészők (UB) közül becsülni kell a jó böngészők számát, azaz a böngészőnek egész időszak alatt kellett léteznie, nem lehetett hó közbeni.)

<sup>7</sup> Tipikus példa, amikor pl. a mobilon vagy tableten megnyitott böngészőben használt facebook-on nyit meg valaki egy linket, de az a link az eszköz által alapértelmezettnek vett böngészőben nyílik meg, így rögtön egy userhez két böngésző fog kapcsolódni.

$$J_{platform} = \frac{internet\_pop_{platform} * study\_reach}{EB_{total,platform}}$$

*Megjegyzés, előretekintés a gX adatbázisokra:* a csak szoftverpanelen mért oldalak esetében nem lehet napi, heti illetve havi J-együtthatót alkalmazni, mert ezek a site-ok nem vesznek részt a böngésző alapú mérésben, csak szoftverpaneles adat van rájuk. Ezért az esetükben egy olyan visszakorrigálás fog történni, ami a mérőkódos oldalaknál becsült és mutatott internetes populáció számához fogja őket (RU, PV stb. adattal) is visszakorrigálni.

## 4.2. Az új mérés hatása a napi egyedi látogatószámokra

### 4.2.1. Korábban egybemért oldalak napi látogatószám változása

A korábbi mérésben egybemért oldalak látogatottsági adatai a böngésző alapú mérés bevezetésével három platformra kerültek bontásra: PC, mobil és tablet.

Az új méréssel a napi valós látogatószámok (RU) jelentősen csökkennek a korábban egybemért oldalaknál platformokként, mivel egyrészt szétosztásra kerülnek az eddig egy fiókba mért valós felhasználók, másrészt és legnagyobb részben a J együttható napi bevezetésének következtében.

Az új mérésnél attól függően csökken egy oldal platformonkénti valós felhasználószáma, hogy egy site esetében az új mérésben, hogyan aránylik egymáshoz a PC, a mobil és a tablet valós felhasználószám (RU). Amennyiben a szétbontás után egy korábban egybemért oldalnak sokkal jelentősebb PC forgalma van, mint mobil és tablet, akkor a csökkenés kisebb mértékű lesz, mint egy olyan oldalnál, ahol a mobil forgalom nagyon jelentős. Ennek ok a J együttható mértéke (4. pont.)

- Példa(1): Ha egy site-on szinte csak PC RU van (=90%), akkor a J-s korrekció miatt hiába is csökken közel felére a mobil (5%) és a tablet (5%) forgalma, illetve 0.88-szorosára az eleve magas PC RU-ja, az relatíve kisebb csökkenést fog jelenteni arányaiban ( $0.9*0.88 + 0.05*0.53 + 0.05*0.56 = 0.85$ -szörös csökkenés) egy olyan site-hoz képest, ahol:
- Példa(2): a PC és a mobil RU mértéke közel azonos volt (40%; 40%; tablet --> 20%), hiszen ott egy viszonylag magasabb PC RU csökken 0.88-szorosára, és mellette közel felére még az addig magasabb mobil RU is ( $0.4*0.88 + 0.4*0.53 + 0.2*0.56 = 0.68$ -szoros csökkenés).

A korábbi napi desktop RU szám tehát így bomlik szét és a J-korrektció miatt csökken tovább még az adott platform mentén is.

#### 4.2.2. Korábban külön mért oldalak napi látogatószám változása

Korábban a desktop fiókban mért valós felhasználószám egy része nem PC eszközről érkezett, hanem mobil vagy tablet forgalom volt. Ugyanez volt igaz a mobil fiókra is: egy része a felhasználóknak PC-ről vagy tabletről nézte a mobilra optimalizált verziókat.

A multiplatform mérésnél a napi PC J együttható (átlaga 2015. szeptemberében: 0,88) bevezetésével természetesen csökken a napi valós PC felhasználószám az egyes oldalaknál. Azoknál a site-oknál, ahol jelentősebb volt azon felhasználók száma, akik mobilról vagy tabletről is a teljes oldalnézetet nézték még nagyobb arányú ez a csökkenés, mivel ezek a látogatók már nem a PC mérésben szerepelnek.

Az új méréssel a mobil platform látogatószáma, amennyiben nem számolunk a napi mobil J együtthatóval szinte minden esetben jelentősen nőne, ez két dologból tevődik össze:

- egyrészt a **desktop fiókba eddig érkező napi mobilforgalom áttevődik a mobilfiókra**,
  - o ha a **tablet forgalom** eleve a **desktop fiókra volt mérve**, akkor ráadásul az új mobilmérés több mobilforgalmat lát, miközben kevés tabletforgalmat veszít,
  - o ha a tablet forgalom a mobilra volt inkább mérve, akkor az a kérdés, hogy magasabb mobilforgalom íródik-e jóvá a PC fiókból, mint amekkora tablet forgalom esik ki a mobilfiókból
- másrészt a böngésző alapú mérés globálisan és napi szinten is **több, főként a korábbiakban nem látott mobileszközt** lát, ami szintén növeli a mobil felhasználók számát.

A mobil RU változását az előző méréshez képest nehezebb vizsgálni, mivel eddig nem eszköz alapon voltak mérve a mobilfiókok. Minden site esetében egyedi kérdés, hogy a forgalmak immár valóban eszköz alapján történő mérése nyomán keletkező mobil növekedés olyan nagy-e, hogy még egy 0,53-as (2015. szeptember) napi átlag  $J_{\text{mobil}}$  együttható korrektúra utáni napi átlag RU is nagyobb marad-e valamivel, mint a korábbi alulmért mobilfiók RU.



## 5. Havi egyedi látogatószám kiszámítása

$$RU_{site} = EB_{site} * J$$

$$RU_{site} = EB_{site} * \frac{internet\_pop * study\_reach}{EB_{internet}}$$

platformonkénti\_havi\_RU:

$$RU_{platform,site} = EB_{platform,site} * \frac{internet\_pop_{platform} * study\_reach}{EB_{platform,internet}}$$

### A havi becsült böngészőszám (EB) kiszámítása:

A számítás alapja a havi egyedi böngészőszám, UB (*unique browser*), amelyet a BID kódok mérnek. Egy algoritmussal (BEAST) kerül kiszámításra a becsült összes böngészőszám (*estimated browser*), EB érték az UB számok alapján: a böngésző időszaki (adott hónap, valamint kicsivel az előtti és azt követő időszak) aktivitása, valamint az utolsó aktivitás óta eltelt idő függvényében egy valószínűséget kap az egyedi böngésző, amely azt fejezi ki, hogy mekkora valószínűséggel „jó” böngésző, azaz a böngészőnek egész időszak alatt kellett léteznie, nem lehetett hó közbeni. Ezekhez az UB-khez rendelt valószínűségeknek az összege adja ki a becsült összes böngészőszámot (EB).

### J együttható számítása és alkalmazás:

Havi szinten már eddig is kezelésre került, hogy a működésbe hozott cookie-k (most már böngészők) száma magasabb volt, mint a havi internetes populáció létszáma. A platformonként és időszakonkénti (havi) J érték most már azt fejezi ki, hogy adott hónapban, adott platformon az alapkutatásból látott internetes populációból a DKT-Gemius mérésében résztvevő oldalakat látogatók száma hogyan aránylik a mérésben adott hónapban becsült összbrowser univerzumhoz. Vagyis a havi J havi szinten fejezi ki, hogy egy adott hónapban adott platformon hány user jutott egy böngészőre. (Havi 2015. szeptemberben:  $J_{PC} = 0.9$ ,  $J_{mobil} = 0.55$ ,  $J_{tablet} = 0.63$ )

### Az új mérés az egyes oldalak havi valós felhasználószámát platformokra bontva a következőképpen számolja a J együttható átrendezésével:

Az EB elérést, vagyis hogy az adott oldal hány %-ot ér el az összes DKT által mért becsült böngészőszámból az adott platformon (EB reach = EB (platform, site)/EB (platform, internet)) beszorozzuk a DKT által az adott platformon elért (study reach) összes internetes populációval (internet\_pop (platform), forrás: Nemzeti Olvasottság Kutatás).

$$RU_{site} = EB_{site} * J$$

$$RU_{site} = EB_{site} * \frac{internet\_pop * study\_reach}{EB_{internet}}$$

átrendezve

$$RU_{site} = \frac{EB_{site}}{EB_{internet}} * internet\_pop * study\_reach$$

Platformonkénti havi valós felhasználószám adott site esetén (RU):

átrendezve

$$RU_{platform} = \frac{EB_{platform;site}}{EB_{platform;internet}} * internet\_pop_{platform} * study\_reach$$

### Multiplatform megoszlás

A 2015. szeptemberi mérés szerint a belföldi internetes összes becsült böngésző forgalom 48%-át PC, 46%-át mobil és 6%-át tablet böngésző jelenti.

## 6. Az új mérés hatása a havi egyedi látogatószámokra

### 6.1. Korábban egybemért oldalak havi PC látogatószám változása

Az új méréssel a korábban egybemért oldalaknál a platformonkénti bontás után az egyes platformokon mért *havi* valós felhasználószám (RU) maximuma (ami rendszerint a PC oldalt jelenti) az oldalak jelentős esetében magasabb, mint a korábbi mérésnél 2015. szeptemberében, de vannak kivételek.

Azon korábban egybemért oldalaknál, ahol jelentős a PC forgalom, és alacsony a mobil a havi PC-s valós felhasználószám magasabb az új mérésben, ahol pedig az átlagnál nagyobb a mobilforgalom ott csökken a PC-s valós felhasználószám.

- Amennyiben egy oldalon korábban alig volt mobilforgalom, akkor az ő, szinte 100% PC-s EB elérését korábbi mérésnél egy olyan EB univerzumhoz mértük, amiben nagyon sok mobil böngésző is volt. Az új mérésnél a mért PC használat az összböngészőszám 48%-át adja, azaz ahogy az EB univerzumból kivettük a mobilforgalmat, vagyis csökkentettük az EB platform, internet számot a 48%-ára, az  $EB_{platform;site}/EB_{platform,internet}$  hányados, vagyis a PC-s EB- elérése **magasabb** lett.

- Az átlagnál kisebb mobilforgalommal, vagyis az **átlagnál nagyobb PC forgalommal** bíró oldalaknál az  $EB_{platform,site}$  érték megmarad vagy kicsit lesz kisebb, a J együttható okán, az  $EB_{platform, internet}$  viszont nagyobb mértékben lesz kisebb (48%-ra csökken a korábbi értékéből, ld multiplatform megoszlás), ezért az EB elérés hányados megnő, így a valós felhasználószám (RU) is nagyobb lesz.
- Az átlagnál nagyobb mobilforgalmú, vagyis **az átlagnál kisebb PC forgalmú** site-oknál nagyobb hányadban csökken az összes becsült PC-s böngészőszám ( $EB_{PC,site}$ ), mivel a forgalom már a mobil platformon jelenik meg, és ez a csökkenés nagyobb arányú, mint a az összes becsült böngészőszám PC-s ( $EB_{platform,internet}$ ) csökkenése az EB elérés hányados is kisebb lesz, **csökken a PC-s valós felhasználószám (RU)** (és ehhez jön még hozzá, hogy ezt a kisebb PC-s EB-reachet egy kisebb PC-s populációval szorozzuk meg, de ez a csökkentés minden PC-s site-ot érint)

## 6.2. Korábban külön mért oldalak havi PC látogatószám változása

A korábban külön fiókokban mért PC és mobil forgalomnál egyrészt a **PC fiók** valamekkora mobileszköz alapú forgalmat is fogadott, másrészt eddig minden domain esetében egyedi döntés volt, hogy a tablet forgalmat (vagy akár a mobilt) ki hova méri. Amennyiben a tablet, vagy a mobilforgalom egy része a PC eszközre volt irányítva, úgy az befolyásolhatta, hogy mennyivel változott a desktop valós felhasználószám (RU) érték. A logika ugyanaz, mint az összemért site-ok esetében: minél kisebb mobil(+tablet)forgalom volt a desktop fiókra irányítva, ennek leválasztása után a PC RU annál inkább nőtt, mivel a PC univerzumból kikerült a mobilforgalom.

- **Példa:** PC fiókban 70% PC, 20% mobil, 10% tablet forgalom látszik, a 70%-os PC forgalmat viszonyítjuk a 48%-ra zsugorodó PC RU univerzumhoz:  $0.7/0.48 = 1.46$ -szor lesz nagyobb az PC EB elérése (reach) a korábbi desktop eléréshez képest, összevetve egy olyan site-tal, amely esetén magasabb, pl. 80% a PC forgalom, ahol így  $0.8/0.48 = 1.67$ -szer nagyobb a PC-s EB elérés (reach) a korábbi desktop eléréshez képest. Mindkét esetben nő tehát a havi RU, de a második site esetén jobban. Tovább emelheti még a PC-s elérést, hogy a mobil fiókból rendszerint jön még át PC-forgalom az új méréssel a PC-s platformra, de ez általában nem túl jelentős forgalom.

### 6.3. Korábban külön mért oldalak havi mobil látogatás szám változása

A **mobil fiókok** RU változását szintén két dolog befolyásolja: (1) mekkora volt rajta a nem mobil (PC + tablet) forgalom (2) mekkora mobilforgalom sorolódik át a PC fiókból.

(1). mérési típus: A korábbi desktop fiókban főként PC, **mobil fiókban** főként mobil és egyúttal **komolyabb<sup>8</sup> tablet** forgalom volt mérve, akkor a **mobil RU** várhatóan kicsit **csökken**, mert az adott oldal mobil fiókjából nagyobb arányú tablet forgalom kerül kiszűrésre, mint amekkora tablet forgalom általában a mobil fiókokban mérhető volt, és a desktop fiókból nem jön át jelentős mobilforgalom (ha jön, akkor az mérsékeli a csökkenés volumenét)

- Példa: a korábbi mobil fiók 80%-a mobil, 20%-a tablet az új mérésben, miközben az össz mobil univerzumnak csak, tegyük fel, 10%-a jön tabletről, 90%-a mobilról, így ha kiszámoljuk az új mobil elérést:  $0.8/0.9$ ,  $0.89$ -szeresére csökken a korábbi mobil elérés, így csökkenni fog a mobil RU. A várható csökkenést viszont mérsékelheti, vagy akár ki is egyenlítheti, ha a PC fiókról jelentősebb mobil forgalom kerül át a mobil mérésre, mert akkor megnő az adott oldal becsült mobil böngészőszáma.

(2). mérési típus: A korábbi desktop fiókban főként PC, mobil fiókjában főként mobil forgalom volt mérve, mert a **tablet forgalom a desktopra** volt inkább irányítva, ekkor a **mobil RU nő**, mert az össz mobil EB-univerzumból nagyobb arányban kerülnek ki a tablet böngészők, mint az adott oldal mobilfiókjából.

- Példa: Ha a mobilfiókban 98% mobil, 2% tablet, akkor – az előző példában látható feltevést használva –  $0.98/0.9$ , azaz  $1.09$ -szeresére nő a korábbi mobil elérés, nő a mobil RU. A mobil RU-t ebben az esetben még tovább növelheti, ha a korábban desktopba mért forgalomból jelentősebb mobilforgalom jön át a mobil platformra, hiszen tovább nő a site mobil reach-e.

Az alábbi táblázat a különféle mérési típusok esetén foglalja össze a fenti logika alapján a *havi* RU-kban várhatóan bekövetkező változásokat azt figyelembe véve, hogy az adott site desktop és mobil fiókjába a piaci átlaghoz képest alacsonyabb vagy magasabb mobil/tablet forgalom jelent-e meg korábban<sup>9</sup>:

<sup>8</sup> az összes mobilfiókban látott átlagos arányhoz képest magasabb

<sup>9</sup> A táblázatban szereplő *alacsony* és *magas* jelzők tehát relatívak, azaz a piac összességéhez képest viszonyítva nyerik el értelmüket.

		DESKTOP FIÓK			
		Alacsony mobil, alacsony tablet	Alacsony mobil, magas tablet	Magas mobil, alacsony tablet	Magas mobil, magas tablet
MOBIL FIÓK	Alacsony tablet	PC RU: jelentősen nő RU mobil: jelentősen vagy mérsékelten nő	PC RU: mérsékelten nő RU mobil: jelentősen nő	RU pc: mérsékelten nő RU mobil: jelentősen nő	PC RU: mérsékelten csökkenhet vagy változatlan marad (esetleg mérsékelten nő <sup>10</sup> ) RU mobil: jelentősen vagy mérsékelten nő
	Magas tablet	PC RU: jelentősen nő RU mobil: jelentősen vagy mérsékelten csökken	_11	PC RU: mérsékelten nő RU mobil: mérsékelten csökken <sup>12</sup>	_13

## 7. Stream adatok

Az OLA új felületén a napi stream adatok publikálásában is bevezetésre került a J-s korrekció, vagyis annak a kezelése, hogy platformonként több browser kerül aktiválásra adott időszak (itt: nap) alatt, mint ahány felhasználó mögöttük ténylegesen rejlik.

## 8. "Applikációk béta" fül

Az applikációk forgalmi adatai közül egyelőre az egyedi browserek számát mutató Unique Browser szám érhető el, az RU érték nem. Ennek oka, hogy a

<sup>10</sup> Nőni csak akkor nőhet, ha a magas mobil és magas tablet forgalom együttes aránya megközelíti vagy minimálisan kisebb ahhoz képest, amekkora a mobil és tablet forgalom aránya a desktop fiókban az összpiaci viszonyokat tekintve. Ez a mérési típus meglehetősen ritkán fordul elő, vagyis hogy a meglévő mobilfiók mellett arányait tekintve igen magas mobilforgalmat produkáljon a desktop fiók is.

<sup>11</sup> nem gyakorolt mérési mintázat

<sup>12</sup> hacsak a desktop fiókból átkerülő mobilforgalom nem akkora mértékű, hogy kompenzálja, vagy akár meg is fordítja ezt a csökkenést

<sup>13</sup> nem gyakorolt mérési mintázat

browsereknek is szükséges annak korrekciója, hogy egy bizonyos mérési időszak alatt (legyen szó akár napról, akár hónapról) egy felhasználó több azonos platformhoz tartozó, de különböző eszközön is működésbe hozhatja ugyanazt az applikációt. (pl. ha valakinek több okostelefonja van vagy több tablettel van kapcsolatban). Ugyanaz a korrekciós együttható, amely a site-ok esetében szűri ki, hogy egy adott site látogatása ugyanazon user által több különböző böngészőről is történhet, nem alkalmazható az applikációk esetében (applikációknál nem merül fel előzménytörlés vagy privátböngészés miatti extra böngészőszám, egy eszközön rendszerint egyféle applikáció van jelen, ami az adott site-hoz kötődik). Ennek a korrekciós tényezőnek a kidolgozása folyamatban van, a Gemius tájékoztatása szerint várhatóan 2016 első negyedévében kerülhet bevezetésre.

Addig, amíg az nem elérhető, átmenetileg RU érték nem, csak egyedi böngészőszám kerül közlésre az applikációk esetében. Fontos felhívunk a figyelmet arra, hogy a fenti okok miatt (pl. egy user által több telefon vagy tablet használata) továbbra sem lehet azzal az automatikus feltételezéssel élni, hogy az applikációknál az egyedi böngészőszám automatikusan ugyanannyi valós felhasználót jelent.