



Sportacentrs.com gemiusAudience datu analīze

Februāris

2019



Sportacentrs.com

pamata rādītāji

02.2019

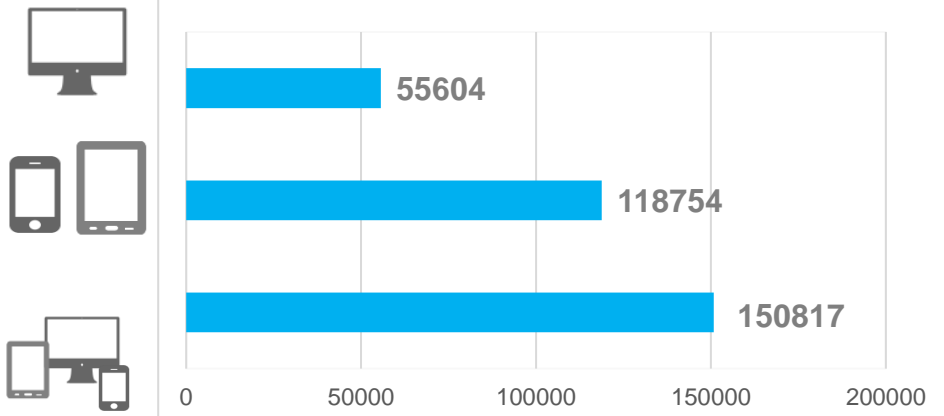


**Time spent
per visit
[h:min:s]**



**Reach
(Internet)**

Apmeklētāji (Real Users)



00:06:37

4.39%

00:04:59

10.56%

00:05:31

10.19%

Pamata dati norāda uz portāla popularitāti Mobile platformā, kur apmeklētāju skaits, apmeklējumu un veikto lapu skatījumu skaits ir pārsniedzis PC platformas rādītājus. Kā arī, portāla apmeklētāji kopumā rada ievērojamu lapu skatījumu skaitu un portālā pavada salīdzinoši daudz laika, kas pozitīvi ietekmē portāla vidējos rādītājus, ļaujot tam ierindoties rangu augšgalā.

Rādītāji	Datori	Mob. ierīces (telefoni un planšetdatori)	Total
Lapu skatījumi (Page Views)	3 648 417	6 794 999	10 443 416
Vidējais lapu skatījums uz vienu apmeklētāju (Page views per user)	65.61	57.22	69.25
Laiks (Time)	109310.29	165718.66	275028.95
Vidējais laiks uz vienu apmeklētāju (Time spent per user)	01:57:57	01:23:44	01:49:25
Vidēji pavadītais laiks vienu apmeklējuma laikā (Time spent per visit)	00:06:37	00:04:59	00:05:31

Vidējais lapas skatījuma ilgums (Page view duration)	00:01:48	00:01:28	00:01:35
Apmeklējumi (visits)	990 670	1 997 336	2 988 006



4.

Populārākā lapa pēc
pēc viena apmeklētāja
vidējo apmeklējumu
skaita

10.

Populārākā lapa pēc
lapu skatījumiem
no mobilajām ierīcēm



6.

Populārākā lapa pēc
viena lietotāja vidēji
lapā pavadītā laika no
mobilajām ierīcēm

4.

Populārākā lapa pēc
viena lietotāja vidējā
apmeklējumu skaita no
mobilajām ierīcēm



5.

Populārākā lapa
pēc viena lietotāja
vidējā apmeklējumu
skaita no visām
ierīcēm

3.

Populārākā lapa pēc
viena lietotāja
vidējā lapu skatījuma
ilguma

Sportacentrs.com PRIEKŠROCĪBAS

Īpašības (total)	Reālie lietotāji	Affinity index
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Sports	62 124	206.42
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= Vairāk kā 1500 EUR	10 841	181.64
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= Vairāk kā 1500 EUR	13 237	168.71
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 1001 - 1200 EUR	11 911	164.46
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1001 - 1200 EUR	9 192	159.87
Dzimums= Vīrietis	106 726	152.57
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1201 - 1500 EUR	6 975	146.64
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 801 - 1000 EUR	16 801	141.94
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 801 - 1000 EUR	12 132	138.75
Nodarbošanās= Lauksaimnieks	2 973	136.13
Vecums= [25-34]	43 405	133.91
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 1201 - 1500 EUR	7 400	133.76
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Elektronika	30 542	133.12
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Auto	38 990	131.21
Dzīvesvieta= Valmiera	4 095	128.55

Attiecībā pret Latvijas interneta vides vidējiem rādītājiem, portālam sportacentrs.com ir priekšrocība to iedzīvotāju sasniedzamības ziņā, kuri internetā visbiežāk meklē informāciju par sportu, elektroniku un auto. Vairāk nekā internetā kopumā šajā portālā ir iespējams sasniegt vīriešus un tos lietotājus, kuri ir vecumā no 25 līdz 34 gadiem. Tāpat arī tos, kam individuālie ienākumi, kā arī ienākumi uz vienu ģimenes locekli ir sākot no 800 EUR un vairāk. Tāpat arī priekšrocība portālam sportacentrs.com ir to interneta lietotāju ziņā, kuri ir lauksaimnieki, kā arī tos, kuru dzīves vieta ir Valmiera.

Īpašības (no mobilajām ierīcēm)	Reālie lietotāji	Affinity index
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Sports	40 248	169.48
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= Vairāk kā 1500 EUR	8 565	169.10
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= Vairāk kā 1500 EUR	11 162	167.15
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1001 - 1200 EUR	7 555	157.64
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 1001 - 1200 EUR	9 902	155.89
Dzimums= Vīrietis	86 343	152.34
Nodarbošanās= Lauksaimnieks	2 579	151.63

Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1201 - 1500 EUR	5 623	137.28
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 801 - 1000 EUR	12 904	133.52
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Auto	31 075	133.23
Dzīvesvieta= Valmiera	3 216	132.61
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 801 - 1000 EUR	9 694	129.45

Mobile platformas gadījumā, portālā sportacentrs.com biežāk, nekā internetā vidēji ir iespējams sasniegt cilvēkus ar vidēji augstiem un augtiem individuālajiem ienākumiem. Tāpat arī biežāk ir iespējams sastapt vīriešus, lauksaimniekus, tos, kas interesējas par sportu un auto, kā arī tos, kas dzīvo Valmierā.

Īpašības (no datoriem)	Reālie lietotāji	Affinity index
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Sports	41 474	319.20
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= Vairāk kā 1500 EUR	4 713	200.45
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1001 - 1200 EUR	4 420	196.97
Dzīvesvieta= Valmiera	1 949	191.06
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 801 - 1000 EUR	8 456	182.65
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1201 - 1500 EUR	3 324	180.13
Vecums= [25-34]	20 811	180.02
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 1001 - 1200 EUR	4 727	170.41
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Fitness	9 460	168.29
Dzimums= Vīrietis	41 201	157.81
Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= Vairāk kā 1500 EUR	4 874	156.10
Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 801 - 1000 EUR	5 278	155.60
Internetā visbiežāk meklētā informācija= Elektronika	14 925	150.68
Nodarbošanās= Students	5 569	149.78

PC platformas gadījumā, portālā sportacentrs.com biežāk, nekā internetā vidēji ir iespējams sasniegt cilvēkus ar vidēji augstiem un augtiem individuālajiem ienākumiem, kā arī tos, kuri interesējas par sportu, fitnesu un elektroniku, kuri dzīvo Valmierā un kuri ir studenti. Tāpat arī biežāk ir iespējams sastapt vīriešus, un tos, kuri ir vecumā no 25 – 34 gadiem.

INTERESANTI: AFFINITY INDEX RANGS

Ja salīdzina dažādu sociāli demogrāfisko grupu sasniedzamību interneta vidē Latvijā, tad sportacentrs.com ieņem augstas vietas šādu interneta lietotāju sasniedzamībai kopumā (**Total platformā**):

Vieta topā	Īpašības	Reālie lietotāji	Affinity index
1	Internetā visbiežāk meklētā informācija= Sports		206.42
2	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= Vairāk kā 1500 EUR		181.64
5	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1201 - 1500 EUR		146.64
5	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1001 - 1200 EUR		159.87
5	Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 801 - 1000 EUR		141.94
6	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 801 - 1000 EUR		138.75
6	Dzimums= Vīrietis		152.57
7	Dzīvesvieta= Valmiera		128.55
7	Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 1001 - 1200 EUR		164.46
7	Internetā visbiežāk meklētā informācija= Elektronika		133.12
7	Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= Vairāk kā 1500 EUR		168.71
8	Internetā visbiežāk meklētā informācija= Auto		131.21
9	Valoda ģimenē= Latviešu		124.21
9	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 651 - 800 EUR		128.12
9	Dzīvesvieta= Rīgas rajons		125.42

Ņemti vērā dati, kuri ir statistiski nozīmīgi

Ja salīdzina dažādu sociāli demogrāfisko grupu sasniedzamību interneta vidē Latvijā, tad sportacentrs.com ieņem augstas vietas šādu interneta lietotāju sasniedzamībai **Mobile platformā**:

Vieta topā	Īpašības	Reālie lietotāji	Affinity index
2	Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= 1001 - 1200 EUR		155.89
2	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= Vairāk kā 1500 EUR		169.10
2	Internetā visbiežāk meklētā informācija= Sports		169.48
3	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1001 - 1200 EUR		157.64
3	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli= 1201 - 1500 EUR		137.28
3	Internetā visbiežāk meklētā informācija= Auto		133.23
3	Internetā visbiežāk meklētā informācija= Nekustamais īpašums		126.70
3	Darbinieka vidējie mēneša ienākumi= Vairāk kā 1500 EUR		167.15
4	Dzīvesvieta= Ventspils		125.19
4	Internetā visbiežāk meklētā informācija= Elektronika		123.58

5	Dzīvesvieta=Valmiera	132.61
5	Darbinieka vidējie mēneša ienākumi=801 - 1000 EUR	133.52
5	Mobilā tālruņa izmantošana=LMT	104.78
5	Dzimums=Vīrietis	152.34
6	Darbinieka vidējie mēneša ienākumi=1201 - 1500 EUR	126.43
7	Valoda ģimenē=Latviešu	120.96
7	Vidējie mēneša ienākumi uz vienu ģimenes locekli=801 - 1000 EUR	129.45
7	Internetā visbiežāk meklētā informācija=Ziņas	108.28
8	Dzīvesvieta=Rīgas rajons	124.70
8	Internetā visbiežāk meklētā informācija=Tūrisms/ceļošana	105.16
8	Automašīnas izmantošana=izmantoju automašīnu un esmu tās īpašnieks	110.78

Ņemti vērā dati, kuri ir statistiski nozīmīgi

SOCIĀLI DEMOGRĀFISKĀS GRUPAS MOBILE PLATFORMĀ

Iepirkšanās internetā (Mobile platformā)	Visitors (Real Users)	Audience composition
Iepirkšanās internetā=Gandrīz katru mēnesi	33 988	28.62%
Iepirkšanās internetā=Dažas reizes gadā	33 810	28.47%
Iepirkšanās internetā=Reizi gadā vai retāk	7 862	6.62%
Iepirkšanās internetā=Internetā neiepērkos	7 048	5.94%
Iepirkšanās internetā=NA	36 046	30.35%
Reference group: Population	118 754	100.00%



29%

sportacentrs.com apmeklētāju no mobilajām ierīcēm iepērkas internetā gandrīz katru mēnesi, bet 6% internetā neiepērkas.

Internetā visbiežāk meklētā informācija (Mobile platformā)	Visitors (Real Users)	Audience composition
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Ziņas	63 561	53.52%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Sociālie tīkli	56 526	47.60%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Laika prognoze	43 154	36.34%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Sports	40 248	33.89%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Izklaide/atpūtas iespējas	37 377	31.47%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=NA	36 046	30.35%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Auto	31 075	26.17%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Tūrisms/ceļošana	26 769	22.54%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Elektronika	23 723	19.98%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Kultūra/kultūras notikumi	23 497	19.79%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Mājokļa labiekārtošana/remontdarbi	22 070	18.58%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Nekustamais īpašums	19 564	16.47%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Izglītība	17 508	14.74%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Receptes/pavārmāksla	16 225	13.66%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Cits	14 438	12.16%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Finanses	14 215	11.97%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Darba sludinājumi	13 929	11.73%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Programmatūra	13 439	11.32%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Fitness	10 883	9.16%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Medicīna	9 993	8.41%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Mode/skaistumkopšana	7 762	6.54%
Internetā visbiežāk meklētā informācija=Ģimene/bērnu aprūpe	6 618	5.57%
Reference group: Population	118 754	100.00%

53.5% sportacentrs.com apmeklētāju internetā lasa ziņas, bet 48% interesē sociālie tīkli. Savukārt 34% internetā meklē informāciju par sportu.

Automašīnas izmantošana (Mobile platformā)	Visitors (Real Users)	Audience composition
Automašīnas izmantošana=izmantoju automašīnu un esmu tās īpašnieks	39 962	33.65%
Automašīnas izmantošana=izmantoju automašīnu, bet neesmu tās īpašnieks	19 796	16.67%
Automašīnas izmantošana=neizmantoju automašīnu	20 379	17.16%

Automašīnas izmantošana=NA	38 617	32.52%
Reference group: Population	118 754	100.00%

34% sportacentrs.com lietotāju izmanto savu personīgo automašīnu, bet 17% lietotāju izmanto automašīnu, bet nav tās īpašnieki.

AUDITORIJAS PĀRKLĀŠANĀS

Sportacentrs.com apmeklētāju pārklāšanās ar sporta tēmai veltītām citu portālu sadaļām Mobile platformā

Node	Min audience duplication	Min audience duplication (V%)	Min audience duplication (H%)
delfi delfi.lat Sports-All	53 766	45.28%	38.31%
TVNET LAT Sports	48 845	41.13%	39.82%
apollo.lv Sports	27 898	23.49%	52.58%
sportazinas.com	26 457	22.28%	71.46%
jauns.lv Sports	23 021	19.39%	34.00%
skaties.lv Sporta sadala	20 424	17.20%	51.27%
TVNET RUS Sport	4 366	3.68%	15.40%
delfi delfi.rus Rus.Sports-all	2 028	1.71%	4.73%
bb.lv sports	1 899	1.60%	18.48%

Min audience duplication (V%) – apmeklētāju skaits procentos no sportacentrs.com auditorijas.

Min audience duplication (H%) – apmeklētāju skaits procentos no pārējo portālu auditorijas.

Lielākā pārklāšanās starp apmeklētājiem no mobilajām ierīcēm sportacentrs.com lapai ir ar delfi.lv sporta sadaļu (53 766 lietotāji), kas nozīmē to, ka 45% no sportacentrs.com auditorijas apmeklē arī delfi.lv sporta sadaļu. 71.5% no sportazinas.com apmeklētājiem februārī apmeklējuši arī sportacentrs.com.

Kopējā pārklāšanās statistika Mobile platformā

Top 10 portāli, kurus visbiežāk apmeklē sportacentrs.com lietotāji	Min audience duplication	Min audience duplication (V%)
delfi.lv	96 309	81.10%
tvnet.lv	83 654	70.44%
skaties.lv	74 159	62.45%
jauns.lv	66 402	55.92%
apollo.lv	63 178	53.20%
la.lv	62 320	52.48%
lsm.lv	56 337	47.44%

nra.lv	55 709	46.91%
inbox.lv	39 709	33.44%
diena.lv	34 527	29.07%

81% no sportacentrs.com lasītājiem februāra laikā no mobilajām ierīcēm ir apmeklējuši arī delfi.lv, 70% ir apmeklējuši arī tvnet.lv, bet 62.5% apmeklējuši arī skaties.lv. Pārklāšanās ir redzama portālu latviešu valodīgajiem lietotājiem veltītajās sadaļās, kā arī tādās sadaļās, kas veltītas izklaidei, sportam un ziņām.

Top 10 portāli, kurus visretāk apmeklē sportacentrs.com lietotāji	Min audience duplication	Min audience duplication (V%)
1tv.lv	401	0.34%
building.lv	776	0.65%
autocross.lv	941	0.79%
mykoob.lv	1 009	0.85%
aluksniesiem.lv	1 030	0.87%
juristavards.lv	1 119	0.94%
ritakafija.lv	1 264	1.06%
klab.lv	1 362	1.15%
pieci.lv	1 375	1.16%
revolucija.eu	1 399	1.18%

Kopumā, sportacentrs.com portāla lasītāji salīdzinoši retāk apmeklē lapas, kas domātas krievu valodā runājošajai auditorijai. Tikai 0.34% no sportacentrs.com lietotājiem apmeklē lapu 1tv.lv. 0.65% apmeklējuši būvniecībai veltīto portālu building.lv, bet 0.8% apmeklējuši autosporta portālu autocross.lv.

Top 10 portāli, kuru lasītāji apmeklē sportacentrs.com	Min audience duplication	Min audience duplication (H%)
sportazinas.com	26 457	71.46%
building.lv	776	33.70%
juristavards.lv	1 119	33.02%
autocross.lv	941	29.77%
kursors.lv	8 488	29.60%
iauto.lv	14 320	25.34%
rekurzeme.lv	6 499	24.83%

pieci.lv	1 375	24.42%
liepajniekiem.lv	17 077	23.91%
whatcar.lv	2 358	22.94%

Visbiežāk sportacentrs.com lapu apmeklē lietotāji, kuri pārlūko lapas, kas vērstas uz vīriešu auditoriju. 71.5% no sportazines.com lasītājiem apmeklē arī sportacentrs.com, tāpat arī 34% no building.lv apmeklētājiem.

Top 10 portāli, kuru lasītāji visretāk apmeklē sportacentrs.com	Min audience duplication	Min audience duplication (H%)
mklat.lv	43	0.32%
amigos.lv	33	2.42%
mail.ru	1 417	4.04%
ok.ru	3 894	4.33%
mixnews.lv	4 632	4.33%
1tv.lv	401	4.51%
mykoob.lv	1 009	5.16%
andelemandele.lv	3 195	6.94%
ria.ru	3 851	7.72%
zeltene.lv	4 341	8.99%

Visretāk sportacentrs.com apmeklē tie lietotāji, kuri izmanto krievu valodā runājošajai kā arī sieviešu auditorijai domātus portālus. 4% no mail.ru.ru auditorijas apmeklē arī sportacentrs.com, tāpat arī 4.3% no mail.ru un mixnews.lv lasītājiem.

Dzimumu sadalījuma analīze Mobile platformā

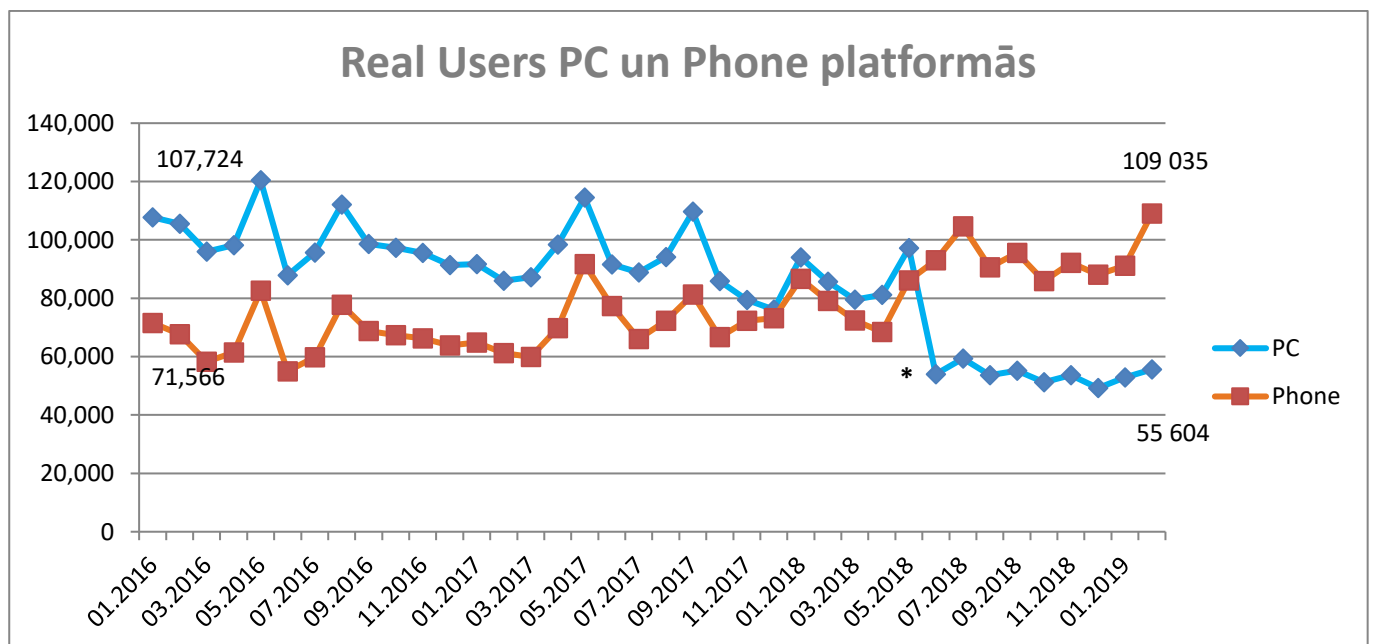
	Dzimums=Vīrietis	Dzimums=Sieviete
Real users	86 343	32 410
Page views	6 533 560	261 439
Page views per user	75.67	8.07
Time spent per user [hr:min:s]	01:51:46	00:09:03
Time spent per visit [hr:min:s]	00:05:05	00:03:01
Page view duration [hr:min:s]	00:01:29	00:01:07
Audience composition	72.71%	27.29%
Page views composition	96.15%	3.85%
Time composition	97.05%	2.95%

Affinity Index-Internet	152.34	52.21
Visits	1 899 937	97 400
Visits per user	22.00	3.01

No visiem sportacentrs.com apmeklētājiem no mobilajām ierīcēm vairāk kā 70% ir vīrieši, kuri veido 96% no portāla mobilo lapu skatījumu skaita. Lai gan viena lapu skatījuma ilgums vidēji abām grupām ir līdzīgs, tomēr vidēji viens vīrietis lapā veic gandrīz desmit reizes vairāk lapu skatījumu no mobilajām ierīcēm mēnesī kā sievietes (attiecīgi 76 un 8 skatījumi uz vienu apmeklētāju).

Tāpat arī viena apmeklējuma vidējais ilgums abām grupām ir līdzīgs, bet vīrieši sportacentrs.com lapu apmeklē gandrīz 20 reizes biežāk kā sievietes (attiecīgi 1 899 937 un 97 400 apmeklējumi), kā arī kopumā viens vīrietis vidēji mēneša laikā lapā pavada par pusotru stundu ilgāk, nekā viena sieviete vidēji. Tādējādi veidojot 97% no visu apmeklētāju kopējā lapā pavadītā laikā mēnesī no mobilajām ierīcēm. Viens vīrietis vidēji mēneša laikā sportacentrs.com lapu apmeklē par septiņām reizēm biežāk (22 reizes), nekā sieviete (3 reizes).

TENDENCES PC UN PHONE PLATFORMĀS



*veiktas izmaiņas gemiusAudience metodoloģijā

Aplūkojot sportacentrs.com apmeklētāju skaita izmaiņu trendu kopš 2016.gada janvāra PC un Phone platformās, varam secināt, ka, lai gan ir samazinājies lietotāju skaits PC platformā, tomēr ļoti būtiski ir audzis to apmeklētāju skaits, kuri lapā ienākuši no mobilajām ierīcēm. Pēc gemiusAudience metodoloģijas izmaiņām, kā arī sekojot jau iepriekš redzamajam trendam, sportacentrs.com apmeklētāju skaits no Phone ir augstāks, nekā no PC.

Interesanti, ka februāri, gada tsākajā mēnesī, interneta portāli visbiežāk piedzīvo apmeklētāju skaita kritumu, tomēr sportacentrs.com gadījumā šāds trends nav novērots. Tāpat arī redzams tas, ka sportacentrs.com nozīmīgi vairāk piesaista apmeklētājus visās platformās tad, kad Latvijas vai pasaules mērogā norisinās kādi nozīmīgi sporta notikumi.

Par gemiusAudience pētījumu

gemiusAudience pētījums tiek veikts, balstoties uz sarežģītu un mūsdienīgu metodoloģiju, kas nodrošina iespēju konstatēt reālo apmeklētāju skaitu, nevis sīkdatnes (cookies) vai IP adreses. gemiusAudience pētījums tiek veikts 30 valstīs Eiropā, Tuvajos Austrumos un Ziemeļāfrikā. Pētījuma mērķis ir noteikt interneta lietotāju skaitu, sociāli demogrāfisko profilu un veidu, kādā tie izmanto internetu: interneta lapas, audio un video materiālus, aplikācijas. Pētījums tiek veikts, saskaņā ar starptautisko tirgus un sociālo pētījumu kodeksu ICC/ESOMAR.



Lelde Avotiņa

Mob.t.: + 371 22497658
lelde.avotina@gemius.com

Gemius Latvia

Ģertrūdes iela 66-51
Rīga, LV-1009

www.gemius.lv