

Příloha č. 1

Soupis kmenových otázek při výzkumu

1. Zvažujete na některém z vašich webů zavést některý ze způsobů přímého zpoplatnění?
2. Jak byste popsali svou pozici na online inzertním trhu jakožto vydavatele?
3. Jakou pozici zastává prodej reklamy ve vaší společnosti?
4. Bavíme-li se o vaší společnosti, diskutujeme širokou síť různorodých webů. Jaké výhody z tohoto rozsahu v oblasti monetizace obsahu pro vás plynou?
5. Kombinujete v rámci svých reklamních ploch inzerci z různých reklamních sítí a různé způsoby prodeje? Můžete blíže přiblížit tuto skutečnost a uvést, čím se v kombinování těchto prvků řídíte?
6. V souvislosti s ekosystémem digitální reklamy jsou často skloňována jména různých prostředníků, které samy o sobě obsah nevytvářejí, ale agregují. Například Facebook a Google jsou pro publishery častokrát nepostradatelnými zdroji návštěvnosti. Jak se jejich přítomnost podepisuje na vaší práci?
7. Webové prostředí svou podstatou inzerentům umožnilo mj. pokročilou práci s daty nejrůznějšího charakteru, která mohou být využita různými způsoby. Jakou roli u vás v kontextu reklamy hrají data?
8. Jak přistupujete k uživatelům, kteří využívají AdBlocking?
9. Reklamní branži v online prostředí často provází otázky, spojené s pojmy Ad Fraud a Brand Safety. Jaký přístup k nim zaujímáte?
11. Síť Internet umožnila monetizovat obsah i velmi malým amatérským vydavatelům. Považujete je z komplexnějšího pohledu za hrozbu? Jaká je jejich role na trhu?
12. Co byste uvedl jako trend, kterým se budou média v oblasti reklamy směřovat?