KANTAR

Система измерения аудитории телевидения в Республике Беларусь

Александр Емельянов

Минск, ноябрь, 2020

KANTAR
Участники проекта
Date Here

Участники проекта

KANTAR, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Технология
Оборудование
Программное обеспечение
Обучение персонала

KANTAR\TNS CENTRAL ASIA, КАЗАХСТАН

Консалтинг на всех этапах запуска проекта
Обучение персонала\клиентов
Аналитика

MEDIAMETER, БЕЛАРУСЬ

Запуск системы измерения
Полный цикл поддержки работы системы измерения

Поддержка со стороны Kantar UK и TNS CA оказывается на этапах…

Установочное Исследование

Рекрут и поддержка работы измерительной панели

Построение IT-инфраструктуры для сбора и обработки данных

Настройка, установка и поддержка работы измерительного оборудования

Настройка и поддержка работы системы мониторинга ТВ

Настройка и поддержка работы клиентского программного обеспечения

Тренинги на всех этапах построения системы

Kantar\TNS Central Asia в Центральной Азии (Казахстан): общие сведения

1997	• Создание компании
2001	• Вхождение в международную исследовательскую группу TNS
2008	• Вхождение в международную группу Kantar

Области специализации

заказные маркетинговые исследования

измерение аудитории СМИ

мониторинг СМИ

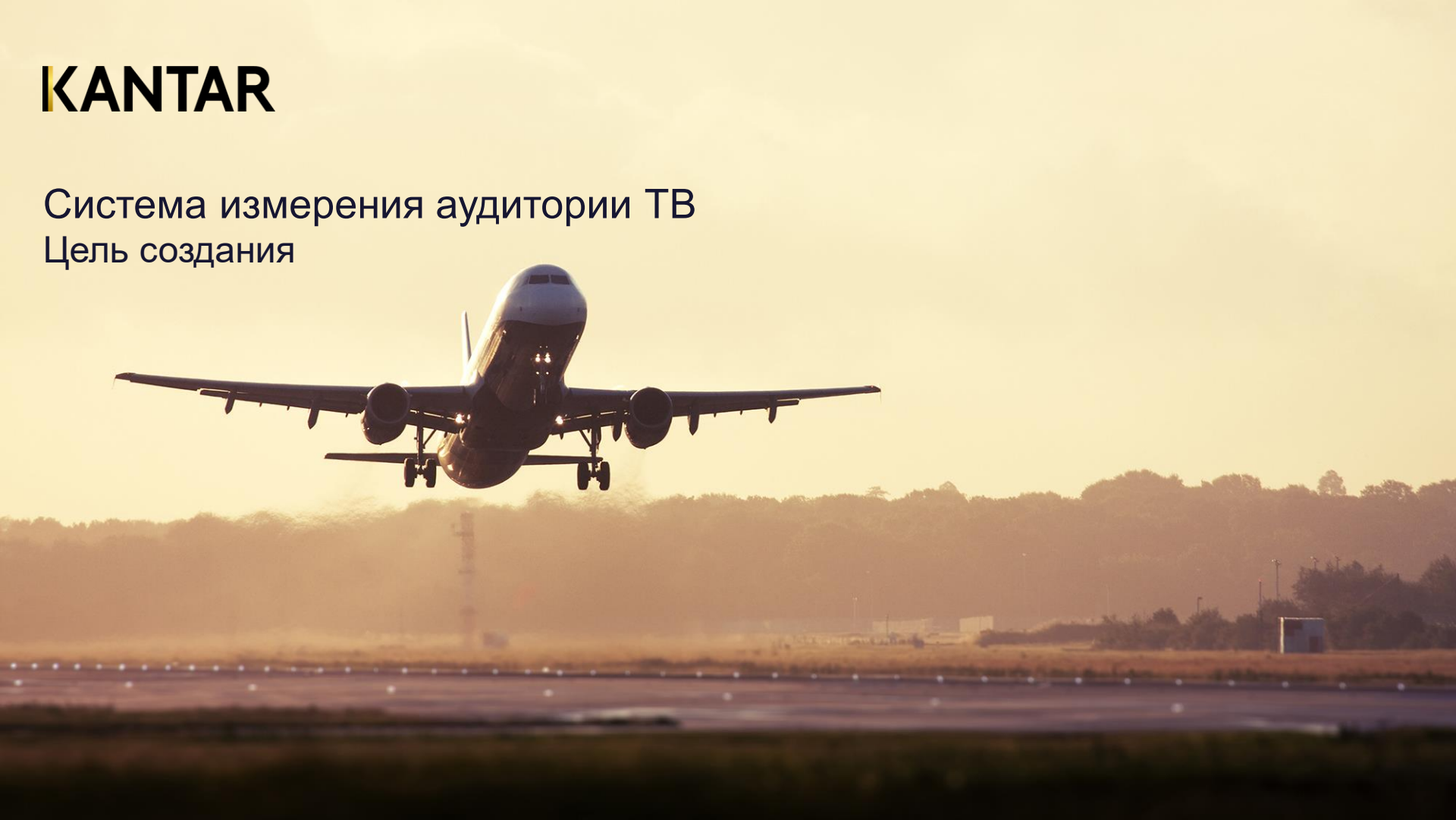
Количество сотрудников ≈ **100 человек**

Проекты по измерению аудитории ТВ: Казахстан, Таджикистан, Кыргызстан, Узбекистан

KANTAR

Система измерения аудитории ТВ

Цель создания



Измерение аудитории ТВ предоставляют жизненно важную информацию для:

Вещателей

- получают основной доход от продажи рекламного времени и им необходимо быть уверенными, что оно продается эффективно
- тратят миллионы на производство или покупку программ и им необходимо оценить эффективность этих инвестиций

Рекламодателей\Агентств

- тратят большие средства на планирование и покупку рекламного времени
- необходим определенный стандартный инструмент для размещения бюджетов

Государственных органов

- тратят средства на поддержку и развитие телевидения
- необходим инструмент для оценки эффективности затрат
- оценка эффективности государственной информационной политики

Измерение аудитории ТВ - это двигатель индустрии и валюта для расчетов

- Измерение ТВ аудитории отличается от других исследований, оно **движет индустрию**, доходы и затраты напрямую зависят от рейтингов

- Следовательно, необходимо создать общепринятую, точную, понятную и **независимую валюту** для расчетов между всеми участниками рынка

KANTAR

Построение и составляющие части Системы измерения аудитории Телевидения

Вопросы, на которые отвечает исследование

СКОЛЬКО ЛЮДЕЙ
СМОТРЯТ КАНАЛЫ И ПРОГРАММЫ?

В КАКОЕ ВРЕМЯ
СМОТРЯТ ТЕЛЕВИЗОР?

КАКОВ СОЦ-ДЕМ ПОРТРЕТ
ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ?

ГДЕ ЛУЧШЕ РАЗМЕСТИТЬ
РЕКЛАМУ БРЕНДА?

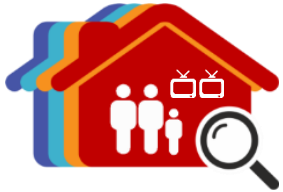
Две составляющие системы измерения аудитории ТВ

АУДИТОРНЫЕ ДАННЫЕ

МОНИТОРИНГ ЭФИРА

Технология сбора аудиторных данных

1 ФОРМИРОВАНИЕ ТВ-ПАНЕЛИ



2 РЕГИСТРАЦИЯ ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ

3 ОБРАБОТКА ДАННЫХ

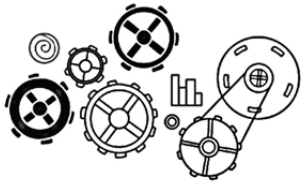
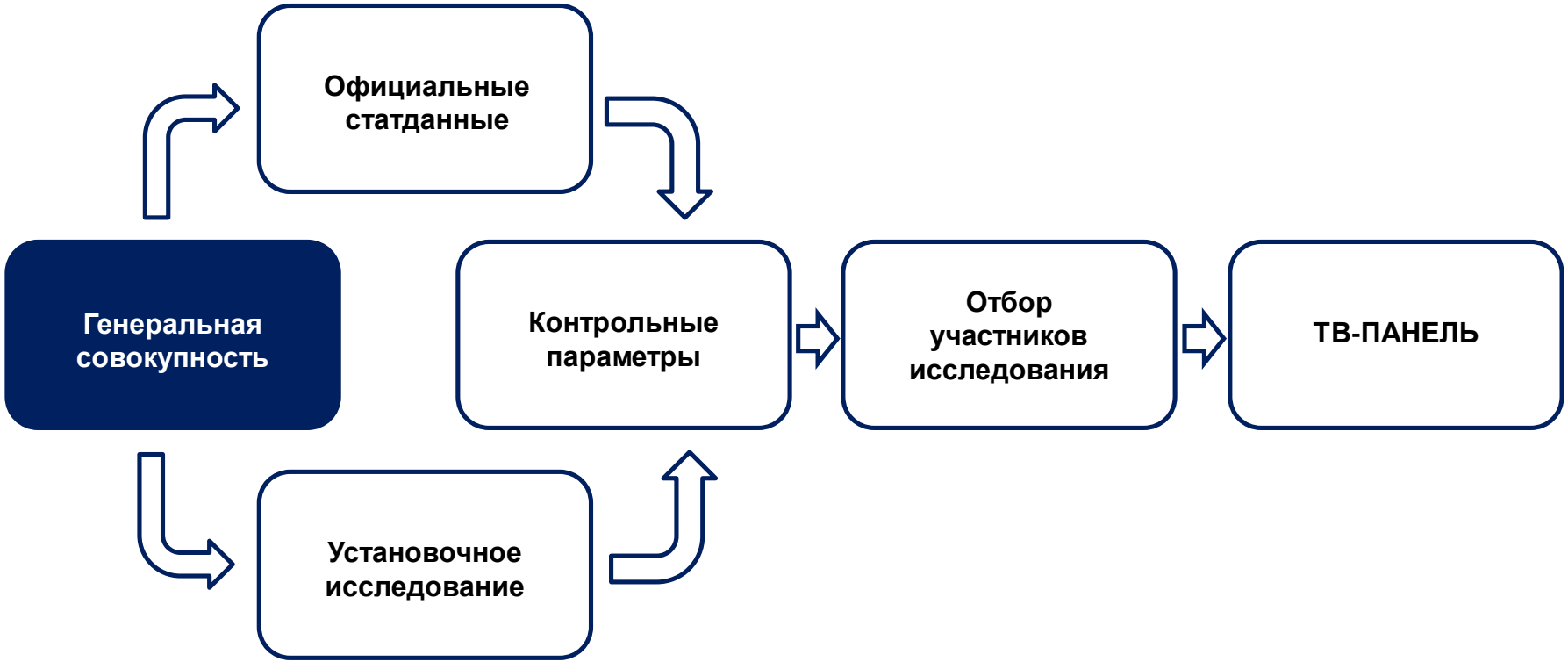
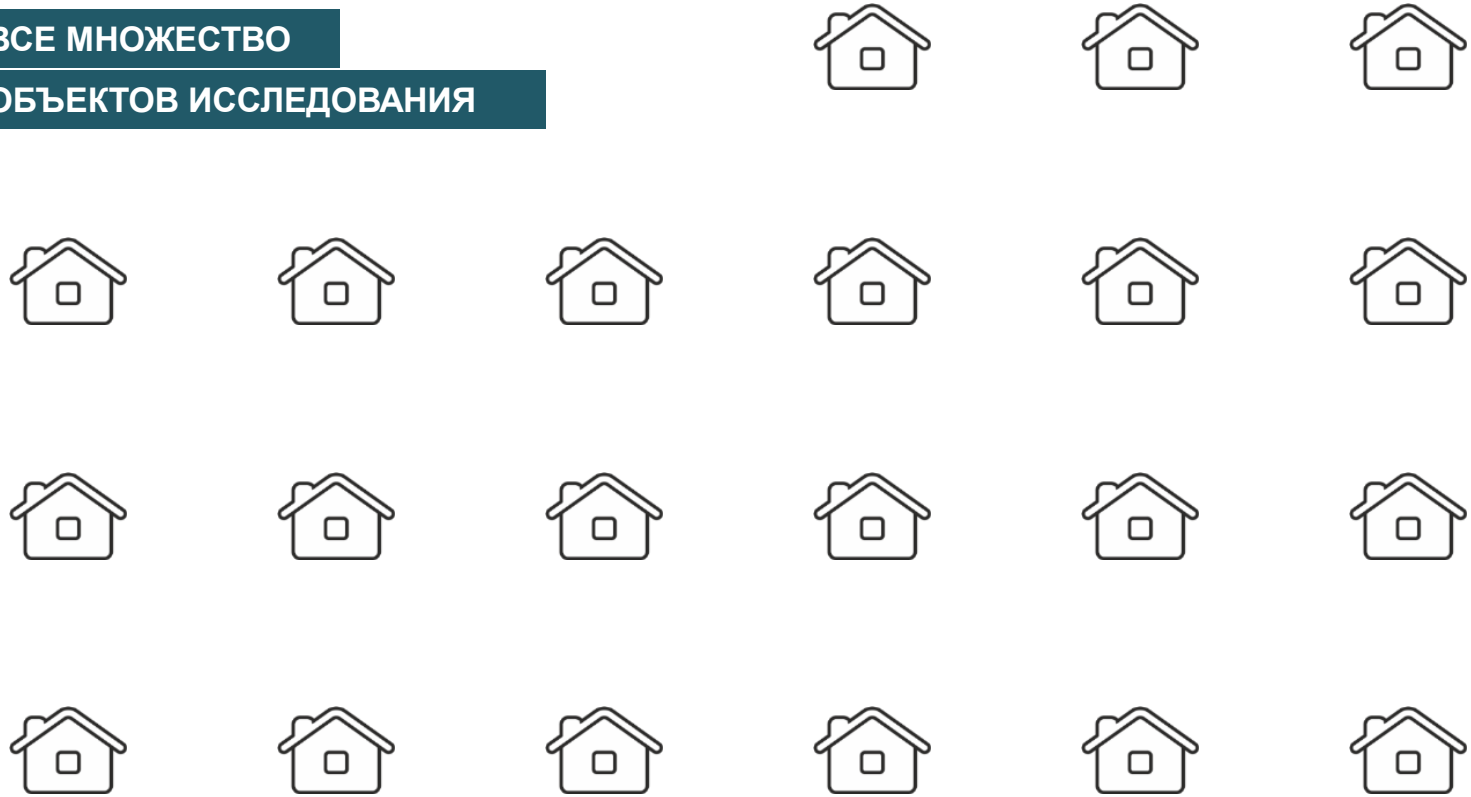


Схема формирования выборки



Генеральная совокупность

ВСЕ МНОЖЕСТВО
ОБЪЕКТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ



Выборка (панель)

ЧАСТЬ ОБЪЕКТОВ
ОТОБРАННЫХ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Репрезентативная выборка

Структура выборки

=

Структура населения

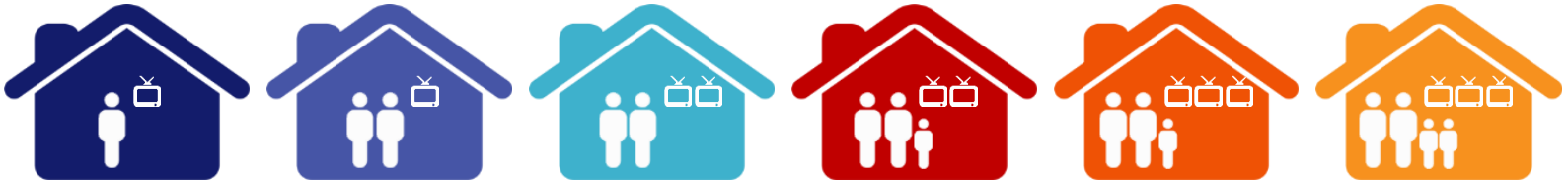


Схема формирования выборки

Установочное исследование (УИ)

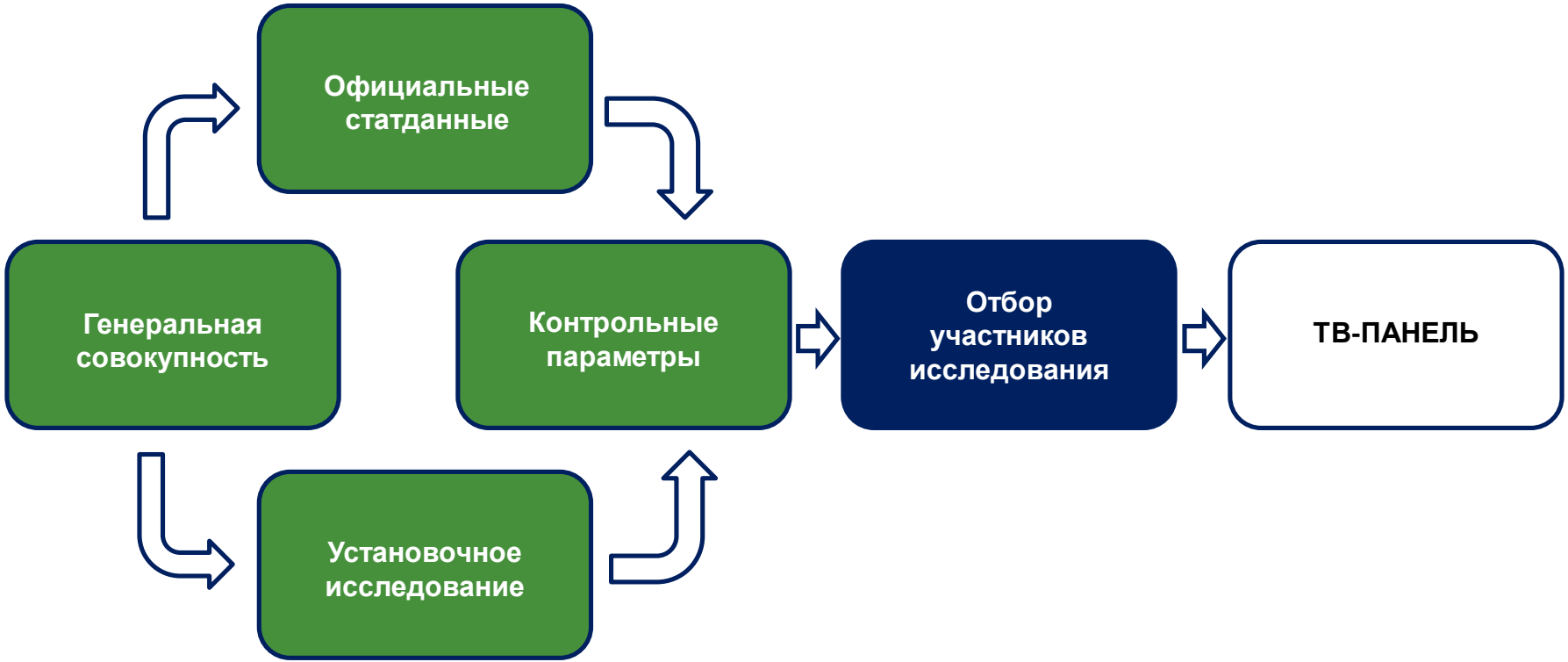
личные интервью\планшеты\телефонные интервью

Выявление ключевых параметров, влияющих на поведение телезрителей

Распределение контрольных параметров в измеряемой географии

База панельного резерва

Схема формирования выборки



Отбор участников исследования

ИСТОЧНИКИ

- база панельного резерва
- дополнительный рекрут

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

- согласие всех членов семьи
- заключение договора
- мотивация (подарочные сертификаты)

Постоянный контроль структуры выборки

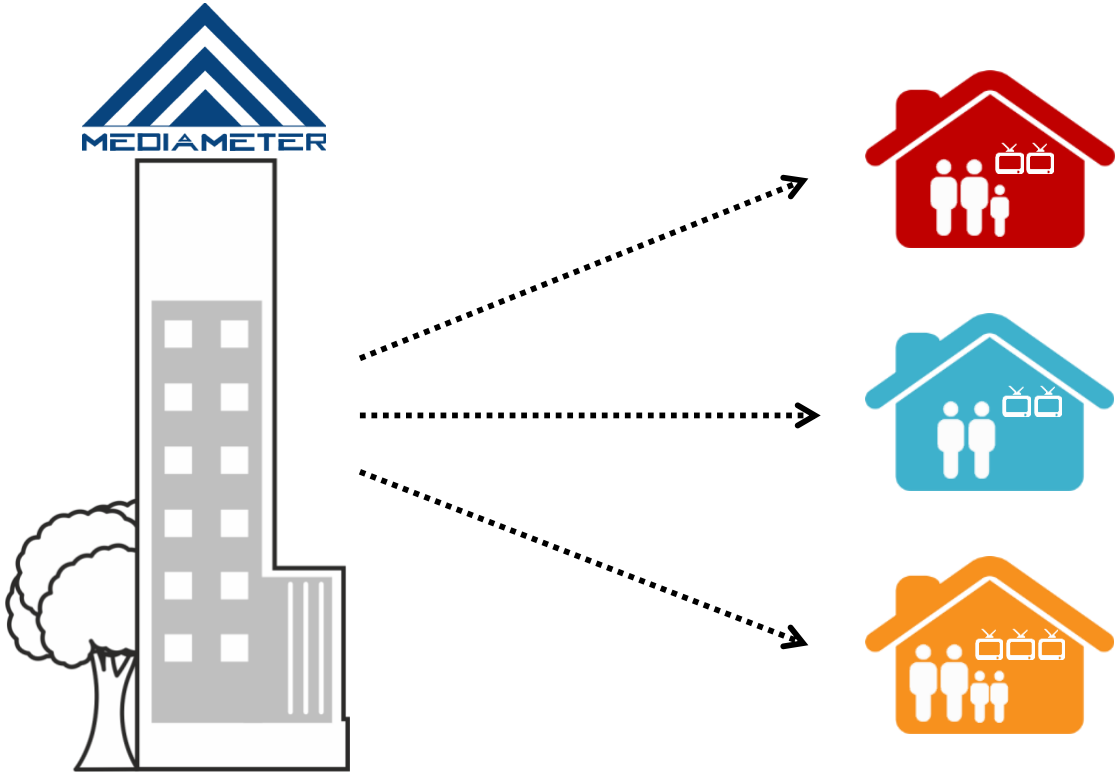
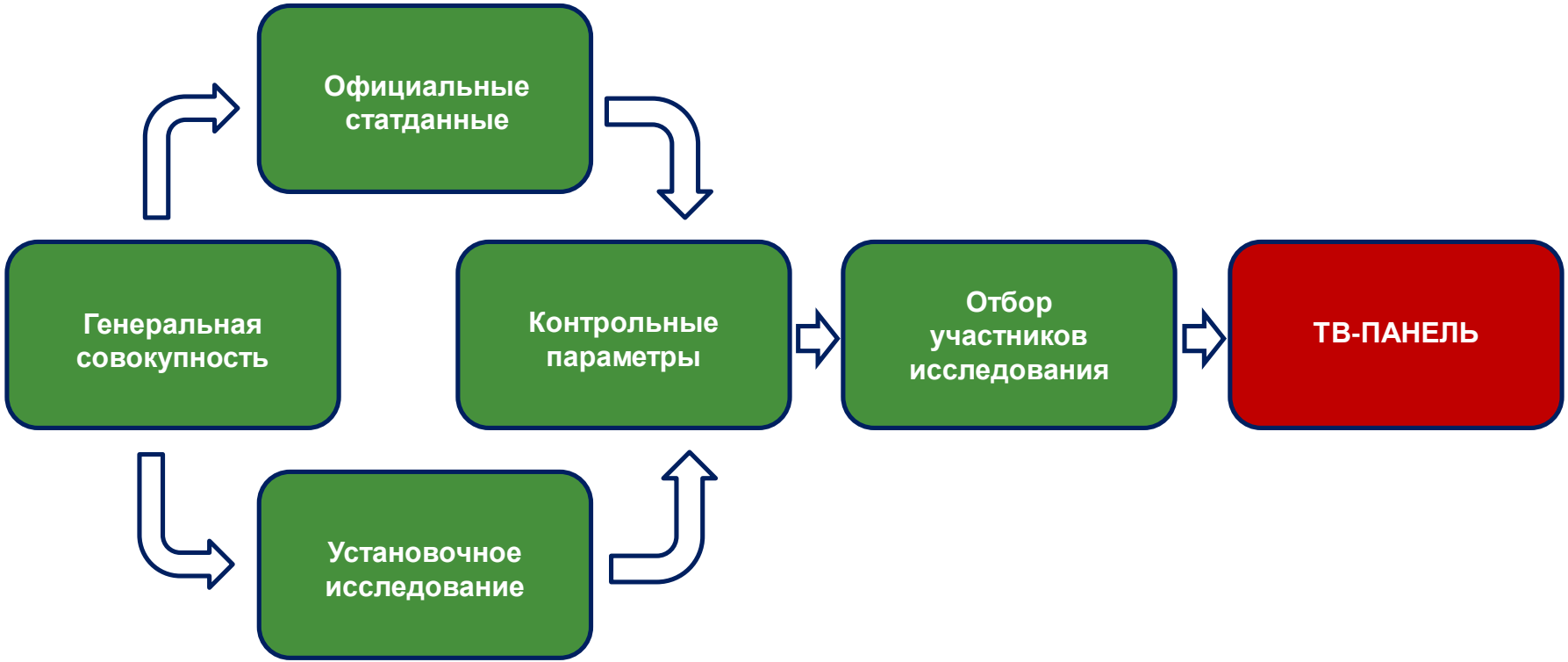


Схема формирования выборки



Прибор для регистрации телесмотрения

PeopleMeter™ 5000

Более **20 лет развития** технологии, **100 000 приборов** в **18-ти странах** мира

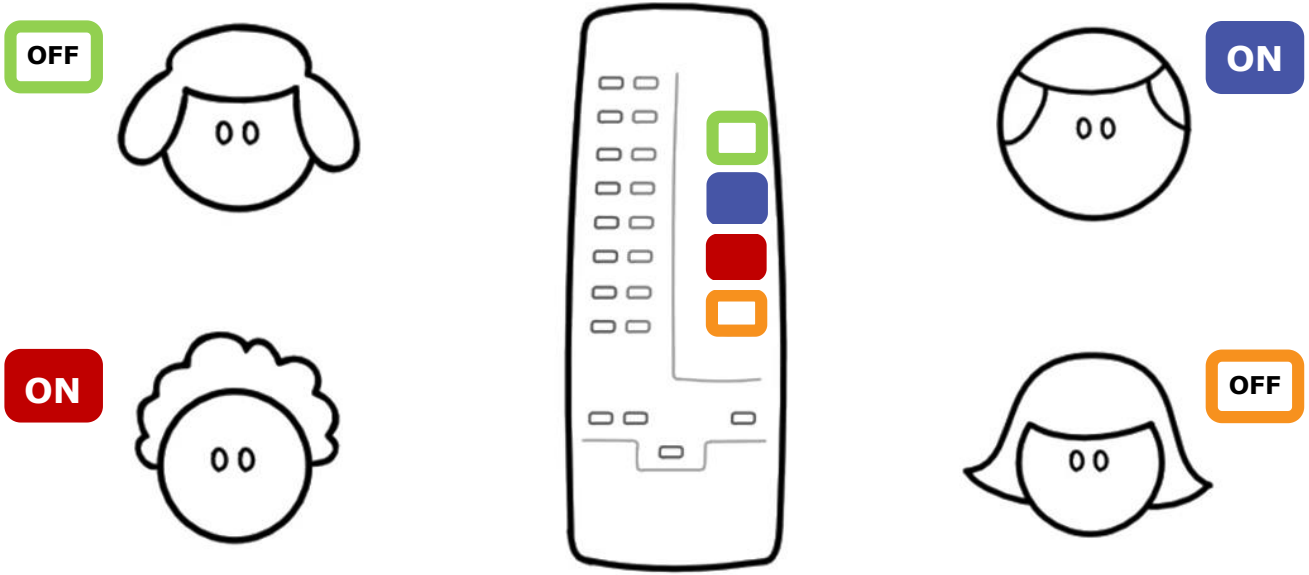
Обновленная версия CPU

Поддержка технологии watermark

Поддержка двух sim-карт

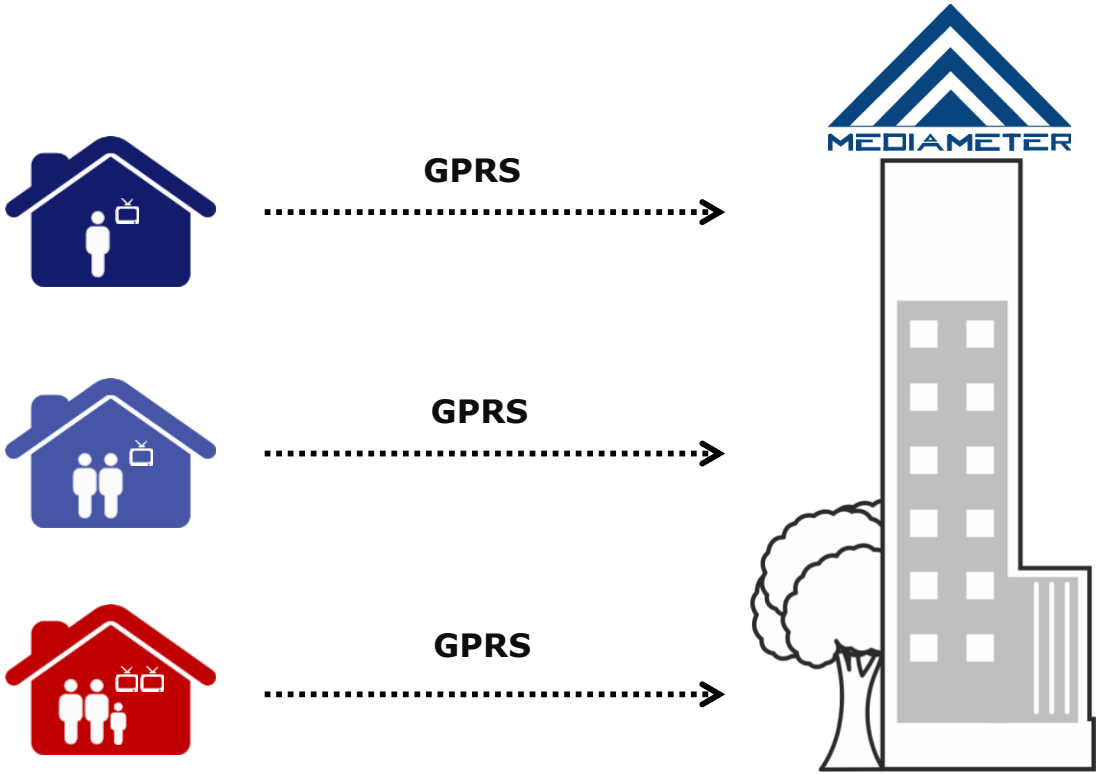
- ✓ **Распознавание смотрения по звуку – аудиоматчинг**
- ✓ **Не зависит от платформы вещания**
- ✓ **Точная идентификация телеканалов**
- ✓ **Большое количество телеканалов в измерении**
- ✓ **Измерение отложенного смотрения**
- ✓ **Поминутная идентификация смотрения**
- ✓ **Ежедневный сбор данных**

У каждого члена семьи — своя кнопка на пульте

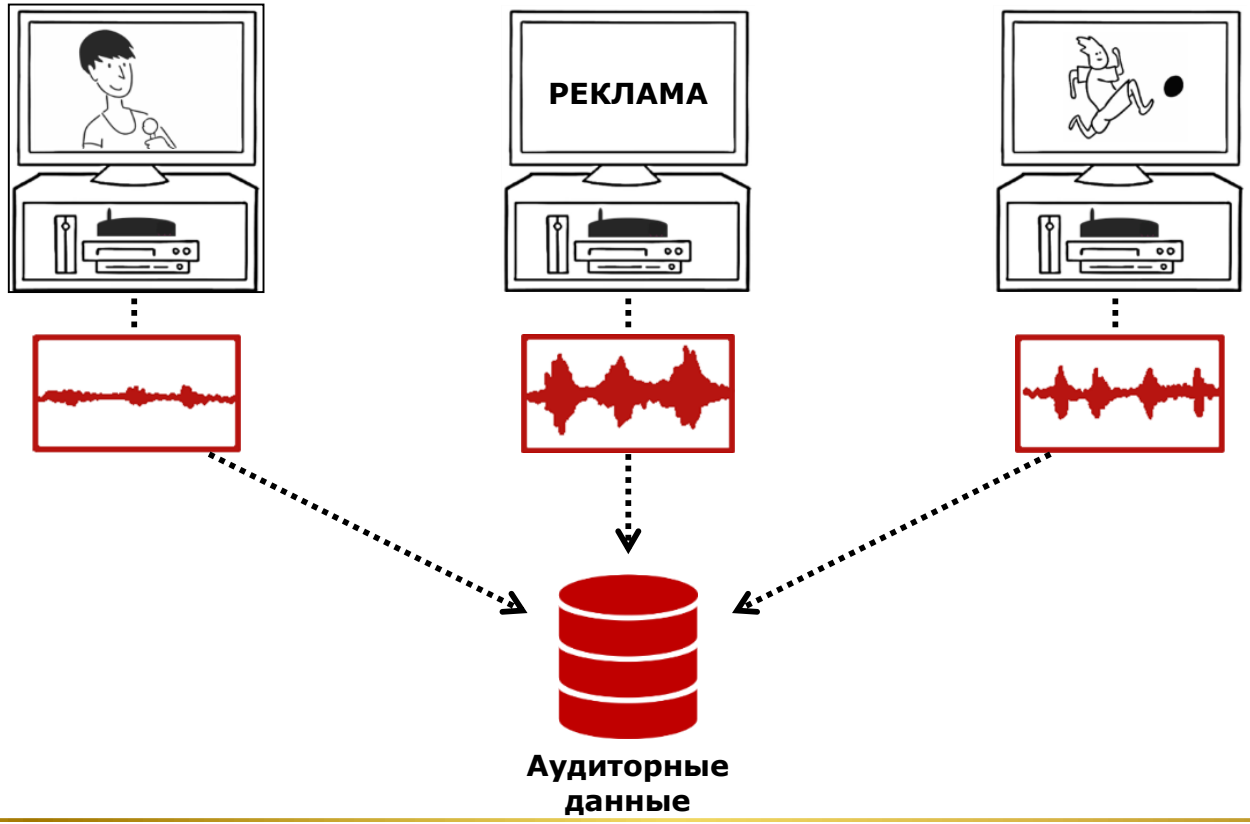


В данный момент телевизор смотрят два человека в семье

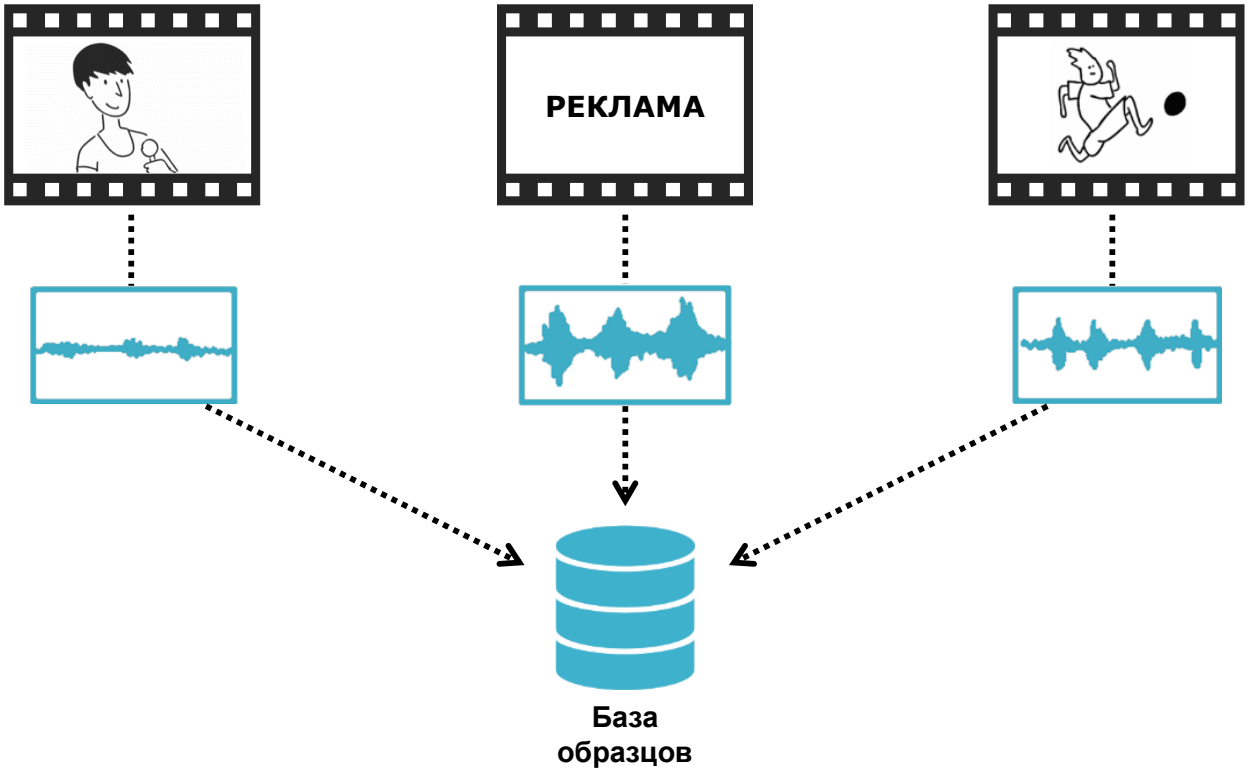
Передача данных для дальнейшей обработки



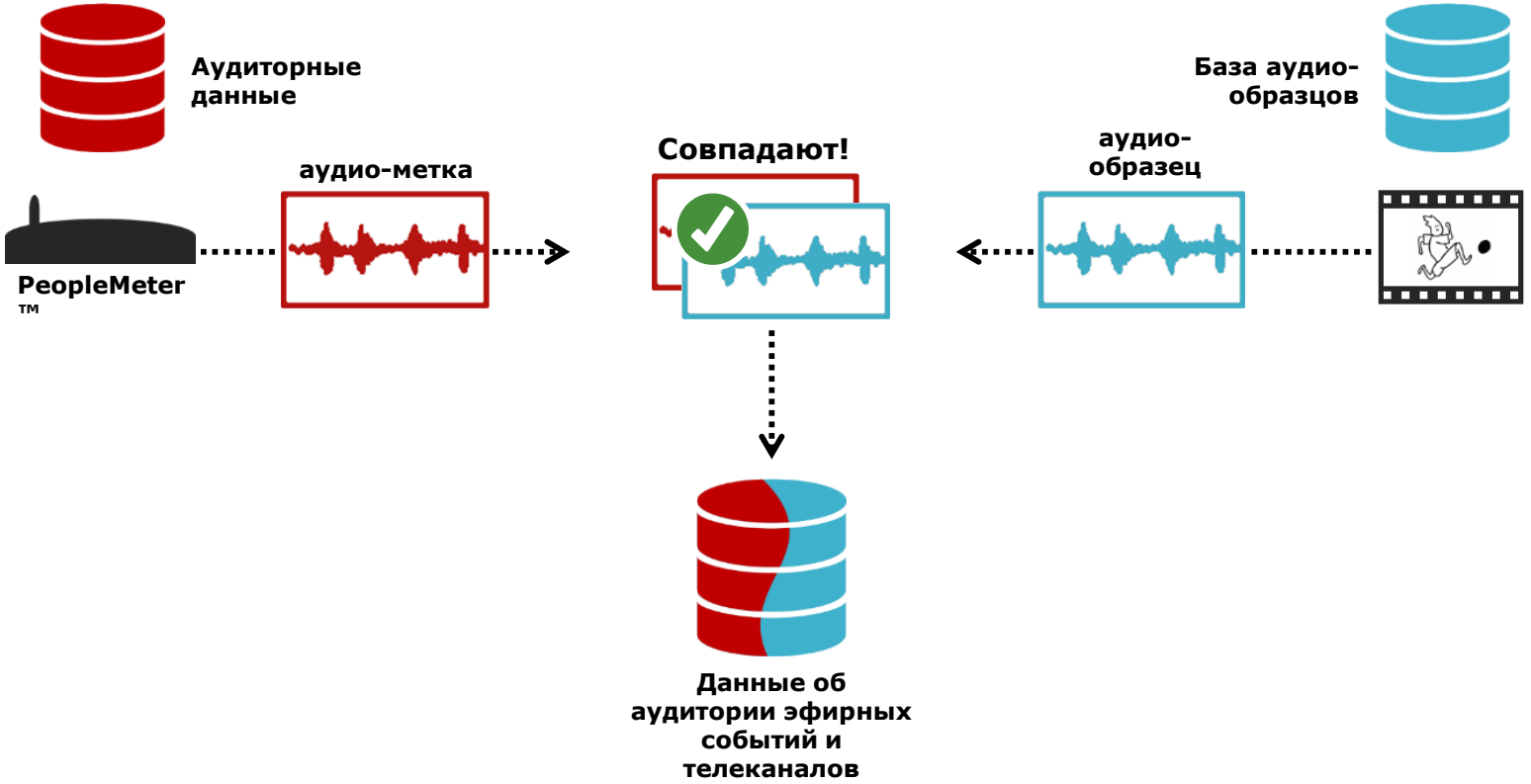
Пиплметр записывает аудио-метки эфирных событий



Сбор базы аудио-образцов измеряемых телеканалов

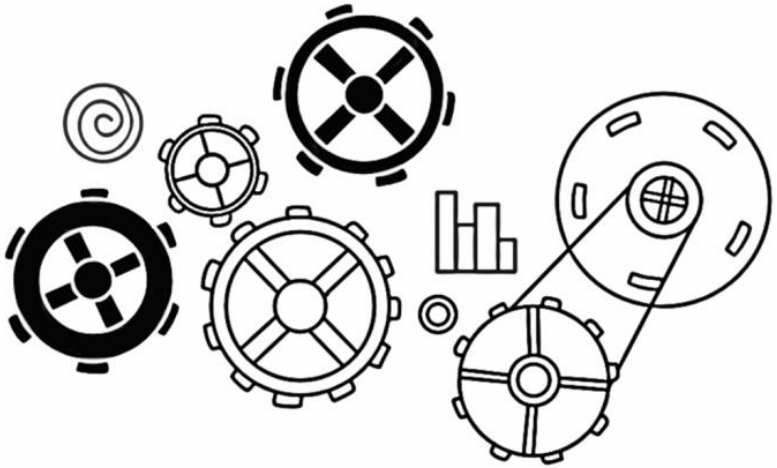


Audio Matching System



Обработка данных – Atria Pro (UK)

1 **ВАЛИДАЦИЯ ДАННЫХ**



Валидация данных

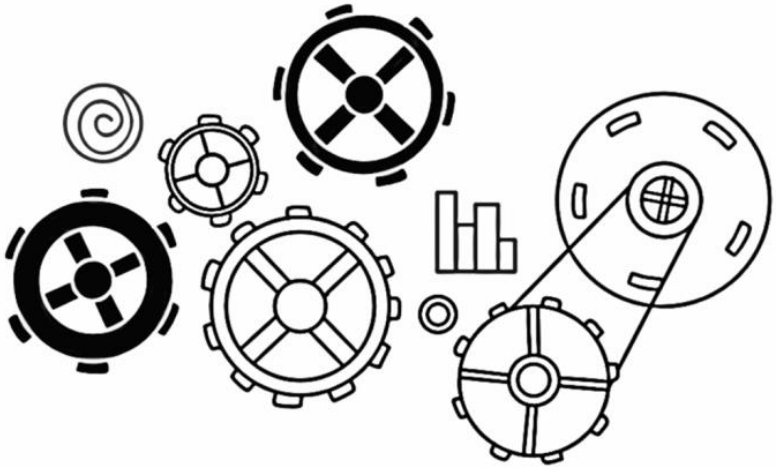
В КАКИХ СЛУЧАЯХ?

- **не сбор данных**
- **ошибки аппаратуры**
- **нарушение правил участия в исследовании**

Обработка данных

1 ВАЛИДАЦИЯ ДАННЫХ

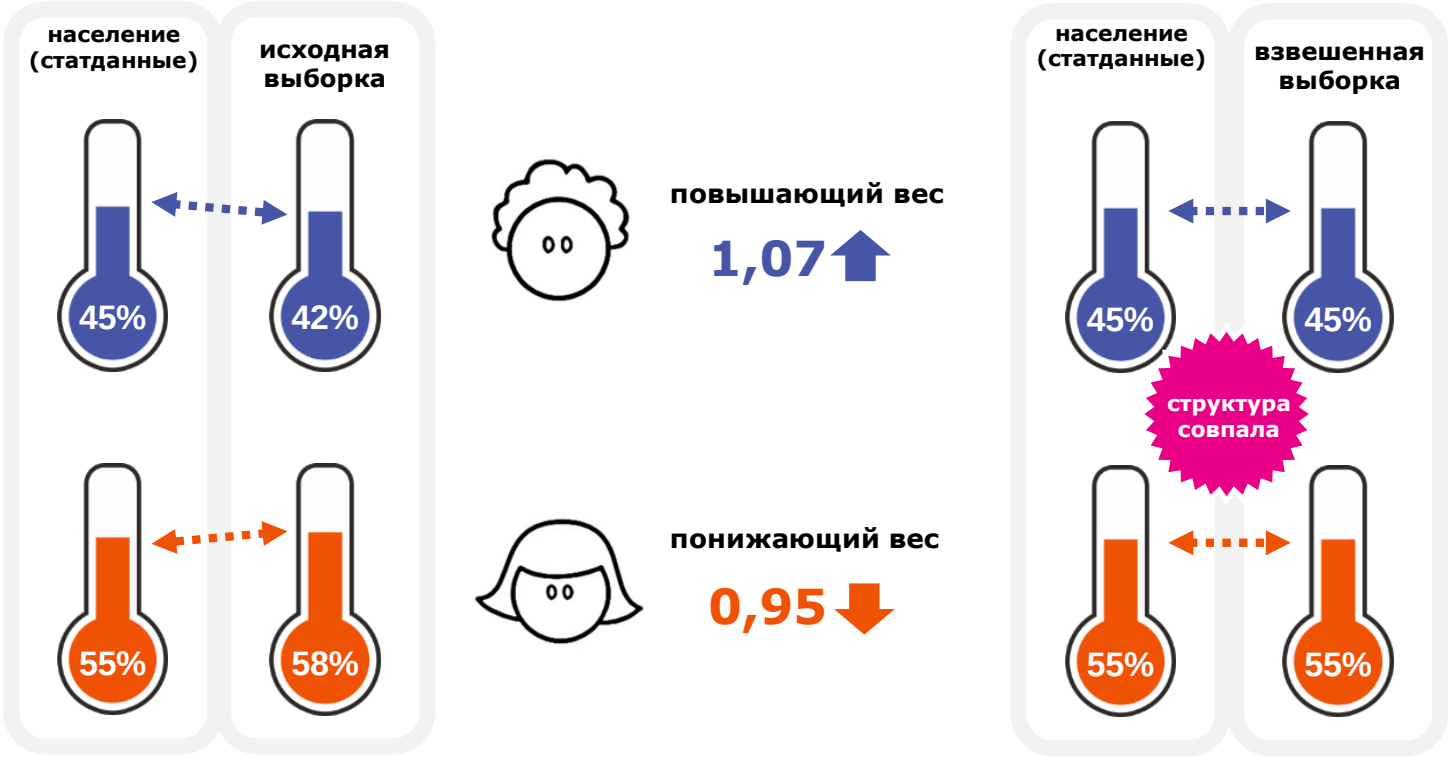
2 АГРЕГИРОВАНИЕ ДАННЫХ



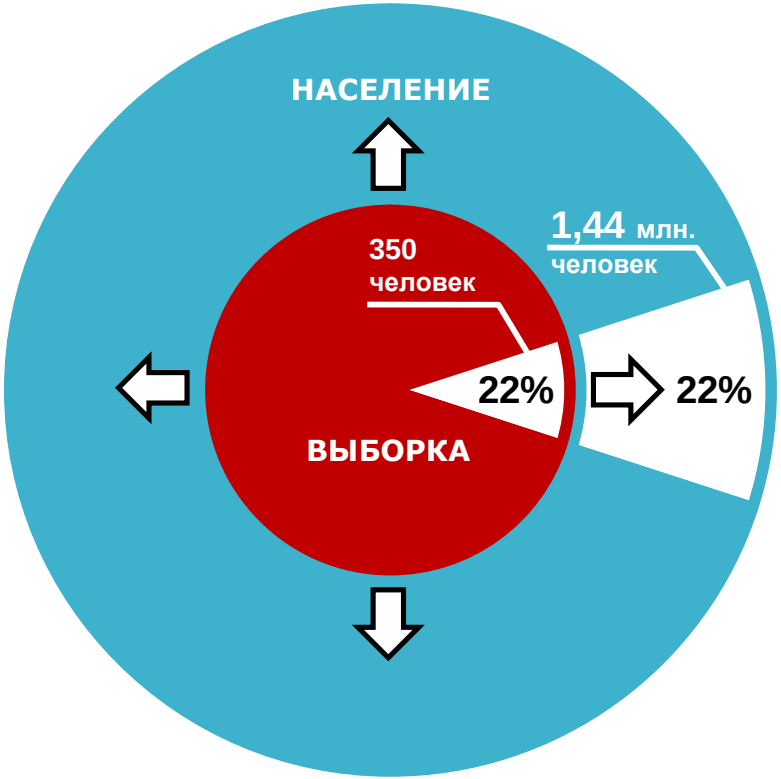
3 ВЗВЕШИВАНИЕ ДАННЫХ

4 ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ ДАННЫХ

Взвешивание данных



Экстраполяция данных



KANTAR

Мониторинг ТВ эфира

Задачи мониторинга ТВ эфира

Информация об эфирных событиях для систем измерения аудитории

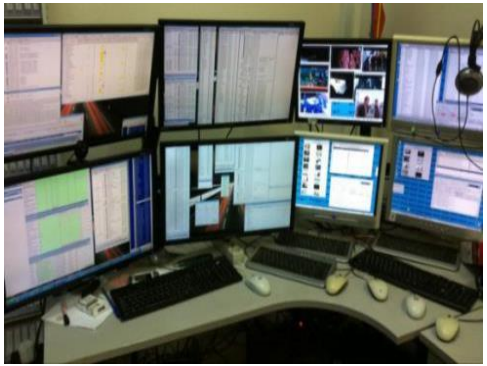
Аудит рекламных кампаний

Анализ конкурентной активности

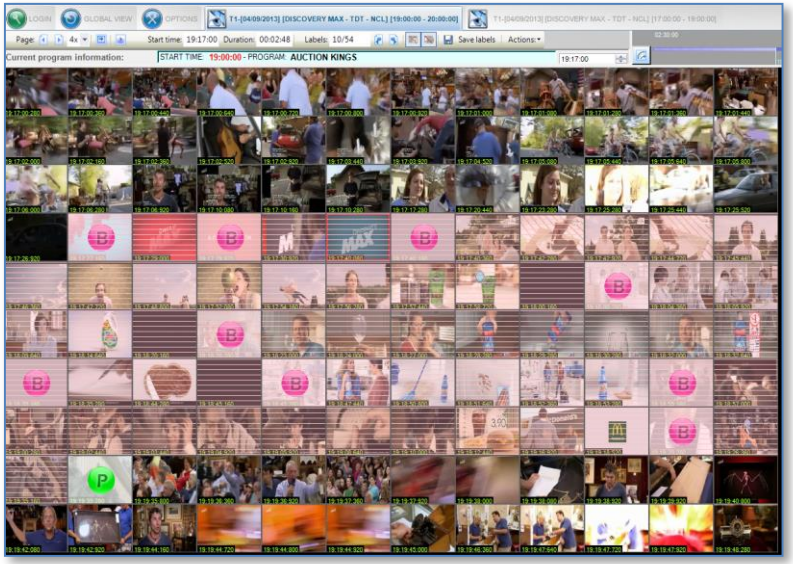
Мониторинг эфира

24 часа

круглосуточная цифровая запись



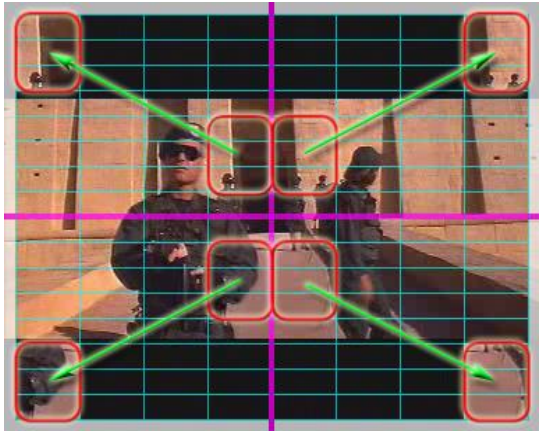
Сбор информации по эфирным событиям



- телепередачи
- рекламные ролики

Технология мониторинга эфира

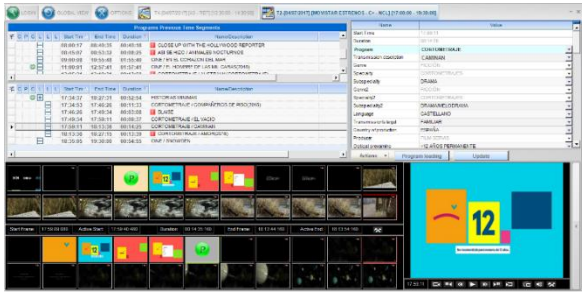
СИСТЕМА АВТОМАТИЧЕСКОГО РАСПОЗНАВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ



ПРОВЕРКА И КОРРЕКЦИЯ СДЕЛАННЫХ ЗАПИСЕЙ ОПЕРАТОРАМИ

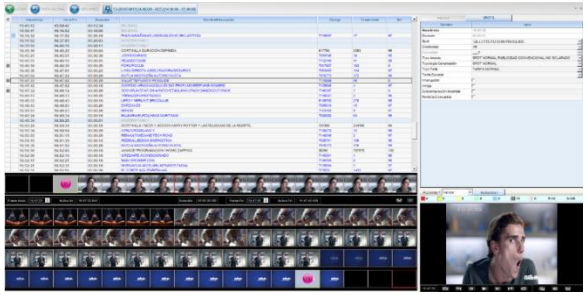
KANTAR

Атрибуты эфирных событий



АТРИБУТЫ ПРОГРАММ

- название
- дата
- телеканал
- время начала и окончания
- длительность
- жанр
- категория
- и т.д.



АТРИБУТЫ РЕКЛАМЫ

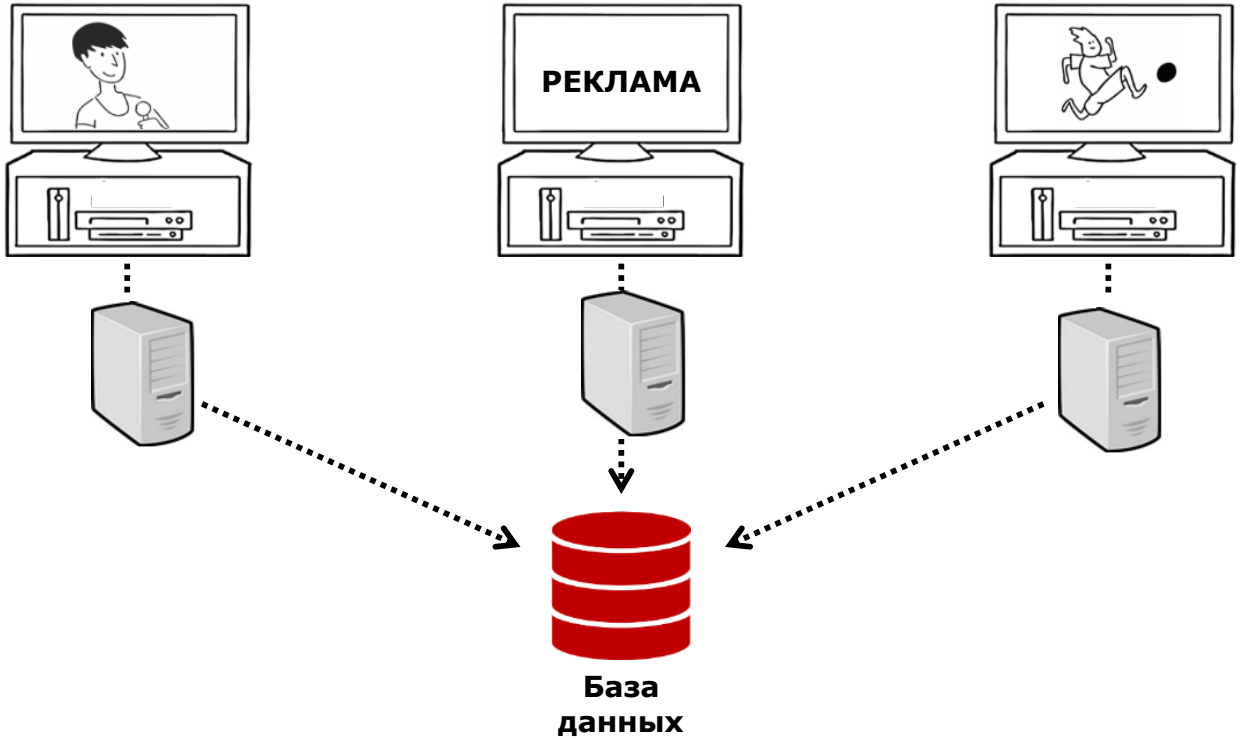
- рекламодатель
- марка
- товар или услуга
- тип рекламы
- и т.д.

Как аудитория приписывается эфирным событиям?

АУДИТОРНЫЕ ДАННЫЕ

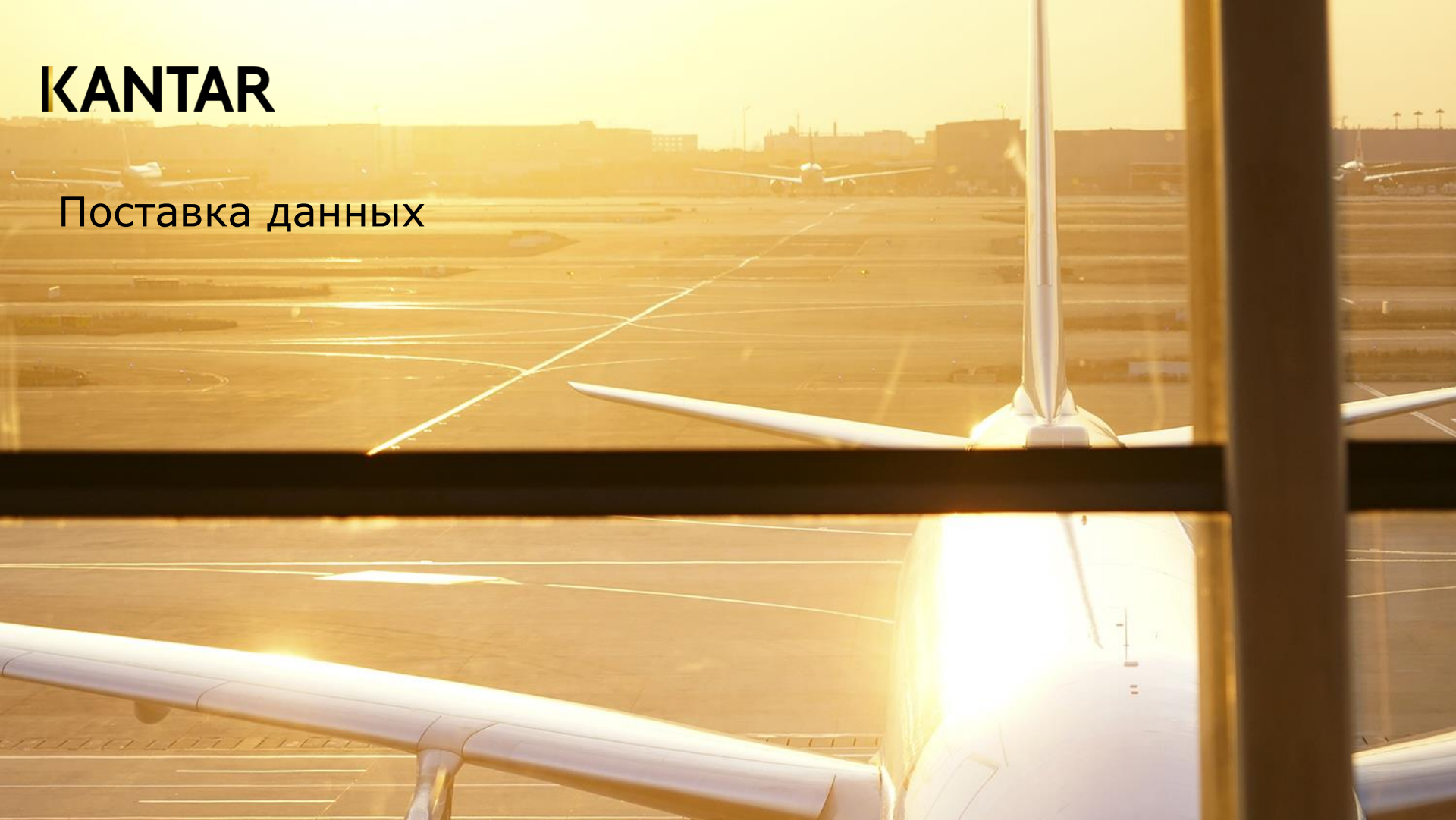
МОНИТОРИНГ ЭФИРА

Объединение данных



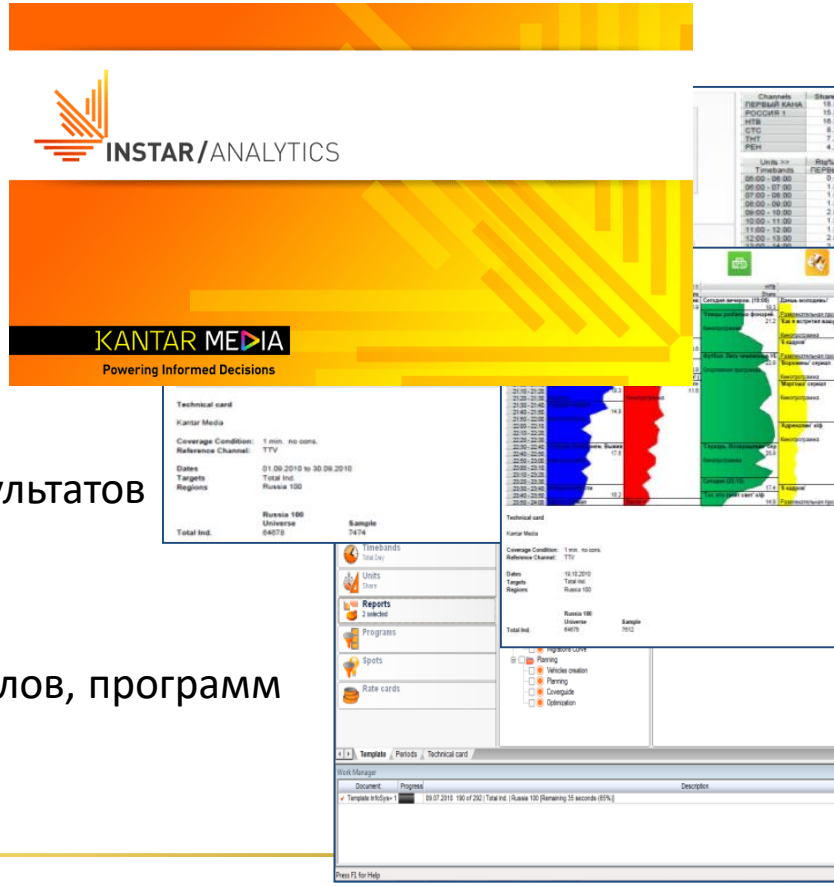
KANTAR

Поставка данных



Программное обеспечение для работы с данными
InStar Analytics

- Разработано в Kantar в Испании
- Работает в 40 странах мира
- Более 9 000 конечных пользователей
- Новый удобный интерфейс
- Мультизадачность
- Принцип «одного окна»
- Удобное графическое представление результатов
- Обновление через FTP-сервер
- Решает все необходимые задачи:
  - Анализ аудитории временных интервалов, программ
  - Анализ рекламных кампаний
  - Планирование рекламных кампаний



KANTAR

Основные возможности InStar Analytics

АНАЛИЗ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ АУДИТОРИИ

Оценка размера аудитории канала и программы в динамике

Анализ структуры аудитории

Переход аудитории внутри канала (от передачи к передаче)

Миграция и пересечение аудитории каналов и программ

Выявление проблемных интервалов вещания

Зависимость аудитории канала от конкурентного окружения

Основа для **прогнозирования рейтингов** передач и канала

ПЛАНИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Выявление телекомпаний, подходящих для целевой аудитории

Выбор рекламных блоков для размещения

Анализ конкурентной активности в товарной категории

Уточнение параметров рекламной кампании

Составление оптимального медиаплана

Анализ результатов рекламной кампании

Поддержка и консультирование клиентов

Тренинги по работе с ПО и данными

Консультации в режиме «горячей линии»

Участие в работе Индустрии

Развитие ПО в соответствии с требованиями клиентов

Система телеизмерения: четыре составляющие

репрезентативная панель

PeopleMeter™ 5000

KANTAR

технология и методология

инновационный подход

экспертиза и анализ

KANTAR

Генеральная совокупность и выборка исследования

Генеральная совокупность и выборка исследования

Городское население Республики Беларусь в возрасте 6 лет и старше

- ~ 7,3 миллиона человек
- ~ 77% населения Республики Беларусь
- объем выборки панели: 650 домохозяйств
- объем выборки Установочного Исследования: до 6 500 (3 250) интервью
- количество измеряемых телеканалов: до 30-ти телеканалов
- количество телеканалов в мониторинге: до 30-ти телеканалов