



Базовая терминология и статистики

Instar Analytics

Глоссарий статистик

<u>AgeAverage</u>	40	<u>Cost/CovEff</u>	33	<u>GRPsEff</u>	32	<u>RankEvents</u>	42
<u>AvAud(All)</u>	12	<u>Cost/GRP</u>	27	<u>In(000)</u>	24	<u>Rch(000)</u>	6
<u>AvAud(View)</u>	12	<u>Cost/GRPsEff</u>	34	<u>Insertion minute</u>	38	<u>Rch%</u>	6
<u>AvLenSes</u>	16	<u>Cost/ContEff(000)</u>	35	<u>Insertions</u>	8	<u>Rtg(000)</u>	4
<u>AvLoyalty</u>	44	<u>Cost/EffCov%</u>	36	<u>%Insertions</u>	29	<u>Rtg%</u>	4
<u>AvMRch(000)</u>	7	<u>Cov(000)</u>	19	<u>LeadIn</u>	24	<u>RtgView(000)</u>	50
<u>AvMRch%</u>	7	<u>Cov%</u>	19	<u>LeadOut</u>	24	<u>RtgView(%)</u>	50
<u>AvRch(000)</u>	7	<u>CPM</u>	28	<u>Loyalty</u>	44	<u>Sample</u>	10
<u>AvRch%</u>	7	<u>CPT</u>	28	<u>Mig(000)</u>	25	<u>Share</u>	5
<u>AvWkRch(000)</u>	7	<u>CTTV%</u>	41	<u>Mig(%)</u>	25	<u>TAud(000)</u>	15
<u>AvWkRch%</u>	7	<u>Days Activity</u>	21	<u>N(000)</u>	19	<u>TAud(All)</u>	13
<u>Broadcasts</u>	8	<u>Dupl(000)</u>	23	<u>N%</u>	19	<u>TAud(View)</u>	13
<u>Budget</u>	29	<u>Dupl%</u>	23	<u>N+(000)</u>	19	<u>TBIndex%</u>	46
<u>%Budget</u>	29	<u>Duration</u>	8	<u>N+%</u>	19	<u>TgAfin%</u>	47
<u>CChn%</u>	41	<u>Duration of the</u>	38	<u>Neff+(000)</u>	30	<u>TgSat%</u>	48
<u>Cont(000)</u>	20	<u>Insertions</u>		<u>Neff+%</u>	30	<u>TViewAcc(All)</u>	14
<u>ContEff(000)</u>	37	<u>ExcRch(000)</u>	18	<u>OTS</u>	20	<u>TViewAcc(Viewers)</u>	14
<u>Cost</u>	27	<u>ExcRch%</u>	18	<u>OTSEff</u>	20	<u>TypeCost</u>	31
<u>Cost/Cont</u>	27	<u>GoldMin</u>	43	<u>Out(000)</u>	24	<u>Universe</u>	10
<u>Cost/Cov</u>	33	<u>GoldMinVal</u>	43	<u>PUT(000)</u>	45	<u>Universe%</u>	49
<u>Cost/Cov%</u>	36	<u>GRP</u>	9	<u>PUT%</u>	45	<u>WAgeAverage</u>	40
		<u>%GRP</u>	29	<u>RankCategories</u>	42	<u>Weight</u>	31

Standard Units

Rtg(000) / Rtg%

Рейтинг

Rtg(000)

$$Rtg(000) = \frac{\sum_{day}^{period} \sum_{i=1}^n min_i^{day} \cdot weight_i^{day}}{\sum_{day}^{period} Min^{day}}$$

Rtg%

$$Rtg\% = \frac{\sum_{day}^{period} \sum_{i=1}^n min_i^{day} \cdot weight_i^{day}}{\sum_{day}^{period} Min^{day} \cdot \frac{Universe^{day}}{target}} \cdot 100$$

Рассчитываемое среднее количество человек, смотревших ТВ канал, определенный отрезок времени или конкретное эфирное событие от начала его трансляции до конца.

Средний процент населения, смотревшего ТВ канал, определенный отрезок времени или конкретное эфирное событие от начала его трансляции до конца.

- Programs
- Spots
- Programs minute by minute
- Crosstab
- Periods
- Vehicles
- Audience Curves
- Detail
- Competition units
- Programs Grid



Rtg (000)

Рейтинг можно описать как средний процент или среднее количество аудитории, смотревшей эфирное событие каждую минуту его длительности.

Share

Доля

Share

$$Share = \frac{Rtg\%_{канал}}{Rtg\%_{ТВ}} * 100$$

Количество зрителей определенного канала или программы как процент от общего числа людей, смотревших ТВ в целом, за определенный период.

Отличие рейтинга от доли:

Рейтинг & Доля

Rtg% & Share

$$Rtg\% = \frac{Rtg (000)}{\text{население}} * 100\%$$



$$Share = \frac{Rtg (000)}{\text{все телезрители}} * 100\%$$



Programs
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

Rch(000) / Rch%

Накопленный охват

Rch(000)

$$Rch(000) = \sum_{i=1}^n Contact_i^{period} * weight_i$$

Rch%

$$Rch\% = \frac{\sum_{i=1}^n Contact_i^{period} * weight_i}{Universe_{target}} * 100$$

Количество человек в анализируемой целевой группе, смотревших эфирное событие в течение определенного периода времени (определяется пользователем), по умолчанию в течение 1 минуты.

Процент населения в анализируемой целевой группе, смотревшего эфирное событие в течение определенного периода времени (определяется пользователем), по умолчанию в течение 1 минуты.

- Programs
- Spots
- Programs minute by minute
- Crosstab
- Periods
- Vehicles
- Audience Curves
- Detail
- Competition units
- Multiple Inheritance
- Programs Grid



! При расчете накопленного охвата каждый человек учитывается только один раз.

AvRch(000)/AvRch% / AvWkRch(000)/AvWkRch% / AvMRch(000)/AvMRch%

Средний охват

$$\text{AvRch\%} = \frac{\sum_{\text{day}} \frac{\sum_{i=1}^n \text{Contact}_i^{\text{day}} * \text{weight}_i}{\text{Universe}_{\text{target}}^{\text{day}}}}{\text{Days}} * 100$$

Количество человек в среднем в анализируемой целевой группе, смотревших эфирное событие в течение определенного периода времени (определяется пользователем), по умолчанию в течение 1 минуты.

AvRch(000) / AvRch%

Среднесуточный охват.

AvWkRch(000) / AvWkRch%

Средненедельный охват.

AvMRch(000) / AvMRch%

Среднемесячный охват.

Programs*
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

*Статистики AvWkRch(000), AvWkRch%, AvMRch(000), AvMRch% не используются в отчете Programs.

Broadcasts / Insertions / Duration

Broadcasts

Количество выходов программ.

Programs
Programs minute by
minute
Programs Grid
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units

Insertions

Количество выходов рекламных сообщений.

Spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Planning
Optimization
Detail

Duration

Длительность эфирного события (в секундах, минутах, часах).

Programs
Spots
Programs minute by
minute
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Planning
Detail
Competition units
Programs Grid

GRP

GRP

$$GRP = \frac{Cont(000)}{Universe} * 100$$

Gross Rating Point - сумма рейтингов роликов рекламной кампании.
1 GRP = 1 пункт рейтинга целевой аудитории.

Используется при покупке/продаже/расчете эффективности рекламной кампании.

GRP30 - GRP, приведенный к стандартной длительности (30 сек.).

Programs
Spots
Programs and spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Planning
Optimization
Detail

Sample / Universe

Sample

$$Sample = \frac{\sum_{day=1}^n \left(\sum_{indiv=1}^k 1 \text{ if } i \in \text{Target} \right)}{Days}$$

Количество опрошенных (участвующих в панели) респондентов.

Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

Universe

$$Universe = \frac{\sum_{day=1}^n \left(\sum_{indiv=1}^k Weight_i \text{ if } i \in \text{Target} \right)}{Days}$$

Генеральная совокупность или все население.

Viewing Units

AvAud(View) / AvAud(All)

Среднее время просмотра среди зрителей/населения

AvAud(View)

Среднее время просмотра среди зрителей (в секундах, минутах, часах).

$$\text{AvAud(View)} = \frac{\sum_{i=1}^n (\min_i * \text{weight}_i)_{\text{if } i \text{ satisfy ReahCondition}}}{\text{Days} * \text{AvRch}(000)}$$

AvAud(All)

Среднее время просмотра среди населения (в секундах, минутах, часах).

$$\text{AvAud(All)Sec} = \frac{\sum_{i=1}^n (\text{sec}_i * \text{Weight}_i)}{\text{Days} * \text{Universe}_{\text{target}}}$$

$$\text{AvAud(All)Min} = \frac{\sum_{i=1}^n (\min_i * \text{Weight}_i)}{\text{Days} * \text{Universe}_{\text{target}}}$$

$$\text{AvAud(All)Hour} = \frac{\sum_{i=1}^n (\text{hour}_i * \text{Weight})}{\text{Days} * \text{Universe}_{\text{target}}}$$

Programs
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

TAud(View) / TAud(All)

Общее время просмотра среди зрителей/населения

TAud(View)

$$TMins(View) = \frac{\sum_{i=1}^n (Min_i \times Weight_i)_{if\ i\ fulfills\ reach\ cond.}}{AvRch(000)}$$

Общее время просмотра среди зрителей (в секундах, минутах, часах).

Programs
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

TAud(All)

$$TAud(All)_{sec} = \frac{\sum_{i=1}^n sec_i * Weight}{Universe_{target}}$$

Общее время просмотра среди населения (в секундах, минутах, часах).

$$TAud(All)_{min} = \frac{\sum_{i=1}^n min_i * Weight}{Universe_{target}}$$

$$TAud(All)_{hours} = \frac{\sum_{i=1}^n hours_i * Weight}{Universe_{target}}$$

TViewAcc(Viewers) / TViewAcc(All)

Кумулятивное общее время просмотра среди зрителей/населения

TViewAcc(Viewers)

$$AcGRP = \frac{AcCont(000)}{Universe} \times 100$$

TViewAcc(All)

TViewAcc(Viewers) - общее количество секунд/минут/часов просмотра на одного зрителя за анализируемый период. Образуется путем деления общего количества секунд/минут/часов, просмотренных зрителями, на совокупный охват.

TViewAcc(All) - общее количество секунд/минут/часов просмотра на одного человека среди населения за анализируемый период. Образуется путем деления общего количества секунд/минут/часов, просмотренных зрителями, на генеральную совокупность.

Концепция статистик TViewAcc(Viewers) и TViewAcc(All) аналогична статистикам TAud(View) и TAud(All), но они дают более точное значение. Статистики TAud(View) и TAud(All) отображают данные, агрегированные на ежедневных аналогах, и не дают реального представления о среднем потреблении в течение длительного периода. Статистики TViewAcc агрегируют общее потребление за весь период и делят его на совокупный охват (TViewAcc(Viewers)) или Universe (TViewAcc(All)). Т.е. обе статистики TAud основаны на ежедневной панели, тогда как TViewAcc основаны на справочной панели для всех выбранных дней. Таким образом, если рассматривать только один день, когда панель будет одинаковой, то эти два блока будут давать одинаковый результат.

Crosstab
Periods
Vehicles
Detail

TAud(000)

Общее время просмотра всех зрителей

TAud(000)

Общее время просмотра (в секундах, минутах, часах) всех зрителей за анализируемый период.

$$TAud(000)_{sec} = \sum_i^{i \in individual} viewed_seconds_i * weight_i$$

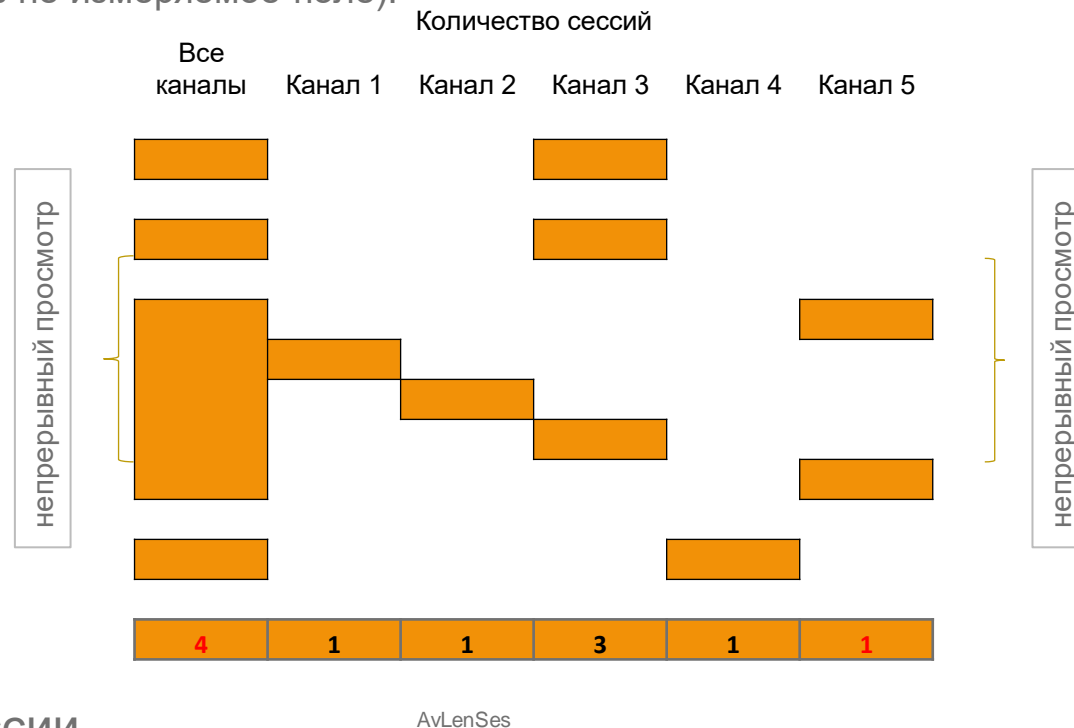
$$TAud(000)_{min} = \sum_i^{i \in individual} viewed_minutes_i * weight_i$$

$$TAud(000)_{hours} = \sum_i^{i \in individual} viewed_hours_i * weight_i$$

Programs
Spots
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

AvLenSes

Ses (Session) – сессия состоит из последовательных подключений с момента включения телевизора (или прихода с неизмеряемого поля) до его повторного отключения (или ухода в не измеряемое поле).



Средняя длительность одной сессии

AvLenSes

Средняя длительность одной сессии.

$$AvLenSes(S) = \frac{\sum_{i=1}^{Univ} SecsViewed_i^S * weight_i}{AvNumSes_S * AvRch_S}$$

- Programs
- Programs minute by minute
- Crosstab
- Periods
- Vehicles
- Audience Curves
- Detail
- Competition units
- Programs Grid

Reach & Freq Units

ExcRch(000) / ExcRch%

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ОХВАТ

ExcRch(000)

Количество человек в тыс. исследуемой целевой аудитории, которые среди всех анализируемых событий видели только это.

$$\text{ExcRch}(000) = \text{Rch}(000)_{\text{Sup group with the analyzed sup}} - \text{Rch}(000)_{\text{Sup group without the analyzed sup}}$$

Programs
Spots
Crosstab
Vehicles
Planning
Detail

ExcRch%

Это процент зрителей исследуемой целевой аудитории, которые среди всех анализируемых событий видели только это.

$$\text{ExcRch}\% = \frac{\text{ExcRch}(000)}{\text{Universe}_{\text{target}}} * 100$$

Cov(000)/Cov% / N(000)/ N% / N+(000)/N+%

Накопленный охват эфирных событий

$$\text{Cov}(000) \quad \text{Cov}(000) = \sum_{i=1}^n \text{Contact}_i^{\text{SupportPlan}} * \text{weight}_i$$

Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших хотя бы одно эфирное событие среди всех анализируемых.

$$\text{Cov}\% \quad \text{Cov}\% = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Contact}_i^{\text{Support plan}} * \text{weight}_i}{\text{Universe}} * 100$$

Процент населения исследуемой аудитории, видевшего хотя бы одно эфирное событие среди всех анализируемых.

$$\text{N}(000) \quad \text{N}(000)_n = \sum_i^{i \in \text{IndivCond}_n} \text{Weight}_i$$

Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших N эфирных событий среди всех анализируемых.

$$\text{N}\% \quad \text{N}\%_n = \frac{\sum_i^{i \in \text{IndivCond}_n} \text{Weight}_i}{\text{Universe}} * 100$$

Процент населения исследуемой аудитории, видевшего N эфирных событий среди всех анализируемых.

$$\text{N}+(000) \quad \text{N} + (000)_n = \sum_i^{i \in \text{IndContacted } N \text{ times or more } n} \text{Weight}_i$$

Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших N и более эфирных событий среди всех анализируемых.

$$\text{N}+\% \quad \text{N} + \% = \frac{\sum_i^{i \in \text{IndContacted } N \text{ times or more}} \text{Weight}_i}{\text{Universe}} * 100$$

Процент населения исследуемой аудитории, видевшего N и более эфирных событий среди всех анализируемых.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Crosstab
Vehicles
Planning
Coverguide
Detail

Cont(000) / OTS / OTSEff

Количество контактов / Средняя частота контакта

Cont(000)

$$Cont(000) = \sum_{i=1}^n Contact_i^{support} * weight_i$$

Количество контактов с эфирным событием (рекламным сообщением), выраженное в тыс.

Spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Planning
Detail

OTS

$$OTS = \frac{AcCont(000)}{Cob(000)}$$

Среднее количество контактов с эфирным событием, приходящихся на одного человека.

Programs
Spots
Crosstab
Vehicles
Planning
Coverguide
Detail

OTSEff

$$OTSEff = \frac{GRPEff}{CovEff\%}$$

Средняя частота, где учитывается коэффициент кривизны контактов.

Post Buy Detail
Evaluation Detail
Evaluation Summary

Days Activity

Days Activity

Рассчитывает количество дней, в которых выходило рекламное сообщение или передача за анализируемый период.

Programs
Spots
Crosstab

Duplication, Migration & Inheritance Units

Dupl(000) / Dupl%

Dupl(000)

	#1(000)	#2(000)	#N(000)
Sup1	Dupl(1,1)	Dupl(1,2)	...	Dupl(1,N)
Sup2	Dupl(2,1)	Dupl(2,2)	...	Dupl(2,N)
...	
SupN	Dupl(N,1)	Dupl(N,2)	...	Dupl(N,N)

Количество человек в тыс. исследуемой целевой аудитории, которые среди двух анализируемых событий (программ/каналов) видели оба.

Programs
Vehicles
Detail

Dupl%

	#1(000)	#2(000)	#N(000)
Sup1	Dupl(1,1)	Dupl(1,2)	...	Dupl(1,N)
Sup2	Dupl(2,1)	Dupl(2,2)	...	Dupl(2,N)
...	
SupN	Dupl(N,1)	Dupl(N,2)	...	Dupl(N,N)

Dupl (x,y) = Individuals that have contacted with the support x and y.

Процент зрителей от исследуемой целевой аудитории, которые среди двух анализируемых событий (программ/каналов) видели оба.

In(000) / LeadIn / Out(000) / LeadOut

In(000)

$$\text{In}(000)(S) = \sum_{ind} \text{Contact}_{ind}(S) * \text{Contact}_{ind}(S - 1) * \text{Weight}_{ind}$$

Количество человек в (000), которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и предшествующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя.

Programs
Programs minute by
minute
Vehicles

LeadIn

$$\text{LeadIn}\% = \frac{\text{In}(000)}{\text{Rch}(000)} * 100\%$$

Это процент людей, которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и предшествующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя, от видевших анализируемую программу (или интервал времени).

Out(000)

$$\text{Out}(000)(S) = \sum_{ind} \text{Contact}_{ind}(S) * \text{Contact}_{ind}(S + 1) * \text{Weight}_{ind}$$

Количество человек в (000), которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и последующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя.

LeadOut

$$\text{LeadOut}\% = \frac{\text{Out}(000)}{\text{Rch}(000)} * 100\%$$

Это процент людей, которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и последующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя, от видевших анализируемую программу (или интервал времени).

Mig(000) / Mig(%)

Mig(000)

$$\text{Mig}(000) = \sum_i^{i \in \text{IndivCond}} \text{Weight}_i$$

Статистика для анализа миграции. Статистика отображает количество человек в тысячах в соответствующем столбце (пришло, ушло, разница, рейтинг)

Migrations

Mig(%)

$$\text{Mig}\% = \frac{\sum_i^{i \in \text{IndivCond}} \text{Weight}_i}{\text{Universe}} * 100$$

Статистика отображает количество человек в % от численности исследуемой аудитории в соответствующем столбце (пришло, ушло, разница, рейтинг)

Cost & Planning Units

Cost / Cost/Cont / Cost/GRP

Стоимость размещения / Стоимость тысячи контактов / Стоимость пункта рейтинга

Cost

Стоимость размещения.

Рассчитывается по официальным прайс-листам ТВ каналов / Радиостанций без учета скидок, надбавок (включая НДС).

Выбор расчета стоимости осуществляется в опции Cost units for spots:

Spot cost – расчет стоимости по минутным прайс-листам;

Spot cost by GRP - расчет стоимости по GRP;

Spot cost consolidated - расчет стоимости с учетом стоимости минутного размещения и стоимости GRP.

Programs*

Spots

Programs minute by minute*

Crosstab

Vehicles

Audience Curves

Planning

Detail

Competition units*

Programs Grid*

Cost/Cont

Стоимость тысячи контактов.

$$\text{Cost/Cont} = \frac{\text{Cost}_{\text{support}}}{\text{Cont}(000)_{\text{support}}}$$

*Статистики Cost/Cont, Cost/GRP не используются в данных отчетах.

Cost/GRP

Стоимость пункта рейтинга (одного GRP).

$$\text{Cost/GRP} = \frac{\text{Cost}}{\text{GRP}}$$

CPM / CPT

CPM

$$CPM = \frac{Cost}{Rtg(000)}$$

Определяется как отношение стоимости программы (рекламного блока) к набранному рейтингу в (000).

Programs
Programs minute by minute
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

CPT

$$CPT = \frac{Cost}{Rtg\%}$$

Определяется как отношение стоимости программы (рекламного блока) к набранному рейтингу в %.

Budget / %Budget / %GRP / %Insertions

Budget	$Budget_{plan} = \sum_{i=1}^s Cost_i \times I_i$	Сумма, затраченная на размещение рекламных сообщений.	Planning
%Budget	$\%Budget = 100 \times \frac{Budget_i}{Budget_{plan}}$	Сумма, затраченная на размещение рекламных сообщений в носителе, в процентном соотношении от общей стоимости рекламной кампании.	
%GRP	$\%GRP'_s = 100 * \frac{Grp'_s_i}{Grp'_s_{plan}}$	Рейтинг, приписанный носителю, в процентном соотношении от общего значения GRP, которое нужно набрать для всех носителей.	
%Insertions	$\%Insertions = 100 * \frac{Insertions_i}{Insertions_{plan}}$	Количество выходов, приписанное носителю, в процентном соотношении от общего количества выходов во всех носителях.	

Neff+(000)/Neff+%

Neff+(000)

$$Neff + (000) = \sum_i^{Indiv} Cont_i^j * k$$

Neff+%

Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших эфирное событие N и более раз, при заданных параметрах степени восприятия.

Planning

Процент населения исследуемой аудитории, видевшего эфирное событие N и более раз, при заданных параметрах степени восприятия.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Определение эффективного охвата использует идею о том, что степень запоминания человеком рекламного сообщения напрямую зависит от скорости восприятия и/или от количества контактов с данным рекламным сообщением. Если скорость запоминания не установлена, то эффективный охват будет равен охвату (Neff = N). Двойной щелчок по опции Effective Reach открывает диалоговое окно, в котором можно задать параметры восприятия:

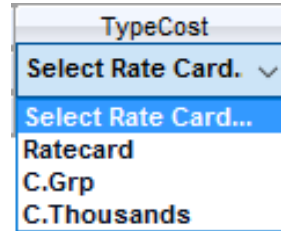
- Memorizing rate - скорость восприятия при первом контакте (максимальное значение = 1).
- N и more - количество контактов, при котором рекламное сообщение будет воспринято.
- Contact by contact – шкала, в которой можно задать значения скорости восприятия для разного количества контактов.

TypeCost / Weight

TypeCost

Тип стоимости размещения рекламных сообщений. Доступны следующие типы размещения:

Planning



Select Rate Card – выбор типа стоимости размещения по созданной ранее тарифной карте;
Ratecard – выбор типа стоимости размещения по минутному прайс-листу;
C.Grp – выбор типа стоимости размещения по GRP прайсу;
C.Thousands – выбор типа стоимости размещения за тысячу контактов;

Weight

$$\text{Weight} = \frac{\sum_{i=0}^{\text{numSupports}} \text{Weight}_i}{\text{numSupports}}$$

Вес соответствующего носителя. Планирование всегда основано на данных исторического периода. Пользователь имеет возможность настроить аудиторию, ожидаемую в будущем, путем уменьшения или увеличения веса. По умолчанию вес равен 100.

GRPsEff

GRPsEff

GRP, рассчитанный как сумма накопленных контактов (NEFF%+) для всех контактов

Crosstab
Post Buy Detail
Evaluation Detail
Evaluation Summary

$$GRPsEff = \sum_{n=1}^M NEff_n + \% + \left(GRPs_{Panel} - \sum_{n=1}^M N_n + \% \right) \cdot T(M)$$

где M - максимальный доступный контакт (выбирается из параметра GRPsEff или параметра другого блока контактов), а T(M) - значение кривой ответов для последнего контакта.

Cost/Cov / Cost/CovEff

Cost/Cov

$$Cost/Cov = \frac{Budget}{Cov(000)}$$

CPM_Alc

Post Buy Detail
Evaluation Detail
Evaluation Summary

Cost/CovEff

$$Cost/CovEff = \frac{Budget}{CovEff(000)}$$

CPM_Alc, где коэффициент кривой отклика учитывается для контактов.

Cost/GRPEff

Cost/GRPEff

$$Cost/GRPEff = \frac{Budget}{GRPEff}$$

CPM_Grp, где для контактов учитывается коэффициент кривой отклика.

Post Buy Detail
Evaluation Detail
Evaluation Summary

Cost/ContEff(000)

Cost/ContEff(000)

$$Cost/ContEff = \frac{Budget}{ContEff(000)}$$

CPP_Grp, где учитывается коэффициент кривой отклика для контактов.

Post Buy Detail
Evaluation Detail
Evaluation Summary

Cost/Cov% / Cost/EffCov%

Cost/Cov%

$$\text{Cost/Cov \%} = \frac{\text{Budget}}{\text{Cov\%}}$$

Стоимость покрытия в процентах.

Evaluation Detail
Evaluation Summary

Cost/EffCov%

$$\frac{\text{Cost}}{\text{EffCov}} \% = \frac{\text{Budget}}{\text{CovEff\%}}$$

Стоимость эффективного покрытия в процентах.

ContEff(000)

ContEff(000)

$$\text{ContEff}(000) = \frac{\text{GRPsEff} \cdot \text{Universe}}{100}$$

Эффективные контакты, в которых учитывается коэффициент кривой отклика.

Post Buy Detail
Evaluation Detail
Evaluation Summary

Duration of the Insertions / Insertion minute

Duration of the
Insertions

Показывает продолжительность каждого выхода. Например:
1*30/2*50 означает 1 выход продолжительностью 30 секунд и 2
выхода продолжительностью 50 секунд.

$$\text{InsertionDuration} = \text{Insertions}_1 \cdot \text{Duration}_1 / \text{Insertions}_2 \cdot \text{Duration}_2 / \text{Insertions}_3 \cdot \text{Duration}_3$$

Post Buy Detail
Calendar
Evaluation Detail
Evaluation Summary

Insertion minute

Минута выхода.

Other Units

AgeAverage / WAgeAverage

AgeAverage

$$\text{MedianAge} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Weight}_i * \text{Age}_i}{\sum_{i=1}^n \text{Weight}_i}$$

Средний возраст зрителя эфирного события. Определяется как среднее значение возраста зрителя, выбранного в ходе анализа.

Post Buy Detail
Evaluation Detail
Evaluation Summary

WAgeAverage

$$\text{MedianAge} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Weight}_i * \text{Seconds}_i * \text{Age}_i}{\sum_{i=1}^n \text{Weight}_i * \text{Seconds}_i}$$

Средний возраст зрителей с учетом времени просмотра.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Vehicles creation
Detail
Competition units
Programs Grid

CChn% / CTTV%

Вклад временного интервала в общий просмотр телеканала / Вклад временного интервала в общий просмотр всех телеканалов

CChn%

$$CChn\% = \frac{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{channel}^{timeband}}{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{channel}^{reference\ timeband}} * 100$$

Отношение продолжительности просмотра телеканала в исследуемом временном интервале к продолжительности просмотра этого же телеканала в контрольном временном интервале (например, в течение суток)

- ▲ CChn% [Total Day]
 - 🔗 Reference timeband: Total Day
 - 🔢 Decimals: 1
 - 🎨 Color

Programs
 Programs minute by minute
 Crosstab
 Periods
 Vehicles
 Audience Curves
 Detail
 Competition units
 Programs Grid

CTTV%

$$CTTV\% = \frac{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{channel}^{timeband}}{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{ITV}^{reference\ timeband}} * 100$$

Отношение продолжительности просмотра телеканала в исследуемом временном интервале к продолжительности просмотра всех телеканалов (Total TV) в контрольном временном интервале (например, в течение суток)

- ▲ CTTV% [ALL TV CHANNELS | Total Day]
 - 🔗 Reference Channel: ALL TV CHANNELS
 - 🔗 Reference timeband: Total Day
 - 🔢 Decimals: 1
 - 🎨 Color

RankEvents / RankCategories

RankEvents

Присваивает ранг эфирному событию, основываясь на показателях базовой статистики, выбранной в опции. У эфирного события с наибольшим показателем ранг = 1.

Programs
Spots
Vehicles
Audience Curves
Programs Grid

RankCategories

Присваивает ранг каждой строке кросс-таблице, основываясь на показателях базовой статистики, выбранной в опции. Опция Divide by позволяет выбрать параметр, который будет присваивать рейтинг по всем строкам или только по строкам в категории. У эфирного события с наибольшим показателем ранг = 1.

Crosstab

GoldMin / GoldMinVal

Золотая минута

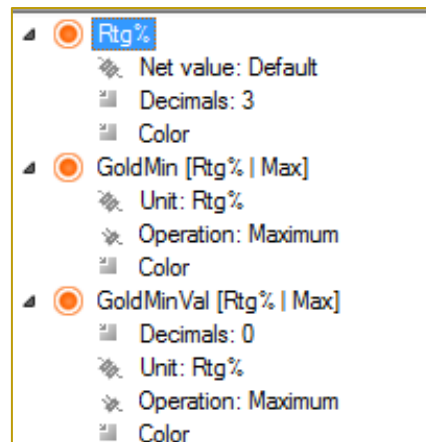
GoldMin

Показывает минуту программы (эфирного события), в которой показатель базовой статистики, выбранной в опции, принимает максимальное значение или минимальное значение.

Programs minute by
minute
Crosstab
Periods
Detail

GoldMinVal

Показывает значение базовой статистики, выбранной в опции, в золотой минуте.



Выбор базовой статистики в опции Unit можно осуществить только по тем статистикам, которые были выбраны в отчете.

Loyalty / AvLoyalty

Индекс лояльности

Loyalty

$$Loyalty = \frac{Rtg\%_{канал}}{Rch\%_{канал}} * 100$$

Это отношение средней аудитории в процентах к совокупной аудитории, также в процентах, за анализируемый период. Это дает представление о лояльности к каналу или программе. Более высокие числа означают, что зрители оставались на канале в течение длительного времени, тогда как меньшее число указывает на короткое время пребывания.

AvLoyalty

$$AvLoyalty = \frac{Rtg\%_{канал}}{AvRch\%_{канал}} * 100$$

Среднесуточная лояльность. Это средняя аудитория в процентах, деленная на среднесуточный накопленный охват.

Programs*
Programs minute by minute**
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

*Loyalty не используется в отчете Programs.

**Loyalty – не используется в данном отчете.

PUT(000)/PUT%

PUT(000)

$$\text{PUT}(000) = \sum_{i=1}^n \frac{\min_i^{TTV} * \text{Weight}_i}{\min_{\text{timeband}}}$$

Это средний рейтинг в тыс. всего ТВ в исследуемом временном диапазоне (когда состоялось эфирное событие).

Programs
Programs minute by minute
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

PUT%

$$\text{PUT}\% = \sum_{i=1}^n \frac{\min_i^{TTV} * \text{Weight}_i}{\min_{\text{timeband}} * \text{Universe}_{\text{target}}} * 100$$

Это средний рейтинг в % всего ТВ в исследуемом временном диапазоне (когда состоялось эфирное событие).

TBIndex%

Индекс временного интервала

TBIndex%

$$TBIndex\% = \frac{Share_{channel\ timeband}}{Share_{ref\ channel\ timeband}} * 100$$

Вклад исследуемого временного интервала в Долю канала.

Рассчитывается как отношение Доли канала в исследуемом временном интервале к Доле канала в рассматриваемом временном интервале.

Например, если TBIndex программы – 120, значит что ее доля на 20% превышает среднюю долю соответствующего канала.

Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

TgAfin%

Target Affinity

TgAfin%

$$\text{TgAfin\%} = \frac{\text{Rtg\%}_{chan}^{target}}{\text{Rtg\%}_{chan}^{ref\ target}} * 100$$

Отношение рейтинга эфирного события для анализируемой целевой аудитории и рейтинга этого события, посчитанного для выбранной базовой группы.

Используется для определения эффективности эфирного события для анализируемой демографической группы.

Среднее значение индекса = 100. Значение индекса больше 100 означает, что данное эфирное событие эффективно для анализируемой демографической группы.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Planning
Detail
Competition units
Programs Grid

TgSat%

Target Saturation

$$TgSat\% = \frac{Rtg(000) \text{ ЦА}}{Rtg(000) \text{ базовой}} \times 100$$

Процент демографической группы эфирного события / канала от аудитории данного события / канала.

Используется для определения демографического профиля эфирного события / канала.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

$$TgSat\% = \frac{[\sum_{i=1}^{target} min_i * weight_i]_{channel}^{timeband}}{[\sum_{i=1}^{Ref Target} min_i * weight_i]_{channel}^{timeband}} * 100$$

Universe%

Universe%

$$\text{Universe\%} = \frac{\text{Universe}_{\text{Target}}}{\text{Universe}_{\text{TargetRef}}} \cdot 100$$

Это отношение генеральной совокупности анализируемой целевой аудитории к генеральной совокупности базовой целевой аудитории, выраженное в процентах.

Programs
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Detail
Competition units
Programs Grid

Crosstab
Vehicles

RtgView(000) / RtgView(%)

RtgView(000)

$$\text{RtgView}(000) = \frac{\sum_{\text{day}}^{\text{period}} \sum_i^n \text{Contact}_i^{\text{day}} * \text{min}_i^{\text{day}} * \text{weight}_i^{\text{day}}}{\sum_{\text{day}}^{\text{period}} \text{SupportDuration}^{\text{day}}}$$

Note: - $\text{Contact}_i^{\text{day}}$: is 1 if the individual meets the contact condition, and 0 if it does not.

Внимание: $\text{Contact}_i^{\text{day}}$ равен 1, если участник соответствует условиям контакта, и равен 0, если не соответствует.

Рейтинг лиц, удовлетворяющих условию накопленной аудитории.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migration Curve
Detail

RtgView(%)

$$\text{RtgView}(\%) = \frac{\sum_{\text{day}}^{\text{period}} \frac{\sum_i^n \text{Contact}_i^{\text{day}} * \text{min}_i^{\text{day}} * \text{weight}_i^{\text{day}}}{\text{Universe}_{\text{target}}^{\text{day}}}}{\sum_{\text{day}}^{\text{period}} \text{Min}^{\text{day}}} * 100$$

Процент рейтинга лиц, удовлетворяющих условию накопленной аудитории, по сравнению с генеральной совокупностью.

BlkRtg(000) / BlkRtg%

BlkRtg(000)
(BlkGRP)

Это сумма GRP каждого носителя блока, выраженная в процентах. Эта статистика применяется при распределении кампаний с более чем одним носителем.

Spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Vehicles creation
Detail
Programs Grid

BlkRtg%
(BlkGRP%)

Это средняя аудитория блока, связанного с данным рекламным роликом, выраженная в процентах. Эта статистика доступна только в том случае, если в ежедневных файлах спотов присутствует атрибут Время начала/окончания блока.

$$BlkGRP_{Tab} = \sum_{Vehicle} BlkGRP_{Vehicle}$$