



Базовая терминология и основные статистики

ТВ

Радио

Группы статистик

- Общие термины
- Базовые статистики
- Временные статистики
- Индексы
- Рекламные статистики



Общие термины

Общие термины

- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (Target audience) - определенная группа людей, на которую направлена рекламная кампания
- ЭФИРНОЕ СОБЫТИЕ - выход в эфир передачи, рекламного блока или ролика
- TIME BAND (Временной интервал) – определенный заданный период времени в течение суток
- UNIVERSE - генеральная совокупность или все население
- SAMPLE - количество опрошенных (участвующих в панели) респондентов

Общие термины / Universe (000) / Sample

Targets	Universe	Sample
Total Ind.	7177	1681
Total Ind. Sex(Male)	3296	662
Total Ind. Sex(Female)	3881	1019
Total Ind. Age Groups(6-9 years)	275	49
Total Ind. Age Groups(10-17 years)	1041	183
Total Ind. Age Groups(18-29 years)	1656	326
Total Ind. Age Groups(30-39 years)	1384	326
Total Ind. Age Groups(40-54 years)	1550	422
Total Ind. Age Groups(55+ years)	1271	376



Основные статистики

Базовые

Базовые статистики

- **Rating (Rtg(000))** – аудитория передачи (временного интервала, ТВ канала, Радиостанции). Выражается в тысячах человек
- **Rating (Rtg%)** – рейтинг передачи (временного интервала, ТВ канала, Радиостанции)
- **Reach (Rch(000))** – накопленный охват (временного интервала, ТВ канала, Радиостанции) в тысячах человек.
- **Reach (Rch%)** – накопленный охват (временного интервала, ТВ канала, Радиостанции) в %.
- **AVERAGE REACH (AvRch)** – средний охват (временного интервала, телеканала) в % или в тысячах человек.
- **EXCLUSIVE REACH (ExcReach)** – эксклюзивный охват (временного интервала, события) в % или в тысячах человек.
- **SHARE** – доля аудитории

Базовые статистики / Рейтинг (Rating) / Rtg (000)

Rtg (000)— рассчитываемое количество человек, смотревших ТВ канал / Радиостанцию, определенный отрезок времени или конкретное эфирное событие от начала его трансляции до конца.

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

Базовые статистики / Рейтинг (Rating) / Rtg (%)

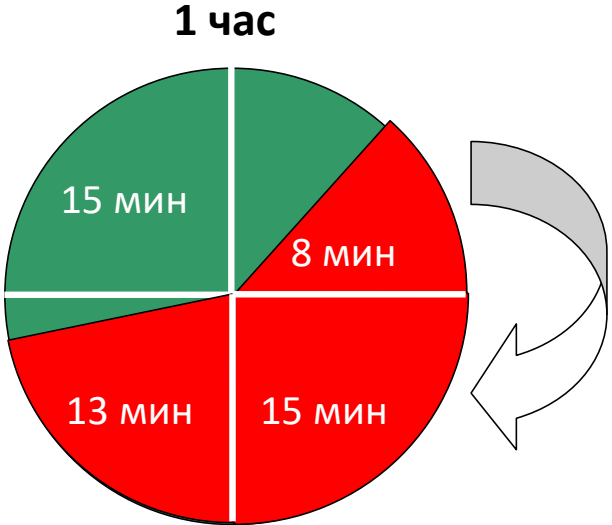
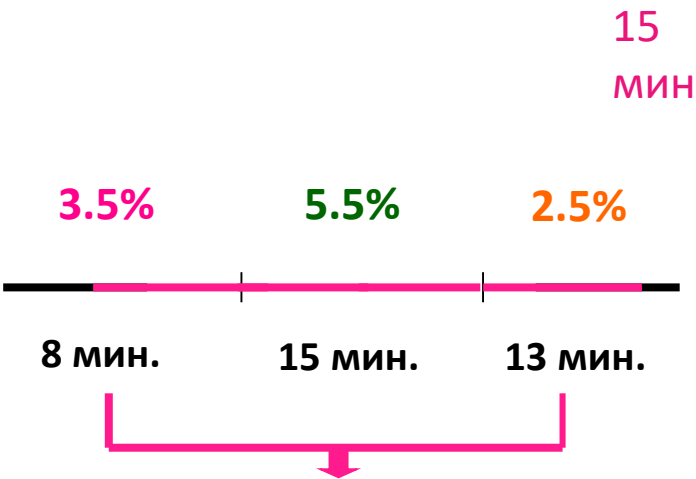
Rtg% / РЕЙТИНГ – средний процент населения, смотревшего определенный временной интервал / эфирное событие.

Это процентное соотношение аудитории, которая видела/слышала эфирное событие в данный момент времени ко всей аудитории, которая имела возможность ее видеть/слышать

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

Базовые статистики / Рейтинг (Rating) / Rtg (%)

ПРИМЕР



$$\text{Rtg\%} = \frac{(3.5 * 8) + (5.5 * 15) + (2.5 * 13)}{36 \text{ мин.}} = 3.9\%$$

$$\text{Rtg\%} = 3.9\%$$

Базовые статистики / Рейтинг каналов Rtg(000)/Rtg(%)

Channels	Rtg(000)	Rtg%
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОРТ-КАЗ	93	1,29
КТК	79	1,10
31 КАНАЛ	57	0,80
НТК	51	0,71
КАЗАХСТАН	41	0,58
СЕДЬМОЙ КАНАЛ	37	0,52
МИР	32	0,45
АСТАНА	32	0,44
ХАБАР	28	0,39
Балапан	15	0,21
ОН-ТВ/ТАН	9	0,12
ХАБАР 24	8	0,11
АЛМАТЫ / ЮСА	6	0,09
Gakku	5	0,07
СТВ/РАХАТ	5	0,06
HIT TV (SHANAR MEDIA GROUP)/SHANAR	4	0,06
КАЗСПОРТ	4	0,05
MUZ ZONE	2	0,03

Базовые статистики / Охват (Reach) / Rch

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

Выражается в тысячах человек или в процентах от целевой группы.

Rch (000) / Rch% – НАКОПЛЕННЫЙ ОХВАТ

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

Базовые статистики / Накопленный Охват Rch(000)/Rch%

Channels	Rch(000)	Rch%
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОРТ-КАЗ	6477	90,3
КТК	6236	86,9
31 КАНАЛ	6090	84,9
СЕДЬМОЙ КАНАЛ	5988	83,4
НТК	5922	82,5
ХАБАР	5667	79,0
АСТАНА	5626	78,4
МИР	5164	72,0
КАЗАХСТАН	5070	70,6
ХАБАР 24	4908	68,4
ОН-ТВ/ТАН	4002	55,8
СТВ/РАХАТ	3777	52,6
КАЗСПОРТ	3542	49,4
MUZ ZONE	3299	46,0
АЛМАТЫ / ЮСА	3285	45,8
Gakku	3002	41,8
HIT TV (SHANAR MEDIA GROUP)/SHANAR	2901	40,4
Балапан	2820	39,3

Базовые статистики / Средний Охват / AvRch

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

- **среднесуточный** ($\text{AvRch}(000) / \text{AvRch}\%$)
- **средненедельный** ($\text{AvWkRch}(000) / \text{AvWkRch}\%$)
- **среднемесячный** ($\text{AvMRch}(000) / \text{AvMRch}\%$)

Базовые статистики / Средний Охват каналов

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

Channels	AvRch(000)	AvRch%	AvWkRch(000)	AvWkRch%	AvMRch(000)	AvMRch%
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОРТ-КАЗ	1450	20,2	3339	46,5	5008	69,8
КТК	1316	18,3	3147	43,8	4785	66,7
31 КАНАЛ	1084	15,1	2687	37,4	4307	60,0
СЕДЬМОЙ КАНАЛ	905	12,6	2587	36,0	4311	60,1
НТК	1014	14,1	2573	35,9	4192	58,4
ХАБАР	730	10,2	2172	30,3	3860	53,8
АСТАНА	829	11,6	2255	31,4	3801	53,0
МИР	591	8,2	1752	24,4	3217	44,8
КАЗАХСТАН	790	11,0	1987	27,7	3310	46,1
ХАБАР 24	416	5,8	1446	20,1	2897	40,4
ОН-ТВ/ТАН	284	4,0	1061	14,8	2192	30,5
СТВ/РАХАТ	232	3,2	924	12,9	2060	28,7
КАЗСПОРТ	220	3,1	772	10,8	1740	24,2
MUZ ZONE	114	1,6	510	7,1	1392	19,4
АЛМАТЫ / ЮСА	247	3,4	882	12,3	1841	25,6
Gakku	176	2,4	633	8,8	1406	19,6
HIT TV (SHANAR MEDIA GROUP)/SHANAR	152	2,1	570	7,9	1367	19,0
Балапан	304	4,2	756	10,5	1415	19,7

Базовые статистики / Эксклюзивный Охват

ExcRch(000) / ExcRch%

ExcRch(000) / ExcRch% — эксклюзивный охват (в тысячах человек или в процентах).

Количество человек, которые среди всех анализируемых событий видели только это.

Это то количество людей, которые не будут охвачены, если из общего списка событий исключить анализируемое.

Базовые статистики / Эксклюзивный Охват

ExcRch (000) / ExcRch %

Title ▾	TVCompany ▾	Date ▾	Start time ▾	ExcRch(000)	ExcRch%
Total				1516	21.1
Поле чудес	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	03.07.2017	10:01:44	113	1.6
Поле чудес	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	10.07.2017	09:59:43	76	1.1
Поле чудес	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	14.07.2017	20:44:56	226	3.1
Поле чудес	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	21.07.2017	18:44:38	126	1.7
Поле чудес	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	24.07.2017	09:59:37	38	0.5
Поле чудес	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	28.07.2017	20:43:49	274	3.8
Поле чудес	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	31.07.2017	10:00:28	36	0.5

Базовые статистики / Доля / Share

Share – доля аудитории (в процентах)

Количество телезрителей определенного канала / радиостанции или программы как процент от общего числа людей, смотревших ТВ или слушающих Радио в целом, за определенный период.

Базовые статистики / Доля Share

Channels	Share [ALL TV CHANNELS]
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ	19.7
КТК	16.9
31 КАНАЛ	12.0
НТК	9.3
АСТАНА	8.7
МИР	6.9
КАЗАХСТАН	6.4
СЕДЬМОЙ КАНАЛ	5.6
ХАБАР	3.4
Балапан	2.9
СТВ/РАХАТ	1.4
ХАБАР 24	1.4
АЛМАТЫ / ЮСА	1.3
КАЗСПОРТ	1.1
Gakku	1.0
НП TV (SHANAR MEDIA GR	0.9
ОН-ТВ/ТАН	0.9
MUZ ZONE	0.3

Базовые статистики / Общее телесмотрение (радиослушание) / Total TV / Total Radio

Rtg (000) TOTAL TV - аудитория всех каналов (выражается в тысяч человек).

Рассчитывается как среднее количество человек, которые смотрели телевизор (любой из телеканалов) во время анализируемого периода.

Rtg% TOTAL TV - Рейтинг всех телеканалов во время анализируемого периода. Это аудитория всех каналов, выраженная в процентах

Reach(000) / Reach% TOTAL TV – Охват всех телеканалов.

Количество человек, смотревших телевизор (любой телеканал) не менее одной минуты (в тысячах человек / в процентах). Каждый человек считается только один раз.

Базовые статистики / Общее телесмотрение (радиослушание) / Total TV / Total Radio

Channels	Rtg(000)	Rtg%	Rch(000)	Rch%
ALL TV CHANNELS	661	9,2	7047	98,2
ALL RADIO CHANNELS	107	1,5	6847	95,4



Основные статистики

Временные

Временные статистики

- AVERAGE AUDIENCE (AvAud(All)) – среднее время просмотра среди населения (в часах, минутах, секундах)
- AVERAGE AUDIENCE (AvAud(View)) – среднее время просмотра среди зрителей (в часах, минутах, секундах)
- TOTAL AUDIENCE (TAud(All)) – общее время просмотра среди населения (в часах, минутах, секундах)
- TOTAL AUDIENCE (TAud (View)) – общее время просмотра среди зрителей (в часах, минутах, секундах)

Временные статистики / Среднее время просмотра Average Audience

Average Audience (AvAud(All)) – среднее время просмотра среди населения (в часах / минутах / секундах)

Average Audience (AvAud (View)) – среднее время просмотра среди зрителей (в часах / минутах / секундах)

Рассчитываются по формуле:

$$AvAud(View) = \frac{AvAud \times 100}{Reach (\%)}$$

Временные статистики / Общее время просмотра Total Audience

Total Audience (TAud (All)) – общее время просмотра среди населения
(в часах/минутах / секундах)

Total Audience (TAud (View)) – общее время просмотра среди зрителей
(в часах/минутах / секундах)

Рассчитываться по формуле:

$$TAud(View) = \frac{TAud \times 100}{Reach (\%)}$$

Временные статистики / Среднее и общее время смотрения / AvAud(All)/AvAud(View) / TAud(All)/TAud(View)

Channels	AvAud(All) [min]	AvAud(View) [m]	TAud(All) [minu]	TAud(View) [mi]
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОРТ-КАЗ	12	58	2137	10572
КТК	11	60	1999	10901
31 КАНАЛ	8	51	1386	9178
СЕДЬМОЙ КАНАЛ	5	37	834	6608
НТК	7	49	1260	8921
ХАБАР	3	32	588	5782
АСТАНА	5	43	895	7748
МИР	4	51	765	9284
КАЗАХСТАН	5	47	937	8508
ХАБАР 24	1	16	170	2933
ОН-ТВ/ТАН	1	23	167	4207
СТВ/РАХАТ	1	18	106	3270
КАЗСПОРТ	1	31	171	5581
MUZ ZONE	0	16	47	2978
АЛМАТЫ / ЮСА	1	24	149	4315
Gakku	1	27	120	4908
HIT TV (SHAHAR MEDIA GROUP)/SHAHAR	1	24	92	4359
Балапан	3	60	457	10783



Основные статистики

Индексы

Индексы

- **AFFINITY (TgAfin%)** – предпочтения аудитории
- **Saturation (TgSat%)** – демографический профиль (процент от аудитории)
- **LOYALTY** – индекс лояльности (процент просмотра от длительности события)
- **TIMEBAND INDEX (TBIndex%)** – индекс временного интервала. Вклад исследуемого временного интервала в долю телеканала
- **TgAfinRch%** – индекс охвата за день по целевой аудитории по сравнению с базовой аудиторией
- **TgSatRch%** – процент целевой аудитории от всей охваченной за день

Индексы / Affinity / TgAfin%

Affinity Index (TgAfin%) – отношение рейтинга эфирного события для выбранной целевой аудитории и рейтинга этого события, посчитанного для выбранной базовой группы

Используется для определения эффективности эфирного события для анализируемой дем. группы

Среднее значение индекса = 100.

Значение индекса больше 100 означает, что данное эфирное событие эффективно для анализируемой дем. группы.

$$Affinity = \frac{Rtg\% \text{ TG}}{Rtg\% * \text{базовой}} \times 100$$

Индексы / Affinity

TgAfin%

Units >>	TgAfin%						
Channels	Total Ind.	All 18+	All 6-54	Age 14-44	Age 18-30	Male	Female
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОРТ-КАЗ	100,0	100,7	91,9	92,9	83,9	98,3	101,4
КТК	100,0	99,3	93,1	96,1	95,6	98,3	101,5
31 КАНАЛ	100,0	92,5	106,6	108,7	106,5	103,8	96,7
СЕДЬМОЙ КАНАЛ	100,0	99,2	96,8	96,6	102,2	101,8	98,5
НТК	100,0	93,1	106,0	111,5	110,5	103,8	96,8
ХАБАР	100,0	91,8	97,6	94,3	85,7	101,3	98,9
АСТАНА	100,0	94,8	101,6	99,9	101,4	99,9	100,1
МИР	100,0	103,0	97,3	111,6	136,5	99,8	100,1
КАЗАХСТАН	100,0	90,3	105,1	100,1	82,1	91,0	107,6
ХАБАР 24	100,0	100,5	86,7	82,6	83,2	105,4	95,4
ОН-ТВ/ТАН	100,0	95,9	92,9	89,5	89,8	103,0	97,5
СТВ/РАХАТ	100,0	98,5	89,7	85,2	80,2	99,4	100,5
КАЗСПОРТ	100,0	95,7	103,3	97,2	107,0	116,4	86,1
MUZ ZONE	100,0	98,6	104,4	106,2	108,5	92,0	106,8
АЛМАТЫ / ЮСА	100,0	95,0	101,1	100,0	97,0	97,9	101,7
Gakku	100,0	94,1	113,3	113,6	118,1	102,0	98,3
НП TV (SHAHAR MEDIA GROUP)/SHAHAR	100,0	106,6	101,2	102,1	133,2	89,8	108,6
Балапан	100,0	79,4	113,1	106,8	88,8	98,0	101,7

Индексы / Target saturation / TgSat%

Target saturation (TgSat%) – процент дем. группы эфирного события / канала от аудитории данного события / канала.

Используется для определения демографического профиля эфирного события / канала.

Индексы / Target saturation

TgSat%

Units >>	TgSat%	
Targets	ALL TV CHANNELS	ALL RADIO CHANNELS
Total Ind.	100,0	100,0
Total Ind. Sex(Male)	45,8	41,3
Total Ind. Sex(Female)	54,2	58,7
Total Ind. Nationality(KAZAK)	75,6	59,1
Total Ind. Nationality(RUSSIAN)	19,2	34,6
Total Ind. Nationality(OTHER)	5,2	6,2
Total Ind. Age Groups(6-9 years)	4,9	4,7
Total Ind. Age Groups(10-17 years)	16,1	9,5
Total Ind. Age Groups(18-29 years)	22,9	20,3
Total Ind. Age Groups(30-39 years)	18,8	22,6
Total Ind. Age Groups(40-54 years)	18,8	23,9
Total Ind. Age Groups(55+ years)	18,4	19,1

Индексы / Индекс лояльности / Loyalty

LOYALTY – индекс лояльности (процент просмотра от длительности события)

Отношение среднего времени просмотра для зрителей эфирного события к длительности события, выраженное в процентах.

Например, если каждый зритель передачи смотрел ее целиком, Loyalty – 100, если каждый из зрителей смотрел примерно треть передачи – 33.

$$\text{Loyalty} = \frac{\text{AvAud(View)}}{\text{Duration}} \times 100$$

Индексы / Индекс лояльности AvLoyalty / Loyalty

Channels	AvLoyalty	Loyalty
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОРТ-КАЗ	5,4	1,2
КТК	5,6	1,2
31 КАНАЛ	4,7	0,8
СЕДЬМОЙ КАНАЛ	3,4	0,5
НТК	4,6	0,8
ХАБАР	3,0	0,4
АСТАНА	4,0	0,6
МИР	4,7	0,5
КАЗАХСТАН	4,4	0,7
ХАБАР 24	1,5	0,1
ОН-ТВ/ТАН	2,2	0,2
СТВ/РАХАТ	1,7	0,1
КАЗСПОРТ	2,9	0,2
MUZ ZONE	1,5	0,1
АЛМАТЫ / ЮСА	2,2	0,2
Gakku	2,5	0,1
НП TV (SHAHAR MEDIA GROUP)/SHAHAR	2,2	0,1
Балапан	5,5	0,6

Индексы / TIMEBAND INDEX / TBIndex %

TBIndex% (Time Band Index) - индекс временного интервала. Вклад исследуемого временного интервала в Долю ТВ канала / Радиостанции.

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

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

Индексы / TIMEBAND INDEX

TBIndex %

Channels >>	ХАБАР		КТК		31 КАНАЛ		МИР	
Timebands	Share	TBIndex	Share	TBIndex	Share	TBIndex	Share	TBIndex
MTWTFSS05:00-12:00	2.7	95.6	11.1	79.0	7.8	79.1	4.6	80.4
MTWTFSS12:00-16:00	3.1	110.9	14.6	103.8	9.1	92.1	4.0	68.8
MTWTFSS16:00-18:00	3.1	110.0	7.0	49.9	11.6	117.2	5.1	89.0
MTWTFSS18:00-22:00	2.5	89.5	11.7	83.5	10.5	105.7	7.0	122.4
MTWTFSS22:00-25:00	3.0	106.4	22.3	158.9	11.2	112.6	6.0	104.4
MTWTFSS25:00-29:00	2.3	82.7	16.8	119.3	8.2	82.9	9.8	170.4

Индексы / Индекс охвата / TgAfinRch%

TgAfinRch% – индекс Охвата за день по целевой аудитории по сравнению с базовой аудиторией

Показывает, насколько ваша целевая аудитория больше / меньше охвачена, чем базовая аудитория

$$TgAfinRch\% = \frac{AvRch(\%)TG * 100\%}{AvRch(\%) все}$$

Индексы / Индекс охвата

TgAfinRch%

Timebands >>	MTWTFSS18:00-23:00			
Units >>	TgAfinRch%		AvRch%	
Channels	Total Ind.	F 35-55	Total Ind.	F 35-55
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/	100.0	95.3	16.6	15.8
ХАБАР	100.0	122.4	5.7	6.9
31 КАНАЛ	100.0	126.2	7.4	9.4
КАЗАХСТАН	100.0	110.1	6.2	6.8
ОН-ТВ/ТАН	100.0	60.3	1.4	0.8
НТК	100.0	108.8	7.6	8.3
НП TV (SHANAR MEDIA GR	100.0	46.6	1.1	0.5
АЛМАТЫ / ЮСА	100.0	126.1	1.7	2.2
АСТАНА	100.0	116.8	7.2	8.5

Индексы / TgSatRch%

TgSatRch% – процент целевой аудитории от всей охваченной за день

Показывает, какой процент из охваченной аудитории составляет наша целевая аудитория

$$TgSatRch\% = \frac{AvRch(000) TG * 100\%}{AvRch(000) все}$$

Индексы / TgSatRch%

Title	Units >>	TgSatRch%	
	TVCompany	Total Ind.	F 35-55
Total		100.0	16.5
Азил студио (каз) рус/тит	АЛМАТЫ / ЮСА	100.0	66.8
Eurasia international film festival. Кунделик (каз)	ХАБАР	100.0	52.2
"Доктор Тырса" т/сериал	ОН-ТВ/ТАН	100.0	50.6
"Такая работа" т/сериал (Россия-2015)	ХАБАР	100.0	46.9
Денсаулык жане сулулык (каз)	ОН-ТВ/ТАН	100.0	43.5
"Зауал" т/сериал (каз)	АЛМАТЫ / ЮСА	100.0	43.3
Программа передач	НТК	100.0	41.4
Гимн (каз)	ОН-ТВ/ТАН	100.0	38.7
Межпрограммные заставки	ОН-ТВ/ТАН	100.0	38.7
Андер мен жылдар. Концерт (каз)	ОН-ТВ/ТАН	100.0	38.7
Итоги дня на телеканале Хабар	ХАБАР	100.0	38.2
Жаналыктар (каз)	АСТАНА	100.0	38.1
Ауа райы (каз)	АЛМАТЫ / ЮСА	100.0	36.4
Аружанмен бой жазу жаттыгулары (каз)	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ	100.0	35.5
"Карлсон вернулся" м/ф	АСТАНА	100.0	34.0
"Общая терапия" т/сериал	ОН-ТВ/ТАН	100.0	33.8
"Разрушители мифов" д/сериал	ОН-ТВ/ТАН	100.0	33.1



Основные статистики

Рекламные

Рекламные статистики

- INSERTIONS – количество выходов
- DURATION – длительность (в секундах)
- GRP (Gross Rating Point) - суммарный рейтинг
- N+ - охват N и более контактов
- OTS (Frequency) - частота контакта
- COST - стоимость размещения
- Cost/Cont (Cost Per Thousand) – стоимость за тысячу контактов
- Cost/GRP (Cost Per Point) – стоимость пункта рейтинга

Рекламные статистики / Insertions / Duration / Cost

Insertions – количество выходов рекламных сообщений

Duration – длительность (в секундах, минутах, часах)

- Реальная – реальная длительность ролика в эфире
- Ожидаемая – длительность ролика кратная 5-ти секундам

Cost - стоимость размещения (в USD)

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

Рекламные статистики / Insertions / Duration / Cost

Spot T	Advertiser	Spot Name	Insertions	Duration [seco	Cost[Spot cos
Total			1532	33177	719182
31 КАНАЛ	ASTANA MOTORS	HYUNDAI ELANTRA, HYUND	1	45	5179
31 КАНАЛ	KIMBERLY CLARK	HUGGIES ELITE SOFT подгуз	1	35	4028
31 КАНАЛ	COCA-COLA ALMATY BOTTLERS	COCA-COLA газир. напиток	1	35	4028
31 КАНАЛ	COCA-COLA ALMATY BOTTLERS	COCA-COLA газир. напиток	1	35	4028
31 КАНАЛ	COCA-COLA ALMATY BOTTLERS	COCA-COLA газир. напиток	1	35	4028
31 КАНАЛ	UNILEVER	ЧИСТАЯ ЛИНИЯ ФИТОТЕР	1	30	3453
31 КАНАЛ	OPPO ELECTRONICS	OPPO F3 смартфон (Офици	1	30	3453
31 КАНАЛ	COCA-COLA ALMATY BOTTLERS	FANTA АПЕЛЬСИН газиров	1	30	3453
31 КАНАЛ	UNILEVER	REXONA MOTIONSENSE ANT	1	30	3453
31 КАНАЛ	PROCTER & GAMBLE	PAMPERS PREMIUM CARE па	1	30	3453
31 КАНАЛ	АСТАНА ЭКСПО-2017	EXPO 2017 выставка (10 и	1	30	3453
31 КАНАЛ	31 КАНАЛ (ТРК)	FM SINGER KAZAKHSTAN ка	1	30	3453
31 КАНАЛ	КОЛЕСА (ТОО)	WWW.MARKET.KZ приложе	1	30	3453
31 КАНАЛ	BERLIN-CHEMIE MENARINI GROUP	ЭСПУМИЗАН L гастрозенте	1	30	3453
31 КАНАЛ	BENCKISER S.A.	VANISH OXI ACTION пятнов	1	30	3453

Рекламные статистики / Gross Rating Point / GRP

- сумма рейтингов роликов в рекламной кампании
- 1 GRP = 1 пункт рейтинга целевой аудитории
- используется при покупке/продаже/расчете эффективности рекламной кампании

Рекламные статистики / GRP 30

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

$$\text{GRP} \times \frac{\text{Dur (sec.)}}{30}$$

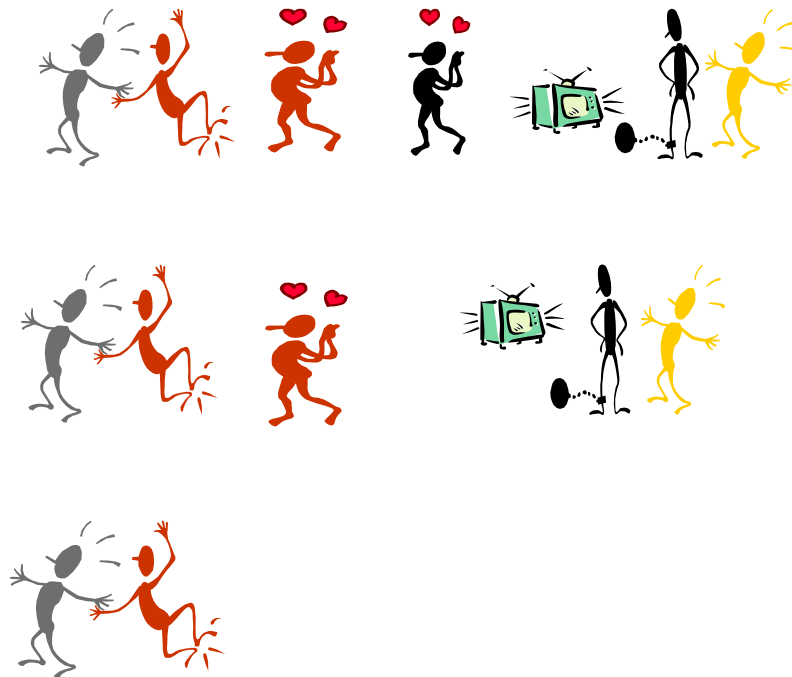
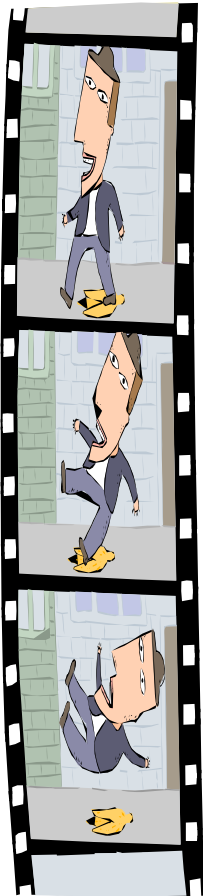
или

$$\frac{\text{GRP}}{30} \times \text{Dur (sec.)}$$

Рекламные статистики / GRP / GRP30

Spot TVC ▾	Advertiser ▾	Spot Name ▾	Duration [seco	GRP	GRP [30 sec.]
Total			33177	2207.7	1619.3
31 КАНАЛ	KAR-TEL (КАР-ТЕЛ)	BEELINE (БИЛАЙН) сотовая связь	20	5.7	3.8
31 КАНАЛ	CREDITON	CREDITON сайт (Онлайн займы за	20	5.7	3.8
31 КАНАЛ	PROCTER & GAMBLE	PANTENE PRO-V ИНТЕНСИВНОЕ	20	5.7	3.8
31 КАНАЛ	ALTEL	ALTEL интернет 4 G (КАЗ) лицен	30	5.7	5.7
31 КАНАЛ	RG BRANDS	БУРАТИНО СОЛНЕЧНЫЙ газиров	30	5.7	5.7
31 КАНАЛ	СЭЛТФАР СА	ФЕРТАЛЬ лекарство от дисбакте	30	5.7	5.7
31 КАНАЛ	BENCKISER S.A.	FINISH POWERBALL QUANTUM ср-	20	5.7	3.8
31 КАНАЛ	МЕГА ТРЕЙД	BIG BOB АРАХИС КУРИЦА, СТЕЙ	15	5.7	2.9
31 КАНАЛ	FOODMASTER (КОМПАНИЯ ФУД-МАСТЕ	GALBANI MOZZARELLA сыр (КАЗ	20	5.7	3.8
31 КАНАЛ	GLAXO SMITH KLINE	PARODONTAX С ФТОРОМ зубная	15	5.7	2.9
31 КАНАЛ	HAIER	HAIER холодильник (серт) Sulpak	25	5.7	4.8
31 КАНАЛ	UNILEVER	CLEAR MEN ЭНЕРГИЯ СВЕЖЕСТ	24	5.7	4.6
31 КАНАЛ	RG BRANDS	ASU питьевая вода (КАЗ) тауар	20	5.7	3.8
31 КАНАЛ	PROCTER & GAMBLE	ARIEL АВТОМАТ ЧИСТОТА DELUX	30	5.7	5.7
31 КАНАЛ	UNILEVER	МАГНАТ МАРК ДЕ ШАМПАНЬ И К	9	5.7	1.7
НТК	KFC	KFC закусочная быстрого обслуж	10	5.4	1.8

Рекламные статистики / Охват N и более раз (%) / N+%



$$1+(\%) = 6$$

$$2+(\%) = 5$$

$$3+(\%) = 2$$

Рекламные статистики / Охват N и более раз (%)

Cov% / N+%

Brand	Spot T	Spot duration	Date	Program	Spot start tim	Cov% [1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)
Total						64.8	64.8	57.8	51.4	45.2	42.6
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	Абайланыз, гипноз (каз)	07:53:48	0.1	0.1
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Деффчонки" т/сериал	10:05:41	1.5	1.5	0.0	.	.	.
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Беглые родственники" т/с	11:47:00	2.7	2.7	1.2	0.0	.	.
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Беглые родственники" т/с	11:47:55	2.7	2.7	2.1	1.2	0.0	.
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	Еки езу (каз)	15:57:41	4.1	4.1	2.3	1.4	0.0	0.0
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	Еки езу (каз)	15:58:16	4.1	4.1	3.4	1.4	0.6	0.0
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Тангажайып кабилет" т/се	17:50:48	4.1	4.1	3.4	1.4	0.6	0.0
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Тангажайып кабилет" т/се	19:02:43	4.1	4.1	3.5	1.4	0.7	0.0
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Универ. Новая общага" т/с	20:03:35	5.1	5.1	3.5	1.5	0.7	0.5
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	Битва экстрасенсов	21:33:46	8.9	8.9	4.0	1.6	0.8	0.5
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Жаным-2" т/сериал (каз)	22:57:20	8.9	8.9	4.0	1.6	0.8	0.6
BEKO	НТК	0000:25	01.11.2016	"Жаным-2" т/сериал (каз)	23:07:11	8.9	8.9	4.0	1.6	0.8	0.6
BEKO	31 КАНАЛ	0000:25	01.11.2016	"Киели неке" т/сериал (каз)	08:22:04	9.0	9.0	4.2	1.6	0.8	0.6
BEKO	31 КАНАЛ	0000:25	01.11.2016	"Киели неке" т/сериал (каз)	08:55:26	9.0	9.0	4.3	1.6	0.8	0.6
BEKO	31 КАНАЛ	0000:25	01.11.2016	"Киели неке" т/сериал (каз)	09:29:11	9.1	9.1	4.3	1.8	0.8	0.6
BEKO	31 КАНАЛ	0000:25	01.11.2016	"Бакытты болгым келеди" т	10:15:00	9.5	9.5	4.3	1.8	0.9	0.6
BEKO	31 КАНАЛ	0000:25	01.11.2016	"Бакытты болгым келеди" т	10:17:35	9.5	9.5	4.6	1.9	0.9	0.7
BEKO	31 КАНАЛ	0000:25	01.11.2016	"Бакытты болгым келеди" т	10:47:59	9.5	9.5	4.7	2.1	1.0	0.7

Рекламные статистики / Средняя частота контакта / OTS

































$$\frac{\text{GRP} = 10,8}{\text{Cov (1+)} = 5\%} = \text{OTS } 2,16$$

Хотя бы один раз ролик в рамках рекламной кампании увидели 5 % целевой аудитории, при этом каждый зритель в среднем видел рекламу 2,16 раз.

Рекламные статистики / Средняя частота контакта OTS

		Total >>	Total	
Total	Brand	Spot TVCo	Cov% [OTS
Total			64.8	18.6
	BEKO		64.8	18.6
		HTK	51.3	7.9
		31 КАНАЛ	51.4	15.5

Рекламные статистики / Cov% / GRP / OTS

						Cov%	GRP	Cov% (Ac)	GRP (по кампании)	OTS (GRP / Cov% (Ac))
Ролик 1	X			X		 40% (2/5*100%)	 40% (2/5*100%)	 40% (2/5*100%)	 40% (2/5*100%)	1 (40/40)
Ролик 2	X					 20% (1/5*100%)	 20% (1/5*100%)	 40% (2/5*100%)	  60% (3/5*100%)	1.5 (60/40)
Ролик 3	X	X		X		 60% (3/5*100%)	 60% (3/5*100%)	 60% (3/5*100%)	    120% (6/5*100%)	2 (120/60)
Ролик 4		X			X	 40% (2/5*100%)	 40% (2/5*100%)	  80% (4/5*100%)	       160% (8/5*100%)	2 (160/80)

Рекламные статистики / Cost per Point / Cost/GRP

Cost / GRP – cost per point

Стоимость пункта рейтинга (одного GRP)

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

Рекламные статистики / Cost per Point / Cost/GRP

Total >>	Total			
Brand	Insertions	GRP [Sum]	Cost [Sum][Spot cost by GRP]	Cost/GRP[Spot cost by GRP]
	814	1183.0	344767.0	291
MERCI	298	412.5	117153.0	284
TOFFIFEE	516	770.6	227614.0	295

Brand	Cost[Spot cost by GRP]	Cost/GRP[Spot cost by GRP]	GRP	Insertions
	333104.0	290	1149.6	785
TOFFIFEE	1598.0	458	3.5	1
TOFFIFEE	442.0	222	2.0	1
TOFFIFEE	314.0	208	1.5	1
TOFFIFEE	634.0	397	1.6	1
TOFFIFEE	930.0	344	2.7	1
TOFFIFEE	219.0	219	1.0	1

Рекламные статистики / Cost per Thousand / Cost/Cont

Cost/Cont — СТОИМОСТЬ ТЫСЯЧИ КОНТАКТОВ

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

Рекламные статистики / Cost per Thousand / Cost/Cont

Total >>	Total			
Brand	Cont(000)	Cost [Sum][Spot cost by GRP]	Cost/Cont[Spot cost by GRP]	Insertions
	68687	344767.0	5	814
MERCI	23949	117153.0	5	298
TOFFIFEE	44738	227614.0	5	516

Brand	Cost[Spot cost by GRP]	Cost/Cont[Spot cost by GRP]	Cont(000)	Insertions
	341766.0	5	68263	809
TOFFIFEE	191.0	6	32	1
TOFFIFEE	320.0	5	70	1
TOFFIFEE	492.0	5	108	1
TOFFIFEE	366.0	8	44	1
TOFFIFEE	358.0	5	78	1



TNS Central Asia

Казахстан

A15E2P9, Алматы, пр. Аль-Фараби, 17/1,

БЦ Нурлы Тау, блок 5Б, 9 этаж.

тел.: +7 /727/ 347-05-03

E-mail: cs@tns-global.kz

URL: www.tns-global.kz