



Измерение

аудитории

телевидения



KANTAR MEDIA

Powering Informed Decisions



Содержание

TNS в мире и в Казахстане

Специфика функционирования систем
измерения аудитории

Система измерения аудитории ТВ



TNS в мире и в Казахстане



KANTAR MEDIA

Powering Informed Decisions



TNS- несколько фактов

80+

стран

N°1

в мире в области

- Мониторинга рекламы
- ТАМ за пределами США
- Мониторинга новостей
- Мультимедийных решений

22000+

Клиентов по всему миру
от локальных до
международных, медиа,
рекламодателей,
рекламных агентств

15

Секторов специализации,
включая измерение
аудитории и мониторинг
рекламы

15000

сотрудников

50+

лет опыта



TNS\Kantar Media в мире

1. Собственные измерения TNS

- Болгария
- Дания
- Египет
- Эстония
- Гонконг
- Исландия
- Израиль
- Казахстан
- Ю. Корея
- Латвия
- Литва
- Норвегия
- Филиппины
- Польша
- Россия
- Румыния
- Сингапур
- Словакия
- Испания
- Турция
- Великобритания
- Вьетнам

2. Партнерство

- Аргентина
- Бельгия
- Бразилия
- Канада
- Чили
- Китай
- Колумбия
- Коста-Рика
- Эквадор
- Финляндия
- Гватемала
- Индия
- Мексика
- Нидерланды
- Панама
- Парагвай
- Перу
- Уругвай
- Венесуэла

3. Другие сервисы

- Австралия
- Австрия
- Босния
- Хорватия
- Франция
- Греция
- Венгрия
- Иран
- Ирландия
- Кыргызстан
- Новая Зеландия
- Пакистан
- Сербия
- Словения
- ЮАР
- Тайвань
- Таиланд
- США

59 стран

TNS в Казахстане: общие сведения

1997

- Создание компании

2001

- Вхождение в международную исследовательскую группу TNS

2008

- Вхождение в международную группу WPP\Kantar

Области специализации

Custom

заказные
маркетинговые
исследования

Media
Research

измерение
аудитории СМИ

Media
Intelligence

мониторинг
СМИ

Количество сотрудников **≈ 100 человек**

Сеть офисов во всех региональных центрах Казахстана

TNS

TNS: комплекс исследований для медиа индустрии



Измерение
аудитории
ТВ



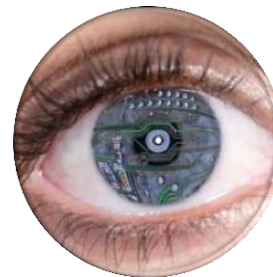
Измерение
аудитории
Радио



Измерение
аудитории
Прессы



Измерение
аудитории
Интернета



Мониторинг
рекламы в
СМИ





Специфика функционирования систем измерения аудитории ТВ



Важно

Рекламодатель покупает
НЕ ВРЕМЯ в теле- или радиоэфире,
НЕ ПЛОЩАДЬ в газете или журнале,
а АУДИТОРИЮ этих средств
массовой информации

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 эффективно этих инвестиций

Рекламодателей\Агентств

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

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

Один рынок – один измеритель



Результат
измерения
аудитории
является единой
“валютой”
на рынке

Три схемы взаимодействие измерителей с рынком

Индустриальный комитет

- Вещатели
- Рекламные агентства
- Рекламодатели

Группа вещателей

- Крупные телеканалы

Прямое взаимодействие

- Телеканалы, агентства, рекламодатели

Индустриальный комитет - задачи



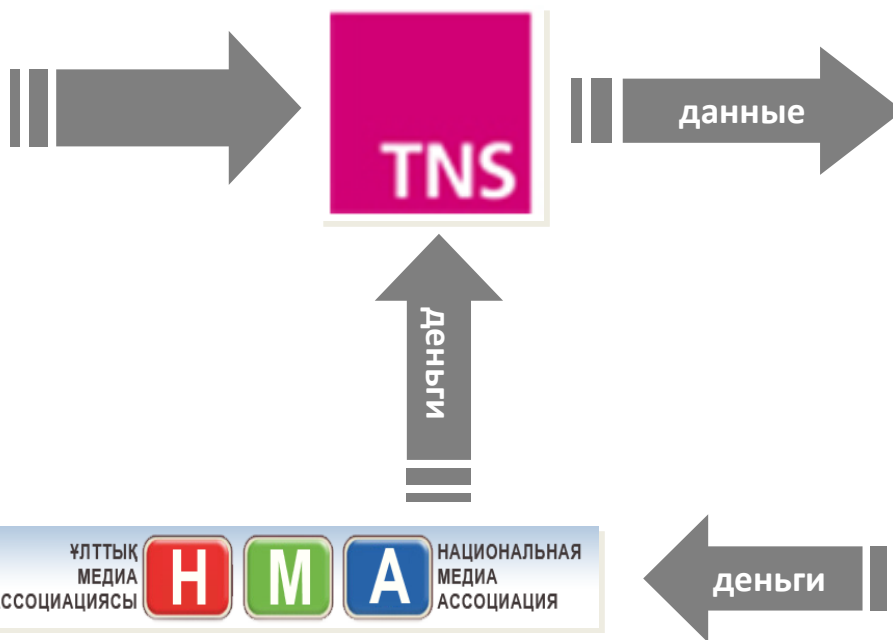
ОИК Казахстан – схема сотрудничества



Мониторинг программ & рекламы



Участники панели, телесмотрение



Рекламные агентства



Телеканалы





Построение системы

измерения телеаудитории



KANTAR MEDIA

Powering Informed Decisions



Вопросы, на которые отвечает исследование



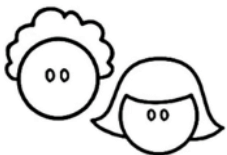
СКОЛЬКО ЛЮДЕЙ

СМОТЯТ КАНАЛЫ И ПРОГРАММЫ?



В КАКОЕ ВРЕМЯ

СМОТРЯТ ТЕЛЕВИЗОР?



КАКОВ СОЦ-ДЕМ ПОРТРЕТ

ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ?



ГДЕ ЛУЧШЕ РАЗМЕСТИТЬ

РЕКЛАМУ БРЕНДА?



Кто использует данные исследования аудитории ТВ?



Две составляющие системы измерения аудитории ТВ

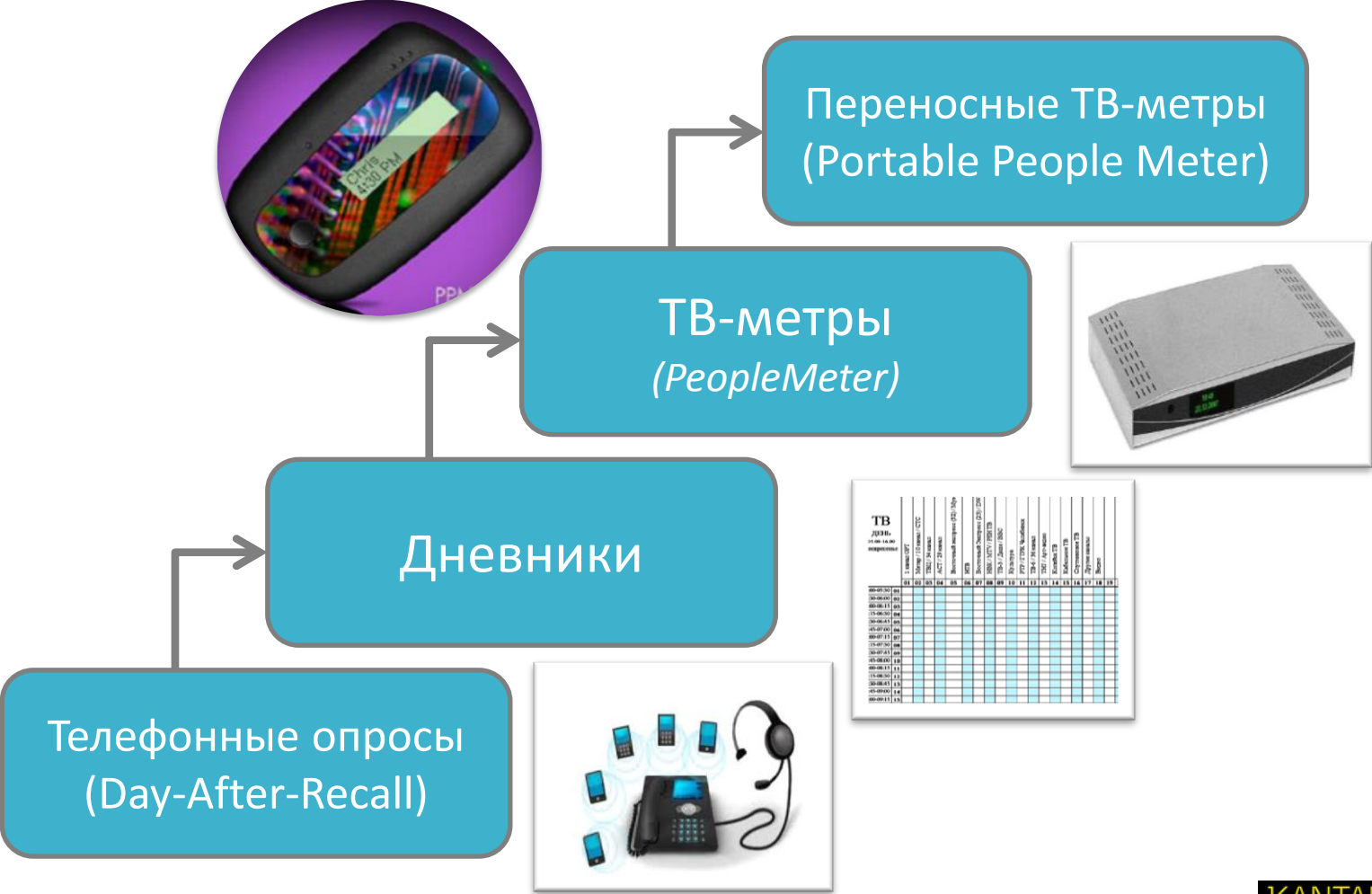
**АУДИТОРНЫЕ
ДАННЫЕ**



**МОНИТОРИНГ
ЭФИРА**



Технологии измерения аудитории ТВ



Особенности технологий

	Day after recall	Дневники	ТВ-метры	ППМ
Технология распознавания каналов	по памяти	во время просмотра\по памяти	аудио\ видео	по коду
Фиксирование канала	возможна неточная идентификация	возможна неточная идентификация	точная идентификация	точная идентификация
Измерение внедомашнего просмотра	нет	нет	нет	да
Предоставление данных	14 дней	10 дней	факт через 2 дня	факт через 2 дня
Измерение отложенного просмотра	нет	нет	есть	есть
Дискреция данных	15 минут	15 минут	1 минута	1 минута
Рейтинг эфирных событий	Нет	15 минут	1 минута	1 минута

Технология сбора аудиторных данных

1

ФОРМИРОВАНИЕ
ТВ-ПАНЕЛИ



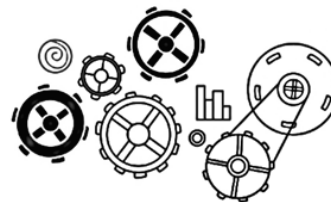
2

РЕГИСТРАЦИЯ
ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ



3

ОБРАБОТКА
ДАННЫХ



Генеральная совокупность

ВСЕ МНОЖЕСТВО

ОБЪЕКТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ



Выборка (панель)

**ЧАСТЬ ОБЪЕКТОВ
ОТОБРАННЫХ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**



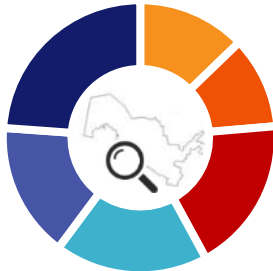
Репрезентативная выборка

Структура
выборки



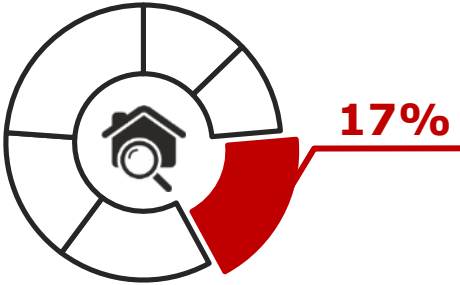
=

Структура
населения



Репрезентативная выборка

Структура
выборки



Структура
населения

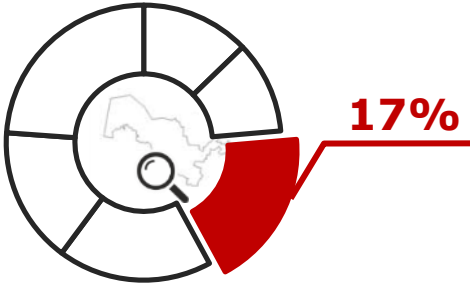
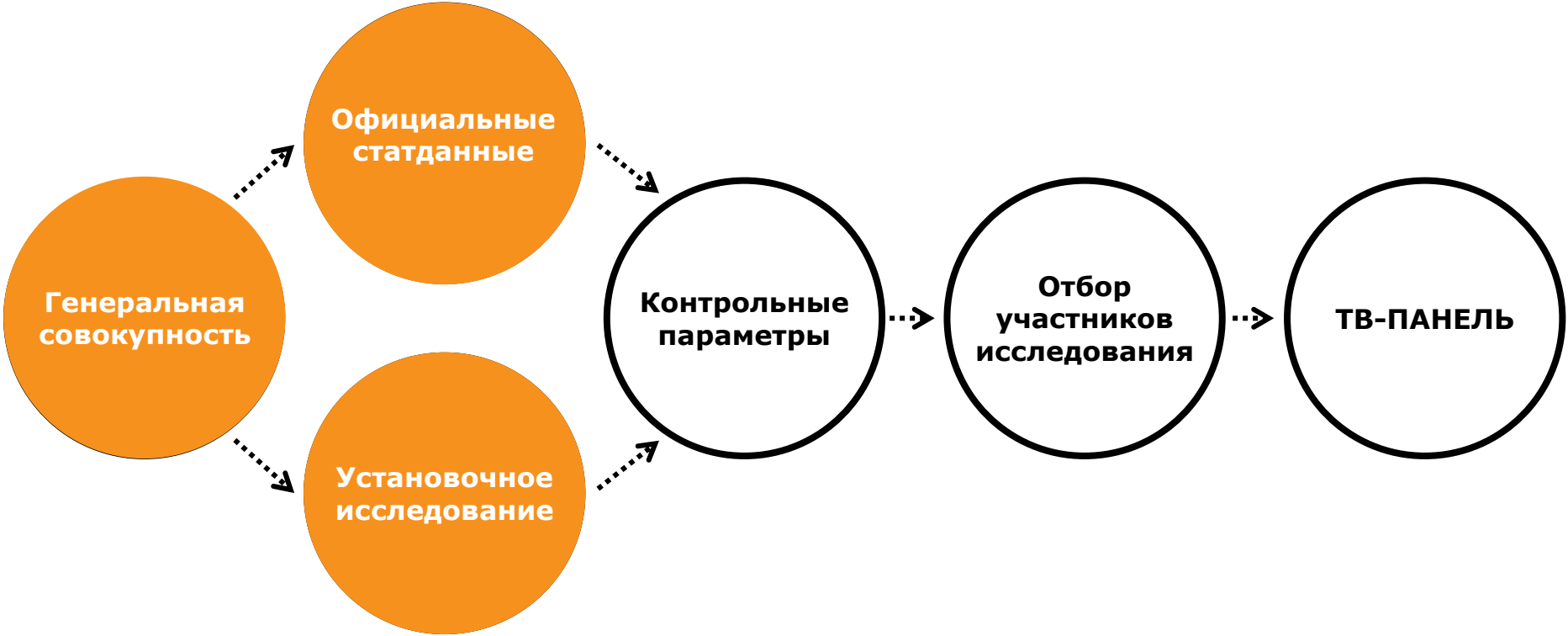


Схема формирования выборки



Установочное исследование (УИ)



личные интервью \ анкеты \ телефонные интервью

Выявление ключевых параметров, влияющих на поведение телезрителей



Распределение контрольных параметров в населении



База панельного резерва



Контрольные параметры (пример)



СЕМЕЙНЫЕ

регион проживания

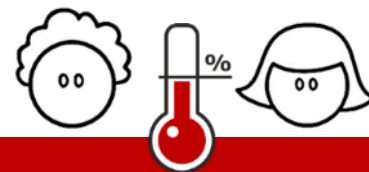
количество человек в домохозяйстве

наличие видеотехники

тип подключения к ТВ сигналу

национальность семьи + язык
говорения

наличие интернета



ЛИЧНЫЕ

пол

возраст

занятость

национальность

Схема формирования выборки



Отбор участников исследования

ИСТОЧНИКИ

- база панельного резерва
- дополнительный рекрут

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

- согласие всех членов семьи
- заключение договора
- нематериальная мотивация



Постоянный контроль структуры выборки

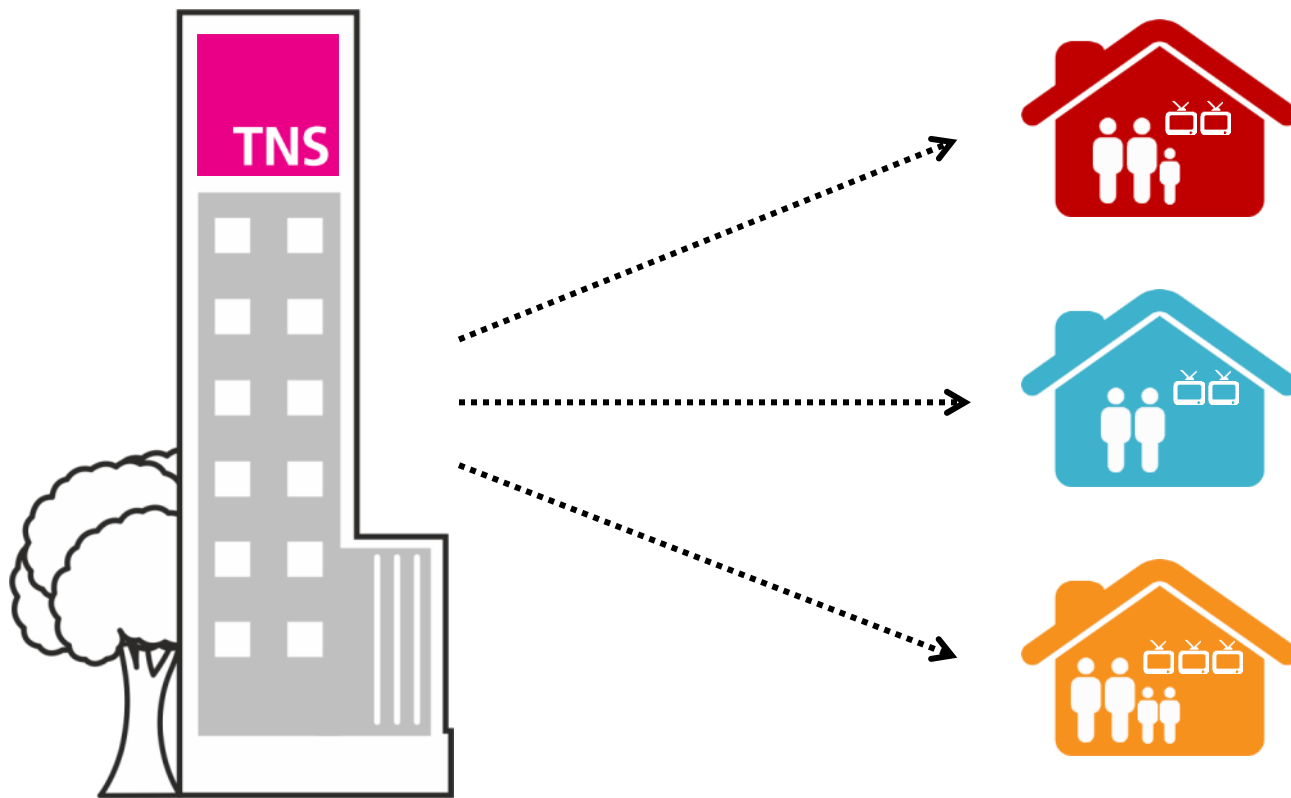


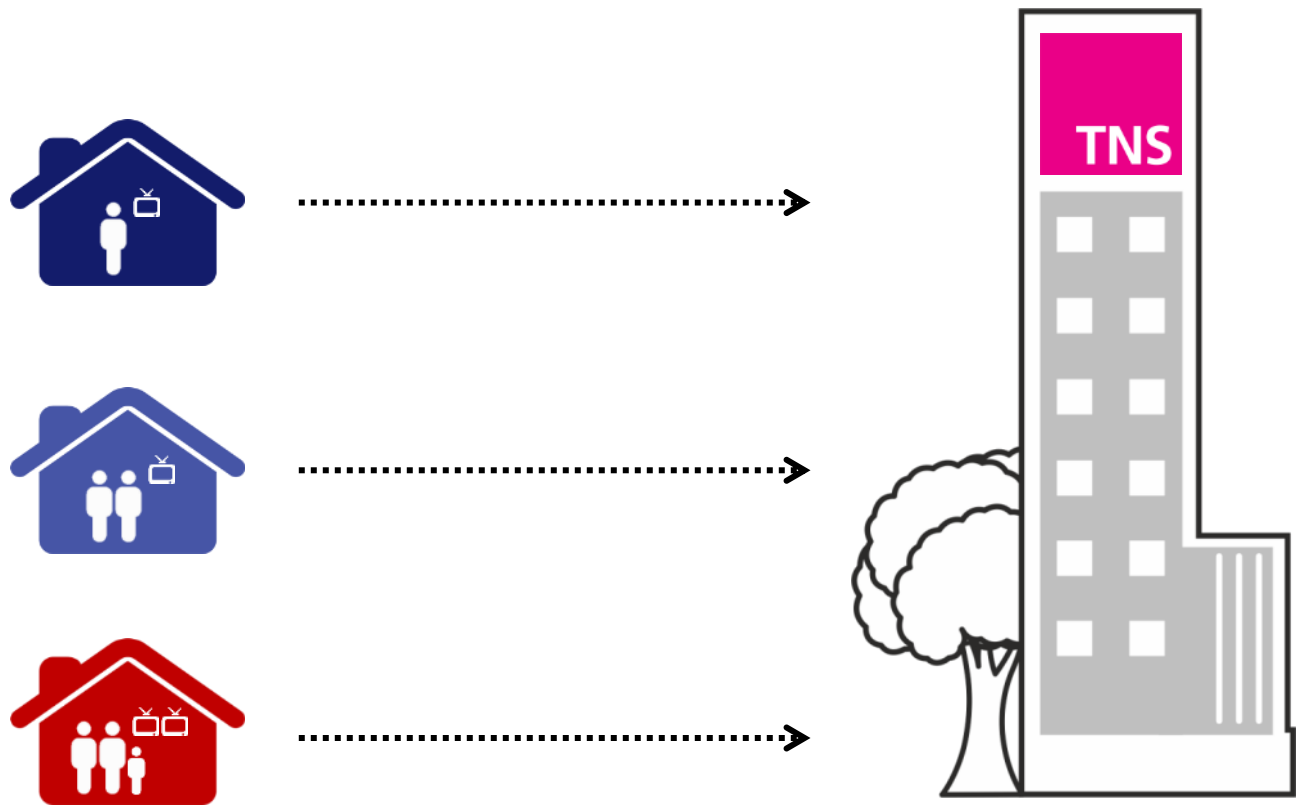
Схема формирования выборки



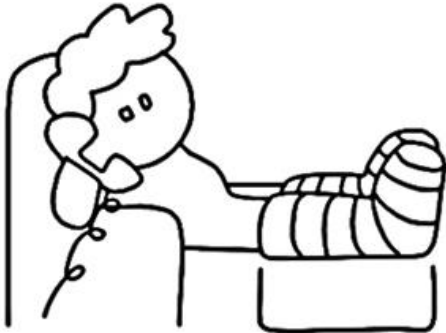
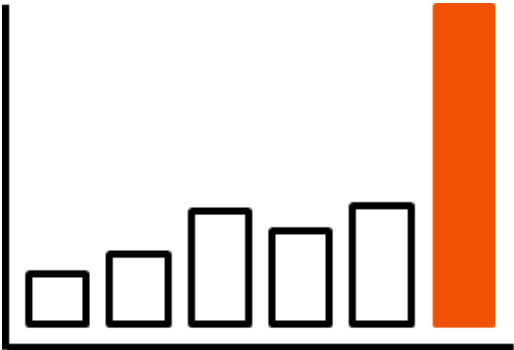
Регистрация времени просмотра каждого члена семьи



Передача данных для дальнейшей обработки



Контроль за соблюдением правил поведения в панели



Обеспечение безопасности информации



Физическая
безопасность



IT
безопасность



Ограничение
доступа в
систему
работы с
данными



Анализ
изменений в
данных



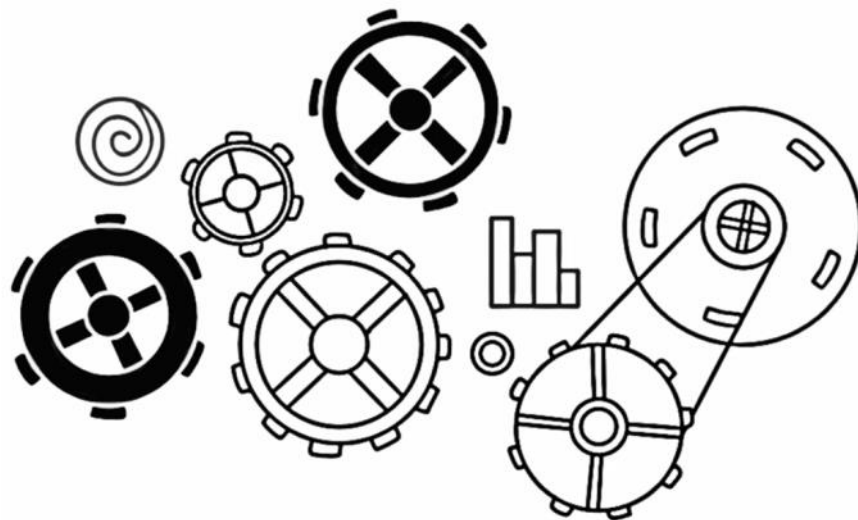
Соглашение с
участниками
исследования



Обработка данных

1

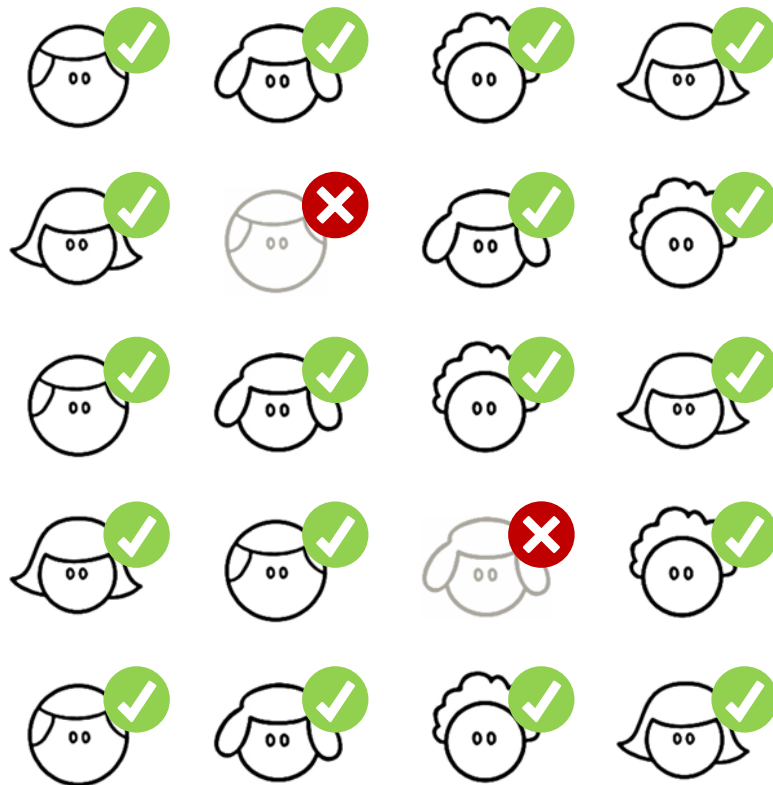
ВАЛИДАЦИЯ
ДАННЫХ



Валидация данных

В КАКИХ СЛУЧАЯХ?

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



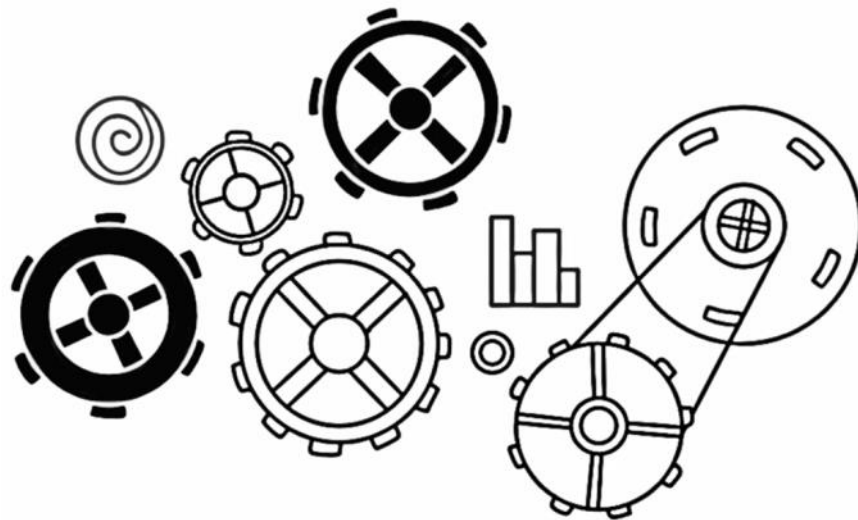
Обработка данных

1

ВАЛИДАЦИЯ
ДАННЫХ

2

АГРЕГИРОВАНИЕ
ДАННЫХ



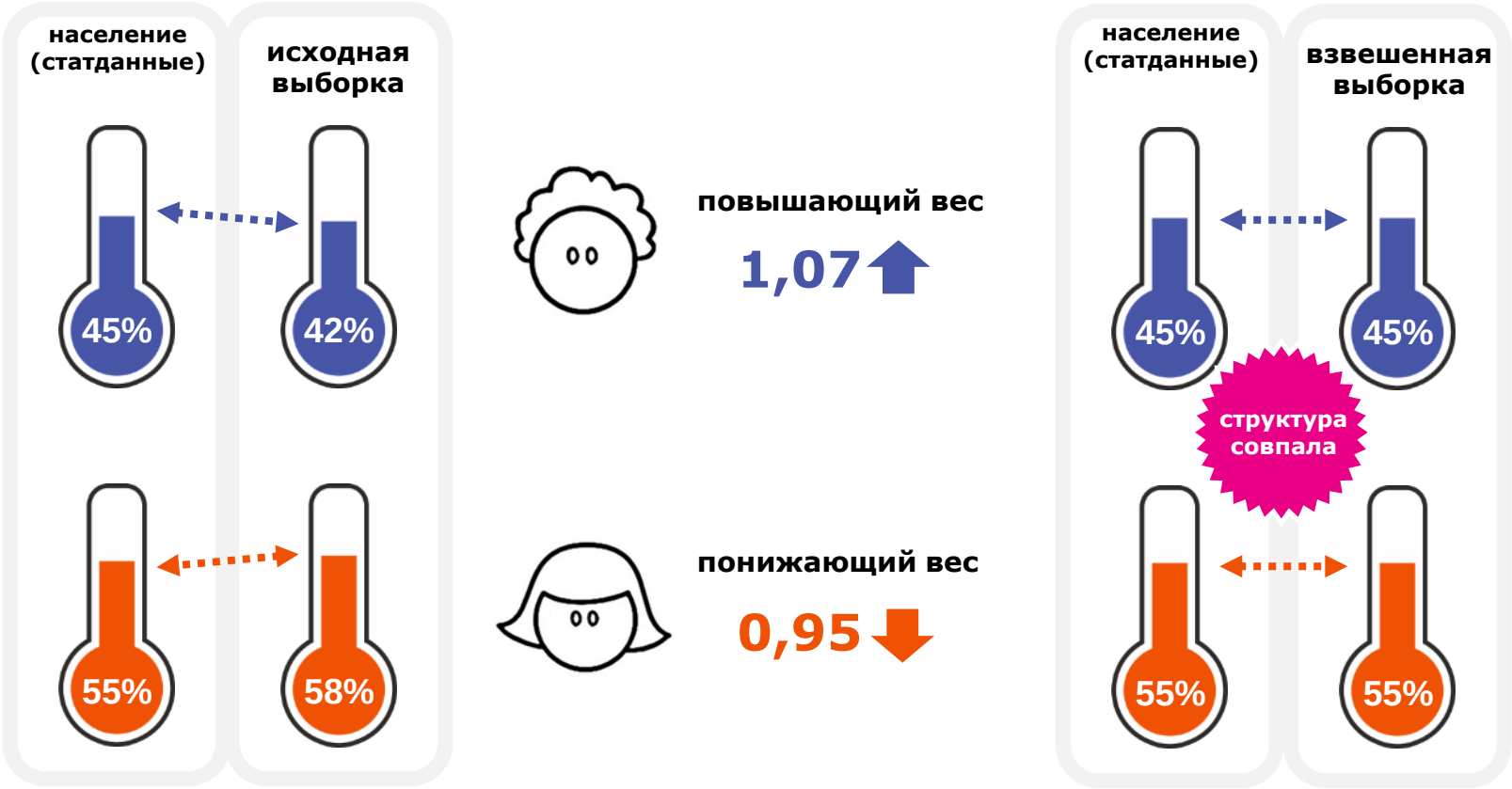
3

ВЗВЕШИВАНИЕ
ДАННЫХ

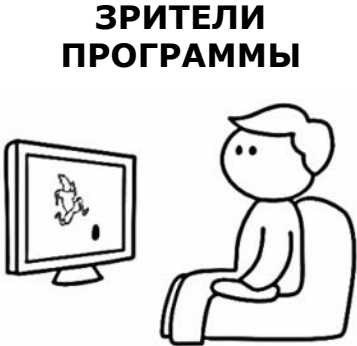
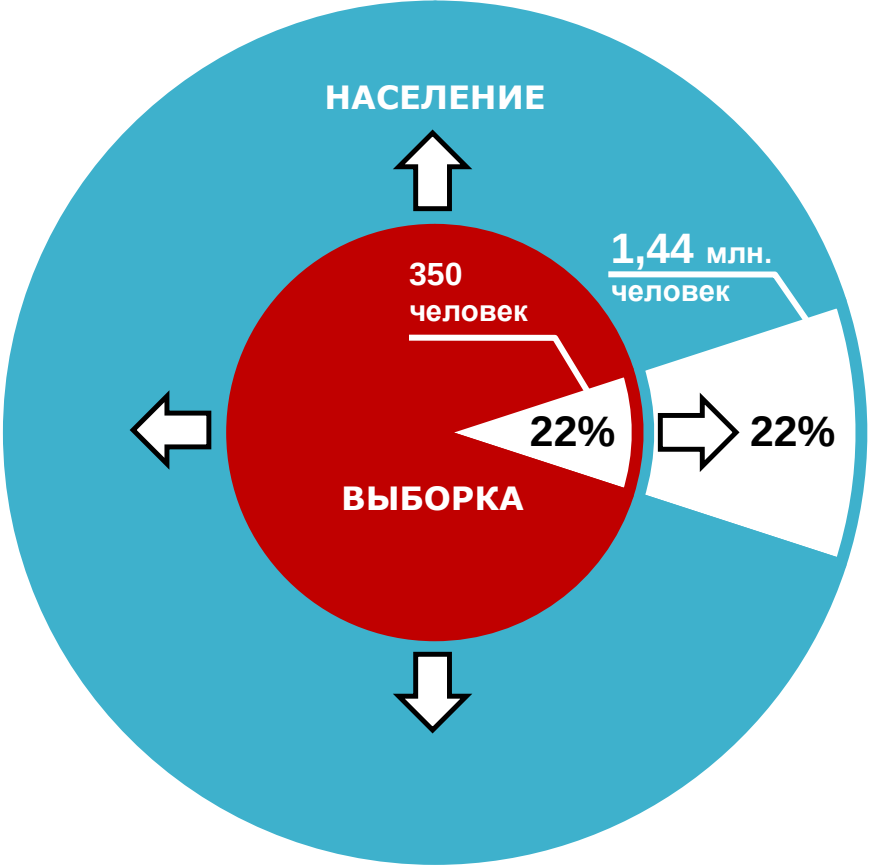
4

ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ
ДАННЫХ

Взвешивание данных



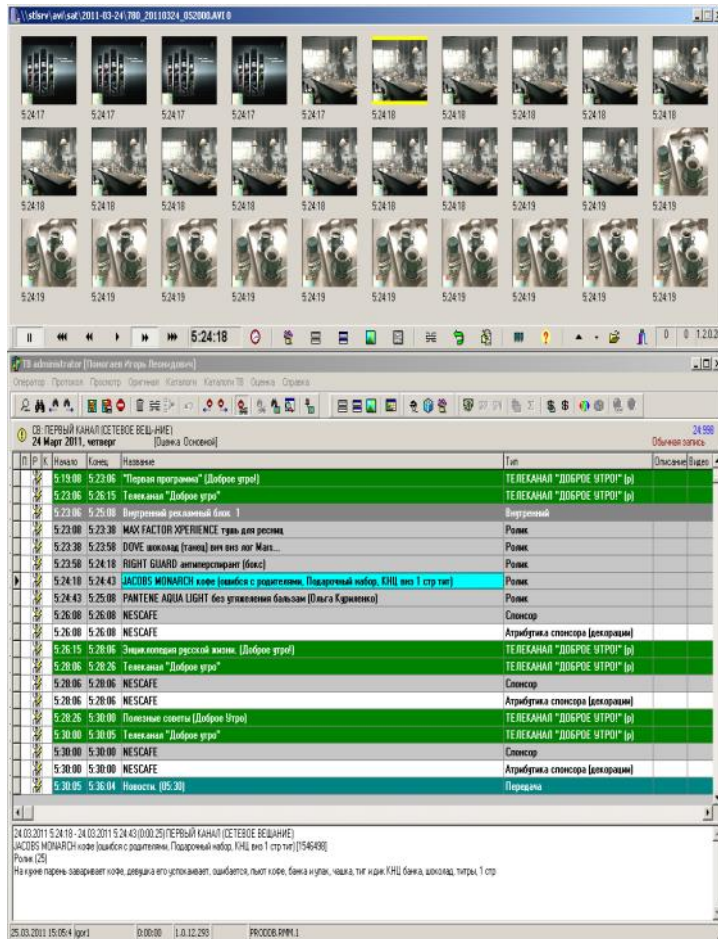
Экстраполяция данных



Мониторинг эфира



Информация по всем типам эфирных событий



The screenshot displays a video monitoring application. At the top, there is a grid of 24 small video feeds arranged in 4 rows and 6 columns. Below the grid is a control bar with various icons for playback and settings. The main part of the interface is a table listing broadcast events. The table has columns for 'Начало' (Start), 'Конец' (End), 'Название' (Name), 'Тип' (Type), and 'Описание' (Description). The events listed include various programs like 'Порядок программы (Доброе утро)', 'Телеканал "Доброе утро"', and commercial spots for 'MAX FACTOR XPERIENCE', 'DOVE шоколад', 'RIGHT GUARD', 'JACOBS MONARCH', 'PANTENE AQUA LIGHT', and 'NESCAFÉ'. The bottom of the interface shows a status bar with the date '25.03.2011 15:05:41' and other technical details.

Начало	Конец	Название	Тип	Описание
5:19:00	5:23:06	"Порядок программы (Доброе утро)"	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО"	(р)
5:23:06	5:26:15	Телеканал "Доброе утро"	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО"	(р)
5:23:06	5:25:08	Внутренний рекламный блок 1	Внутренний	
5:23:00	5:23:30	MAX FACTOR XPERIENCE крем для ресниц	Рекламный	
5:23:30	5:23:58	DOVE шоколад (шоколад) от шоколада Мат...	Рекламный	
5:23:58	5:24:18	RIGHT GUARD антиперспирант (бюкс)	Рекламный	
5:24:18	5:24:43	JACOBS MONARCH крем (крем) с растительными. Подарочный набор. КНИ от 1 стр 101	Рекламный	
5:24:43	5:25:08	PANTENE AQUA LIGHT без утяжеления шампунь (Шампунь)	Рекламный	
5:26:00	5:26:08	NESCAFÉ	Спонсор	
5:26:08	5:26:08	NESCAFÉ	Атрибутика спонсора (декорации)	
5:26:15	5:26:06	Эксклюзивный русский завтрак (Доброе утро)	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО"	(р)
5:26:06	5:26:26	Телеканал "Доброе утро"	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО"	(р)
5:26:06	5:26:06	NESCAFÉ	Спонсор	
5:26:06	5:26:06	NESCAFÉ	Атрибутика спонсора (декорации)	
5:26:26	5:30:00	Полноценные советы (Доброе утро)	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО"	(р)
5:30:00	5:30:05	Телеканал "Доброе утро"	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО"	(р)
5:30:00	5:30:00	NESCAFÉ	Спонсор	
5:30:00	5:30:00	NESCAFÉ	Атрибутика спонсора (декорации)	
5:30:05	5:36:04	Новости (05:30)	Передать	

телепередачи

рекламные блоки

коммерческие рекламные ролики

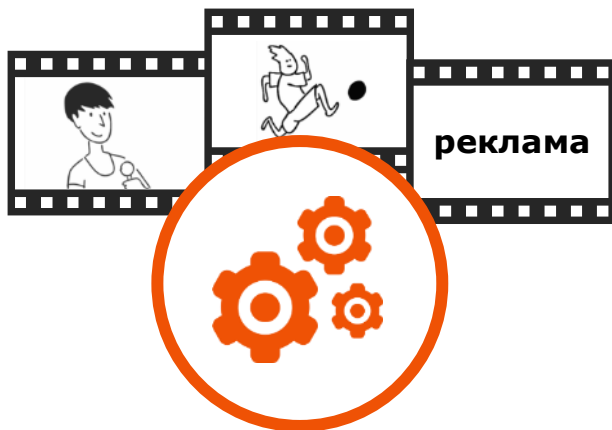
спонсорские рекламные ролики

анонсы

заставки и т.п.

Технология мониторинга эфира

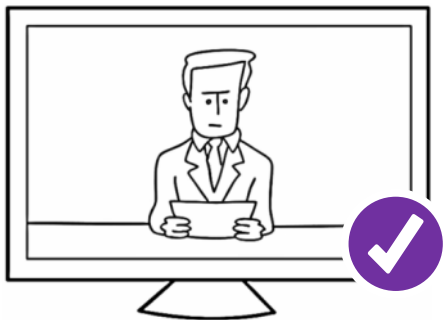
**СИСТЕМА АВТОМАТИЧЕСКОГО
РАСПОЗНАВАНИЯ ЭФИРНЫХ
СОБЫТИЙ**



**ПРОВЕРКА И КОРРЕКЦИЯ
СДЕЛАННЫХ ЗАПИСЕЙ
ОПЕРАТОРАМИ**

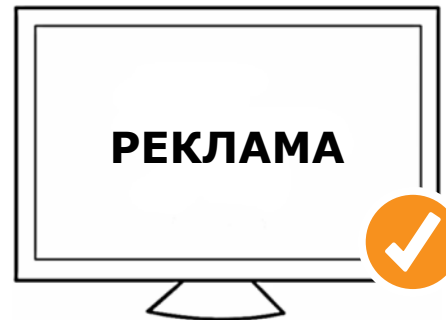


Атрибуты эфирных событий



АТТРИБУТЫ ПРОГРАММ

- название
- дата
- телеканал
- время начала и окончания
- длительность
- жанр
- категория
- кол-во рекламных блоков
- и т.д.



АТТРИБУТЫ РЕКЛАМЫ

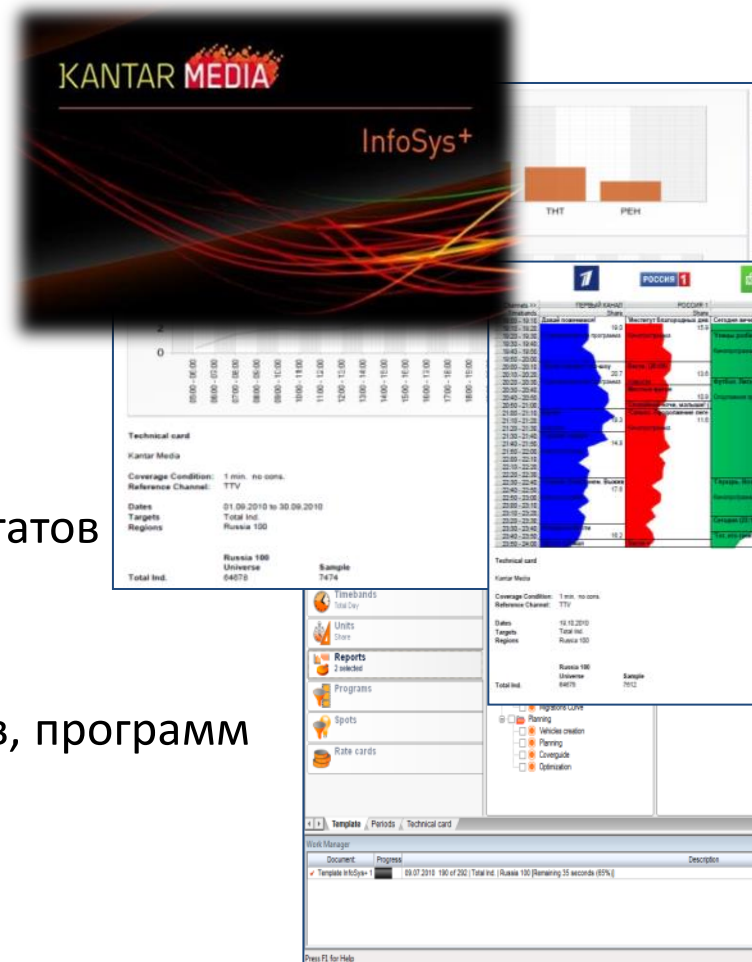
- рекламодатель
- марка
- тип (внешний/внутренний)
- тип рекламы
- описание сюжета
- кол-во роликов в блоке
- и т.д.

Программное обеспечение для работы с данными Infosys+

-  Разработано в TNS-Kantar в Испании
-  Работает в 26 странах мира
-  Более 9 000 конечных пользователей
-  Новый удобный интерфейс
-  Мультизадачность
-  Принцип «одного окна»
-  Удобное графическое представление результатов

Решает все необходимые задачи:

-  Анализ аудитории временных интервалов, программ
-  Анализ рекламных кампаний
-  Планирование рекламных кампаний



Основные возможности

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
ЭС



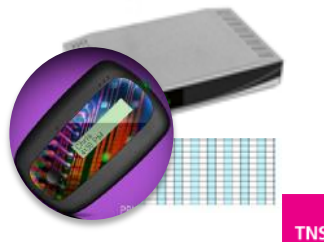
Развитие ПО в
соответствии с
требованиями
клиентов



Система телеизмерений: четыре составляющие



**репрезентативная
панель**



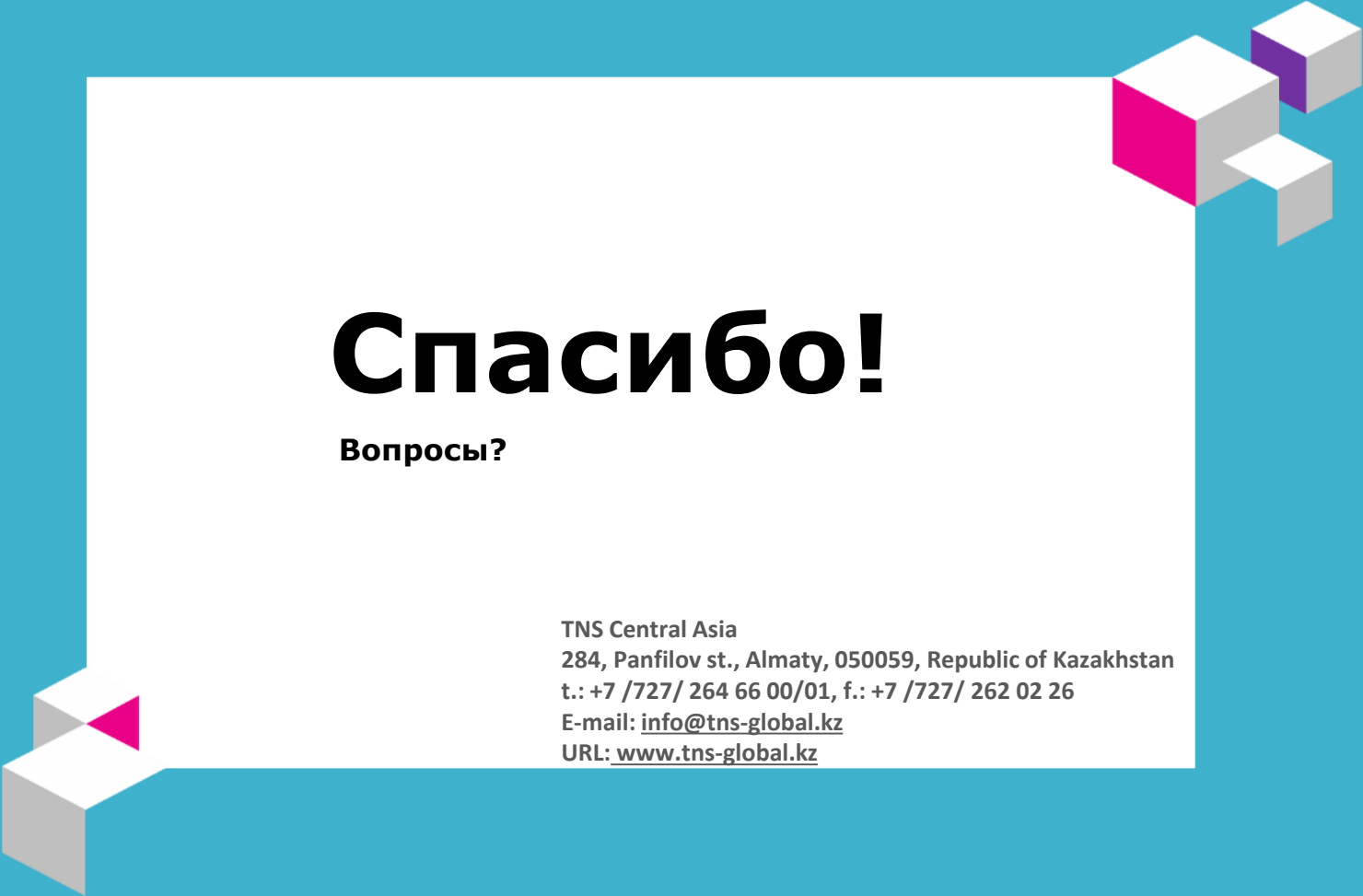
технология и методология



**инновационный
подход**



**экспертиза и
анализ**



Спасибо!

Вопросы?

TNS Central Asia

284, Panfilov st., Almaty, 050059, Republic of Kazakhstan

t.: +7 /727/ 264 66 00/01, f.: +7 /727/ 262 02 26

E-mail: info@tns-global.kz

URL: www.tns-global.kz