

Группа пользователей данных ТВ измерений

Вадим Кукушкин

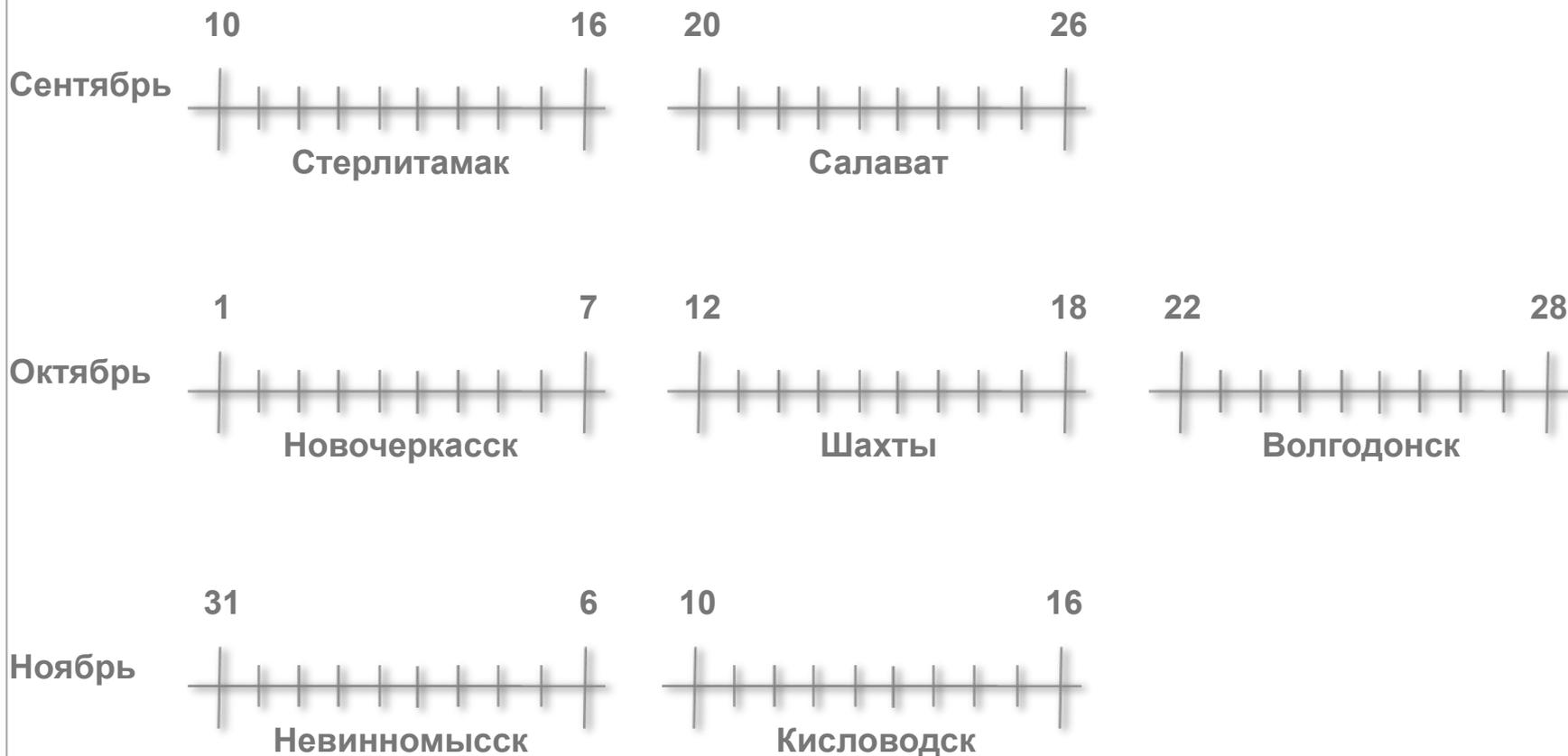
15.12.2008

Содержание

- ✓ Мобильный мониторинг: очередная порция городов
- ✓ Расширенное спонсорство: планируемые изменения
- ✓ Профилактики: учет телесмотрения
- ✓ Локальная реклама: оценка по GRP

Мобильный мониторинг: новая порция городов

График записи в городах



Промежуточные итоги. Эфир&Кабель

				
СТЕРЛИТАМАК	86%	87%	100%	99%
САЛАВАТ	93%	88%	100%	100%
НОВОЧЕРКАССК	100%	100%	100%	98%
ШАХТЫ	100%	100%	92%	94%
ВОЛГОДОНСК	100%	100%	100%	79%
НЕВИННОМЫССК*	91%	93%	100%	99%
КИСЛОВОДСК	100%	99%	100%	100%

Промежуточные итоги. Эфир&Кабель

				
СТЕРЛИТАМАК	100%	97%	97%	87%
САЛАВАТ	100%	100%	99%	89%
НОВОЧЕРКАССК	100%	97%	89%	100%
ШАХТЫ	100%	96%	94%	98%
ВОЛГОДОНСК	88%	50%	90%	100%
НЕВИННОМЫССК*	73%	97%	90%	87%
КИСЛОВОДСК	100%		75%	

Промежуточные итоги. Эфир&Кабель

				
СТЕРЛИТАМАК	100%	100%	96%	89%
САЛАВАТ	98%		100%	99%
НОВОЧЕРКАССК	100%	100%	99%	99%
ШАХТЫ	100%	99%	99%	91%
ВОЛГОДОНСК	95%	100%	100%	100%
НЕВИННОМЫССК*	100%	97%	89%	99%
КИСЛОВОДСК				

Промежуточные итоги. Эфир&Кабель

				
СТЕРЛИТАМАК	99%	99%		99%
САЛАВАТ	99%	99%	100%	98%
НОВОЧЕРКАССК	98%	100%		99%
ШАХТЫ	95%	51%		99%
ВОЛГОДОНСК	86%	100%		100%
НЕВИННОМЫССК*		93%		100%
КИСЛОВОДСК				100%

Расширенное спонсорство: планируемые изменения

Объединение типов

Спонсорский ролик
Динамическая заставка
Статическая заставка



**Спонсорская
заставка**

Динамические титры
Статические титры
Бегущая строка



**Благодарность
в титрах**

Логотип в погоде
Устное объявление в погоде
Титры в погоде



**Спонсор:
погода**

Объединение типов. Анонсы

Анонс: спонсорский ролик
Анонс: динамическая заставка
Анонс: статическая заставка



**Анонс:
спонсорская
заставка**

Анонс: логотип спонсора
Анонс: устное объявление
Анонс: атрибутика спонсора
Анонс: статические титры
Анонс: динамические титры



**Анонс:
упоминание**

Добавление типов

- ✓ Динамический логотип спонсора
- ✓ Благодарность в коммерческих титрах
- ✓ 3D анимированная заставка
- ✓ Наименование спонсора (аудио и видео)

Сроки реализации?

✓ январь 2009 года



Профилактики: учет телесмотрения

Вопросы

- ✓ Снижение точности данных (нет записи эфира)
- ✓ Невозможность применения методики малых городов
- ✓ Отсутствие гарантии трансляции «правильного» эфира
- ✓ Цифры, не привязанные к событиям в Москве

Оценка региональной рекламы по GRP

Плюсы

- ✓ Отражение реальной картины рынка
- ✓ Возможность работать со всеми статистиками, применяемыми для национальной рекламы*
- ✓ январь 2009

* корректные данные при использовании от 200 GRP

