

ПРОБА-Медиа

Средства разработки, программно-аппаратные требования

- Средство разработки – MS Visual FoxPro
- Формат отчётов, выходных форм – MS Excel
- Используемые компоненты – MS Graph
- Требования к аппаратуре – Pentium II и выше, 64 МВ ОЗУ, 20 МВ на жёстком диске, ОС – MS Windows 98/2000/XP



ПРОБА-Медиа

Основные характеристики

- Расчёт основных показателей медиапланирования
- Расчёт частотных распределений
- Фиксация произвольных целевых групп и расчёты по ним
- Ведение баз данных по всем характеристикам газет и радиостанций



ПРОБА-Медиа

Источники данных

- Данные получаемые в результате опросов
- Данные о тарифах и форматах средств массовой информации



ПРОБА-Медиа Источники данных

Данные получаемые в результате опросов

МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ. РЕГИОН: "САНКТ-ПЕТЕРБУРГ". ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ (1200 РЕСПОНДЕНТОВ)

Данные Совокупность Анализ Экспорт БД Помощь Выход

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ АНКЕТЫ

№ вопр	Тип	Наименование вопроса	№ вар	Наименование варианта ответа
1	О	Пол	1	владелец совлад компании
2	О	Возраст	2	руководитель высшего звена
3	О	Образование	3	руководитель среднего звена
4	О	Семейное положение	4	ведущий специалист/специалист
5	О	Состав семьи	5	высококвалиф рабочий
6	М	Дети	6	работник умственного труда
7	О	Занятость	7	работник физического труда
8	О	Сфера деятельности	8	отказ
9	О	Профессиональный статус		
10	О	Материальное положение		
11	О	Ежемесячный доход на одного члена семьи		
12	М	Время просмотра ТВ		
13	М	Предпочтения в просмотре каналов ТВ		
14	Т	Аудитория телегидов		
15	Т	Аудитория общеинформационных газет		
16	Т	Аудитория бесплатных газет		
17	Т	Аудитория журналов		
18	Т	Средненедельная аудитория радиостанций		
19	Т	Аудитория радиостанций по будням		
20	Т	Аудитория радиостанций по выходным		
21	М	транспорт		
22	М	Реклама		
23	М	Рекламные предложения		
24	М	Рекламные материалы		
25	О	Пользователи Интернет		
26	М	Интернет-провайдеры		
27	О	Частота сеансов		

Выход

ПРОБА-Медиа Источники данных

Данные получаемые в результате опросов

МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ - ВВОД И РЕДАКТИРОВАНИЕ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ

Данные Анализ Корректировка Справочники Помощь Выход

ВВОД АНКЕТ

Код респондента: 5549208 Номер анкеты: 1 Ф.И.О. респондента: []

Добавить Изменить Удалить Список

Номер вопроса	Вариант ответа	Коды вариантов
1	0	
2	1	
3	3	
4	1	
5	3	
6	5539111	
7	2	
8	1+3+7	
9	2	
14	5	
14	7	
14	12	
16	1	
16	3	
16	5	
17	5	
18		14+15+16+17+34+35+36+37+38+39
19		1+2+4+9+12+15
20	1	2+3+4+5+6+7+8+9+10
20	3	2+3
21	1	3+4+5
21	3	3+4+5
22	1	7
22	3	5
23		1+2+3+4+5
24		1+5
25	1	3
25	2	2

РЕДАКТИРОВАНИЕ ВОПРОСА

Вопрос № ... Источники инфо

Вариант ответа: ...

Множественный выбор

ВЫБОР ВАРИАНТОВ ОТВЕТОВ

Для сортировки по номеру или наименованию варианта ответа щёлкните левой кнопкой мыши по заголовку колонки таблицы.

Номер	Наименование варианта ответа
<input checked="" type="checkbox"/>	1 общепформ и деловые издания
<input type="checkbox"/>	2 рекламные издания
<input checked="" type="checkbox"/>	3 специализированные издания
<input type="checkbox"/>	4 телевидение
<input type="checkbox"/>	5 радио
<input type="checkbox"/>	6 Интернет
<input checked="" type="checkbox"/>	7 рекомендации специалистов окружения
<input type="checkbox"/>	8 рассылки по почте
<input type="checkbox"/>	9 рекламные предложения по эл почте

F5-Добавить F6-Выбрать Отмена

Источники информации
Множественный выбор -

Добавить Изменить Удалить Выход

ПРОБА-Медиа Источники данных

Данные получаемые в результате опросов

Microsoft Excel - Книга1

Регион: Санкт-Петербург

Число жителей региона старше 15 лет: 3036.87 тыс. чел.

Выборка (количество респондентов): 1200 чел.

Пол

	Тысяч чел.	%% от ответивших	%% от выборки	5-ти % ДИ (нижний)	5-ти % ДИ (верхн)	Абс. значение
мужчины	1394,43	45,92	45,92	43,52	48,33	551
женщины	1642,44	54,08	54,08	51,67	56,48	649

Возраст

	Тысяч чел.	%% от ответивших	%% от выборки	5-ти % ДИ (нижний)	5-ти % ДИ (верхн)	Абс. значение
15-19	270,79	8,92	8,92	7,6	10,39	107
20-24	293,56	9,67	9,67	8,3	11,19	116
25-29	296,09	9,75	9,75	8,37	11,27	117
30-34	303,69	10	10	8,61	11,54	120
35-39	285,97	9,42	9,42	8,06	10,92	113
40-44	328,99	10,83	10,83	9,39	12,42	130
45-49	263,2	8,67	8,67	7,37	10,12	104
50-54	331,52	10,92	10,92	9,47	12,51	131
55-59	212,58	7	7	5,83	8,33	84
60-64	197,4	6,5	6,5	5,37	7,79	78
65 и старше	253,07	8,33	8,33	7,06	9,76	100

Образование

Распределение / Лист2

Microsoft Excel - Книга2

Регион: Санкт-Петербург

Число жителей региона старше 15 лет: 3036.87 тыс. чел.

Выборка (количество респондентов): 1200 чел.

Строки: "Аудитория общенформационных газет"

Столбцы: "Ежемесячный доход на одного члена семьи"

Абсолютное значение

	1000 руб. и меньше	1001-2000 руб	2001-3000 руб	3001-5000 руб	5001-10 000 руб	10 001-15 000 руб
СПб ведомости		10	6	13	9	
СПб ведомости по субб		5	8	14	5	
Деловой Петербург	1	2	4	6	9	
Жизнь СПб	1	4	5	6	1	
Известия	2	3	5	6	2	
Коммерсантъ		3	4	8	8	
Комсомольская правда	3	11	27	32	16	
КП Толстушка	2	11	30	34	21	
Московский комсомолец	1	1	4	4	3	
Российская газета		2	1	6	3	
Смена	1	2	3	3	1	
Смена по пятн	1	1	5	2	1	
Советский спорт	1			4	1	
Спорт-Экспресс		4	4	6	5	
24 часа	1	2	8	7	3	

Пересечение / Лист2 /

ПРОБА-Медиа Источники данных

Данные о тарифах и форматах средств массовой информации

МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ. РЕГИОН: "САНКТ-ПЕТЕРБУРГ". ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ (1200 РЕСПОНДЕНТОВ)

Данные Совокупность Анализ Экспорт БД Помощь Выход

СПРАВОЧНИК - ГАЗЕТЫ

Наименование газеты	Наименование модуля	Высота	Ширина	Площадь	Стоимость модуля
24 часа	1/45 полосы	4.90	3.80	18.62	5 939.80
7 дней	2/45 полосы	10.10	3.80	38.38	1 224.23
Аргументы и факты	2/45 полосы	4.90	8.00	39.20	1 224.23
Асток пресс	3/45 полосы	4.90	12.20	59.78	18 546.70
Деловой Петербург	3/45 полосы	15.30	3.80	58.14	18 546.70
Для каждого дома	4/45 полосы	4.90	16.40	80.36	25 634.80
Жизнь СПб	4/45 полосы	10.10	8.00	80.80	25 634.80
Из рук в руки	4/45 полосы	20.50	3.80	77.90	25 634.80
Известия	5/45 полосы	4.90	20.60	100.94	31 274.80
КП Толстуха	5/45 полосы	25.80	3.80	98.04	31 274.80
Коммерсантъ	6/45 полосы	10.10	12.20	123.22	39 307.20
Комсомольская правда	6/45 полосы	15.30	8.00	122.40	39 307.20
МК в Питере	8/45 полосы	10.10	16.40	165.64	52 316.00

Добавить Удалить

Наименование льготы/надбавки	Процент	Характеристика	Тип	Вид
место по выбору	15.0		место по выбору	Надб.
за повтор	10.0	4	за повтор	Льгота
за повтор	5.0	2	за повтор	Льгота
1-я полоса	100.0		1-я полоса	Надб.

Подробнее... Добавить Удалить Выбрать тип льготы/надбавки

ПРОБА-Медиа Источники данных

Совместное использование данных

МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ. РЕГИОН: "САНКТ-ПЕТЕРБУРГ". ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ (1 200 РЕСПОНДЕНТОВ)

Данные Совокупность Анализ Экспорт БД Помощь Выход

ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В ГАЗЕТАХ

Планируемая продолжительность рекламной кампании, дней:
 Планируемая стоимость рекламной кампании, рублей:

Наименование газеты	Модуль	Размер, расположение	Кол-во рекл. модулей	Стоимость	Кол-во рекламных контактов	Охват	Расчётная аудитория (тыс.чел)
Экстра Балт	36/45 полноцвет	20.3x33.9	6	637 776.00	1 621.08	290.40	290.40
▶ Московский комсомолец	1/16	12.6x9.0	6	229 548.00	67.17	23.30	23.83

Количество рекламных контактов (GRP):	Тыс.	%	Стоимость рекл. конт.	За 1 тыс.	За 1 %
	1 688.25	55.59		513.74	15 602.16
Охват (COVERAGE):	311.29	10.25	Стоимость охвата	2 786.17	84 616.98
Фактическая стоимость рекламной кампании, руб.	867 324.00		Средняя частота	5.40	
Отклонение от планируемой стоимости, руб.	<input type="text"/>		<input checked="" type="button" value="Экспорт в Excel"/>		<input type="button" value="Выход"/>