



the sixth sense of business™

«100 лет тому вперед» - Телевидение, каким мы его еще не знали

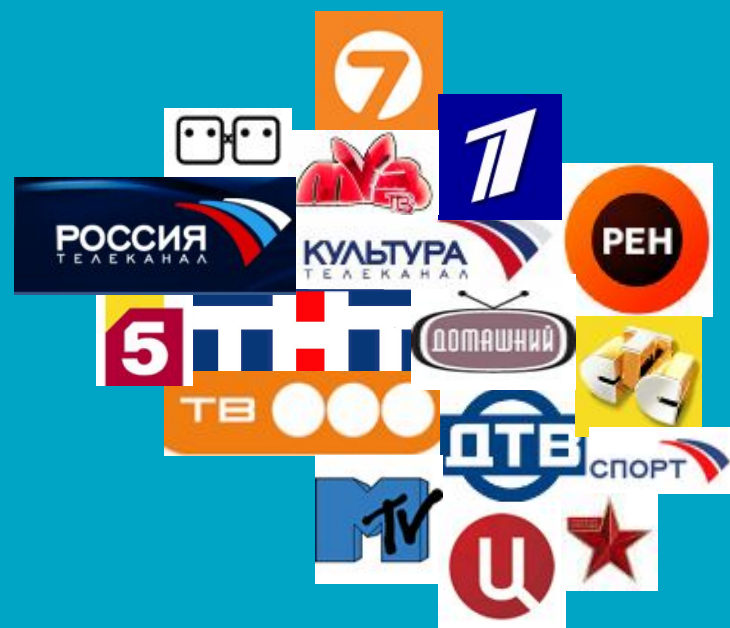
Александр Костюк



Развитие проекта 2008-2010 гг.



Программа развития проекта по измерению телевизионной аудитории 2008 – 2010 гг. – результат обсуждений с индустрией



TV Index



TV Index 2008



Ускорение поставки

данных

Поставка национальных и региональных данных на 4-ый день вместо 8-ого



Новые города

Ульяновск (611.7 тыс. чел.)

Чебоксары (441.3 тыс. чел.)

Большая Москва (12 209.1 тыс.чел.)



Увеличение объема национальной панели

Увеличение с
~~3005~~ до
3549 домохозяйств
(города в
панели
250
Большая
Москва,
Ноябрь
2008
июль 2008
г.)

3549 домохозяйств

Ускорение поставки окончательных данных

1999



на 11 день

2005



на 8 день

2008



на 4 день

Новые города



Чебоксары
(441.3 тыс. чел.)



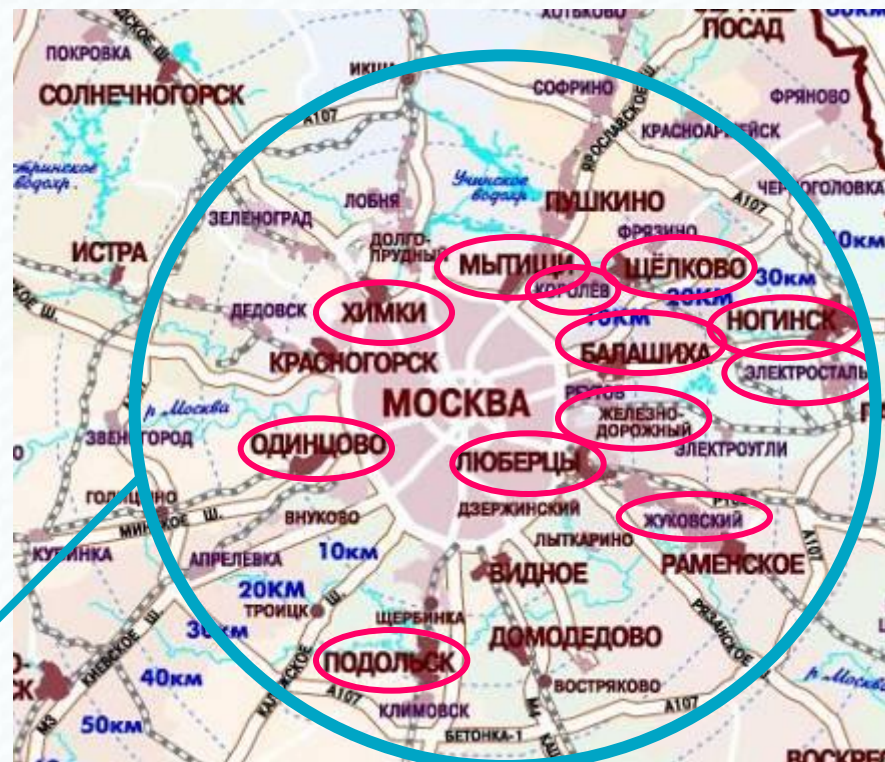
Ульяновск
(611.7 тыс. чел.)



Большая Москва
(12 209.1 тыс. чел.)

- Балашиха
- Химки
- Мытищи
- Королев
- Щелково
- Ногинск
- Электросталь
- Железнодорожный
- Люберцы
- Жуковский
- Одинцово
- Подольск

12 городов с населением
100 000+ в пределах
«Первой бетонки»



TV Index 2009



Увеличение национальной панели на 500 семей

В течение 2008 г. –



обсуждение
конкретного
сценария
расширения панели
с индустрией

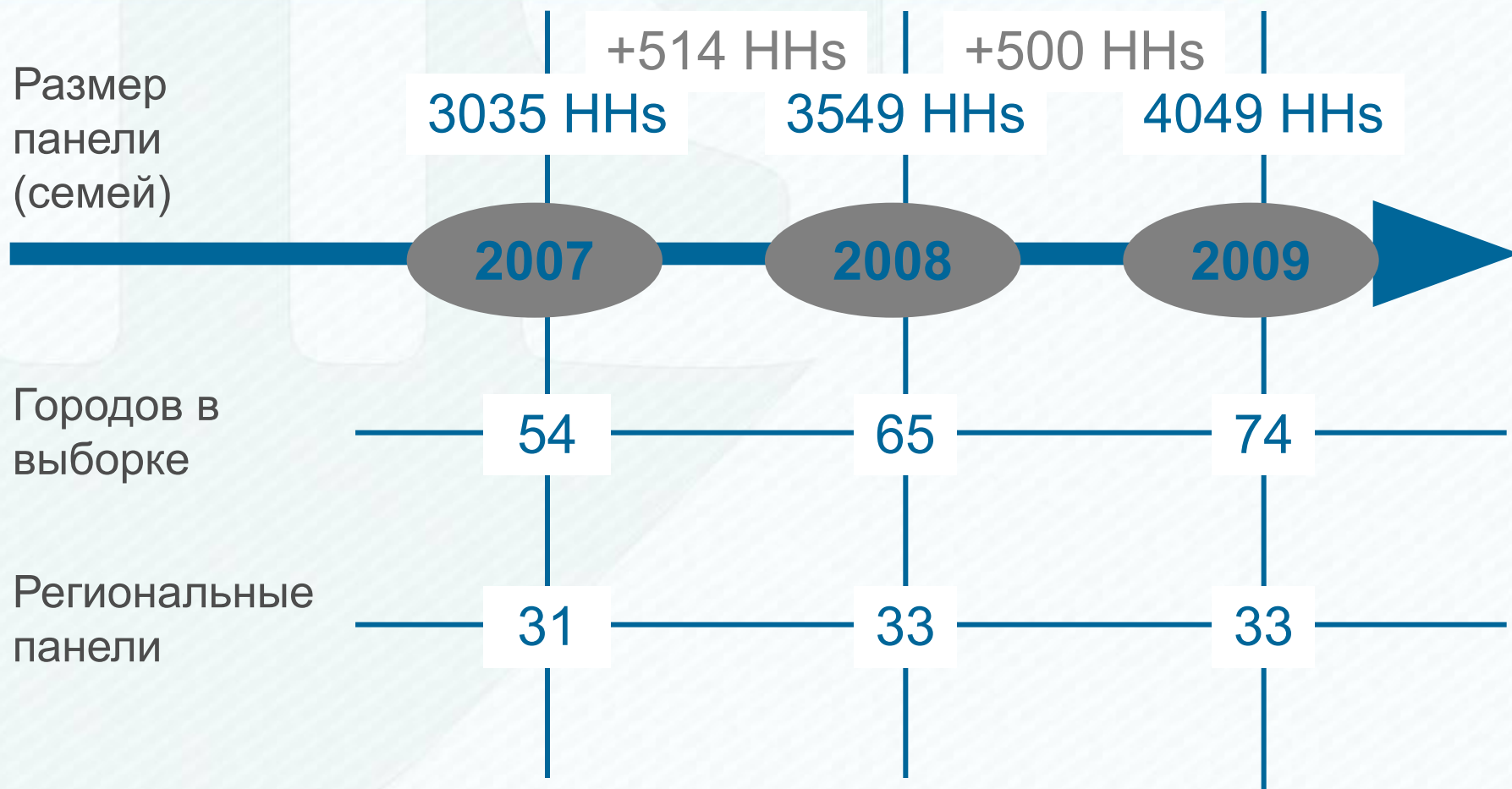


Увеличение выборки
в рамках 100 000 +

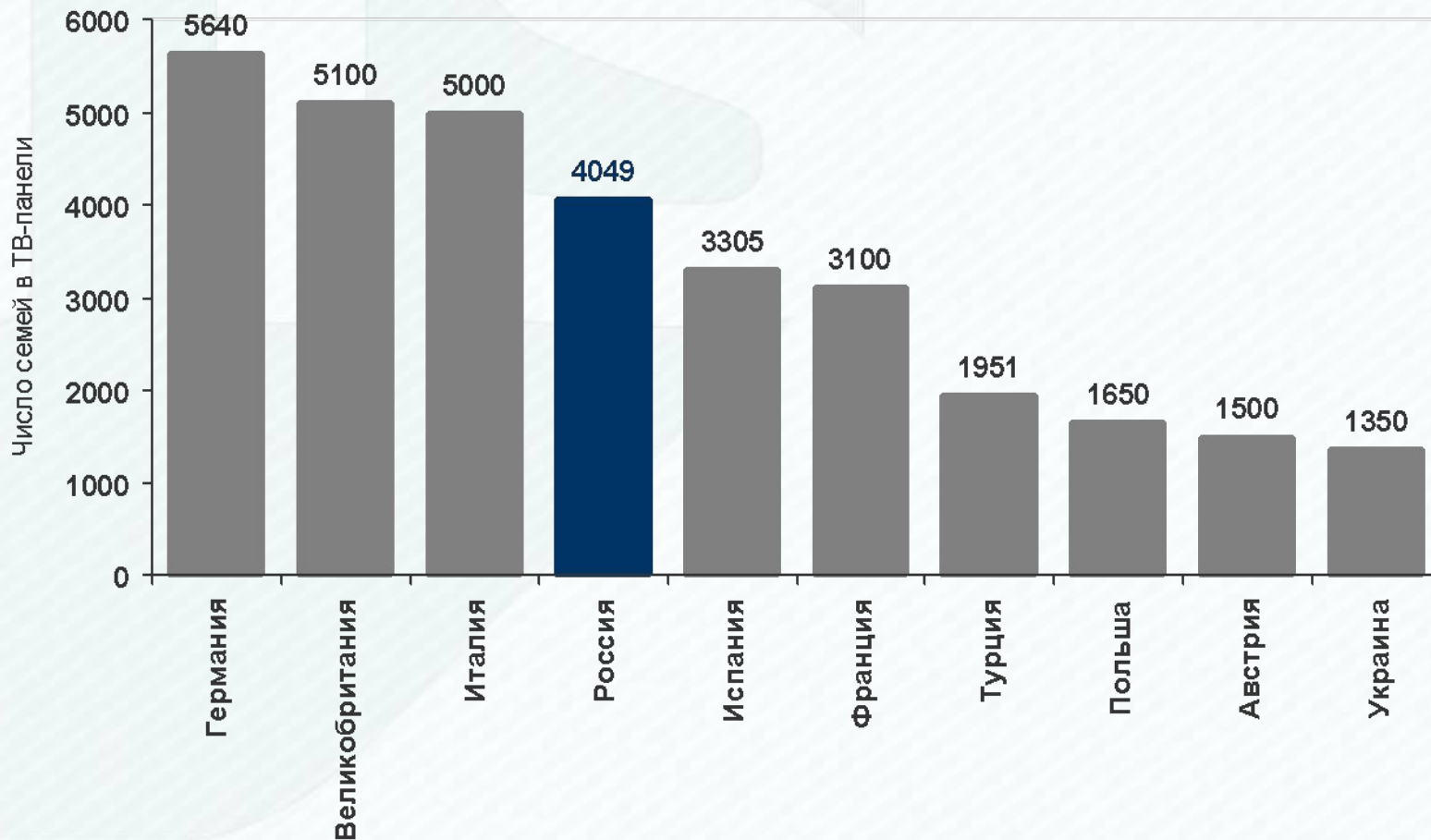
Обсуждение
перехода на
измерение
всех
городов (с
населением
0+)



Развитие панели 2008 – 2009 гг.



TV Index 2009: Четвертое место среди стран Европы по размеру панели



Новые города*

2008

Чебоксары (441 277 чел.)

Ульяновск (611 707 чел.)

Большая Москва (1 766 396 чел.)

-2009 (предварительный список)

Калуга (327 521 чел.)

Набережные Челны (506 368 чел.)

Новокузнецк (560 880 чел.)

Рубцовск (157 287 чел.)

Ленинск-Кузнецкий (106 435 чел.)

Иваново (408 966 чел.)

Белгород (348 153 чел.)

Сочи (331 059 чел.)

Благовещенск (206 061 чел.)

+ Мониторинг

TV Index 2010 - 2012



Увеличение национальной
панели



Обсуждение с индустрией
запуска PPM-панели
в Москве

Технология PPM
(Portable People Meter
)



- Измерение все более индивидуализирующегося просмотра
- Регистрация внедомашнего просмотра
- Первая «пассивная»



TV Index Plus



TV Index Plus: Текущее описание проекта

Национальные данные

- Генеральная совокупность:
города 100 000+, население 4+
- Метод:
личные интервью по месту жительства
- Периодичность:
в течение года 3 волны, результаты: в июне, августе, декабре
- Выборка:
131 город,
6 000 респондентов за волну,
18 000 респондентов в год
- Кол-во измеряемых каналов:
80+ каналов



Региональные данные

- Генеральная совокупность:
города с высоким уровнем проникновения специализированных каналов
- Метод:
people-meter, агрегированные данные за 3 месяца
- Периодичность:
12 раз в год
- Выборка:
200+ респондентов



Области возможного применения



Телеканалы



- Анализ объема и структуры аудитории
- Определение трендов развития
- Конкурентный анализ
- Формирование стратегии



Провайдеры



- Оценка «успешности» каналов
- Формирование стратегии пакетирования
- Конкурентный анализ
- Ценообразование



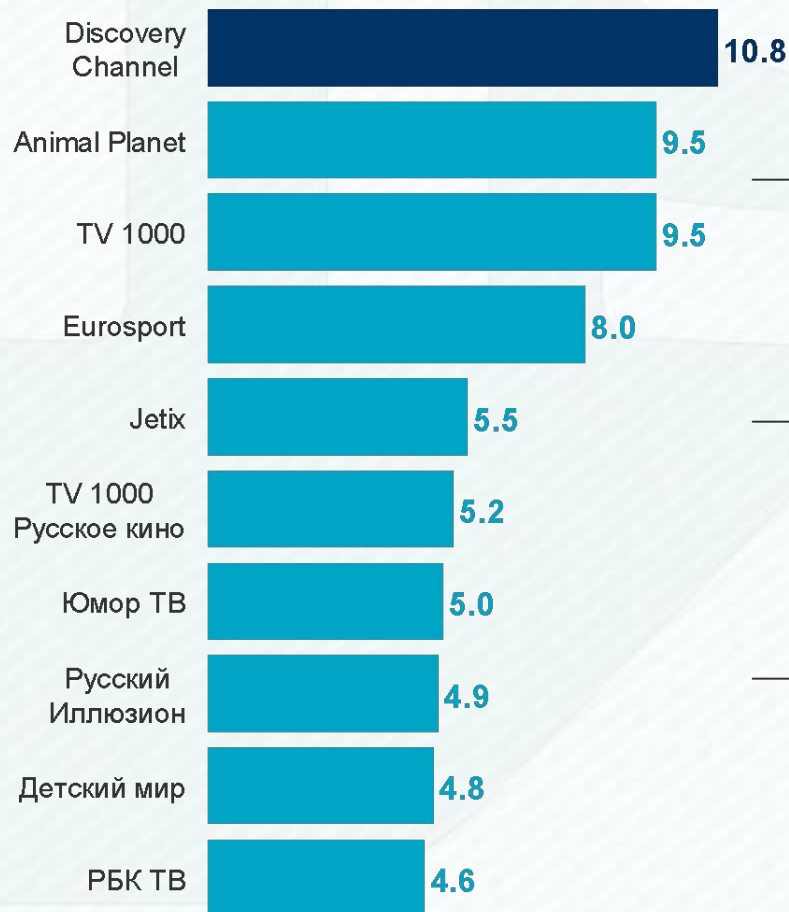
Рекламные агентства, селлеры, рекламодатели



- Оценка конкурентных преимуществ канала при покупке/продаже рекламных возможностей
- Медиапланирование

Региональные различия в охвате аудитории

Россия



Города

Архангельск



Владивосток



Екатеринбург



Пермь



Специализированные каналы

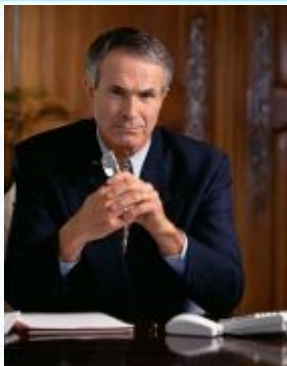
Карта рынка

- Какова структура моей аудитории?
- Кто мои основные конкуренты?
- Какие ниши еще свободны?
- Удалось ли мне занять желаемую нишу?



Специализированные каналы

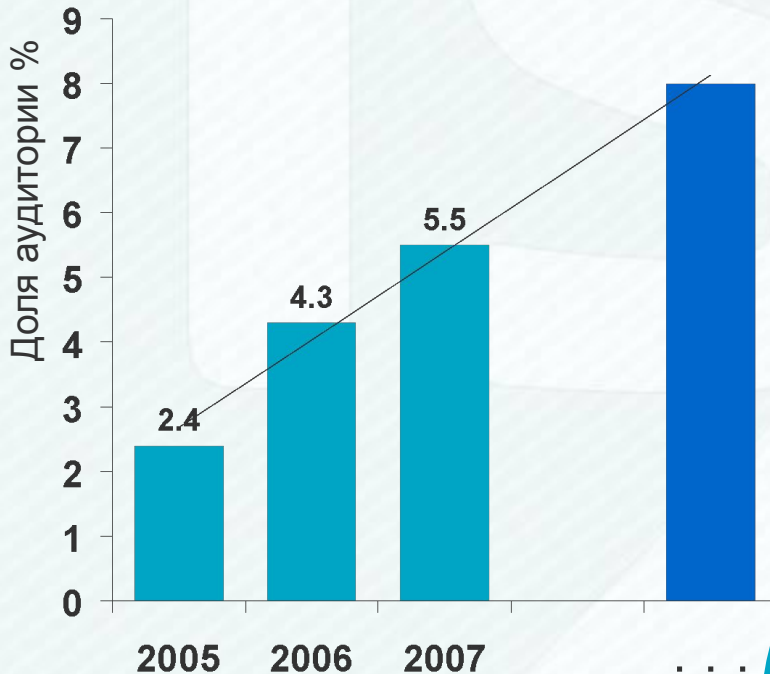
Качество аудитории



2008 г. TV Index Plus

Старт национальных электронных измерений

Рост числа и просмотра специализированных каналов*



25 + ?



20 - 25



*Сезон сентябрь-октябрь

Программа развития TV Index Plus

2008

Начало электронных измерений на национальном уровне

Тестирование технологии RPD

Возможность измерения всей генеральной совокупности

Расширение для цифровой мультимедийной среды

Использование Set Top Box (STB) в качестве пиплметра

Уже работает: Sky (UK), DirecTV (USA, 200 000 семей), Charter (USA, (300 000 семей), Sky NZ (NZ, 6500)

2009

Внедрение RPD в Москве и СПб

2010

Запуск RPD на крупнейших рынках

Программа развития проектов TNS Gallup Media по измерению телевизионной аудитории на 2008-2010 гг.





Будущее телеизмерений

Преимущества Total Meter



- Единый источник данных для электронных медиа: радио и ТВ
- Пассивная технология -> сокращение нагрузки на респондента -> повышение качества данных
- Сохранение преимуществ каждой из систем
 - Точное посекундное измерение стационарного ТВ
 - Измерение периферийных устройств
 - Измерение внедомашнего просмотра
- Возможность измерения «телевидения повсюду» вне зависимости от способа доставки сигнала
- Возможность дальнейшего развития – например, измерение ТВ через мобильные телефоны

Стратегия TNS

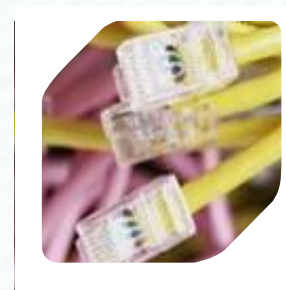


Продолжение развития технологии
Peoplemeter



PPM - индивидуальные
портативные измерения

TotalMeter™ tns



Возможность измерения всей
генеральной совокупности в
рамках RPD технологии
(кабель, спутник, IPTV)
Измерение Интернет аудитории