



TV Index 100 000+ 2019

измерение

телесмотрения



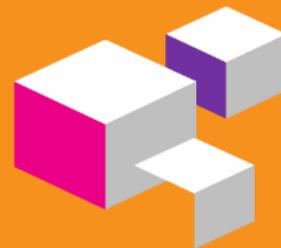
KANTAR TNS

Содержание

ТНС в мире и в Казахстане

Система измерения ТВ в Казахстане

Основные показатели телесмотрения



TNS в мире и в Казахстане



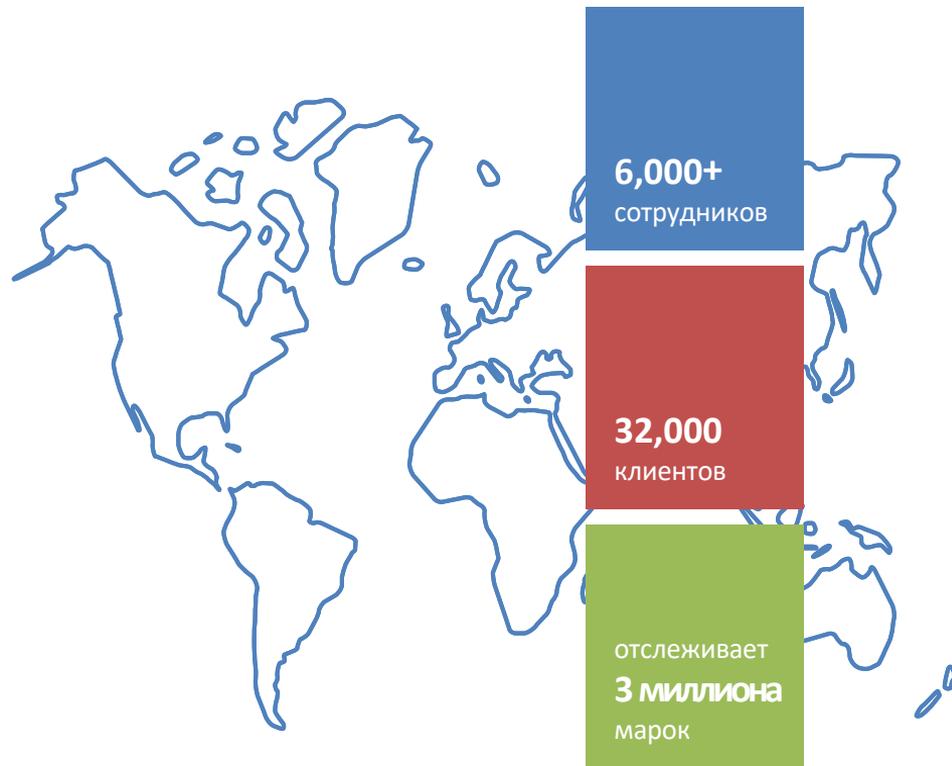
Kantar TNS и Kantar Media части международного исследовательской сети KANTAR, входящей в состав WPP

- WPP – один из мировых лидеров коммуникационного сервиса, в котором работают 110,000 человек в 2,000 офисах 106 стран мира.
- Kantar TNS \ Kantar Media – является частью одной из крупнейшей в мире исследовательской группы Kantar (2 место по оборотам в мире). В группу входит:
 - 13 специализированных подразделений
 - 28,000 сотрудников в 81 стране
 - Клиентами сети являются 300 из 500 компаний из списка Fortune Top 500
- Kantar Media – занимается всеми видами исследований в области средств массовой информации
- Kantar TNS – специализируется на исследованиях потребителей товаров и услуг.

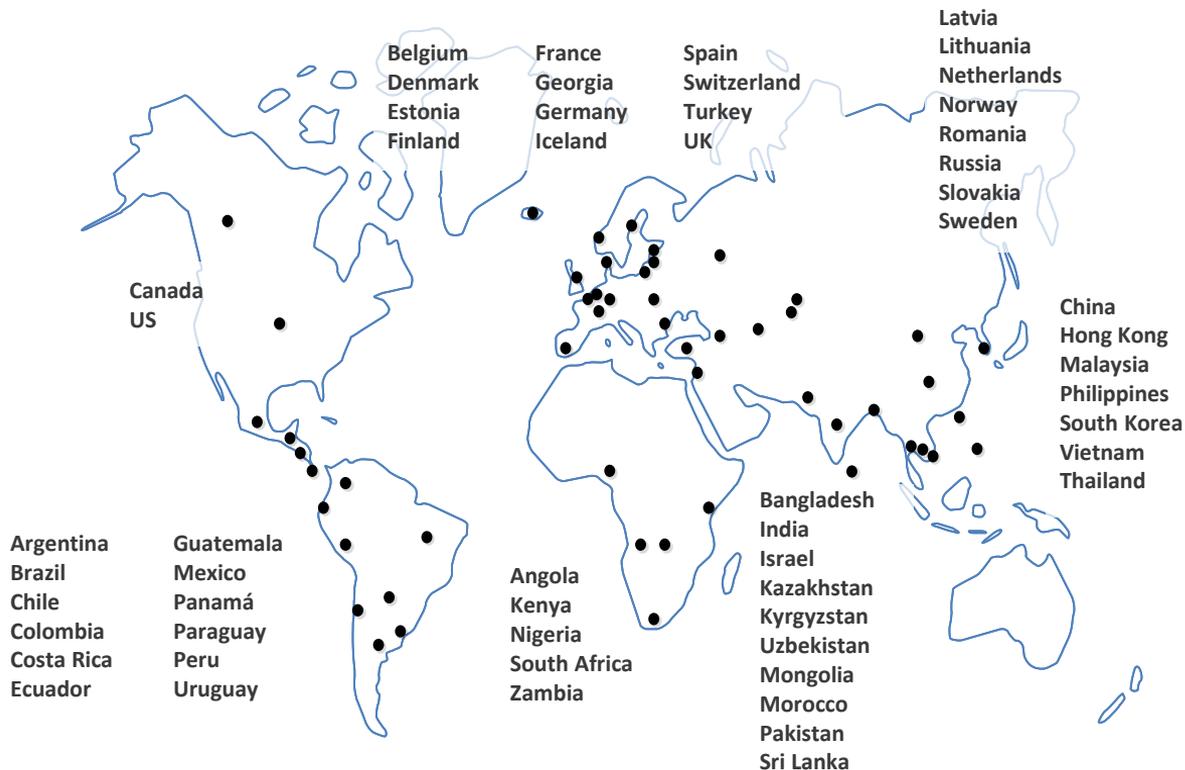
The logo for WPP, consisting of the letters 'WPP' in a large, black, serif font.The logo for Kantar TNS, with 'KANTAR' in black and 'TNS' in pink, followed by a small registered trademark symbol.The logo for Kantar Media, with 'KANTAR' in black and 'MEDIA' in pink, followed by a small registered trademark symbol.The logo for Kantar TNS, with 'KANTAR' in black and 'TNS' in pink, followed by a small registered trademark symbol.

Kantar Media в мире

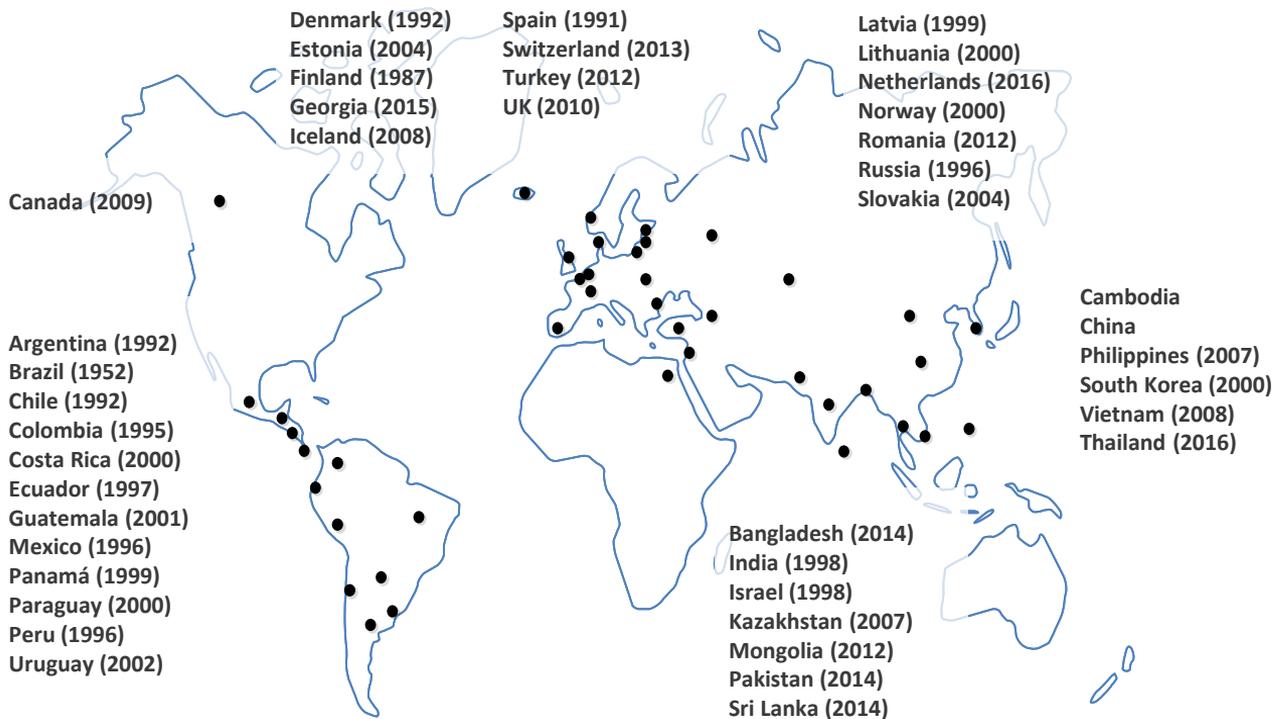
- **6,000+** сотрудников в **30+** странах
- Наши эксперты работают с **32,000 клиентов** отслеживая **3 миллиона марок** в более чем **70 странах**
- Наши клиенты владельцы локальных и международных марок, СМИ, рекламные агентства и т.д.
- Мы используем знания и всю экспертизу, имеющуюся в сети Kantar для подбора лучших решений для наших клиентов



Kantar Media осуществляет Измерения Аудитории Телевидения в 56 странах



В 42 странах сервисы Kantar Media по измерению аудитории ТВ являются валютой



TNS в Казахстане: общие сведения

1997

- Создание компании

2001

- Вхождение в международную исследовательскую группу «TNS»

2008

- Вхождение в международную группу WPP \ Kantar

Области специализации



заказные
маркетинговые
исследования



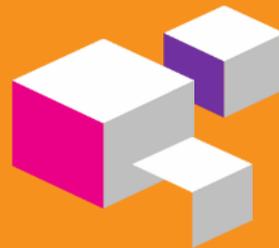
измерение
аудитории СМИ



мониторинг
СМИ

Количество сотрудников \approx **95 человек**

Сеть офисов во всех региональных центрах Казахстана



Система измерения

телеаудитории



Общая информация о проекте «TV Index, города 100 000+»

Основной заказчик	<ul style="list-style-type: none">•  УЛТТЫҚ МЕДИА АССОЦИАЦИЯСЫ НАЦИОНАЛЬНАЯ МЕДИА АССОЦИАЦИЯ
Технология	<ul style="list-style-type: none">• Портативные Телеметры (PPM)
Генеральная совокупность	<ul style="list-style-type: none">• население городов 100 000+ в возрасте 6+ 7 343 тыс. человек
Выборка	<ul style="list-style-type: none">• 1005 ДХ, ≈ 2 600 респондентов, 21 город
Количество постоянно измеряемых телеканалов	<ul style="list-style-type: none">• 25 телеканалов
Поставка данных	<ul style="list-style-type: none">• ежедневно, ПО Instar Analytics

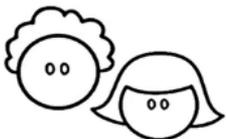
Вопросы, на которые отвечает исследование



**СКОЛЬКО ЛЮДЕЙ
СМОТЯТ КАНАЛЫ И ПРОГРАММЫ?**



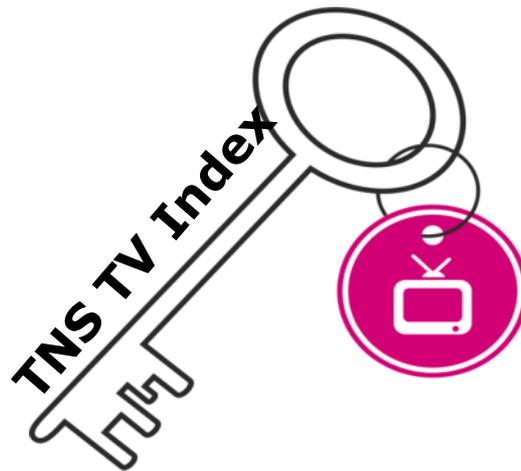
**В КАКОЕ ВРЕМЯ
СМОТРЯТ ТЕЛЕВИЗОР?**



**КАКОВ СОЦ-ДЕМ ПОРТРЕТ
ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ?**

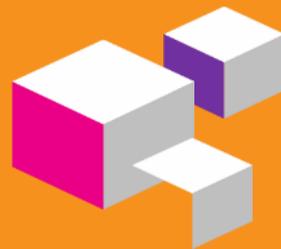


**ГДЕ ЛУЧШЕ РАЗМЕСТИТЬ
РЕКЛАМУ БРЕНДА?**



Кто использует данные TV Index?





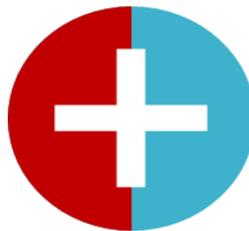
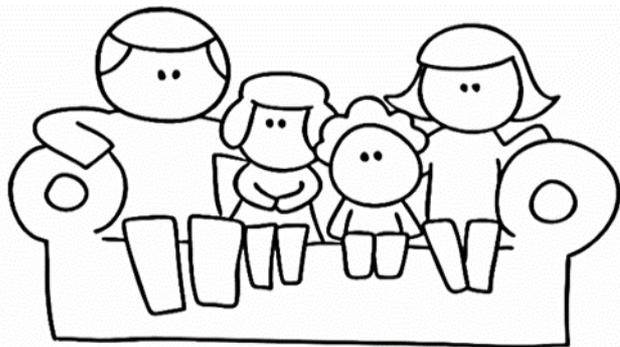
Технология сбора

данных TV Index



Две составляющие проекта TV Index

**АУДИТОРНЫЕ
ДАННЫЕ**



**МОНИТОРИНГ
ЭФИРА**



Технология сбора аудиторных данных

1 ФОРМИРОВАНИЕ
ТВ-ПАНЕЛИ



2 РЕГИСТРАЦИЯ
ТЕЛЕСМОТРЕНИЯ

PortablePeopleMeter



3 ОБРАБОТКА
ДАННЫХ



Выборка (панель)

ЧАСТЬ ОБЪЕКТОВ
ОТОБРАННЫХ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



Репрезентативная выборка

Структура
выборки



=

Структура
населения



Установочное исследование (УИ)



личные интервью
5 025 интервью в год

Выявление ключевых параметров, влияющих на поведение телезрителей



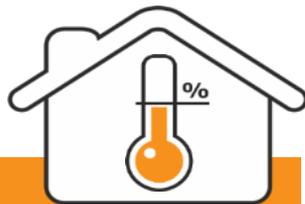
Распределение контрольных параметров в населении



База панельного резерва



Контрольные параметры



СЕМЕЙНЫЕ

регион проживания

количество человек в домохозяйстве

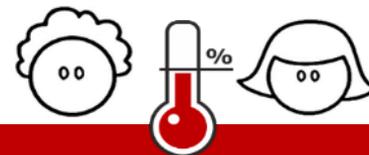
количество телевизоров в ДХ-ве

тип подключения к ТВ сигналу

национальность семьи + язык говорения

наличие интернета

наличие детей 18 лет и младше



ЛИЧНЫЕ

пол

возраст

занятость

национальность

образование

Отбор участников исследования

ИСТОЧНИКИ

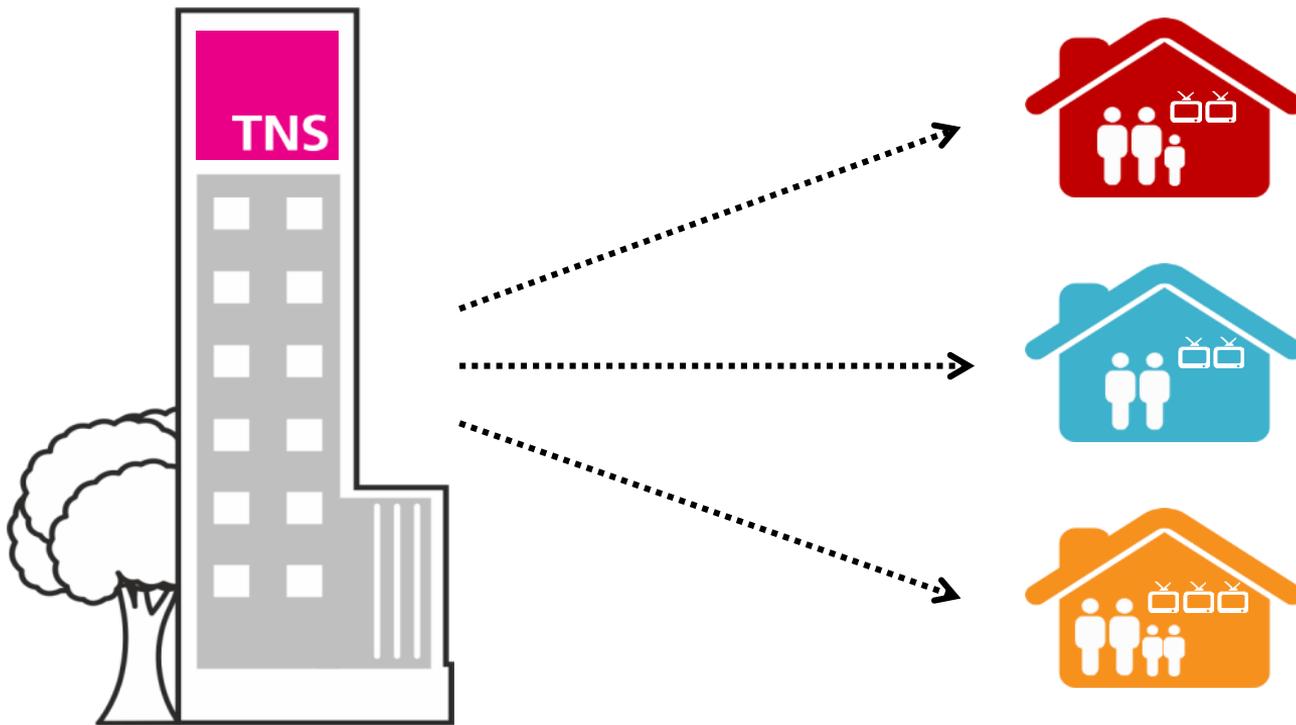
- база панельного резерва
- дополнительный рекрут

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

- согласие всех членов семьи
- заключение договора
- нематериальная мотивация



Постоянный контроль структуры выборки



Прибор для регистрации телесмотрения Portable People Meter



- Индивидуальное измерение
- Не зависит от платформы
- Внедомашнее смотрение
- Измерение цифровых сигналов
- Измерение ТВ и Радио

Регистрация телесмотрения и измерительное оборудование

Студия



Внедрение
идентификационной
информации



Кодирующее оборудование

Передающее
оборудование



Воздействие сигнала
на респондента

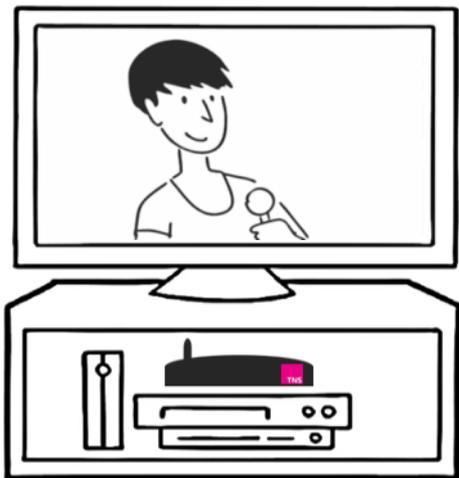
Фиксирование
идентификационных
кодов



Передача данных
в офис компании TNS
Central Asia

Как происходит регистрация телесмотрения?

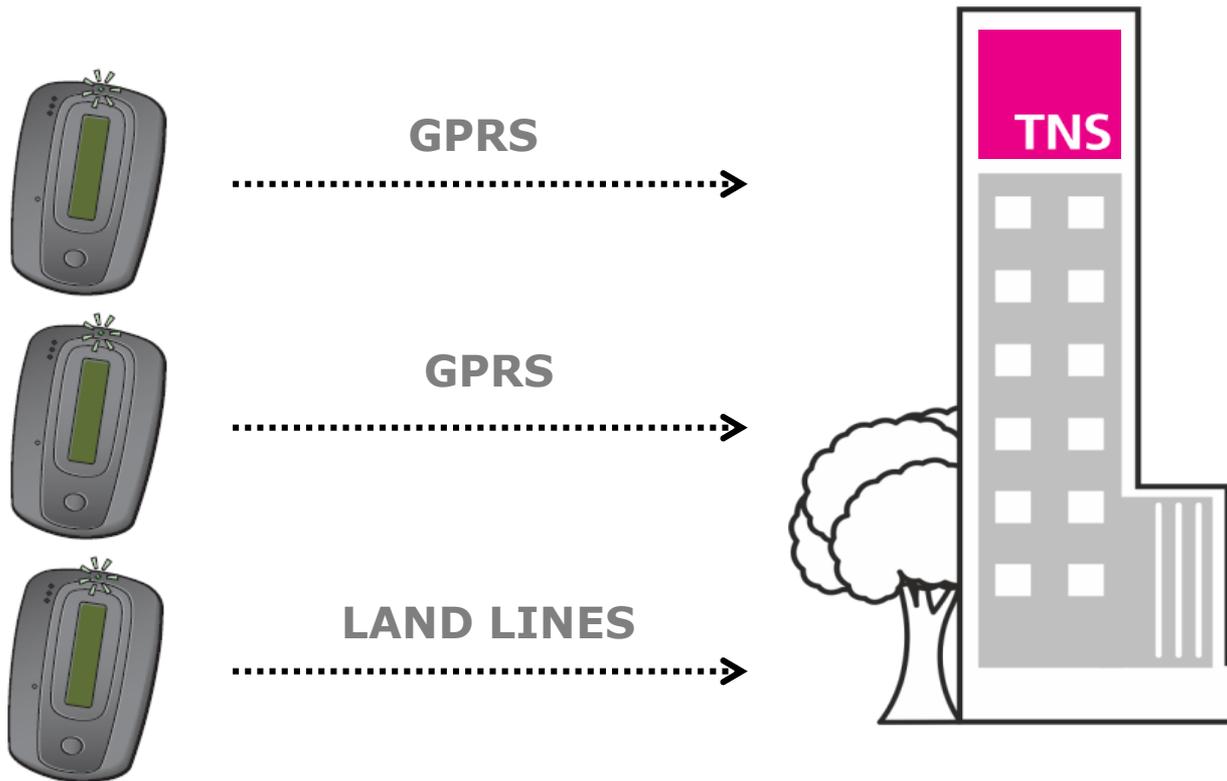
У каждого члена семьи старше 6 лет – свой PPM



Регистрация времени просмотра каждого члена семьи



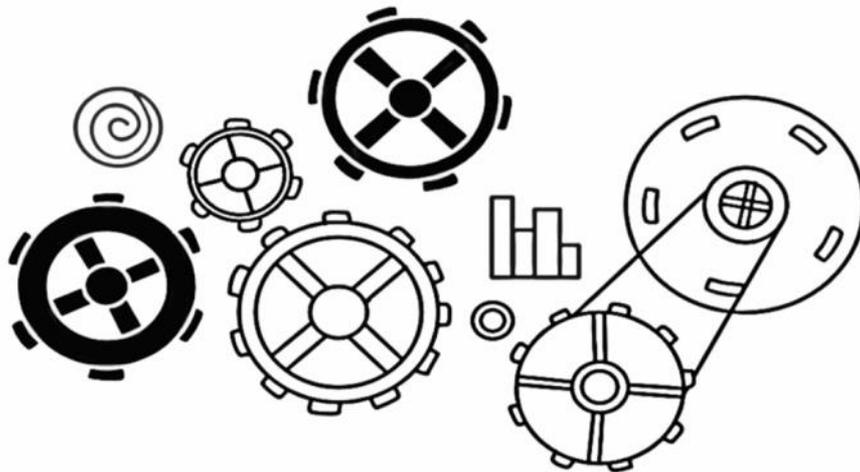
Ежедневная передача данных в TNS



Обработка данных TV Index

1

ВАЛИДАЦИЯ
ДАНЫХ



Валидация данных

В КАКИХ СЛУЧАЯХ?

- не сбор данных
- ошибки аппаратуры
- недостаточное ношение



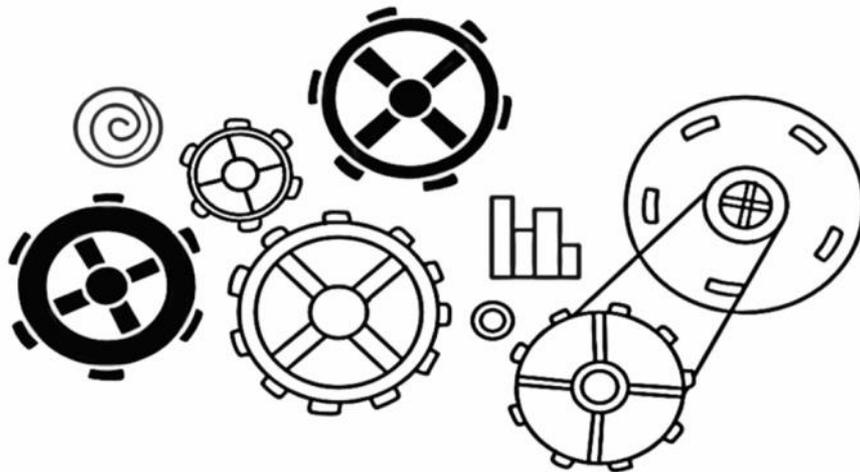
Обработка данных TV Index

1

ВАЛИДАЦИЯ
ДАННЫХ

2

АГРЕГИРОВАНИЕ
ДАННЫХ



3

ВЗВЕШИВАНИЕ
ДАННЫХ

4

ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ
ДАННЫХ

Мониторинг эфира



Информация по всем типам эфирных событий

The screenshot displays a video monitoring application with a grid of 30 video thumbnails at the top, each with a timestamp. Below the grid is a control bar with a play button and a timestamp of 5:24:18. The main window shows a log of broadcast events for the channel 'ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ' on 24 May 2011. The log table includes columns for time, channel, name, and type.

Время	Канал	Название	Тип
5:19:00 - 5:23:06	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	"Первая программа" (Доброе утро)	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО" (р)
5:23:06 - 5:26:15	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	Телеканал "Доброе утро"	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО" (р)
5:23:06 - 5:25:00	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	Интернетный рекламный блок 1	Интернетный
5:23:00 - 5:23:30	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	MAX FACTOR XPERIENCE, крем для ресниц	Ролик
5:23:30 - 5:23:50	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	DOVE шампунь (женск) без слез для Макс...	Ролик
5:23:50 - 5:24:10	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	BIGHT GUARD антиперспирант (мужск)	Ролик
5:24:10 - 5:24:43	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	JACOBS MONARCH кофе (рабочее с раздаточным, Подарочный набор, КНЦ вид 1 стр 2м)	Ролик
5:24:43 - 5:25:00	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	PIANTE AQUA LIGHT без увлажняющий бальзам (Делга Куртвенко)	Ролик
5:26:00 - 5:26:00	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	NESCAFE	Спонсор
5:26:00 - 5:26:00	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	NESCAFE	Атрибутика спонсора (декорации)
5:26:15 - 5:28:06	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	Энциклопедия русской кухни. (Доброе утро)	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО" (р)
5:28:06 - 5:28:26	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	Телеканал "Доброе утро"	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО" (р)
5:28:06 - 5:28:06	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	NESCAFE	Спонсор
5:28:06 - 5:28:06	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	NESCAFE	Атрибутика спонсора (декорации)
5:28:26 - 5:30:00	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	Полезные советы (Доброе Утро)	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО" (р)
5:30:00 - 5:30:05	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	Телеканал "Доброе утро"	ТЕЛЕКАНАЛ "ДОБРОЕ УТРО" (р)
5:30:00 - 5:30:00	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	NESCAFE	Спонсор
5:30:00 - 5:30:00	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	NESCAFE	Атрибутика спонсора (декорации)
5:30:05 - 5:36:04	ТВ-ПЕРВЫЙ КАНАЛ СЕТЕВОЕ ВЕЩАНИЕ	Новости (05:30)	Передача

телепередачи

рекламные блоки

коммерческие рекламные ролики

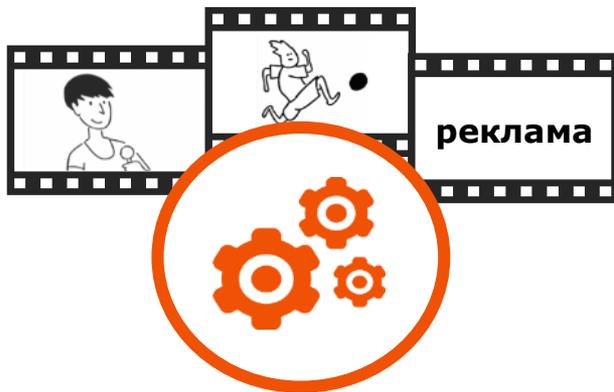
спонсорские рекламные ролики

анонсы

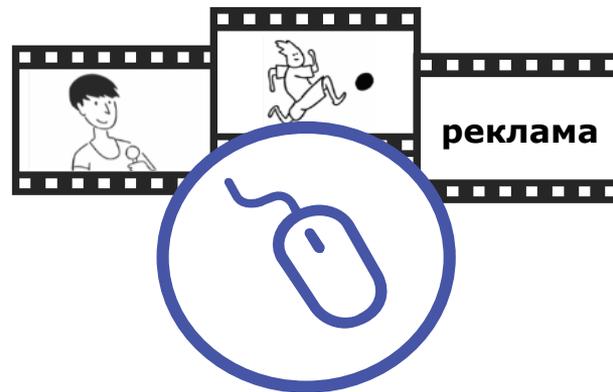
заставки и т.п.

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

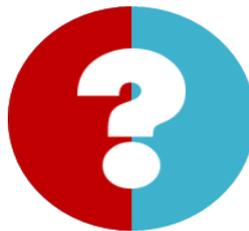
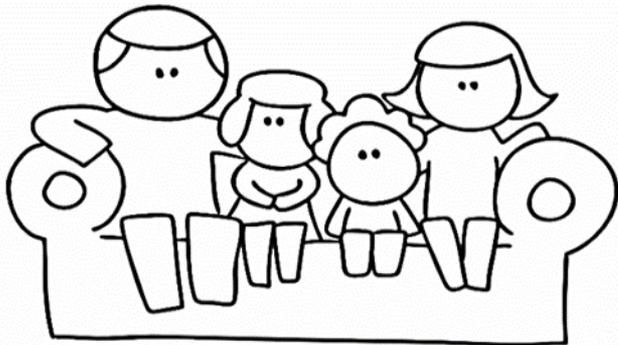
- рекламодатель
- марка
- тип (внешний/внутренний)
- тип рекламы
- описание сюжета
- кол-во роликов в блоке
- и т.д.

Измеряемые телеканалы



Как аудитория приписывается эфирным событиям?

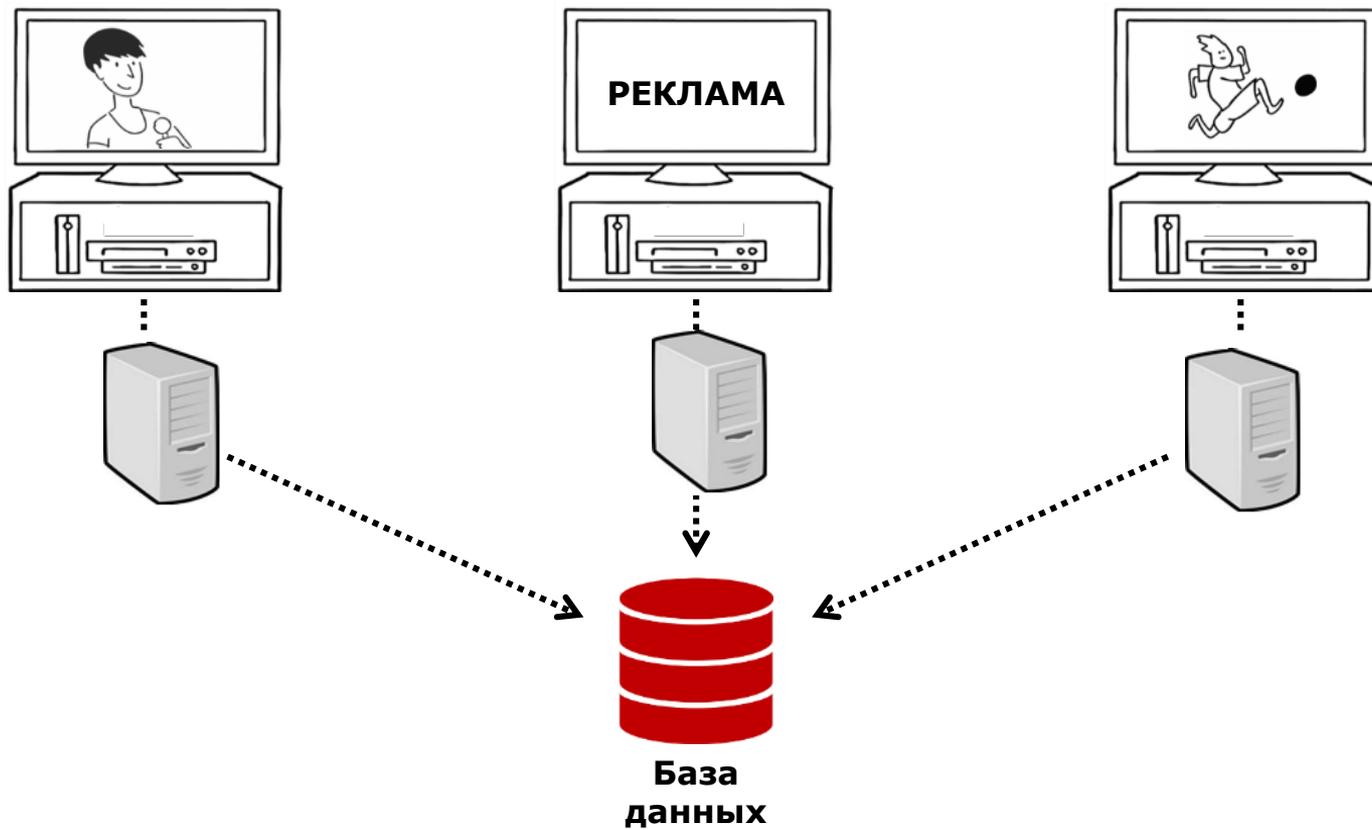
**АУДИТОРНЫЕ
ДАННЫЕ**



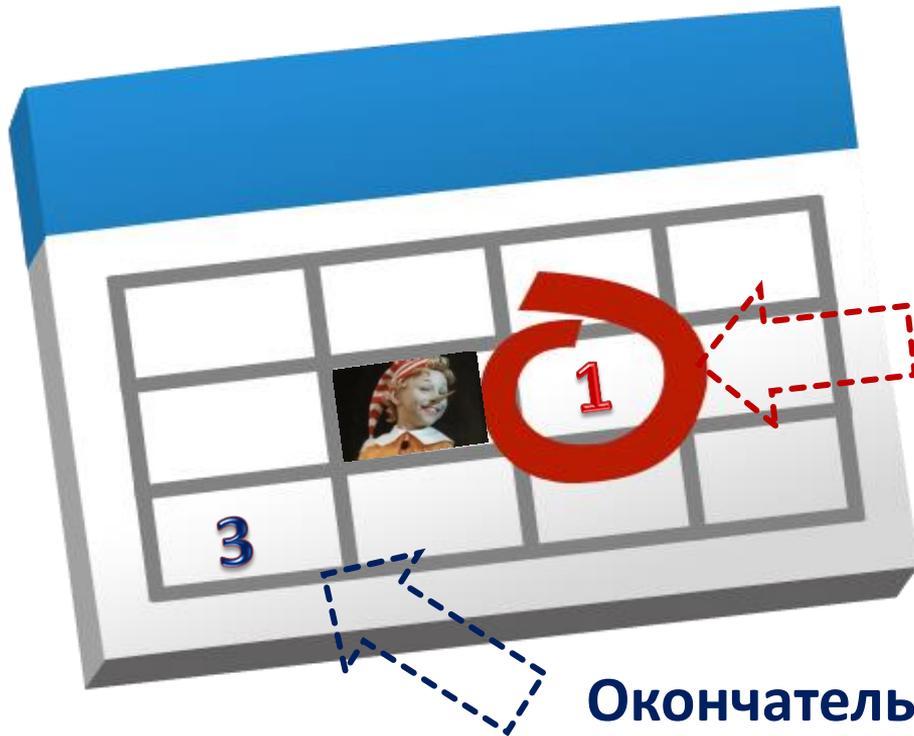
**МОНИТОРИНГ
ЭФИРА**



Объединение данных



Регулярная поставка данных участникам рынка

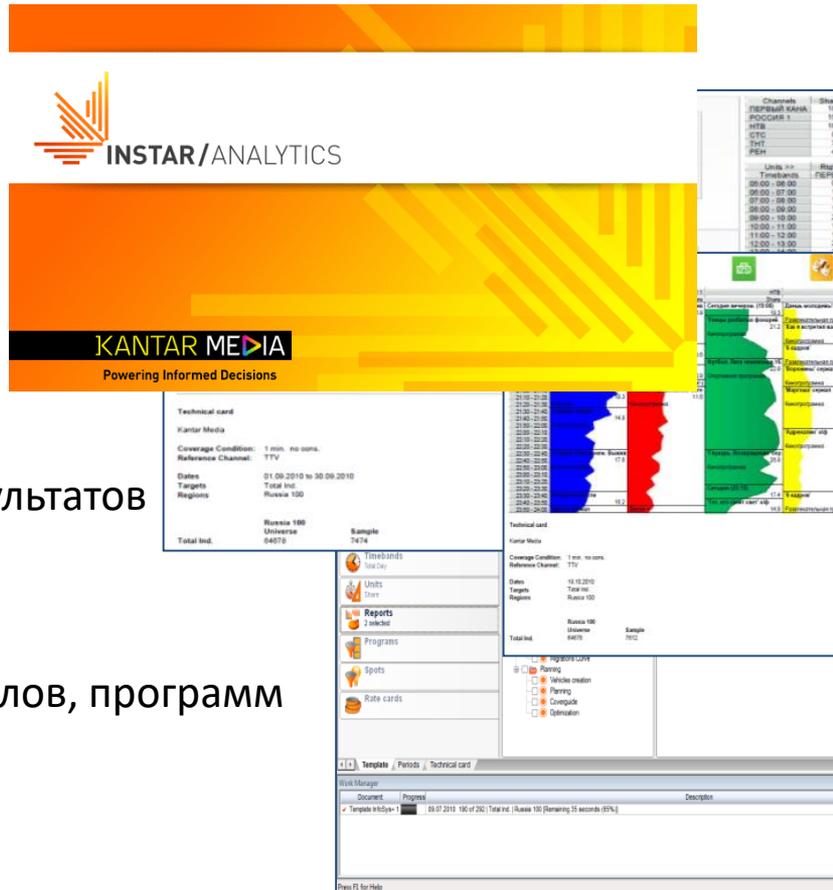


Предварительные данные:
на следующий день после эфира

Окончательные данные:
через день после эфира

Программное обеспечение для работы с данными InStar Analytics

- Разработано в 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



Возможность анализа данных



Города с населением 100 000 человек и более



Города с населением 200 000 человек и более



Алматы



Казахстан без Алматы

Система телеизмерений: четыре составляющие

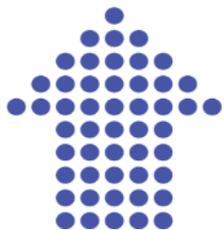


**репрезентативная
панель**

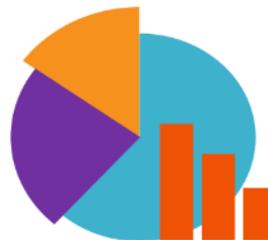
Portable PeopleMeter™



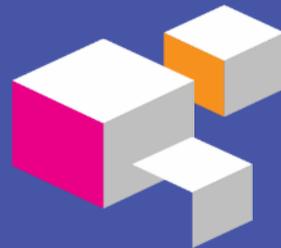
**телеизмерительное
оборудование**



**инновационный
подход**



**экспертиза и
анализ**



Основные показатели

телесмотрения

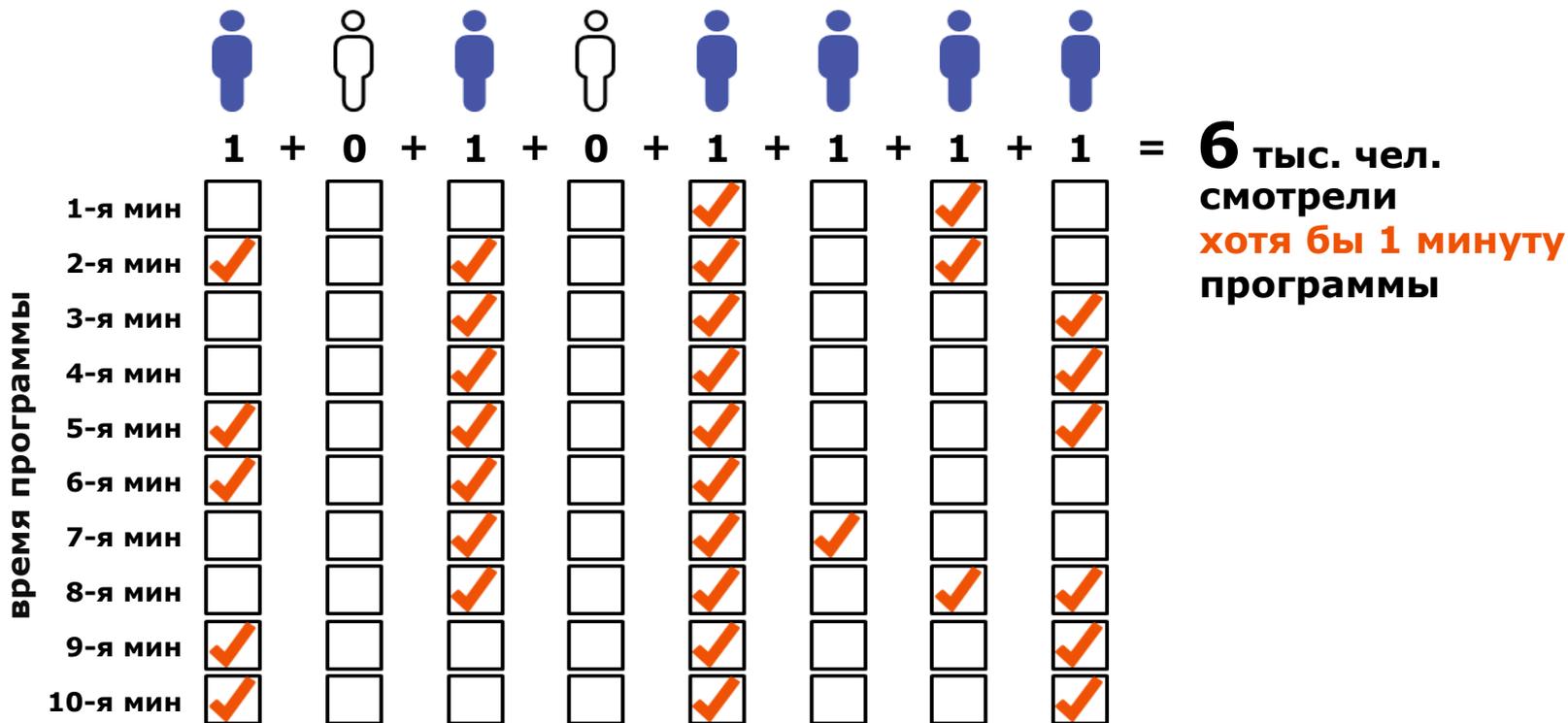


KANTAR TNS

Для чего нужны данные TV Index?



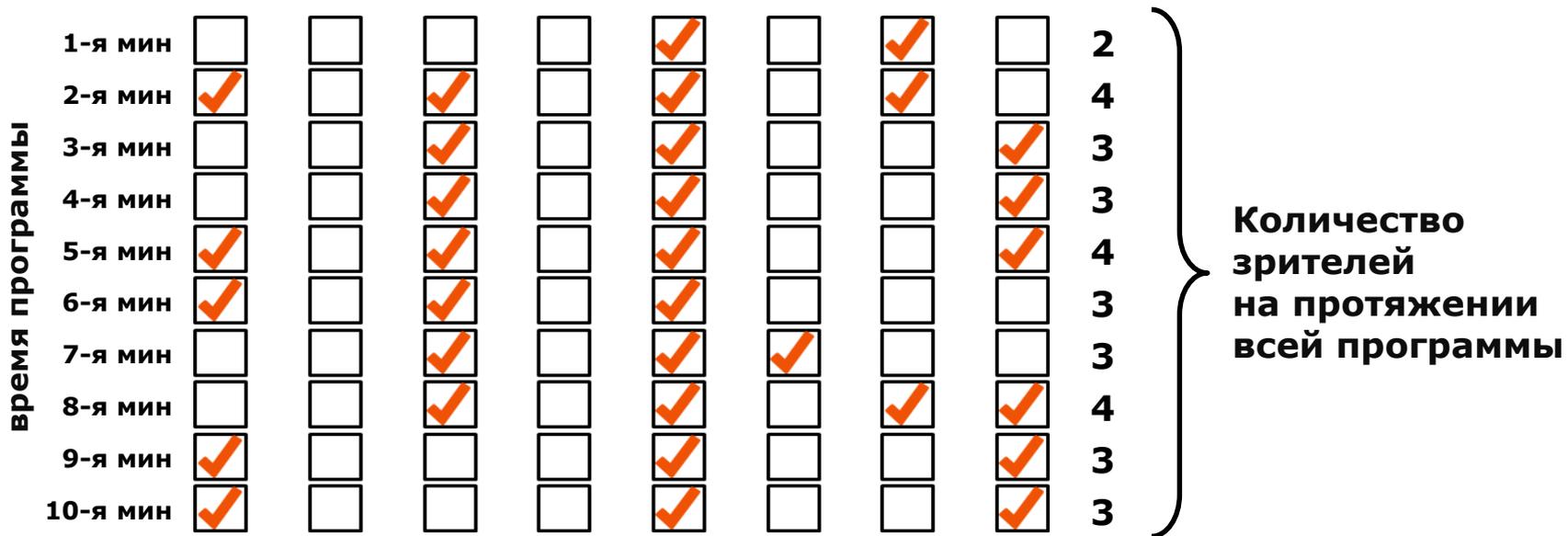
Охват программы



Средняя аудитория программы — в чем суть?

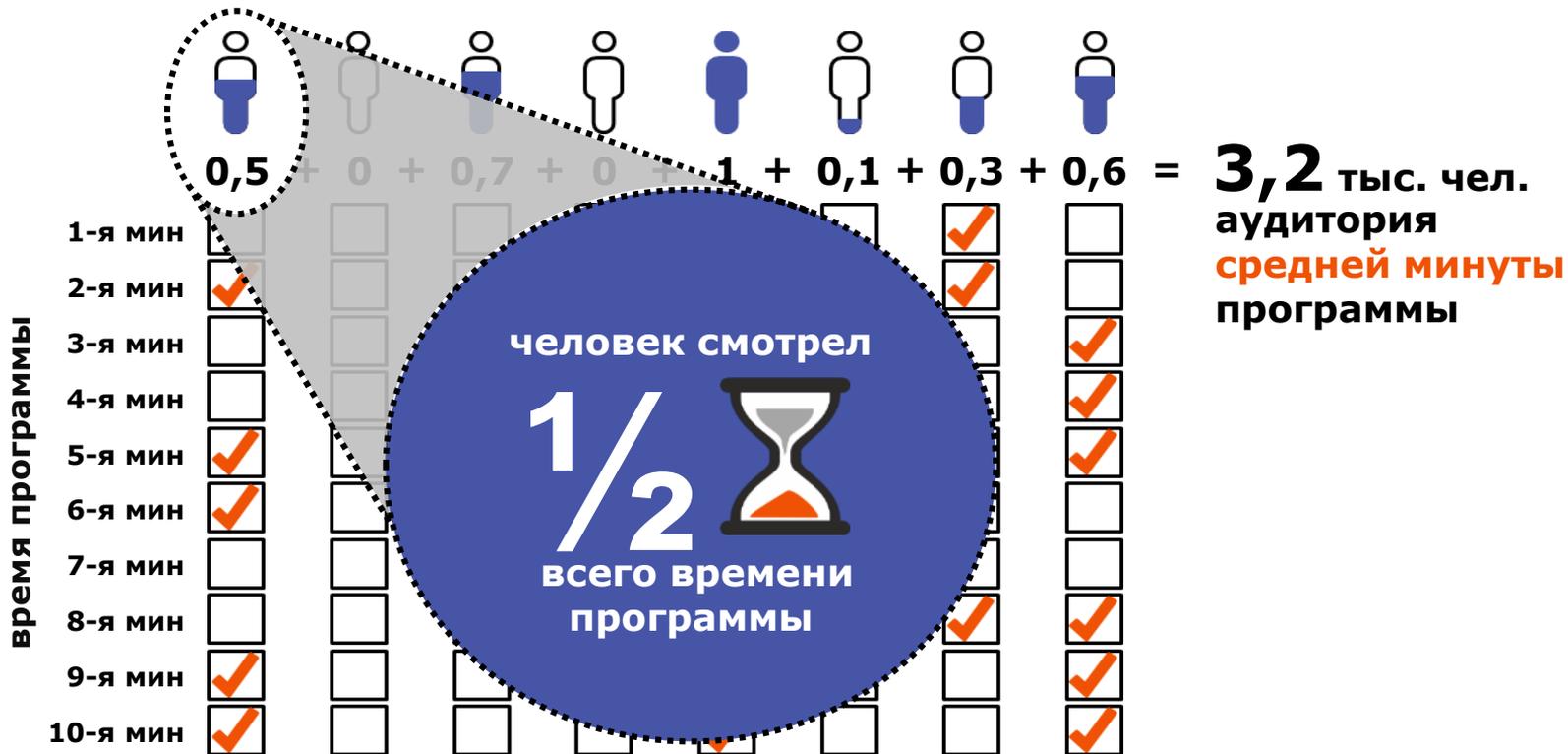
Audience

Аудитория **средней минуты** = **3,2** тыс. чел.



Средняя аудитория программы — как считается?

Audience



$$\text{TVR} = \frac{\text{Audience}}{\text{население}} * 100\%$$

$$\text{Share} = \frac{\text{Audience}}{\text{все телезрители}} * 100\%$$





ATV в населении



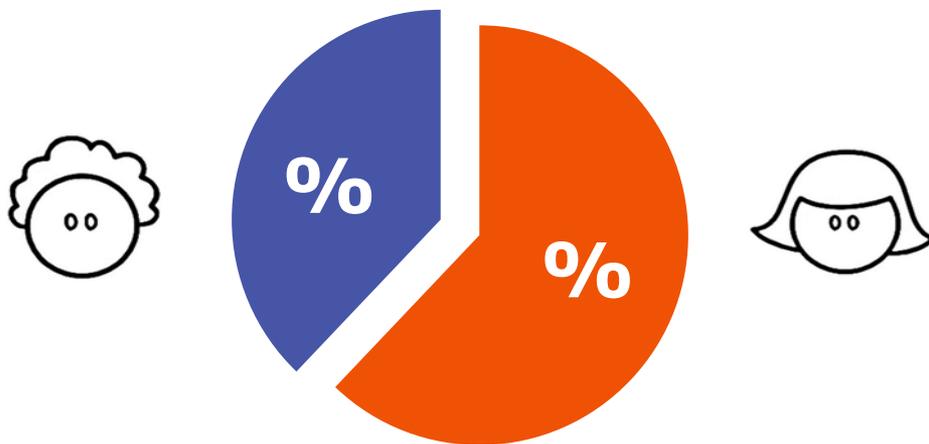
ATVR среди телезрителей



Структура аудитории программы

Программа «X»

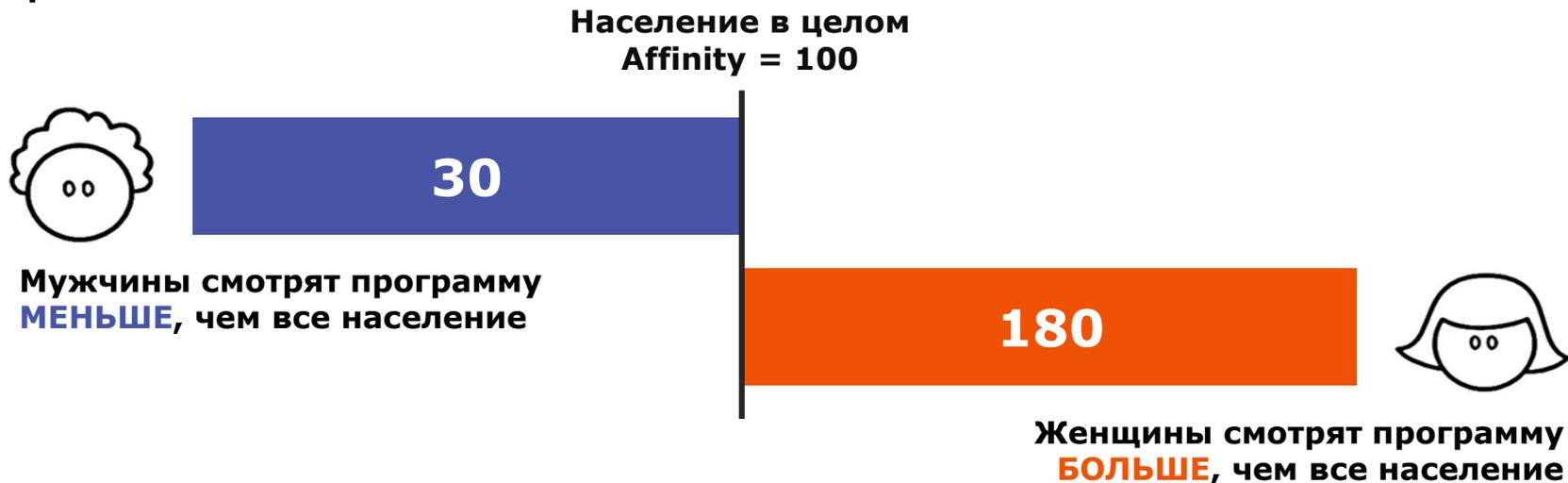
% of Audience



$$\% \text{ of Audience} = \frac{\text{Audience (целевая группа)}}{\text{Audience (все население)}} * 100\%$$

Индекс соответствия целевой группе

Программа «X»



$$\text{Affinity} = \frac{\text{TVR (целевая группа)}}{\text{TVR (все население)}} * 100$$

Количество пунктов рейтинга

GRP (Gross Rating Points) — для **продаваемой** аудитории

TRP (Target Rating Points) — для **целевой** аудитории

$$\text{GRP} / \text{TRP} = \sum_{i=1}^N \text{TVR}_{\text{ролика}}$$

где i — это кол-во роликов в рекламной кампании



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