



ГРУППА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ДАННЫХ

TNS Russia

13/09/2013



СОДЕРЖАНИЕ

1 Телевизионная панель 2013

2 Анализ УИ в 121 городе

3 Пилотирование изменений УИ

4 Анализ влияния доп. оборудования

5 Анализ каналов-маркеров

6 Новые возможности в проектах компании TNS

7 Рекомендации аудиторов



1

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ПАНЕЛЬ 2013

ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ 2013

Генеральная совокупность

- Население 4+, проживающее в городах 100 000+ , за исключением Калининграда

Размер ГС

- 67 521 910 чел
- 164 города

Universe Б. Москва

- 13 340 782 чел

Universe С.-Петербург

- 4 767 700 чел

ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ПАНЕЛЬ 2013

Панель:

- 76 городов, включая Рязань, Новокузнецк и новые города Большой Москвы
- 4 052 ДХ, полностью оборудованных приборами AMS

Увеличение выборки:

Всего в 2013 году будет добавлено 177 ДХ. Из них:

- Увеличение до 100 ДХ в рамках трехлетнего плана по расширению выборки:
Саратов, Волгоград, Красноярск, Пермь – осталось установить 3 ДХ
- Увеличение на 84 ДХ в целом в рамках изменений размера семьи по данным Росстата:
Барнаул, Владивосток, Ижевск, Иркутск, Кемерово, Краснодар, Тверь, Томск, Тула, Тюмень, Хабаровск, Ярославль
– осталось установить 14 ДХ

СТАТУС РАСШИРЕНИЯ ПАНЕЛИ В 4 БОЛЬШИХ ГОРОДАХ

Город	План 2013	Факт на 12 сентября 2013
Волгоград	100	99
Красноярск	100	100
Пермь	100	100
Саратов	100	98

ТЕКУЩИЙ СТАТУС ЗАМЕНЫ ОБОРУДОВАНИЯ НА TNS-5000 AMS

**Практически
Завершено!**



ОБНОВЛЕНИЯ РОССТАТА

Получены численности населения городов 100 000+ на 1 января 2013, в том числе Москвы в новых границах

По полученным данным изменения в списке городов 100 000+:

- вошли Бердск, Назрань, Раменское (МО)
- вышли Ленинск-Кузнецкий, Междуреченск
- численность Москвы 0+ в новых границах составляет 11 843 643 чел (текущая – 11 612 943 чел)

По решению ГПД от 14.09.2012 список городов ГС был закреплен по состоянию на 1 января 2013 г. на следующие 3 года. При этом следующее изменение состава ГС рассмотреть на осеннем заседании ГПД в 2015 году

В связи с полученными изменениями по Большой Москве предлагается рассмотреть следующие варианты:

1

Оставляем без изменения состав городов Большой Москвы, но применяем новые границы Москвы

ПРИНЯТО К РЕАЛИЗАЦИИ:

2

Применяем новые границы Москвы, добавляем г. Раменское в состав городов Большой Москвы, устанавливаем в нем панель



2

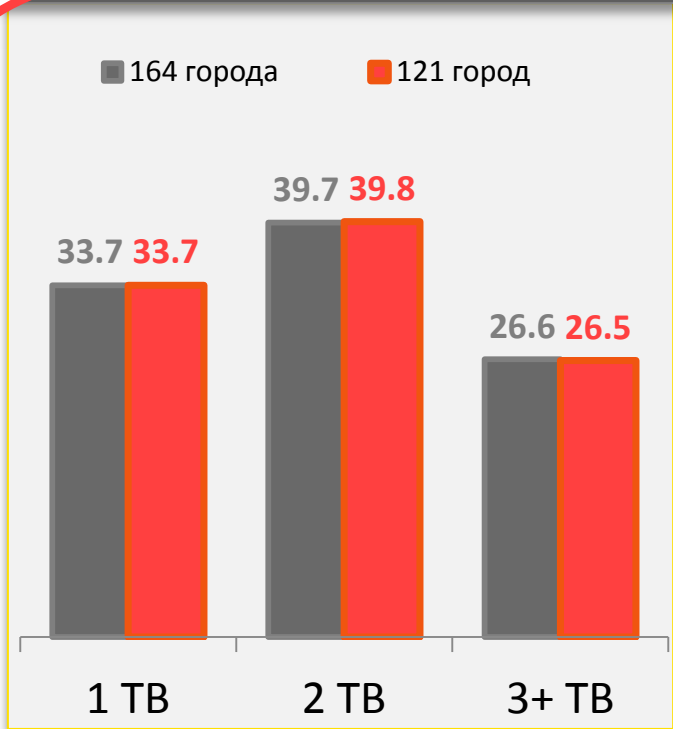
АНАЛИЗ УИ НА 121 ГОРОДЕ

СРАВНЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ТЕЛЕВИЗОРОВ



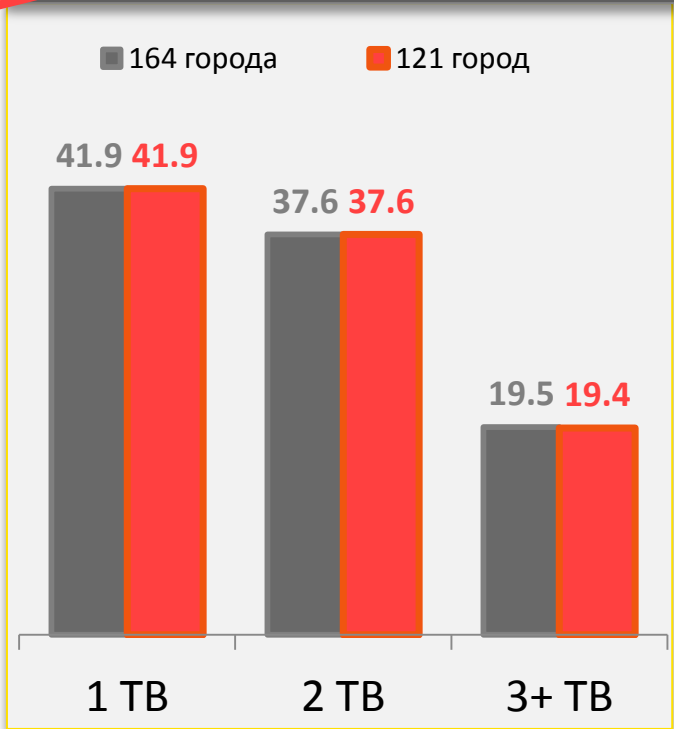
2.02 vs 2.01*

РАБОТАЮЩИЕ ТВ



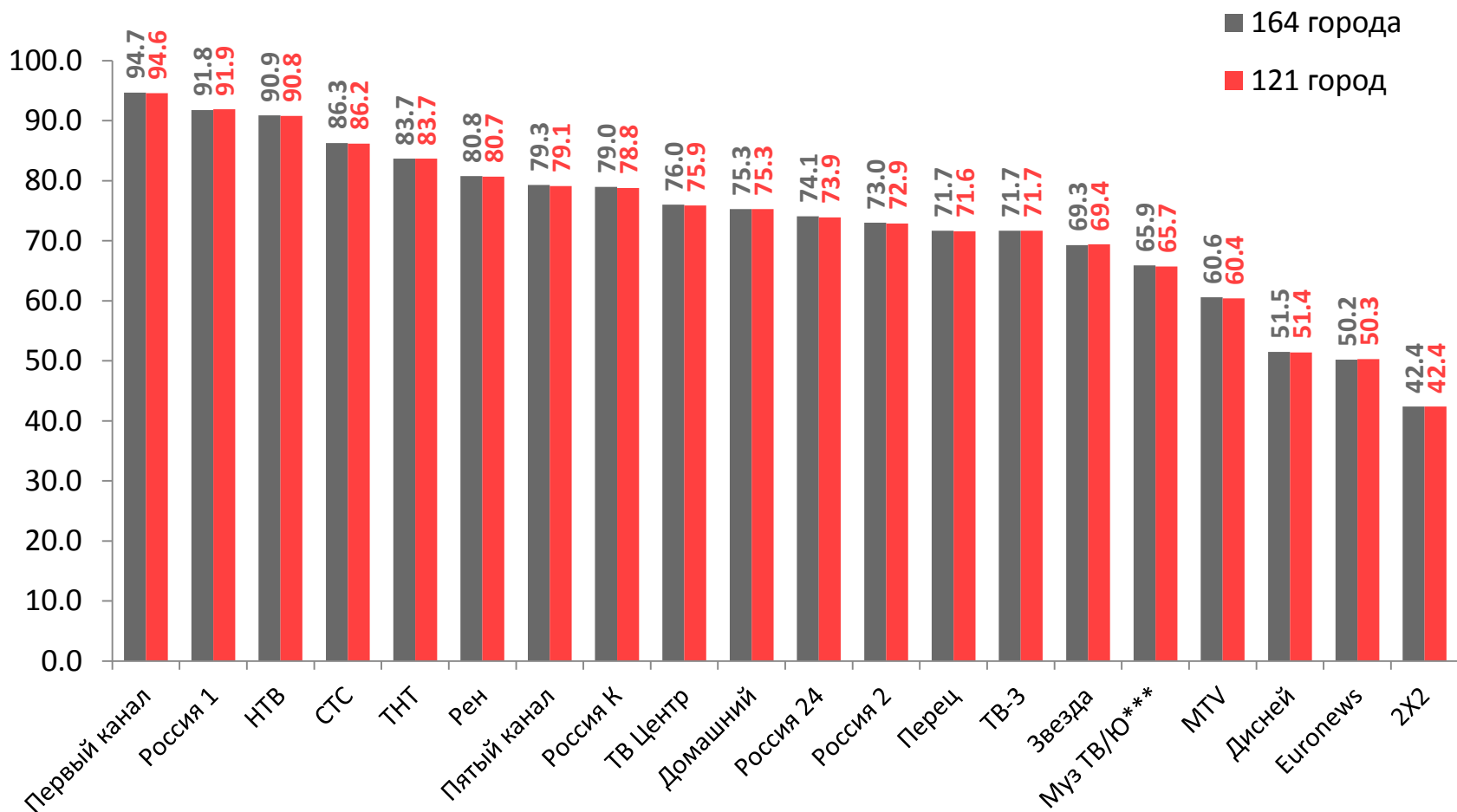
1.83 vs 1.83*

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ТВ



Источник: УИ 2012/2 – 2013/1, % домохозяйств
 * - волна УИ 2012/2 - 2013/1 в рамках 121 города ,

ОХВАТ** ТЕЛЕКАНАЛОВ



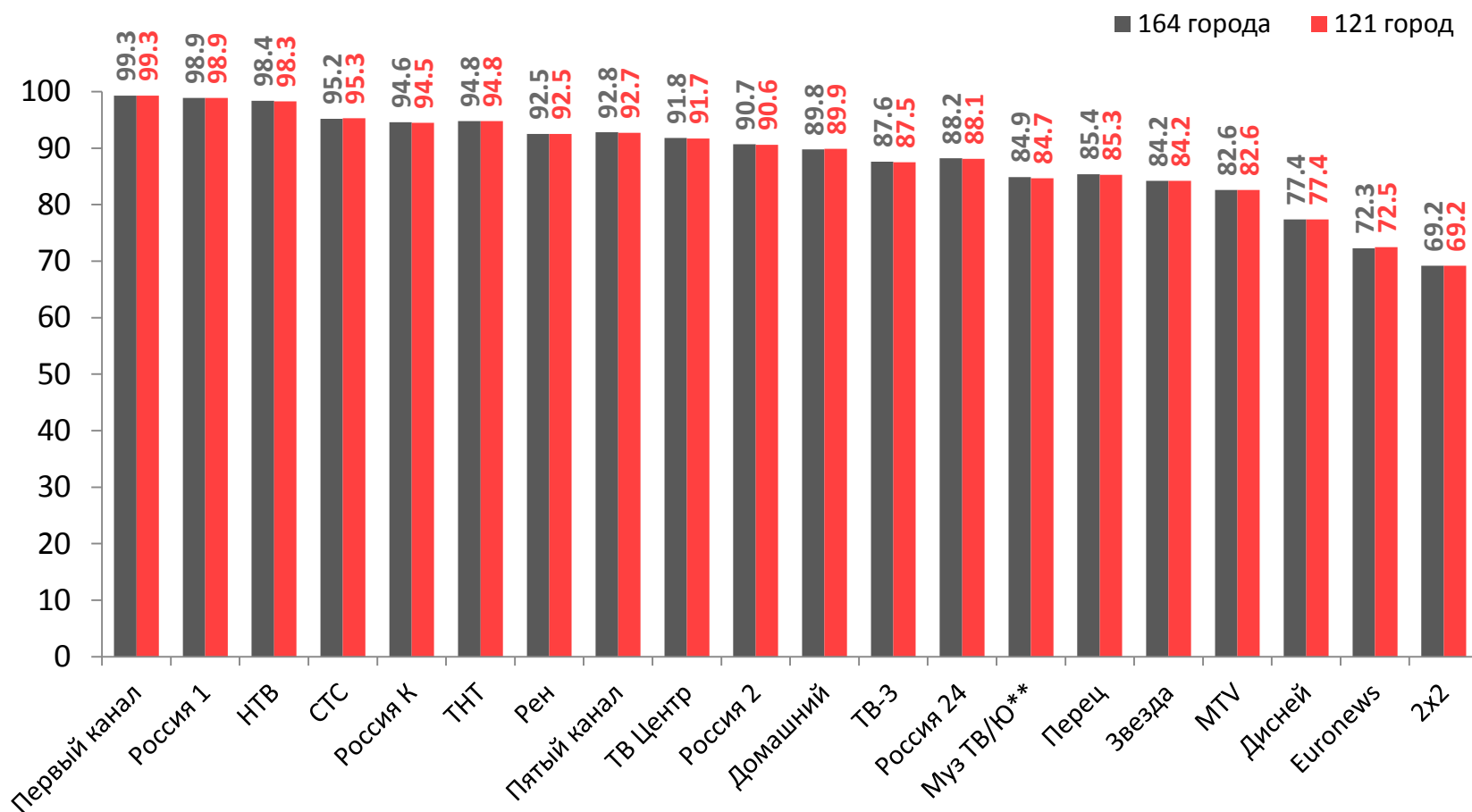
* Источник: УИ 2012/2 - 2013/1

** Смотрение телекомпаний (% от населения) вопрос в УИ: «Как много вы смотрите телеканал по сравнению с другими каналам – очень много, много, мало, очень мало»

*** Телеканал МУЗ ТВ прекратил свое вещание 16 сентября 2012. Во 2-й волне 2012 УИ с указанной даты задавался вопрос о просмотре телеканала Ю (бывший МУЗ ТВ). На графике представлены объединенные данные по МУЗ ТВ и Ю

ПРИЕМ ТЕЛЕКАНАЛОВ

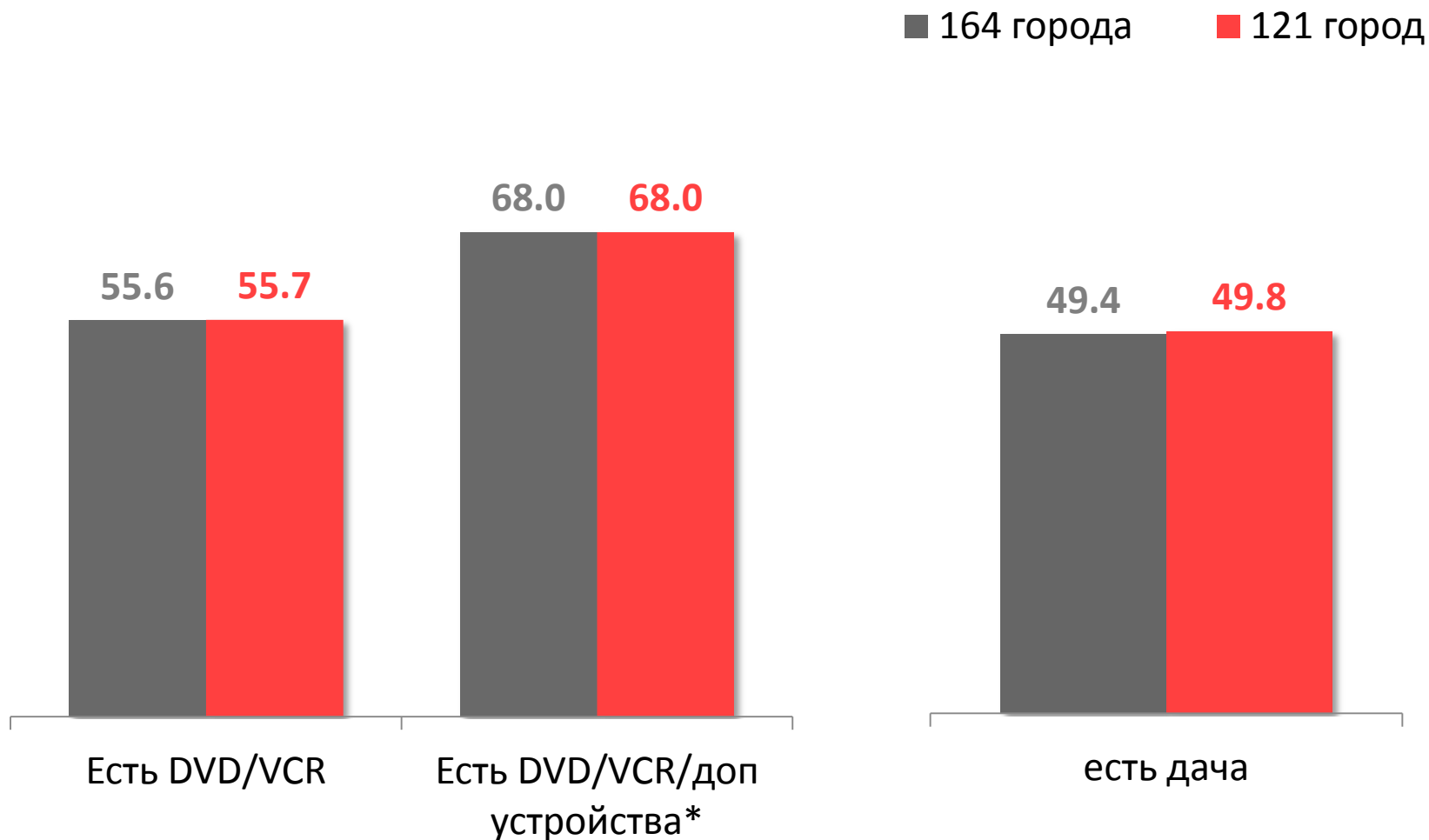
По всем городам УИ % домохозяйств



*Источник: УИ 2012/2 - 2013/1

** Телеканал МУЗ ТВ прекратил свое вещание 16 сентября 2012. Во 2-й волне 2012 УИ с указанной даты задавался вопрос о просмотре телеканала Ю (бывший МУЗ ТВ). На графике представлены объединенные данные по МУЗ ТВ и Ю

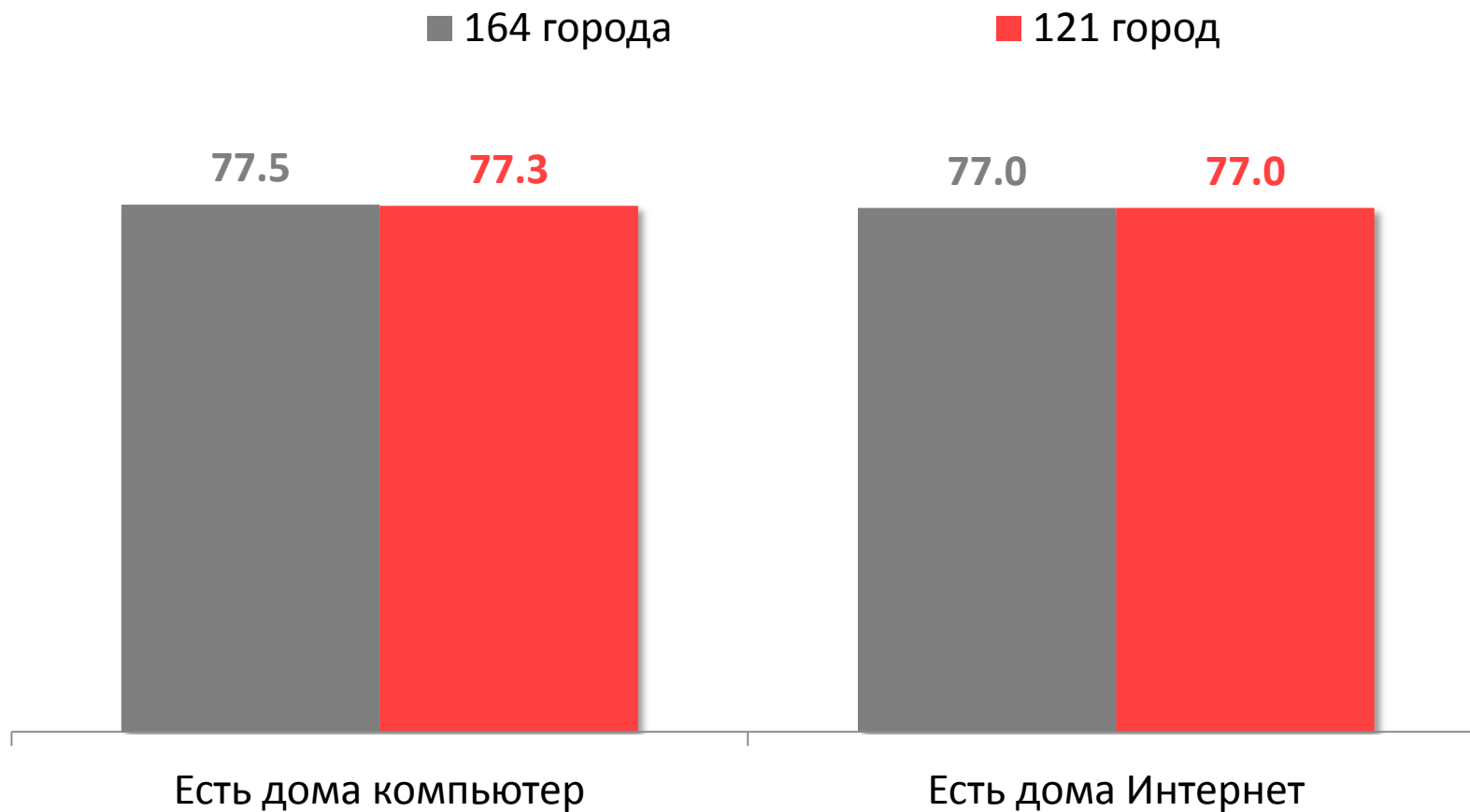
НАЛИЧИЕ ВИДЕОТЕХНИКИ И ДАЧИ



Доп. устройства: возможность подключения флешек, карт памяти, внешних дисков
% домохозяйств

* Источник: УИ 2012/2 - 2013/1

КОМПЬЮТЕР И СЕТЬ



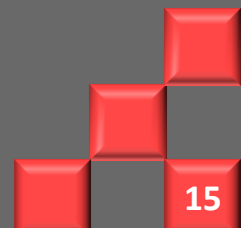
% респондентов

*Источник: УИ 2012/2 - 2013/1



3

ПИЛОТИРОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ УИ



РЕКОМЕНДАЦИИ АУДИТОРОВ ПО РАЗВИТИЮ УИ

В качестве рекомендаций по совершенствованию УИ группой аудиторов было предложено:

1

Увеличение выборки в каждом саморепрезентирующемся городе до 1000 интервью в год

- TNS разработана возможная схема реализации с использованием сокращенной анкеты

2

Изменение формулировки вопросов о количестве ТВ

- Новая формулировка вопроса (требующая пилотирования):
СКАЖИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ПО КАЖДОМУ ТЕЛЕВИЗОРУ, КАК БЫ ВЫ ОХАРАКТЕРИЗОВАЛИ ЕГО СОСТОЯНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
 - находятся в рабочем состоянии и используются
 - обычно используются, однако на момент проведения интервью неисправен
 - более не используется (неважно исправен или нет)
 - телевизор, обычно используемые в других местах (на даче и т.п)

УСТАНОВОЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ 2014

ВОЗМОЖНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Расширение УИ

- Увеличение до 1000 интервью за 2 волны в 27 СРГ

Предложение по расширению в СРГ

- **Полная анкета**: количество интервью в СРГ определяется в соответствие с пропорциональным планом для анализа общего УИ, определения контрольных параметров и формирования панельной матрицы
- **Сокращенная анкета** *new!*: остальные интервью вне пропорционального плана для достижения выборки 1000 в каждом СРГ

Структура сокращенной анкеты

- Вопросы-фильтры
- Количество ТВ
- Национальные каналы: только прием каналов
- ~~Каналы-маркеры~~
- Возможность приема локальных каналов
- ~~Смотрение в будни/выходные~~
- Дополнительные характеристики
- Демографические характеристики

Изменение требует дополнительного пилотирования

СТРУКТУРА ПИЛОТА

Параллельно УИ 2013/2 запущено в рамках единого пилота тестирование изменений – сокращенной анкеты и нового вопроса о количестве ТВ

Пилот позволит оценить:

реальную продолжительность интервью по сокращенной анкете для СРГ

влияние сокращения длительности анкеты на финальные данные

изменения среднего количества ТВ по новым формулировкам

Количество интервью: 600 шт в нескольких городах УИ

Период: осенняя волна УИ 2013

Результаты пилота: декабрь 2013





4

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

ВЛИЯНИЕ ВИДЕО ОБОРУДОВАНИЯ

В рамках работы над совершенствованием Установочного Исследования мы провели анализ возможности и необходимости учета в дополнение к традиционному видео-оборудованию различные подключаемые устройства: флешки, карты памяти и внешние диски



DVD/VCR

VS

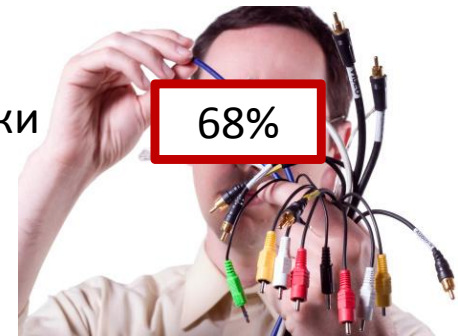
DVD/VCR

Игровые приставки

Флешки

Карты памяти

Внешние диски



В результате анализа выявлено, что на данный момент дополнительное оборудование, подключаемое к ТВ (за исключением видео и dvd-плееров) не оказывают влияние на телесмотрение респондентов

ВОПРОС УЧЕТА ВИДЕО ОБОРУДОВАНИЯ

Несмотря на то, что на данный момент существенного влияния дополнительного оборудования не обнаружено, данная среда является быстрорастущей, предлагаем:

- На данный момент оставить определение «видео оборудования» без изменений
- Проработать схему включения доп. устройств в контрольные параметры с 1 января 2014
- Включить в анализ SMART TV
- Повторить анализ УИ и необходимость изменения панельной матрицы по результатам следующей волны УИ

Включение в контрольные параметры с 1 января 2014 года по результатам анализа УИ 2013/1 – 2013/2



5

АНАЛИЗ КАНАЛОВ- МАРКЕРОВ

СПИСОК «КАНАЛОВ-МАРКЕРОВ» 2013/1

Большая Москва	ЦФО* / СЗФО	ЮФО / СКФО	ПФО / УФО	СФО/ ДФО
Animal Planet	A-One	Bridge TV	Animal Planet	Animal Planet
Discovery Channel	Bridge TV	Discovery Channel	A-One	A-One
Discovery Science	Discovery Channel	Discovery Science	Discovery Channel	Discovery Channel
Discovery World	Discovery Science	Discovery World	Discovery Science	Discovery Science
Eurosport	Discovery World	Fox	Discovery World	Discovery World
Eurosport 2	Nickelodeon	Fox Life	Fashion TV	Fashion TV
Eurosport News	Ru.TV	Music Box	Nickelodeon	Nickelodeon
Fashion TV	Sony Turbo	Nickelodeon	Ru.TV	Ru.TV
Ru.TV	TV 1000	Ru.TV	TV 1000	TV 1000
TV 1000	TV 1000 Action	Russian Music Box	TV 1000 Action	TV 1000 Action
TV 1000 Action	TV 1000 Русское кино	TV 1000	TV 1000 Русское кино	TV 1000 Русское кино
TV 1000 Русское кино	Дождь	TV 1000 Action	World Fashion Channel	World Fashion Channel
Universal Channel	Карусель	TV 1000 Русское кино	БСТ	Драйв
World Fashion Channel	Мир	Драйв	Карусель	Карусель
Дождь	Подмосковье	Карусель	Мир	Кухня ТВ
Карусель	РБК ТВ	Кухня ТВ	РБК ТВ	Мир
Мать и дитя	Русский Иллюзион	Мир	Союз	Музыка Первого
O2 TV	Русский роман	РБК ТВ	ТНВ	РБК ТВ
Подмосковье	Русский экстрим	Телевизионный Дамский Клуб	ТНВ - Планета	Союз
РБК ТВ	Sony Entertainment Television			ТНВ - Планета

98% среды

97% среды

98% среды


96% среды

95% среды


* Без Большой Москвы

РАЗРАБОТКА И ОЦЕНКА СХЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Выбор массива данных для анализа:
УИ 2013/1 и его каналы-маркеры, совместно утвержденные с
индустрией



Включение каналов-маркеров как единый синдикат в
факторный анализ при расчете и формировании контрольного
параметра «Охват сетевых каналов»



Тест применения «нового» фактора ко взвешиванию панели и
оценка влияния на Total TV

Изменение долей каналов

Все население 4+

Изменение Total TV составляет 7 секунд

Канал	Разница
2X2	0.0
EURONEWS	0.0
DISNEY	0.0
ДОМАШНИЙ	0.0
ЗВЕЗДА	0.0
МУЗ ТВ	0.0
НТВ	0.0
ПЕРВЫЙ КАНАЛ	0.0
ПЕРЕЦ	0.0
ПЯТНИЦА	0.0
ПЯТЫЙ КАНАЛ	0.0
РЕН	0.0
РОССИЯ 1	0.0

Канал	Разница
РОССИЯ К	0.0
РОССИЯ 24	0.0
РОСССИЯ 2	0.0
РУ ТВ	0.0
СТС	0.0
ТВЗ	0.0
ТВ ЦЕНТР	0.0
ТНТ	0.0
Ю	0.0
ИЗМ. ЛОКАЛЬНОЕ	0.0
ИЗМ. ТЕМАТИЧЕСКОЕ	0.0
ДРУГОЕ	0.0

ПРЕИМУЩЕСТВА РАЗРАБОТАННОЙ СХЕМЫ

- Избежание увеличения числа контрольных параметров
- Включение в контроль панели многоканальной среды
- Учет связи охватов тематических и национальных каналов
- Отсутствие изменений Total TV
- Отсутствие изменений в рейтингах и долях телеканалов
- Анализ на основании полного списка совместно утвержденных каналов-маркеров

Включение во взвешивание с 1 января 2014 года по результатам анализа УИ 2013/1 – 2013/2

СПИСОК «КАНАЛОВ-МАРКЕРОВ» 2013/2

БОЛЬШАЯ МОСКВА	ЦФО* / СЗФО	УФО / ПФО	ЮФО / СКФО	СФО / ДВФО
Animal Planet	A-One	Amedia 1	Bridge TV	Amedia 1
Discovery Channel	Bridge TV	Amedia 2	Fox	Amedia 2
Discovery HD Showcase	Discovery Channel	Amedia Premium	Fox Life	Amedia Premium
Discovery Science	Discovery HD Showcase	Animal Planet	Nick Jr.	Animal Planet
Discovery World	Discovery Science	A-One	Nickelodeon	A-One
Eurosport	Discovery World	Fashion One	TV 1000	Discovery Channel
Eurosport 2	Fashion One	Fashion TV	TV 1000 Action	Discovery HD Showcase
Eurosport News	Fashion TV	Nick Jr.	TV 1000 Comedy	Discovery Science
Fashion One	StyleTV	Nickelodeon	TV 1000 Megahit	Discovery World
Fashion TV	TV 1000	TV 1000	TV 1000 Premium HD	Fashion One
TV 1000	TV 1000 Action	TV 1000 Action	TV 1000 Русское кино	Fashion TV
TV 1000 Action	TV 1000 Comedy	TV 1000 Comedy	Девятый канал	Nick Jr.
TV 1000 Comedy	TV 1000 Megahit	TV 1000 Megahit	Драйв	Nickelodeon
TV 1000 Megahit	TV 1000 Premium HD	TV 1000 Premium HD	Мир	Rusong TV
TV 1000 Premium HD	TV 1000 Русское кино	TV 1000 Русское кино	Мир 24	Teen TV
TV 1000 Русское кино	World Fashion Channel	World Fashion Channel	Нано ТВ	TV 1000
World Fashion Channel	Дождь	Агро ТВ	Наш Футбол	TV 1000 Action
Дождь	Мир	БСТ	НТВ-Плюс Футбол	TV 1000 Comedy
Мать и дитя	Мир 24	Дождь	НТВ-Плюс Футбол 2	TV 1000 Megahit
Подмосковье	Подмосковье	Дом Кино	РБК ТВ	TV 1000 Premium HD
РБК ТВ	РБК ТВ	Мир	Телевизионный Дамский Клуб	TV 1000 Русское кино
Союз	Русский бестселлер	Мир 24	ТРО	World Fashion Channel
	Русский Иллюзион	РБК ТВ		Драйв
	Русский роман	Союз		Мир
	Русский экстрим	ТНВ – Планета		Мир 24
		ТНВ		РБК ТВ
				ТНВ – Планета
				ТНВ

96% среды

96% среды

96% среды

96% среды

95% среды

* Без Большой Москвы



6

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ В ПРОЕКТАХ TNS

ИЗМЕРЕНИЕ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА TNS

Технология?

ПО компании RealityMine
на устройстве респондента

Устройства?

Смартфоны и планшеты

Данные?

По сайтам и приложениям
По совокупной аудитории сайта mobile+desktop
Возможности cross-анализа

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

URL

- Охват
- Количество дней использования
- Профиль использования по часам
- Частота пользования
- Соц-дем профиль пользователя
- Использование по дням недели
- Длительность контакта
- Среднее количество посещенных сайтов

Приложения

- Охват
- Количество дней использования
- Профиль использования приложения по часам
- Частота пользования приложением
- Соц-дем профиль пользователя приложения
- Использование приложения по дням недели
- Длительность использования приложения
- Общее количество времени, затраченного на приложения
- Среднее количество установленных приложений



Что дальше?



Успешно завершено тестирование

Проведен опрос панелистов о
пользовании мобильным Интернетом

Первые данные в конце 2013



Запуск проекта по измерению видео
(разработка софта TNS)

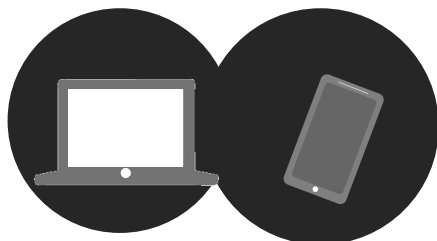
Измерение видео контента всех ресурсов (в
т.ч. сайты без счетчика TNS):

- Мониторинг видео-рекламы с выделением рекламных и контентных роликов
- Длительность просмотра

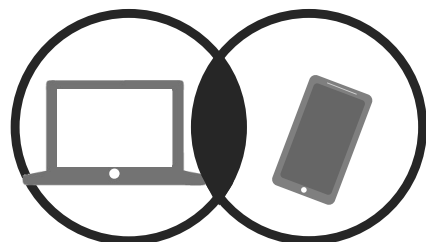
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ДАННЫХ



Подгрузка данных в единый софт с данными по desktop web – iStar



Совокупная аудитория сайта mobile+desktop



Пересечение аудиторий mobile&desktop web



Полный список соц-дем переменных
Web Index



7

РЕКОМЕНДАЦИИ АУДИТОРОВ

СТАТУС ВНЕДРЕНИЯ РЕКОМЕНДАЦИЙ №1 - 3



Рекомендация 1

Увеличение выборки до 5-5.5 тыс. ДХ в НСРГ

- На внеочередном заседании ЭС 17/07/2013 сделано предложение по увеличению выборки в НСРГ на период 2014-2016гг.



Рекомендация 2

Установочное исследование — анкета и размер выборки СРГ

- На внеочередном заседании ЭС 17/07/2013 сделано предложение по развитию УИ в 2014 году: введение сокращенной анкеты (интервью вне пропорционального плана для достижения выборки 1000 в каждом СРГ)
- Окончательное решение будет согласовано с индустрией на заседании ЭС в декабре 2013 года после пилотирования в УИ 2013/2



Рекомендация 3

Поддержание работы панельной выборки — контрольные параметры панельной матрицы

- Анализ УИ 2013/1 показал, что текущая структура панельной матрицы требует изменений
- Получена вспомогательная матрица «второго уровня», которая включена в систему контроля панели с 01/07/2013

СТАТУС ВНЕДРЕНИЯ РЕКОМЕНДАЦИЙ №4 - 6

Рекомендация 4 Снижение срока пребывания в панели путем введения обязательной ротации

- Рабочая группа не видит необходимости в обязательной ротации, так как нет свидетельства какого-либо воздействия этого фактора на качество сотрудничества участников панели

Рекомендация 5 Проект TV Index Plus — показатель 30-дневного охвата

- TNS проводит дополнительный анализ изменения стат.погрешности измерения каналов при различных вариантах уменьшения агрегации (как по периодам, так и по временным интервалам внутри дня)
- Результаты будут озвучены на собрании подписчиков проекта TV Index Plus в октябре-ноябре 2013

Рекомендация 6 Измерение телевизионных аудиторий СРГ и обоснование необходимости дальнейшего увеличения размера

- На встрече рабочей группы заседании 28/08/2013 принято следующее:
 - TNS проводит анализ р/к в городах за апрель 2013 года, в результате должны быть получены: матрица «чувствительности» ошибки выборки в зависимости от GRP /среднего рейтинга / целевой аудитории, распределение количества кампаний в зависимости от GRP, зависимость ошибки национальной выборки от увеличения размера выборки в СРГ.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

TNS