



ГРУППА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ДАННЫХ

2 октября 2015



Part of the KANTAR ~~MEDIA~~ Network

AGENDA

Состав городов ГС

Результаты принудительной ротации

TV Index Plus. Нововведения

Текущая работа



СОСТАВ ГОРОДОВ ГЕНЕРАЛЬНОЙ СОВОКУПНОСТИ



ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ 2016

- По решению ГПД от 14.09.2012 список городов ГС был закреплен по состоянию на 1 января 2013 г. на следующие 3 года.
- По данным на 1 января 2015
 - из списка городов с населением 100+ ушли Междуреченск, Ленинск-Кузнецк, Сарапул
 - в список городов 100+ добавились Бердск, Назрань
- Количество городов ГС – 164



По согласованию с Экспертным Советом предлагается принять изменение состава городов, а также закрепить список на следующие три года. При этом с точки зрения выборки панели, существенных изменений не произойдет.



РЕЗУЛЬТАТЫ РОТАЦИИ ПО ВТОРОСТЕПЕННОЙ МАТРИЦЕ



ПРИНУДИТЕЛЬНАЯ РОТАЦИЯ

В июне 2015 Экспертный советом предложено ввести принудительную ротацию под второстепенную матрицу в ряде городов с локальной отчетностью с целью улучшения структуры матрицы и возрастного состав домохозяйств.

В качестве критерия отбора использовались:

- Смещение выборки в группе 18-34
- Смещение выборки в группе 55+
- Вес города

Список наиболее приоритетных 5 городов:

- Москва
- Санкт-Петербург
- Новосибирск
- Челябинск
- Казань

ПРОВЕДЕННАЯ РАБОТА

По 5 выбранным городам в течение 3 месяцев ведется активная работа на каждом этапе рекрутирования семей:

- В первую очередь производились контакты со всеми респондентами Установочного Исследования, давших предварительное согласие на участие в проекте, именно в указанных городах.
- Все региональные супервизоры были переключены на работу с Москвой, Санкт-Петербургом, Казанью, Новосибирском и Челябинском.
- Техники активно контактировали с отобранными домохозяйствами с целью установить оборудование, несмотря на летние отпуска, и регулярное отсутствие людей дома.

	Январь - июнь	Июль - Сентябрь		
	% ротации ДХ	Установлено ДХ	Демонтировано ДХ	% ротации ДХ
Москва	4.5%	72	52	5.2%
Санкт-Петербург	6.7%	25	24	7.3%
Казань	4.0%	12	10	9.7%
Новосибирск	3.4%	17	14	7.9%
Челябинск	5.1%	11	8	7.8%

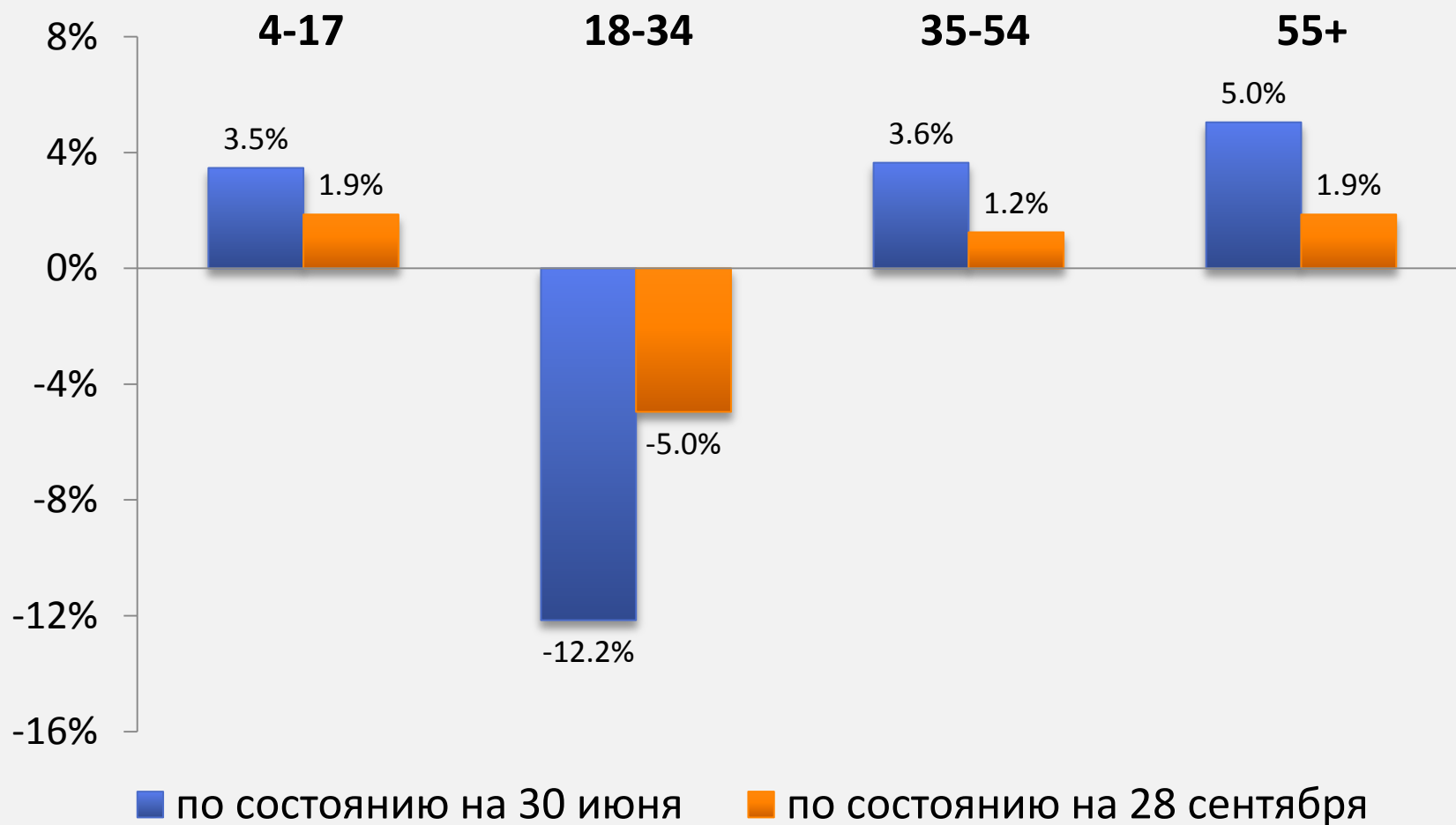
КАЗАНЬ



	Плановая выборка, ДХ	30 июня		28 сентября		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	100	101		103		3
1-2 чел, есть <18 или 18-34	19	15	15%	17	17%	-2
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	29	30	30%	29	28%	0
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	15	29	29%	19	18%	4
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	11	12	12%	14	14%	3
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	11	6	6%	9	9%	-2
3+ чел, 2+ чел 18-34	15	9	9%	15	15%	0

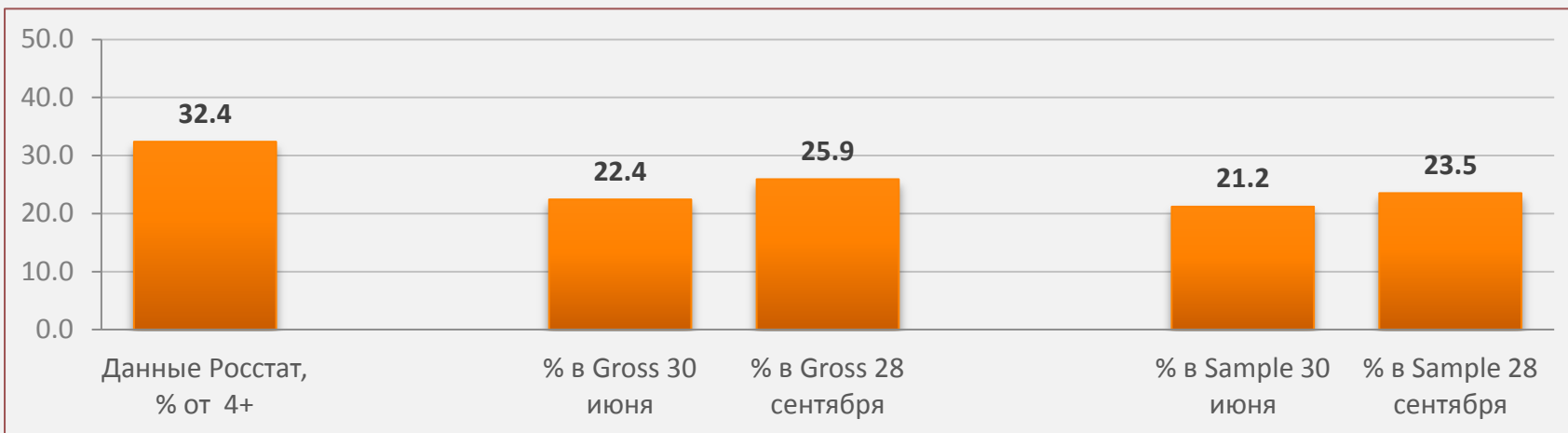
Казань

Отклонение от плана по возрастным группам



Расчет по 4+, разница (в %) доли возрастной группы плановой выборки (по Росстат) от доли возрастной группы в Gross sample, сравнение показателей 30 июня и 28 сентября

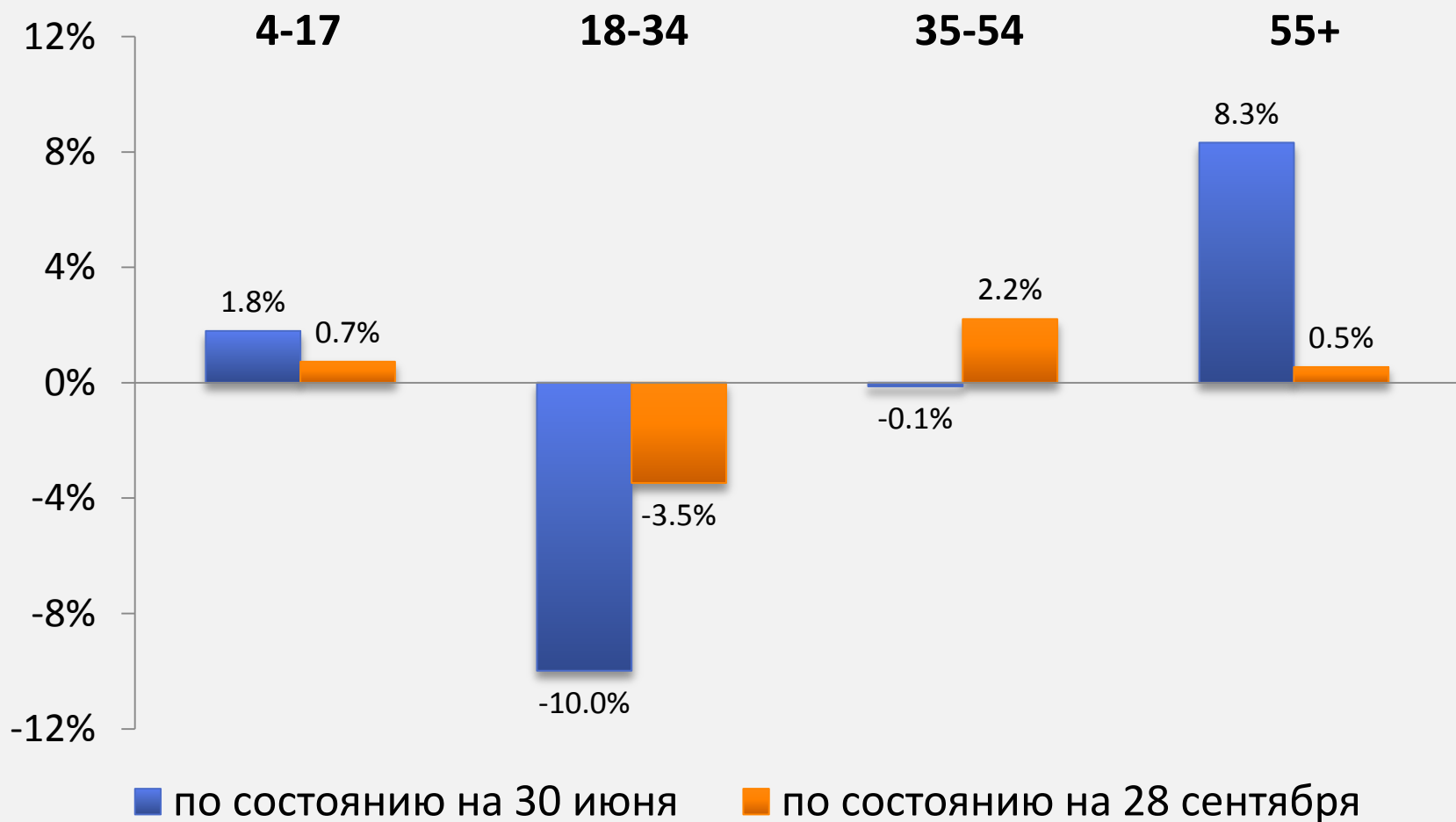
НОВОСИБИРСК



	Плановая выборка, ДХ	30 июня		28 сентября		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	175	175		178		3
1-2 чел, есть <18 или 18-34	35	22	13%	28	16%	-7
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	58	70	40%	63	35%	5
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	23	33	19%	30	17%	7
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	16	16	9%	17	10%	1
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	21	16	9%	21	12%	0
3+ чел, 2+ чел 18-34	22	18	10%	19	11%	-3

Новосибирск

Отклонение от плана по возрастным группам



Расчет по 4+, разница (в %) доли возрастной группы плановой выборки (по Росстат) от доли возрастной группы в Gross sample, сравнение показателей 30 июня и 28 сентября

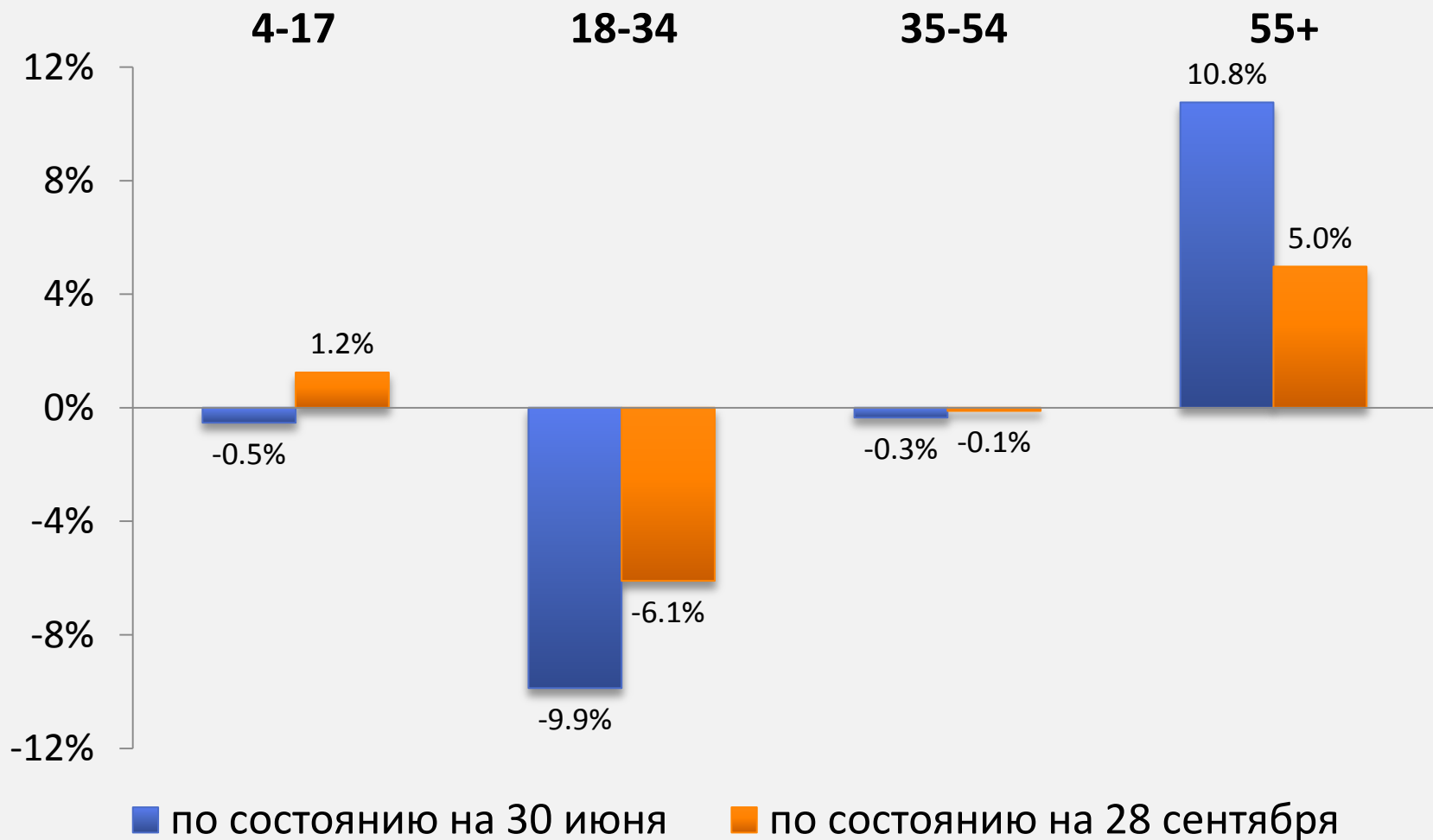
ЧЕЛЯБИНСК



	Плановая выборка, ДХ	30 июня		18 сентября		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	100	99		102		2
1-2 чел, есть <18 или 18-34	19	11	11%	13	13%	-6
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	34	40	40%	35	34%	1
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	13	14	14%	14	14%	1
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	10	14	14%	16	16%	6
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	12	14	14%	14	14%	2
3+ чел, 2+ чел 18-34	12	6	6%	10	10%	-2

Челябинск

Отклонение от плана по возрастным группам



Расчет по 4+, разница (в %) доли возрастной группы плановой выборки (по Росстат) от доли возрастной группы в Gross sample, сравнение показателей 30 июня и 28 сентября

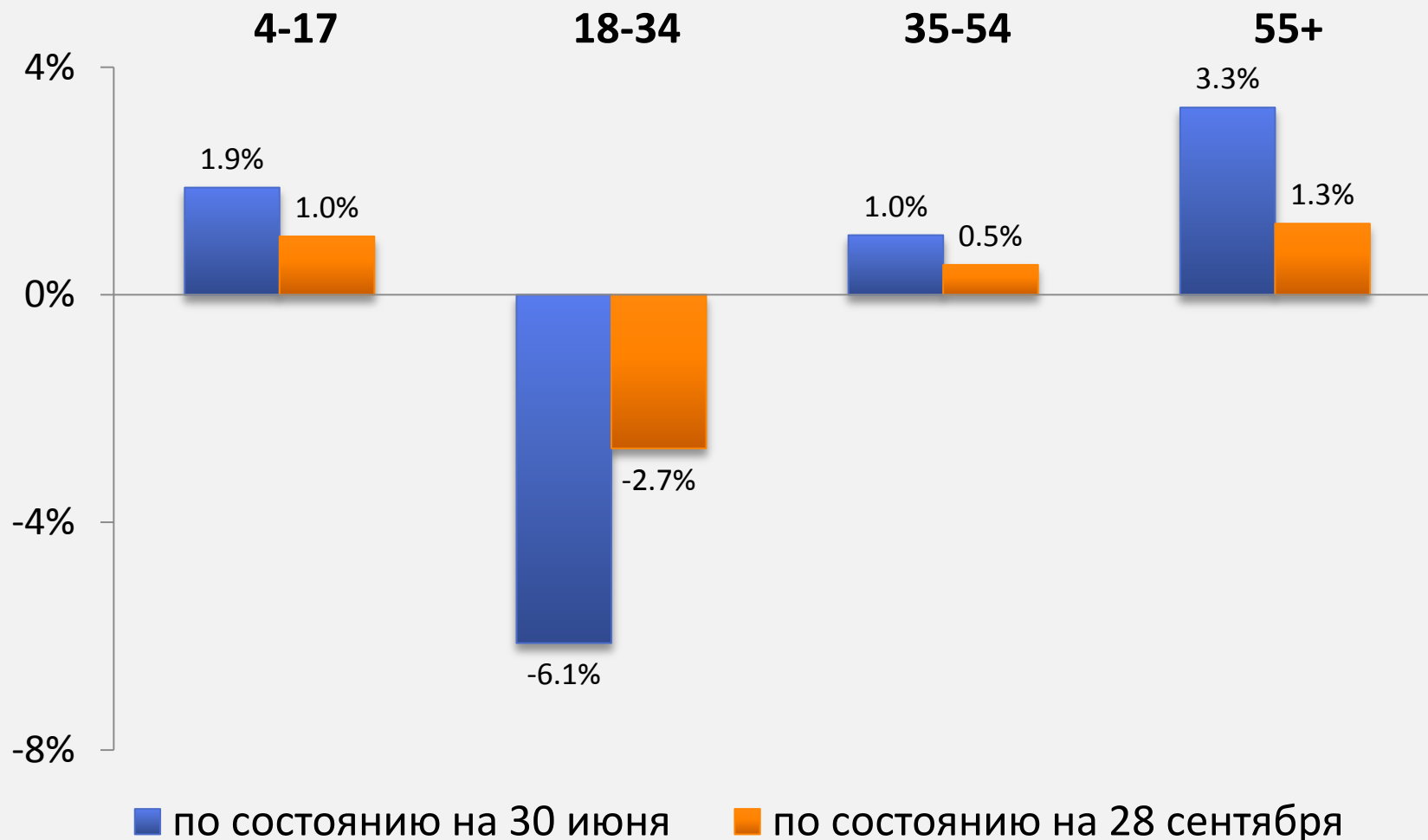
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



	Плановая выборка, ДХ	30 июня		28 сентября		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	330	330		331		1
1-2 чел, есть <18 или 18-34	62	37	11%	43	13%	-19
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	114	125	38%	119	36%	5
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	48	75	23%	63	19%	15
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	24	22	7%	24	7%	0
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	36	29	9%	34	10%	-2
3+ чел, 2+ чел 18-34	46	42	13%	48	15%	2

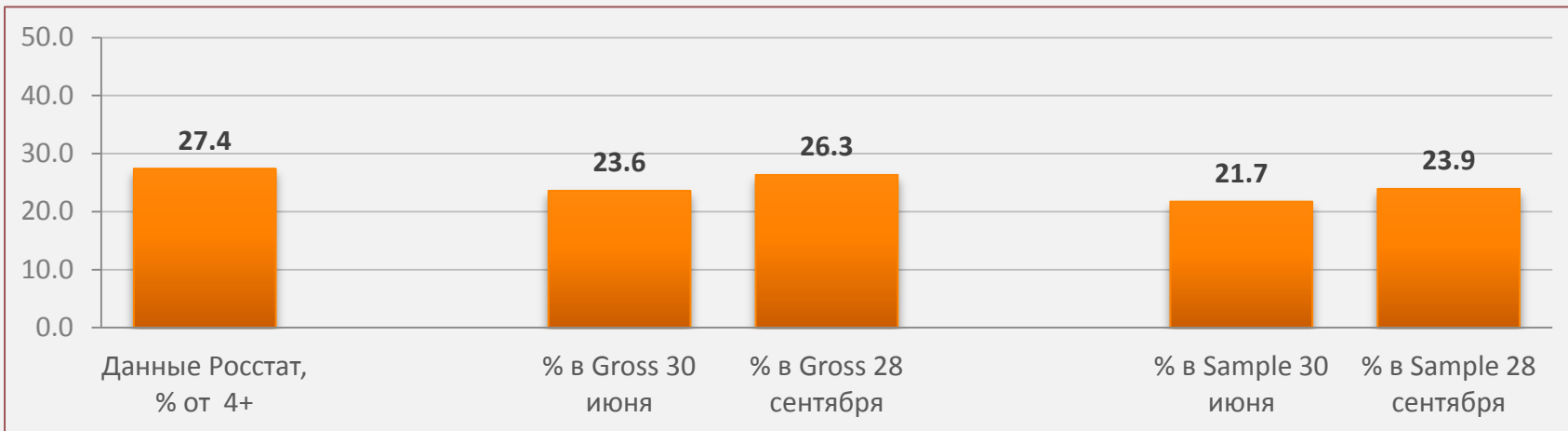
Санкт-Петербург

Отклонение от плана по возрастным группам



Расчет по 4+, разница (в %) доли возрастной группы плановой выборки (по Росстат) от доли возрастной группы в Gross sample, сравнение показателей 30 июня и 28 сентября

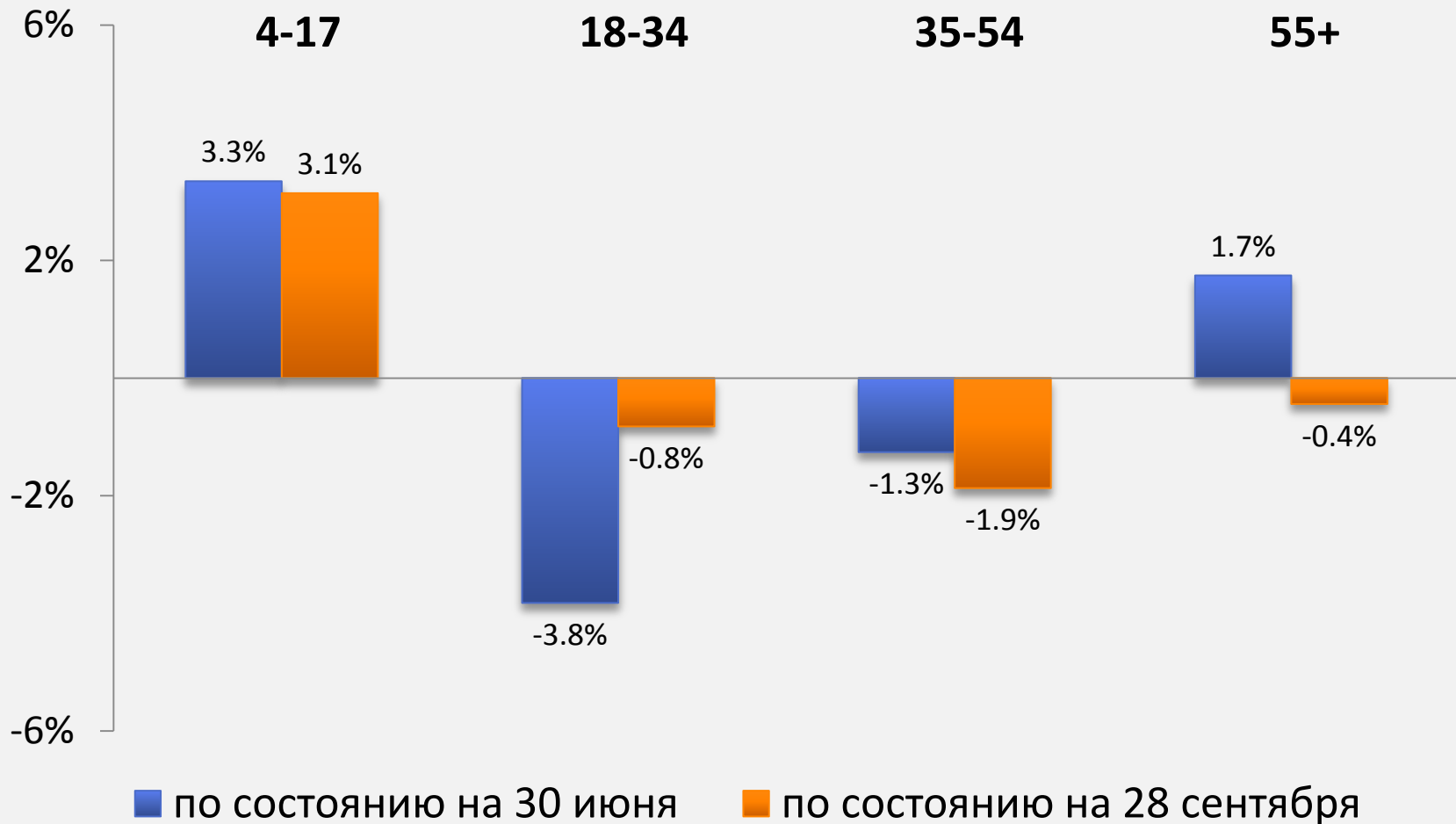
МОСКВА



	Плановая выборка, ДХ	30 июня		28 сентября		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	800	804		824		24
1-2 чел, есть <18 или 18-34	138	110	14%	130	16%	-8
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	256	258	32%	253	31%	-3
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	106	183	23%	156	19%	50
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	86	73	9%	88	11%	2
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	89	68	8%	73	9%	-16
3+ чел, 2+ чел 18-34	125	112	14%	124	15%	-1

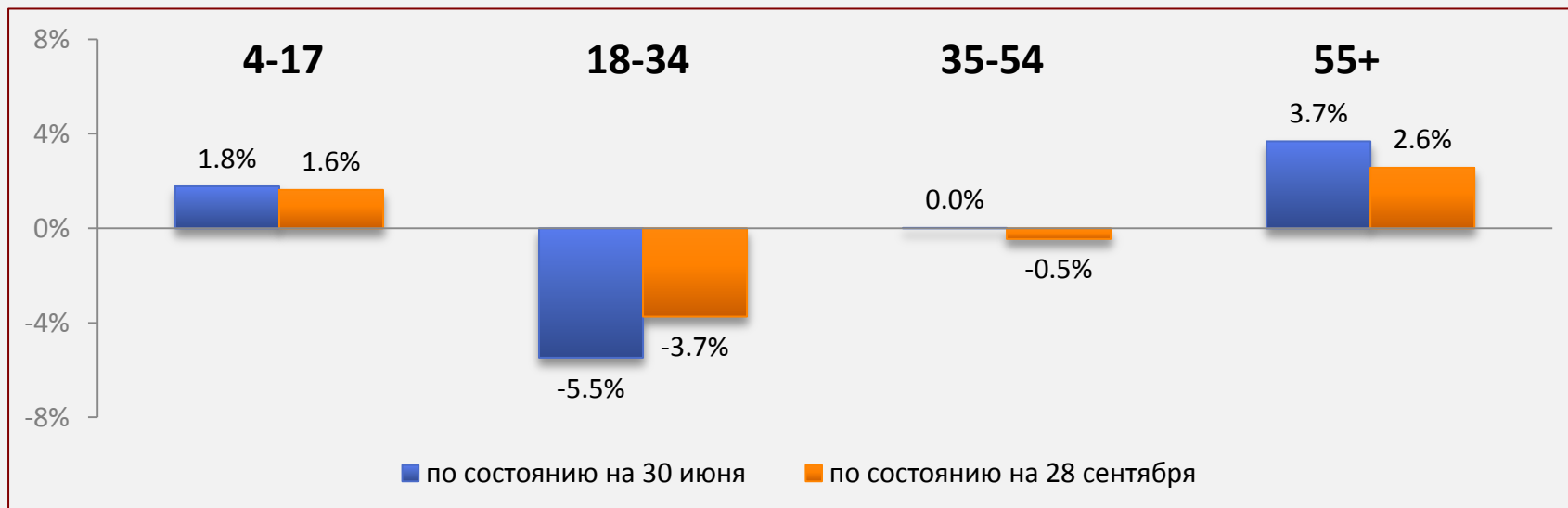
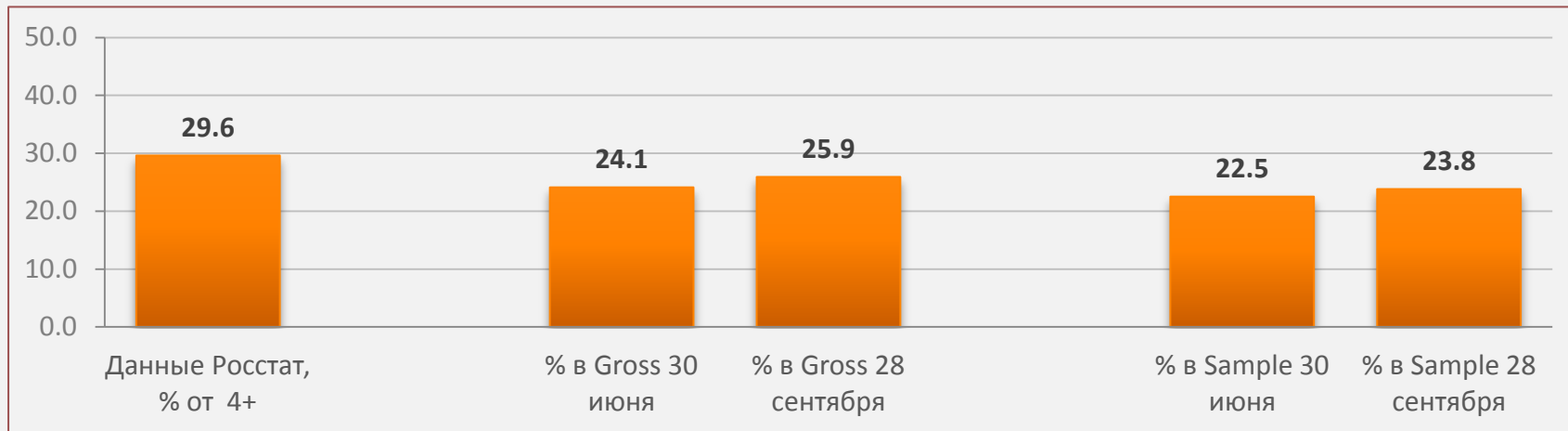
Москва

Отклонение от плана по возрастным группам



Расчет по 4+, разница (в %) доли возрастной группы плановой выборки (по Росстат) от доли возрастной группы в Gross sample, сравнение показателей 30 июня и 28 сентября

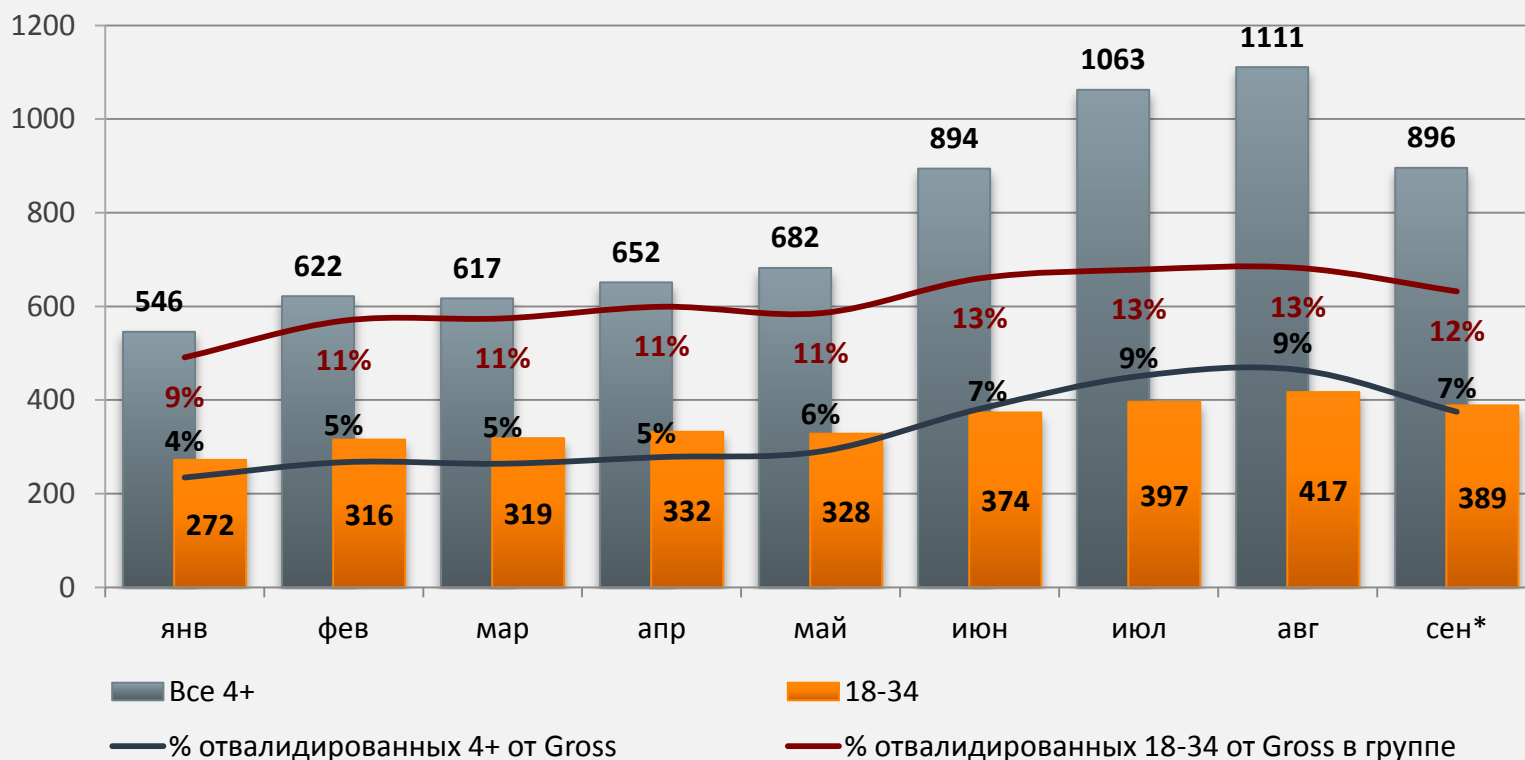
Россия



Расчет по 4+, разница (в %) доли возрастной группы плановой выборки (по Росстат) от доли возрастной группы в Gross sample, сравнение показателей 30 июня и 28 сентября

ДЛИТЕЛЬНОЕ ОТСУТСТВИЕ СМОТРЕНИЯ

Среди респондентов, которых мы валидируем по причине отсутствия просмотра в течение 21 дня, почти половину (**46% vs 29.6%** по Росстат) составляют респонденты в возрасте 18-34. Ниже приведены средние показатели за 2015 год.



* Данные за сентябрь неполные – по состоянию на 11 сентября

* Данные по Gross по состоянию на последнее число каждого месяца

РЕЗУЛЬТАТЫ РОТАЦИИ. ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ВЫВОДЫ

- База панельного резерва по 5 городам используется на максимуме и практически истощена
- Процесс ротации несколько замедлен за счет летнего периода.
- По результатам предварительного прогноза приведение структуры выборки к идеальному распределению по второстепенной матрице в ряде городов может не привести к соответствию пропорции респондентов 18-34 данным Росстата.
- Даже при идеальном соответствии структуры панели (Gross sample) плановому распределению структура отчетной выборки может значительно отличаться от требуемой пропорции, т.к. проведенный анализ показывает, что по параметру «длительное отсутствие смотрения»* больше всего выбраковываются именно респонденты в возрасте 18-34 лет.

** Решение об исключении из отчетной выборки респондентов, у которых отсутствует смотрение более 21 дня было принято индустрией с целью обеспечения стабильности аудиторных показателей*

ДАЛЬНЕЙШИЕ ШАГИ

В качестве следующих шагов планируется:

- Продолжение установок в те домохозяйства, которые не удалось достичь из-за отпусков.
- Обработка в режиме реального времени данных по предварительно согласившимся в рамках текущей волны Установочного Исследования
- Анализ состояния базы панельного резерва по завершении текущей волны УИ. Консультации с Экспертным Советом в декабре 2015
- Результаты будут обсуждаться на заседании Группы Пользователей Данных в декабре

** Решение об исключении из отчетной выборки респондентов, у которых отсутствует смотрение более 21 дня было принято индустрией с целью обеспечения стабильности аудиторных показателей*



TV INDEX PLUS. НОВОВВЕДЕНИЯ



ПОСТАВКА ДАННЫХ

Россия

- Для унификации и удобства всех расчетов совокупного тематического ТВ была включена сущность TTV Тематическое, аналогичная «Измеряемому тематическому» в проекте TV Index.
- Новая сущность представляет собой объединение всех каналов, измеряемых в рамках проекта TV Index Plus (как присутствующих в базе данных, так и стоящих на тесте).
- TTV Тематическое можно использовать для расчета всех аудиторных показателей, а также, в случае расчета доли телеканала (группы каналов) от Тематического ТВ.

Москва

В июле 2015 начата поставка базы TV Index Plus Москва

- География: Москва
- Период данных: с 1 января 2015
- Агрегирование: 89 дней и 2 часа
- Поставка: ежемесячно
- Отбор каналов: В базу включаются каналы, набравшие накопленный 3-х минутный охват по Москве не менее 1%.

ПОСТКАМПЕЙН-ОТЧЕТЫ TV INDEX PLUS

РАСШИРЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛА

В связи с введением отчетности в данных проекта TV Index Plus по статистике рейтинг, а также с учетом наличия мониторинга рекламы на тематических каналах, функционал посткампейн-отчетов по рекламным кампаниям на тематических каналах расширяется и включает в себя GRP рекламных кампаний.

Условие предоставления:

- на основании запроса от клиента, в формате разового отчета по факту прохождения рекламной кампании в случае, если **доверительный полуинтервал показателя GRP** рекламной кампании за указанный период **не превышает 15%**;
- анализируемый **период** РК должен быть **не меньше месяца**;
- **телеканалы**, на которых размещалась РК, **должны участвовать в проекте «Мониторинг рекламы на тематических каналах»**

Охват СМИ: тематические каналы / национальные (для подписчиков на TV Index) и тематические каналы

Детализация в отчете: суммарные показатели по тематическим каналам за период РК, с возможностью детализации по каналам/ брендам/ месяцам (в случае, если доверительный полуинтервал показателя GRP с учетом детализации не превышает 15%)

Пример посткампейн-отчета

Суммарные показатели рекламной кампании

Рекламодатель	Reach %	Av.Freq.	Quantity	GRP	GRP 30
Рекламодатель 1	13.5	60.4	4090	816.9	598.9

Показатели рекламной кампании по брендам

Бренд	Reach %	Av.Freq.	Quantity	GRP	GRP 30
Бренд 1	11.0	32.1	1591	353.7	254.1
Бренд 2	13.1	35.3	2499	463.2	344.8

Показатели рекламной кампании по телеканалам

Телеканал	Reach %	Av.Freq.	Quantity	GRP	GRP 30
Телеканал 1	*	*	382	*	*
Телеканал 2	*	*	212	*	*
Телеканал 3	12.4	63.3	3496	787.2	575.6

* Значение доверительного полуинтервала значения за указанный период превышает 15%

Отчет по выходам рекламной кампании

Бренд	Канал	Дата	Время начала ролика	Ролик	Длит. ролика (сек.)	Кол. выходов
Бренд 1	Канал 1	Дата1	Время1	Название 1	Длит	1
...						
ИТОГО						Total

Частотное распределение рекламной кампании

Количество контактов	Frequency Distribution
1+	13.5
...	
10+	8.5

ИЗМЕНЕНИЕ ПОДХОДА В ФОРМИРОВАНИЮ МАРКЕРОВ ТЕМАТИЧЕСКОЙ СРЕДЫ В РАМКАХ УИ

Расчет охватов каналов-маркеров производится на основе аудиторных данных пиплметровой панели.

Расчет осуществляется по контролируемым во взвешивании панели географиям:

- Большая Москва
- Санкт-Петербург
- Саморепрезентирующиеся города
- Несаморепрезентирующиеся города

При расчете многоканальной среды используется накопленный трехминутный охват за месяц, а также информация о наличии в домохозяйствах спутниковой тарелки. При этом, с связи с переходом от опросного измерения к более точной электронной фиксации, маркеры должны обеспечивать 90% покрытия анализируемой географии.



ТЕКУЩАЯ РАБОТА



ТЕКУЩИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ

Virtual Meter

Тест шифта 28 дней

- Результаты распознавания готовы
- Ведется валидация и анализ данных

Fusion

- Ведется анализ первых результатов
- Отлаживается регулярное производство данных

Репортинг

- Поставка в ПО планируется зимой

Тип сигнала

- Создана рабочая группа для обсуждения методологических аспектов измерения типа принимаемого в домохозяйстве телевизионного сигнала в генеральной совокупности и телевизионной панели.
- Состоялось 2 встречи рабочей группы, по результатам которых TNS прорабатывает вариант реализации отдельного исследования по измерению типа приема в генеральной совокупности
- Предложения по дальнейшей работе будут представлены в декабре 2015

Дополнительные работы

- Анализ влияния вторых экранов на телесмотрение
- Анализ возможности сокращения списка маркеров в УИ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Part of the KANTAR  Network