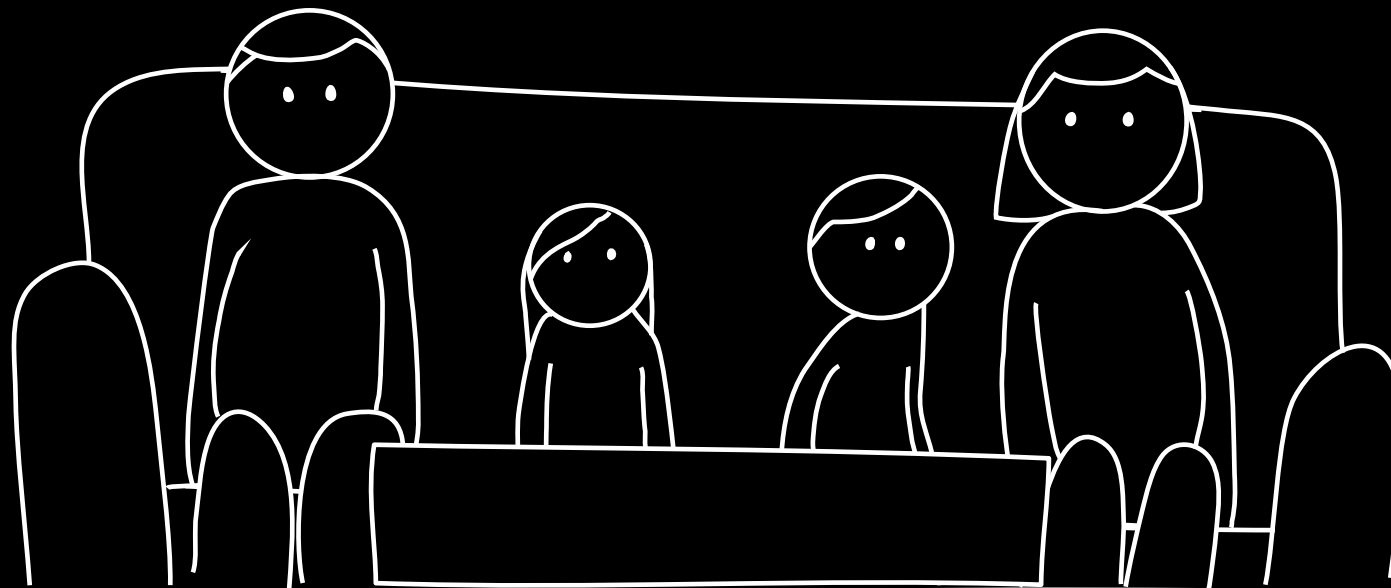




Группа Пользователей Данных

24.06.2016

AGENDA

**Результаты Установочного Исследования
2015/2 – 2016/1**

Принудительная ротация

Текущая работа

Новые проекты



Результаты Установочного Исследования 2015/2-2016/1

Описание

Состоит из 2 волн:

- 2015/2 (сентябрь-ноябрь 2015)
- 2016/1 (февраль – апрель 2016)

Выборка:

164 города с населением 100К+

Метод:

CATI (стационарные + мобильные)

~15% выборки на мобильных номерах:

- По 20% в городах с принудительной ротации
- по 10% в остальных городах

Выборка 2-ой полуволны:

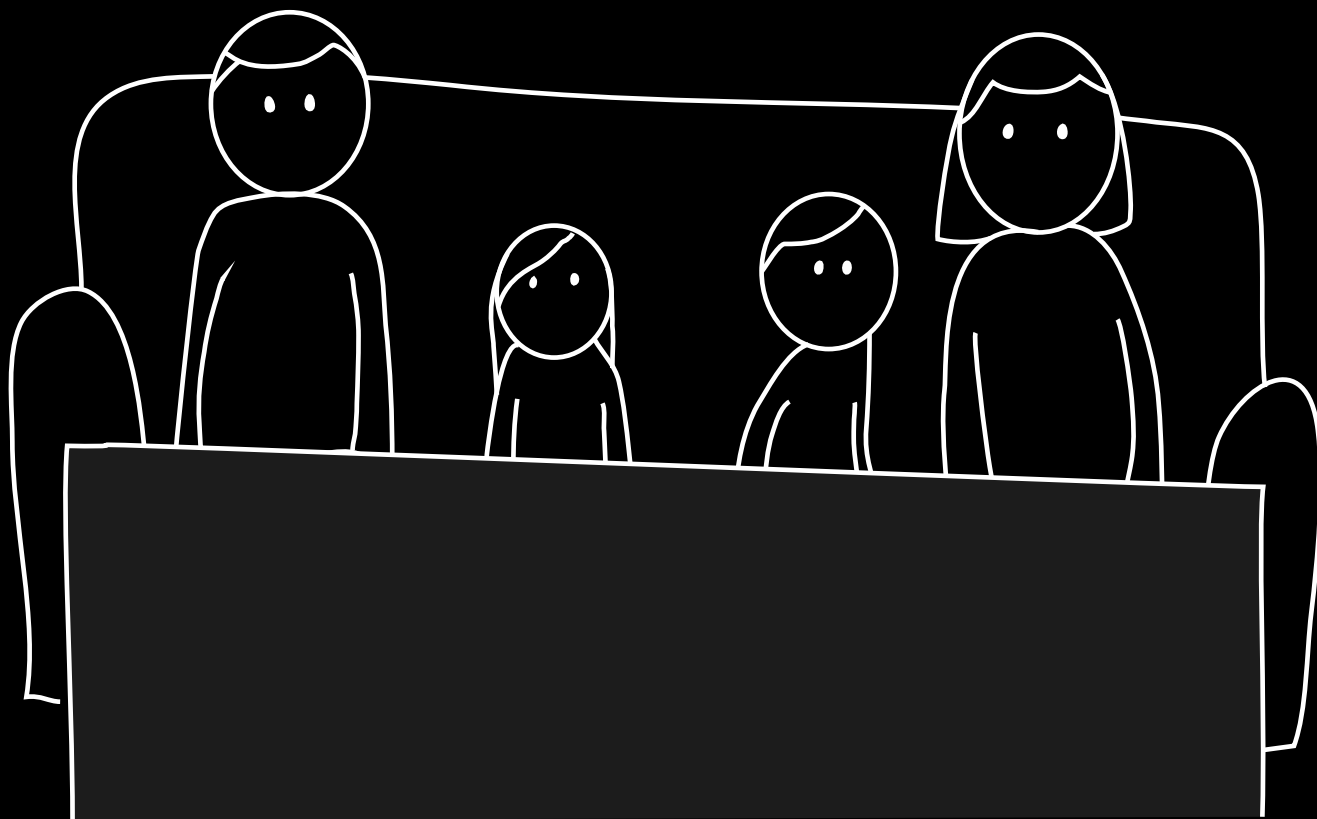
- 9033 интервью по полной анкете по всей России
- 10570 интервью по короткой анкете в СРГ

Совокупная выборка полной анкеты за 2 волны: 17 929 респондентов

Назначение анкет:

- Полная анкета (в количестве, соответствующему пропорциональному плану) – используется для анализа УИ и формирования параметров взвешивания
- Сокращенная анкета (для флюсовой выборки вне пропорционального плана) - используется для отчетности по городам

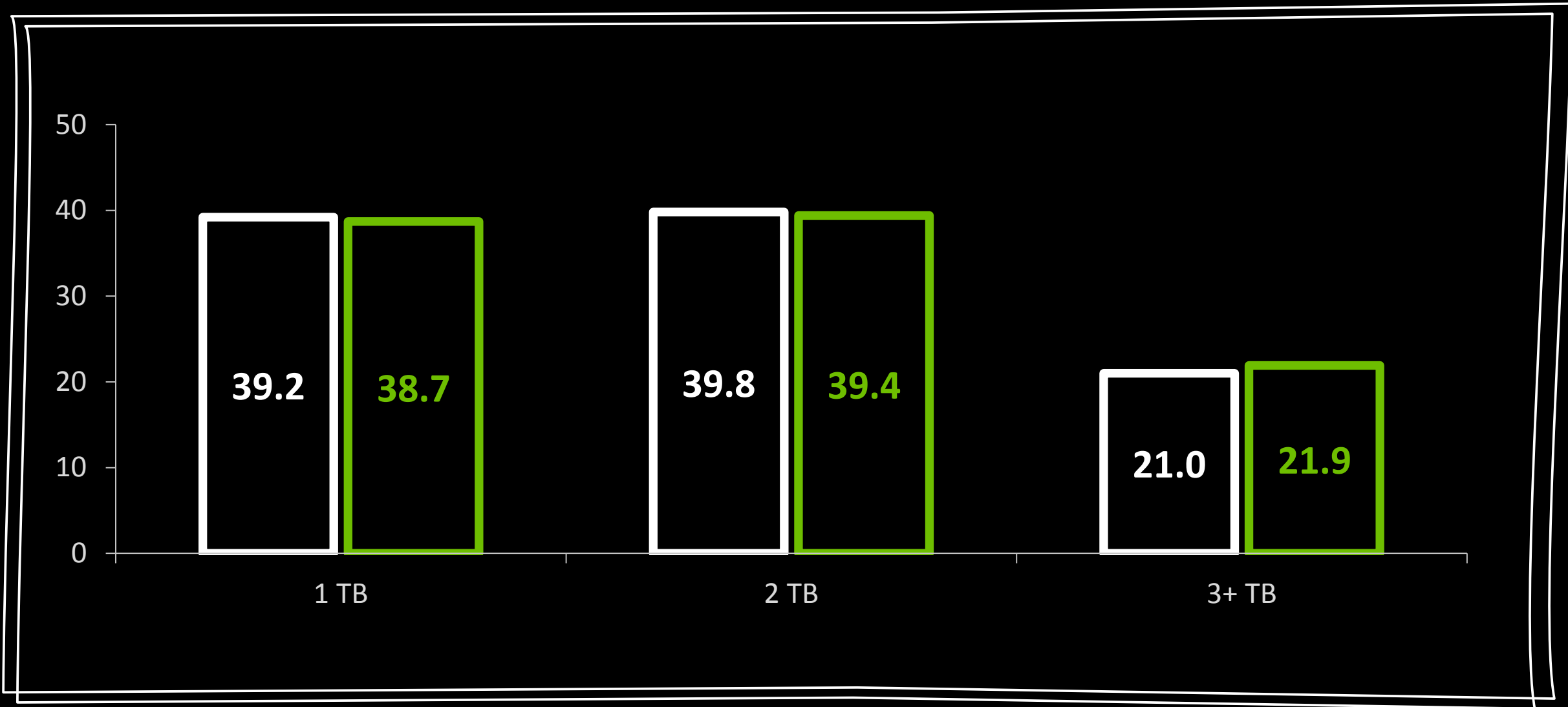
Среднее количество используемых телевизоров



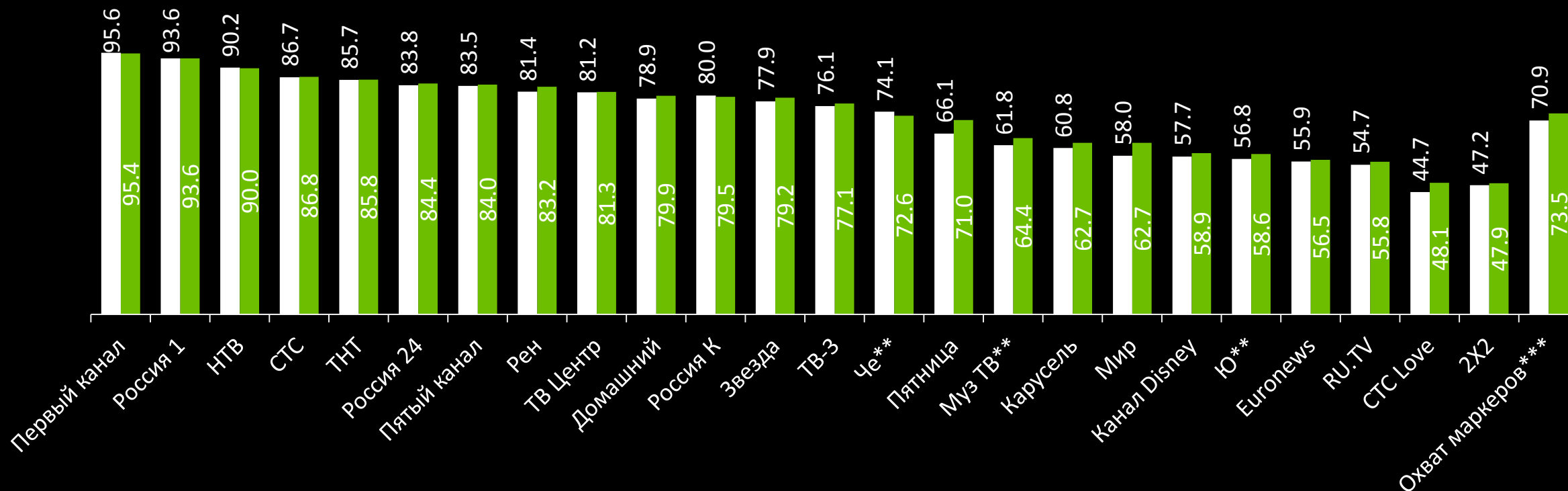
1.89

+0.02

Количество используемых ТВ



Охват* телеканалов



Национальные каналы

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

** Телеканал ЧЕ изменил свое название с 12 ноября 2015

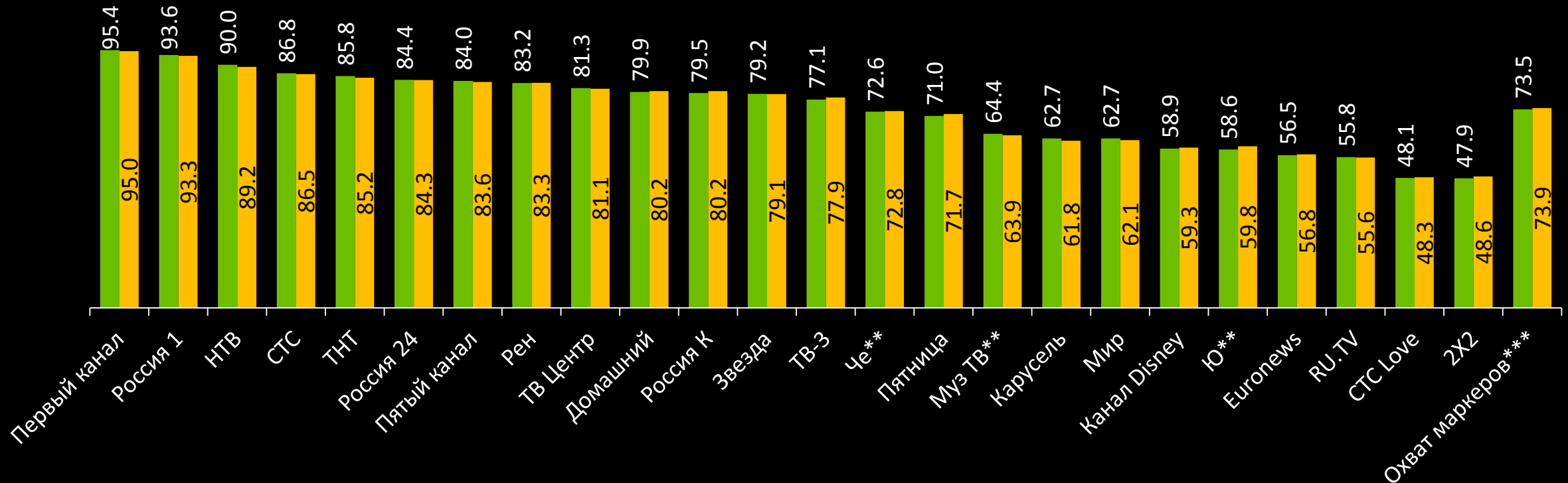
Данные по телеканалам МУЗ ТВ и Ю представлены отдельно, однако при анализе данных по панели используются объединенные данные

Каналы-маркеры

*** Смотрение каналов-маркеров вопрос в УИ: «Какие из указанных каналов вы смотрели у себя дома хотя бы раз за последние 30 дней» и наличие спутниковой тарелки

Охват* телеканалов

По всем городам УИ и городам панели



Национальные каналы

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

** Телеканал ЧЕ изменил свое название с 12 ноября 2015

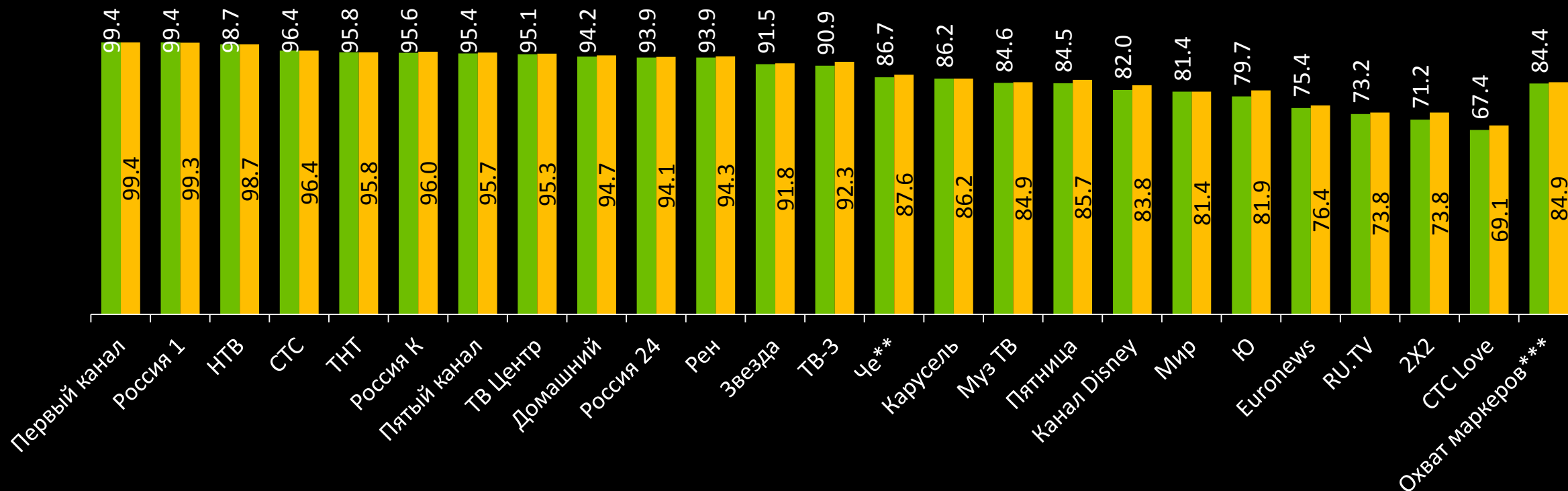
Данные по телеканалам МУЗ ТВ и Ю представлены отдельно, однако при анализе данных по панели используются объединенные данные

Каналы-маркеры

*** Смотрение каналов-маркеров вопрос в УИ: «Какие из указанных каналов вы смотрели у себя дома хотя бы раз за последние 30 дней» и наличие спутниковой тарелки

Прием* телеканалов

По всем городам УИ и городам панели



Национальные каналы

* Не зависимо от качества приема

** Телеканал ЧЕ изменил свое название с 12 ноября 2015

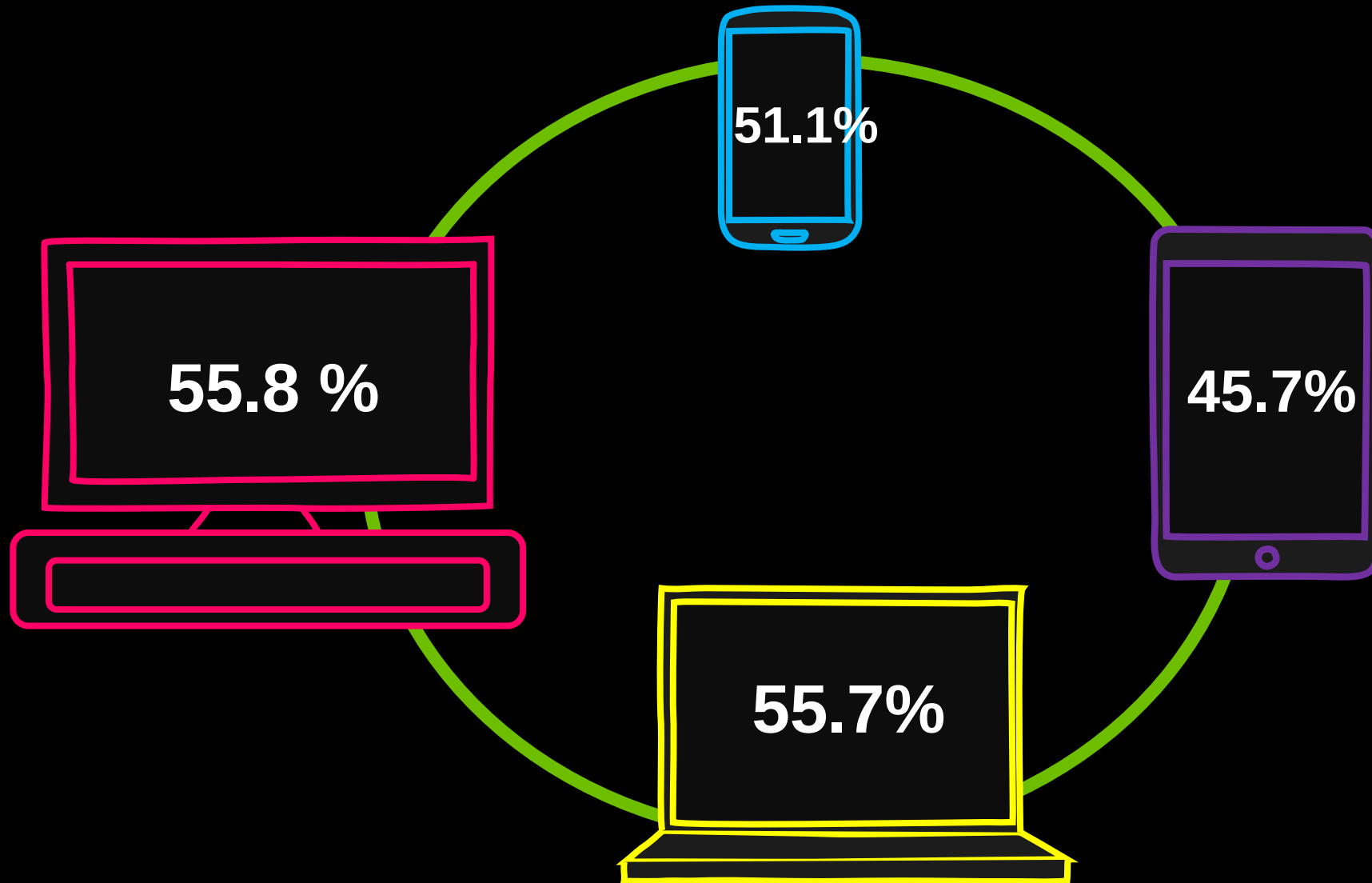
Каналы-маркеры

*** Прием тематических каналов представлен как сумма всех каналов-маркеров и наличие спутниковой тарелки. Прием каналов-маркеров вопрос в УИ: «Какие из перечисленных каналов можно принимать у Вас дома хотя бы на одном из телевизоров?»

Наличие дополнительных устройств



Наличие в семье устройств для выхода в интернет

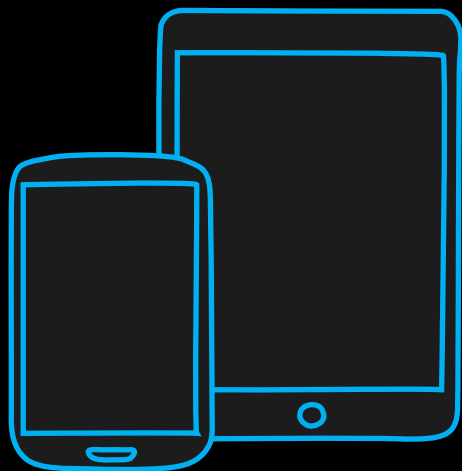


Использование устройств



**Наличие в семье
76.8%**

**Использовали за
месяц для выхода
в интернет
63.8%**



**Наличие в
семье
62.7%**

**Использовали за
месяц для выхода в
интернет
49.0%**

Смотрение на вторых экранах



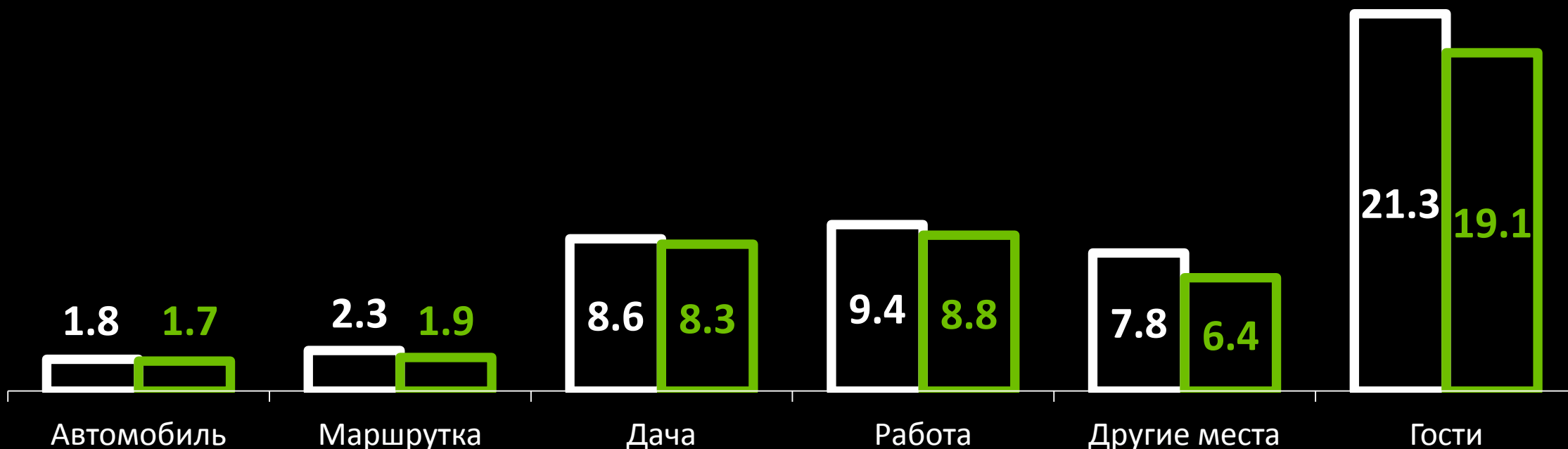
**Смотрят ТВ контент на вторых
экранах 31% населения**

Внедомашнее смотрение

47% семей
имеют дачу

33.7% населения хотя
бы раз в неделю
смотрит ТВ вне дома

50 мин объем просмотра
среди зрителей вне дома
в день



2015-1/2015-2

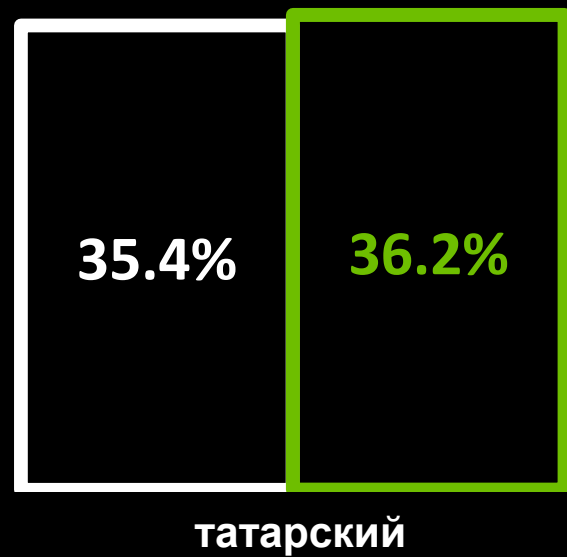


2015-2/2016-1

Количество человек, смотревших вне дома (% от населения).
Данные по наличию дачи - % домохозяйств

Владение языками

Казань

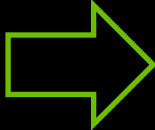


Уфа



Структура панельных матриц с 01.07.2016.

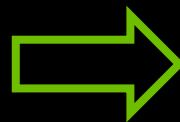
Основная матрица

	Основная матрица	% ГС с 01.01.2016		% ГС с 01.07.2016
1	1 человек 1 ТВ	17.5		17.5
2	1 человек 2+ ТВ	8.8		8.8
3	2 человека 1 ТВ	11.3		11.1
4	2 человека 2 ТВ	12.6		12.3
5	2 человека 3+ ТВ	4.4		4.8
6	3 человека 1 или 2 ТВ	17.4		17.4
7	3 человека 3+ ТВ	6.2		6.2
8	4+ человека 1 или 2 ТВ	14.0		14.0
9	4+ человека 3+ ТВ	7.8		7.9

Структура панельных матриц с 01.07.2016.

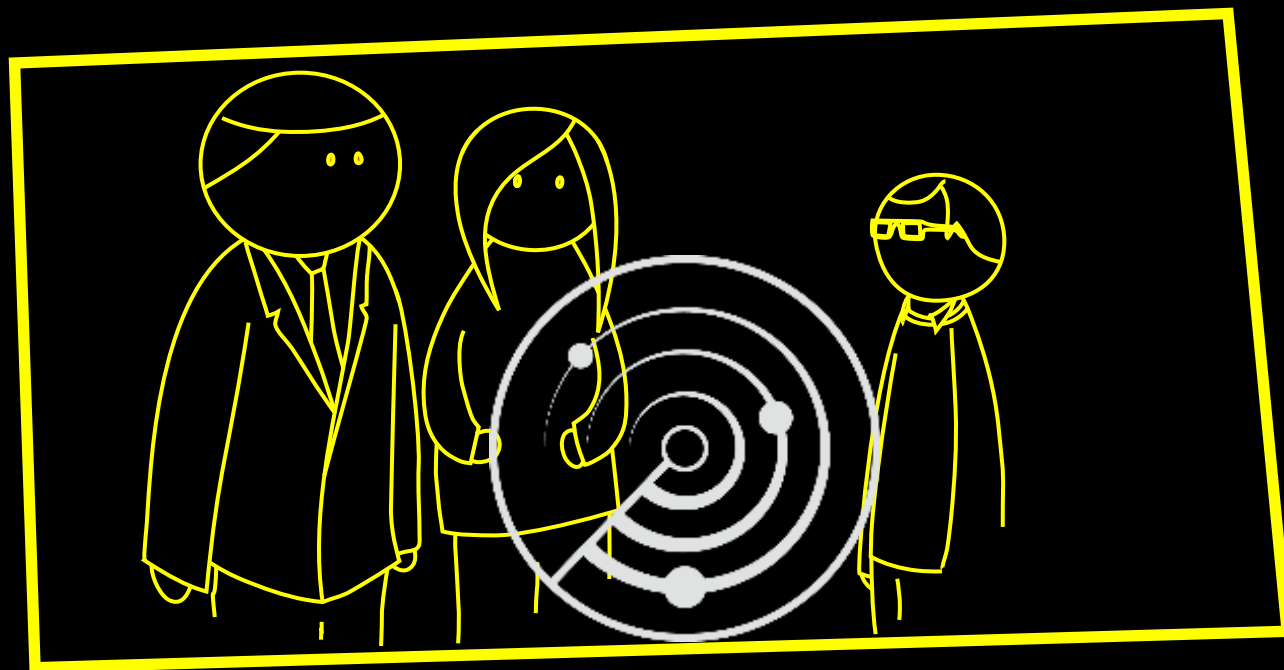
Дополнительная матрица

	Вспомогательная матрица с 01/01/2016	% ГС
1	1-2 человека, в семье есть дети или 18-34	18.0
2	1-2 человека, в семье нет детей и 18-34, есть 55+	31.9
3	1-2 человека, в семье нет детей, 18-34, 55+ ИЛИ 3+ человека, в семье нет 18-34	13.0
4	3+ человек, в семье есть дети, 1 человек в возрасте 18-34	11.0
5	3+ человек, в семье нет детей, 1 человек в возрасте 18-34	12.1
6	3+ человек, в семье 2+ человека в возрасте 18-34	13.9



	Вспомогательная матрица с 01/07/2016	% ГС
1	1-2 человека, в семье есть дети или 18-34	17.8
2	1-2 человека, в семье нет детей и 18-34, есть 55+	32.7
3	1-2 человека, в семье нет детей, 18-34, 55+ ИЛИ 3+ человека, в семье нет 18-34	11.8
4	3+ человек, в семье есть дети, 1 человек в возрасте 18-34	11.4
5	3+ человек, <u>в семье есть люди в возрасте 18-34 и нет детей</u>	17.5
6	3+ человек, в семье 2+ человека в возрасте 18-34 <u>и есть дети</u>	8.8

**Статус
принудительной
ротации**



Барнаул



	Плановая выборка,	1 января		20 июня		разница
	ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	84	87		86		2
1-2 чел, есть <18 или 18-34	21	16	18%	20	23%	-1
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	25	25	29%	25	29%	0
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	8	19	22%	12	14%	4
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	9	9	10%	12	14%	3
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	11	6	7%	6	7%	-5
3+ чел, 2+ чел 18-34	10	12	14%	11	13%	1

Екатеринбург



	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	175	175		182		7
1-2 чел, есть <18 или 18-34	36	30	17%	38	21%	2
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	57	56	32%	57	31%	0
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	19	31	18%	28	15%	9
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	16	21	12%	15	8%	-1
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	22	16	9%	19	10%	-3
3+ чел, 2+ чел 18-34	25	21	12%	25	14%	0

Иркутск



	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	81	81		83		2
1-2 чел, есть <18 или 18-34	16	18	22%	17	20%	1
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	22	20	25%	21	25%	-1
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	9	14	17%	15	18%	6
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	11	8	10%	10	12%	-1
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	9	7	9%	7	8%	-2
3+ чел, 2+ чел 18-34	14	14	17%	13	16%	-1

© TNS 2016

Кемерово



	Плановая выборка,	1 января		20 июня		разница
	ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	84	85		85		1
1-2 чел, есть <18 или 18-34	18	17	20%	18	21%	0
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	26	28	33%	25	29%	-1
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	8	12	14%	10	12%	2
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	8	6	7%	7	8%	-1
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	13	12	14%	14	16%	1
3+ чел, 2+ чел 18-34	11	10	12%	11	13%	0

Краснодар



	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	75	75		76		1
1-2 чел, есть <18 или 18-34	9	6	8%	9	12%	0
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	26	28	37%	26	34%	0
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	10	12	16%	11	14%	1
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	8	7	9%	8	11%	0
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	11	10	13%	11	14%	0
3+ чел, 2+ чел 18-34	11	12	16%	11	14%	0

Пермь



	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	100	99		101		1
1-2 чел, есть <18 или 18-34	20	18	18%	18	18%	-2
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	33	32	32%	35	35%	2
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	12	16	16%	12	12%	0
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	10	9	9%	11	11%	1
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	12	12	12%	12	12%	0
3+ чел, 2+ чел 18-34	13	12	12%	13	13%	0

Ставрополь



	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	73	76		75		2
1-2 чел, есть <18 или 18-34	16	11	14%	12	16%	-4
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	18	22	29%	19	25%	1
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	6	17	22%	14	19%	8
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	9	9	12%	12	16%	3
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	8	8	11%	7	9%	-1
3+ чел, 2+ чел 18-34	16	9	12%	11	15%	-5

Томск



	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	84	83		84		0
1-2 чел, есть <18 или 18-34	22	11	13%	16	19%	-6
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	22	28	34%	25	30%	3
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	5	10	12%	9	11%	4
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	11	8	10%	10	12%	-1
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	11	10	12%	10	12%	-1
3+ чел, 2+ чел 18-34	13	16	19%	14	17%	1



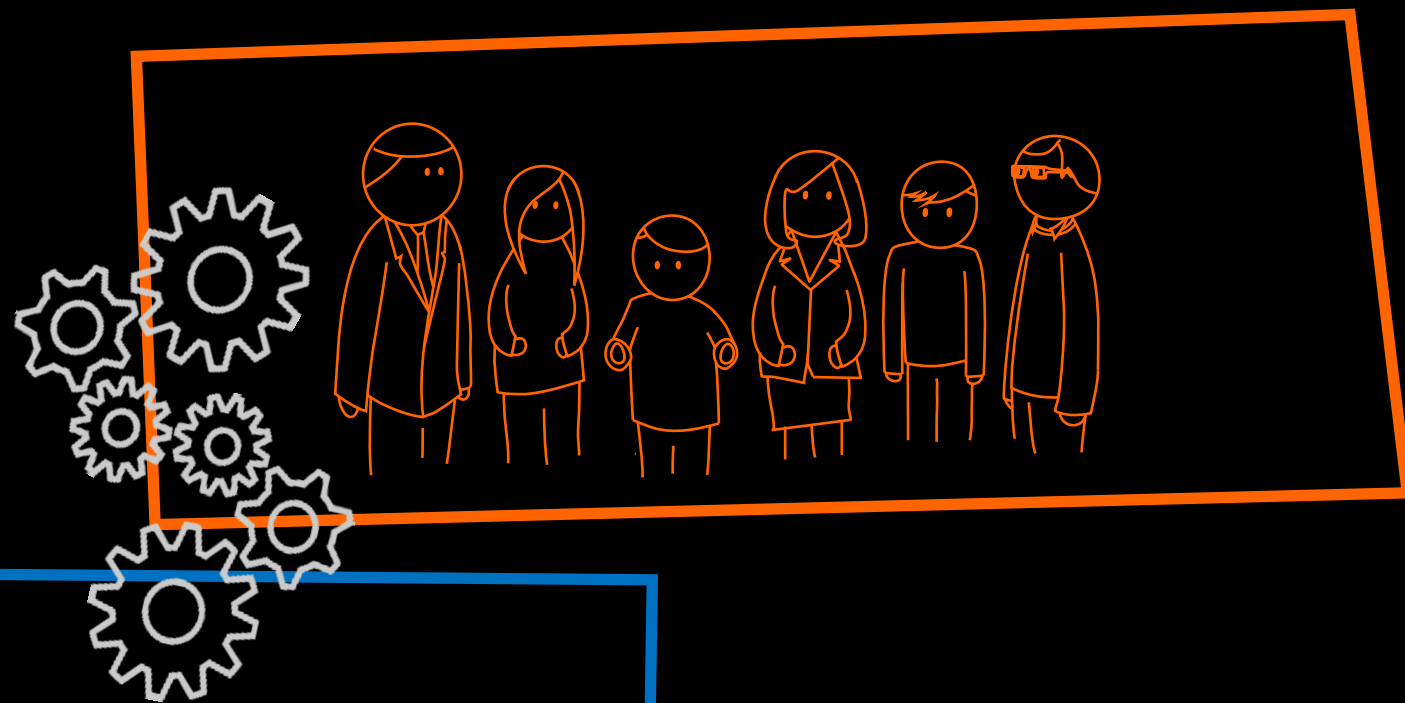
	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	100	100		98		-2
1-2 чел, есть <18 или 18-34	13	12	12%	11	11%	-2
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	33	29	29%	29	30%	-4
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	15	18	18%	17	17%	2
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	11	11	11%	11	11%	0
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	13	14	14%	15	15%	2
3+ чел, 2+ чел 18-34	15	16	16%	15	15%	0

Хабаровск



	Плановая выборка, ДХ	1 января		20 июня		разница
		Кол-во ДХ	% ДХ	Кол-во ДХ	% ДХ	
Всего	87	87		86		-1
1-2 чел, есть <18 или 18-34	19	15	17%	13	15%	-6
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, есть 55+	27	27	31%	26	30%	-1
1-2 чел, нет <18, нет 18-34, нет 55+ или 3+ чел, нет 18-34	10	15	17%	17	20%	7
3+ чел, 1 чел 18-34, есть <18	10	10	11%	11	13%	1
3+ чел, 1 чел 18-34, нет <18	11	10	11%	9	10%	-2
3+ чел, 2+ чел 18-34	10	10	11%	10	12%	0

© TNS 2016



Текущая работа

Текущая работа

**Совершенствование анализа
контрольных параметров панели**

Совершенствование схемы взвешивания

- Начиная с текущей волны Установочного Исследования анализ контрольных параметров панели проводится в каждой из контролируемых взвешиванием географий отдельно (по кубам). Это позволит стабилизировать веса респондентов и повысить эффективность взвешивания.
- Для Большой Москвы критерий проживания респондентов в том или ином административном округе Москвы не является значимой характеристикой, поэтому принято решение отменить взвешивание по параметру «Административный округ». Однако, для обеспечения сохранения контроля географии внутри Большой Москвы, вводится параметр «География Большой Москвы», состоящий из:
 - г. Москва
 - Область в составе Большой Москвы
- Для Москвы и Санкт-Петербурга не обнаружено влияние наличия дополнительных устройств в семье

Анализ контрольных параметров

	1 куб	2 куб	3 куб	5 куб
Характеристики телевизионного оборудования				
количество телевизоров в домохозяйстве	+	+	+	+
наличие видео или DVD	не влияет	не влияет	+	+
возможности подключения дополнительных устройств				
наличие телевизора с функцией выхода в интернет (SMART TV)				
фактор панельизма	-	-	-	не влияет
охват сетевых каналов за месяц	+	+	+	+
охват тематических каналов				
Характеристики домохозяйства				
регион проживания (в соответствии со стратификацией панельной выборки)	Москва и города мос. области в составе БМ	-	Каждый из 27 СРГ	В соответствии со стратификацией
количество человек в семье	+	+	+	+
наличие в семье детей до 18 лет				
наличие в семье пожилых людей (в возрасте 55 лет и старше)				
наличие в семье людей в возрасте 18-34 лет				
наличие дачи или дома в деревне	+	+	+	+
наличие интернета	+	+	+	+
наличие вторых экранов	не влияет	не влияет	не влияет	не влияет
Индивидуальные характеристики				
пол	+	+	+	+
возраст	+	+	+	+
образование	+	+	+	+
занятость	+	+	+	+

Контрольные параметры

Развитие взвешивания

На телесмотрение респондента непосредственное влияние оказывают другие члены его семьи. В результате работы по совершенствованию взвешивания одним из направлений является перевод во взвешивание панели наличие в семье других детей или пожилых (помимо самого респондента) в пересечении с параметром «размер семьи».

	Размер семьи	Возраста ОСТАЛЬНЫХ членов семьи
1	1 чел в семье	
2	2 человека в семье	Второй человек в семье или ребенок, или среднего возраста
3		Второй член семьи пожилой
4	3 человека в семье	Другие члены семьи среднего возраста (нет ни детей, ни пожилых)
5		Другие члены семьи среднего возраста и/или дети (есть дети)
6		Другие члены семьи среднего возраста и/или пожилые (есть пожилые)
7	4 + человека в семье	Другие члены семьи среднего возраста и/или дети (есть дети)
8		Другие члены семьи среднего возраста и/или пожилые (нет детей)
9		Другие члены семьи среднего возраста, или дети и пожилые (есть дети и пожилые)

Развитие матриц

Добавление во взвешивание такого параметра позволит в дальнейшем упростить контроль по матрицам. В течение лета будет вестись работа по модернизации вторичной матрицы для усиления контроля по группе 18-34

Результаты применения нового взвешивания

Результаты применения новых констант и параметров для взвешивания с 1 июля 2016 для Total TV:

	ATV, Абсолютная разница, минуты
Total Ind.	1.0
All 18+	1.3
All 14-44	1.8
All 11-34	0.5
All 14-59	1.4
W 14-39	2.3
W 25-59	1.8
All 25-59	1.4
M 25-59	1.1
All 10-45	1.3
All 25+	1.3
All 25-49	1.8
All 29+	1.5
All 4-45	1.2
All 25-54	1.9

Текущая работа

Работа над пилотами

Статус работы по пилотам

Пилот УИ on-line

Поле стартовало в мае, завершится к 27 июня

Выборка 1700 интервью:

- Большая Москва – 500 интервью
- Уфа, Екатеринбург, Новосибирск – 600 интервью
- Остальные города 100+ - 600 интервью

Сроки завершения волны – середина июня

Анализ: Лето 2016.

Задача анализа: выявление контрольных параметров

Пилот по типу сигнала

Поле завершено в мае

Выборка составила 1500 интервью, по 300 интервью в каждом из регионов:

- Большая Москва,
- Центральный без Большой Москвы и Северо-Западный,
- Поволжье и Урал,
- Южный и Северо-Кавказский,
- Сибирский и Дальневосточный

Ведется работа по анализу результатов

Задача анализа: выявление взаимосвязей между принимаемыми каналами и типом сигнала

Текущая работа

Валидация по 21 дню

Валидации длительного отсутствия респондентов

- В мировой практике валидация по длительному отсутствию не используется.
- Многие респонденты, которые валидируются по отсутствию просмотра 21 день, сознательно отказываются от просмотра ТВ, либо предпочитают использовать вторые экраны.
- В будущей работе по интеграции данных такие люди не будут учтены, что будет вести к искажению результатов среди тех, кто смотрит контент преимущественно в интернете.
- **Июнь:** TNS проводит тест отключения правила и представляет результаты ЭС

Тест проведен на 2 периодах: июль 2015 и февраль 2016.

Подробные результаты теста можно будет скачать на FTP (ссылка будет отправлена в протоколе встречи)

Результаты изменений

Результаты изменения ATV:

	1-31 июля 2015		1-28 февраля 2016	
	Абсолютная разница, минуты	Относительная разница	Абсолютная разница, минуты	Относительная разница
Total Ind.	-8.7	-4.1%	-7.8	-2.9%
All 11-34	-10.0	-7.8%	-12.4	-7.5%
All 14-44	-8.5	-5.5%	-10.5	-5.3%
All 14-59	-7.9	-4.2%	-8.8	-3.6%
All 18+	-8.5	-3.8%	-7.8	-2.7%
All 25+	-8.1	-3.3%	-6.6	-2.1%
All 25-49	-7.1	-3.8%	-8.1	-3.4%
All 25-54	-7.0	-3.5%	-7.5	-3.0%
All 25-59	-7.2	-3.4%	-7.3	-2.7%
All 29+	-7.3	-2.9%	-5.0	-1.5%
All 4-45	-8.8	-5.9%	-9.9	-5.1%
M 25-59	-8.2	-4.3%	-9.2	-3.7%
All 10-45	-8.3	-5.4%	-10.1	-5.1%
W 14-39	-8.2	-5.2%	-9.2	-4.7%
W 25-59	-6.3	-2.8%	-5.7	-2.0%

Текущая работа

**Изменение локальной эталонной
телекомпании**

Изменение эталонного телеканала в городах

Задача:

По просьбе телеканала СТС проведена оценка возможности изменения эталонной телекомпании в саморепрезентируемых городах

Решение:

Организация идентичного основному комплексу записи (включая резервирование по оборудованию, питанию). Резервирование по приему (для эфирного сигнала организовано два независимых поста) не имеет смысла.

Необходимые условия

- Одновременно в качестве эталона выступает только 1 источник
- Для каждого телеканала (холдинга) возможно изменение точки мониторинга не более 4 раз в год.
- Смена точки мониторинга производится в течение 4-6 недель с момента поступления заявки от телеканала.
- В случае, если выбранный оператор кабельного телевидения по юридическим причинам не может оказывать услугу предоставления доступа к телевидению для юридических лиц, организацию приема в сети данного оператора берет на себя телеканал.
- Репортинг в софтах остается без изменений (информация о кабельном операторе сохраняется в производственной БД TNS)

Возможные изменения

Текущий эталон (эфирный сигнал в городе)



В национальных данных учитывается аудитория сетевых событий локального эталона, а также аудитория ДОПа (события, отличные от эталона в городе, но соответствующие сетевому вещанию).
Аудитория локальных событий относится к сущности Измеряемое Локальное.

Новый эталон (ситуация, если кабельщик берет сетевой эфир):



В национальных данных учитывается аудитория сетевых событий локального эталона
Аудитория локальных событий не будет распознаваться и будет учитываться в сущности Другое.

Текущая работа

**Сбор аудитории национального
канала с учетом его локального
вещания**

Задача по переносу аудитории локальных событий

Задача:

Реализовать возможность сбора общей аудитории национального телеканала с локальным вещанием канала в городе (например, локальные события телеканала Первый канал (ОМСК) и вещанием партнеров в городах (например, все события телеканала ГТРК "ИРТЫШ" (ОМСК))

Решение:

В данных TV Index Россия для каждой национальной телекомпании создается новая телекомпания в составе ИЗМЕРЯЕМОЕ ЛОКАЛЬНОЕ ТВ: ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЛОК, РОССИЯ 1 ЛОК и др., данные TV Index Россия по национальным телекомпаниям ПЕРВЫЙ КАНАЛ, РОССИЯ 1 и др. остаются без изменений

Необходимые условия

Текущая национальная аудитория каналов учитывает:

- Аудиторию сетевых событий телеканалов (программы, блоки, реклама)
- Аудиторию орбитальных событий, отличных от локального эталона (канал ДОП)

Аудитория новых каналов будет учитывать:

- Аудиторию локальных событий этих телеканалов в 29 городах (программы, блоки, реклама)
- Аудитория локальных событий партнеров в 29 городах

Вопросы для согласования:

- Как отбирать каналы-партнеры
- Как обновлять информацию по каналам-партнерам

Примеры телеканалов, которые вещают с национальным каналом в городе:

Партнеры	Национальная сеть
АЛТАЙ (БАРНАУЛ)	РОССИЯ 1
КАТУНЬ 24 (БАРНАУЛ)	НТВ
ГОРОДСКОЙ ТЕЛЕКАНАЛ (ЯРОСЛАВЛЬ)	СТС
АНТЕННА-7 (ОМСК)	ТВ ЦЕНТР
7 КАНАЛ (КРАСНОЯРСК)	РЕН ТВ
ДАЛЬ ТВ (ХАБАРОВСК)	ТНТ
ДОН-ТР (РОССИЯ 24) (РОСТОВ-НА-ДОНУ)	КАНАЛ DISNEY
ПРОДВИЖЕНИЕ (ПЯТНИЦА) (ОМСК)	ПЯТНИЦА
БОР (НИЖНИЙ НОВГОРОД)	Ю
РЕГИОН ТВ (НОВОСИБИРСК)	ТВ-3
ДИАЛОГ (НИЖНИЙ НОВГОРОД)	ЧЕ
ВЕЧЕР (БАРНАУЛ)	ДОМАШНИЙ
ЛОТ (ПЯТЫЙ КАНАЛ) (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)	ПЯТЫЙ КАНАЛ
АНТЕН (ТОМСК)	РОССИЯ 24
СТРЕЖЕНЬ (НИЖНИЙ НОВГОРОД)	2Х2
ГУБЕРНИЯ (ЕКАТЕРИНБУРГ)	МАТЧ ТВ

Изменения показателей объединенных телеканалов

Результат пилота:

TV Index Россия, 21-27 марта,
изменение аудитории и доли
объединенных каналов
(НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕЛЕКАНАЛ и
новый ТЕЛЕКАНАЛ ЛОК).

Старт боевой эксплуатации:

в тестировании, срок, необходимый
для доработок со стороны TNS будет
определен к 1 июля

Телеканал	Что учитывается	ΔRtg%	ΔShare
РОССИЯ 1 + РОССИЯ 1 ЛОК	28 партнеров и лок вещание	0.08	0.51
ПЕРВЫЙ КАНАЛ + ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЛОК	лок вещание	0.05	0.25
РЕН ТВ + РЕН ТВ ЛОК	10 партнеров и лок вещание	0.04	0.21
СТС + СТС ЛОК	12 партнеров и лок вещание	0.03	0.14
НТВ + НТВ ЛОК	1 партнер и лок вещание	0.02	0.14
ТНТ + ТНТ ЛОК	9 партнеров и лок вещание	0.02	0.13
ДОМАШНИЙ + ДОМАШНИЙ ЛОК	11 партнеров и лок вещание	0.02	0.12
ПЯТЫЙ КАНАЛ + ПЯТЫЙ КАНАЛ ЛОК	3 партнера и лок вещание	0.02	0.12
ТВ ЦЕНТР + ТВ ЦЕНТР ЛОК	3 партнера и лок вещание	0.02	0.11
РОССИЯ 24 + РОССИЯ 24 ЛОК	14 партнеров и лок вещание	0.01	0.08
ТВ-3 + ТВ-3 ЛОК	1 партнер и лок вещание	0.01	0.05
ЗВЕЗДА + ЗВЕЗДА ЛОК	лок вещание	0.01	0.03
МАТЧ ТВ + МАТЧ ТВ ЛОК	2 партнера и лок вещание	0	0.03
ПЯТНИЦА + ПЯТНИЦА ЛОК	3 партнера и лок вещание	0.01	0.03
ЧЕ + ЧЕ ЛОК	3 партнера и лок вещание	0.01	0.03
EURONEWS + EURONEWS ЛОК	лок вещание	0	0.01
МИР + МИР ЛОК	лок вещание	0	0.01
ТНТ 4 + ТНТ 4 ЛОК	лок вещание	0.01	0.01
2X2 + 2X2 ЛОК	1 партнер и лок вещание	0	0
DISCOVERY CHANNEL + DISCOVERY CHANNEL ЛОК	лок вещание	0	0
RU.TV + RU.TV ЛОК	лок вещание	0	0
КАНАЛ DISNEY + КАНАЛ DISNEY ЛОК	1 партнер	0	0
КАРУСЕЛЬ + КАРУСЕЛЬ ЛОК	нет партнеров и лок вещания	0	0
МУЗ ТВ	нет измерений в городах	0	0
РОССИЯ К + РОССИЯ К ЛОК	лок вещание	0	0
СТС LOVE + СТС LOVE ЛОК	лок вещание	0	0
Ю + Ю ЛОК	1 партнер и лок вещание	0	0
ИЗМ ЛОК	--	-0.42	-2.38

Текущая работа

Развитие ПО

Текущая работа над ПО

AdEx

**Интеграция креативов
из iCreative**

PaloMars

**Добавление нового алгоритма расчета
атрибута prime/offprime (ПТ 19:00-
29:00, СБ 5:00-29:00, ВС 5:00 – 24:00)
Функционал работы с рекламными
виртуальными каналами**

**Выпуск единого ключа
для ПО (Galileo,
SuperNova, PaloMars,
AdEx, TVPlanet, Zodiac)**

**Zodiac
Интеграция с Infosys+**

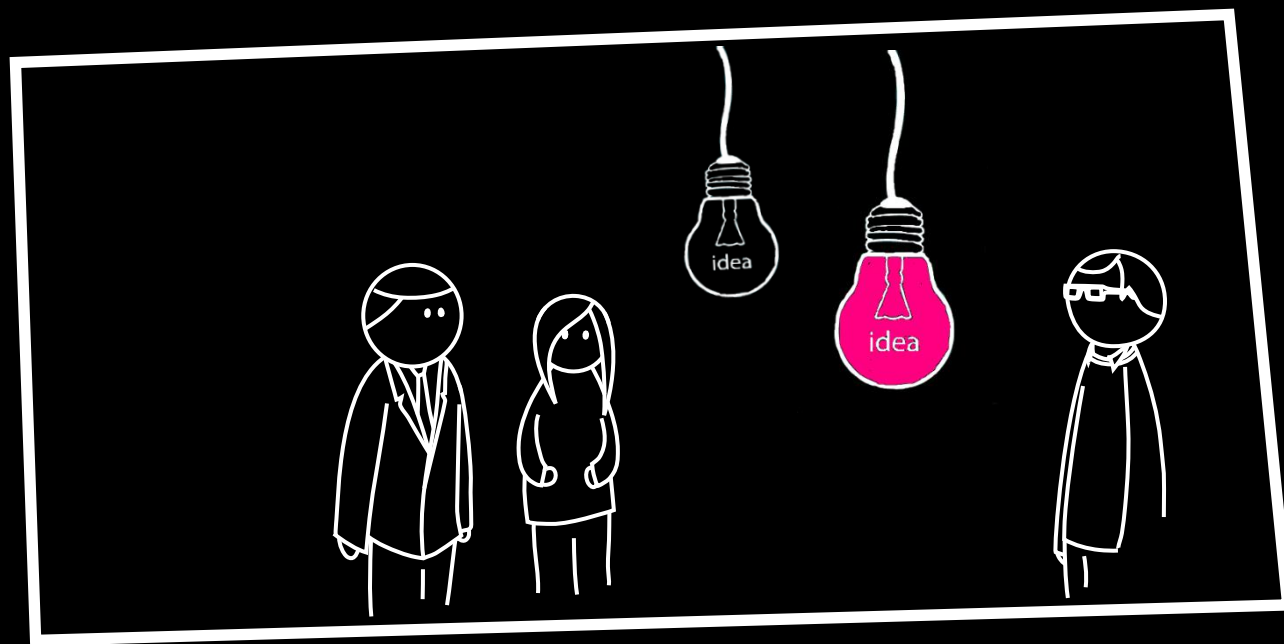
Выпуск новой версии ПО Infosys+

Что нового:

- Переход на защиту лицензионным ключом
- Скорость расчетов увеличена в несколько раз
- Русифицированный интерфейс
- Интеграция с ПО Zodiac и возможность создания кросс-медиа планов
- Новые типы переменных
- Возможность создания Consumption Targets из графических отчетов
- Дополнительные статистики и возможности расчетов

Сроки:

- Переход в течение июля



Новые проекты

Новые проекты

BigTV Rating

Участники проекта



BigTV Rating (Multirating)

Взаимодействия в проекте

**TNS выдает
уникальный
ID для
телеканала**

**Канал
обеспечивает
вызов счетчика
в плеере на
всем
видео контенте**

**Канал
предоставляет
TNS доступ к
видео контенту**

**Канал передает
информацию в
общий каталог
контента TNS**

**TNS собирает и
обрабатывает
данные на
основе своих
панелей**

**Канал сам решает:
какой контент будет тегироваться
плееры на каких сайтах будут тегироваться**

Кросс-медиа измерения: текущие планы (2016)



Новые проекты

Рекламный виртуальный канал

Рекламный виртуальный канал

Цель проекта:

- Предоставление информации по измерению **совокупной** аудитории рекламных блоков (создания «Виртуального Рекламного Канала - РВК»), которое будет выходить на различных Реальных Каналах, измеряемых в панели компании TNS Россия.

Принцип реализации:

- На РВК формируются события, заявленные в предоставляемых заказчиками сетках.
- Рекламных каналов может быть несколько, количество определяет селлер.

Старт РВК

В ближайшее время в поставляемых данных будут добавлены 3 Рекламных Виртуальных канала:

- **Единый Рекламный Канал**
 - Сквозные блоки на телеканалах RU.TV, Мир, Bridge TV, Музыка Первого, Дом кино, Lifenews, Discovery Channel, Animal Planet, TLC, ID Xtra, Eurosport 1, Eurosport 2, РБК, Viasat Nature, Viasat History, Viasat Explorer, TV 1000 Русское кино, TV 1000, TV 1000 Action
- **Женский Рекламный Канал**
 - Сквозные блоки на телеканалах RU.TV, Мир, Bridge TV, Музыка Первого, Дом кино, Animal Planet, TLC, ID Xtra, TV 1000 Русское кино, TV 1000, TV 1000 Action
- **Мужской Рекламный Канал**
 - Сквозные блоки на телеканалах Bridge TV, Музыка Первого, Дом кино, Lifenews, Discovery Channel, Animal Planet, Eurosport 1, Eurosport 2, РБК, Viasat History, Viasat Explorer, TV 1000 Русское кино, TV 1000, TV 1000 Action

Особенности репортинга

- Появляется новая сеть «Рекламные каналы».
- Рекламные каналы исключаются из расчета Total TV.
- Для удобства анализа в проекте TV Index события, относящиеся к Рекламному Телеканалу, будут помечены соответствующим атрибутом в мониторинге.

Новые проекты

**Мгновенное оповещение о выходе
рекламы**

Сервис мгновенного оповещения о выходе ролика

Заказчик получает специальное уведомление сразу после выхода определенного рекламного ролика на ТВ. Список роликов заказчик определяет заранее. Оповещение доставляются по e-mail/sms/API/и т.д. по выбору Заказчика.

- География: Россия и СРГ
- Телеканалы: национальные и региональные

Компания Mail.Ru Group интегрировала оповещения в свою систему, что позволило осуществить синхронизацию показов рекламы в интернете и по телевидению в режиме реального времени. Новый формат позволяет привлечь внимание людей, которые одновременно с просмотром телевизора заходят в интернет с мобильных устройств, планшетов, ноутбуков или стационарных компьютеров

Ad Spot Alert: Вслед за ТВ рекламой



Спасибо за внимание!

