



Базовая терминология и статистики

Instar Analytics

Глоссарий статистик

AcExcRch(000)	21	%Budget	33	GoldMin	44	OTS	23	TgAfin%	50
AcExcRch%	21	CChn%	40	GoldMinVal	44	Out(000)	27	TgAfinRch%	50
AgeAverage	37	Cont(000)	23	GRP	9	PgmGRP	39	TgSat%	51
AvAud(All)	12	Cost	31	%GRP	33	PNUT(000)	48	TgSatRch%	51
AvAud(View)	12	Cost/Cont	31	In(000)	27	PNUT%	48	THoursWk(View)	16
AvHoursWk(View)	16	Cost/GRP	31	Index%DlyRch	45	PublSat%	47	Time	52
AvLenSes	17-18	Counter	41	Insertions	8	PUT(000)	48	TuneAway	29
AvLenStm	17-18	Cov(000)	22	%Insertions	33	PUT%	48	TViewAcc(All)	14
AvLoyalty	46	Cov%	22	LeadIn	27	RankEvents	41	TViewAcc(Viewers)	14
AvMRch(000)	7	CPM	32	LeadOut	27	Rch(000)	6	TypeCost	35
AvMRch%	7	CPT	32	Loyalty	46	Rch%	6	Universe	10
AvNumStm	17-18	CTTV%	40	Mig(000)	28	Rtg(000)	4	Universe%	53
AvPgmsViewed	38	CustomUnit	42	Mig(%)	28	Rtg%	4	WAgeAverage	37
AvPgmsViewed%	38	CVI	43	MLoyalty	46	Sample	10	Weight	35
AvRch(000)	7	Days Activity	24	N(000)	22	Share	5	WkLoyalty	46
AvRch%	7	Dupl(000)	26	N%	22	ShareRtg	35		
AvWkRch(000)	7	Dupl%	26	N+(000)	22	Statistical Metric	42		
AvWkRch%	7	Duration	8	N+%	22	TAud(000)	15		
BlkGRP(000)	39	EffRch(000)	34	Neff+(000)	34	TAud(All)	13		
BlkGRP%	39	EffRch%	34	Neff+%	34	TAud(View)	13		
Broadcasts	8	ExcRch(000)	20	NumSes	17-18	TAudV(000)	15		
Budget	33	ExcRch%	20	OpUnit	42	TBIndex%	49		

Standard Units



Rtg(000) / Rtg%

Рейтинг

Rtg(000)

$$Rtg(000) = \frac{\sum_{day}^{period} \sum_{i=1}^n min_i^{day} \cdot weight_i^{day}}{\sum_{day}^{period} Min^{day}}$$

Рассчитываемое среднее количество человек, смотревших ТВ канал, определенный отрезок времени или конкретное эфирное событие от начала его трансляции до конца.

Rtg%

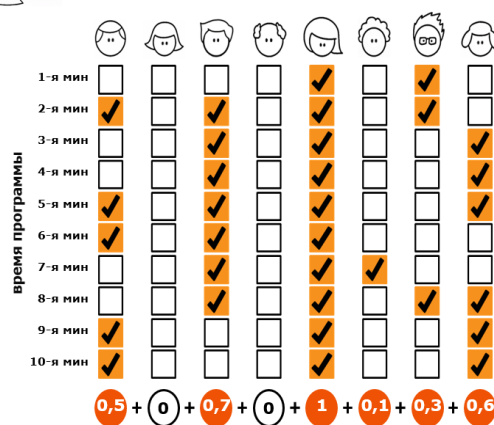
$$Rtg\% = \frac{\sum_{day}^{period} \sum_{i=1}^n min_i^{day} \cdot weight_i^{day}}{\sum_{day}^{period} \frac{Universe_{target}^{day}}{Min^{day}}} \cdot 100$$

Средний процент населения, смотревшего ТВ канал, определенный отрезок времени или конкретное эфирное событие от начала его трансляции до конца.



Программа новостей

Rtg (000)



средняя аудитория программы с учетом вклада в просмотр

Рейтинг можно описать как средний процент или среднее количество аудитории, смотревшей эфирное событие каждую минуту его длительности.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Share

Доля

Share

$$Share = \frac{Rtg\%_{chan}}{Rtg\%_{TV}} * 100$$

Количество зрителей определенного канала или программы как процент от общего числа людей, смотревших ТВ в целом, за определенный период.

Отличие рейтинга от доли:

Рейтинг & Доля



$$Rtg\% = \frac{Rtg (000)}{\text{население}} * 100\%$$



$$Share = \frac{Rtg (000)}{\text{все телезрители}} * 100\%$$



Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Rch(000) / Rch%

Накопленный охват

$$Rch(000) = \sum_{i=1}^n Contact_i^{period} * weight_i$$

Количество человек в анализируемой целевой группе, смотревших эфирное событие в течение определенного периода времени (определяется пользователем), по умолчанию в течение 1 минуты.

$$Rch\% = \frac{\sum_{i=1}^n Contact_i^{period} * weight_i}{Universe_{target}} * 100$$

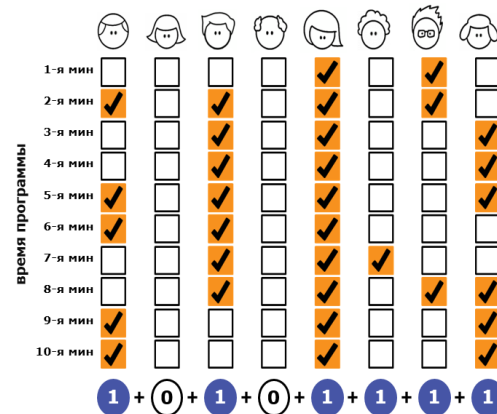
Процент населения в анализируемой целевой группе, смотревшего эфирное событие в течение определенного периода времени (определяется пользователем), по умолчанию в течение 1 минуты.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid



Программа новостей

Rch(000)



! При расчете накопленного охвата каждый человек учитывается только один раз.

посмотрели хотя бы 1 минуту программы

AvRch(000)/AvRch% / AvWkRch(000)/AvWkRch% / AvMRch(000)/AvMRch%

Средний охват

	Количество человек в среднем в анализируемой целевой группе, смотревших эфирное событие в течение определенного периода времени (определяется пользователем), по умолчанию в течение 1 минуты.	Programs* Programs minute by minute Programs and spots* Crosstab Periods Vehicles Audience Curves Migrations Curve Competition Analysis* Vehicles creation* Detail Competition units Multiple Inheritance Programs Grid
AvRch(000) / AvRch%	Среднесуточный охват.	
AvWkRch(000) / AvWkRch%	Средненедельный охват.	
AvMRch(000) / AvMRch%	Среднемесячный охват.	

*Статистики
AvWkRch(000), AvWkRch%,
AvMRch(000), AvMRch% не
используются в данных
отчетах.

Broadcasts / Insertions / Duration

Broadcasts	Количество выходов программ.	Programs Programs minute by minute Programs and spots Programs Grid Crosstab Vehicles	Audience Curves Migrations Curve Competition Analysis Vehicles creation Detail Competition units Multiple Inheritance
Insertions	Количество выходов рекламных сообщений.	Spots Programs and spots Crosstab Vehicles Audience Curves	Migrations Curve Planning Optimization Vehicles creation Detail
Duration	Длительность эфирного события (в секундах, минутах, часах).	Programs Spots Programs minute by minute Programs and spots Crosstab Vehicles Audience Curves	Migrations Curve Competition Analysis Planning Vehicles creation Detail Competition units Multiple Inheritance Programs Grid

GRP

GRP

Gross Rating Point - сумма рейтингов роликов рекламной кампании.
1 GRP = 1 пункт рейтинга целевой аудитории.

Используется при покупке/продаже/расчете эффективности рекламной кампании.

GRP30 - GRP, приведенный к стандартной длительности (30 сек.).

Programs
Spots
Programs and spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Planning
Optimization
Vehicles creation
Detail

Sample / Universe

Sample

$$Sample = \frac{\sum_{day=1}^n \left(\sum_{indiv=1}^k 1 \text{ if } i \in \text{Target} \right)}{Days}$$

Количество опрошенных (участвующих в панели) респондентов.

Universe

$$Universe = \frac{\sum_{day=1}^n \left(\sum_{indiv=1}^k Weight_i \text{ if } i \in \text{Target} \right)}{Days}$$

Генеральная совокупность или все население.

Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Viewing Units



AvAud(View) / AvAud(All)

Среднее время просмотра среди зрителей/населения

AvAud(View)

$$AvMins(View) = \frac{\sum_{i=1}^n (Min_i \times Weight_i)_{if\ i\ fulfills\ Reach\ cond.}}{Days \times AvRch(000)}$$

Среднее время просмотра среди зрителей (в секундах, минутах, часах).

AvAud(All)

$$AvMins = \frac{\sum_{day} \frac{\sum_{i=1}^n min_i^{day} \cdot weight_i^{day}}{Univ\ ers_{target}^{day}}}{Days}$$

Среднее время просмотра среди населения (в секундах, минутах, часах).

Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

TAud(View) / TAud(All)

Общее время просмотра среди зрителей/населения

TAud(View)

$$TMins(View) = \frac{\sum_{i=1}^n (Min_i \times Weight_i)_{if \ i \ fulfills \ each \ cond.}}{AvRch(000)}$$

Общее время просмотра среди зрителей (в секундах, минутах, часах).

TAud(All)

$$TMins = \sum_{day} \frac{\sum_{i=1}^n min_i^{day} \cdot weight_i^{day}}{Universe_{target}^{day}}$$

Общее время просмотра среди населения (в секундах, минутах, часах).

Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

TViewAcc(Viewers) / TViewAcc(All)

Кумулятивное общее время просмотра среди зрителей/населения

TViewAcc(Viewers)

TViewAcc(Viewers) - общее количество секунд/минут/часов просмотра на одного зрителя за анализируемый период. Образуется путем деления общего количества секунд/минут/часов, просмотренных зрителями, на совокупный охват.

Crosstab
Periods
Vehicles
Detail

TViewAcc(All)

TViewAcc(All) - общее количество секунд/минут/часов просмотра на одного человека среди населения за анализируемый период. Образуется путем деления общего количества секунд/минут/часов, просмотренных зрителями, на генеральную совокупность.

Концепция статистик TViewAcc(Viewers) и TViewAcc(All) аналогична статистикам TAud(View) и TAud(All), но они дают более точное значение. Статистики TAud(View) и TAud(All) отображают данные, агрегированные на ежедневных аналогах, и не дают реального представления о среднем потреблении в течение длительного периода. Статистики TViewAcc агрегируют общее потребление за весь период и делят его на совокупный охват (TViewAcc(Viewers)) или Universe (TViewAcc(All)). Т.е. обе статистики TAud основаны на ежедневной панели, тогда как TViewAcc основаны на справочной панели для всех выбранных дней. Таким образом, если рассматривать только один день, когда панель будет одинаковой, то эти два блока будут давать одинаковый результат.

TAud(000) / TAudV(000)

Общее время просмотра всех зрителей

TAud(000)	Общее время просмотра (в секундах, минутах, часах) всех зрителей за анализируемый период.	Programs* Spots Programs minute by minute Programs and spots* Crosstab* Periods* Vehicles*
TAudV(000)	Общее время просмотра (в секундах, минутах, часах) всех зрителей, которые выполняют заданные условия охвата, за анализируемый период.	Audience Curves* Migrations Curve* Competition Analysis Vehicles creation Detail Competition units Multiple Inheritance Programs Grid

*Статистика TAudV(000) используется только в данных отчетах.

AvHoursWk(View) / THoursWk(View)

Среднее количество часов просмотра зрителями в среднем за неделю / Общее количество часов просмотра зрителями в среднем за неделю

AvHoursWk(View)

Определяется как среднее количество часов просмотра одним зрителем в среднем за неделю.

$$AvHoursWk(View) = \frac{\sum_{weeks=1}^n \sum_{i=1}^n hours_i^m \times weight_i}{weeks \times AvWkRch(000)} = \frac{THoursWk(View)}{AvWkRch(000)}$$

THoursWk(View)

Определяется как общее количество часов просмотра зрителями в среднем за неделю

$$THoursWk(View) = \frac{\sum_{semanas=1}^n \sum_{i=1}^n horas_i^m * peso_i}{semanas}$$

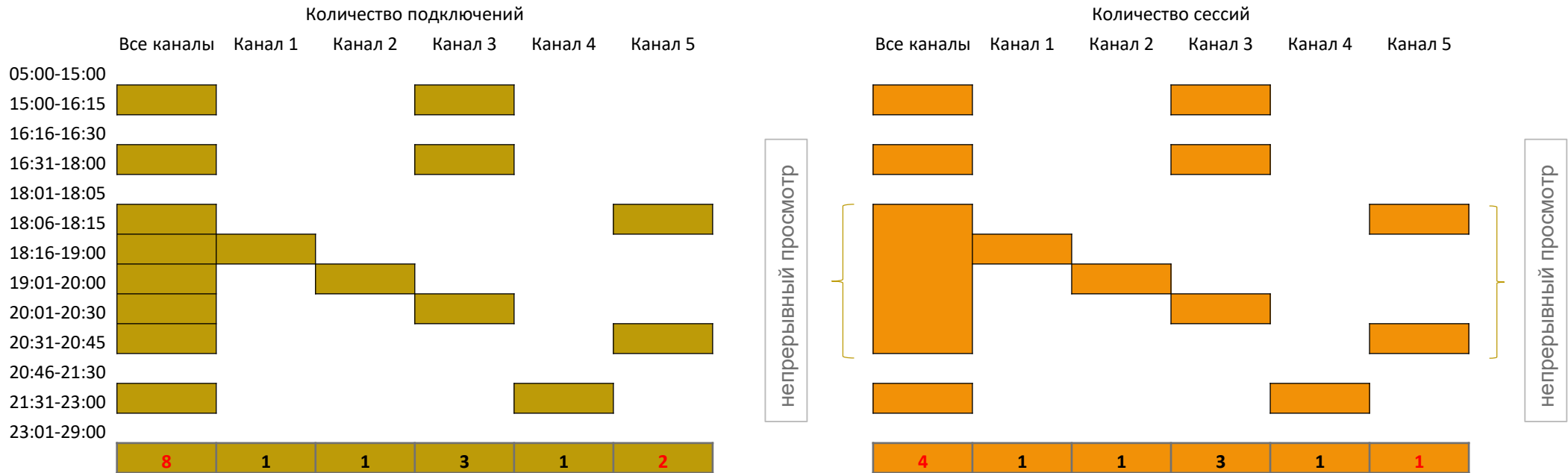
Programs minute by minute
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Units >>	AvHoursWk(View)		THoursWk(View)	
Week 1	14	Среднее количество часов просмотра одним зрителем за соответствующую неделю	78367	Общее количество часов просмотра зрителями за соответствующую неделю
Week 2	15		82633	
Week 3	16		86873	
Week 1 - Week 3	15	Среднее количество часов просмотра одним зрителем в среднем за неделю	82624	Общее количество часов просмотра зрителями в среднем за неделю

AvNumStm / AvLenStm / NumSes / AvLenSes

Stm (Statement) – подключение, это включение телевизора и/или переключение с канала на канал. Для одного канала - это общее количество подключений на данный канал. Для Total TV – это сумма подключений, приходящихся на каждый канал.

Ses (Session) – сессия состоит из последовательных подключений с момента включения телевизора (или прихода с неизмеряемого поля) до его повторного отключения (или ухода в неизмеряемое поле).



AvNumStm / AvLenStm / NumSes / AvLenSes

Среднее количество подключений на одного зрителя / Средняя длительность одного подключения

Количество сессий на одного зрителя / Средняя длительность одной сессии

AvNumStm	Среднесуточное количество подключений, приходящихся в среднем на одного зрителя, за анализируемый период.	Programs* Programs minute by minute*
NumSes	Общее количество сессий, приходящихся в среднем на одного зрителя, за анализируемый период.	Programs and spots* Crosstab
AvLenStm	Средняя длительность одного подключения.	Periods Vehicles Audience Curves
AvLenSes	Средняя длительность одной сессии.	Migrations Curve Competition Analysis Vehicles creation Detail Competition units Multiple Inheritance Programs Grid

*статистика NumSes не используется в данных отчетах

Reach & Freq Units



ExcRch(000) / ExcRch%

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ОХВАТ

ExcRch(000)

Количество человек в тыс. исследуемой целевой аудитории, которые среди всех анализируемых событий видели только это.

$$\text{ExcReach}(000) = \text{Cov}(000)_{\text{Group of vehicles with vehicle}} - \text{Cov}(000)_{\text{Group of vehicles without vehicle}}$$

Programs
Spots
Crosstab
Vehicles
Planning
Detail

ExcRch%

Это процент зрителей исследуемой целевой аудитории, которые среди всех анализируемых событий видели только это.

$$\text{ExcReach}\% = \frac{\text{ExcReach}(000)}{\text{Universe}_{\text{target}}} * 100$$

AcExcRch(000) / AcExcRch%

Кумулятивный эксклюзивный охват

AcExcRch(000)

Количество человек в тыс. исследуемой целевой аудитории, которые не смотрели ни одно из предыдущих анализируемых эфирных событий, но могли смотреть последующие.

Programs
Spots
Crosstab
Vehicles
Planning
Detail

AcExcRch%

Это процент зрителей заданной целевой аудитории, которые не смотрели ни одно из предыдущих анализируемых эфирных событий, но могли смотреть последующие.

Данные статистики передают идею определения «первого зрителя» эфирного события.

Cov(000)/Cov% / N(000)/ N% / N+(000)/N+%

Накопленный охват эфирных событий

Cov(000)	Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших хотя бы одно эфирное событие среди всех анализируемых.	Programs Spots
Cov%	Процент населения исследуемой аудитории, видевшего хотя бы одно эфирное событие среди всех анализируемых.	Programs minute by minute Programs and spots
N(000)	Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших N эфирных событий среди всех анализируемых.	Crosstab Vehicles
N%	Процент населения исследуемой аудитории, видевшего N эфирных событий среди всех анализируемых.	Planning Coverguide Detail
N+(000)	Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших N и более эфирных событий среди всех анализируемых.	
N+%	Процент населения исследуемой аудитории, видевшего N и более эфирных событий среди всех анализируемых.	

Cont(000) / OTS

Количество контактов / Средняя частота контакта

Cont(000) $Cont(000) = \sum_{i=1}^n Contact_i^{support} * weight_i$ Количество контактов с эфирным событием (рекламным сообщением), выраженное в тыс.

Spots
Programs and spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Planning
Vehicles creation
Detail

OTS $OTS = \frac{AcCont(000)}{Cob(000)}$ Это среднее количество контактов с эфирным событием, приходящихся на одного человека.

Programs
Spots
Crosstab
Vehicles
Planning
Coverguide
Detail

Days Activity

Days Activity

Рассчитывает количество дней, в которых выходило рекламное сообщение или передача за анализируемый период.

Programs
Spots
Crosstab

Duplication & Migration & Inheritance Units



Dupl(000) / Dupl%

Dupl(000)	Количество человек в тыс. исследуемой целевой аудитории, которые среди двух анализируемых событий (программ/каналов) видели оба.	Programs Vehicles Detail
Dupl%	Процент зрителей от исследуемой целевой аудитории, которые среди двух анализируемых событий (программ/каналов) видели оба.	

In(000) / LeadIn / Out(000) / LeadOut

In(000)		Количество человек в (000), которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и предшествующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя.	Programs Programs minute by minute Vehicles Multiple Inheritance
LeadIn	$LeadIn\% = \frac{In(000)}{Rch(000)} * 100\%$	Это процент людей, которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и предшествующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя, от видевших анализируемую программу (или интервал времени).	
Out(000)		Количество человек в (000), которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и последующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя.	
LeadOut	$LeadOut\% = \frac{Out(000)}{Rch(000)} * 100\%$	Это процент людей, которые видели как анализируемую программу (или интервал времени), так и последующие программы (или интервал времени), при заданных условиях охвата и настраиваемых параметрах интервала захвата зрителя, от видевших анализируемую программу (или интервал времени).	

Mig(000) / Mig%

Mig(000)	Данные статистики предназначены для анализа миграции аудитории по временным интервалам или с программы на программу. Указывают на количество людей (в тыс. или %), которые выполняют определенные действия в соответствии со значениями блока, в котором находятся показатели:	Migrations
Mig%	Блок Gain – пришли на анализируемый канал. Блок Loss – ушли с анализируемого канала. Блок Net – разница между Gain и Loss. Other (блок Gain) – пришли с других каналов, которые участвуют в исследовании, но не были выбраны в отчете для анализа. Other (блок Loss) – ушли на другие каналы, которые участвуют в исследовании, но не были выбраны в отчете для анализа. Off (блок Gain) – включили телевизор или пришли с неизмеряемого поля. Off (блок Loss) – выключили телевизор или ушли в неизмеряемое поле.	

TuneAway

TuneAway

Статистика отображается в двух вариациях – Out и In (по умолчанию выбран Out). Расчет производится на основе рейтинга в % или в тыс.

Out: процент зрителей, которые смотрели предыдущий интервал (по умолчанию 1 минуту), но не смотрели анализируемое эфирное событие. Например, $\text{TuneAway}(-1\text{min})=18.3$. Это означает, что 18.3% зрителей предыдущей минуты отключились на этой минуте.

In: процент зрителей, которые смотрели анализируемое эфирное событие, но не смотрели предыдущий интервал (по умолчанию 1 минуту). $\text{TuneAway}(-1\text{min})=18.3$, означает, что 18.3% зрителей подключились во время трансляции эфирного события и не смотрели предыдущую минуту.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Cost & Planning Units



Cost / Cost/Cont / Cost/GRP

Стоимость размещения / Стоимость тысячи контактов / Стоимость пункта рейтинга

Cost

Стоимость размещения (в USD).

Рассчитывается по официальным прайс-листам ТВ каналов / Радиостанций без учета скидок, надбавок (включая НДС).

Выбор расчета стоимости осуществляется в опции Cost units for spots:

Spot cost – расчет стоимости по минутным прайс-листам;

Spot cost by GRP - расчет стоимости по GRP;

Spot cost consolidated - расчет стоимости с учетом стоимости минутного размещения и стоимости GRP.

Programs*

Spots

Programs minute by minute*

Programs and spots

Crosstab

Vehicles

Audience Curves

Migrations Curve

Competition Analysis*

Planning

Vehicles creation

Detail

Competition units*

Multiple Inheritance*

Programs Grid*

Cost/Cont

$$\text{Cost/Cont} = \frac{\text{Cost}_{\text{support}}}{\text{Cont(000)}_{\text{support}}}$$

Стоимость тысячи контактов.

Cost/GRP

$$\text{Cost/GRP} = \frac{\text{Cost}}{\text{GRP}}$$

Стоимость пункта рейтинга (одного GRP).

*Статистики Cost/Cont, Cost/GRP не используются в данных отчетах.

CPM / CPT

CPM

$$CPM = \frac{Cost}{Rtg(000)}$$

Определяется как отношение стоимости программы (рекламного блока) к набранному рейтингу в (000).

Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Vehicles

CPT

$$CPT = \frac{Cost}{Rtg\%}$$

Определяется как отношение стоимости программы (рекламного блока) к набранному рейтингу в %.

Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Budget / %Budget / %GRP / %Insertions

Budget	$Budget_{plan} = \sum_{i=1}^s Cost_i \times I_i$	Сумма, затраченная на размещение рекламных сообщений.	Planning Optimization
%Budget	$\%Budget = 100 \times \frac{Budget_i}{Budget_{plan}}$	Сумма, затраченная на размещение рекламных сообщений в носителе, в процентном соотношении от общей стоимости рекламной кампании.	
%GRP	$\%GRP_i = 100 * \frac{Grp'_i}{Grp'_{plan}}$	Рейтинг, приписанный носителю, в процентном соотношении от общего значения GRP, которое нужно набрать для всех носителей.	
%Insertions	$\%Insertions = 100 * \frac{Insertions_i}{Insertions_{plan}}$	Количество выходов, приписанное носителю, в процентном соотношении от общего количества выходов во всех носителях.	

EffRch(000)/EffRch% / Neff+(000)/Neff+%

Эффективный охват

EffRch(000)	$CobEff(000) = \sum_{c=1}^{Iterations} Cr_c \times DC(\overline{X}=c)$	Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших эфирное событие при заданных параметрах степени восприятия.	Planning Optimization
EffRch%	$CobEff\% = \frac{CobEff(000)}{Universe} \times 100$	Процент населения исследуемой аудитории, видевшего эфирное событие при заданных параметрах степени восприятия.	
Neff+(000)		Количество человек в тыс. исследуемой аудитории, видевших эфирное событие N и более раз, при заданных параметрах степени восприятия.	Planning Coverguide Optimization
Neff+%		Процент населения исследуемой аудитории, видевшего эфирное событие N и более раз, при заданных параметрах степени восприятия.	

Response Curve

Memorizing rate:

1.00

N and more

1

Contact by contact

1	2	3	4	5	6	7	8	9
1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Preview

OK

Cancel

Определение эффективного охвата использует идею о том, что степень запоминания человеком рекламного сообщения напрямую зависит от скорости восприятия и/или от количества контактов с данным рекламным сообщением. Если скорость запоминания не установлена, то эффективный охват будет равен охвату (Neff = N). Двойной щелчок по опции Effective Reach открывает диалоговое окно, в котором можно задать параметры восприятия:

- Memorizing rate - скорость восприятия при первом контакте (максимальное значение = 1).
- N и more - количество контактов, при котором рекламное сообщение будет воспринято.
- Contact by contact – шкала, в которой можно задать значения скорости восприятия для разного количества контактов.

ShareRtg / TypeCost / Weight

ShareRtg	$\text{ShareRtg} = \frac{\text{Rtg}_{\text{support}}}{\sum_i \text{Rtg}_i} \times 100$	Доля рейтинга соответствующего носителя относительно суммарного рейтинга всех носителей.	Planning
TypeCost		Тип стоимости размещения рекламных сообщений. Доступны следующие типы размещения: TypeCost Select Rate Card. ▾ Select Rate Card... Ratecard C.Grp C.Thousands	Select Rate Card – выбор типа стоимости размещения по созданной ранее тарифной карте; Ratecard – выбор типа стоимости размещения по минутному прайс-листу; C.Grp – выбор типа стоимости размещения по GRP прайсу; C.Thousands – выбор типа стоимости размещения за тысячу контактов;
Weight		Вес соответствующего носителя. Планирование всегда основано на данных исторического периода. Пользователь имеет возможность настроить аудиторию, ожидаемую в будущем, путем уменьшения или увеличения веса. По умолчанию вес равен 100.	

Other Units



AgeAverage / WAgeAverage

Средний возраст зрителя

AgeAverage

$$MedianAge = \frac{\sum_{i=1}^n Contact_i \times age_i}{\sum_{i=1}^n Contact_i} \times 100$$

Средний возраст зрителя эфирного события.

Определяется как среднее значение возраста зрителя, выбранного в ходе анализа.

WAgeAverage

$$WMedianAge = \frac{\sum_{i \in Tgt} W_i \times Sec_i \times Age_i}{\sum_{i \in Tgt} W_i \times Sec_i}$$

Средний возраст зрителя с учетом времени просмотра.

Programs
Programs minute by minute*
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis*
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

*Статистика WAgeAverage используется только в данных отчетах.

AvPgmsViewed / AvPgmsViewed%

AvPgmsViewed

$$AvPgmsViews = \frac{\sum Rch(000) \text{ каждого выпуска}}{Rch(000)}$$

Отображает частоту контактов с эфирным событием, т.е. сколько раз в среднем один человек посмотрел эфирное событие за анализируемый период.

Crosstab

AvPgmsViewed%

$$AvPgmsView\% = \frac{AvPgmsView}{Broadcasts}$$

Отношение среднего количества просмотра эфирного события к количеству выходов этого же эфирного события, выраженное в процентах.

BlkGRP% / BlkGRP(000) / PgmGRP

BlkGRP% / BlkGRP(000)	Рейтинг блока, в котором вышел ролик. В Total строке – это сумма рейтингов блоков.	Spots Programs and spots Crosstab Vehicles Audience Curves Migrations Curve Vehicles creation Detail Programs Grid
PgmGRP	Рейтинг передачи, в которой вышел ролик. В Total строке – это сумма рейтингов передач.	

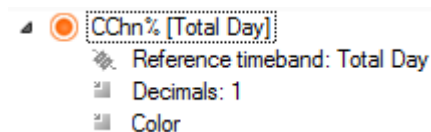
CChn% / CTTV%

Вклад временного интервала в общий просмотр телеканала / Вклад временного интервала в общий просмотр всех телеканалов

CChn%

$$CChn\% = \frac{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{channel}^{timeband}}{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{channel}^{reference\ timeband}} * 100$$

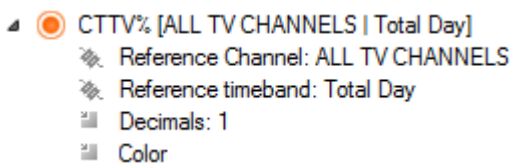
Отношение продолжительности просмотра телеканала в исследуемом временном интервале к продолжительности просмотра этого же телеканала в контрольном временном интервале (например, в течение суток)



CTTV%

$$CTTV\% = \frac{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{channel}^{timeband}}{\left[\sum_{i=1}^n \min_i * weight_i \right]_{TV}^{reference\ timeband}} * 100$$

Отношение продолжительности просмотра телеканала в исследуемом временном интервале к продолжительности просмотра всех телеканалов (Total TV) в контрольном временном интервале (например, в течение суток)



Programs
 Programs minute by minute
 Programs and spots
 Crosstab
 Periods
 Vehicles
 Audience Curves
 Migrations Curve
 Competition Analysis
 Vehicles creation
 Detail
 Competition units
 Multiple Inheritance
 Programs Grid

Counter / RankEvents

Counter

Отображает количество уникальных значений атрибута, по которому были группированы эфирные события. Статистика базируется на выбранной в опции статистике и может принимать два значения:
Last – отображает количество уникальных значений по последнему выбранному атрибуту в структуре отчета.
Next – отображает количество уникальных значений по атрибуту, следующему “после” в структуре отчета.

Crosstab

RankEvents

Присваивает ранг эфирному событию, основываясь на показателях базовой статистики, выбранной в опции. У эфирного события с наибольшим показателем ранг = 1.

Programs
Spots
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Programs Grid

CustomUnit / OpUnit / Statistical Metric

CustomUnit

Данная статистика предназначена для создания новой единицы путем комбинации двух статистик или статистики и константы, используя различные арифметические операции.

OpUnit

Эта статистика позволяет анализировать эволюцию или соотношение значения единицы V1 по сравнению с эталонным значением V2, которое может быть предыдущим, следующим, первым или последним элементом в выбранном измерении (ингредиенте). Возможны следующие варианты:

- ☒ Difference
 - Absolute $|a-Ref|$
 - Index (a/Ref)
 - Index % $(100*a/Ref)$
 - Evolution % $(100*(a-Ref)/Ref)$
- Moving average
- Count
- Ranking
- Sum
- Average
- Maximum
- Minimum
- Coefficient of Variation
- Standard Deviation
- Show Reference
- Show attribute

Programs
Spots
Programs minute by minute*
Crosstab
Periods*
Vehicles
Detail

*Статистика Statistical Metric используется только в данных отчетах.

Statistical Metric

Статистика, позволяющая рассчитать коэффициент вариации или стандартное отклонение.

CVI

Индекс отношения рейтингов эфирных событий

CVI Spots

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Spot}}{Rtg\%_{Program}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Spot}}{Rtg\%_{Net Program}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Spot}}{Rtg\%_{Program - Net Program}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Spot}}{Rtg\%_{PreviousSupport(x)}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Spot}}{Rtg\%_{Prev-NextSpot(x)}} \times 100$$

Отображает отношение рейтинга рекламного сообщения к:
Total – к рейтингу всего эфирного времени программы;
Net program – к рейтингу чистого эфирного времени программы (без учета коммерческого времени);
Net commercial – к рейтингу коммерческого времени программы;
Previous interval – к рейтингу предыдущего временного интервала (устанавливается пользователем);
Interval before-after – к рейтингу установленного интервала до и после выхода рекламного сообщения.

Programs

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Program}}{Rtg\%_{Program}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Program}}{Rtg\%_{Net Program}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Program}}{Rtg\%_{Program - Net Program}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Program}}{Rtg\%_{PreviousSupport(x)}} \times 100$$

$$CVI = \frac{Rtg\%_{Program}}{Rtg\%_{Prev-Next Program(x)}} \times 100$$

Отображает отношение рейтинга программы к:
Total – к рейтингу всего эфирного времени программы (всегда 100%);
Net program – к рейтингу чистого эфирного времени программы (без учета коммерческого времени);
Net commercial – к рейтингу коммерческого времени программы;
Previous interval – к рейтингу предыдущего временного интервала (устанавливается пользователем);
Interval before-after – к рейтингу установленного интервала до и после выхода программы.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

GoldMin / GoldMinVal

Золотая минута

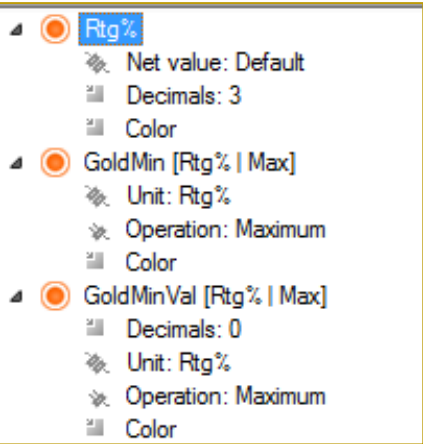
GoldMin

Показывает минуту программы (эфирного события), в которой показатель базовой статистики, выбранной в опции, принимает максимальное значение или минимальное значение.

Programs minute by
minute
Crosstab
Periods
Detail

GoldMinVal

Показывает значение базовой статистики, выбранной в опции, в золотой минуте.



Выбор базовой статистики в опции Unit можно осуществить только по тем статистикам, которые были выбраны в отчете.

Index%DlyRch

Index%DlyRch

$$Index\% DlyRch = \frac{DlyRch(000)_{target}}{DlyRch(000)_{targetRef}} * 100$$

Это отношение среднего значения охвата в тысячах анализируемой целевой аудитории к среднему значению охвата базовой целевой аудитории, выраженное в процентах.

Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Loyalty / AvLoyalty / WkLoyalty / MLoyalty

Индекс лояльности

Loyalty	$Loyalty = \frac{Rtg\%_{канал}}{Rch\%_{канал}} * 100$	Это отношение средней аудитории в процентах к совокупной аудитории, также в процентах, за анализируемый период. Это дает представление о лояльности к каналу или программе. Более высокие числа означают, что зрители оставались на канале в течение длительного времени, тогда как меньшее число указывает на короткое время пребывания.
AvLoyalty	$AvLoyalty = \frac{Rtg\%_{канал}}{AvRch\%_{канал}} * 100$	Среднесуточная лояльность. Это средняя аудитория в процентах, деленная на среднесуточный накопленный охват.
WkLoyalty	$WkLoyalty = \frac{Rtg\%}{AvWkRch\%} * 100$	Средненедельная лояльность. Это средняя аудитория в процентах, деленная на средненедельный накопленный охват.
MLoyalty	$MLoyalty = \frac{Rtg\%}{AvMRch\%} * 100$	Среднемесячная лояльность. Это средняя аудитория в процентах, деленная на среднемесячный накопленный охват.

Programs*
Programs minute by minute**
Programs and spots*
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis*
Vehicles creation*
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

*Loyalty, WkLoyalty, MLoyalty – не используются в данных в отчетах.
**Loyalty – не используется в данном отчете.

PublSat%

PublSat%

$$PublSat\% = \frac{Seconds_{publicity}}{Seconds_{reference\ daypart}} \times 100$$

Это процент времени, занятого рекламой, от общей длительности анализируемого события

Programs
Spots
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

PUT(000)/PUT% / PNUT(000)/PNUT%

PUT(000)	Это средний рейтинг в тыс. всего ТВ в исследуемом временном диапазоне (когда состоялось эфирное событие).	Programs Programs minute by minute
PUT%	Это средний рейтинг в % всего ТВ в исследуемом временном диапазоне (когда состоялось эфирное событие).	Programs and spots Crosstab Vehicles
PNUT(000)	Это средний рейтинг в тыс. людей, которые не смотрели телевизор в исследуемом временном диапазоне (когда состоялось эфирное событие).	Audience Curves Migrations Curve Competition Analysis Vehicles creation
PNUT%	Это средний рейтинг в % людей, которые не смотрели телевизор в исследуемом временном диапазоне (когда состоялось эфирное событие).	Detail Competition units Multiple Inheritance Programs Grid

TBIndex%

Индекс временного интервала

TBIndex%

$$TBIndex\% = \frac{Share_{chan}^{timeband}}{Share_{chan}^{reference\ timeband}} * 100$$

Вклад исследуемого временного интервала в Долю канала.

Рассчитывается как отношение Доли канала в исследуемом временном интервале к Доле канала в рассматриваемом временном интервале.

Например, если TBIndex программы – 120, значит что ее доля на 20% превышает среднюю долю соответствующего канала.

Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

TgAfin% / TgAfinRch%

Target Affinity

TgAfin%

$$TgAfin\% = \frac{Rtg\%_{\text{target}}}{Rtg\%_{\text{chan}}} * 100$$

Отношение рейтинга эфирного события для анализируемой целевой аудитории и рейтинга этого события, посчитанного для выбранной базовой группы.

Используется для определения эффективности эфирного события для анализируемой демографической группы.

Среднее значение индекса = 100. Значение индекса больше 100 означает, что данное эфирное событие эффективно для анализируемой демографической группы.

TgAfinRch%

$$TgAfinRch\% = \frac{AvRch\%_{\text{ца}}}{AvRch\%_{\text{ба}}} * 100\%$$

Показывает, насколько анализируемая целевая аудитория больше или меньше охвачена, чем выбранная базовая группа.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Planning*
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

*TgAfinRch% не используется в отчете Planning

TgSat% / TgSatRch%

Target Saturation

TgSat%

$$TgSat\% = \frac{Rtg(000) \text{ ЦА}}{Rtg(000) \text{ базовой}} \times 100$$

Процент демографической группы эфирного события / канала от аудитории данного события / канала.

Используется для определения демографического профиля эфирного события / канала.

TgSatRch%

$$TgSatRch\% = \frac{AvRch(000)_{\text{ца}}}{AvRch(000)_{\text{ба}}} \times 100\%$$

Процент целевой аудитории от всей охваченной за день.

Показывает, какой процент из охваченной аудитории составляет анализируемая целевая аудитория.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid

Time

Time

Это статистика, которая объединяет атрибуты: дату и время выхода эфирного события или анализируемые период и временной интервал. Данная статистика может отображать дату, время и комбинацию даты и времени.

Programs
Spots
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles

Universe%

Universe%

Это отношение генеральной совокупности анализируемой целевой аудитории к генеральной совокупности базовой целевой аудитории, выраженное в процентах.

Programs
Programs minute by minute
Programs and spots
Crosstab
Periods
Vehicles
Audience Curves
Migrations Curve
Competition Analysis
Vehicles creation
Detail
Competition units
Multiple Inheritance
Programs Grid