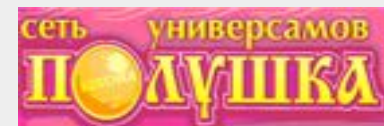




коммуникационное агентство Media Price

Размещение телевизионной рекламы
Post – Campaign отчет



○ Размещение рекламы в феврале и марте 2012 года. ТВ. Медиаплан



канал	февраль	март
НТВ	878 009,57р.	0,00р.
Россия 1	0,00р.	918 791,93р.
СТС	0,00р.	739 741,49р.
5 канал	0,00р.	590 274,95р.
Рен ТВ	114 755,55р.	162 880,12р.
Домашний	116 862,51р.	157 586,20р.
100 ТВ	110 154,44р.	0,00р.
ИТОГО	1 219 782,06р.	2 569 274,69р.

Медиаэффективность, Женщины 30+		
Месяц	февраль	март
Минуты	92,42	114,08
Кол-во выходов	1105,00	1369,00
TRP	1324,17	2177,88
Reach ('000)	1 624,21	1 722,14
Reach 1+	83,14	88,16
Reach 2+	76,28	84,35
Reach 3+	70,26	81,26
Frequency (Частота)	15,62	24,45
OTS ('000)	25 376,95	42 098,68
CPP	921,17р.	1 179,71р.
CPT	48,07р.	61,03р.



○ Размещение рекламы в феврале и марте 2012 года. ТВ.
Запланированная и фактическая медиаэффективность



Медиаэффективность, февраль, Ж 30+			
	План	Факт	Выполнение плана
Минуты	92,42	93,5	101,2%
Кол-во выходов	1105,00	1122,00	101,5%
TRP	1324,17	1381,07*	104,3%
Reach ('000)	1 624,21	1616,49	99,5%
Reach 1+	83,14	83,14	100,0%
Reach 2+	76,28	78,78	103,3%
Reach 3+	70,26	72,81	103,6%
Frequency (Частота)	15,62	17,21	110,2%
OTS ('000)	25 376,95	27820	109,6%
CPP	921,17р.	883,22р.	95,9%
CPT	48,07р.	43,85р.	91,2%

Медиаэффективность, март, Ж 30+			
	План	Факт	Выполнение плана
Минуты	114,08	114,75	100,6%
Кол-во выходов	1369,00	1377	100,6%
TRP	2177,88	2522,33*	115,8%
Reach ('000)	1 722,14	1787,48	103,8%
Reach 1+	88,16	92,23	104,6%
Reach 2+	84,35	90,06	106,8%
Reach 3+	81,26	85,28	104,9%
Frequency (Частота)	24,45	28,27	115,6%
OTS ('000)	42 098,68	50527	120,0%
CPP	1 179,71р.	1 018,61р.	86,3%
CPT	61,03р.	50,85р.	83,3%

*С учетом бонусных выходов: февраль – 11 на Рен ТВ, 4 На НТВ, 2 на Домашнем; март – 8 на Домашнем

Значение основных статистик

TRP – общее количество рейтингов, набранных в целевой аудитории. Именно этот показатель берётся за основу при планировании кампании,

именно его мы стараемся сделать максимальным.

Reach ('000) – охват целевой аудитории в тысячах человек (кол-во человек в нужной ЦА, которое увидит рекламное сообщение).

Reach 1+ (2+, 3+) - охват ЦА в % - процент людей в ЦА, который увидит ролик как минимум 1 (2,3...) раз.

Frequency - частота контакта с аудиторией (сколько раз в среднем за компанию ролик увидит каждый охваченный человек из ЦА).

OTS ('000) - общее количество контактов с целевой аудиторией. Оно всегда больше охвата, так как каждый человек здесь учитывается столько раз,

сколько раз он увидит рекламное сообщение.

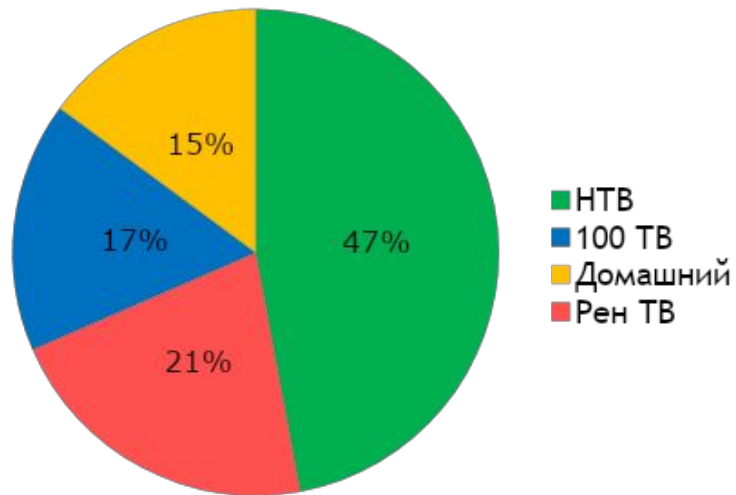




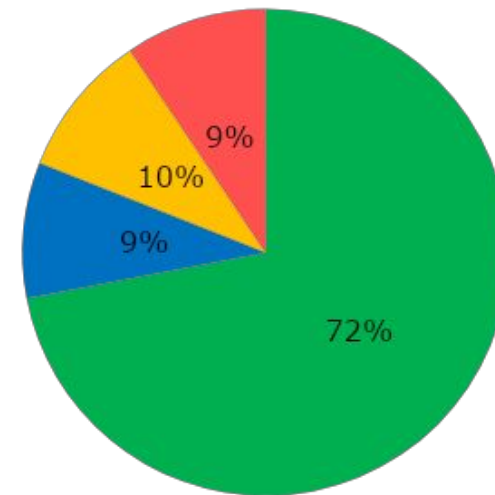
МЕДИАМЕТРИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ. ФЕВРАЛЬ

○ Размещение рекламы в феврале 2013 года. ТВ.
Доля затрат и набранных рейтингов

TRP

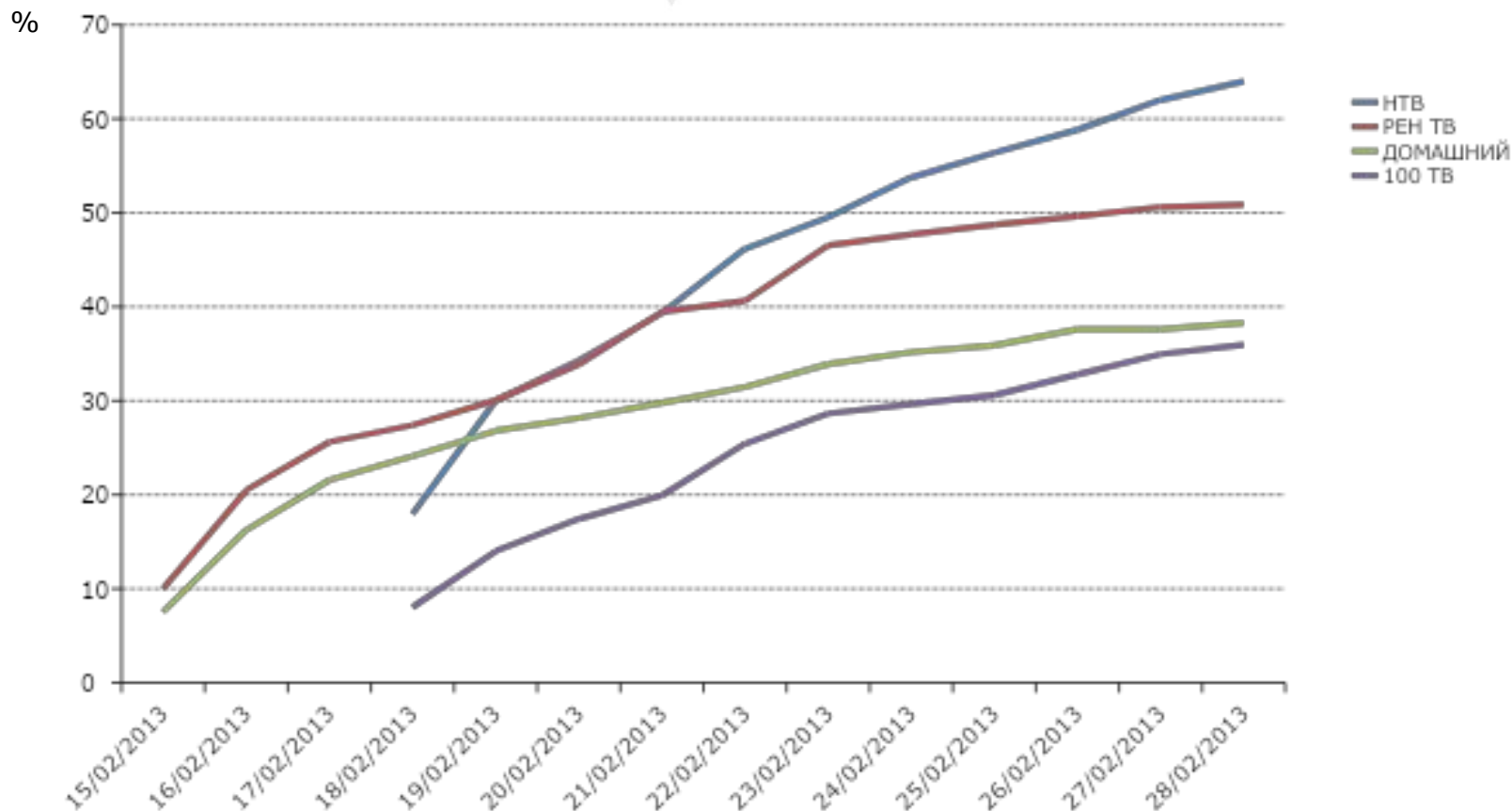


Затраты



На канале НТВ при 72% от суммарных затрат, было набрано 47,1% TRP. Это говорит о том, что канал более охватный, чем целевой, что позволило обеспечить максимальное информирование всех слоев населения.

○ Размещение рекламы в феврале 2013 года. ТВ.
Скорость набора охвата по каналам. 30+

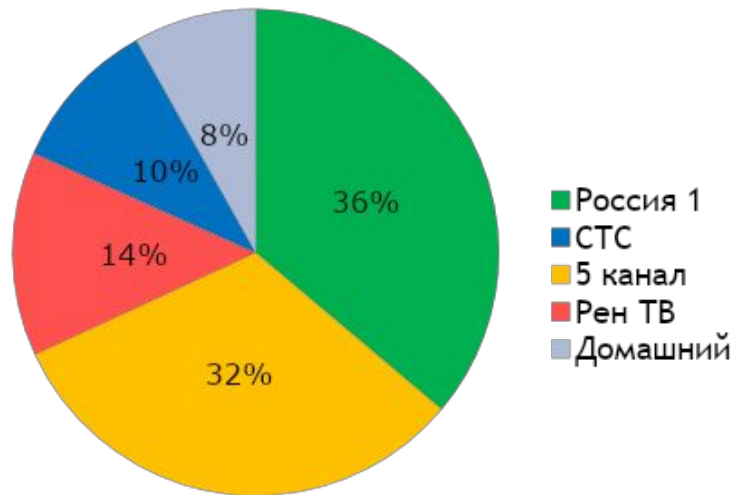




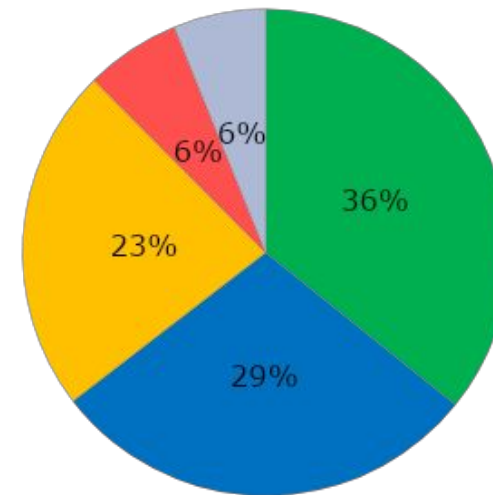
МЕДИАМЕТРИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ. МАРТ

○ Размещение рекламы в марте 2013 года. ТВ.
Доля затрат и набранных рейтингов

TRP

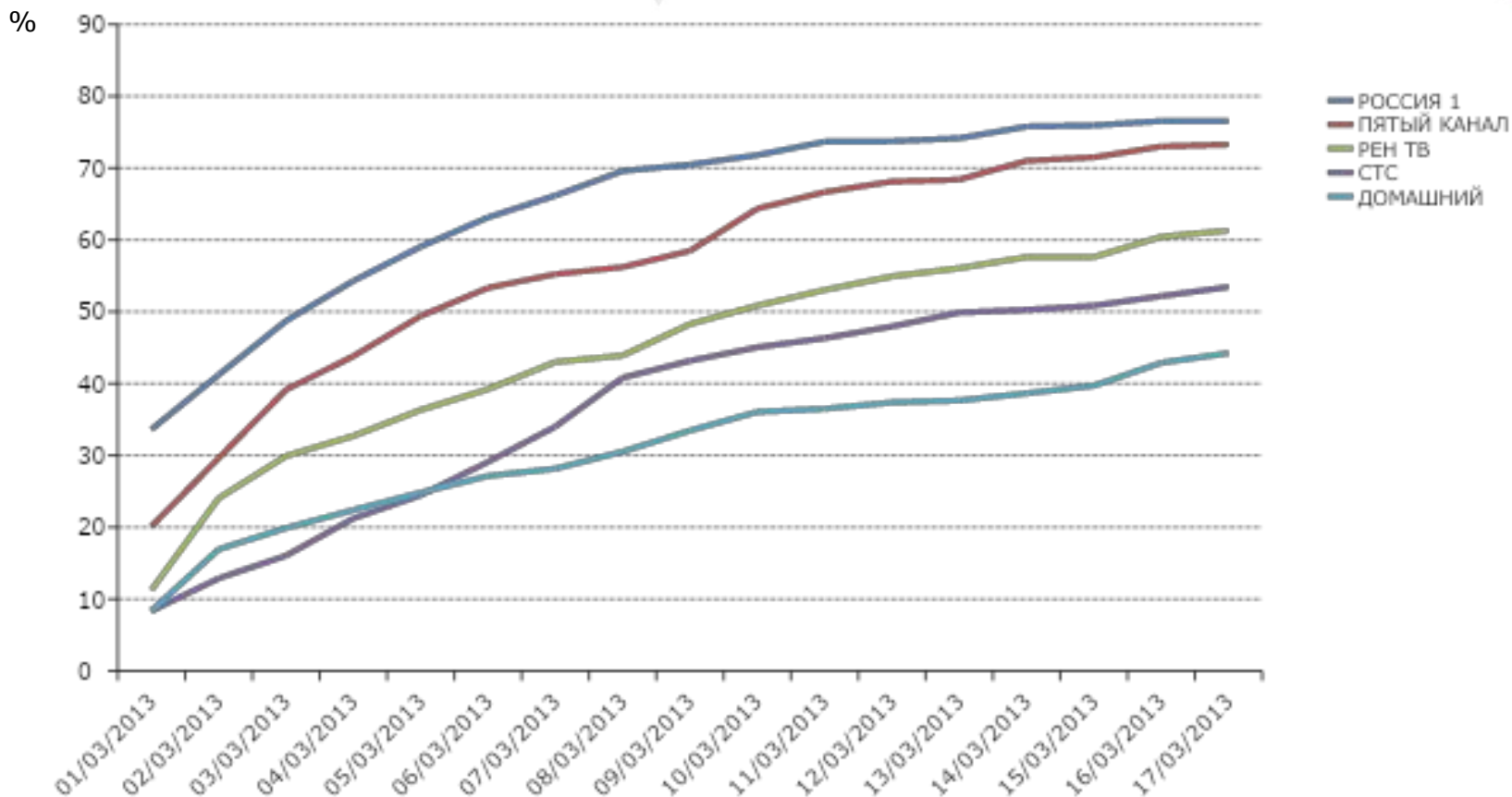


Затраты



На канале СТС было набрано 10,2% TRP при 28,8% от суммарных затрат. Данный канал является более молодежным, что дает более дорогие контакты, но более качественную проработку ЦА. Наиболее эффективным оказался Пятый канал – 31,9% TRP при 23% от затрат и канал РЕН ТВ – 13,6% TRP при 6,3% от затрат

○ Размещение рекламы в марте 2013 года. ТВ.
Скорость набора охвата по каналам. 30+



○ Размещение рекламы в феврале и марте 2013 года. ТВ. Выводы



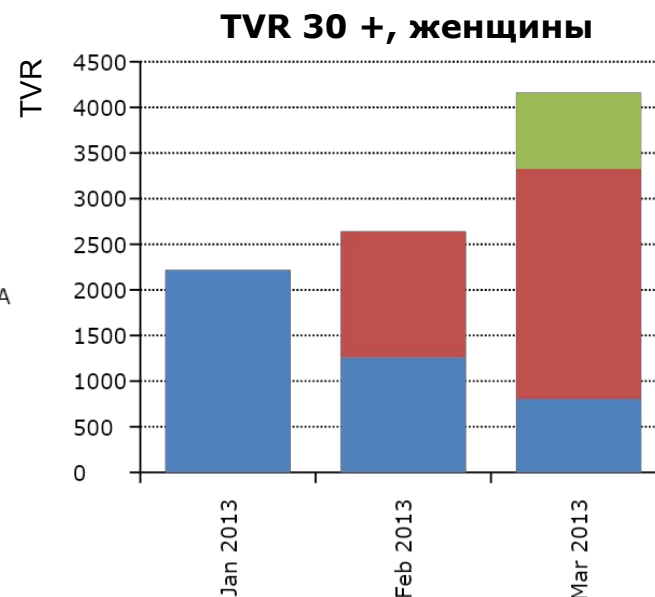
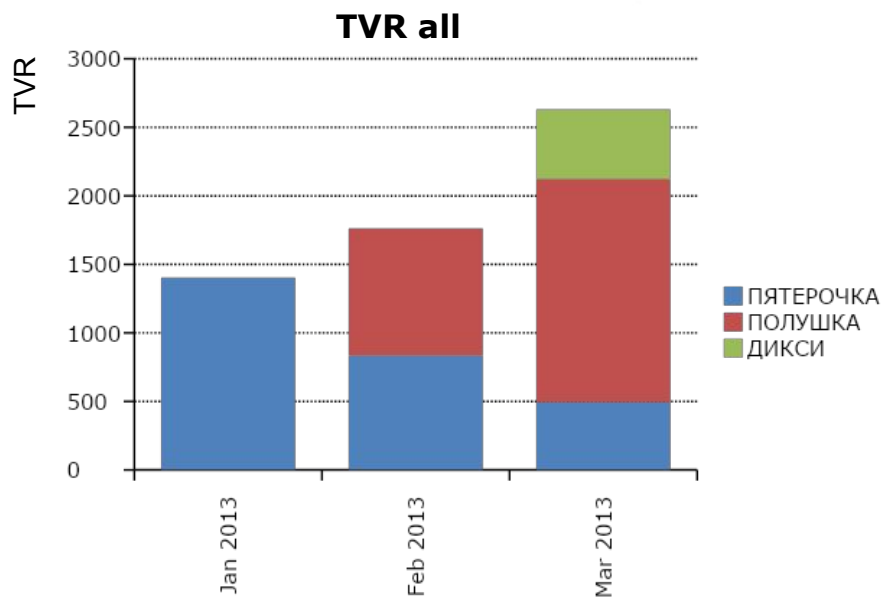
- ✓ В целом рекламная компания может быть признана успешной. Достигнутые значения основных медиаметрических показателей превышают запланированные
- ✓ Суммарно за март и февраль набрано 401,35 TRP сверх запланированного (на 11,5% больше)
- ✓ В феврале рекламной кампанией было охвачено 83,4% от аудитории женщины 30+, в марте – 92,23%



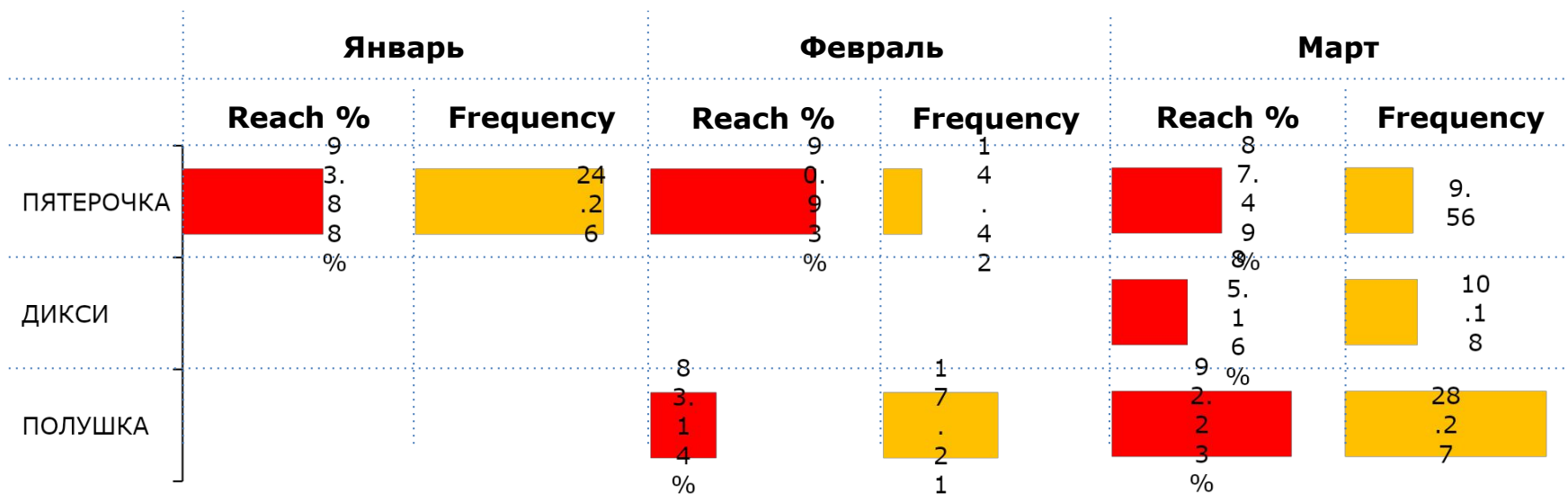


РАЗМЕЩЕНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТОВ СЕТИ МАГАЗИНОВ «ПОЛУШКА» В ЯНВАРЕ-МАРТЕ 2013 Г.

○ Размещение рекламы в феврале и марте (по 17.03) 2013 года.



○ Параметры размещения рекламы на ТВ.
По аудитории 30+





199004, Биржевой переулок, дом 2, лит А

+7 (812) 321-25-08 факс: +7 (812) 321-25-08

e-mail: info@media-price.ru

www.media-price.ru