



Медиапланирование

Содержание

Что такое медиапланирование?	2
1. Алгоритм построения отчета	3
1.1. Reports	4
1.2. Units	7
1.3. Targets	10
1.4. Regions	12
1.5. Dates	13
1.6. Timebands	17
1.7. Channels	20
2. Страницы с вычислениями	21
2.1. Planning.....	21
2.1.1. Применение тарифной карты в отчете Planning	31
2.2. Coverguide	38
2.3. Optimization.....	41
2.4. Vehicles creation.....	47
3. Пример построения медиаплана	52

Что такое медиапланирование?

Медиапланирование – это создание плана размещения рекламы в средствах массовой информации (СМИ).

Для создания оптимального медиаплана необходимо обладать некой суммой знаний, относящихся к различным областям. В первую очередь, необходимо определить целевую аудиторию, т.е. группу людей, на которых нацелена рекламная кампания. Затем необходимо иметь представление о том, какие существуют СМИ, знать технические возможности тех или иных радио и телеканалов, типы и тиражи газет, журналов и т.д. Далее, требуется знать результаты социологических исследований аудитории того или иного телеканала или радио, читательской аудитории той или иной газеты.

Медиапланирование тесно связано с бюджетными ограничениями рекламной кампании. Одной из задач медиапланирования является достижение наибольшего эффекта при минимальных затратах.

Грамотное медиапланирование подразумевает достижение определенных показателей. Эти показатели являются критериями эффективности размещения в медиа.

Один из показателей эффективности рекламы – это сумма всех пунктов рейтингов (GRP), которое набирает ролик за период размещения. Данный показатель определяет стоимость рекламного сообщения, так как в основном телеканалы продают не рекламное время, а определенное количество GRP.

Два других важных показателя – это охват (N+%) и частота (OTS). Охват (N+%) – это величина, отображающая аудиторию, которая в ходе рекламной кампании видела ролик 1 и более раз. Данная статистика позволяет понять, какая доля целевой аудитории была охвачена рекламной кампанией. При грамотном размещении охват на 1+% может достигать 90%, это означает, что 9 человек из 10 видели ролик хотя бы один раз. Однако, для медиапланера важно знать и то, сколько раз в среднем ролик достигнет целевой аудитории, это определяется показателем частоты. Количество контактов рекламы с потенциальным покупателем не должно быть слишком низким, считается, что реклама начинает “срабатывать” нескольких (не менее 3-5) воздействий на аудиторию. Но важно также отметить, что высокая частота контактов приводит к увеличению стоимости рекламной кампании и снижению эффективности в целом.

Таким образом, задача оптимального медиапланирования состоит в том, что бы получить как можно больший охват, при этом обеспечить необходимую частоту восприятия при минимальных затратах.

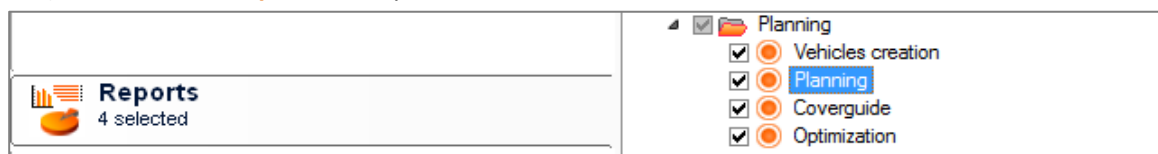
Одним из инструментов для построения медиапланов на телевидении и радио является ПО Instar Analytics.

В этом документе объясняется, как использовать модули планирования и оптимизации в ПО Instar Analytics, а также связанные с данными модулями функциональные возможности.

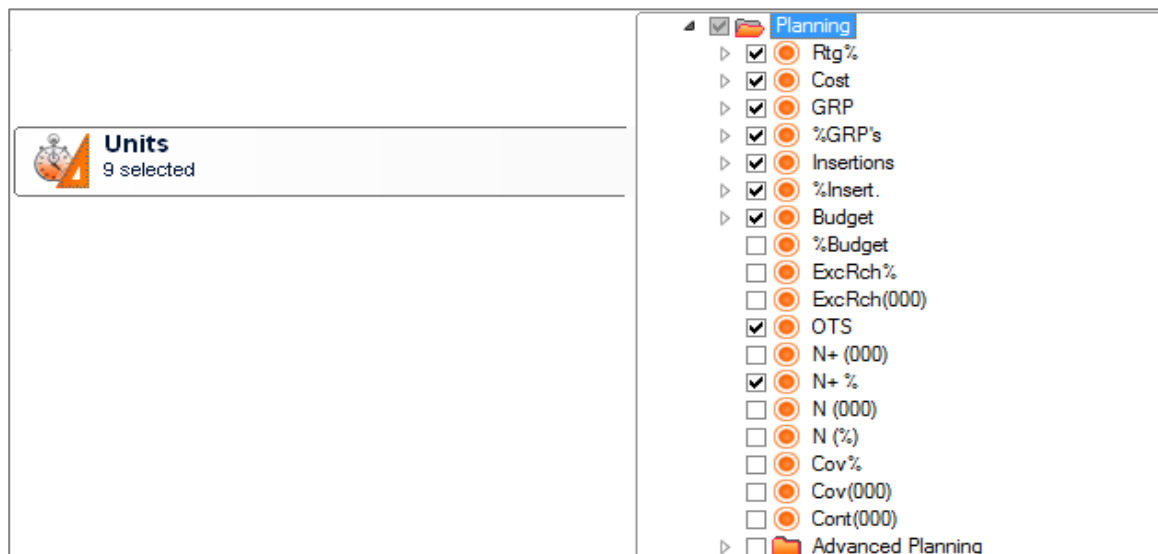
1. Алгоритм построения отчета

Для того чтобы построить отчет планирования, необходимо:

- 1) Во вкладке **Reports** выбрать отчеты, необходимые для создания медиаплана:



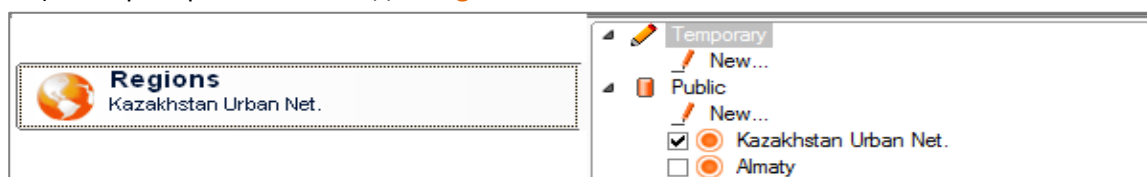
- 2) Во вкладке **Units** отметить статистики, необходимые для медиаплана:



- 3) Задать целевую группу во вкладке **Targets**:



- 4) Выбрать регион во вкладке **Regions**:



- 5) Во вкладке **Dates** задать необходимый период для планирования:



- 6) Во вкладке **Timebands** создать временные интервалы для планирования:



- 7) Во вкладке **Channels** выбрать носители для медиаплана:



1.1. Reports

Вкладка **Reports** содержит 4 вида отчета, связанных с модулем планирования:

Planning

Vehicles creation (Создание носителей). Предназначен для создания носителей по программам и/или рекламным сообщениям.

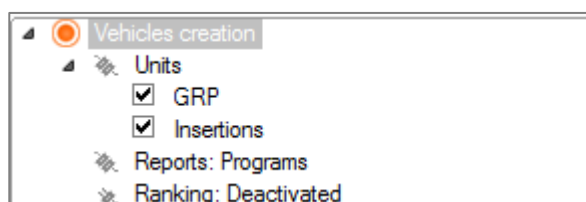
Planning (Планирование). Отображает просчитанные данные по медиа плану, полученные путем комбинации временных интервалов, регионов и каналов для заданной целевой аудитории.

Coverguide (Охват). Вспомогательный отчет для анализа планирования. Отображает эволюцию плана в соответствии с ростом GRP.

Optimization (Оптимизация). Вспомогательный отчет, предназначенный для оптимизации плана путем введения ограничений по параметрам.

При выборе отчета в третьем поле шаблона отображаются дополнительные опции отчета и статистики, которые отбираются по умолчанию.

Опции и блок статистик отчета Vehicles creation:

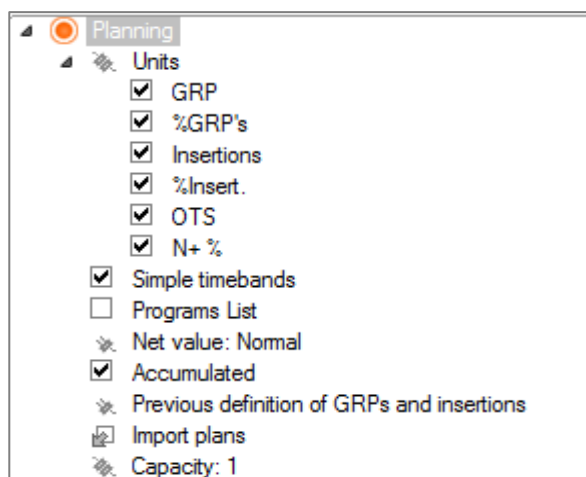


Reports – двойной щелчок по опции открывает диалоговое окно выбора типа носителя. Галочка на **Programs** стоит по умолчанию и позволяет создать временные интервалы по программам, галочка на **Spots** соответственно позволяет создать носители по рекламным сообщениям.

Ranking - по умолчанию данная опция отображается как **Deactivated**, она позволяет установить до трех критериев сортировки в итоговых отчетах, по возрастанию или по убыванию, а также максимальное количество отображаемых элементов.

Units – блок со статистиками, которые автоматически отбираются, при выборе отчета. Выбор статистик также можно осуществить во вкладке Units.

Опции и блок статистик отчета Planning:



Simple timebands – данный вариант активируется по умолчанию и позволяет использовать простые временные диапазоны при планировании.

Program List - данная опция работает независимо по отношению к предыдущей. При выборе этого параметра отчет планирования создается на основе списков программ.

Net value – данный параметр определяет, будет ли планирование основано на нормальном рейтинге **Normal** (по программам и рекламным сообщениям); **Net** (рейтинге только по программам); коммерческом рейтинге **Commercial** (только по рекламе) или по умолчанию **Default** (выбор рейтинга по умолчанию определяется во вкладке Units).

Accumulated – “Накопленный”, если данная опция отмечены галочкой, то охват и частота будут накапливаться с добавлением носителя:

Dates >>		19.07.2017-19.07.2017					
Plans	Title	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)
Plan 1	<input checked="" type="checkbox"/> TOTAL	3,8	26,0	18,5	13,6	10,2	7,6
	<input type="checkbox"/> КТК, Total D	3,0	14,1	9,2	6,2	4,3	2,9
	<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ КА	3,7	21,8	15,3	11,0	8,0	6,0
	<input type="checkbox"/> НТК, Total D	3,8	26,0	18,5	13,6	10,2	7,6

В противном случае, охват и частота будут соответствовать одному носителю, кроме строки Total:

Dates >>		19.07.2017-19.07.2017					
Plans	Title	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)
Plan 1	<input checked="" type="checkbox"/> TOTAL	3,8	26,0	18,5	13,6	10,2	7,6
	<input type="checkbox"/> КТК, Total D	3,0	14,1	9,2	6,2	4,3	2,9
	<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ КА	3,1	12,6	8,3	5,7	3,9	2,7
	<input type="checkbox"/> НТК, Total D	2,2	8,7	4,5	2,4	1,3	0,8

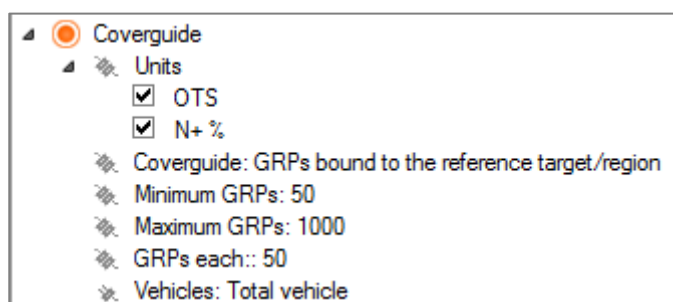
Previous definition of GRPs and insertions – двойной щелчок по опции отрывает страницу “Planning”, где пользователь имеет возможность ввести нужные показатели GRP и/или количества выходов до выполнения расчета.

Import plan – позволяет импортировать текстовый файл с информацией о плане.

Capacity – данная опция позволяет определить максимальное количество выходов рекламного сообщения в минуту. В этом случае, если заданный объем GRP не достигается емкостью одного ролика в минуту, Instar Analytics будет рассматривать варианты 2, 3 и т.д. выхода в минуту, в зависимости от введенного значения (максимальное значение равно 6). Это ограничение емкости также влияет на результаты Coverguide и Optimization.

Units – блок со статистиками, которые автоматически отбираются, при выборе отчета. Выбор статистик также можно осуществить во вкладке Units.

Опции и блок статистик отчета Coverguide:



Coverguide – двойной щелчок по опции раскрывает список с двумя параметрами:

GRPs bound to the reference target/region – параметр установлен по умолчанию, GRP связан с эталонной целевой группой и регионом.

GRPs set by target scale and liaised to reference region - GRP, установленный целевой шкалой и привязанный к эталонному региону.

Minimum GRPs – минимальное (стартовое) значение GRP, устанавливаемое для расчета охвата с ростом GRP.

Maximum GRPs – максимальное (может быть больше реально набранного) значение GRP, устанавливаемое для расчета охвата с ростом GRP.

GRPs each – шаг прироста GRP.

Vehicles – раскрывающийся список опции позволяет выбрать вид носителя, по которому будут отображаться данные в тотальных показателях отчета:

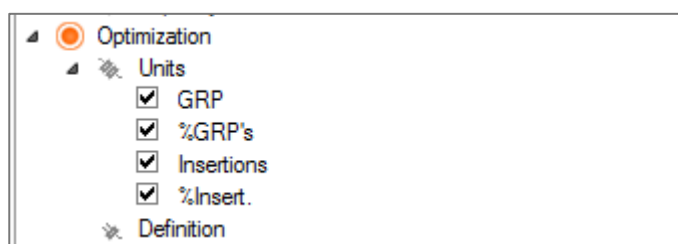
Total vehicle – отчет будет содержать общую информацию по всем носителям.

Total vehicle by day – если в отчете Planning осуществлена разбивка по дням, то данный параметр позволяет отобразить данные по каждому дню периода отдельно.

All the vehicles – позволяет отобразить данные по каждому носителю.

Units – блок со статистиками, которые автоматически отбираются, при выборе отчета.

Опции и блок статистик отчета Optimization:



Definition – двойной щелчок по опции активизирует в template панель инструментов **Optimization**, где можно внести необходимые корректировки. Эту же панель инструментов содержит страница с вычислениями “Optimization”.

Units – блок со статистиками, которые автоматически отбираются, при выборе отчета. Выбор статистик также можно осуществить во вкладке Units.

1.2. Units

Во вкладке **Units** отбираются необходимые статистики. Статистики, которые используются в отчетах планирования, сгруппированы в блоке **Planning**:

Rtg% - средний процент населения, смотревшего определенный временной промежуток или определенное эфирное событие.

Cost – цена размещения в носителе по прайс-листу.

GRP – сумма рейтингов.

%GRP's – рейтинг, приписанный носителю, в процентном соотношении от общего значения GRP, которое нужно набрать для всех носителей.

Insertions – количество выходов рекламных сообщений.

%Insertions – количество выходов, приписанное носителю, в процентном сообщении от общего количества выходов во всех носителях.

Budget – сумма, затраченная на размещение рекламных сообщений.

%Budget – сумма, затраченная на размещение рекламных сообщений в носителе, в процентном соотношении от общей стоимости рекламной кампании.

ExcRch% - эксклюзивный охват - процент населения исследуемой аудитории, кто видел только этот носитель из всех носителей.

ExcRch(000) - эксклюзивный охват – население исследуемой аудитории (в тыс. чел), кто видел только этот носитель из всех носителей.

Cov% - охват в % от всех исследуемой аудитории.

Cov(000) – охват в тыс. чел.

OTS – средняя частота контакта с рекламным сообщением.

N+(000) – количество человек в тыс., видевших эфирное событие N и более раз.

N+% – количество человек в %, видевших эфирное событие N и более раз.

N(000) – количество человек в тыс., видевших эфирное событие N раз.

N% – количество человек в %, видевших эфирное событие N раз.

Cont(000) – количество контактов в тыс.

EffReach% - эффективный охват - процент населения исследуемой аудитории, при заданных параметрах степени восприятия.

EffReach(000) - эффективный охват – население исследуемой аудитории (в тыс. чел), при заданных параметрах степени восприятия.

Neff+(000) – количество человек в тыс., видевших эфирное событие N и более раз, при заданных параметрах степени восприятия.

Neff+% – количество человек в %, видевших эфирное событие N и более раз, при заданных параметрах степени восприятия.

Опции статистик

Отобрав статистику, она отобразится в третьем поле шаблона, в котором настраиваются дополнительные опции:

Decimal – данная опция отвечает за отображение в отчете количества знаков после запятой для конкретной статистики.

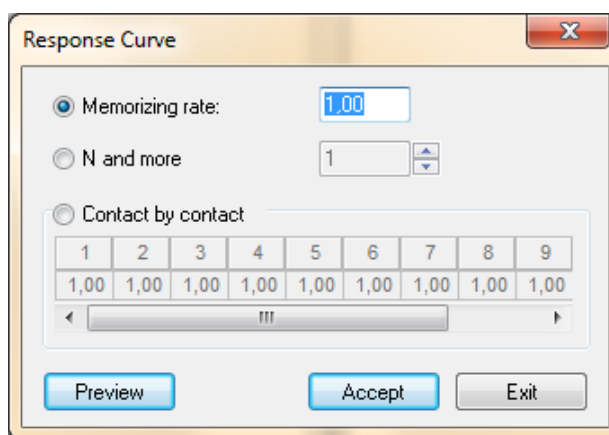
Accumulated – если флажок отмечен, то расчет статистики будет выполняться по накопленной схеме.

Color - для удобного визуального восприятия, каждой статистике можно присвоить собственную цветовую шкалу, в которую будут окрашиваться ячейки в отчете. Двойной щелчок на опции открывает диалоговое окно, в котором настраивается цветовая шкала статистики

двумя способами (**Gradient** - при помощи градиентной заливки, **Ranges** - при помощи установки диапазонов).

Maximum number of contacts - количество контактов, которые будет использоваться при определении охвата. Данная опция отображается, если выбраны статистики N+/N. Абсолютный максимум равен 30.

Effective reach – данный параметр предназначен для определения эффективного охвата (EffReach и Neff), используя 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 ($N_{eff} = N$). Двойной щелчок по опции открывает диалоговое окно, в котором можно задать параметры восприятия:



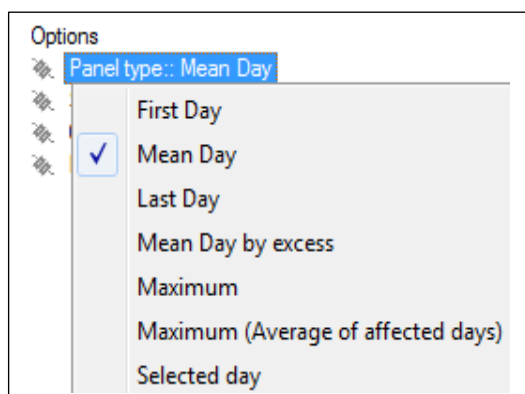
где,

Memorizing rate - скорость восприятия при первом контакте (максимальное значение равно 1).

N и more - количество контактов, при котором рекламное сообщение будет воспринято.

Contact by contact – шкала, в которой вручную можно задать значения скорости восприятия для разного количества контактов.

Panel type – при планировании рекламных кампаний для достижения оптимальных условий охвата, пользователь имеет возможность выбрать один из существующих вариантов типа панели. При выборе периода более 1 дня выборка (sample) может меняться изо дня в день, меняются и веса респондентов. Выбрав один из доступных вариантов, мы фиксируем демографию выбранного дня:



First Day – первый день выбранного периода;

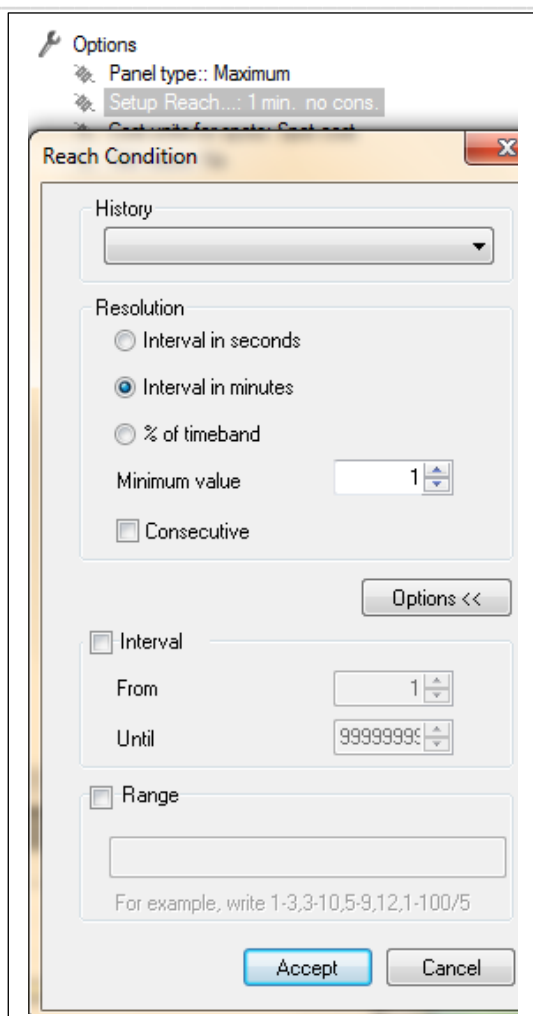
Mean Day – когда количество дней четно, выбирается последний день первой половины;

Last Day – последний день выбранного периода;

Mean Day by excess – когда количество дней четно, выбирается первый день второй половины;

Selected day – существует возможность выбрать определенный день выбранного периода.

Setup Reach - настройка условий охвата вызывается опцией **Reach Condition**. По умолчанию, условие охвата – 1 минута.



Resolution – в этом поле можно выбрать тип разрешения (интервал в секундах, в минутах или процент от исследуемого временного интервала). В графе **Minimum value** задается минимальное значение интервала. Галочка на **Consecutive** устанавливает условие непрерывного просмотра (например, непрерывное просмотрение в течении 5 минут).

Interval – в данном поле задаются условия охвата в виде фиксированного интервала.

Range – в данном поля можно использовать несколько диапазонов для задания условия охвата:

1-3 - интервал с минимальным значением 1 и максимальным значением 3;

1-3, 5-9 - будет генерировано два условия охвата;

1-100 / 5 - будет сгенерировано пять условий охвата, с минимальными значениями 1, 20, 40, 60, 80 и максимальными значениями 20, 40, 60, 80, 100;

12 - одно условие охвата с минимальным и максимальным значением 12.

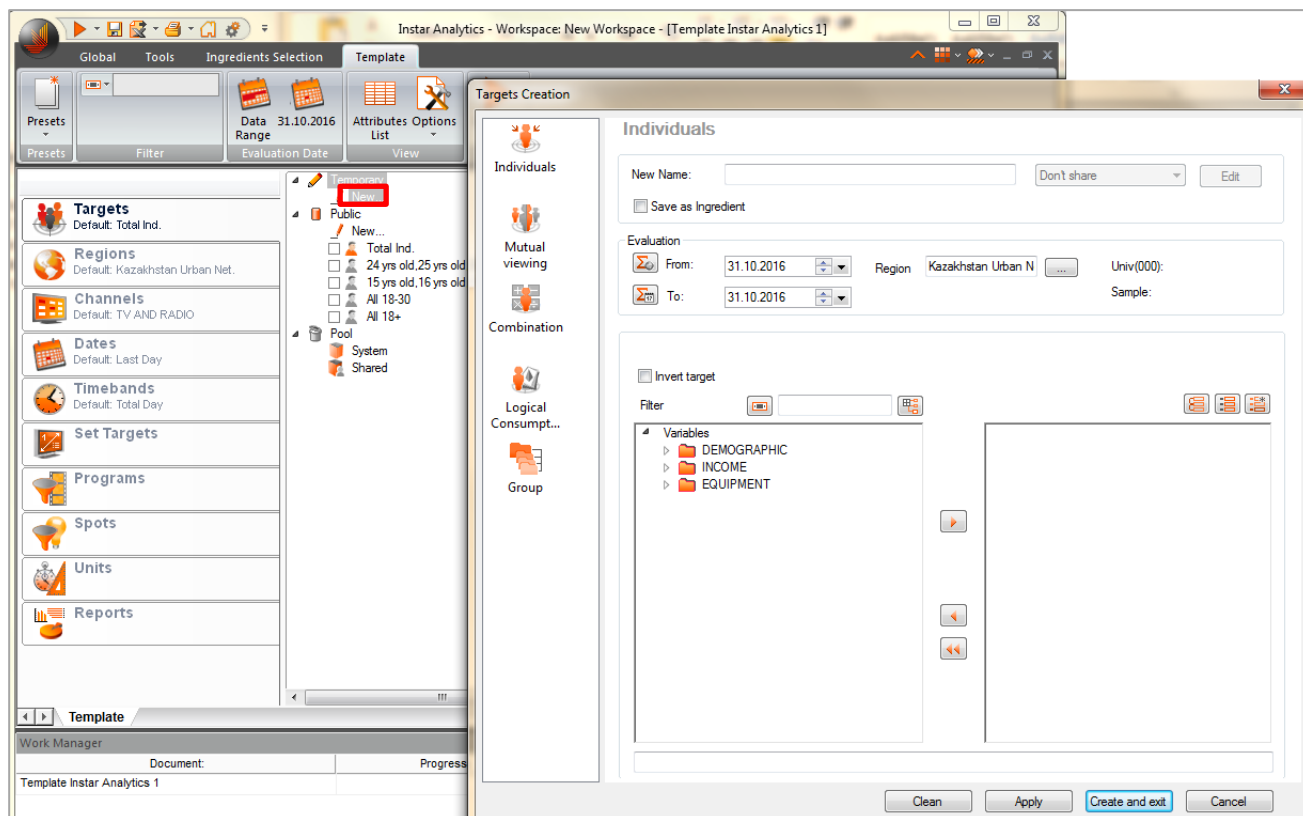
History – данный выпадающий список позволяет пользователю выбрать условия охвата, которые были сохранены ранее.

1.3. Targets

Во вкладке **Targets** строится необходимая целевая аудитория.

Для создания целевой группы дважды кликните на **New**. Откроется диалоговое окно **“Target Creation”**.

Для формирования различных типов целевых групп используйте соответствующие опции в левой части диалогового окна.



Individuals – простая социо-демографическая переменная.

Mutual Viewing – совместное смотрение целевых аудиторий (например дети вместе с родителями).

Combination – переменная (с использованием логических операторов).

Logical Consumption – логическая переменная, созданная при помощи установки фильтра на различные компоненты.

Group – объединение созданных переменных в одну группу.


Опишем более часто используемую опцию - **Individuals**. Описание создания целевых групп по другим переменным находится в руководстве пользователя Instar Analytics.

В этом разделе **Individuals** можно задать простую целевую группу по следующим признакам:


Demographic – по демографическим признакам;

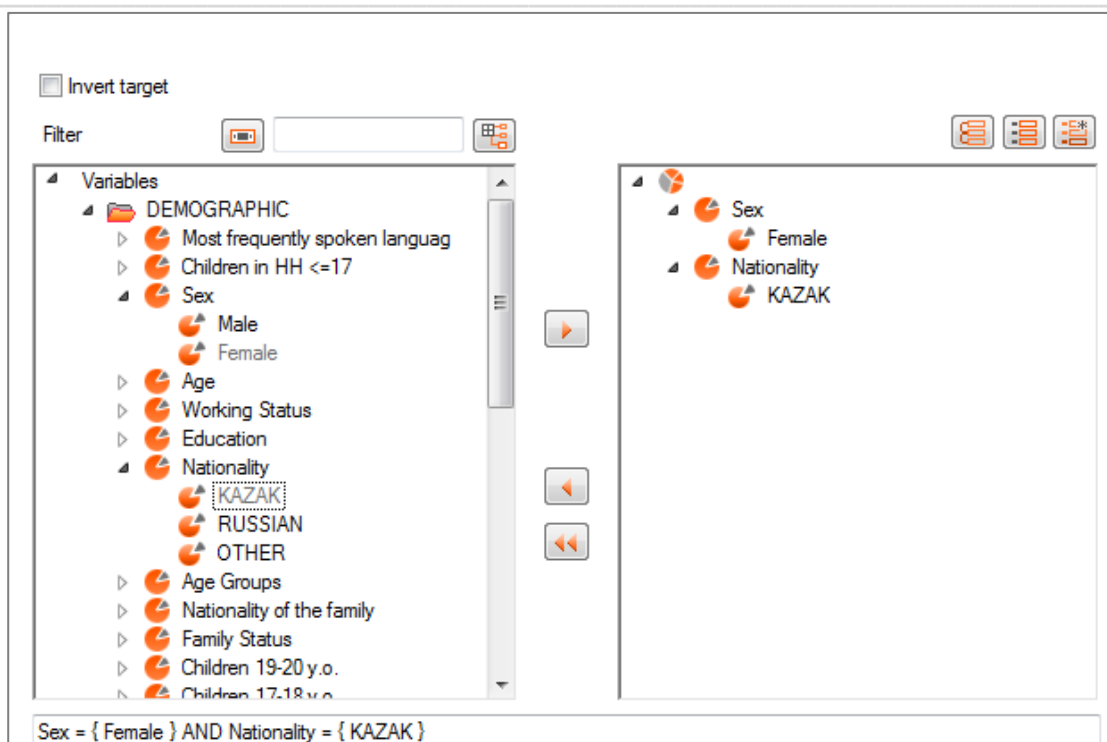
Income – по социально-экономическим признакам;


Equipment – по виду смотрения

Для создания целевой группы необходимо раскрыть нужную группу и из списка доступных переменных перенести необходимые переменные при помощи стрелки  в правую часть.

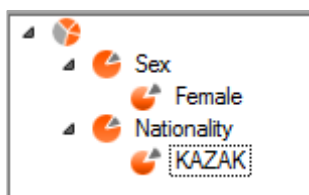
Обратная стрелка  удаляет выделенную переменную из списка выбранных переменных. Двойная

стрелка  удаляет все выбранные переменные.

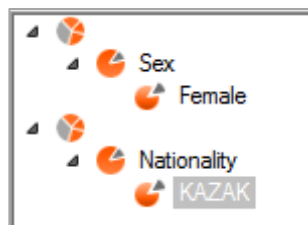


Кнопки  позволяют сгруппировать, разгруппировать выбранные переменные и создать новую группу.

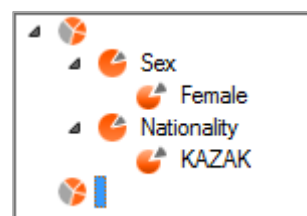
 **Group**




 **Ungroup**



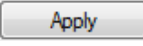
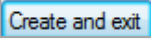
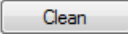
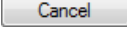
 **New Group**



☒ **Invert target** позволяет создать целевую группу с обратными противоположными переменными.

Быстрый фильтр  помогает быстро найти нужную переменную.

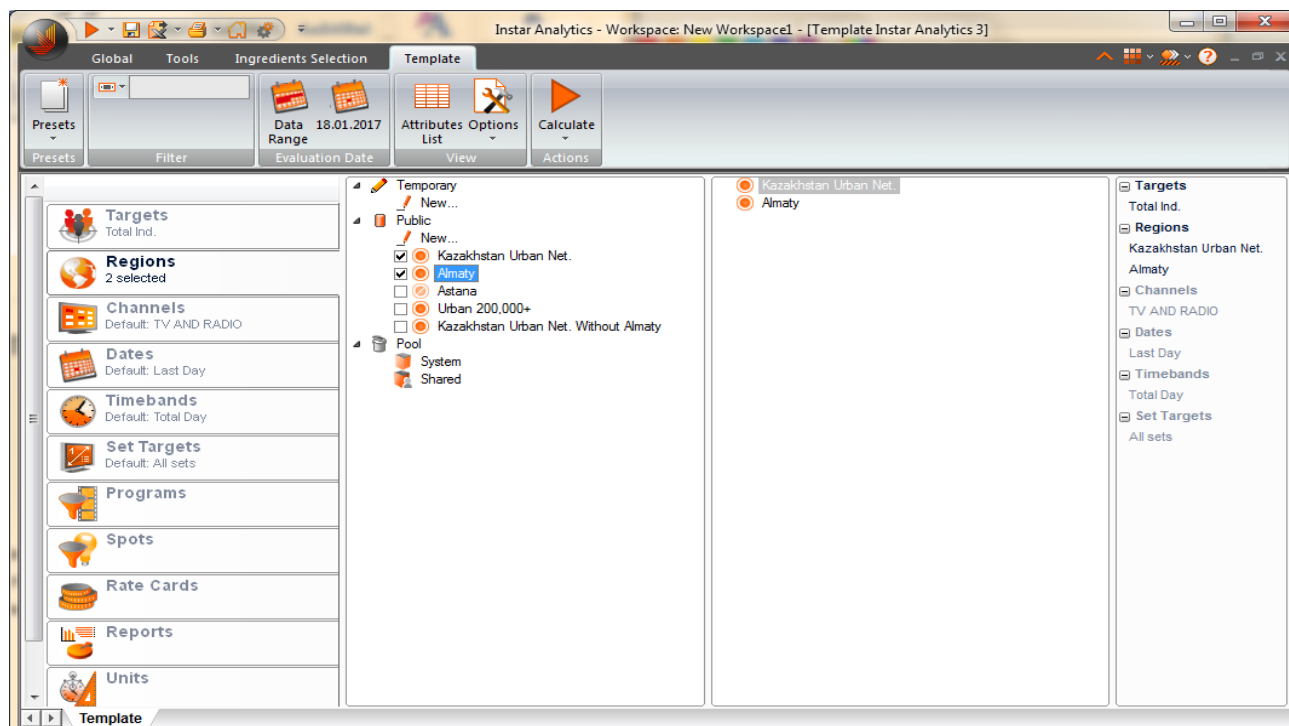
После отбора необходимых переменных в поле **New Name** вводится имя целевой группы.

Кнопка  позволяет применить выбранные переменные,  - создает целевую группу и выходит из диалогового окна создания ЦА,  - очищает ЦА от выбранных переменных,  - покидает диалоговое окно без создания ЦА.

1.4. Regions

Во вкладке **Regions** выбираем необходимый регион для медиаплана.

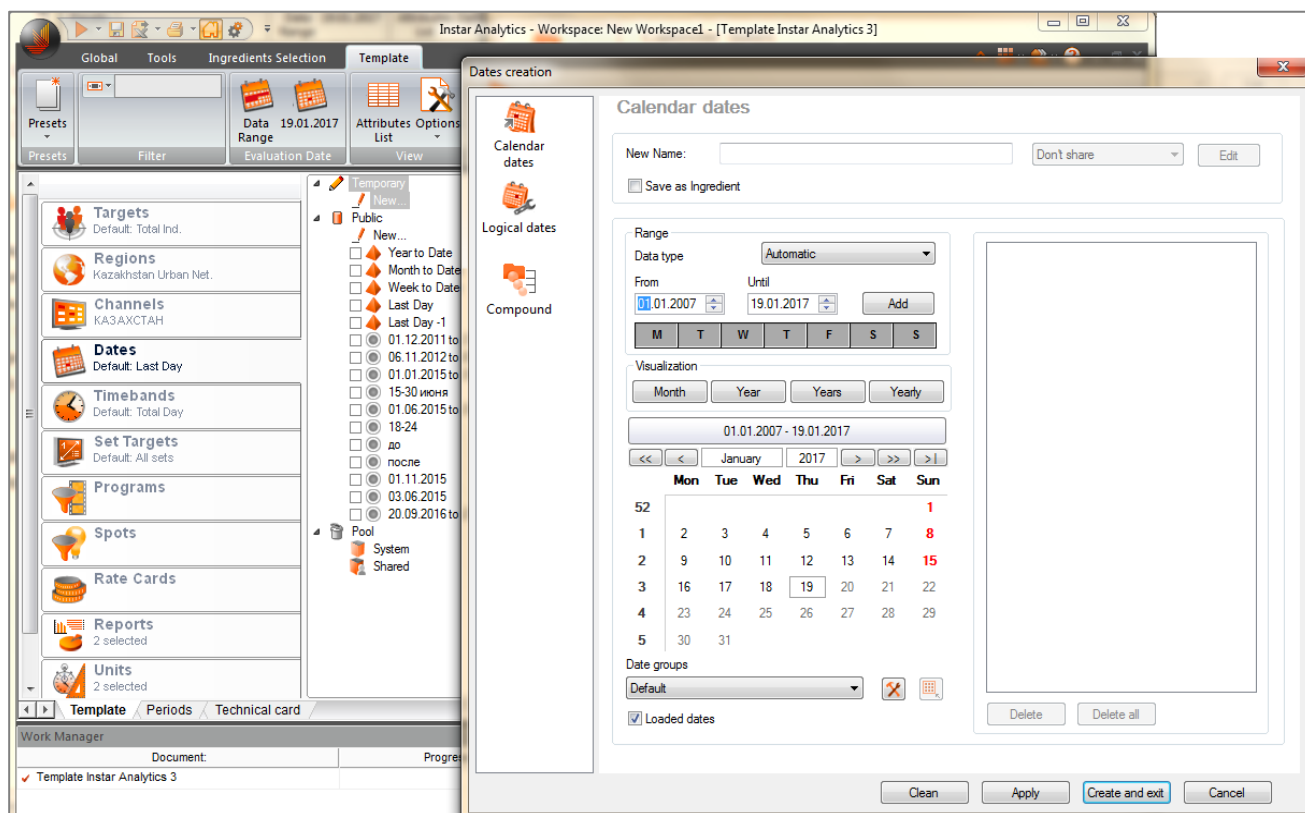
В данной вкладке доступны регионы, определенные системой. Выбрав нужный регион, он отображается в третьем поле шаблона. Если не выбран ни один из регионов, то расчеты будут производиться по умолчанию для Kazakhstan Urban Net.



1.5. Dates

Во вкладке **Dates** выбираем back период, на основании которого будет строиться медиаплан.

Для задания периода необходимо щелкнуть на **"New"**. Откроется диалоговое окно **"Dates Creations"**.



Для формирования разных видов дат в диалоговом окне **Dates Creations** доступно три варианта их создания:

Calendar dates - календарные даты, позволяет пользователю создавать периоды, содержащие одну или более конкретных дат.

Logical dates - логические даты, позволяет создавать периоды, которые образуются исходя из выбранного логического оператора.

Compound - опция группы или соединения, позволяет создавать даты на основе сочетания других логических и календарных дат, уже имеющиеся в системе.

Для задания периода планирования в основном используется опция **Calendar dates**. С ее помощью пользователь имеет возможность создать необходимые периоды путем выбора конкретных дат.

Функция **Range** позволяет выбрать тип данных и интервал дат, который будет применен для анализа:

Automatic – выбор по умолчанию. Выбирается максимальный интервал доступных дат, соединяя все периоды, загруженные для каждого типа данных.

Periods - отображает последнюю доступную дату для периодов (частично консолидированные / дезагрегированные периоды).

Programs - отображает последнюю доступную дату для консолидированных данных программ.

Spots - отображает последнюю доступную дату для консолидированных данных роликов.

Функция календаря является очень динамичной. Интервал даты могут быть выбраны и определены в

диапазоне **From** и **Until** From: 01.01.2007, Until: 19.01.2017. При нажатии на кнопку **Add**, выбранный диапазон дат будет отображен в правой части диалогового окна.

С помощью ячеек M T W T F S S можно настроить дополнительный фильтр выбора конкретных дней недели.

Период можно задать также с помощью визуального календаря. Четыре кнопки позволяют выбрать вид календаря из четырех возможных вариантов:

Month - отображает каждый день выбранного месяца;


Year - отображает месяцы выбранного года;

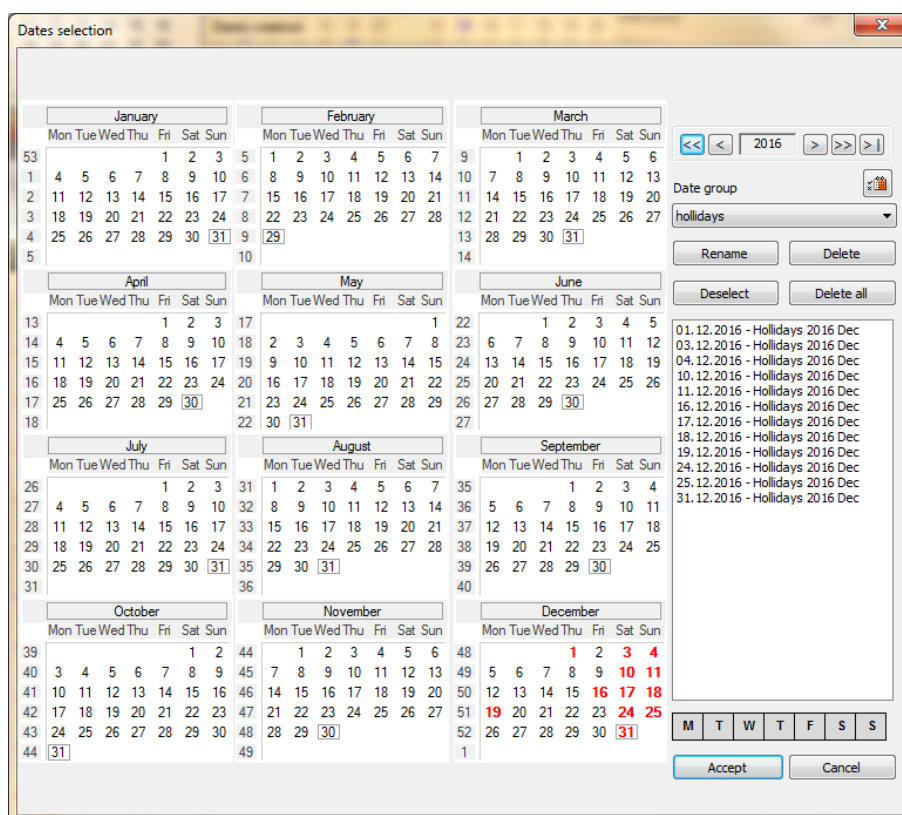
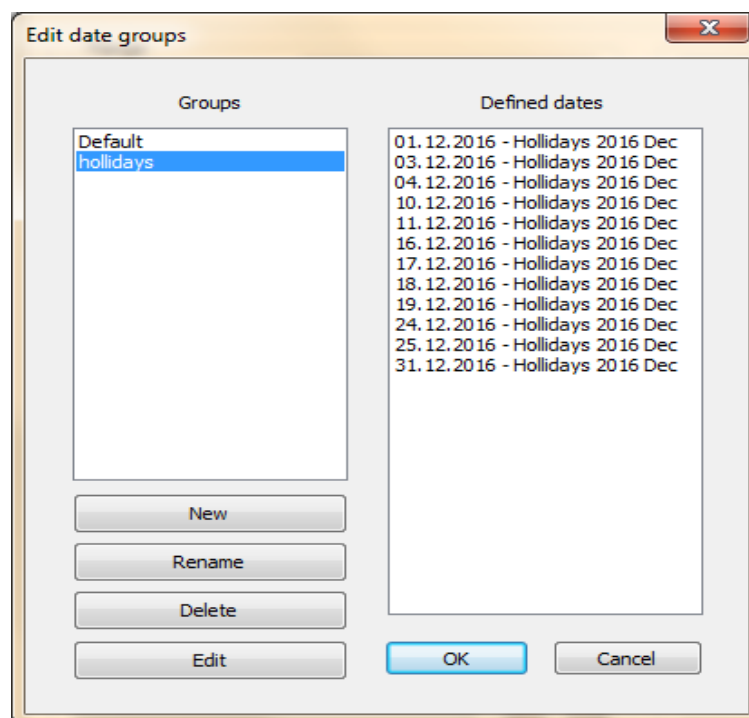
Years – отображает годы;


Yearly - открывает диалоговое окно выбора даты с полным годовым календарем (дни и месяцы).

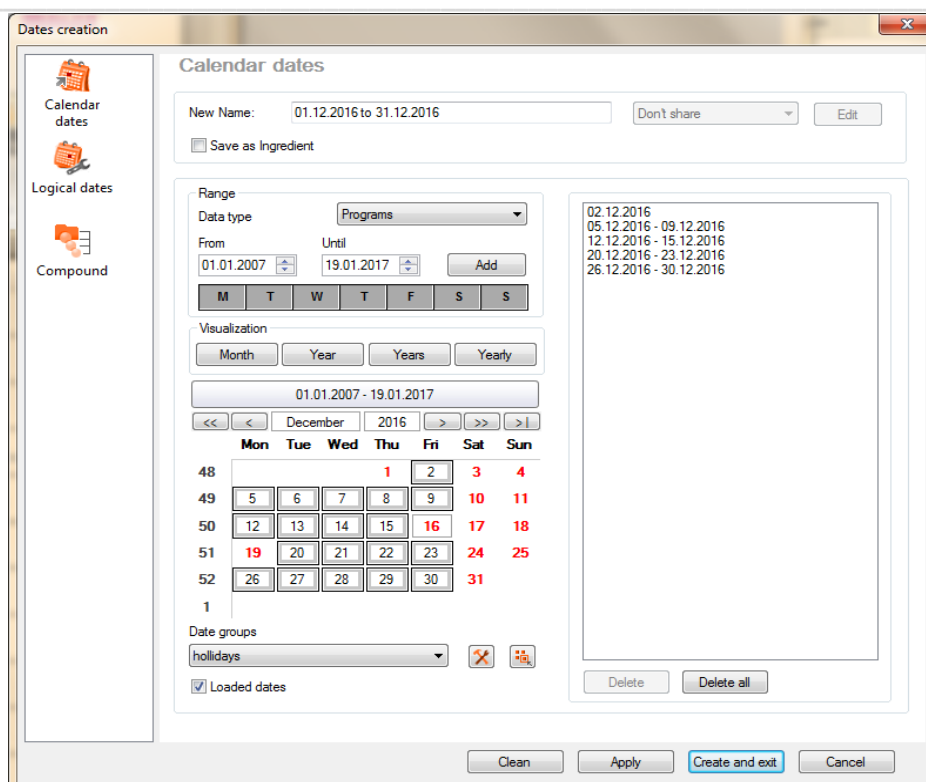
Клавиши со стрелками позволяют изменить вид календаря на специально выбранный месяц или год. Выбрать конкретный день или период можно, нажав на необходимую дату.

Опция **Date Groups** позволяет работать с определенными группами дат и установить различия между рабочими днями и праздниками. Группа **Default** (по умолчанию) определяет воскресенье, как

выходной день, а остальные дни, как рабочие. Тем не менее, можно создать свою собственную группу дат, например, выбрать все выходные и праздничные дни месяца(или года) нажав на .



Кнопка  позволяет инвертировать выбор дней недели в зависимости выбранной группы.



Флажок **Loaded dates** позволяет отобразить будущие даты. Убирая галочку, пользователь будет иметь возможность выбрать даты, не ограничиваясь только максимально загруженной датой. В этом случае вычисления будут захватывать те даты, которые включены в предел текущего загруженного диапазона дат, и при этом не потерпят неудачу из-за будущей даты.

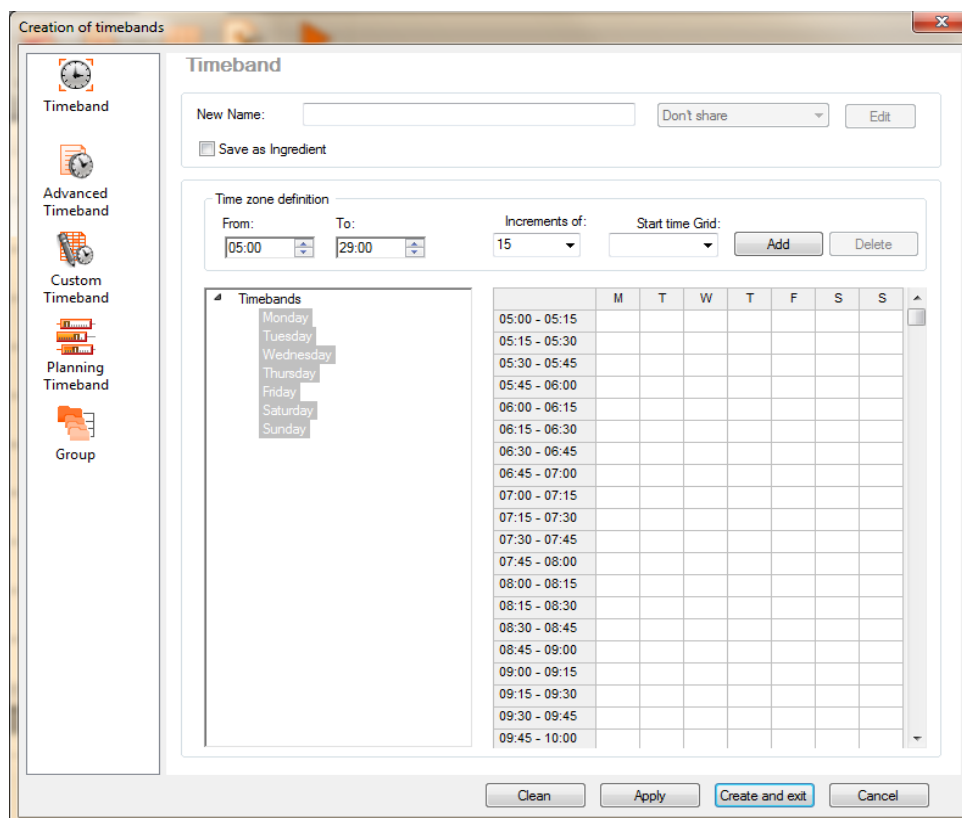
В ячейке **New Name** вводится название периода по умолчанию, но пользователь может самостоятельно задать имя периода.

Кнопка **Apply** позволяет применить выбранные переменные, **Create and exit** - создает период и выходит из диалогового окна Dates Creations, **Clean** - очищает список дат от выбранных переменных, **Cancel** - покидает диалоговое окно без создания периода.

1.6. Timebands

Во вкладке **Timebands** задаем временные диапазоны, в которых будет планироваться размещение.

Для задания временного интервала необходимо щелкнуть на **“New”**. Откроется диалоговое окно **“Creation of timebands”**.



Для создания временных интервалов медиа плана можно использовать любые способы их создания:

Timeband - позволяет создать простой временной интервал на основе комбинаций интервалов времени и дней недели.

Advanced Timeband - создает временные интервалы на основе комбинаций каналов, дней недели или календарных дней и интервалов времени для определенного дня.

Custom Timeband - позволяет создавать временные интервалы по конкретным программам, рекламам или периодам на основе комбинаций каналов, дней недели и интервалов времени.

Planning Timeband – предназначен для создания временных интервалов планирования, используя комбинации каналов, транслируемых регионов, дней недели и интервалов времени для определенного дня.

Group – предназначен для создания временных интервалов путем группировки других временных интервалов, уже настроенных в системе.

Мы рассмотрим два способа создания временных интервалов **Timeband** и **Planning Timeband**.

Timeband

С помощью данной опции можно задать простой временной интервал, выбирая необходимый день недели и период времени. Данный вариант используется, если для всех каналов используются одинаковые временные интервалы.

Time zone definition

From:
To:
Increments of:
Start time Grid:
Add
Delete

05:00
29:00
15

Timebands

- Monday
- Tuesday
- Wednesday
- Thursday
- Friday
- Saturday
- Sunday

	M	T	W	T	F	S	S
05:00 - 05:15							
05:15 - 05:30							
05:30 - 05:45							
05:45 - 06:00							
06:00 - 06:15							
06:15 - 06:30							
06:30 - 06:45							
06:45 - 07:00							
07:00 - 07:15							
07:15 - 07:30							
07:30 - 07:45							
07:45 - 08:00							
08:00 - 08:15							
08:15 - 08:30							
08:30 - 08:45							
08:45 - 09:00							
09:00 - 09:15							
09:15 - 09:30							
09:30 - 09:45							
09:45 - 10:00							


Простой временной интервал можно задать в поле **Time zone definition** в ячейках **From** и **To**, по умолчанию дни недели отмечаются все, но при необходимости пользователь может исключить неисследуемые дни недели. Далее необходимо нажать **Add**, кнопка **Delete** удаляет созданный временной интервал.

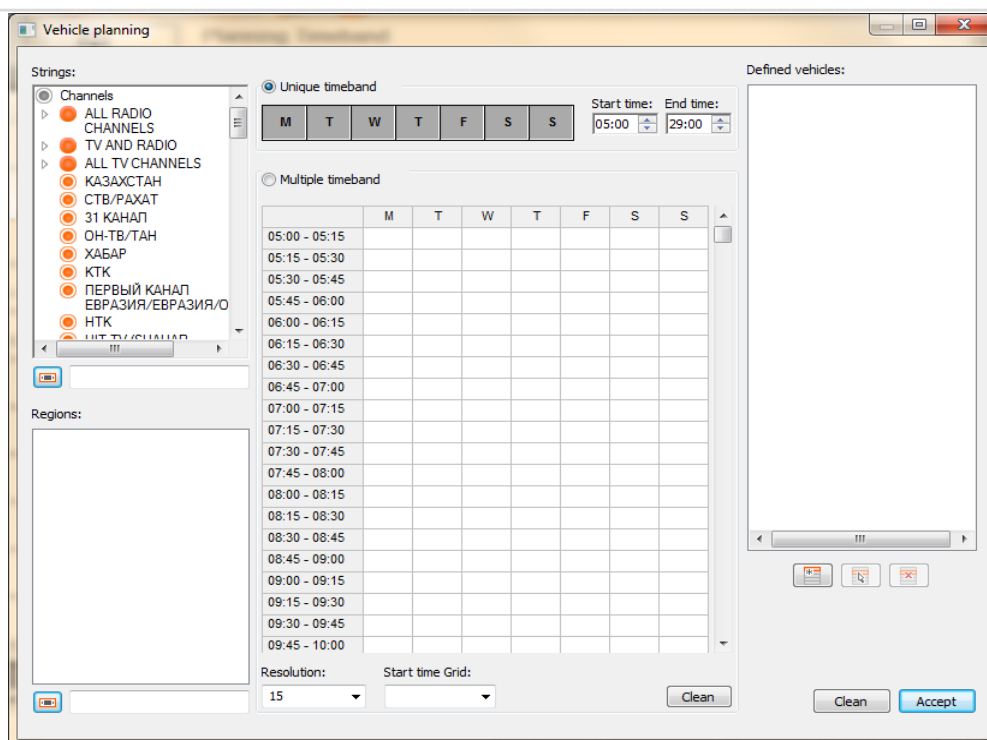
Timebands также может быть задан при помощи временной сетки справа. Выделяя ячейки таблицы, отбираются соответствующие временные интервалы. При помощи функции **Increments of** можно задать шаг временных интервалов, а после того, как вы определили шаг, раскрывающийся список **Start time Grid** позволяет установить первый интервал, который будет отображаться во временной сетке.

Planning Timeband

Опция **Planning Timeband** предназначена для создания временных интервалов планирования, если для каждого канала временные интервалы не одинаковы или же размещение рекламы на разных каналах планируется на разные регионы.

Для создания диапазонов времени используется комбинации каналов, транслируемых регионов, дней недели и интервалов времени для определенного дня.

Кнопка  позволяет раскрыть данную опцию в отдельном диалоговом окне.




Channels – в этом разделе отображается список активных каналов. Они могут быть выбраны по отдельности или несколько сразу. Фильтр, который располагается под списком каналов, позволяет осуществлять быстрый поиск нужных каналов.



Regions – в данном разделе можно выбрать регион вещания.

После того как вы выбрали каналы и регионы, следующим шагом является определение периода планирования - комбинации диапазона дней недели и временных интервалов:


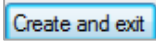
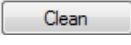
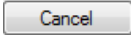
Unique timeband – если отмечена данная опция, то отобрать нужные дни можно с помощью клика на необходимые дни недели, а задать единый интервал для отобранных дней недели с помощью полей Start time и End time.

Multiple timeband – если выбрана данная опция, то этот выбор позволяет создать более сложные комбинации дней недели и интервалов времени при помощи временной сетки. Шаг временных интервалов задается в ячейке **Resolution**, а **Start time Grid** позволяет установить первый интервал, который будет отображаться во временной сетке.

Созданные комбинации с помощью кнопки  добавляются в список планируемого таймбенда.

Кнопка модификации  позволяет внести изменения, задав другой интервал и выбрав другой канал. Кнопка  удаляет выделенную комбинацию из созданного списка.

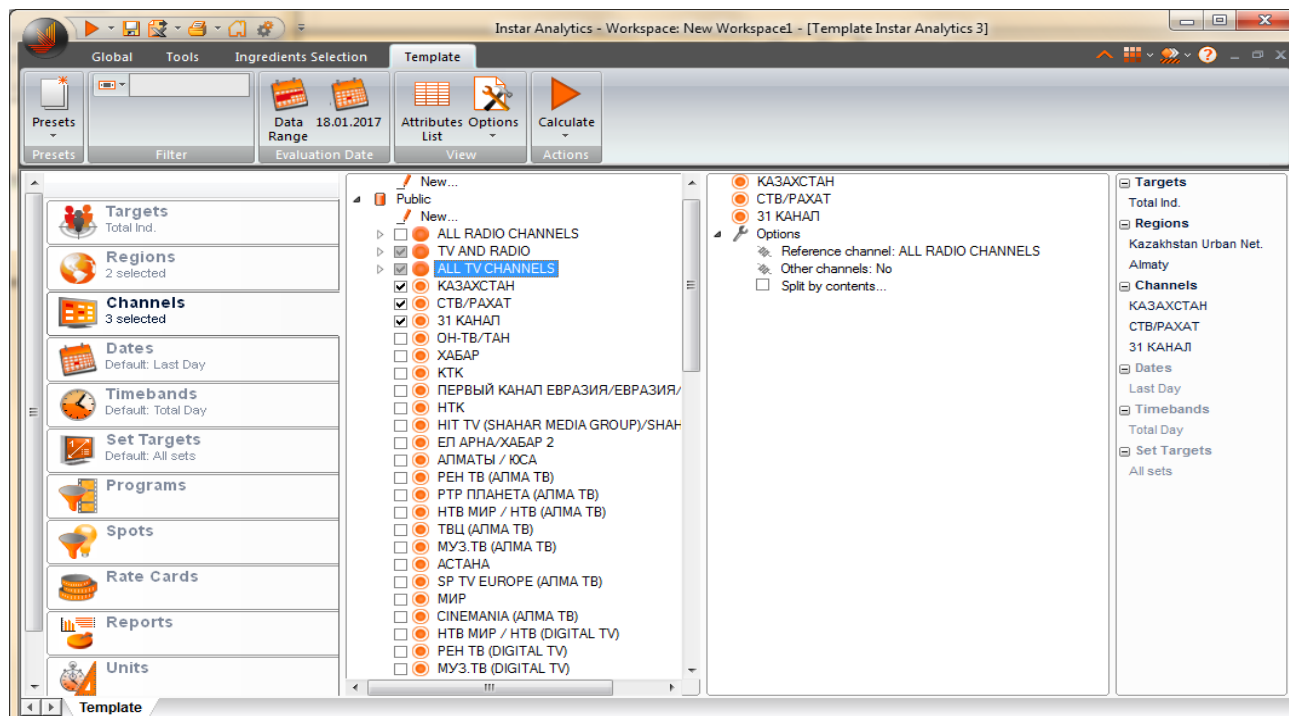
Создав необходимые временные интервалы, используя необходимую опцию, в ячейке **New Name** диалогового окна **Creation of timebands** вводится название временного интервала по умолчанию, но пользователь имеет возможность самостоятельно задать имя временного интервала.

Кнопка  позволяет применить выбранные переменные,  - создает временной интервал и выходит из диалогового окна Creation of timebands,  - удаляет созданный временной интервал,  - покидает диалоговое окно без его создания.

1.7. Channels

Во вкладке **Channels** отбираем необходимые каналы для медиа плана.

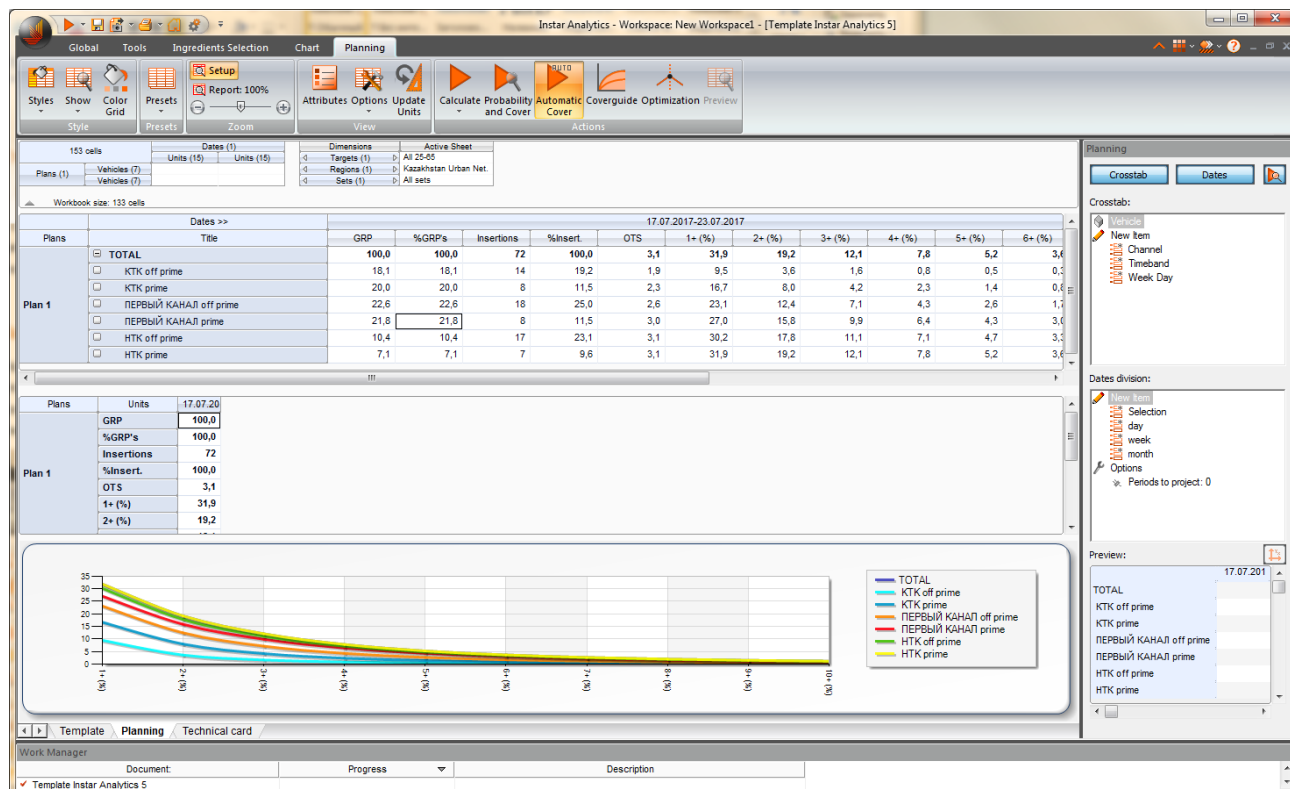
Если временные интервалы созданы с помощью Planning timeband, где кроме временных диапазонов указывается еще и канал, то выбор каналов в данной вкладке не является обязательным.



2. Страницы с вычислениями

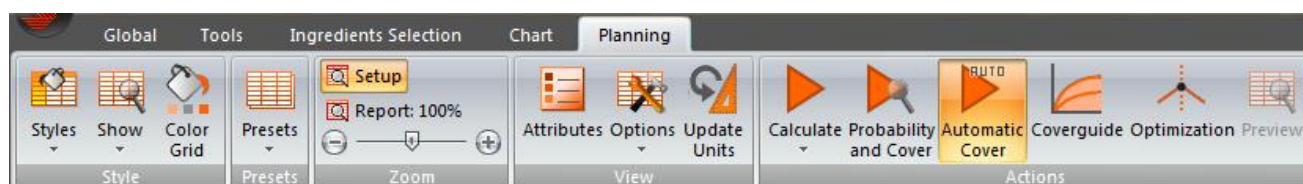
2.1. Planning

На странице **Planning** отображаются таблица данных и график, представляющие вероятность аудитории, полученные путем комбинации временных интервалов, каналов, целевой аудитории, региона и т.д. Вероятность аудитории представлена статистиками, ранее выбранными в шаблоне.



На странице отчета **Planning** имеются:

Панель инструментов Planning:



Styles – раскрывает список со стилями отображения результата расчета. Каждому стилю соответствует определенный цвет фона ячейки, дизайн линии разделения и шрифт.

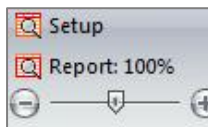
Show – раскрывает список с тремя опциями:

Show grid – скрывает/отображает направляющие линии в сетке таблицы.

Show Columns / Show Rows – скрывает/отображает заголовки строк/столбцов.

Color Grid – позволяет менять дизайн заливки ячеек. Цветовая гамма настраивается с помощью опции Color во вкладке Units.

Presets – позволяет создавать/удалять определенные шаблоны конфигурации сетки отображения отчетов.



Zoom: Скользящий контроль позволяет увеличить/уменьшить разрешение шрифта на экране; **Setup** - увеличивает/уменьшает размер вида в шапке макета; **Report** - открывает диалоговое окно масштабирования, в котором можно задать конкретное значение масштабирования от 15 до 200%.



Attributes - выводит список доступных атрибутов носителей.



Options - раскрывает список с опциями:



Toolbar – отображает/скрывает на странице панель инструментов “Planning”, находящуюся справа.



Total Line on planning – скрывает/отображает итоговую строку.



Update Units - обновляет количество знаков после запятой, цветовую заливку ячеек без необходимости запуска пересчета.



Calculate – кнопка запуска расчета, а также раскрывает список с опциями:



Calculate – кнопка запуска расчета.



Initialize – удаляет содержимое отчета, после того, как были проведены расчеты.



Probability and Cover – производит перерасчет статистик Rtg, GRP и Insertions, без перерасчета статистик охвата.



Automatic Cover – включает/выключает автоматический перерасчет охвата при изменении показателей GRP, Insertions.



Coverguide – открывает страницу Coverguide.



Optimization – открывает страницу Optimization.



Preview – кнопка предварительного просмотра результата расчета.

Верхняя панель (Top pane):

Ниже панели инструментов над табличным результатом вычислений находится **Верхняя панель (Top Pane)**, которая отвечает за распределение компонентов в сетке данных.

По умолчанию после выполнения вычисления и появления отчета на экране верхняя панель отображается в следующем виде:



Этот макет позволяет пользователю изменять порядок и видимость элементов в отчете, помещая ингредиенты, содержащие данные элементы, в строки или столбцы.



- скрывает/отображает классическую сетку конфигурации.



- параметры, отображаемые справа от этого значка, являются ингредиентами строк (до 9).



- параметры, отображаемые справа от этого значка, являются ингредиентами столбцов (до 9).



- параметры, отображаемые справа от этого значка, являются компонентами фона.


Щелчок правой кнопки по верхней панели раскрывает список опций:

Move to - позволяет перемещать ингредиенты в другую позицию на макете.

Visibility – позволяет отображать/скрывать компоненты фона.

Attributes – позволяет выбрать компоненты порядка и видимости (Order and Visibility).

Format - позволяет выполнять настройки верхней панели (отображать значки или текстовое описание, отключать/включать всплывающие подсказки, применять масштабирование).

Нажав на кнопку , макет в графическом стиле приобретает вид классической сетки конфигурации:

153 cells		Dates (1)		Dimensions	Active Sheet
		Units (15)	Units (15)	Targets (1)	All 25-85
Plans (1)	Vehicles (7)			Regions (1)	Kazakhstan Urban Net.
	Vehicles (7)			Sets (1)	All sets

Поле слева отображает текущее распределение элементов в отчете. В углу указано общее количество ячеек, в строках и столбцах - названия ингредиентов, а в скобках - количество видимых элементов данных ингредиентов. Щелчок по ячейке ингредиента открывает диалоговое окно “**Order and Visibility**”, в котором можно исключать/включать элементы, отображаемые в сетке данных. Ингредиенты в строках можно перемещать в столбцы и наоборот.

В поле справа под Dimensions находятся “нераскрытые” ингредиенты, которые не присутствуют в строках и столбцах. В разделе **Active Sheet** отображаются элементы этих ингредиентов, а значения в скобках их количество. Если ингредиент имеет больше одного элемента, то отчет будет отображать данные только того элемента, который является активным. Для того чтобы отобразить данные по другому элементу, необходимо щелкнуть по названию ингредиента и в открывшемся диалоговом окне **Active Sheet Selection** выбрать необходимый.

Информацию в двух этих полях можно перемещать. Ингредиенты из правого поля могут быть перенесены в левое поле (в строки или столбцы) и наоборот. Максимально сетку конфигурации можно расширять до девяти позиций в строках и девяти позиций в столбцах.

Панель Planning (Planning toolbar):

Справа на странице находится панель **Planning**, которая позволяет построить медиа план по различным носителям (в сетке данных и на графике).

Planning

Crosstab Dates

Crosstab:

- Vehicle
- New Item
- Channel
- Timeband
- Week Day

Dates division:

- New Item
- Selection
- day
- week
- month
- Options
- Periods to project: 0

Preview:

17.07.2017

- TOTAL
- КТК off prime
- КТК prime
- ПЕРВЫЙ КАНАЛ off prime
- ПЕРВЫЙ КАНАЛ prime
- НТК off prime
- НТК prime

Поочередное нажатие на кнопки **Crosstab**, **Dates** и **Preview** активирует/деактивирует соответствующие поля на панели Planning:

Crosstab Dates

Поле **Crosstab** позволяет строить медиаплан, используя группировку по каналам и/или дням недели, или разбивку по каналам и/или дням недели и/или по временным диапазонам при помощи соответствующих команд выпадающего списка (Group или Divide).

17.07.2017-23.07.2017										
Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)
Plan 1	TOTAL	100,0	100,0	72	100,0	3,1	31,9	19,2	12,1	
	КТК off prime	18,1	18,1	14	19,2	1,9	9,5	3,6	1,6	
	КТК prime	20,0	20,0	8	11,5	2,3	16,7	8,0	4,2	
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ off prime	22,6	22,6	18	25,0	2,6	23,1	12,4	7,1	
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ prime	21,8	21,8	8	11,5	3,0	27,0	15,8	9,9	
	НТК off prime	10,4	10,4	17	23,1	3,1	30,2	17,8	11,1	
	НТК prime	7,1	7,1	7	9,6	3,1	31,9	19,2	12,1	

17.07.2017-23.07.2017										
Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)
Plan 1	TOTAL	100,0	100,0	72	100,0	3,1	31,9	19,2	12,1	
	КТК	38,1	38,1	22	30,8	2,3	16,7	8,0	4,2	
	КТК off prime	18,1	18,1	14	19,2	1,9	9,5	3,6	1,6	
	КТК prime	20,0	20,0	8	11,5	2,3	16,7	8,0	4,2	
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/Е	44,4	44,4	26	36,5	3,0	27,0	15,8	9,9	
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ off prime	22,6	22,6	18	25,0	2,6	23,1	12,4	7,1	
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ prime	21,8	21,8	8	11,5	3,0	27,0	15,8	9,9	
Plan 1	НТК	17,5	17,5	23	32,7	3,1	31,9	19,2	12,1	
	НТК off prime	10,4	10,4	17	23,1	3,1	30,2	17,8	11,1	
	НТК prime	7,1	7,1	7	9,6	3,1	31,9	19,2	12,1	

17.07.2017-23.07.2017										
Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)
Plan 1	TOTAL	100,0	100,0	72	100,0	3,1	32,3	19,3	12,1	
	KTk	38,1	38,1	22	30,8	2,2	17,0	8,0	4,1	
	KTk off prime	18,1	18,1	14	19,2	1,9	9,7	3,5	1,5	
	<< 08:00 - 09:00 >>	0,5	0,5	1	1,9	1,2	0,4	0,0	0,0	
	<< 09:00 - 10:00 >>	0,8	0,8	1	1,9	1,2	1,0	0,1	0,0	
	<< 10:00 - 11:00 >>	1,6	1,6	1	1,9	1,3	2,2	0,4	0,1	
	<< 11:00 - 12:00 >>	1,7	1,7	1	1,9	1,4	3,2	0,7	0,2	
	<< 12:00 - 13:00 >>	2,1	2,1	1	1,9	1,5	4,4	1,2	0,4	
	<< 13:00 - 14:00 >>	2,8	2,8	1	1,9	1,6	5,9	1,7	0,7	
	<< 14:00 - 15:00 >>	2,6	2,6	1	1,9	1,8	6,9	2,3	1,0	
	<< 15:00 - 16:00 >>	1,3	1,3	1	1,9	1,8	7,4	2,6	1,1	
	<< 16:00 - 17:00 >>	0,7	0,7	1	1,9	1,8	7,7	2,8	1,2	
	<< 24:00 - 25:00 >>	3,8	3,8	1	1,9	1,9	9,7	3,5	1,5	
	KTk prime	20,0	20,0	8	11,5	2,2	17,0	8,0	4,1	

Planning

Crosstab

Dates

Crosstab:

Group by: Channel

Vehicle

Divided by: Timeband:1 hours

New Item

Week Day

Dates division:

New Item

Selection

day

week

В поле **Dates division** возможно осуществлять разбивку выбранного периода планирования по дням, по неделям или по месяцам.

Опция **Periods to project** в данном поле позволяет спроектировать расчет планирования по дням, неделям, месяцам или выбранным датам вне диапазона запланированного периода.

Параметр **Decay factor** позволяет применить уменьшающий коэффициент к статистикам охвата. Например, если мы прогнозируем по неделям и устанавливаем коэффициент распада 0,8, это означает, что охват каждой прогнозируемой недели будет уменьшаться на 20%.

1028 cells

Plans (1)

Vehicles (7)

Dates (8)

Vehicles (7)

Dates (8)

Units (15)

Dimensions

Active Sheet

Targets (1)

Regions (1)

Sets (1)

All 25-05

Kazakhstan Urban Net.

All sets

Workbook size: 1054 cells

Plans	Title	Dates	GRP	%GRPs	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)
Plan 1	TOTAL	17.07.2017	9,3	9,3	10	14,3	1,4	6,6	1,2	0,2
		18.07.2017	13,4	13,4	10	14,3	1,7	13,3	4,3	1,5
		19.07.2017	15,3	15,3	10	14,3	2,0	19,0	7,6	3,4
		20.07.2017	15,1	15,1	10	14,3	2,2	23,7	11,4	5,8
		21.07.2017	13,2	13,2	10	14,3	2,5	26,6	14,0	7,8
		22.07.2017	17,5	17,5	10	14,3	2,8	29,8	16,7	9,9
		23.07.2017	16,3	16,3	10	14,3	3,1	32,6	19,3	12,0
	17.07.2017-23.0		100,0	100,0	72	100,0	3,1	32,6	19,3	12,0
	KTK off prime	17.07.2017	0,5	0,5	2	2,7	1,0	0,5	0,0	0,0
		18.07.2017	2,4	2,4	2	2,7	1,5	8,0	1,7	0,3
		19.07.2017	3,0	3,0	2	2,7	1,8	14,5	4,9	1,8
		20.07.2017	2,8	2,8	2	2,7	2,1	19,7	8,3	3,8
		21.07.2017	2,5	2,5	2	2,7	2,3	24,2	11,8	6,1
		22.07.2017	3,8	3,8	2	2,7	2,6	27,1	14,6	8,3
23.07.2017		3,1	3,1	2	2,7	2,9	30,2	17,1	10,3	

Planning

Crosstab

Dates

Crosstab:

Vehicle

New Item

Channel

Timeband

Week Day

Dates division:

day

New Item

Selection

week


month

Options

Days to project: 0

Decay factor: 1

В окне предварительного просмотра **Preview** отображается настроенная на текущий момент таблица, где в левом столбце отображается структура поля Crosstab, в верхней строке – структура поля Dates.

Кнопка инвертирования  меняет распределение строк и столбцов в обоих блоках.

Сетка данных (Planning Data Grid):

После того, как были выполнены расчеты на основе ингредиентов, выбранных в шаблоне, и после того, как было сделано распределение ингредиентов, статистик и атрибутов при помощи панели Planning и верхней панели (Top pane) в центре страницы отображаются результаты вычислений в виде двух таблиц - основной и дополнительной. Отличие этих двух таблиц заключается в том, что дополнительная таблица показывает те же результаты, что и основная сетка, но без разбивки по носителям, т.е. только общие показатели. Дополнительная таблица имеет более читабельный вид, статистики всегда будут помещаться в строки, даты - в столбцы. Любые изменения в основной сетке приведут к обновлению результатов в дополнительной сетке, и наоборот.

Plans	Title	GRP	Insertions	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)
Plan 1	TOTAL	200,0	143	5,0	40,4	29,2	22,1	17,1	13,2	10,2	8,0	
	КТК	76,2	44	3,3	23,0	14,0	9,2	6,2	4,4	3,1	2,3	
	ПЕРВЫЙ КАНА	88,8	52	4,8	34,7	24,5	18,2	13,9	10,7	8,3	6,6	
	НТК	35,0	47	5,0	40,4	29,2	22,1	17,1	13,2	10,2	8,0	
<div> <div></div> <div>III</div> </div>												
Plans	Units	17.07.2017-23.07.20										
Plan 1	GRP	200,0										
	Insertions	143										
	OTS	5,0										
	1+ (%)	40,4										
	2+ (%)	29,2										
	3+ (%)	22,1										
	4+ (%)	17,1										
	5+ (%)	13,2										

Чтобы задать итоговые параметры медиаплана (GRP, которые нужно набрать, или количество роликов, которое надо разместить, или бюджет, который надо реализовать), необходимо в ячейках соответствующих статистик ввести нужное значение. Причем, это можно сделать как для отдельного носителя, так и для строки Total. Меняя значения для данных статистик, меняются остальные показатели.

Щелчок правой кнопкой мыши на ячейке с содержимым (ячейке с данными, заголовке строк или столбцов) вызывает всплывающее меню, которое содержит следующие функции:

Copy - копирует выделенный контент в буфер обмена.

Copy with format - копирует выделенный контент в буфер обмена, поддерживая параметры формата для скопированной ячейки или ячеек (например, цвет).

Paste - вставляет содержимое, ранее скопированное с помощью опции Copy.

Add Plan – открывает диалоговое окно, в котором предлагается имя для нового плана, и после выбора или введения нового имени добавляет новый план в сетку данных.

Duplicate plan - открывает диалоговое окно, в котором предлагается имя для нового плана, и после выбора или введения нового имени дублирует выделенный план сетке данных.

Delete plan – удаляет выделенный план из сетки данных.

Rename plan - открывает диалоговое окно для изменения имени выделенного плана.

Group vehicles – группирует выделенные носители.

Ungroup vehicles – разгруппировывает сгруппированные носители.

Rename vehicle – открывает диалоговое окно для изменения имени выделенного носителя.

Lock vehicles - при выделении конкретного носителя, открывается список функций, который позволяет заблокировать (закрепить) показатели данного носителя в абсолютном значении (Absolute value) или проценте (Percentage of GRPs).

Initialize - удаляет содержимое сетки данных, после чего необходимо снова выполнить расчет.

Calculate... – выполняет расчеты, настроенные в настоящее время на активном листе.

Calculate GRPs... - оценивает планы, ожидающие обновления GRPs.


Calculate probability... - система выполняет вычисление вероятности.


Update Units - обновляет количество знаков после запятой, цветовую заливку ячеек без необходимости запуска пересчета.

Assign ratecard - открывает диалоговое окно для выбора тарифной карты.

Format – открывает список опций:

Alignment and width... - открывает диалоговое окно “Horizontal Alignment and column width”, в котором можно выровнять отображаемые в отчете атрибуты по правому краю, по центру или по левому краю, а также изменить ширину столбцов.

Font... - открывает диалоговое окно, в котором можно менять шрифт, стиль, размер, эффекты, цвет текста, а также цвет фона и алфавит для выделенных ячеек. Стиль по умолчанию определяется в Control panel > Setup > Interface > Grid styles page. Значок  в правой нижней части диалогового окна возвращает отредактированный текст в исходное состояние.

Borders... - открывает диалоговое окно определения границы, в котором можно изменять формат (тип и цвет линии) границ выделенного диапазона или ячейки. Значок  в правой нижней части диалогового окна возвращает формат границ в исходное состояние.

The Initialize font and borders... - удаляет пользовательские настройки форматов шрифтов или границ.

Expand categories – раскрывает в сетке данных выделенный носитель, сгруппированный по определенной категории.

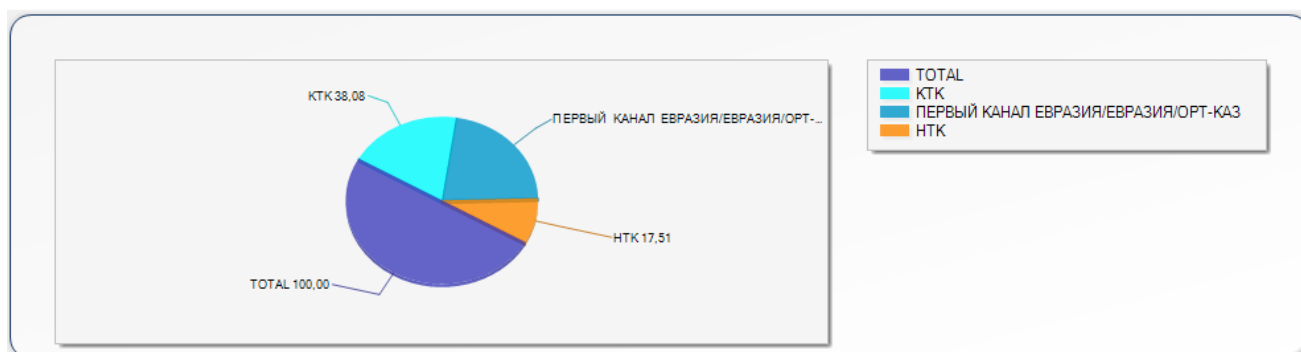
Shrink categories – сворачивает в сетке данных выделенную разгруппированную категорию.

Expand all – раскрывает в сетке данных все носители, сгруппированные по определенной категории.

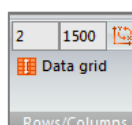
Shrink categories – сворачивает в сетке данных все разгруппированные категории.



График планирования (Planning Graphic)

Результат вычислений также представлен графиком, находящийся в нижней части страницы. График сгенерирован на основе вычислений, отображаемых в сетке данных. Изначально график может быть скрыт, для его отображения необходимо удерживая кнопку мыши на горизонтальной линии, которая разделяет сетку данных и вкладки в нижней части страницы, перетащить данную линию вверх.



Выбор статистики для отображения в графике происходит на **панели инструментов Chart** при помощи функциональной кнопки **Chart Unit**. Используя различные кнопки на этой панели инструментов, пользователь также может выполнить набор действий, связанных с изображением графика:



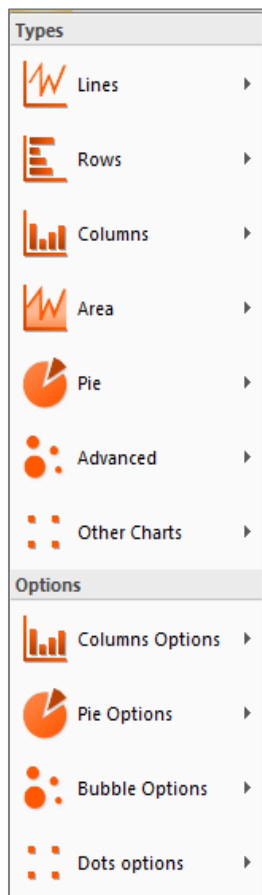
Ячейки с цифрами соответствуют количеству строк и столбцов, показанных на графике. Кнопка  меняет местами на графике расположение ингредиентов, выбранных в строках и столбцах. Кнопка  скрывает/отображает сетку данных под графиком.



Charts Presets - позволяет пользователю сохранить Presets с графической конфигурацией (включая отображение, масштабирование, блок выбранных статистик и т.д.).



Type – раскрывает список форматов отображения графика и дополнительных опций.



Доступные форматы графиков находятся в списке **Types**.

Ниже, в списке **Options**, можно выбрать дополнительные параметры для некоторых графиков:

Columns Options – раскрывает список различных вариантов отображения графика Columns.

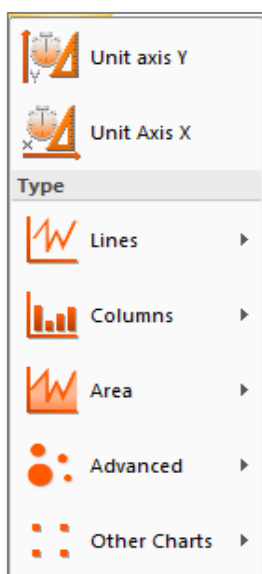
Pie Options – раскрывает список различных вариантов отображения графика Pie.

Bubble Options – раскрывает список различных вариантов отображения графика Bubble.

Dots Options – раскрывает список различных вариантов отображения графика Points.



Secondary Unit – открывает список опций, которые позволяют выбрать вторую статистику для графического отображения по осе X или по осе Y, а так же задать для нее формат графика.





Title - раскрывает список с опциями, связанными с отображением заголовка графика:



Display Title – включает/удаляет заголовок диаграммы в отчете. Заголовок соответствует текущему названию страницы – имени, которое отображается на закладке страницы внизу, его можно изменить, щелкнув правой кнопкой мыши и выбрав функцию всплывающего меню “Rename”.



Title Color - открывает диалоговое окно, в котором пользователь имеет возможность задать определенный цвет заголовка.



Legend - раскрывает список с опциями, связанными с отображением условных обозначений:



Position – раскрывает список с вариантами отображения легенды (вверху, справа, внизу, слева или скрыть легенду).



Content – раскрывает список опций, которые позволяют пользователю определить, будет ли легенда отображать столько элементов, сколько доступно (Series) или столько же элементов, сколько категорий цветного атрибута (Colored attributes). Также возможно показать оба типа отображения элементов в легенде одновременно (Both). Важно отметить, что эта функция не доступна, если график связан с отчетом crosstab, и она применяется только в том случае, если в опции Coloring Attribute (Format) отмечен необходимый атрибут и помещен он в строки сетки конфигурации.



Labels - раскрывает список с опциями, связанными с форматом подписей данных:



Content - по умолчанию подписи данных не отображаются в графике. Данная опция раскрывает список с форматами отображения подписей, основанных на комбинации числовых значений, процентов, текста.



Position - если выбран формат отображения подписи данных, данная опция раскрывает список с возможными позициями подписей.



Direction - если выбран формат отображения подписи данных, данная опция раскрывает список с различными возможными углами наклона подписей.



Decimals - данная опция раскрывает список с вариантами отображения количества знаков после запятой в подписях данных.



Size - данная опция позволяет менять размер подписей.



Color - данная опция позволяет выбирать цвет шрифта подписей.



Text content - отображает список ингредиентов с атрибутами, где пользователь может выбирать атрибуты, которые будут отображаться в сетке данных внизу.



Axes – позволяет настроить отображение каждой оси (X и Y). В верхней части диалогового окна можно задать заголовок для оси, установить его размер и цвет шрифта. Нижняя часть позволяет определить, присутствуют ли метки на оси, настроить их размер, угол наклона и частоту их расположения на оси, а также применить дополнительные варианты дизайна

дисплея. Если выбран дополнительный модуль, нажатие на кнопку Y дает пользователю возможность работать с первичной или вторичной осью. В диалоговом окне настроек отображается дополнительная опция синхронизации масштаба по оси Y.



Format - раскрывает список с опциями:



Background - отображает раскрывающийся список с различными фоновыми эффектами, включая функцию **Background Color**, в которой пользователь может выбрать цвет фона.



Shadow – применяет/удаляет эффект затенения графика.



Transparency - открывает градиентную шкалу, позволяющую менять степень прозрачности элементов, составляющих график.



Contour Thickness - открывает градиентную шкалу, позволяющую менять толщину контурных линий элементов, составляющих график.



Contour Tone - открывает градиентную шкалу, позволяющую менять тон контурных линий элементов, составляющих график.



Colors Palette - открывает диалоговое окно с цветовой палитрой, в котором можно выбрать цвет для элементов, составляющих график.



Coloring Attribute – раскрывает диалоговое окно “Coloring Attribute” со списком атрибутов, в котором можно отметить необходимый, тогда его носителям будут назначены такие же цвета, какие имеют значения атрибутов. Данная опция активна, если график связан с отчетами поддержки (Programs, Spots, Vehicles и т. д.), и применяет цвета только, если атрибут помещается в строки сетки конфигурации.



3D - раскрывает список с опциями:



3D – отображает график в трех измерениях.



X Axis - позволяет вращать 3-х мерный график по оси X.



Y Axis - позволяет вращать 3-х мерный график по оси Y.



Perspective - позволяет изменять перспективу 3-х мерного графика.



Group series – для 3-х мерных графиков при выбранном типе Rows или Columns данная опция позволяет группировать строки или столбцы, отображаемые на графике, без промежуточных пространств.



Tooltip – отображает/скрывает всплывающую подсказку с информацией о конкретной точке графика, на которой в данный момент находится курсор.



Reference Output - раскрывает список с типами отчетов, просчитанных в шаблоне, в котором можно выбрать один из них для того чтобы привязать рассчитанные результаты к графику. Графическое распределение можно изменить с помощью таблиц конфигурации.

Если выбран вариант **Custom**, верхняя панель отображается пустой. Опция **Refresh** обновляет график в соответствии с выбранным отчетом в Reference Output.

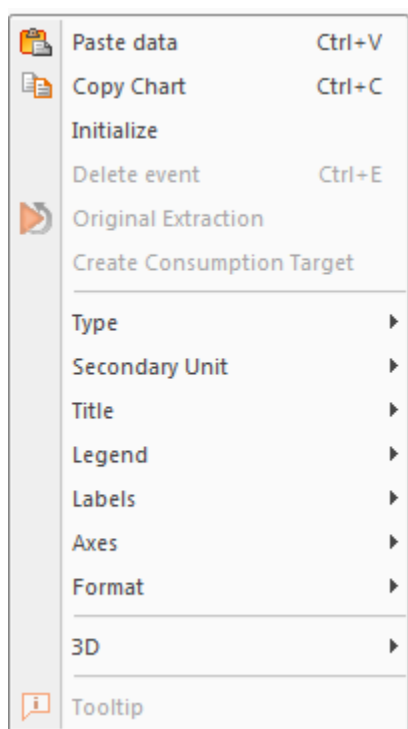


Additional Units – позволяет выбрать дополнительные статистики.



Filter - раскрывает список, в котором пользователь может выбрать конкретный фильтр, который будет применяться в графике (Show All - показать все, Groups Only - только группы, Only Supports - только носители, Divisions Only - только разделы).

При нажатии правой кнопкой мыши на графике, появляется всплывающее меню с опциями, очень похожими на опции панели инструментов Chart и на опции всплывающего меню на странице Planning.



2.1.1. Применение тарифной карты в отчете Planning

Часто параметром медиаплана выступает бюджет, т.е. возникает необходимость введения стоимости рекламы.

Стоимость рекламы можно ввести вручную в сетке данных или подгрузив тарифную карту, созданную заранее во вкладке **Rate Cards**.

Для введения стоимости вручную необходимого в колонке TypeCost в выпадающем списке выбрать параметр, соответствующий варианту определения стоимости рекламы, а в поле Cost ввести нужное значение. Стоимость рекламы определяется:

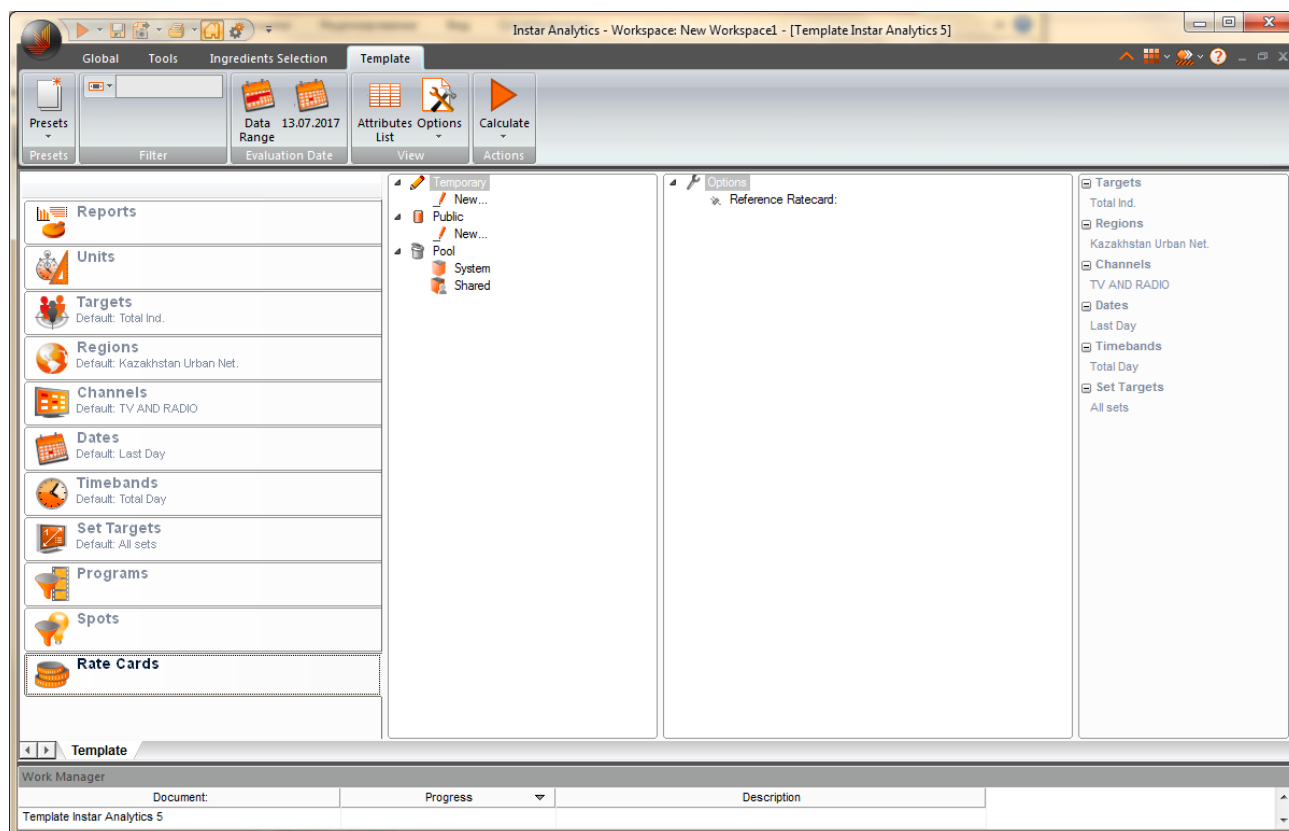
Ratecard – стоимостью минутного размещения.

C.Thousands – стоимостью за тысячу контактов.

C.Grp - стоимостью за GRP.

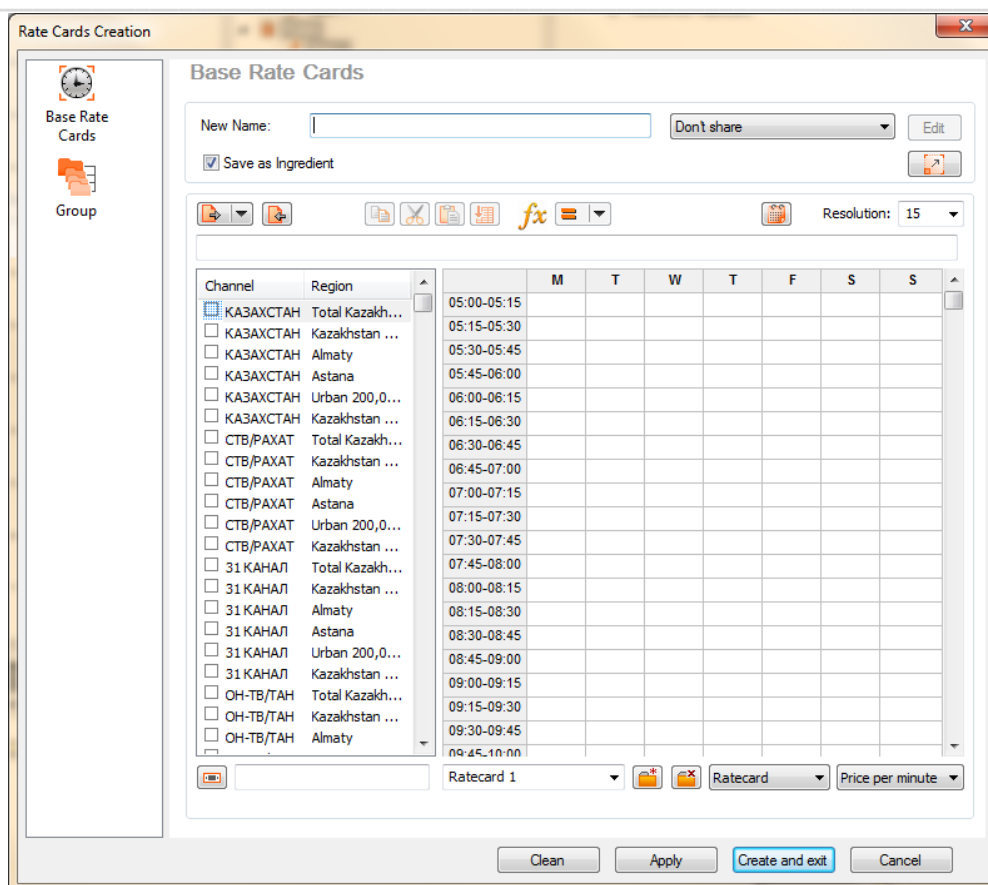
Plans	Title	GRP	Insertions	OTS	Cov%	Cont(000)	Cost	TypeCost	Budget
Plan 1	TOTAL	100,0	72	3,1	31,9	4551	.	Select Rate Car	14618
	KTK off prime	18,1	14	1,9	9,5	823	100	Ratecard	1379
	KTK prime	20,0	8	2,3	11,4	911	100	Ratecard	828
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ off prime	22,6	18	2,6	11,6	1027	100	C.Grp	2256
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ prime	21,8	8	3,0	11,3	994	100	C.Grp	2185
	НТК off prime	10,4	17	3,1	6,2	473	10	C.Thousands	4732
	НТК prime	7,1	7	3,1	4,9	324	10	C.Thousands	3238

Вкладка **Rate Cards** содержит информацию о ценах на поддержку рекламы для каждого канала и региона, другими словами - тарифную карту. В данной вкладке пользователь имеет возможность, как самостоятельно создавать тарифные карты каналов и экспортировать их, так и импортировать различные настройки тарифных карт.



Instar Analytics не имеет тарифных карт по умолчанию. Пользователь вводит стоимость рекламы, определенную расценками каналов в соответствующие временные диапазоны для соответствующих регионов, тем самым создавая базовые тарифные карты или группы тарифных карт (путем объединения разных тарифных карт).


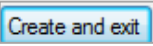
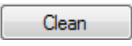
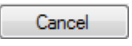
Чтобы создать тарифную карту, необходимо дважды кликнуть на **New**. Если необходимо создать тарифную карту для отображения только в текущем темплейте, то необходимо нажать на New в Temporary, созданные тарифные карты в Public доступны в остальных шаблонах. Откроется диалоговое окно **Rate Cards Creation**:




Существует возможность создать два типа тарифных карт:

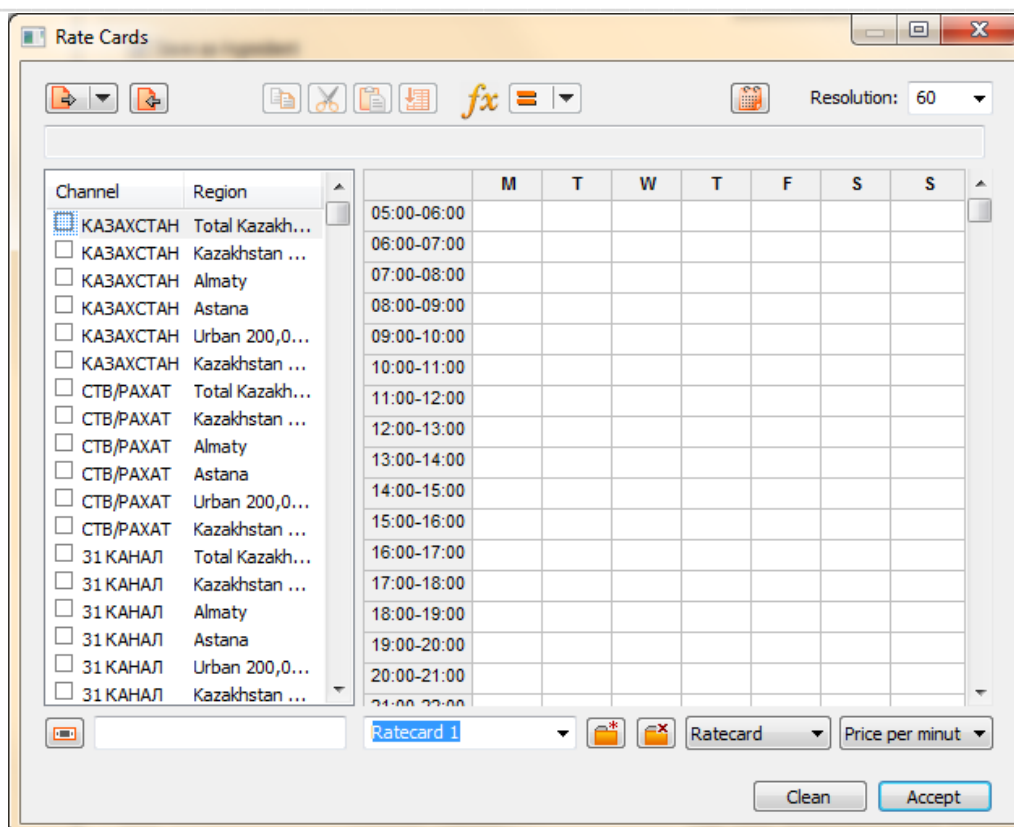
Base Rate Cards – данный параметр позволяет создать новые тарифные карты “Базовые тарифные карты”.

Group - параметр “Группа” позволяет создавать группы тарифных карт, путем группировки тарифных карт, уже настроенных в системе.



В поле **New Name** вводится название тарифной карты. Кнопка  позволяет применить введенные параметры,  - создает тарифную карту и выходит из диалогового окна,  - удаляет введенные значения,  - покидает диалоговое окно без создания тарифной карты. Галочка на **Save as Ingredient** активирует функцию, в которой можно задать условие, будет ли созданная тарифная карта доступна для всех пользователей (**Share with all**) или только для определенной группы пользователей (**Share with groups**). Выбор последней опции активирует кнопку **Edit**, которая открывает диалоговое окно “Groups” для выбора или отмены выбора групп пользователей, у которых должен быть общий доступ к созданной тарифной карте.

Base Rate Cards

Кнопка развернуть  в правом верхнем углу открывает диалоговое окно Rate Cards для создания новой тарифной карты:





В общей части диалогового окна отображаются конкретные параметры:

Кнопка “Экспорт”  открывает диалоговое окно для экспорта настроек тарифной карты или группы тарифных карт в виде файла * .trx в любой системный каталог. Сгенерированные файлы * .trx можно импортировать с помощью кнопки “Import” .

В списке слева отображаются все системные базовые комбинации для создания тарифных карт, дифференцированные в соответствии с географическими регионами покрытия.

Сетка справа отображает дни недели (столбцы), разделенные на временные интервалы (строки). Длина временных интервалов задается в раскрывающемся списке поля **Resolution** (от 1 минутой до 60 минут).

Выпадающие списки, которые отображаются в нижней части диалогового окна в центре, позволяют создавать разные тарифные карты, применимые к одной и той же базовой комбинации тарифной карты.

При нажатии на кнопку “New ratecard”  создаются новые тарифные карты (Ratecard1, Ratecard2 и т. д.), которые отображаются в раскрывающемся списке слева. Кнопка “Delete actual ratecard ”  удаляет выбранную тарифную карту из списка.

Выпадающий список справа от кнопки “Delete actual ratecard ” позволяет выбрать вариант создания тарифной карты:

Ratecard – создание тарифной карты путем введения стоимости минутного размещения.

C.Thousands – создание тарифной карты путем введения стоимости за тысячу контактов.

C.Grp - создание тарифной карты путем введения стоимости за GRP.

Grid (Ratecard) – извлечение минутной тарифной карты из базы данных (если в базе данных существует данный тип цены).

Grid (C.Thousands) – извлечение тарифной карты стоимости за тысячу контактов из базы данных (если в базе данных существует данный тип цены).

Grid (C.Grp) - извлечение тарифной карты стоимости за GRP из базы данных (если в базе данных существует данный тип цены).






В следующем раскрывающемся списке справа при извлечении тарифных карт выбирается соответствующий блок расчета стоимости рекламы:


Price per minute – цена за минуту.

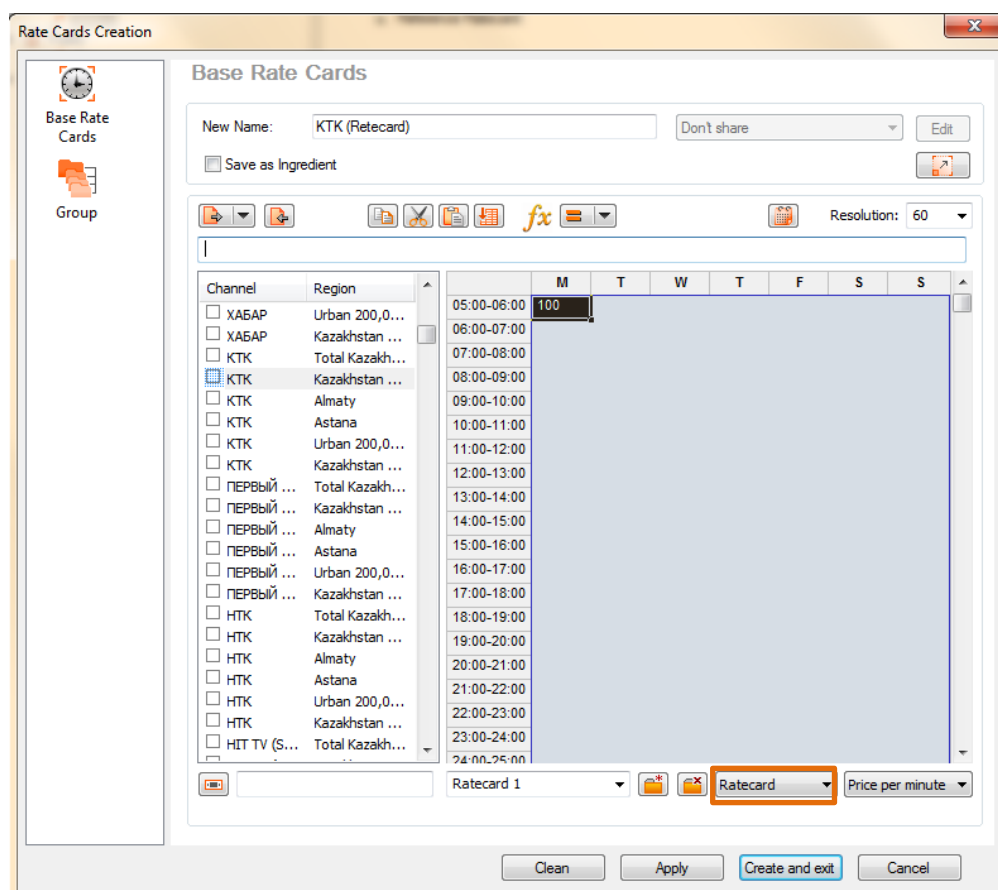
Price per GRP – цена за GRP.

Для создания тарифных карт необходимо:

- В списке слева выбрать базовую комбинацию для создания тарифных карт (канал и регион).
- В выпадающем списке внизу диалогового окна выбрать вариант создания тарифной карты (Ratecard, C.Thousands или C.Grp).
- В сетке справа ввести в соответствующих ячейках нужные значения.

С помощью кнопок      или идентичных команд выпадающего списка к ячейкам таблицы можно применить команды “копировать”, “вырезать”, “вставить”, “заполнить вниз”, а также ввести значение тарифной карты. После того, как это значение было введено, другие параметры в раскрывающемся списке позволяют выполнять ряд операций по отношению к данному значению (прибавление, вычитание, умножение, деление, уменьшение и увеличение на определенный процент).

Кнопка “Calendar visibility”  раскрывает календарь, где можно выбрать определенный период, для которого будет применяться тарифная карта.



Rate Cards Creation

Base Rate Cards

New Name: ПЛЕ (C.Grp) Don't share Edit

☐ Save as Ingredient

Resolution: 60

Channel	Region	M	T	W	T	F	S	S
<input type="checkbox"/> ОН-ТВ/ТАН	Astana	05:00-06:00	100					
<input type="checkbox"/> ОН-ТВ/ТАН	Urban 200,0...	06:00-07:00						
<input type="checkbox"/> ОН-ТВ/ТАН	Kazakhstan ...	07:00-08:00						
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Total Kazakh...	08:00-09:00						
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Kazakhstan ...	09:00-10:00						
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Almaty	10:00-11:00						
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Astana	11:00-12:00						
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Urban 200,0...	12:00-13:00						
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Kazakhstan ...	13:00-14:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Total Kazakh...	14:00-15:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Kazakhstan ...	15:00-16:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Almaty	16:00-17:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Astana	17:00-18:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Urban 200,0...	18:00-19:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Kazakhstan ...	19:00-20:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Total Kazakh...	20:00-21:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Kazakhstan ...	21:00-22:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Almaty	22:00-23:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Astana	23:00-24:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Urban 200,0...							
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Kazakhstan ...							

Ratecard 1 C.Grp Price per minute

Clean Apply Create and exit Cancel

Rate Cards Creation

Base Rate Cards

New Name: НТК (C.Thousands) Don't share Edit

☐ Save as Ingredient

Resolution: 60

Channel	Region	M	T	W	T	F	S	S
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Urban 200,0...	05:00-06:00	10					
<input type="checkbox"/> ХАБАР	Kazakhstan ...	06:00-07:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Total Kazakh...	07:00-08:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Kazakhstan ...	08:00-09:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Almaty	09:00-10:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Astana	10:00-11:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Urban 200,0...	11:00-12:00						
<input type="checkbox"/> КТК	Kazakhstan ...	12:00-13:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Total Kazakh...	13:00-14:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Kazakhstan ...	14:00-15:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Almaty	15:00-16:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Astana	16:00-17:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Urban 200,0...	17:00-18:00						
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ ...	Kazakhstan ...	18:00-19:00						
<input type="checkbox"/> НТК	Total Kazakh...	19:00-20:00						
<input type="checkbox"/> НТК	Kazakhstan ...	20:00-21:00						
<input type="checkbox"/> НТК	Almaty	21:00-22:00						
<input type="checkbox"/> НТК	Astana	22:00-23:00						
<input type="checkbox"/> НТК	Urban 200,0...	23:00-24:00						
<input type="checkbox"/> НТК	Kazakhstan ...							
<input type="checkbox"/> НТК TV (S...	Total Kazakh...							

Ratecard 1 C.Thousands Price per minute

Clean Apply Create and exit Cancel

Применить тарифную карту в отчете Planning можно с помощью команды выпадающего списка **Assign Ratecard**, выделив носитель и выбрав нужную тарифную карту.

Dates >>		23.08.2017-23.08.2017								
Plans	Title	GRP	Insertions	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	Cont(000)	Cost	TypeCost	Budget
Plan 1	<input checked="" type="checkbox"/> TOTAL	100,0	106	25,7	18,3	13,6	7177	.	Select Rate	0
	<input checked="" type="checkbox"/> КТК, Total Day	33,5	35	10,3	6,7	4,7	2404	0	Select Ra	0
	<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОПТ-КАЗ, Total D	46,5	35	21,5	15,3	11,3	3336	0	Select Rate C	0
	<input type="checkbox"/> НТК, Total Day	20,0	35	25,7	18,3	13,6	1437	0	Select Rate C	0

Ingredients Selection

Available:

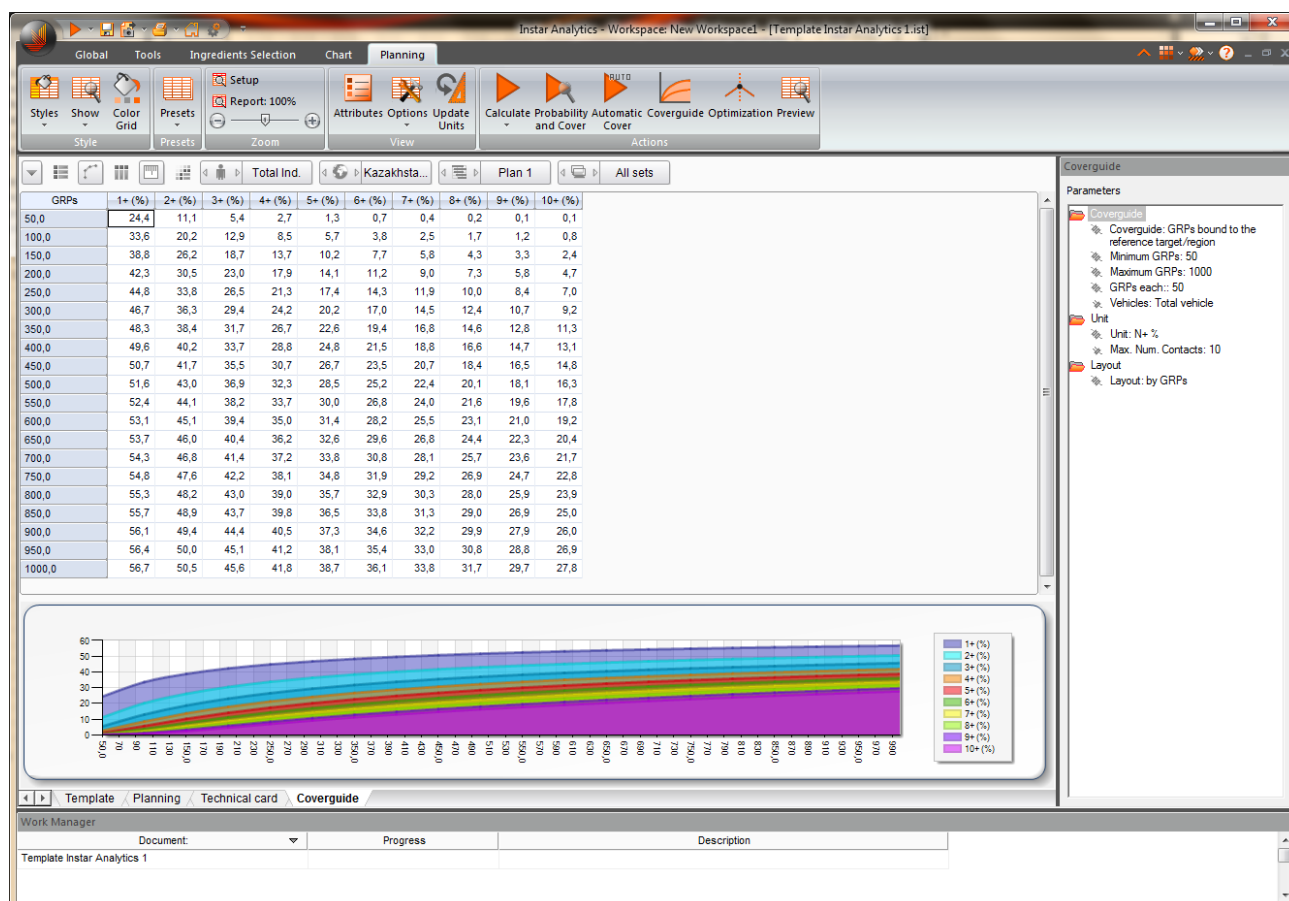
☒ Rate Cards

- ☒ КТК (Ratecard)
- ☐ НТК (C.Thousands)
- ☐ ПКЕ (C.Grp)

Dates >>		07.08.2017-13.08.2017								
Plans	Title	GRP	Insertions	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	Cont(000)	Cost	TypeCost	Budget
Plan 1	<input checked="" type="checkbox"/> TOTAL	51,6	49	24,6	11,5	5,6	3703	.	Select Rate	11788
	<input type="checkbox"/> КТК, Total Day	19,7	16	11,6	4,2	1,7	1415	.	Ratecard	1624
	<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВРАЗИЯ/ОПТ-КАЗ, Total Day	20,6	16	19,8	8,7	4,3	1477	.	C.Grp	2058
	<input type="checkbox"/> НТК, Total Day	11,3	16	24,6	11,5	5,6	811	.	C.Thousands	8107

2.2. Coverguide

На странице **Coverguide** отображается эволюция плана (охвата) в соответствии с ростом GRP в виде таблицы и графика, основанных на выбранных ингредиентах и произведенных расчетах при планировании. Другими словами, результаты отчета Coverguide всегда генерируются как вспомогательные данные в анализе планирования и представляют собой разработку плана с выбранными параметрами.



На странице отчета **Coverguide** имеются:

Панель инструментов Planning:

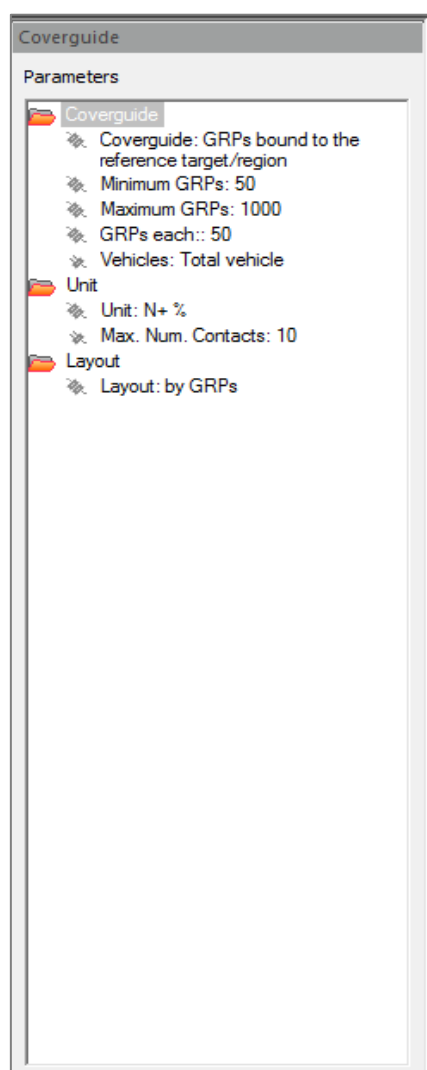


Верхняя панель (Top pane):



Панель Coverguide (Coverguide Toolbar):

Справа на странице находится панель **Coverguide**, в которой можно задать конкретные параметры для расчета охвата относительно роста GRP.



Coverguide:

Параметр **Coverguide** по умолчанию установлен на опции “GRPs bound to the reference target/region”. Двойной щелчок по этому параметру открывает всплывающий список, из которого вы можно выбрать альтернативный вариант “GRPs set by target scale and liased to reference region”.

Minimum GRPs – двойной щелчок по опции открывает диалоговое окно, в котором устанавливается минимальное (стартовое) значение GRP для расчета охвата.

Maximum GRPs – двойной щелчок по опции открывает диалоговое окно, в котором устанавливается максимальное (может быть больше реально набранного) значение GRP для расчета охвата.

GRPs each – шаг прироста GRP.

Vehicles – раскрывающий список опции позволяет выбрать вид носителя, по которому будут отображаться данные в тотальных показателях отчета:

Total vehicle – таблица и график будут отображать общую информацию по всем носителям.

Total vehicle by day – если в отчете Planning осуществлена разбивка по дням, то данный параметр позволяет отобразить данные по каждому дню периода отдельно.

All the vehicles – позволяет отобразить данные по каждому носителю.

Unit:

Unit – двойной щелчок по опции позволяет выбрать конкретный блок для выполнения расчета.

Max - открывает диалоговое окно, позволяющее установить максимальное количество контактов.

Layout – позволяет отобразить эволюцию плана относительно GRP или периода.

Сетка данных (Coverguide data grid):

После того, как были выполнены расчеты на основе ингредиентов, выбранных в шаблоне, и после того, как было сделано распределение ингредиентов, статистик и атрибутов при помощи панели Coverguide и верхней панели (Top pane) в центре страницы в сетке данных отобразится информация об охвате относительно роста GRP .

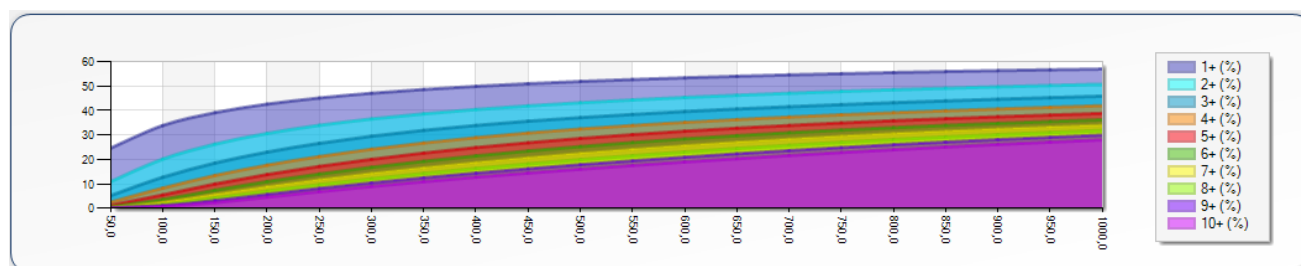
GRPs	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)
50,0	24,6	10,9	5,2	2,6	1,3	0,7	0,4	0,3	0,2	0,2
100,0	33,9	20,2	12,7	8,3	5,5	3,7	2,5	1,7	1,2	0,8
150,0	39,1	26,3	18,5	13,5	10,0	7,5	5,7	4,3	3,2	2,4
200,0	42,6	30,7	23,0	17,7	13,9	11,0	8,8	7,1	5,7	4,6
250,0	45,1	34,0	26,6	21,2	17,2	14,1	11,7	9,8	8,2	6,9
300,0	47,1	36,6	29,5	24,2	20,1	16,8	14,2	12,2	10,5	9,0
350,0	48,6	38,7	31,9	26,8	22,6	19,3	16,6	14,4	12,5	11,0
400,0	49,9	40,4	33,9	29,0	24,9	21,5	18,7	16,4	14,4	12,8
450,0	51,0	41,9	35,6	30,8	26,9	23,5	20,6	18,2	16,2	14,5
500,0	51,9	43,2	37,1	32,5	28,6	25,3	22,4	20,0	17,9	16,1
550,0	52,7	44,3	38,4	33,9	30,2	26,9	24,1	21,6	19,4	17,6
600,0	53,4	45,3	39,6	35,2	31,6	28,4	25,6	23,1	20,9	19,0
650,0	54,0	46,2	40,6	36,3	32,8	29,8	27,0	24,5	22,3	20,4
700,0	54,6	47,1	41,6	37,3	33,9	31,0	28,3	25,8	23,6	21,7
750,0	55,1	47,8	42,4	38,3	34,9	32,0	29,5	27,1	24,9	22,9
800,0	55,5	48,5	43,2	39,1	35,8	33,0	30,5	28,2	26,0	24,0
850,0	55,9	49,1	43,9	39,9	36,7	33,9	31,5	29,2	27,1	25,1
900,0	56,3	49,7	44,6	40,6	37,5	34,8	32,4	30,2	28,1	26,2
950,0	56,7	50,2	45,3	41,3	38,2	35,5	33,2	31,1	29,0	27,1
1000,0	57,0	50,7	45,9	42,0	38,8	36,2	34,0	31,9	29,9	28,1

По умолчанию в столбце GRPs распределяются значения GRP, согласно осуществленным настройкам в панели Coverguide, а в верхней строке – статистики охвата N+%.

Щелчок правой кнопкой мыши на ячейке с содержимым (ячейке данных, заголовке строк или столбцов) вызывает всплывающее меню, которое содержит функции, описанные в предыдущем параграфе.

График (Planning Graphic)

Результат вычислений также включает в себя график, находящийся в нижней ее части. График сгенерирован на основе данных, отображаемых в таблице выше.



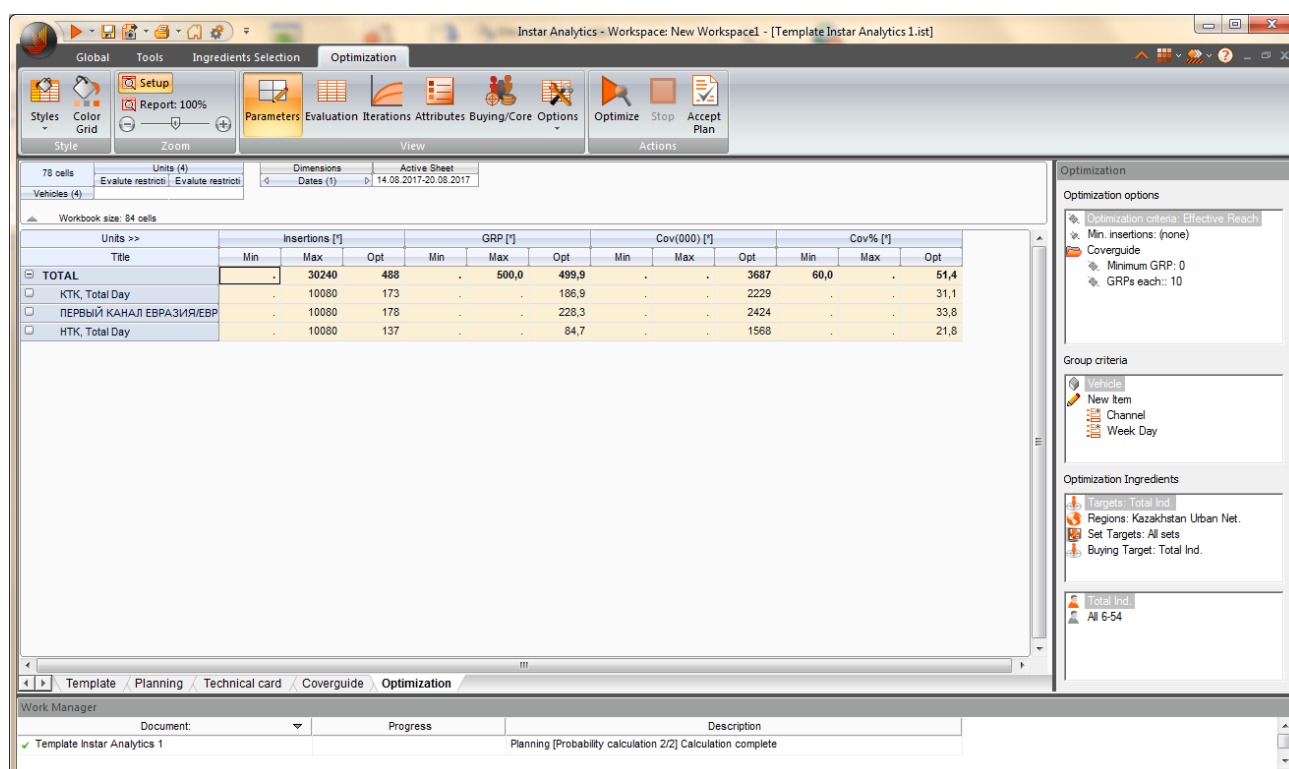
Используя на панели инструментов **Chart** различные кнопки, описанные ранее, пользователь может выполнить набор действий, связанных с изображением графика.

При нажатии правой кнопкой мыши на графике, появляется всплывающее меню с опциями, очень похожими на опции панели инструментов Chart и на опции всплывающего меню.

2.3. Optimization

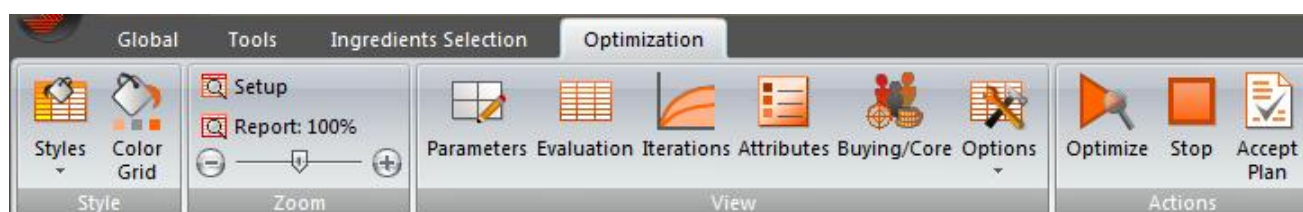
Основываясь на результатах, полученных после расчета отчета “Panning” и/или “Coverguide”, у ПО Instar Analytics существует опция, позволяющая оптимизировать план - максимизировать определенную цифру (обычно это охват или эффективный охват). Модуль оптимизации использует алгоритм, который пытается распределить выходы для разных носителей так, чтобы получить оптимальный результат. Как правило, условием планирования является достижение максимального охвата при ограниченных параметрах GRP или Insertions.

Вводя ограничения в ячейках максимального и/или минимального показателя Insertions, GRP, Cov(000) и/или Cov%, после расчета оптимизации, на странице **Optimization** отобразятся результаты вычисления.



На странице отчета **Optimization** имеются:

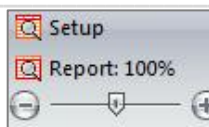
Панель инструментов Optimization:



Styles – раскрывает список со стилями отображения результата расчета. Каждому стилю соответствует определенный цвет фона ячейки, дизайн линии разделения и шрифт.



Color Grid – позволяет менять дизайн заливки ячеек. Цветовая гамма настраивается с помощью опции Color во вкладке Units.



Zoom: Скользящий контроль позволяет увеличить/уменьшить разрешение шрифта на экране; **Setup** - увеличивает/уменьшает размер вида в шапке макета; **Report** - открывает диалоговое окно масштабирования, в котором можно задать конкретное значение масштабирования от 15 до 200%.



Parameters – отображает сетку данных таким образом, чтобы была возможность вводить числовые значения для выполнения соответствующих вычислений.

Units >>		Insertions [°]			GRP [°]			Cov(000) [°]			Cov% [°]		
Title		Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt
TOTAL			30240	488		500,0	499,9			3687	60,0		51,4
КТК, Total Day			10080	173			186,9			2229			31,1
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВР			10080	178			228,3			2424			33,8
НТК, Total Day			10080	137			84,7			1568			21,8

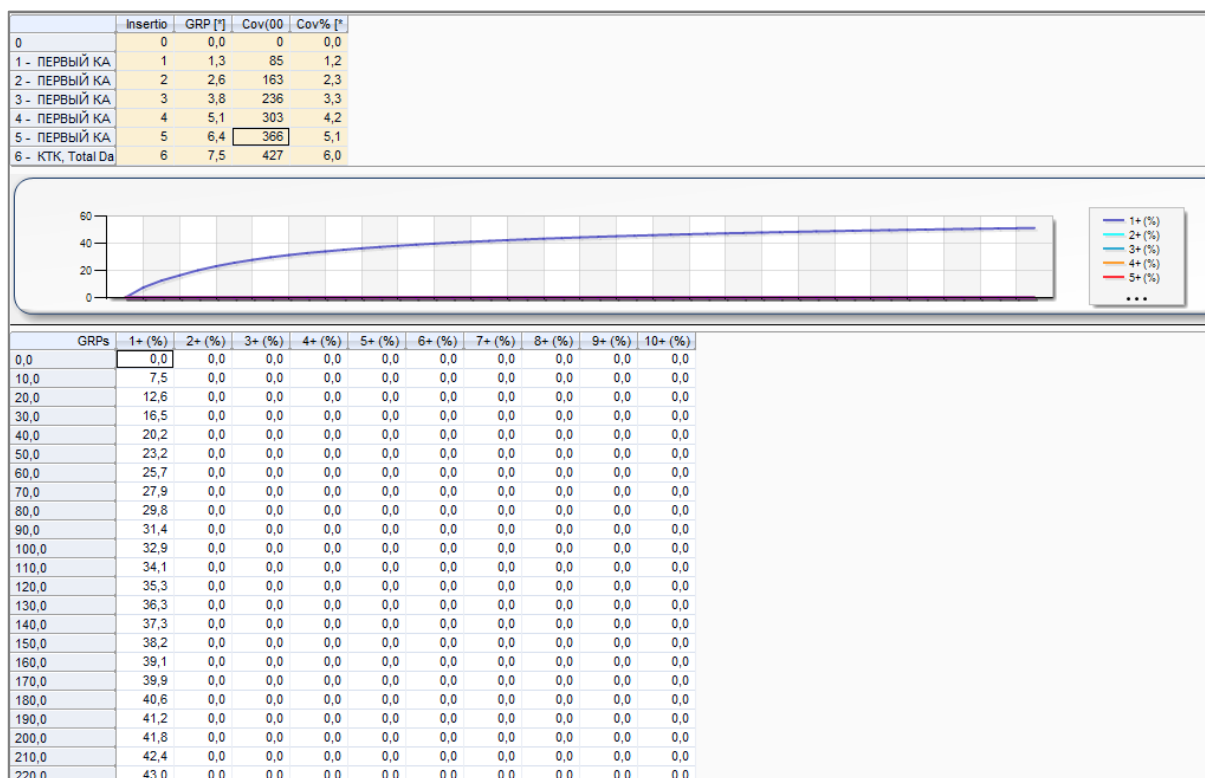


Evaluation – отображает эволюцию плана.

Title	Insertion	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)	Rtg%	OTS	GRP
TOTAL	488	51,4	42,7	36,6	32,0	28,1	24,8	22,1	19,8	17,8	16,2	0,994	3,9	499,9
КТК, Total D	173	31,1	22,8	17,5	13,8	11,3	9,5	8,1	6,9	6,0	5,3	1,081	2,3	186,9
ПЕРВЫЙ КА	178	45,2	36,6	30,8	26,5	23,1	20,3	18,0	16,2	14,6	13,4	1,283	3,5	228,3
НТК, Total D	137	51,4	42,7	36,6	32,0	28,1	24,8	22,1	19,8	17,8	16,2	0,618	3,9	84,7



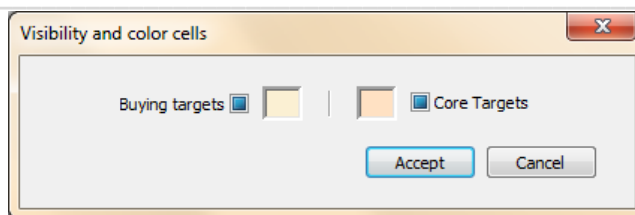
Iterations – сетка данных и график отображают поэтапную эволюцию результата оптимизации, выполненной на основе введенных значений.



Attributes - выводит список доступных атрибутов носителей.



Buying/Core – открывает диалоговое окно, в котором существует возможность контролировать отображение данных и цветовую заливку в таблице отчета для Buying Target (баинговой аудитории канала) и Core Target (конкретной целевой аудитории).



Units >>	Insertions [']			GRP [']			Cov(000)			Cov%		
Title	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt
<input checked="" type="checkbox"/> TOTAL	.	60480	500	.	500,0	499,6	.	.	2452	.	.	54,0
<input type="checkbox"/> КТК, Total Day	.	20160	194	.	.	231,4	.	.	1702	.	.	37,5
<input type="checkbox"/> ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВР	.	20160	118	.	.	153,3	.	.	1512	.	.	33,3
<input type="checkbox"/> НТК, Total Day	.	20160	188	.	.	114,9	.	.	1159	.	.	25,5



Options - раскрывает список с опциями:



Coverguide Contacts – эта опция активна только после выбора вида отчета Interactions. При нажатии кнопки, открывается диалоговое окно, в котором существует возможность выбрать нужное N +% контактов для отображения в сетке данных.



Toolbar – отображает/скрывает на странице панель инструментов “Optimization options”, находящуюся справа.



Optimize - вычисляет настроенный процесс оптимизации.



Stop - останавливает текущий процесс оптимизации.




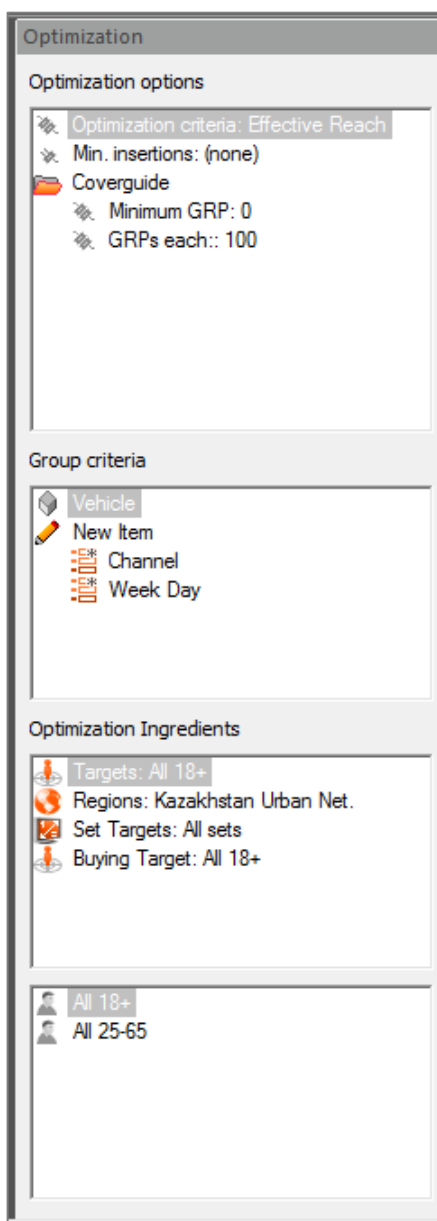
Accept - открывает диалоговое окно, в котором можно принять или дать имя плану, рассчитанному в настоящее время на странице Optimization, после применения оптимизированный план отображается на странице Planning.

Верхняя панель (Top pane):



Панель Optimization (Optimization Toolbar):

Справа на странице находится панель **Optimization**, в которой можно задать конкретные параметры для выполнения вычислений оптимизации. Панель Optimization можно поочередно отображать и скрывать при помощи кнопки Toolbar , находящейся в Options на верхней панели инструментов Optimization.



Optimization options – в данном поле пользователь может указать конкретные параметры для проведения оптимизационных вычислений.

Optimization criteria – двойной щелчок по опции открывает диалоговое окно, где существует возможность установить целевую функцию, которую необходимо максимизировать в процессе оптимизации:

- GRP's;
- GRPs/Budget
- Reach
- Reach/Budget
- Effective Reach
- Effective Reach/Budget
- Coverage (Core Target)
- Coverage (Core Target) / Budget (Core Target)
- Effective Coverage (Core Target)
- Effective Coverage (Core Target) / Budget (Core Target)
- Coverage (Core Target) / Budget (Buying Target)
- Effective Coverage (Core Target) / Budget (Buying Target)

Min.insertions – позволяет выбрать один из планов, созданных на странице Planning, как минимальное значение для выполнения оптимизации.

Minimum GRPs – двойной щелчок по опции открывает диалоговое окно, в котором устанавливается минимальное (стартовое) значение GRP.

GRPs each – шаг оптимизации. Количество GRP, которое будет приписываться носителю на каждом шаге (итерации) процедуры оптимизации. Чем меньше значение, тем предельно точным будет процесс оптимизации, но займет больше времени.

Group criteria - в данном поле показаны основные компоненты для распределения данных оптимизации в сетке, позволяющие группировать носители по каналу или по дням недели

Optimization Ingredients – данная панель позволяет выбрать различные целевые группы, регионы и платформы для расчета оптимизации.

В верхней части поля Optimization Ingredients отображаются ингредиенты, выбранные в шаблонах первыми. При нажатии на любой ингредиент в нижней части поля отображается список всех параметров данного ингредиента, выбранных в шаблоне. Выбор параметра в нижней части может быть выполнен путем перетаскивания его в верхнюю часть поля или двойным щелчком. Используя опции Targets и Buying Target, пользователь имеет возможность оптимизировать охват конкретной целевой аудитории (Target), покупая GRP аудитории канала (Buyer Target).

Результаты оптимизации

Результаты оптимизации могут быть представлены в трех вариантах. Выбор необходимого варианта осуществляется с помощью кнопок верхней панели инструментов Optimization: **Parameters view**, **Evaluation view** и **Iterations View**.

Сетка данных в представлении Parameters (Parameters view data grid):

После того, как были выполнены вычисления на основе ингредиентов, выбранных в шаблоне, и после того, как было сделано распределение ингредиентов, статистик и атрибутов при помощи верхней панели в центре странице отображается сетка данных.

Units >>		Insertions [']			GRP [']			Cov(000)			Cov%		
Title		Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt
TOTAL	
KTK, Total Day	
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВР	
HTK, Total Day	

В этой сетке, в ячейках, соответствующих максимальному и/или минимальному значению статистик, пользователь может ввести данные для расчета оптимизации, которые он желает установить. В качестве дополнительного метода ввода данных при двойном нажатии на ячейку открывается диалоговое окно, в котором можно ввести нужное значение. После того, как были введены минимальные и/или максимальные значения необходимо выполнить расчет. На основании значения, соответствующего одному модулю, рассчитываются значения для других единиц и их оптимальные значения (Opt).

Units >>		Insertions [']			GRP [']			Cov(000)			Cov%		
Title		Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt
TOTAL		.	30240	547	.	500,0	500,0	.	.	2356	.	.	51,7
KTK, Total Day		.	10080	155	.	.	173,5	.	.	1363	.	.	29,9
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРАЗИЯ/ЕВР		.	10080	138	.	.	180,7	.	.	1450	.	.	31,8
HTK, Total Day		.	10080	254	.	.	145,8	.	.	1204	.	.	26,4

Панель инструментов Optimization, справа от сетки данных, также позволяет определять различные варианты просмотра оптимизации.

Сетка данных в представлении Evaluation (Evaluation view data grid):

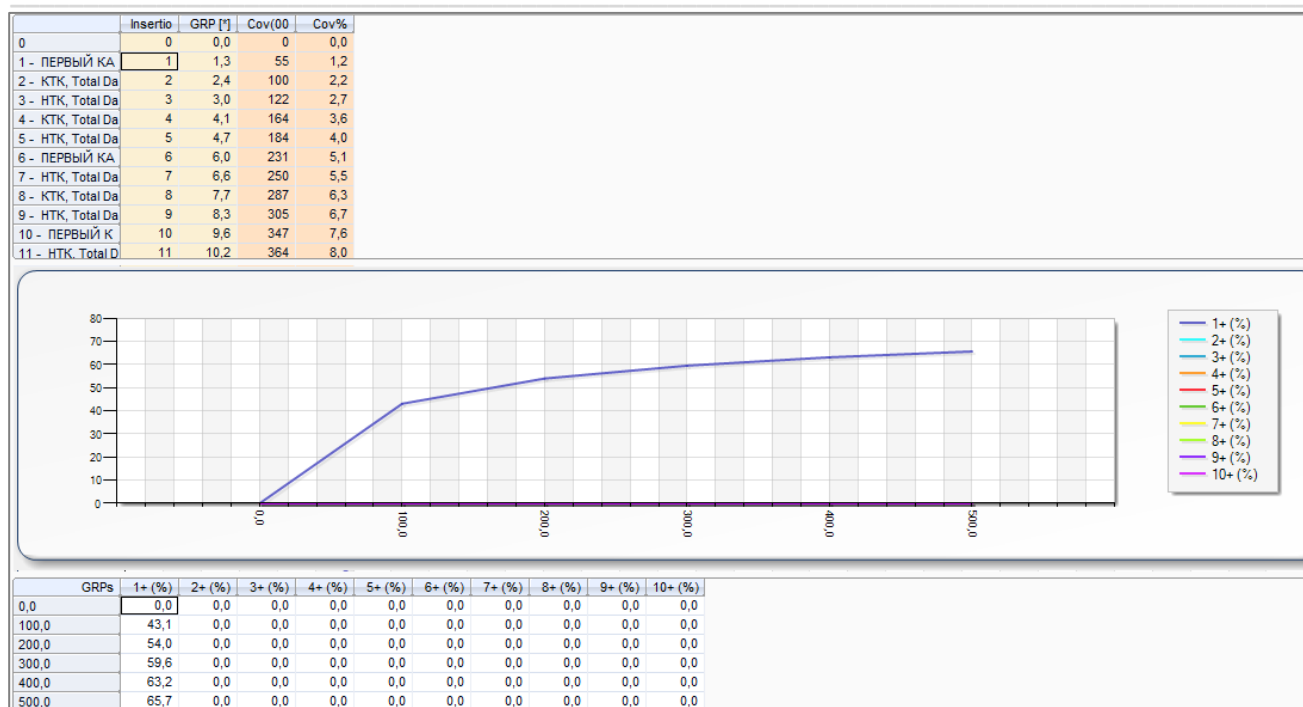
После выполнения вычислений основанных на значениях, введенных в ячейках сетки данных в представлении Parameters, результаты оптимизации **Evaluation** отображаются в виде нового оптимизированного плана, имеющий такой же макет, как и на странице Planning.

Title	Insertion	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)	Rtg%	OTS	GRP
TOTAL	547	51,1	42,5	36,6	32,2	28,7	25,7	23,0	20,6	18,5	16,6	1,001	2,0	500,0
KTK, Total Day	155	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,119	0,0	173,5
ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВ	138	42,8	34,0	28,2	24,1	20,8	18,2	16,1	14,4	12,9	11,6	1,310	1,9	180,7
HTK, Total Day	254	51,1	42,5	36,6	32,2	28,7	25,7	23,0	20,6	18,5	16,6	0,574	2,0	145,8

Панель инструментов Optimization, справа от сетки данных, также позволяет определять различные варианты просмотра оптимизации.

Сетка данных в представлении Interactions (Interactions view data grid):

После выполнения вычислений, основанных на значениях, введенных в ячейках в представлении Parameters, и указанных параметрах оптимизации на панели Optimization справа, в представлении **Interactions** в центре странице отображается сетка данных с итерациями, график и таблица покрытия для 1+%.



Щелчок правой кнопкой мыши на графике отображает всплывающее меню с параметрами его настройки.

2.4. Vehicles creation

Отчет **Vehicles creation** - это вспомогательный отчет при планировании, который позволяет создавать временные интервалы на основе выбранных программ или рекламных сообщений.

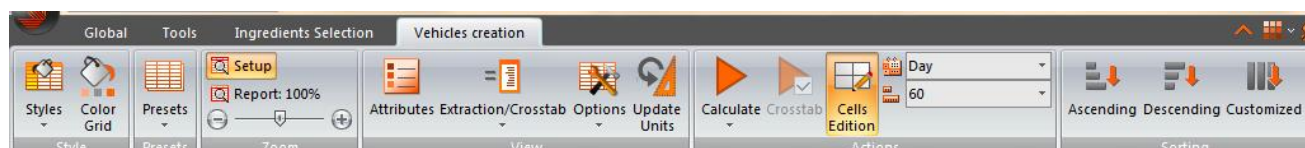
После выбора ингредиентов в шаблоне (период, каналы, целевые группы и т.д.), выбора типа расчета (программы или реклама), установки условий отбора программ или рекламных сообщений во вкладках Programs или Spots, результаты вычислений на странице **Vehicles creation** отображаются в виде двух таблиц, которые будут использоваться для создания носителей. Таблица слева – комбинация временных интервалов, дат и каналов. Таблица справа - список программ или рекламных сообщений, удовлетворяющий условию отбора.

Time Interval	14.08.20	15.08.20	16.08.20	17.08.20	18.08.20	19.08.20
05:00 - 06:00	1	2	1	1	1	1
06:00 - 07:00	1	2	2	2	2	2
07:00 - 08:00	5	6	7	6	6	5
08:00 - 09:00	6	7	6	6	7	7
09:00 - 10:00	8	7	7	7	8	9
10:00 - 11:00	4	7	6	6	6	5
11:00 - 12:00	4	5	5	5	6	5
12:00 - 13:00	7	7	8	8	7	7
13:00 - 14:00	5	5	6	5	7	5
14:00 - 15:00	5	5	6	5	5	8
15:00 - 16:00	10	9	8	10	9	6
16:00 - 17:00	5	6	6	7	6	6
17:00 - 18:00	10	9	9	9	9	5
18:00 - 19:00	5	5	5	5	5	8
19:00 - 20:00	6	5	5	6	5	4
20:00 - 21:00	9	10	12	9	12	4
21:00 - 22:00	5	5	5	5	6	6
22:00 - 23:00	7	7	8	7	6	4
23:00 - 24:00	5	5	7	8	7	5
24:00 - 25:00	1	1	1	1	1	5
25:00 - 26:00	2	2	3	2	2	2
26:00 - 27:00	2	2	1	2	1	1
27:00 - 28:00	1	2	3	2	3	2
28:00 - 29:00	3	3	2	3	2	3

Title	Rtg%	Rtg(000)
Перерыв	0,000	0
Межпрограммные заставки	0,085	5
Гимн (каз)	0,085	5
Кабатов (каз)	0,396	23
Внутренний рекламный блок 1 (0,443	26
Внутренний блок анонсов	0,725	42
"Ер жигит пен ерке сулу" т/сери	0,447	26
Внутренний рекламный блок 1 (0,407	24
Внутренний блок анонсов	0,425	25
Внутренний блок анонсов	0,554	32
Внутренний блок анонсов	0,529	31
Внутренний блок анонсов	0,439	26
Ауа райлы на канале КТК (каз)	0,273	16
Внутренний рекламный блок 1 (0,273	16
"Женщина в беде 2" т/сериал	1,116	65
Внутренний рекламный блок 1 (0,417	24
Внутренний блок анонсов	0,296	17
Внутренний рекламный блок 2 (0,214	13
Внутренний рекламный блок 3 (1,013	59
Внутренний рекламный блок 4 (1,512	89
Внутренний рекламный блок 5 (1,239	73
Внутренний рекламный блок 6 (1,415	83
Внутренний рекламный блок 7 (1,460	86
Внутренний рекламный блок 8 (1,226	72

На странице **Vehicles creation** имеются:

Панель инструментов Vehicles creation:



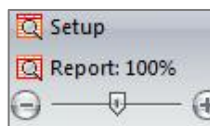
Styles – раскрывает список со стилями отображения результата расчета. Каждому стилю соответствует определенный цвет фона ячейки, дизайн линии разделения и шрифт.



Color Grid – позволяет менять дизайн заливки ячеек. Цветовая гамма настраивается с помощью опции Color во вкладке Units.



Presets - позволяет создавать/удалять определенные шаблоны конфигурации сетки отображения отчетов.



Zoom: Скользящий контроль позволяет увеличить/уменьшить разрешение шрифта на экране; **Setup** - увеличивает/уменьшает размер вида в шапке макета; **Report** - открывает диалоговое окно масштабирования, в котором можно задать конкретное значение масштабирования от 15 до 200%.



Attributes - выводит список доступных атрибутов носителей.



Extraction/Crosstab - раскрывает список с двумя опциями, в котором пользователь может выбрать вариант отображения результатов вычисления:



Extraction – отображение результатов вычисления по умолчанию.



Crosstab – при выборе данной опции на странице **Vehicles creation** открывается панель инструментов **Crosstab**.



Options - раскрывает список с опциями:



Selected Vehicles – отображает только те ячейки, которые были выделены в правой таблице на странице отчета. Повторное нажатие раскрывает скрытые строки.



Toolbar – отображает/скрывает на странице панель инструментов “Crosstab”, находящуюся справа.



Update Units - обновляет количество знаков после запятой, цветовую заливку ячеек без необходимости запуска пересчета.



Calculate – кнопка запуска расчета, а также раскрывает список с опциями:



Calculate – кнопка запуска расчета.



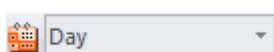
Initialize – удаляет содержимое отчета, после того, как были проведены расчеты.



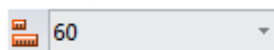
Crosstab – кнопки запуска расчета кросс-таблицы.



Cells Edition – включает/отключает режим выбора последующих ячеек с учетом уже выделенных.



Dates division – раскрывает выпадающий список, в котором существует возможность выбрать вариант временного распределения результатов левой таблицы (по дням, неделям, месяцам и по дням недели).



Timebands resolution – раскрывает выпадающий список, в котором существует возможность выбрать вариант временного распределения результатов левой таблицы по минутным долям.



Ascending – сортирует результаты расчета в соответствии с условиями (A-Z или 0-9) по выбранному столбцу.



Descending – сортирует результаты расчета в соответствии с условиями (Z-A или 9-0) по выбранному столбцу.



Customized – сложная сортировка. Отрывает диалоговое окно, в котором выставляются условия сортировки.

Верхняя панель (Top pane):

Верхняя панель отвечает за распределение элементов двух сеток данных.

48080 cells	Channels (4)	Dimensions	Active	9489 cells	Units (2)	Dimensions	Active Sheet
Vehicles (1440)	Dates (8)	Dates (8)		Vehicles (3162)		Targets (2)	All 18+
						Regions (1)	Kazakhstan Urb
						Sets (1)	All sets

Workbook size: 12648 cells

Панель слева отвечает за текущий макет сетки данных в левой части, отображающей информацию о периодах времени, датах и каналах.

Панель справа отвечает за распределение компонентов сетки данных в правой области, носящую информацию о конкретных программах или рекламных сообщениях в зависимости от выбранного типа отчета, статистиках расчета и других ингредиентах, выбранных для анализа (о целевых группах, регионах, и т. д.)

Сетка данных (Data grid)

После того, как были выполнены вычисления на основе отобранных в шаблоне ингредиентов и выбранного типа отчета, результаты вычислений отображаются в виде двух таблиц.

Channels >>	КТК						Total >>	Total	Total		14.08.2017		15.08.2017		16.08.2017		17.08.2017		18.08.2017			
	14.08.20	15.08.20	16.08.20	17.08.20	18.08.20	19.08.20			Date >>													
Total									Spot Name	Rtg%	Rtg(000)	Rtg%	Rtg(000)	Rtg%	Rtg(000)	Rtg%	Rtg(000)	Rtg%	Rtg(000)	Rtg%	Rtg(000)	Rtg%
Total							МЕМЛЕКЕТТИК БИЛИМ БЕ	1,168	68	1,067	63	1,018	60	1,196	70	1,258	74	1,072				
							Анонсы передач и фильмо	0,725	42	0,725	42											
							АВДИ магазин канцелярски	0,783	46	0,407	24											
							АР ШАНЫРАККА БЕРЕКЕ М	0,407	24	0,407	24											
							ДЕТИ В РИТМЕ МИРА-2017	1,366	80	0,546	32	0,000	0	2,000	117	3,143	184					
							Анонсы передач и фильмо	0,407	24	0,407	24											
							Анонсы передач и фильмо	0,489	29	0,489	29											
							Анонсы передач и фильмо	0,616	36	0,616	36											
							Анонсы передач и фильмо	0,325	19	0,325	19											
							GORILLA энергетический н	0,622	36	0,622	36											
							GORILLA энергетический н	0,622	36	0,622	36											
							МОСКОВСКАЯ ПИВОВАРЕ	0,740	43	0,740	43											
							АВДИ магазин канцелярски	1,279	75	0,417	24									2,141		
							СОЮЗ МЕХА выставка (17	1,484	87	1,240	73	1,557	91	1,654	97	1,829	107	1,448				
							STAR OF ASIA ALMATY фе	0,953	56	0,804	47	0,991	58	1,079	63	1,441	84	0,928				
							ФОНД ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕ	1,164	68	0,796	47	0,934	55	1,047	61	1,858	109	1,408				
							Анонсы передач и фильмо	0,713	42	0,296	17			1,129	66							
							OPPO F3 смартфон (КАЗ)	0,877	51	0,704	41	0,681	40	0,732	43	1,230	72	0,619				
							ЧИСТАЯ ЛИНИЯ ФИТОТЕР	1,122	66	1,071	63	1,051	62	1,340	79	1,142	67	1,142				
							МАГНАТ МАРК ДЕ ШАМПА	1,057	62	0,939	55	0,913	53	1,214	71	1,095	64	1,013				
							SULPAK ELECTRONICS мага	1,353	79	1,834	108									1,188		
							НОРМОВАКТ L лекарство о	1,813	106	2,058	121	1,639	96	1,755	103	2,763	162	0,678				
							ДЖИНН семечки (серт) Зн	0,930	55	0,305	18	0,910	53	1,007	59	1,344	79	0,220				
							VANISH средство для ков	1,051	62	1,051	62											
							SNICKERS шоколадный бат	1,775	104	1,254	73	1,440	84	1,931	113	2,128	125	1,728				
							СОФЬЯ крем (КАЗ) тауар	0,586	34	0,154	9					1,425	84	0,178				
							ОТРИВИН сред-во от насм	0,802	47	1,319	77	0,660	39	0,397	23	0,897	53	0,654				
							JACOBS MONARCH кофе (т	1,584	93	0,834	49	1,889	111	1,001	59	1,496	88	1,883				
							VEET SKIN & FRESH крем д	0,976	57	0,743	44	0,989	58	0,539	32	1,233	72	0,736				
							MAGGI НА ВТОРОЕ ДЛЯ НЕ	1,165	68	0,961	56	1,104	65	1,465	86	1,055	62	1,129				
							ALWAYS ULTRA прокладки	1,287	75	1,181	69	0,924	54	1,385	81							
							SYOSS SALON PLEX шамп	1,385	81	1,437	84	1,278	75	1,116	65	1,603	94	0,774				
							ДЖИНН семечки (КАЗ) та	0,728	43	0,484	28	0,400	23	0,618	36	0,340	20	0,800				

Сетка данных слева содержит информацию о количестве программ/рекламных сообщений во временных интервалах, установленного периода на выбранных каналах в соответствии с разбивкой, определенной при помощи опций панели инструментов Vehicles creation (Dates division и Timebands resolution) и в соответствии с макетом левой верхней панели (Top pane).

Сетка данных справа содержит информацию о конкретных программах или рекламных сообщениях (в зависимости от выбранного типа отчета), основанную на выбранных статистиках и других ингредиентах, отобранных в шаблоне, и в соответствии с макетом верхней панели и выбранным при помощи опции Extraction/Crosstab видом отображения отчета. Exptaction – данный вид отображения позволяет увидеть информацию по каждому выходу программы или рекламного сообщения, Crosstab – отображает обобщенную информацию по программам или рекламам.

Для создания носителей необходимо выбрать ячейки в сетке данных слева, соответствующие нужной комбинации канала, даты и времени, или выделить в сетке данных справа программы или рекламные сообщения. Каждую ячейку можно выделить отдельно или выбрать несколько ячеек, удерживая клавишу Ctrl. В нажатом состоянии опция Cells Edition на панели инструментов Vehicles creation позволяет также выделить несколько ячеек сразу. Выбранные ячейки окрашиваются синим цветом.

При выборе ячейки в таблице слева, соответствующие данной комбинации ячейки в правой таблице окрашиваются в голубой цвет. Щелчок правой кнопкой мыши на сетке данных справа и выбор команды **Select marked** отмечают данные выделенные ячейки ярко-синим цветом, тем самым определяя выбранные программы или рекламные сообщения в качестве носителей. Ячейки с программами или рекламными сообщениями могут быть выделены непосредственно в поле справа без необходимости выбора соответствующих ячеек в левой сетке данных.

Опция **Delete grid contents**, которая появляется при нажатии правой кнопкой мыши на любой из двух сеток данных, позволяет отменить выделение отмеченных ячеек.

Опция **Update Units** того же всплывающего меню обновляет количество знаков после запятой в расчетных статистиках без запуска перерасчета.

После того, как были выбраны необходимые ячейки, опция всплывающего меню **New vehicle** открывает одноименное диалоговое окно для создания носителей.

Creation of timebands

New vehicle...

New Name: Don't share

☒ Save as Ingredient

Days: Use dates

Composition:

☒ Replace channels

☒ Divide by channel Channels... 31 КАНАЛ, КТК, ПЕРВЫЙ КАНАЛ

Rounding:

Preview

Ауа райы на канале КТК (каз), 31 КАНАЛ, 27.02.2(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), КТК, 27.02.2017 0(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРА(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), НТК, 27.02.2017 0(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), 31 КАНАЛ, 27.02.2(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), КТК, 27.02.2017 1(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРА(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), НТК, 27.02.2017 1(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), 31 КАНАЛ, 27.02.2(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), КТК, 27.02.2017 2(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), ПЕРВЫЙ КАНАЛ ЕВРА(1)
Ауа райы на канале КТК (каз), НТК, 27.02.2017 2(1)

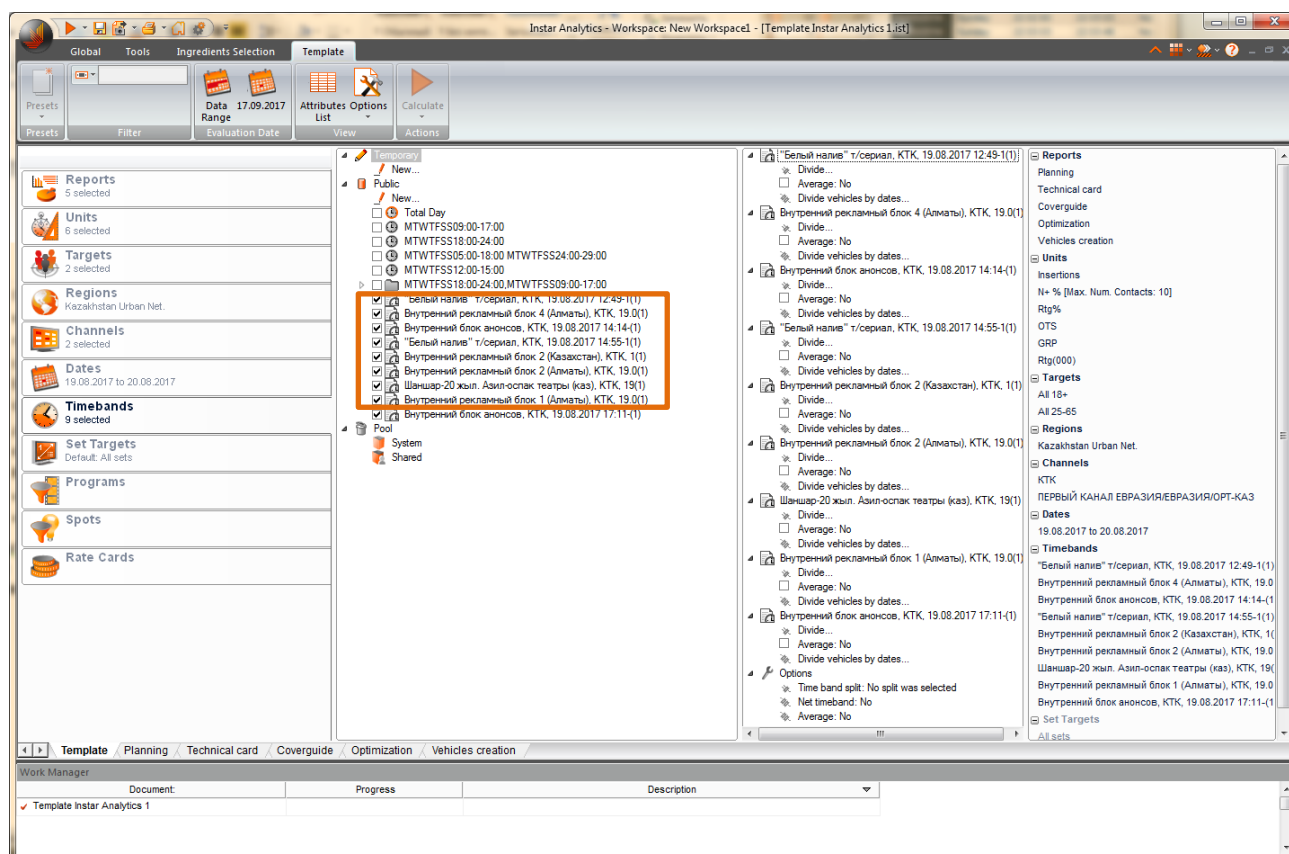
Где, в разделе **Days** устанавливаются параметры привязки создаваемого носителя к конкретным дням календаря или к дням недели.

При выборе нескольких программ или рекламных сообщений, в разделе **Composition** можно выбрать варианты создания носителя: **Unify timebands** - временные интервалы выходов программ/рекламных сообщений будут объединены в один; **Create different vehicles** – будут созданы носители по временным интервалам для каждой программы/рекламного сообщения. Варианты отбора будут отражаться в поле **Preview**.

Флажок на **Replace channels** активирует кнопку **Channels**, где пользователь может добавить другой канал/каналы в создаваемый носитель или произвести замену. Флажок на **Divide by channels** позволяет создать носители по каждому каналу.

Rounding – в данном разделе устанавливается правило округления до минуты времени начала и окончания программы: **Rounding rule** – используется правило округления, **None** - не используется правило округления.

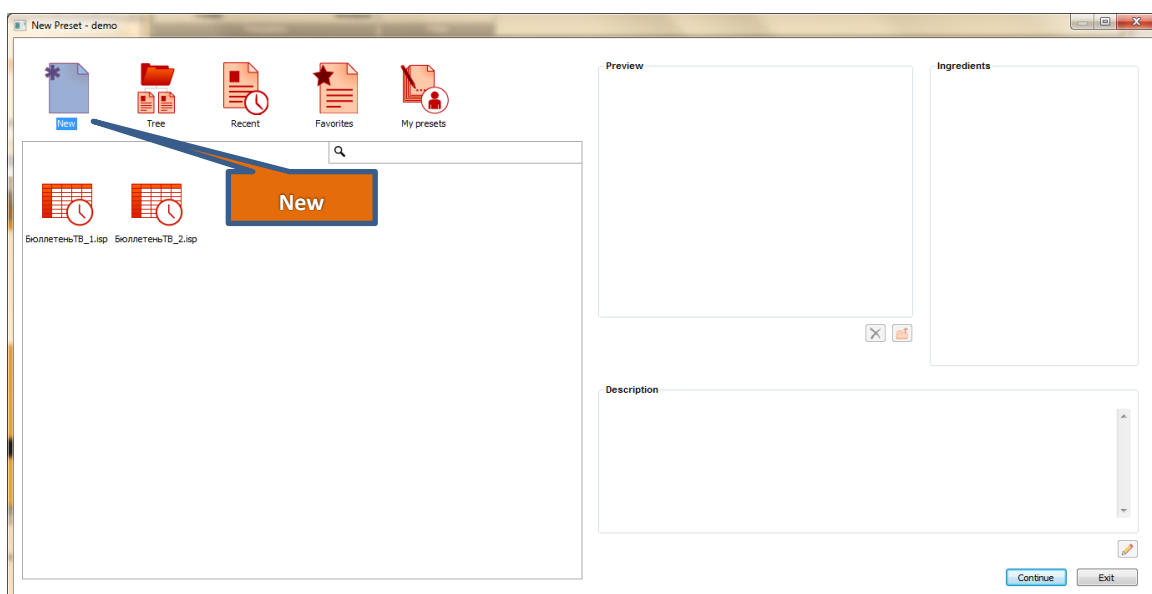
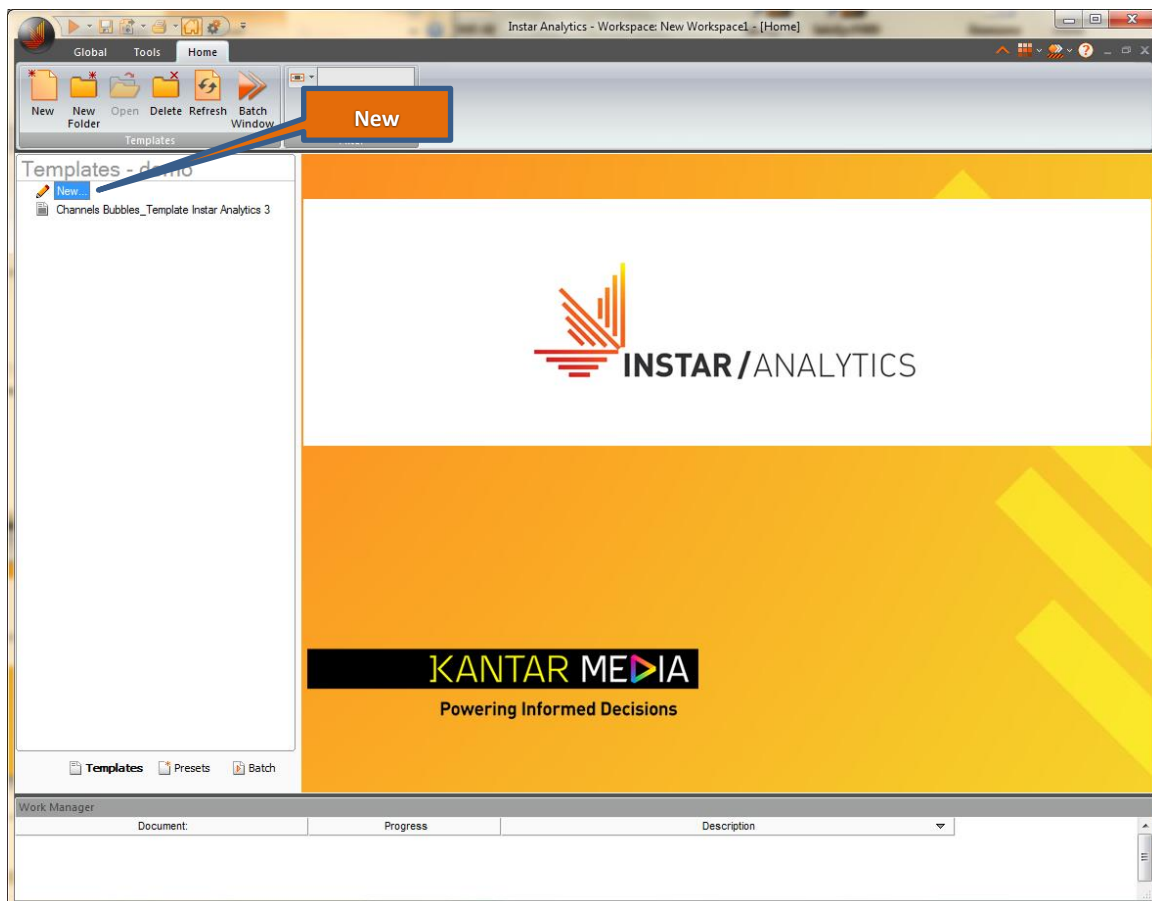
Результатом создания носителей по программам или рекламным сообщения являются новые временные диапазоны, отображаемые во вкладке Timebands.



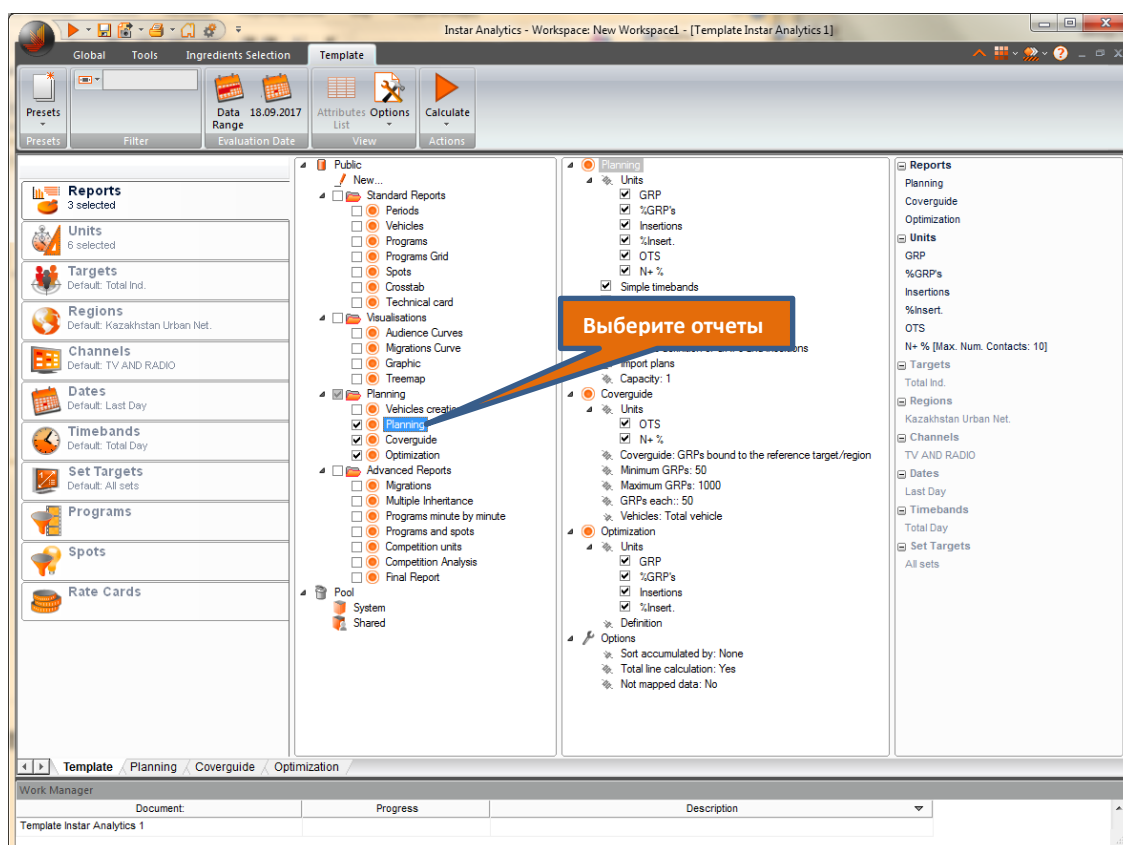
3. Пример построения медиаплана

Последовательность действий:

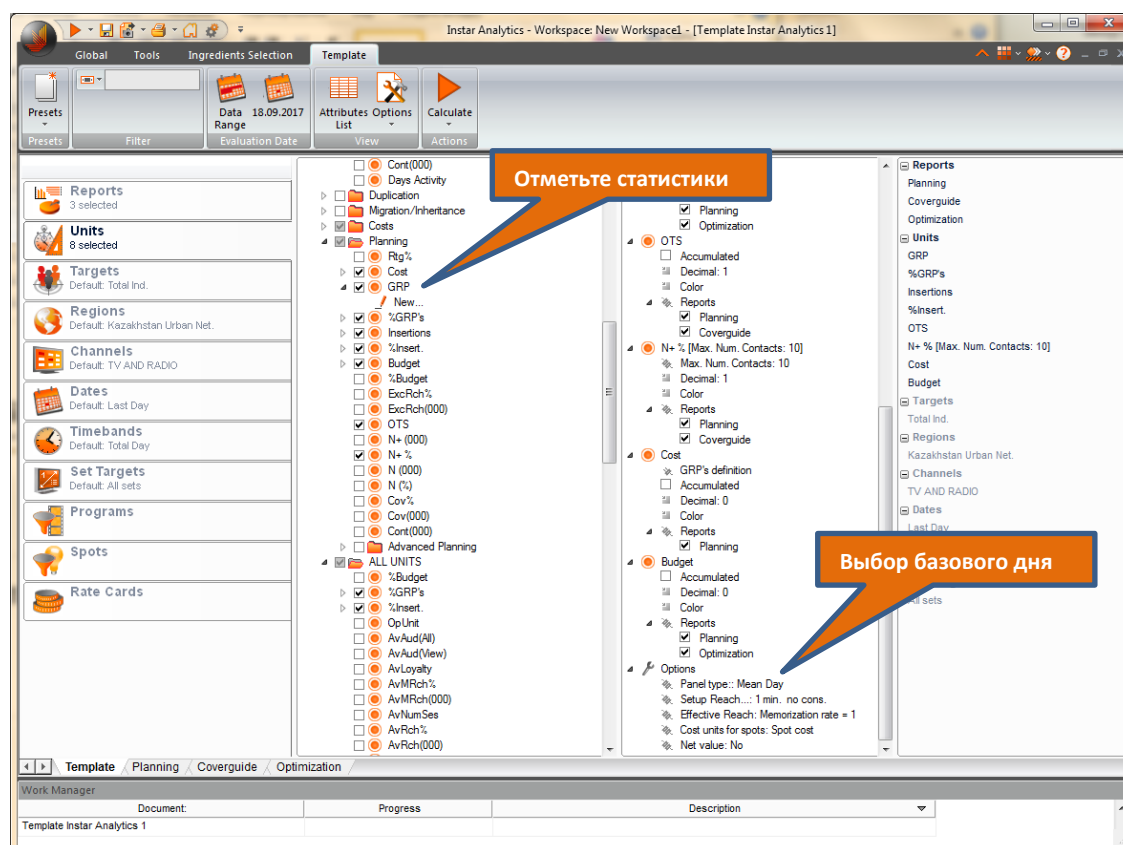
1. Создаем новый отчет, дважды кликая на “New”.



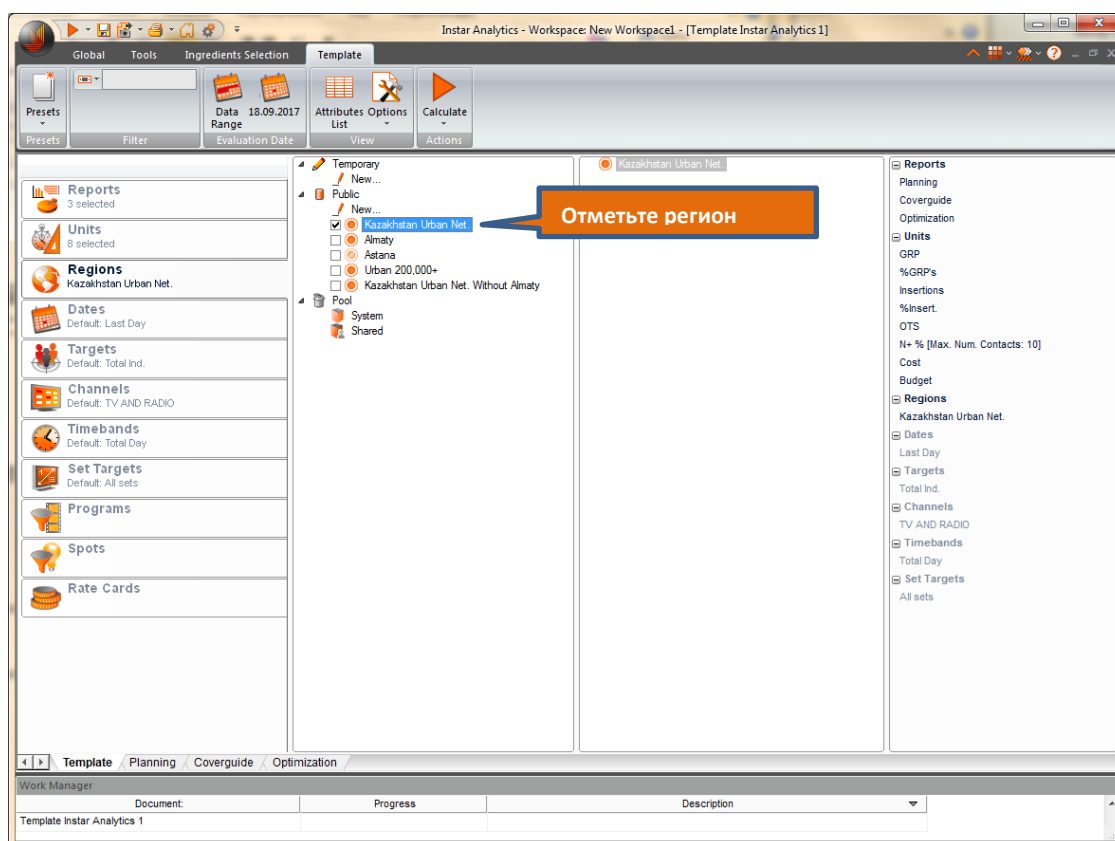
2. Во вкладке **Report** отмечаем отчеты, необходимые для планирования.



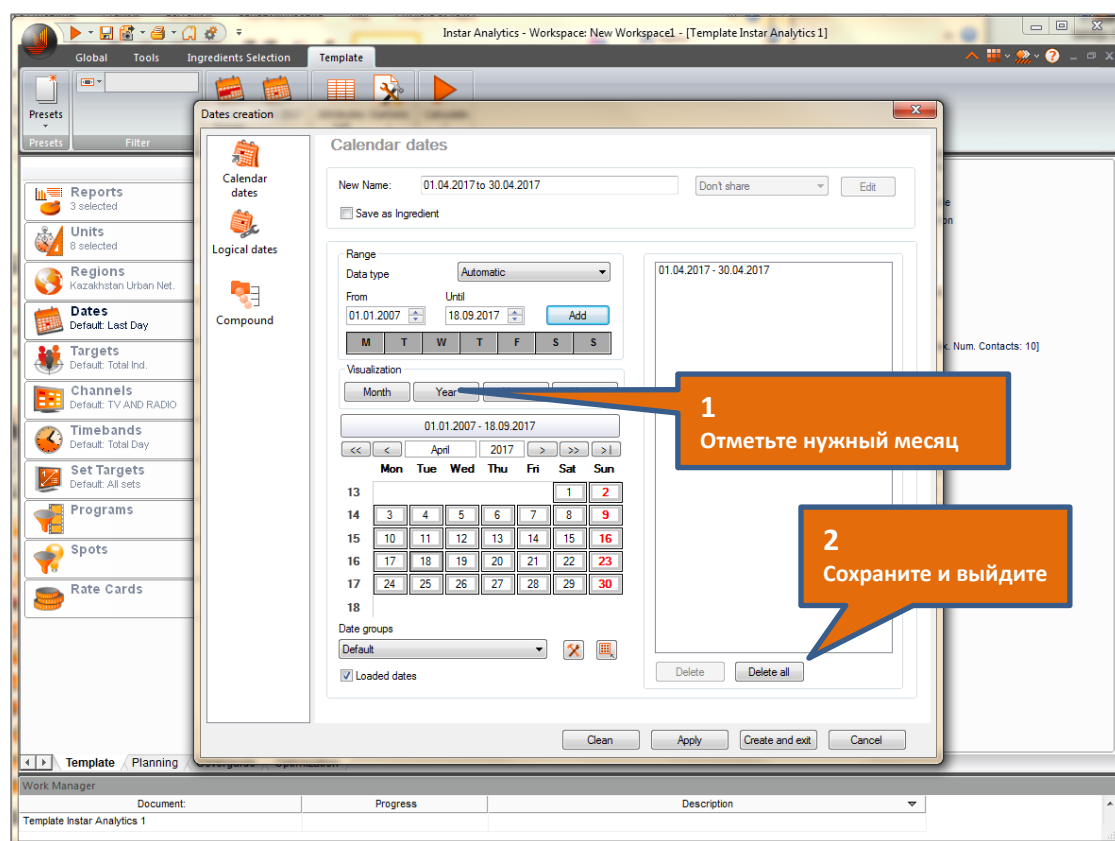
3. Во вкладке **Units** выбираем статистики для планирования.



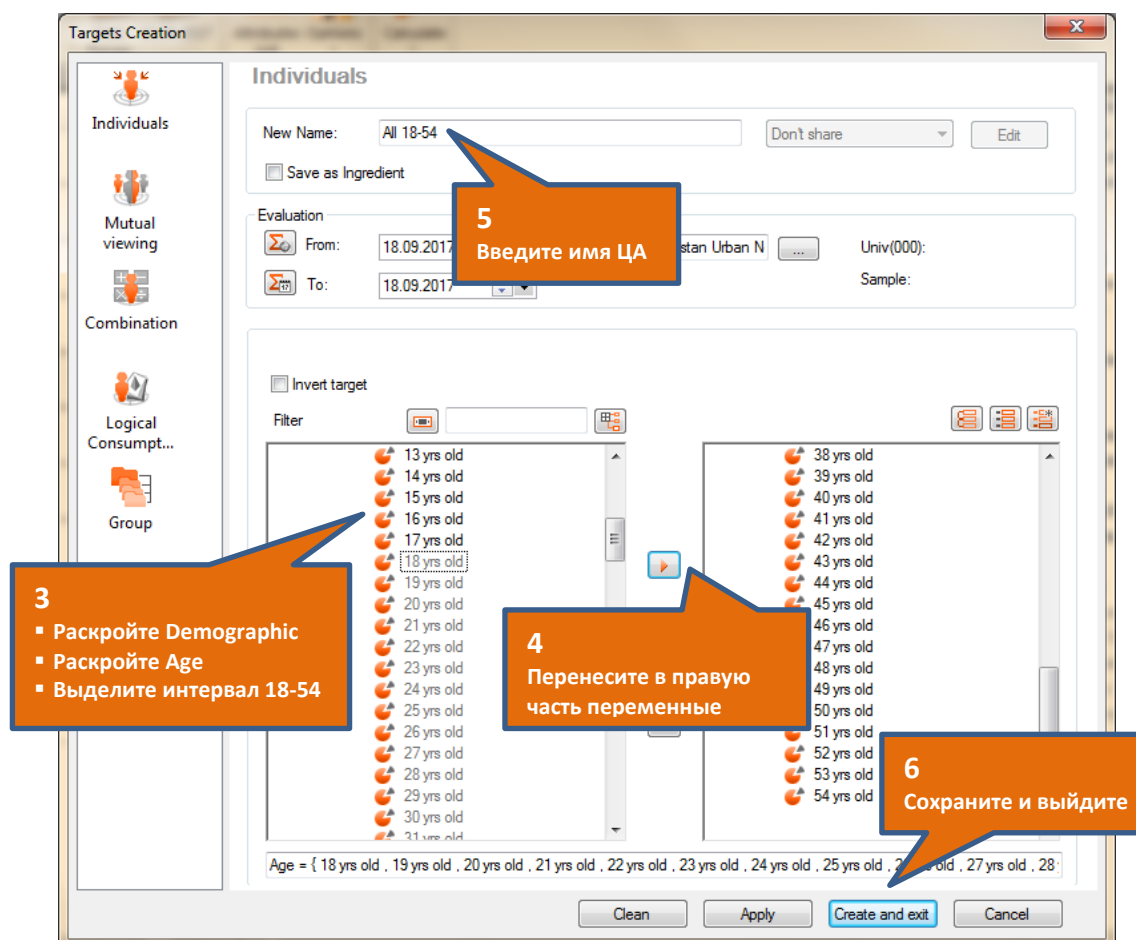
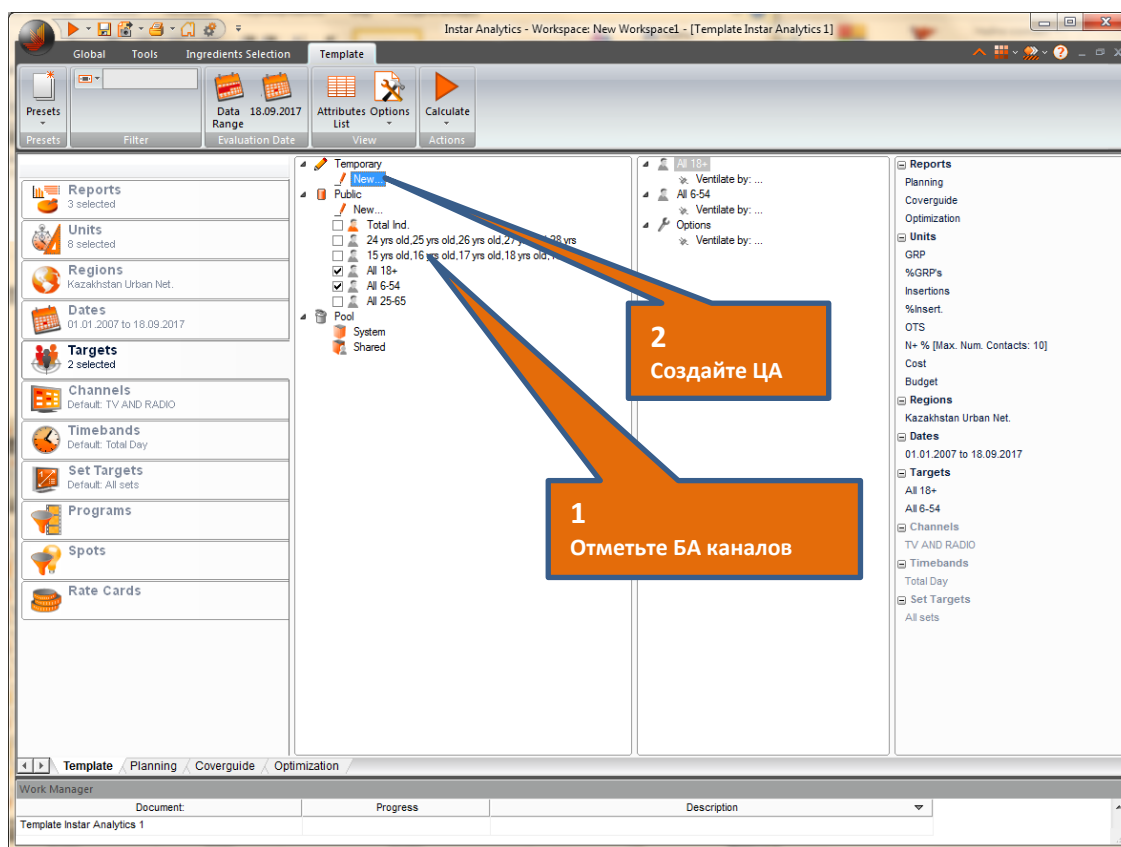
4. Во вкладке **Regions** отмечаем регион размещения, например “Kazakhstan Urban Net”.



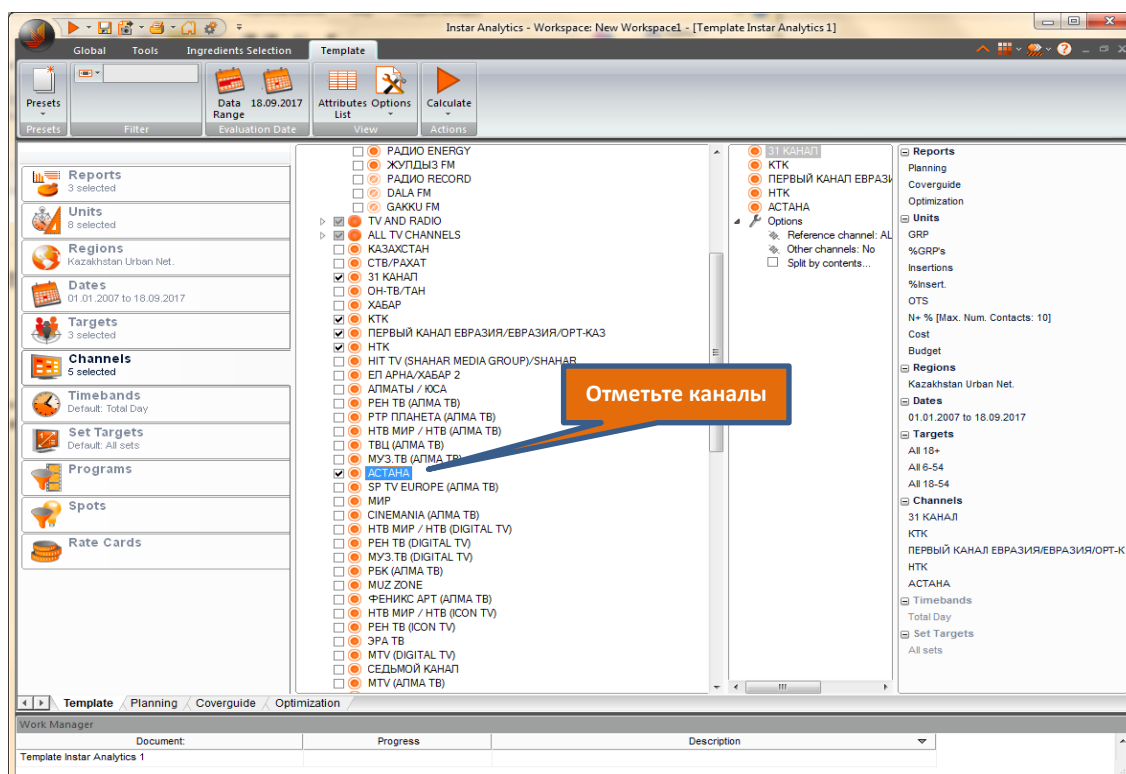
5. Во вкладке **Dates** задаем back период, на базе которого будет строиться медиаплан, например “Апрель 2017”.



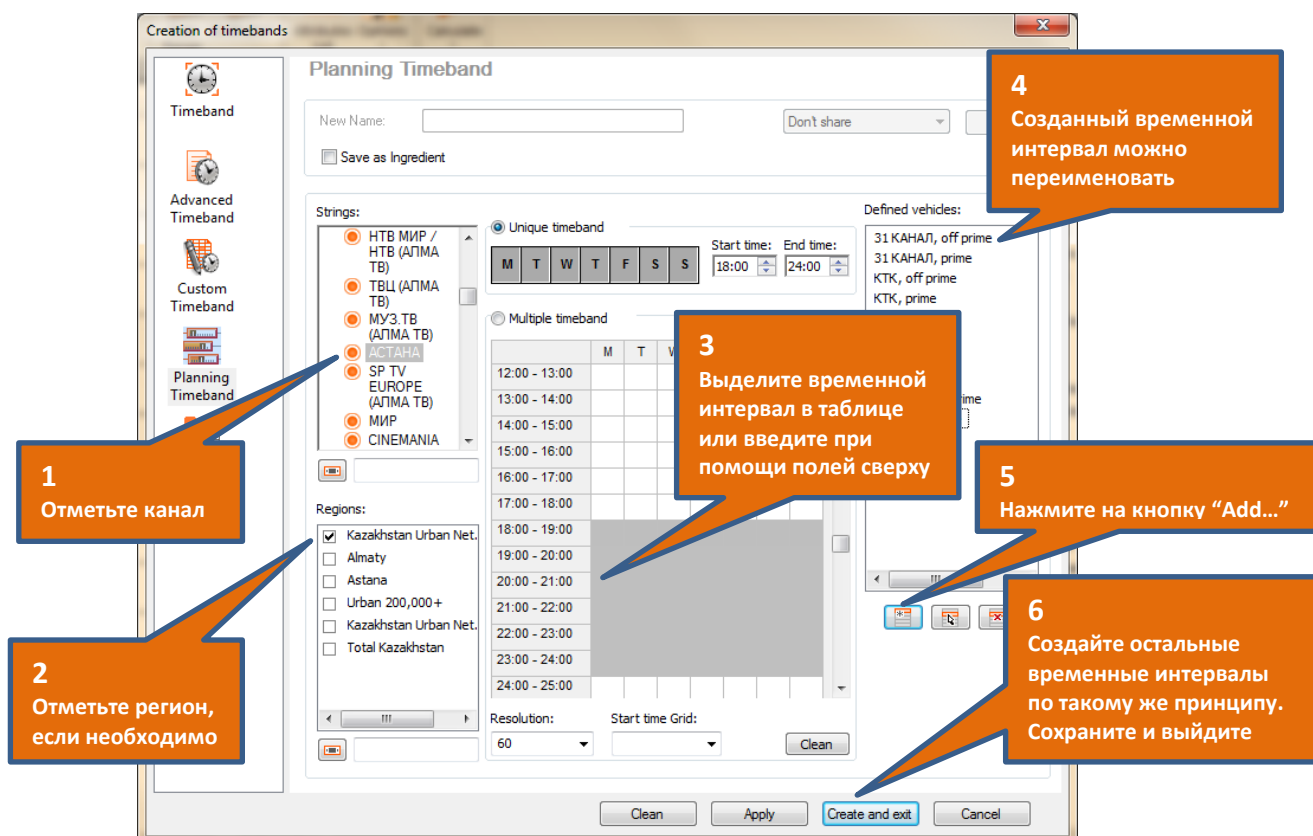
6. Во вкладке **Targets** отмечаем баинговую аудиторию каналов и создаем целевую аудиторию рекламной кампании, например “All 18-54”.



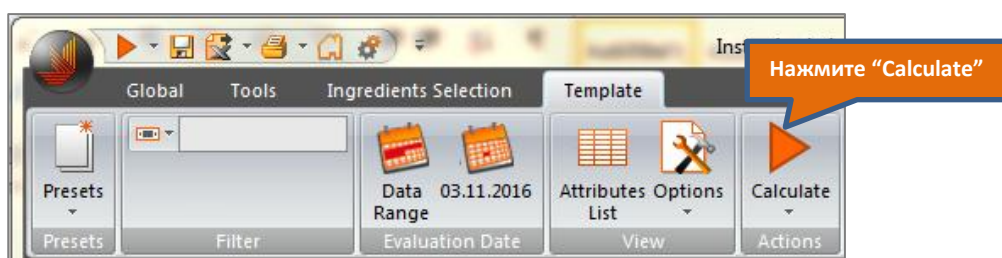
7. Во вкладке **Channels** отмечаем каналы, на которых планируется размещение - **31 Канал, КТК, ПКЕ, НТК, Астана.**



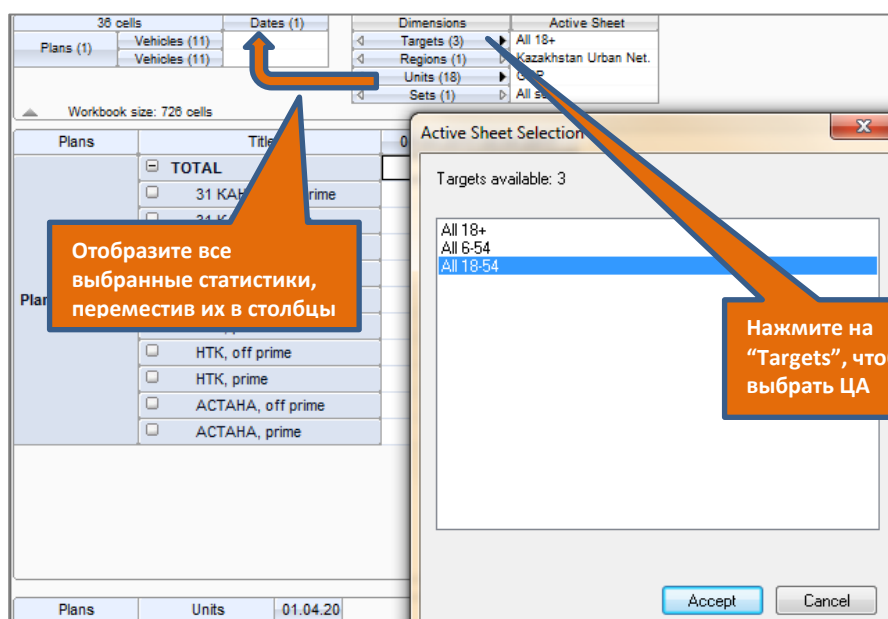
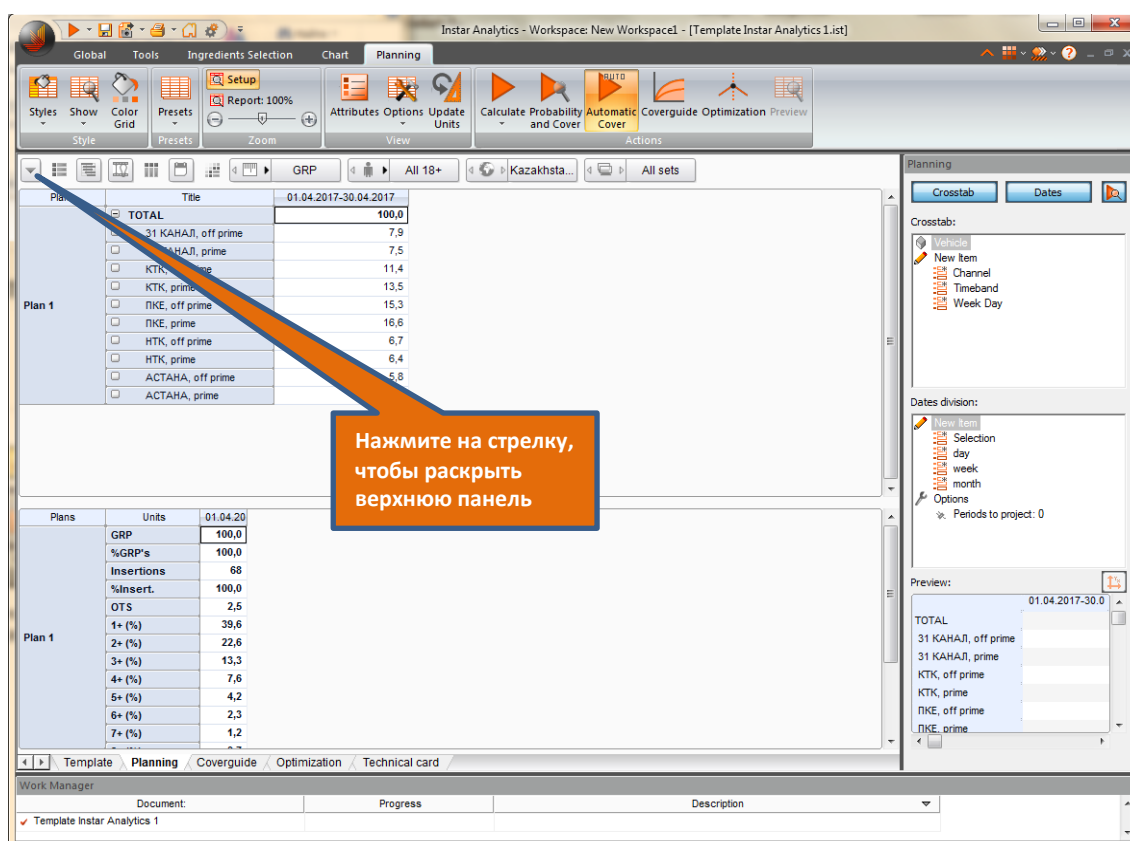
8. Во вкладке **Timebands** создаем временные интервалы, используя **Planning Timebands** - **31 Канал (07:00-18:00 и 24:00-25:00, 18:00-24:00), КТК (09:00-18:00 и 24:00-25:00, 18:00-24:00), ПКЕ (08:00-18:00 и 24:00-26:00, 18:00-24:00), НТК (10:00-18:00, 18:00-24:00), Астана (07:00-18:00, 18:00-24:00).**



9. Расчет можно запустить, нажав на кнопку **Calculate**.



10. На странице с вычислениями **Planning** отображается согласно выбранным в шаблоне ингредиентам медиаплан, посчитанный для значения GRP, по умолчанию равному 100.



Медиаплан приобретает следующий вид:

Dates >>		01.04.2017-30.04.2017																	
Plans	Title	GRP	%GRPs	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)	Cost	Budget	TypeCost
Plan 1	<input checked="" type="checkbox"/> TOTAL	100,0	100,0	71	100,0	2,5	39,3	22,6	13,4	7,8	4,3	2,4	1,3	0,7	0,5	0,3	.	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> 31 КАНАЛ, off prime	8,6	8,6	10	14,1	1,4	6,1	1,2	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> 31 КАНАЛ, prime	8,4	8,4	5	7,1	1,5	11,0	3,0	1,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> КТК, off prime	10,5	10,5	8	11,8	1,6	16,9	5,3	1,8	0,6	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> КТК, prime	12,4	12,4	5	7,1	1,8	22,4	8,5	3,4	1,3	0,5	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> ПКЕ, off prime	14,1	14,1	10	14,1	2,0	27,7	12,0	5,5	2,4	1,0	0,5	0,2	0,1	0,1	0,1	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> ПКЕ, prime	15,4	15,4	5	7,1	2,2	31,8	15,7	8,2	4,2	2,1	1,0	0,5	0,3	0,2	0,2	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> НТК, off prime	7,4	7,4	8	11,8	2,3	33,9	17,4	9,4	5,0	2,5	1,3	0,6	0,4	0,2	0,2	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> НТК, prime	7,2	7,2	5	7,1	2,4	35,6	18,9	10,7	5,9	3,1	1,6	0,8	0,5	0,3	0,2	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> АСТАНА, off prime	6,1	6,1	9	12,9	2,4	37,2	20,2	11,6	6,6	3,6	2,0	1,1	0,6	0,4	0,3	0	0	Select Ra
	<input type="checkbox"/> АСТАНА, prime	9,9	9,9	5	7,1	2,5	39,3	22,6	13,4	7,8	4,3	2,4	1,3	0,7	0,5	0,3	0	0	Select Ra

○ Критериями построения медиаплана могут выступать различные условия. Например GRP, которое необходимо набрать, или количество роликов, которое нужно разместить, или бюджет, который надо реализовать, при этом достигнув максимального охвата.

Чтобы задать итоговые параметры медиаплана необходимо поменять значения статистик в столбах **GRP**, **Insertions** или **Budget**. Причем, это можно сделать как для отдельного носителя, так и для строки **Total**, т.е. всего медиаплана в целом.

Dates >>		GRP		%GRPs	
Plans	Title	GRP	%GRPs		
Plan 1	TOTAL	100,0	100,0		
	31 КАНАЛ, off prime			45	
	31 КАНАЛ, prime				
	КТК, off prime			C CE < %	
	КТК, prime			7 8 9 /	
	ПКЕ, off prime			4 5 6 *	
	ПКЕ, prime			1 2 3 -	
	НТК, off prime				
	НТК, prime			0 , +	
	АСТАНА, off prime			= Enter	

Изменить значение статистики можно путем введения нужного параметра непосредственно в ячейке или с помощью калькулятора, открыв его двойным кликом по ячейке.

Изменив параметр, автоматически меняются значения в других ячейках.

	Dates >>	01.04.2017-30.04.2017																	
Plans	Title	GRP	%GRPs	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)	Cost	Budget	TypeCost
Plan 1	☑ TOTAL	450,0	100,0	319	100,0	7,4	61,2	48,8	40,8	35,0	30,6	26,9	23,8	21,0	18,5	16,3	.	0	Select Rat
	☐ 31 КАНАЛ, off prime	38,6	8,6	45	14,1	2,3	16,5	7,4	4,1	2,5	1,6	1,0	0,6	0,4	0,2	0,1	0	0	Select Rat
	☐ 31 КАНАЛ, prime	38,0	8,4	23	7,1	2,9	26,2	14,3	9,0	6,0	4,1	2,9	2,1	1,5	1,1	0,8	0	0	Select Rat
	☐ КТК, off prime	47,1	10,5	38	11,8	3,3	37,2	22,8	15,2	10,5	7,4	5,3	3,8	2,8	2,1	1,5	0	0	Select Rat
	☐ КТК, prime	55,9	12,4	23	7,1	4,0	44,6	29,8	21,4	16,0	12,3	9,6	7,5	5,8	4,5	3,4	0	0	Select Rat
	☐ ПКЕ, off prime	63,5	14,1	45	14,1	4,7	51,2	36,2	27,4	21,7	17,5	14,2	11,6	9,3	7,5	5,9	0	0	Select Rat
	☐ ПКЕ, prime	69,5	15,4	23	7,1	5,7	55,1	40,7	32,0	26,2	22,0	18,6	15,8	13,5	11,4	9,6	0	0	Select Rat
	☐ НТК, off prime	33,2	7,4	38	11,8	6,0	57,4	43,2	34,4	28,4	24,0	20,6	17,8	15,4	13,2	11,3	0	0	Select Rat
	☐ НТК, prime	32,2	7,2	23	7,1	6,4	58,8	45,1	36,3	30,2	25,7	22,2	19,4	17,0	14,8	12,9	0	0	Select Rat
	☐ АСТАНА, off prime	27,2	6,1	41	12,9	6,7	60,1	47,0	38,4	32,2	27,5	23,8	20,8	18,2	15,9	13,8	0	0	Select Rat
	☐ АСТАНА, prime	44,7	9,9	23	7,1	7,4	61,2	48,8	40,8	35,0	30,6	26,9	23,8	21,0	18,5	16,3	0	0	Select Rat

Для того, чтобы ввести ограничения по бюджету, необходимо применить созданную ранее тарифную карту или ввести расценки непосредственно в плане. Рассмотрим второй вариант.

Cost	Budget	TypeCost
.	0	Select
0	0	Select Rate
0	0	Ratecard
0	0	C.Grp
0	0	C.Thousan

Выбираем способ размещения. Если все каналы продают рекламу по GRP, то в графе **TypeCost** тип **C.Grp** можно выбрать в строке **Total**, таким образом, применив тип размещения сразу ко всем каналам. В противном случае, для каждого канала **TypeCost** устанавливаем отдельно.

Cost	Budget	TypeCost
.	239827	C.Grp
420	13832	C.Grp
610	19755	C.Grp
465	18664	C.Grp
580	45672	C.Grp
545	48747	C.Grp
655	38817	C.Grp
470	13321	C.Grp
565	15504	C.Grp
295	6848	C.Grp
490	18667	C.Grp

В ячейках колонки **Cost** вводим стоимость одного пункта GRP по каждому каналу в соответствующих временных интервалах. В ячейках графы **Budget** автоматически происходит оценка стоимости рекламы, согласно набранному количеству GRP.

Если канал продает рекламу по минутному прайс-листу, то в колонке **TypeCost** выбирается **Ratecard**, и бюджет будет зависеть от количества выходов и стоимости 1 минуты размещения.

Далее, вводим ограничение по бюджету в строке Total или для каждого носителя.

		Dates >>		01.04.2017-30.04.2017																	Cost	Budget	TypeCost
Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)							
Plan 1	<input checked="" type="checkbox"/> TOTAL	430,3	100,0	382	100,0	7,2	60,1	47,6	39,4	33,5	28,9	25,3	22,1	19,4	16,9	14,7	200000	C.Grp					
	<input type="checkbox"/> 31 КАНАЛ, off prime	67,2	15,6	73	19,2	3,1	22,0	11,5	7,3	5,1	3,7	2,8	2,2	1,6	1,2	0,9	420	28235	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> 31 КАНАЛ, prime	23,1	5,4	13	3,5	3,3	27,3	15,3	9,9	7,0	5,1	3,9	3,0	2,4	1,9	1,5	610	14118	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> КТК, off prime	50,6	11,8	39	10,2	3,6	38,8	24,2	16,5	11,8	8,6	6,4	4,9	3,8	3,0	2,4	465	23529	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> КТК, prime	24,3	5,7	10	2,5	3,9	42,9	28,0	19,7	14,4	10,8	8,1	6,2	4,8	3,7	2,9	580	14118	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> ПКЕ, off prime	51,8	12,0	37	9,7	4,4	49,2	34,0	25,2	19,3	15,1	11,9	9,4	7,4	5,9	4,7	545	28235	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> ПКЕ, prime	21,6	5,0	7	1,8	4,7	51,1	36,2	27,4	21,5	17,1	13,6	10,9	8,7	7,0	5,6	655	14118	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> НТК, off prime	50,1	11,6	54	14,2	5,2	55,0	40,5	31,3	25,0	20,4	16,9	14,0	11,6	9,6	8,0	470	23529	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> НТК, prime	25,0	5,8	17	4,5	5,6	56,3	42,1	33,0	26,6	22,0	18,4	15,5	13,0	11,0	9,3	565	14118	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> АСТАНА, off prime	87,7	20,4	118	31,0	6,8	59,4	46,6	38,2	32,1	27,5	23,8	20,6	17,9	15,5	13,4	295	25882	C.Grp				
	<input type="checkbox"/> АСТАНА, prime	28,8	6,7	13	3,5	7,2	60,1	47,6	39,4	33,5	28,9	25,3	22,1	19,4	16,9	14,7	490	14118	C.Grp				

- Существует возможность зафиксировать абсолютное значение статистик (**GRP**, **Insertions** или **Budget**) или **%GRP** для одного или нескольких носителей, используя опцию выпадающего меню **Lock vehicles**.

1 Выделите носители

2 В выпадающем меню выберите опцию Lock vehicles и вариант блокировки значений

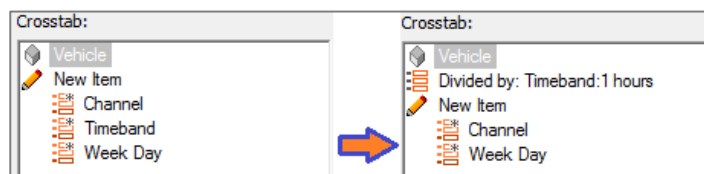
- С помощью панели **Planning** можно сгруппировать или разбить данные по тем или иным параметрам. Например:
Группировка по каналам:

Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)
Plan 1	TOTAL	450,0	100,0	319	100,0	7,4	61,2	48,8	40,8	35,0	30,6	26,9	23,8	21,0	18,5	16,3
	31 КАНАЛ	76,6	17,0	68	21,2	2,9	26,2	14,3	9,0	6,0	4,1	2,9	2,1	1,5	1,1	0,8
	КТК	103,0	22,9	60	18,8	4,0	44,6	29,8	21,4	16,0	12,3	9,6	7,5	5,8	4,5	3,4
	ПЕРВЫЙ КА	133,0	29,6	68	21,2	5,7	55,1	40,7	32,0	26,2	22,0	18,6	15,8	13,5	11,4	9,6
	НТК	65,4	14,5	60	18,8	6,4	58,8	45,1	36,3	30,2	25,7	22,2	19,4	17,0	14,8	12,9
	АСТАНА	71,9	16,0	64	20,0	7,4	61,2	48,8	40,8	35,0	30,6	26,9	23,8	21,0	18,5	16,3

- Группировка по дням недели:

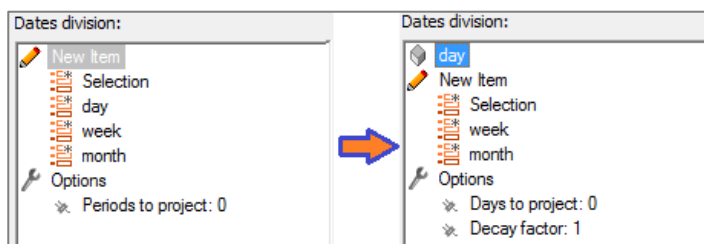
Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)
Plan 1	TOTAL	96,1	100,0	68	100,0	2,6	37,5	20,5	11,7	6,6	3,6	2,0	1,2	0,8	0,6	0,5
	[Monday]	11,7	12,2	9	13,3	1,4	8,6	1,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	[Tuesday]	12,0	12,5	9	13,3	1,6	15,0	3,6	0,8	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
	[Wednesday]	12,0	12,5	9	13,3	1,8	20,4	6,6	2,1	0,7	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
	[Thursday]	12,1	12,6	9	13,3	1,9	24,6	9,8	3,9	1,6	0,7	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
	[Friday]	12,9	13,4	9	13,3	2,1	28,6	13,0	6,0	2,8	1,3	0,7	0,4	0,3	0,3	0,3
	[Saturday]	17,6	18,3	11	16,7	2,3	33,8	17,2	9,0	4,6	2,4	1,3	0,8	0,5	0,4	0,4
	[Sunday]	17,8	18,6	11	16,7	2,6	37,5	20,5	11,7	6,6	3,6	2,0	1,2	0,8	0,6	0,5

Создание носителей по временным интервалам:

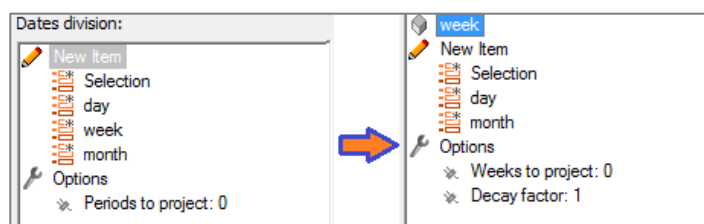


Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)
Plan 1	TOTAL	96,1	100,0	68	100,0	2,5	39,0	22,0	12,8	7,3	4,0	2,2	1,3	0,8	0,6	0,6
	31 КАНАЛ, off pri	8,2	8,6	10	14,1	1,4	6,0	1,1	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 07:00 - 08:00	0,3	0,4	1	1,2	1,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 08:00 - 09:00	0,5	0,5	1	1,2	1,2	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 09:00 - 10:00	0,6	0,6	1	1,2	1,2	1,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 10:00 - 11:00	0,6	0,6	1	1,2	1,2	1,6	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 11:00 - 12:00	0,7	0,7	1	1,2	1,2	2,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 12:00 - 13:00	0,9	0,9	1	1,2	1,2	2,8	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 13:00 - 14:00	0,8	0,8	1	1,2	1,3	3,4	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 14:00 - 15:00	0,6	0,6	1	1,2	1,3	3,8	0,5	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 15:00 - 16:00	0,6	0,7	1	1,2	1,3	4,2	0,6	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	<< 16:00 - 17:00	1,0	1,0	1	1,2	1,3	4,9	0,8	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Создание носителей по периодам:



Plans	Dates	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)
Plan 1	01.04.2017	TOTAL	3,8	4,0	2	3,3	1,2	3,3	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		31 КАНАЛ, off prim	0,3	0,3	0	0,5	1,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		31 КАНАЛ, prime	0,3	0,3	0	0,2	1,1	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		KTK, off prime	0,4	0,4	0	0,4	1,1	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		KTK, prime	0,4	0,4	0	0,2	1,1	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		ПКЕ, off prime	0,6	0,6	0	0,5	1,2	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		ПКЕ, prime	0,8	0,8	0	0,2	1,2	2,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		HTK, off prime	0,3	0,3	0	0,4	1,2	2,5	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		HTK, prime	0,3	0,3	0	0,2	1,2	2,8	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		АСТАНА, off prime	0,3	0,3	0	0,4	1,2	3,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		АСТАНА, prime	0,3	0,3	0	0,2	1,2	3,3	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	02.04.2017	TOTAL	4,1	4,3	2	3,3	1,2	6,4	0,6	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		31 КАНАЛ, off prim	0,3	0,3	0	0,5	1,2	3,5	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
		31 КАНАЛ, prime	0,3	0,3	0	0,2	1,2	3,7	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0



Plans	Dates	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)
Plan 1	*Week 13/17 (01.04.2017 - 02.04.2017)	TOTAL	8,0	8,3	5	6,7	1,3	6,1	0,5	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
	Week 14/17 (03.04.2017 - 09.04.2017)	TOTAL	22,7	23,6	16	23,3	1,6	19,3	5,3	1,4	0,4	0,2	0,1	0,1
	Week 15/17 (10.04.2017 - 16.04.2017)	TOTAL	22,6	23,5	16	23,3	1,9	27,9	11,4	4,5	1,8	0,8	0,4	0,3
	Week 16/17 (17.04.2017 - 23.04.2017)	TOTAL	21,3	22,1	16	23,3	2,2	33,3	16,4	8,2	3,9	1,9	1,0	0,6
	Week 17/17 (24.04.2017 - 30.04.2017)	TOTAL	21,6	22,5	16	23,3	2,6	37,2	20,3	11,5	6,5	3,6	2,0	1,2
	01.04.2017-30.04.2017	TOTAL	96,1	100,0	68	100,0	2,6	37,2	20,3	11,5	6,5	3,6	2,0	1,2

- Есть возможность создать в текущем документе еще один или несколько медиапланов, аналогичные созданному, но с другими итоговыми параметрами.

1 Выделите план

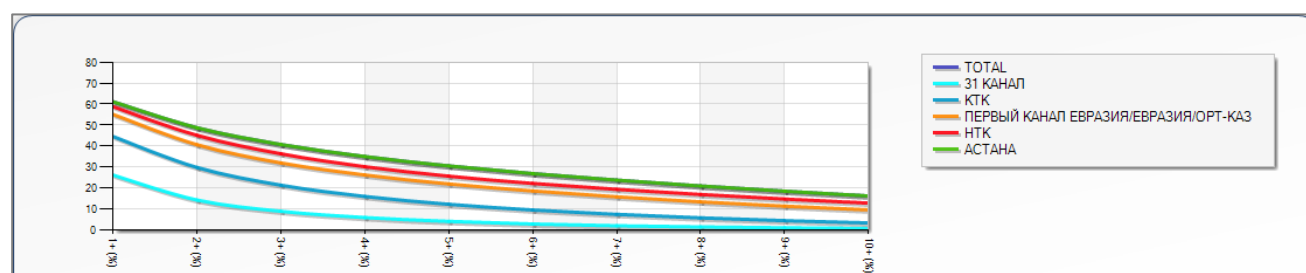
2 В выпадающем меню выберите опцию Add plan

Plans	Title	GRP	%GRP's	Insertions	%Insert.	OTS	1+ (%)	2+ (%)	3+ (%)	4+ (%)	5+ (%)	6+ (%)	7+ (%)	8+ (%)	9+ (%)	10+ (%)
Plan 1	TOTAL	450,0	100,0	319	100,0	7,4	61,2	48,8	40,8	35,0	30,6	26,9	23,8	21,0	18,5	16,3
	31 КАНАЛ	76,6	17,0	68	21,2	2,9	26,2	14,3	9,0	6,0	4,1	2,9	2,1	1,5	1,1	0,8
	КТК	103,0	22,9	60	18,8	4,0	44,6	29,8	21,4	16,0	12,3	9,6	7,5	5,8	4,5	3,4
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ Е	133,0	29,6	68	21,2	5,7	55,1	40,7	32,0	26,2	22,0	18,6	15,8	13,5	11,4	9,6
	НТК	65,4	14,5	60	18,8	6,4	58,8	45,1	36,3	30,2	25,7	22,2	19,4	17,0	14,8	12,9
	АСТАНА	71,9	16,0	64	20,0	7,4	61,2	48,8	40,8	35,0	30,6	26,9	23,8	21,0	18,5	16,3
Plan 2	TOTAL	350,0	100,0	248	100,0	6,0	51,4	36,4	27,1	22,0	17,8	14,5	11,7	9,4	7,6	6,0
	31 КАНАЛ	59,6	17,0	53	21,2	2,9	26,2	14,3	9,0	6,0	4,1	2,9	2,1	1,5	1,1	0,8
	КТК	80,1	22,9	47	18,8	3,3	44,6	29,8	21,4	16,0	12,3	9,6	7,5	5,8	4,5	3,4
	ПЕРВЫЙ КАНАЛ Е	103,5	29,6	53	21,2	4,7	55,1	40,7	32,0	26,2	22,0	18,6	15,8	13,5	11,4	9,6
	НТК	50,9	14,5	47	18,8	5,3	58,8	45,1	36,3	30,2	25,7	22,2	19,4	17,0	14,8	12,9
	АСТАНА	55,9	16,0	50	20,0	6,0	61,2	48,8	40,8	35,0	30,6	26,9	23,8	21,0	18,5	16,3

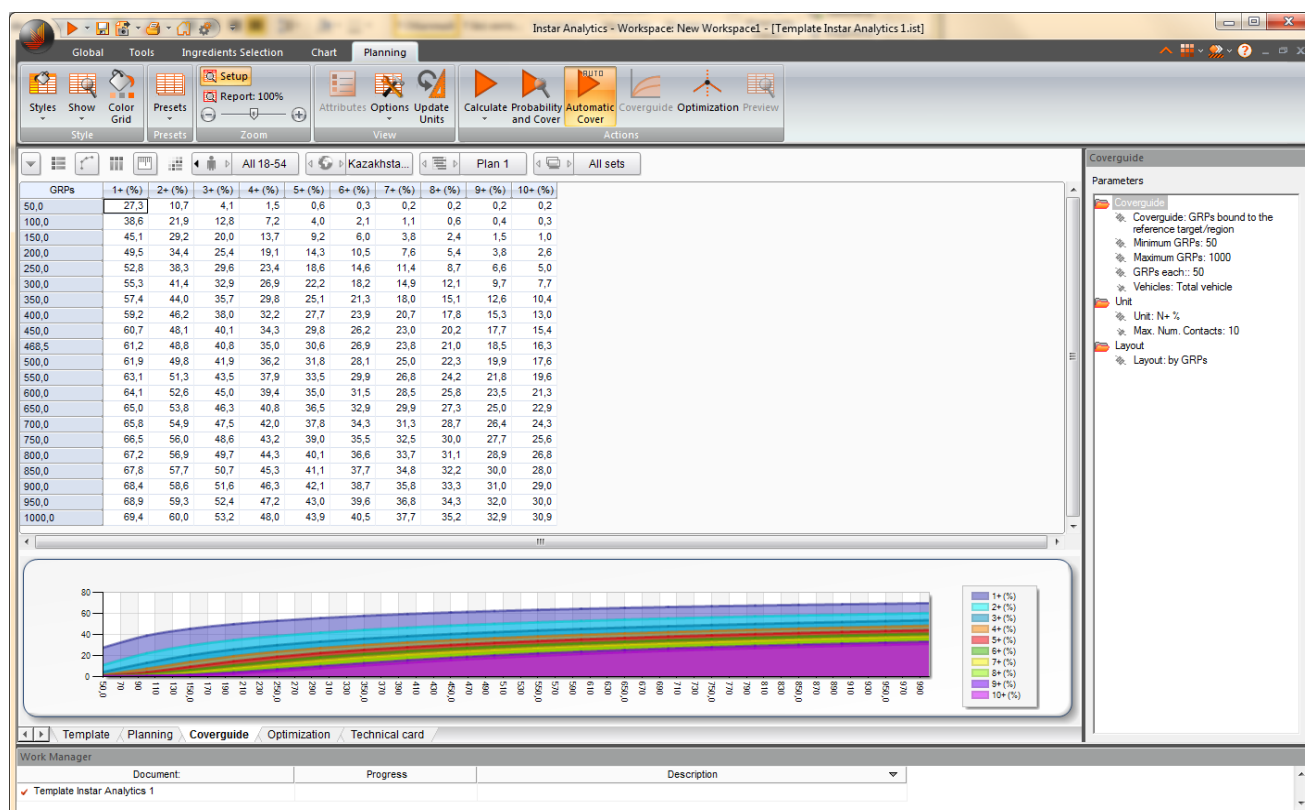
- Ниже основной таблицы находится таблица, отображающая итоговые показатели медиаплана.

Plans	Units	01.04.2017-30.0
Plan 1	GRP	450,0
	%GRP's	100,0
	Insertions	319
	%Insert.	100,0
	OTS	7,4
	1+ (%)	61,2
	2+ (%)	48,8
Plan 2	3+ (%)	40,8

- А график, который можно отобразить, перетаскив горизонтальную линию, разделяющую сетку и вкладки, вверх.



11. На странице с вычислениями **Coverguide** отображается эволюция охвата в зависимости от роста GRP в виде таблицы и соответствующего графика.



С помощью панели **Coverguide** можно задать конкретные параметры для расчета охвата относительно роста GRP.

The diagram illustrates the Coverguide Parameters panel and its associated settings. The panel includes the following parameters:

- Minimum GRPs:** 150 (indicated by a callout: "Минимальное (стартовое) значение GRP")
- Maximum GRPs:** 500 (indicated by a callout: "Максимальное значение GRP")
- GRPs each:** 50 (indicated by a callout: "Шар" прироста GRP)
- Vehicles:** Total vehicle (indicated by a callout: "Максимальное количество контактов")

The "Define maximum or range of contacts" dialog box is also shown, with the "Maximum" option selected and the value 5 entered. The dialog box includes a note: "For example, write 1-3,5+,6-9,12,14+ (maximum range:999)".

1 Введите максимальное значение бюджета

2 Выберите критерий оптимизации

3 Если необходимо, задайте шаг оптимизации

4 Запустите расчет

Получаем оптимизированный медиаплан, который можно отобразить на странице Planning вместе с первоначальной версией плана.

5 Примените оптимизированный план

Plan 1

Opt 1

Planning

Crosstab

Dates

Если пользователю необходимо оптимизировать охват конкретной целевой аудитории (Core Target), но при этом бюджет зависит от набранного количества GRP баинговой аудитории канала (Buyer Target), то он может воспользоваться опцией **Core Target vs Buyer Target**.


3 Выберите критерий оптимизации согласно поставленной задаче, например "Effective Coverage (Core Target/Budget (Buying Target"))

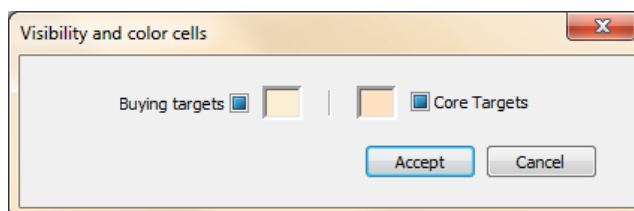
1 Выберите целевую группу (Core Target), встав на "Targets" в верхнем поле Optimization Ingredients и дважды кликнув на ЦГ в нижнем поле Optimization

2 Выберите баинговую группу каналов (Buying Target), встав на "Buying Target" в верхнем поле Optimization Ingredients и дважды кликнув на баинговую ЦГ каналов в нижнем поле Optimization Ingredients

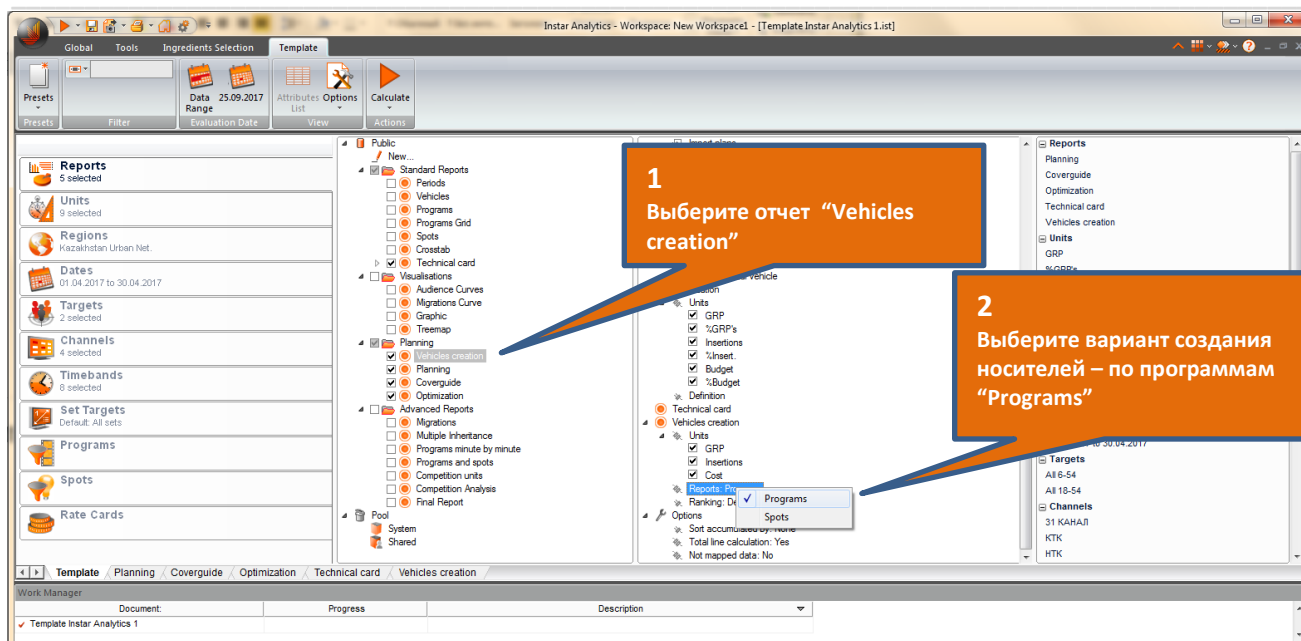
Введите ограничения в ячейке Budget запустите расчет. Ячейки с данными, соответствующими баинговой аудитории каналов окрашены светлым цветом, соответствующие целевой аудитории кампании – темным цветом.

Units >>	Insertions [']			%Insert. [']			GRP [']			%GRPs [']			Budget [']			%Budget [']			Cov(000)			Cov%		
	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt	Min	Max	Opt
☐ TOTAL	-	120600	362	-	-	100,0	-	-	424,1	-	-	100,0	-	200000	199854	-	-	100,0	-	-	2620	-	-	57,1
⊕ 31 КАНАЛ	-	32400	48	-	-	13,3	-	-	61,1	-	-	14,4	-	-	32552	-	-	16,3	-	-	1067	-	-	23,3
⊕ КТК	-	28800	100	-	-	27,6	-	-	181,0	-	-	42,7	-	-	96201	-	-	48,1	-	-	1819	-	-	39,6
⊕ НТК	-	28800	91	-	-	25,1	-	-	87,9	-	-	20,7	-	-	42497	-	-	21,3	-	-	1217	-	-	26,5
⊕ АСТАНА	-	30600	123	-	-	34,0	-	-	94,1	-	-	22,2	-	-	28605	-	-	14,3	-	-	1121	-	-	24,4

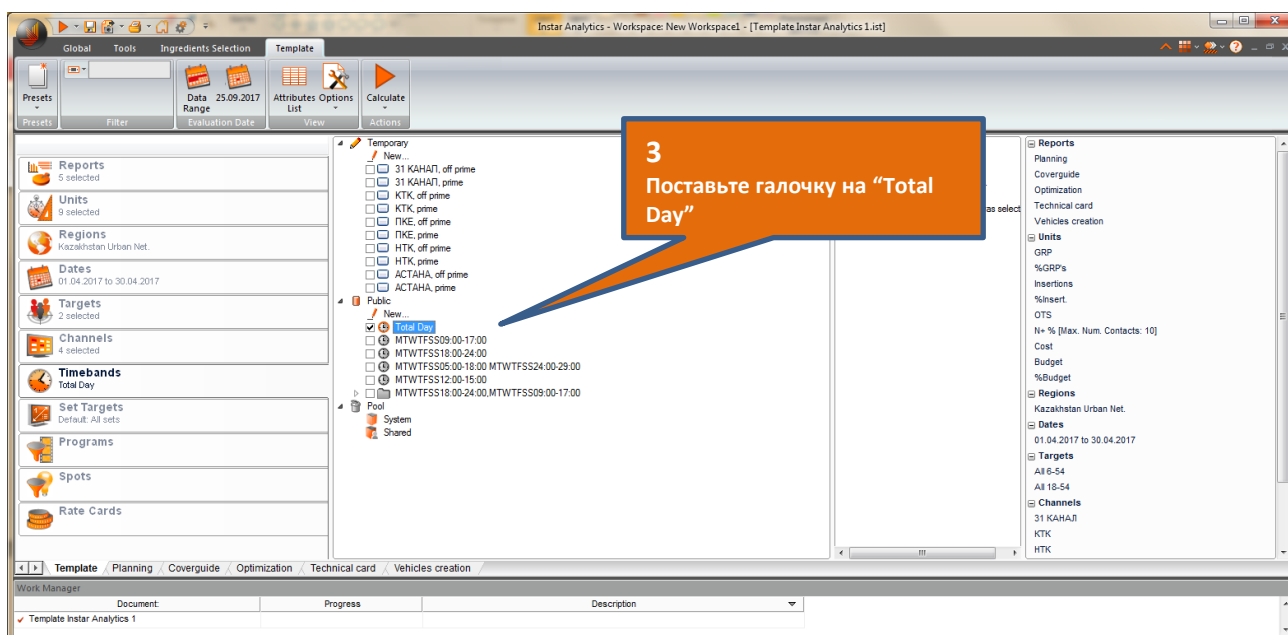
При помощи кнопки управления  на панели инструментов пользователь имеет возможность контролировать в таблице отчета цвет, а также отображение данных по статистикам целевых групп Buying Target и Core Target.



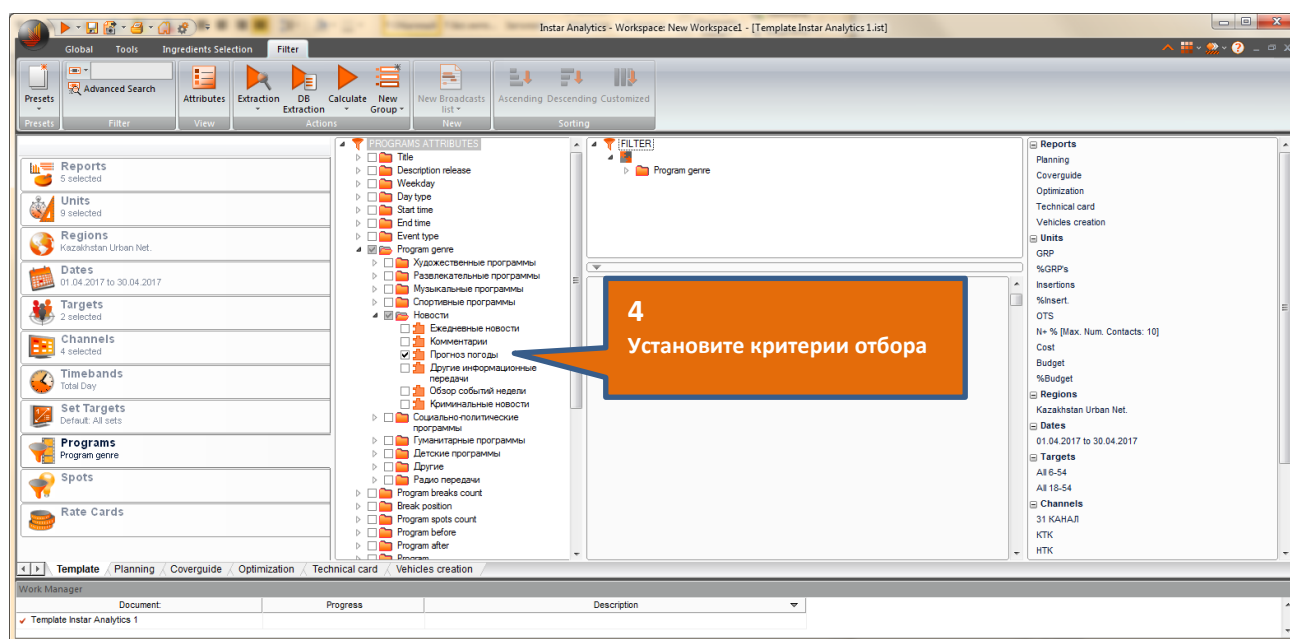
13. Если пользователь желает разместить рекламу в каких-то определенных передачах или во время выхода определенных рекламных сообщений, он может создать носители (временные интервалы) выбрав во вкладке **Reports** вид отчета **Vehicles creation**. Например, создадим носители по передаче "Прогноз погоды".



Во вкладке **Timeband** выбираем **Total Day**.

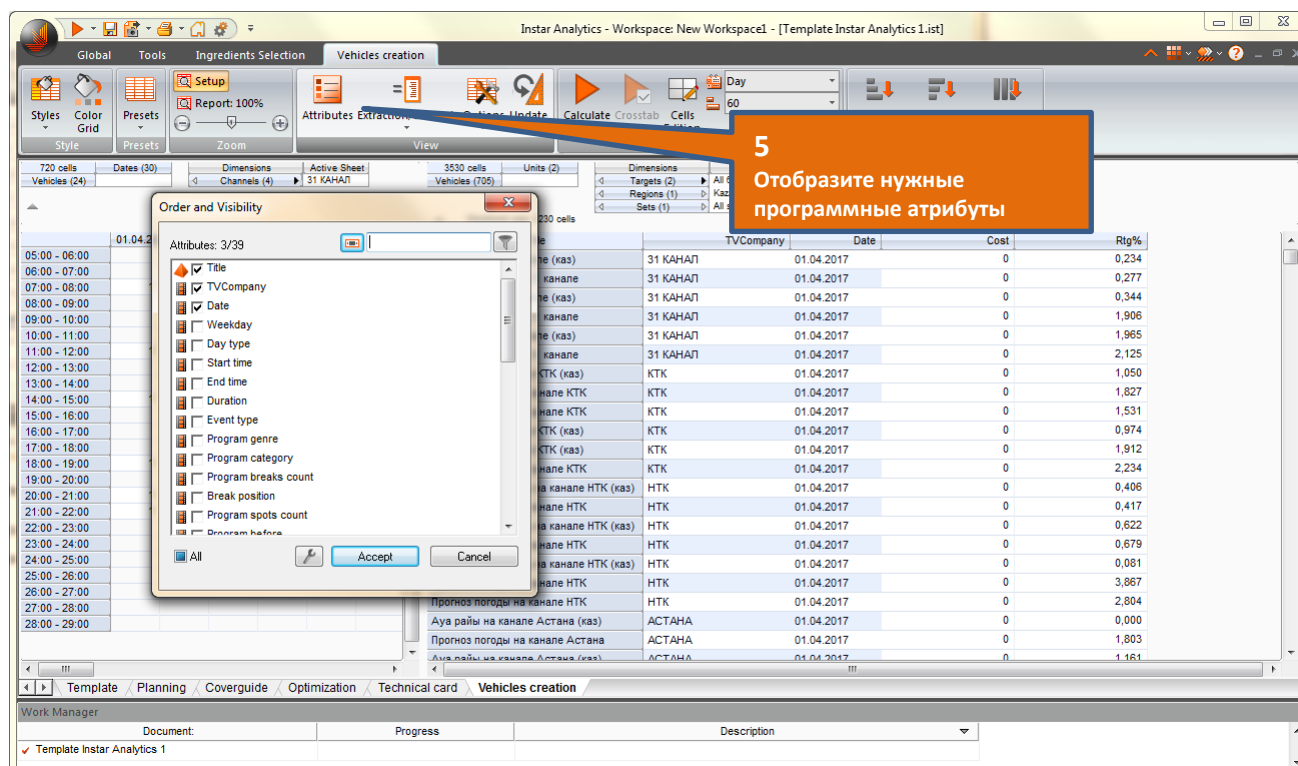


Во вкладке **Programs** устанавливаем фильтр, выбрав жанр программы “Прогноз погоды”.

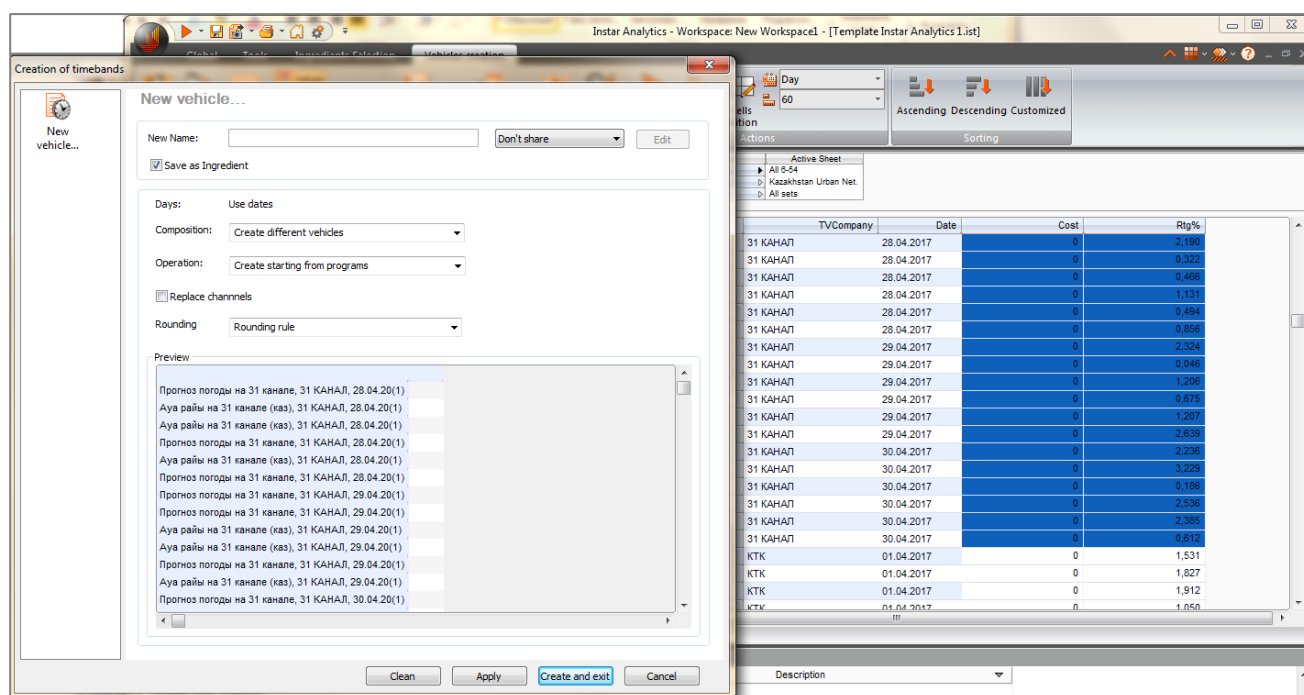


Выполняем расчет.

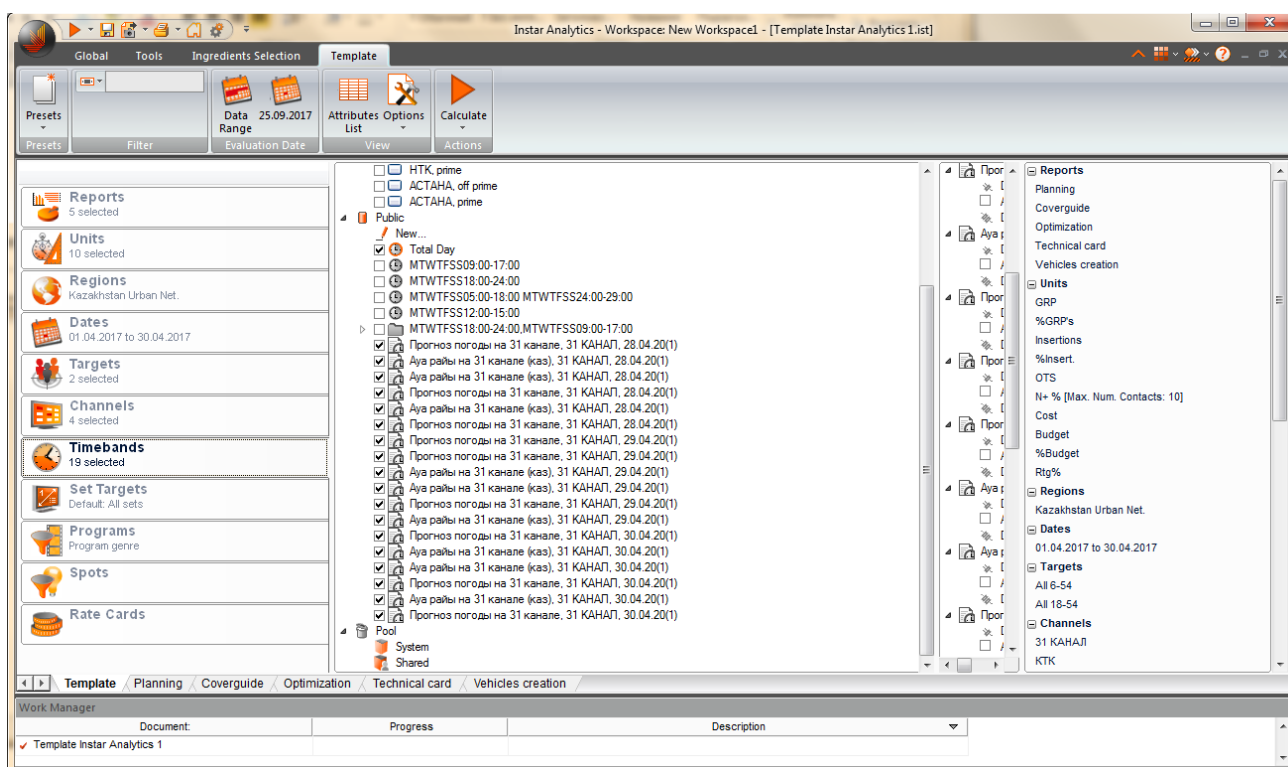
На странице с вычислениями **Vehicles creation** получаем выгрузку всех программ “Прогноз погоды” на выбранных каналах за заданный период.



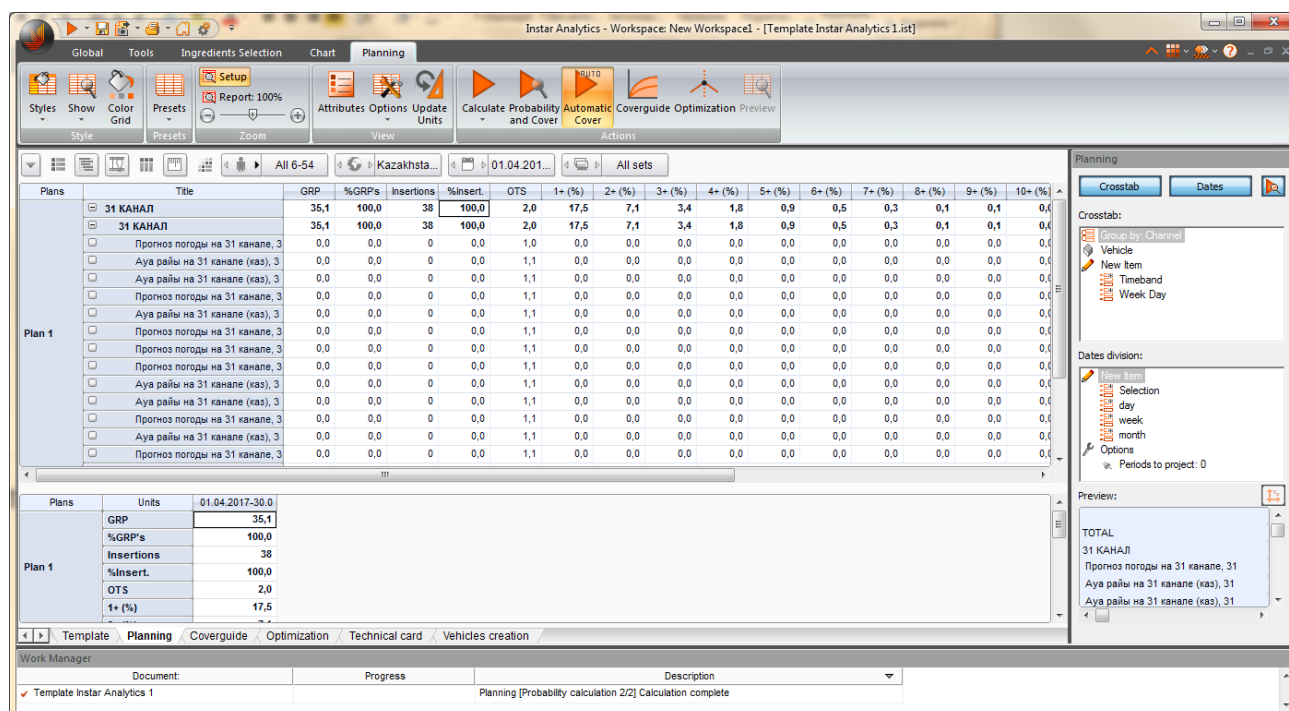
Выделяем программы и создаем носители.



Полученные временные интервалы по программам отображаются во вкладке **Timeband**.



Запускаем расчет. Получаем медиаплан построенный для временных интервалов программы “Прогноз погоды” на 31 канале.



14. Общие характеристики отчета, а также размер целевой аудитории представлены на закладке **Technical card**.

15. Для сохранения отчета нажмите на **“Save”**. Для экспорта результатов отчета в необходимый формат нажмите **“Export File”**.



Если сохранения не требуется, нажмите на “крест”.

Контактная информация

В случае возникновения каких-либо вопросов, связанных с работой программы Instar Analytics или с использованием полученных данных, пожалуйста, свяжитесь со специалистами компании K Research Central Asia:

Тел. +7 (727) 264-66-00

E-mail: cs@k-research.kz