



# Примеры построения отчетов

---

## Содержание

Введение.....	2
1. Первые шаги .....	3
1.1. Загрузка программы Instar Analytics.....	3
1.2. Создание нового отчета.....	6
2. Описание отчетов. Reports .....	11
3. Periods .....	12
3.1. Пример 1 .....	12
3.2. Пример 2 .....	20
4. Vehicles .....	24
4.1. Пример 1 .....	24
5. Programs .....	28
5.1. Пример 1 .....	28
5.2. Пример 2 .....	36
6. Programs Grid .....	41
7. Spots.....	44
7.1. Пример 1 .....	44
7.2. Пример 2 .....	48
8. Audience Curve .....	58
8.1. Пример 1 .....	58
9. Migrations Curve.....	60
9.1. Пример 1 .....	60
10. Graphic / Final Report.....	63
10.1. Пример 1 .....	63
11. Treemap .....	72
11.1. Пример 1 .....	72
12. Migrations.....	77
12.1. Пример 1 .....	77
13. Multi Inheritance .....	81
13.1. Пример 1 .....	81
14. Programs minute by minute .....	85
14.1. Пример 1 .....	85
15. Programs and spots .....	88
15.1. Пример 1 .....	88
16. Competition units .....	92
16.1. Пример 1 .....	92
17. Competition Analysis .....	95
17.1. Пример 1 .....	95
Контактная информация.....	99

---

## **Введение**

Instar Analytics – это специализированное программное обеспечение, которое предназначено для обработки данных измеряемой аудитории в сочетании или независимо друг от друга телевизионной аудитории и данных мониторинга.

Instar Analytics состоит из различных модулей, позволяющих проводить самые различные виды анализа аудитории, строя отчеты по временным интервалам, программам, рекламным блокам и роликам, представляя полученные результаты в табличном и графическом виде.

Instar Analytic включает в себя инструменты для настройки элементов, которые определяют вид отчета. Настраивая каждый модуль отдельно (тип отчета, регион, целевую аудиторию, период, временной интервал, группу каналов и т.д.) пользователь получает отчет, согласно поставленной задачи. Полученные результаты можно экспортировать в различные форматы.

Программа позволяет создать шаблоны, на базе которых можно формировать отчеты, а также позволяет запускать вычисление отчета в автоматическом режиме.

Кроме того, Instar Analytic включает в себя модуль планирования с возможностями оптимизации.

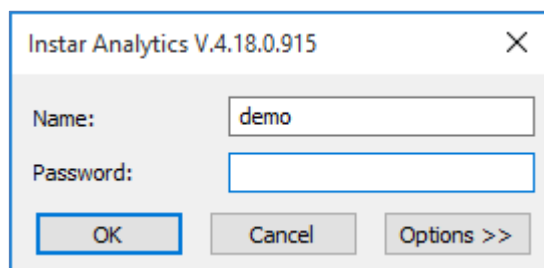
Программа довольно прозрачна и проста. Полный набор меню, кнопок делают программу удобной в использовании, а визуальное представление позволяет пользователю видеть конечный результат.

## 1. Первые шаги

### 1.1. Загрузка программы Instar Analytics

Дважды кликните по ярлыку программы .

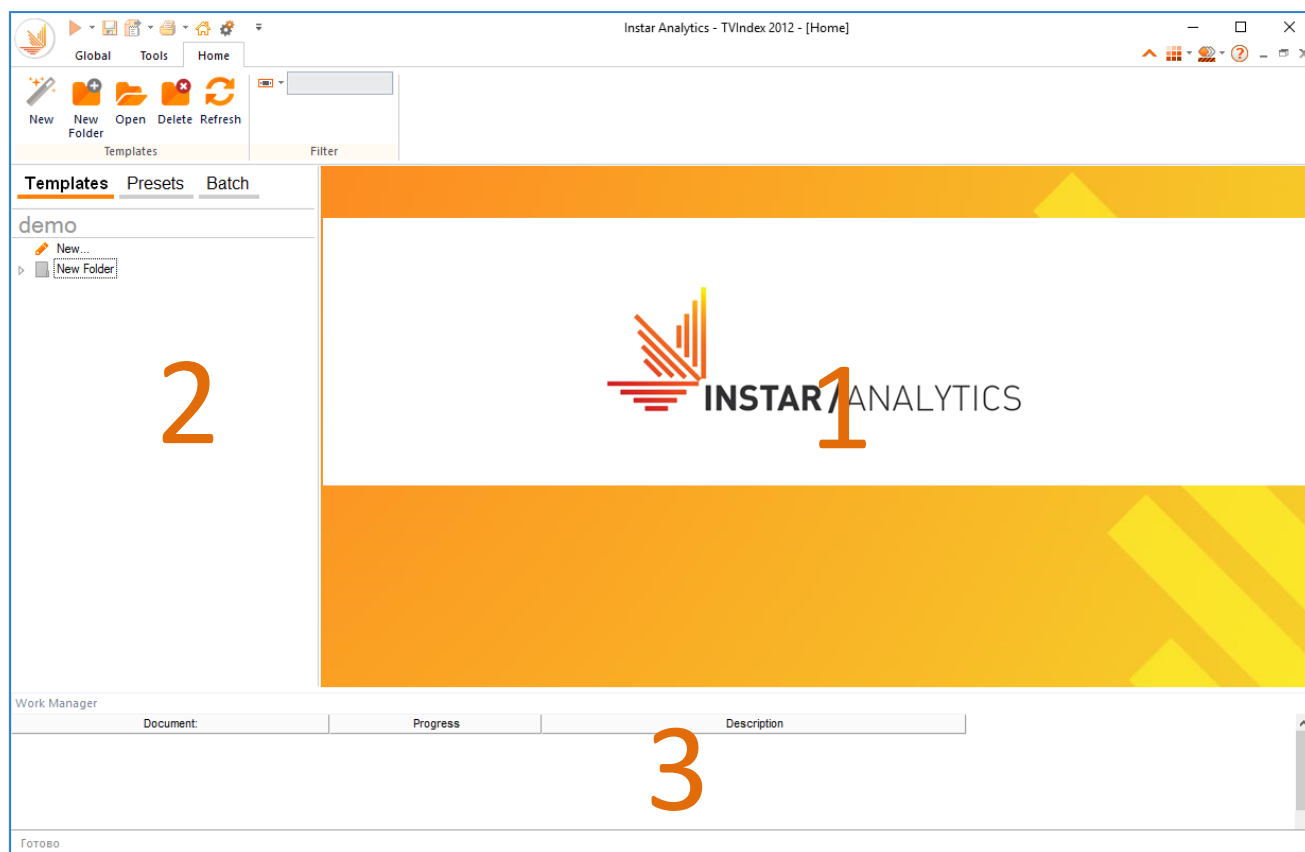
Введите свой логин (при необходимости пароль) и нажмите **Ок**.



A login dialog box titled "Instar Analytics V.4.18.0.915". It contains two input fields: "Name:" with the text "demo" and "Password:". Below the fields are three buttons: "OK", "Cancel", and "Options >>".

### 1.2. Стартовая страница

Стартовая страница представляет собой диалоговое окно, состоящее из трех полей:



**1** - поле приветствия;

**2** - поле создания и отображения отчетов (Templates), отчетов с сохранённым набором настроек (Presets), отчетов с автоматическим процессом вычисления (Batch);

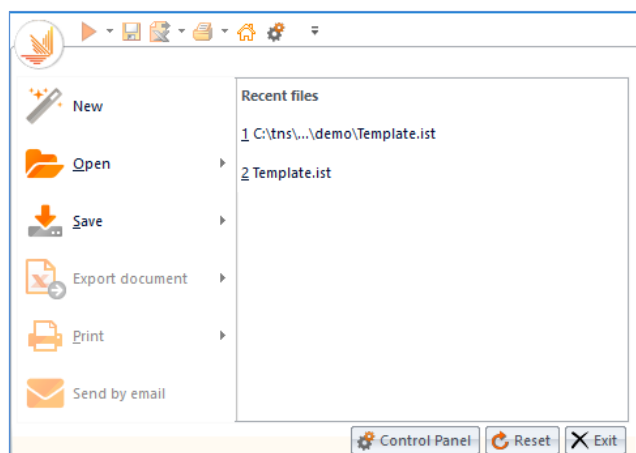
**3** - поле Work Manager, в данном поле отображаются все запущенные процессы, информация о вычислениях, сообщения об ошибке.



В левом верхнем углу расположена лента с кнопками управления, которая всегда остается видимой.



При нажатии на первую кнопку выпадает список со следующими командами:



**New** – открывает диалоговое окно для создание нового отчета.

**Open** – раскрывает выпадающий список со следующими командами:

**Open** – открывает выбранный Template/Preset/Batch;

**Open from** – открывает Template/Preset, локально размещенный на каком-либо диске;

**Import** – импортирует Template/Preset с места на диске, куда ранее он был экспортирован.

**Save** – раскрывает выпадающий список со следующими командами:

**Save** – сохраняет открытый в данный момент Template/Batch;

**Save as** – сохраняет открытый в данный момент Template/Batch под другим именем;

**Export Definition** – экспортирует Template или Preset в формате isp, ist в заданную папку на диске.

**Export document** – раскрывает выпадающий список команд, отвечающих за экспорт отчета в различных форматах.

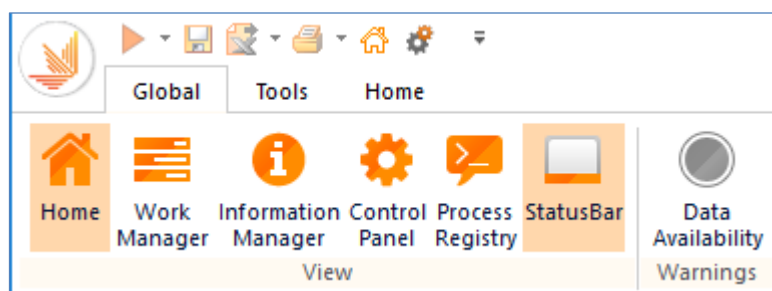
**Print** – раскрывает выпадающий список команд, связанных с настройкой печати и предварительного просмотра.

**Send by Email** – позволяет отправить Template по почте.

Кнопки **Control Panel**, **Reset**, **Exit** открывают панель управления, перезапускают открытую сессию, завершают работу Instar Analytics соответственно.

Верхняя панель инструментов стартовой страницы имеет вкладки. Каждой вкладке соответствует своя лента с кнопками управления:

#### Global:



**Home** - скрывает/отображает стартовую страницу/Template/Preset/Batch.

**Work Manager** - скрывает/отображает поле Work Manager.

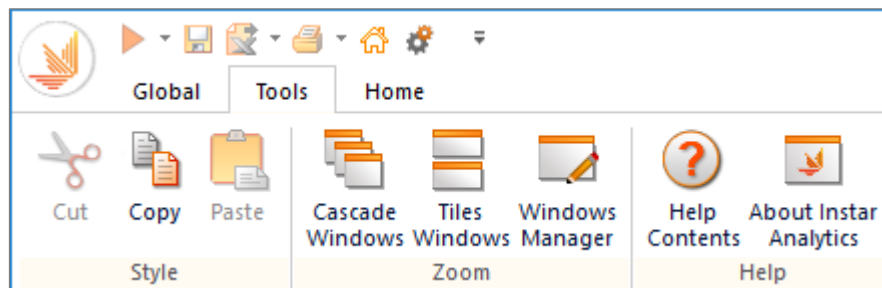
**Control Panel** – открывает панель управления для изменения настроек в Instar Analytics.

**Process Registry** - отображает историю процессов, запускаемых в ходе текущей сессии.

**StatusBar** - скрывает/отображает строку главного экрана.

**Data Availability** – открывает список команд для настройки главной панели инструментов.

#### Tools:



**Cut** - вырезает выбранный элемент и сохраняет его в буфер обмена.

**Copy** - копирует выбранный элемент и сохраняет его в буфер обмена.

**Paste** - вставляет содержимое, сохраненное в буфере обмена.

**Cascade Windows** - отображает открытые окна в виде каскада.

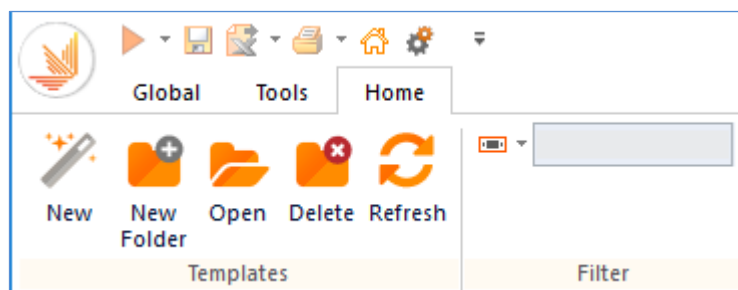
**Tiles Windows** - отображает все открытые окна одновременно.

**Windows Manager** - позволяет активировать, свернуть, закрыть, отобразить горизонтально, вертикально или каскадом активные окна.

**Help Contents** – активирует помощник для поиска информации, связанной с работой Instar Analytics.

**About Instar Analytics** - информация о версии программного обеспечения.

#### Home:



**New** – создает новый Template/Preset/Batch.

**New Folder** – создает новую папку во вкладках Template/Preset/Batch.

**Open** – открывает созданные папки или созданный ранее Template/Preset/Batch.

**Delete** – удаляет выделенный Template/Preset/Batch или папку.

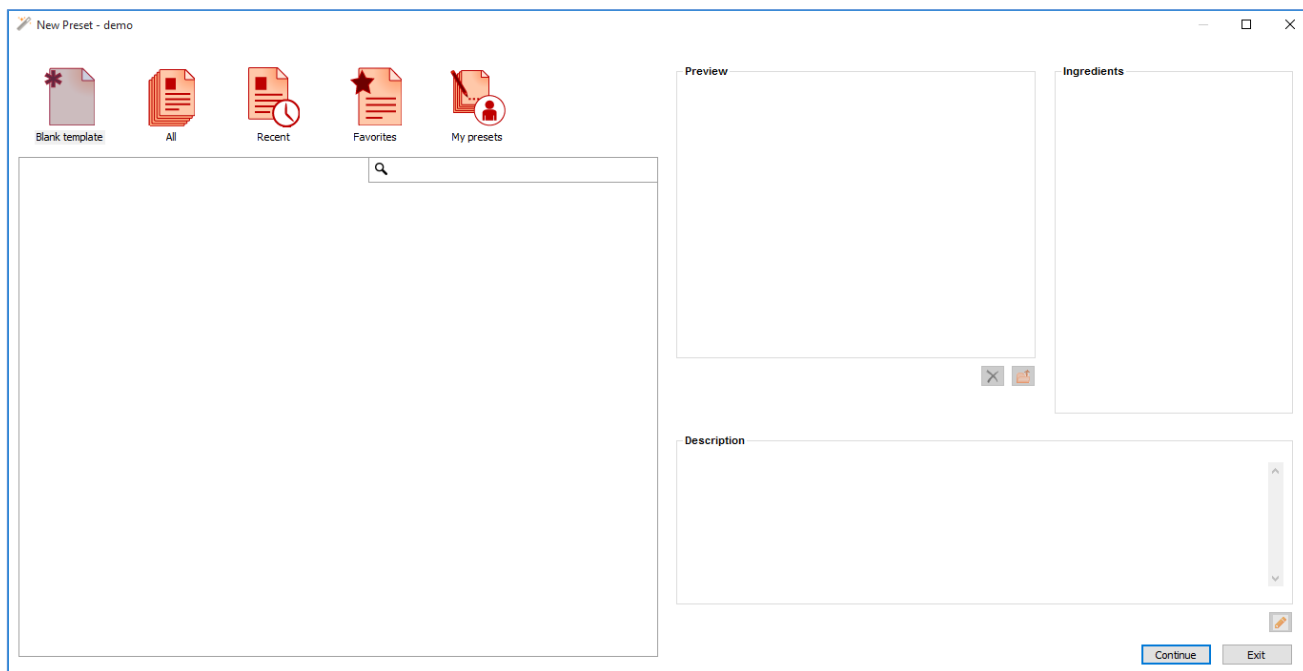
**Refresh** – обновляет поле отображения отчетов Template/Preset/Batch.

**Filter** – быстрый поиск отчетов Template/Preset/Batch по названию.

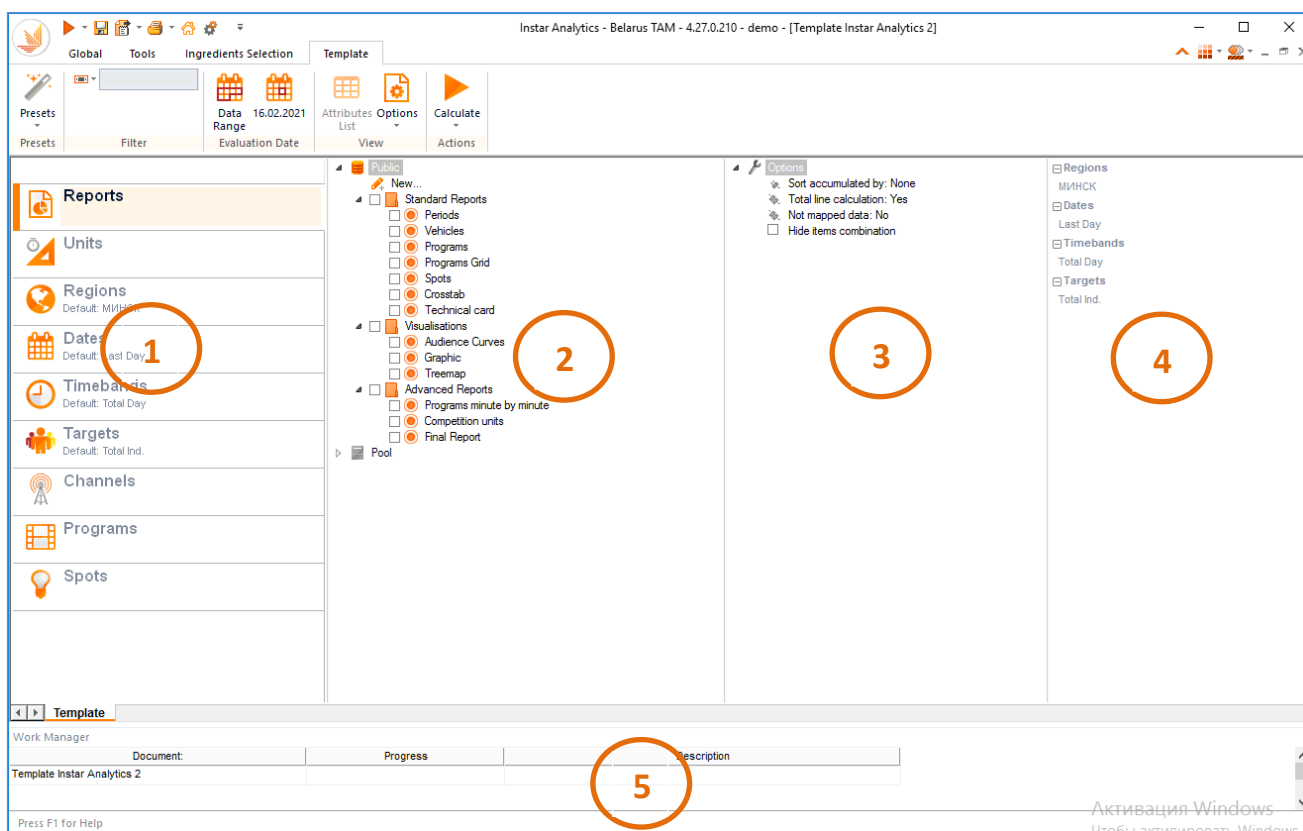
## 1.2. Создание нового отчета



Нажмите на иконку **New** на верхней панели или на кнопку **New...** во вкладке **Templates** или **Presets**. Откроется диалоговое окно:



Дважды кликните на **Blank template**, откроется диалоговое окно создания нового отчета.



В **поле 1** находятся вкладки для отбора ингредиентов.

В **поле 2** отображается список доступных ингредиентов соответствующей вкладки, а также в данном поле можно создать пользовательский ингредиент.

**Поле 3** предназначено для отображения выбранных ингредиентов и для настройки дополнительных опций.

**Поле 4** - данный раздел показывает краткую информацию о выбранных ингредиентах.

При построении отчета с нуля необходимо, обращаясь к компонентам первого поля, осуществить отбор и настройку отобранных ингредиентов в соответствии с установленной задачей:

Во вкладке **Reports** осуществляется выбор типа отчета, в случае необходимости настраиваются дополнительные опции.

Во вкладке **Units** происходит отбор статистик, в случае необходимости настраиваются дополнительные опции.

Во вкладке **Regions** отмечается доступный регион.


Во вкладке **Dates** задается анализируемый период, при необходимости настраиваются дополнительные опции.


Во вкладке **Timebands** задается временной интервал, при необходимости настраиваются дополнительные опции.


Во вкладке **Targets** настраивается целевая аудитория.

Во вкладке **Channels** происходит отбор каналов.

Вкладки **Programs** или **Spots** содержат атрибуты, по которым можно установить условия для загрузки конкретных программ или рекламных сообщений.

Расчет запускается через кнопку **Calculate** . Полученный результат отображается на странице с названием, соответствующим названию выбранного типа отчета.

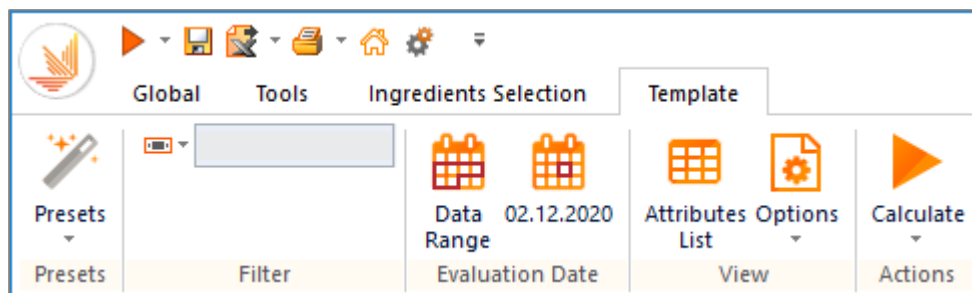
Сохранить результаты вычисления в нужном формате можно с помощью кнопки **Export** , расположенной на панели быстрого доступа, или через команду выпадающего меню **Export document**.

Сохранить отчет можно с помощью кнопки **Save**  на панели быстрого доступа или через одноименную команду выпадающего меню. Сохраненные отчеты (Templates) отображаются на стартовой странице во вкладке Templates.

## Панель инструментов диалогового окна создания отчета

В верхней части диалогового окна расположена панель инструментов **Template**. Для всех вкладок, кроме вкладок Programs и Spots (**Filter**), она идентична.

### Template:



**Presets** – раскрывает список Presets, из которого можно выбрать необходимый.

**Filter** – быстрый поиск ингредиентов.

**Data Range** – отображает выпадающий список, позволяющий выбрать тип данных, по которому будут осуществляться вычисления: по умолчанию выбран Automatic, позволяющий установить максимально доступный интервал времени, объединяя все периоды, подгруженные для каждого типа данных.

**Evaluation Date** - осуществляет оценку за определенный день для атрибутов каждого элемента, так как они меняются с течением времени, кроме случаев, когда выбран тип отчетов Periods.

**Attributes List** - изменяет внешний вид поля отображения ингредиентов каждой вкладки, за исключением вкладки Reports. В нажатом состоянии можно сортировать и фильтровать список ингредиентов.

**Options** – раскрывает список дополнительных опций, некоторые из которых предназначены для ингредиентов, некоторые - для отчетов:

**Pool** – отображает/скрывает корзину в поле отбора ингредиентов. В корзину можно переместить неиспользуемые ингредиенты.

**Temporary Items** - отображает/скрывает Temporary (поле для создания временных ингредиентов).

**Options** - отображает/скрывает настройки дополнительных опций в третьем окне.

**View Disabled Items** - отображает/скрывает отключенные элементы ингредиентов.

**Block Selected Parameters** - отображает/скрывает функцию настройки конфигурации ингредиентов в третьем окне шаблона.

**Units per Report in the Selection** - отображает/скрывает выбранные статистики в третьем окне вкладки Reports и выбранные отчеты в третьем окне вкладки Units.

**Group Custom Timebands** – группирует и раскрывает созданные временные кастомизированные таймбенды.

**Translate Logical Dates** – включает/отключает расшифровку логических дат.

**Friendly dates** – включает/отключает отображение дат, представленных числами, в виде стандартных дат, используемых в календаре (месяц, год).

**Setup** – меняет масштаб изображения в отчетах.

**Indent Crosstab Categories** - добавляет/отменяет отступ в отчете crosstab перед категориями.

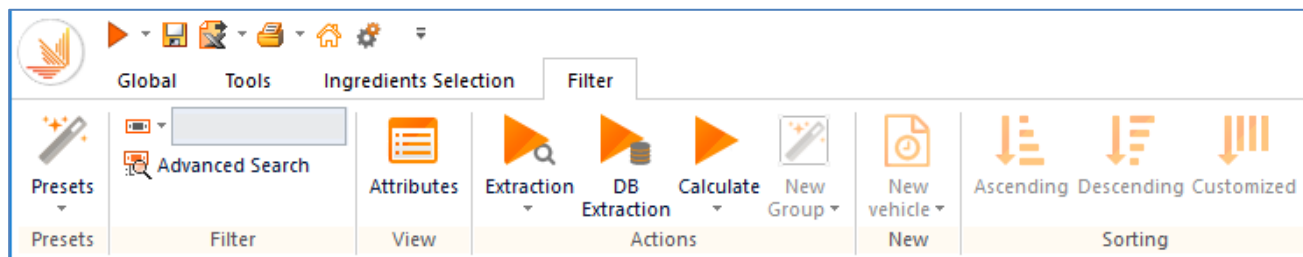
**Show All Categories** - отображает/скрывает названия категорий во всех ячейках в таблицах кросстаб.

**Calculate** – запуск процесса вычисления созданного отчета.

**Initialize** – удаляет результаты вычисления, после того, как были проведены расчеты.

Вкладки **Programs** и **Spots** имеет панель инструментов **Filter**.

**Filter:**



**Presets** – раскрывает список Presets, из которого можно выбрать необходимый.

**Advanced Search** – фильтр по выбранной группе атрибутов.

**Attributes** – раскрывает список атрибутов, которые можно отметить для отображения в поле предварительного просмотра.

**Extraction** – раскрывает список команд:

**Extraction** – отображает в поле предварительного просмотра информацию о программах или рекламных сообщениях в соответствии с выбранными ингредиентами и установленным фильтром по атрибутам.

**Original extraction** – снимает блокировку (все фильтры/атрибуты становятся видимыми) в случае если к выгрузке в поле предварительного просмотра был применен фильтр или сортировка, т.е. возвращает к первоначальному виду.

**Block extraction** – блокирует настройки атрибутов (все фильтры/атрибуты становятся невидимыми) после отображения в поле предварительного просмотра информации о программах или рекламных сообщениях, а также если к выгрузке был применен фильтр или сортировка.

**Dynamic block extraction** – блокирует настройки атрибутов (все фильтры/атрибуты становятся невидимыми) после отображения в поле предварительного просмотра информации о программах или рекламных сообщениях, а также если к выгрузке был применен фильтр или сортировка, затем автоматически запускается вычисление.

**DB Extraction** – отображает в поле предварительного просмотра информацию о программах или рекламных сообщениях по всему доступному периоду по выбранным атрибутам.

**Calculate** – запуск процесса вычисления созданного отчета.

**Initialize** – удаляет результаты вычисления, после того, как были проведены расчеты.

**New Group** – раскрывает список команд:

**New group** – создает новую группу в окне Filter по выбранным атрибутам и обрабатывается по логике “ИЛИ” по отношению к другим группам.

**Group** – объединяет выбранные группы фильтров, отображенные в окне Filter. Т.е. атрибуты выделенных групп группируются в одну и обрабатываются по логике “И”;

**Ungroup** – разъединяет сгруппированные фильтры, отображенные в окне Filter. Т.е. атрибуты выделенных групп разгруппируются в несколько и обрабатываются по логике “ИЛИ”;

**New vehicle** – отображает выпадающий список команд по созданию различных носителей.

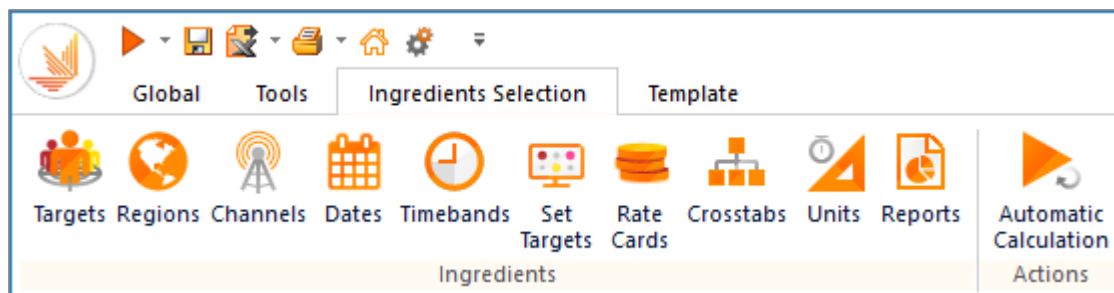
**Ascending** – сортирует результат отображения информации в поле предварительного просмотра по возрастанию (A-Z или 0-9) по выбранному столбцу.

**Descending** – сортирует результат отображения информации в поле предварительного просмотра по убыванию (Z-A или 9-0) по выбранному столбцу.

**Customized** – сложная сортировка. Сортирует результат отображения информации в поле предварительного просмотра по отобранным атрибутам.

Панель инструментов **Ingredients Selection**, которая также находится в верхней части диалогового окна, предназначена для быстрого отбора доступных или ранее созданных в public соответствующих ингредиентов.

#### Ingredients Selection:



Кнопка **Automatic Calculation** в нажатом состоянии автоматически выполняет расчет при изменении ингредиента.

---

## 2. Описание отчетов. Reports

### Standard Reports:

**Periods (Периоды).** Отчет для определения аудиторных показателей каналов по временным интервалам (дням, неделям, месяцам, минутам, часам и т.д.).

**Vehicles (Носители).** Отчет для получения информации по носителям (временным интервалам, программам, рекламным сообщениям).

**Programs (Программы).** Отчет для получения информации о программах.

**Programs Grid (Сетка Программ).** Отчет для получения графического представления аудитории программ в анализируемом интервале времени.

**Spots (Ролики).** Отчет предназначен для получения информации о рекламных сообщениях.

**Crosstab (Таблица).** Вспомогательный отчет для отчетов Vehicles, Programs, Spots. Предназначен для отображения показателей в виде сводной (суммарной) таблицы.

**Technical card (Техническая справка).** В Technical card отображаются технические характеристики построенного отчета.

### Visualizations:

**Audience Curves (Аудиторные кривые).** В отчете отображаются аудиторные данные в виде динамических кривых по каналам, регионам, целевым группам, периодам в соответствии с выбранной статистикой.

**Migrations Curve (График миграции).** Отображает аудиторию канала в виде динамических кривых, а также миграцию аудитории канала по отношению к другим каналам.

**Graphic (График).** Отчет предназначен для графического отображения результатов вычисления.

**Treemap.** Вспомогательный графический отчет, предназначен для визуализации отчетов Vehicles, Programs, Spots в виде прямоугольников, расположенных и окрашенных согласно заданной иерархии.

### Advanced Reports:

**Migrations (Миграция).** Данный отчет предназначен для анализа перетекания аудитории с канала на канал.

**Multi Inheritance (Множественное наследование).** Предназначен для анализа перетекания аудитории с программы на программу.

**Programs minute by minute (Программы поминутно).** Отчет включает всю информацию, связанную с поминутным анализом программ.

**Programs and spots (Программы и ролики).** Отчет для анализа программ и рекламных сообщений.

**Competition units (Анализ конкурентов по временным интервалам).** Анализ конкурентного окружения по временным интервалам.

**Competition Analysis (Анализ конкурентов по программам).** Анализ конкурентного окружения по программам.

**Final Report (Итоговый отчет).** Финальный отчет, где на одном листе отображаются сразу несколько отчетов, построенных ранее.



### 3. Periods

Отчет **Periods** предназначен для определения аудиторных показателей каналов по временным интервалам (дням, неделям, месяцам, минутам, часам и т.д.).

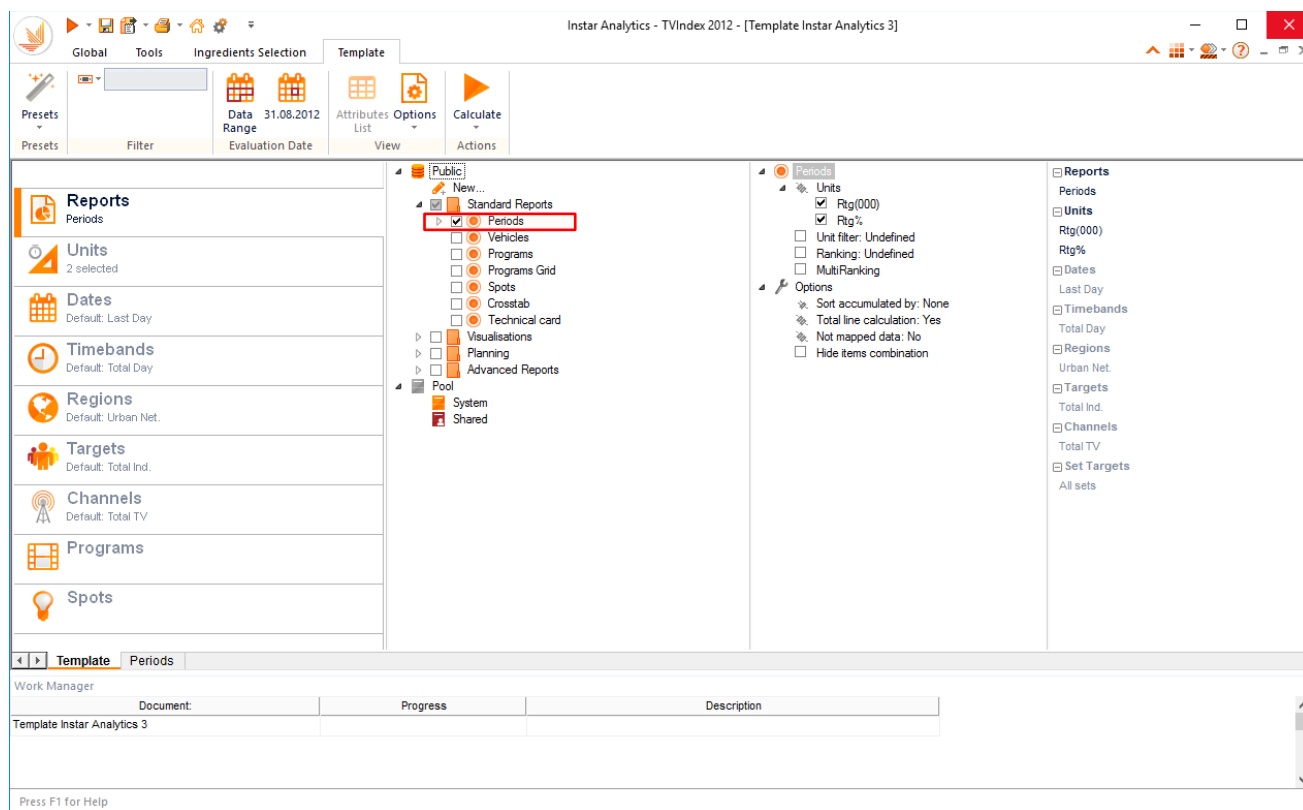
#### 3.1. Пример 1

**Задача:** Определить основные аудиторные показатели ТВ каналов (рейтинг **Rtg%**, долю **Share**, охват **Rch%**).

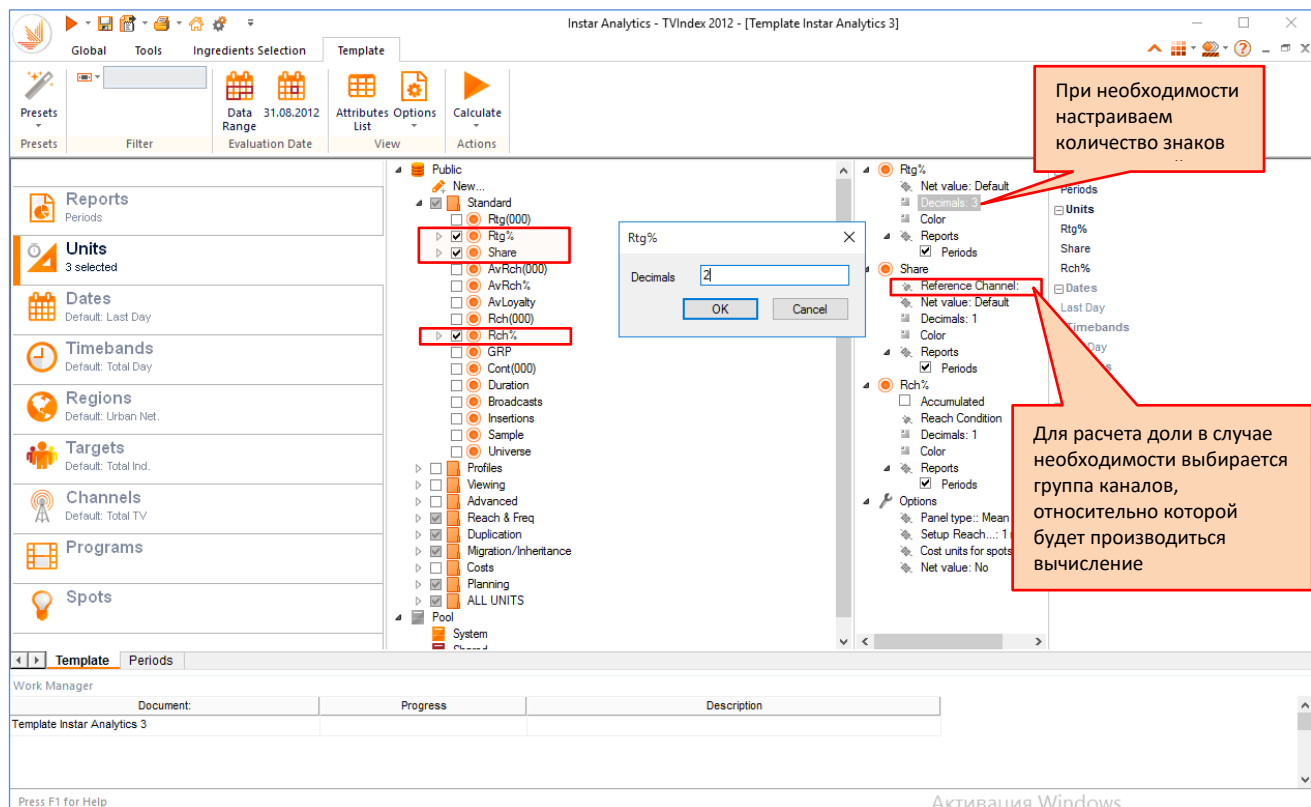
**Период** Август 2012  
**Временной интервал** Prime и Off Prime  
**Регион** Urban Net и Sector1  
**Целевые группы** Total Ind., All 18+, All 6-54

**Последовательность действий:**

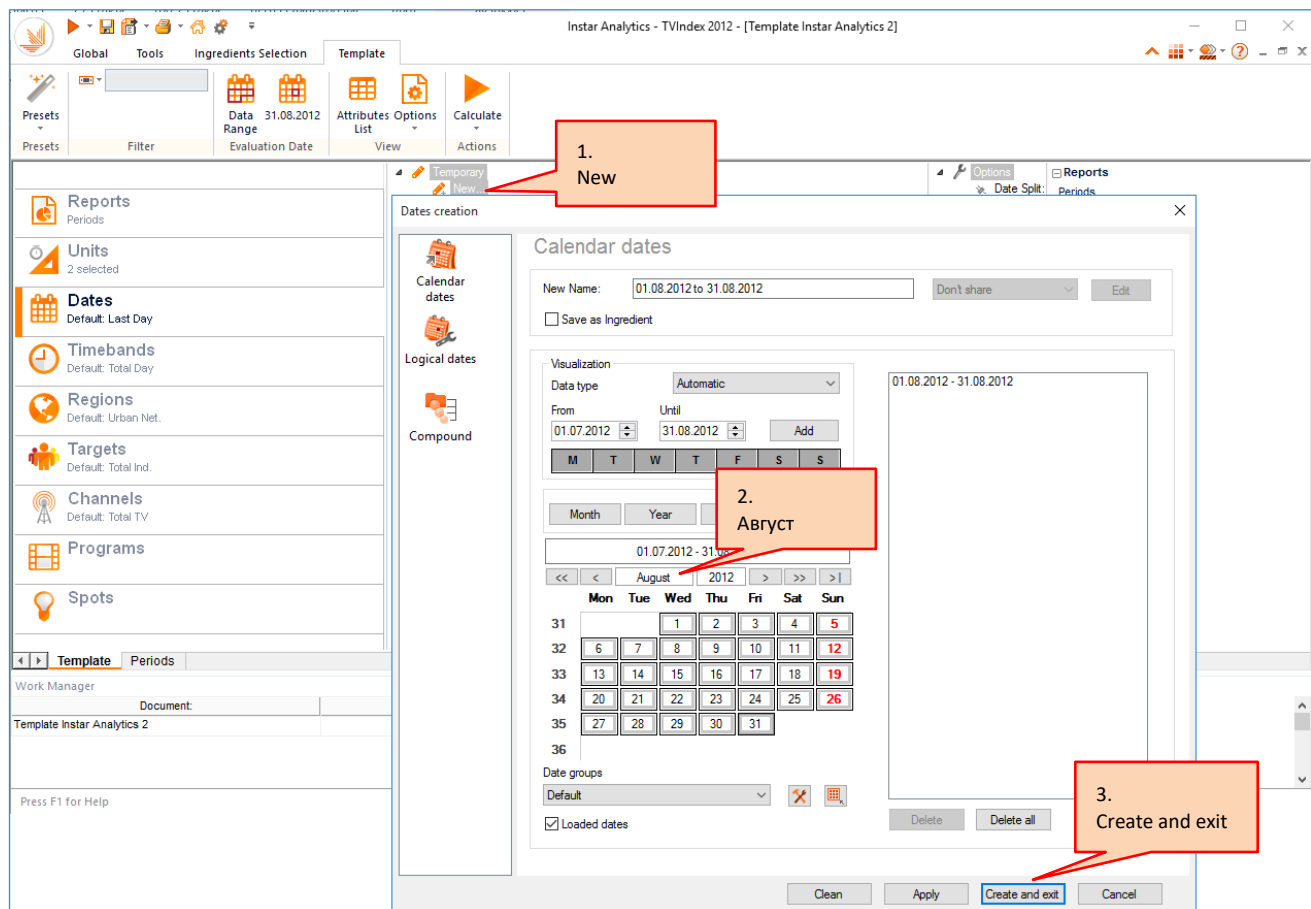
##### 1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчет **Periods**



## 2. Во вкладке Units отмечаем статистику Rtg%, Share, Rch%



## 3. Во вкладке Dates создаем период Август 2012



4. Во вкладке **Timebands** создаем временные интервалы Prime (18:00-24:00) и Off Prime (05:00-18:00; 24:00-29:00)

### Prime:

1. New

2. 18:00-24:00

3. Add

4. Prime

5. Create and exit

Timeband

New Name: Prime

Save as Ingredient: ☒

Time zone definition

From:	To:	Increments of:	Start time Grid:
18:00	24:00	15	

Timebands

Timebands	M	T	W	T	F	S	S
Monday 18:00							
Tuesday 18:00							
Wednesday 18:00							
Thursday 18:00 - 24:00							
Friday 18:00 - 24:00							
Saturday 18:00 - 24:00							
Sunday 18:00 - 24:00							

Buttons: Clean, Apply, Create and exit, Cancel

## Off Prime:

1. New

2. 05:00-18:00

3. Add

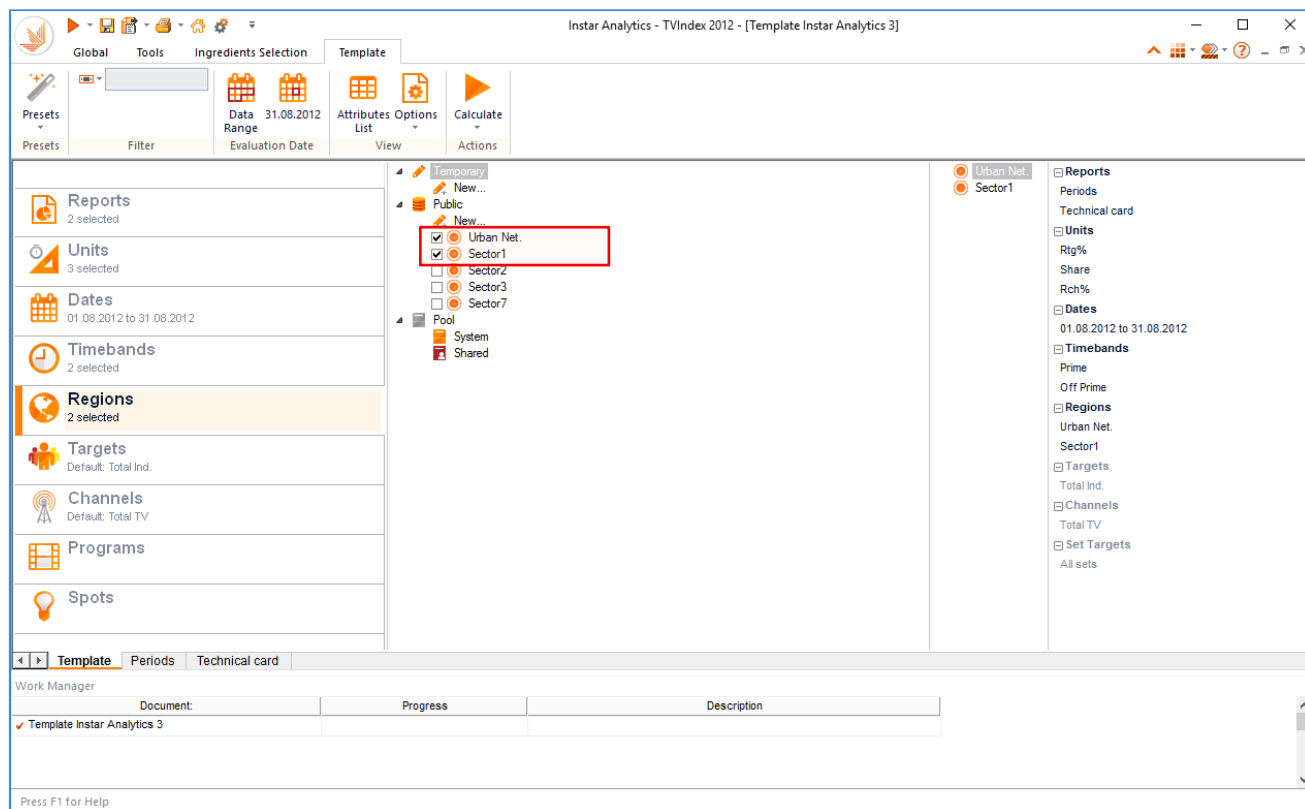
4. 24:00-29:00

5. Add

6. Off Prime

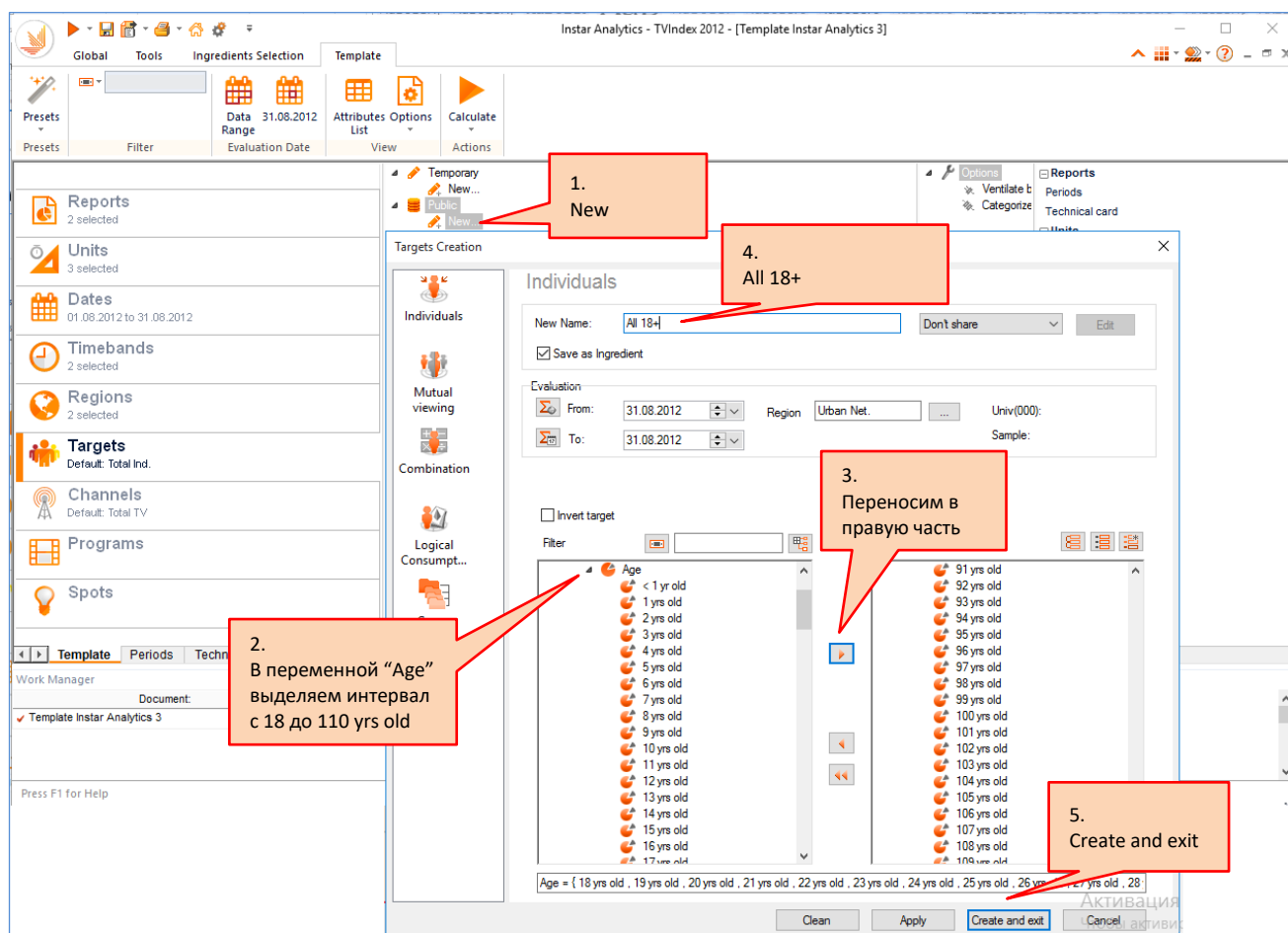
7. Create and exit

## 5. Во вкладке **Regions** отмечаем регионы Urban Net и Sector1



## 6. Во вкладке **Targets** отмечаем целевую группу **Total Ind.** и создаем целевые группы **All 18+** и **All 6-54**.

**All 18+:**



1. New

2. В переменной "Age" выделяем интервал с 6 до 54 yrs old

3. Переносим в правую часть

4. All 6-54

5. Create and exit

Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 3]

Global Tools Ingredients Selection Template

Presets Filter Evaluation Date View Actions

Reports 2 selected

Units 3 selected

Dates 01.08.2012 to 31.08.2012

Timebands 2 selected

Regions 2 selected

Targets 2 selected

Channels 4 selected

Programs

Spots

Temporary

Public

Total TV

CHANNEL\_14

CHANNEL\_16

CHANNEL\_17

CHANNEL\_18

CHANNEL\_25

CHANNEL\_27

CHANNEL\_258

CHANNEL\_498

Pool

System

Shared

Reports

Periods

Technical card

Units

Rtg%

Share

Rch%

Dates

01.08.2012 to 31.08.2012

Timebands

Prime

Off Prime

Regions

Urban Net

Sector1

Targets

All 18+

All 6-54

Channels

CHANNEL\_14

CHANNEL\_16

CHANNEL\_17

CHANNEL\_18

Set Targets

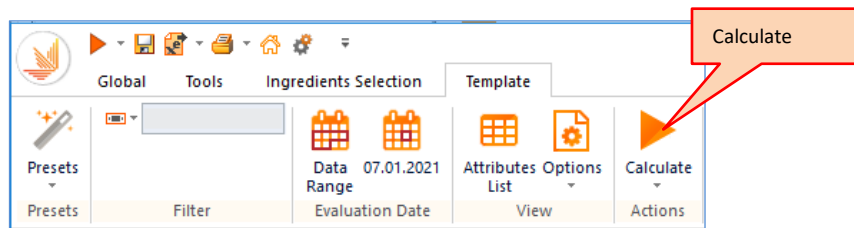
All sets

Work Manager

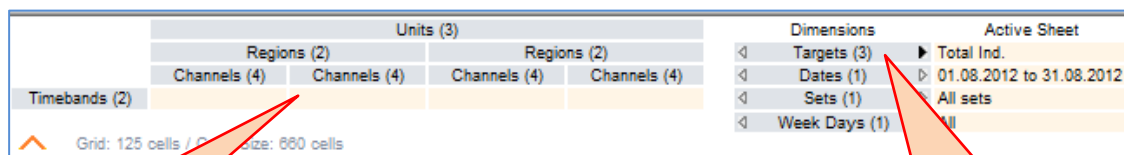
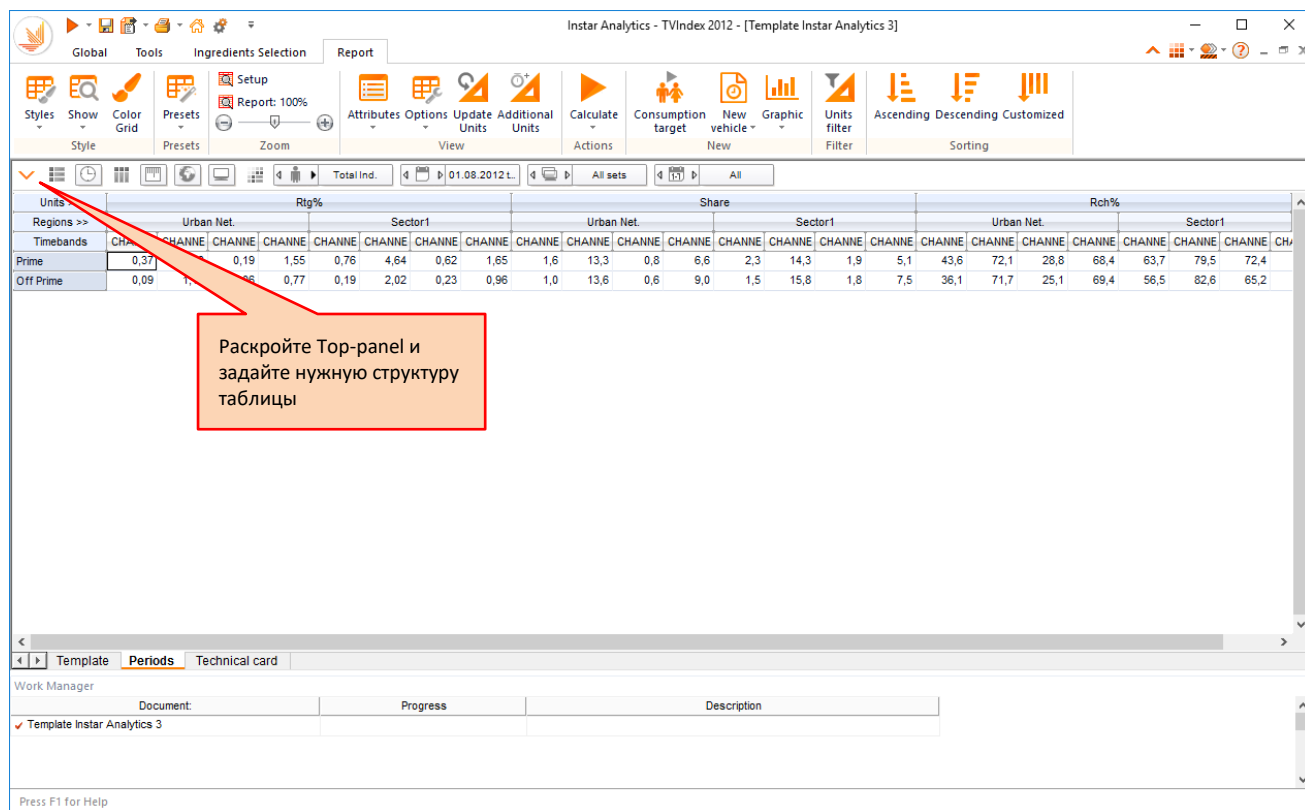
Document:	Progress	Description
Template Instar Analytics 3		Calculation complete

Press F1 for Help

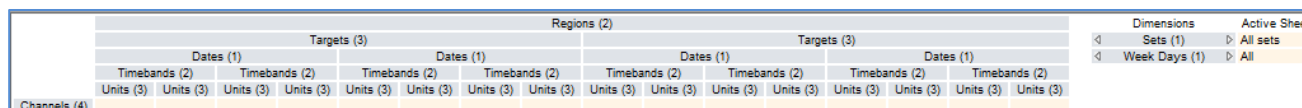
## 8. Запускаем расчет.



## 9. Табличный результат представлен на закладке Periods.



Ингредиенты в строках и столбцах можно перемещать между собой



<



## 3.2. Пример 2

**Задача:** Определить социально-демографический профиль **TgSat%** аудитории канала по полу, возрастным группам и национальности, и их вклад в просмотр **TgAfin%**.

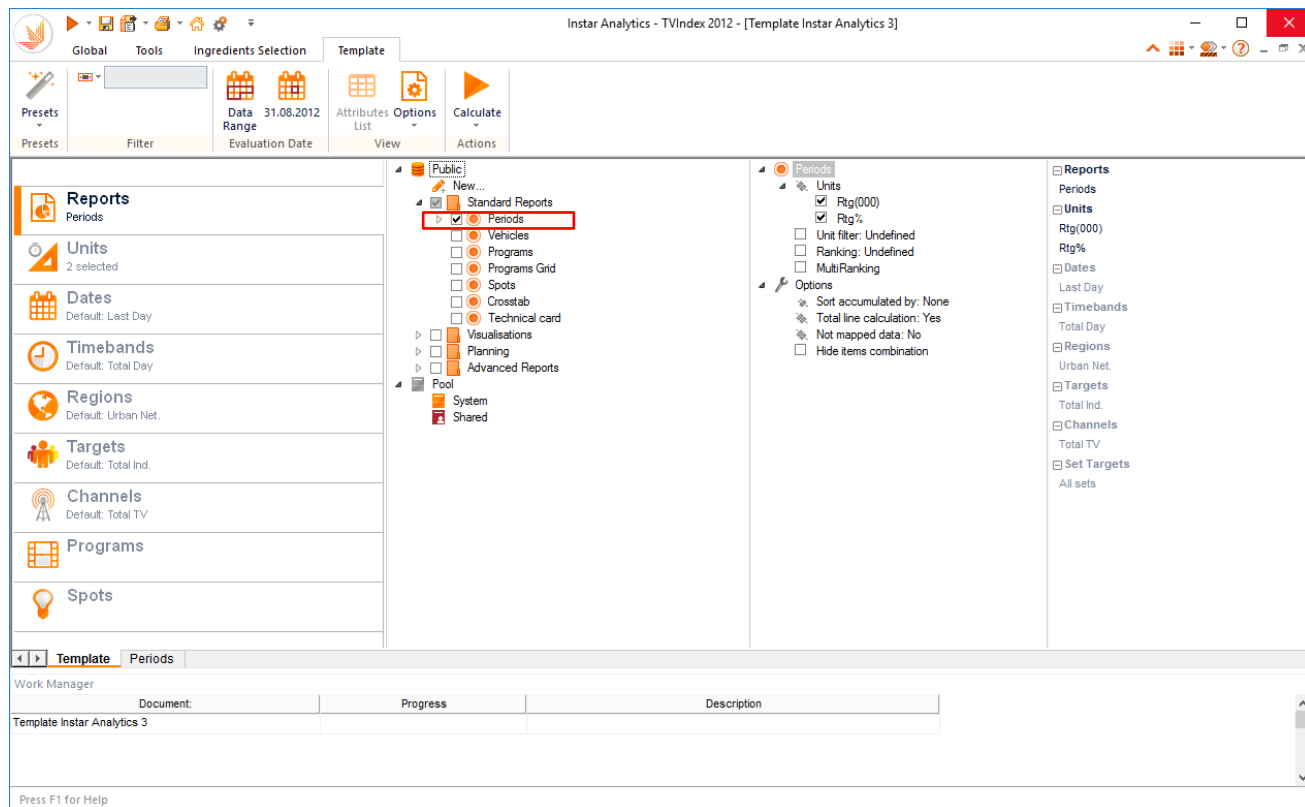
**Период** Август 2012

**Регион** Urban Net.

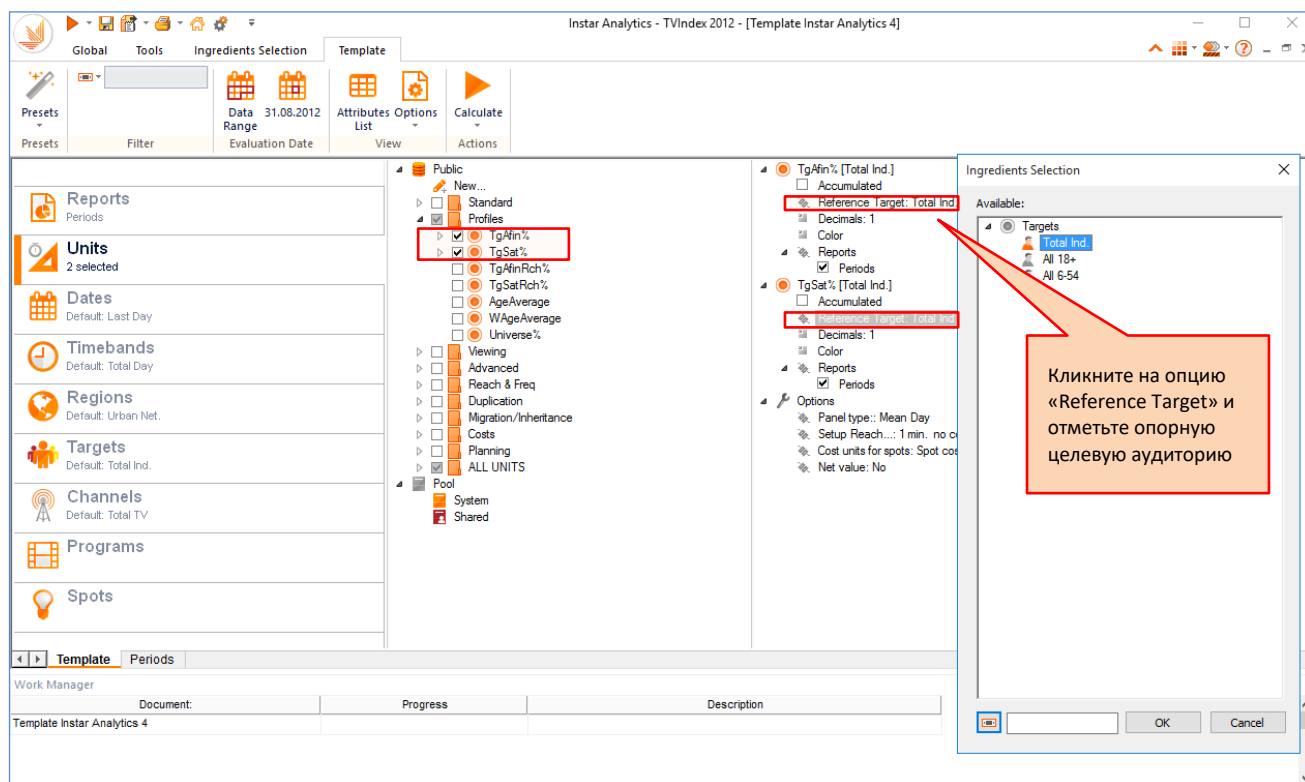
**Целевая группа** Total Ind.

**Последовательность действий:**

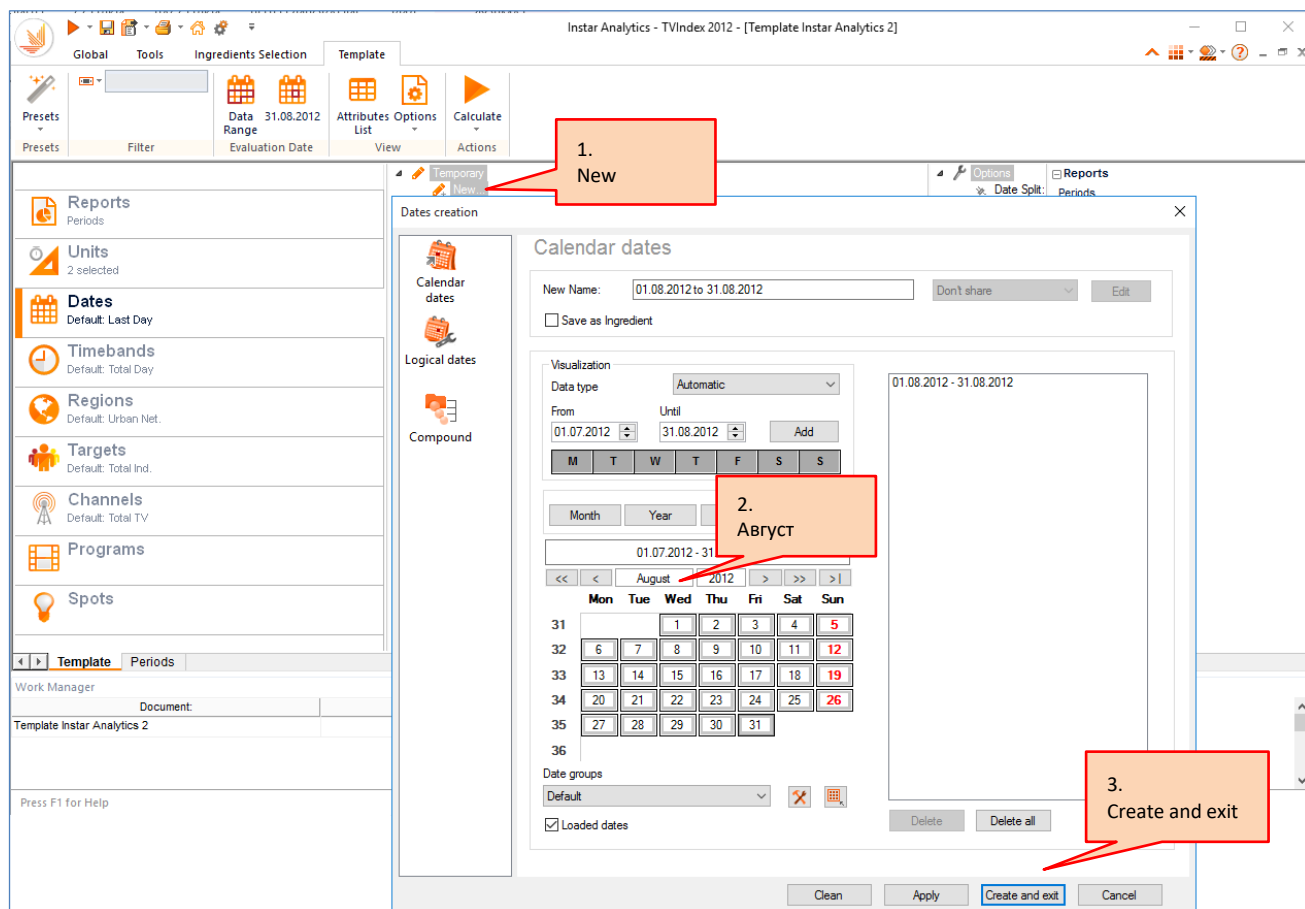
### 1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчет **Periods**



## 2. Во вкладке Units отбираем статистику TgSat% и TgAfin%.

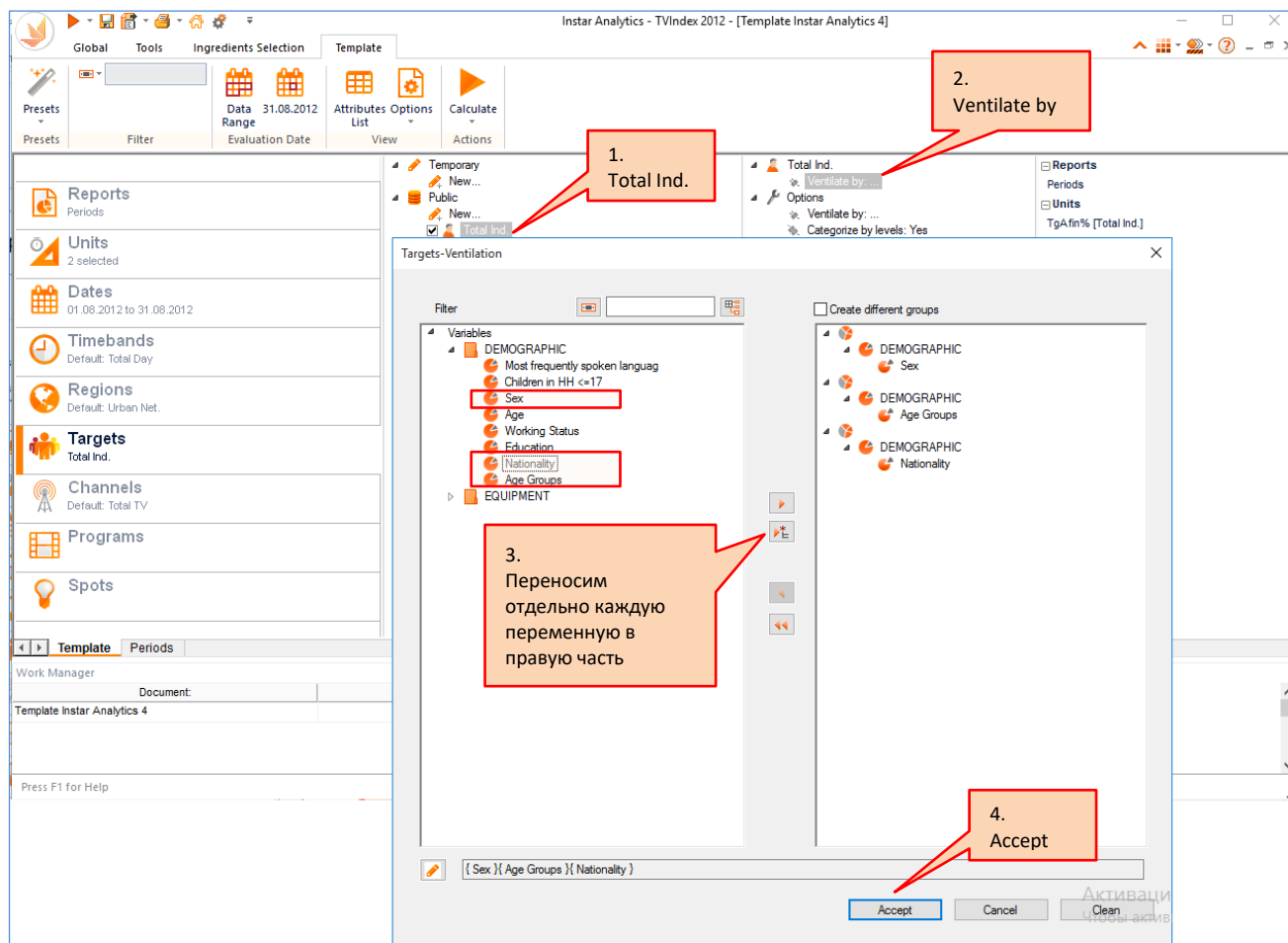


## 3. Во вкладке Dates создаем период Август 2012

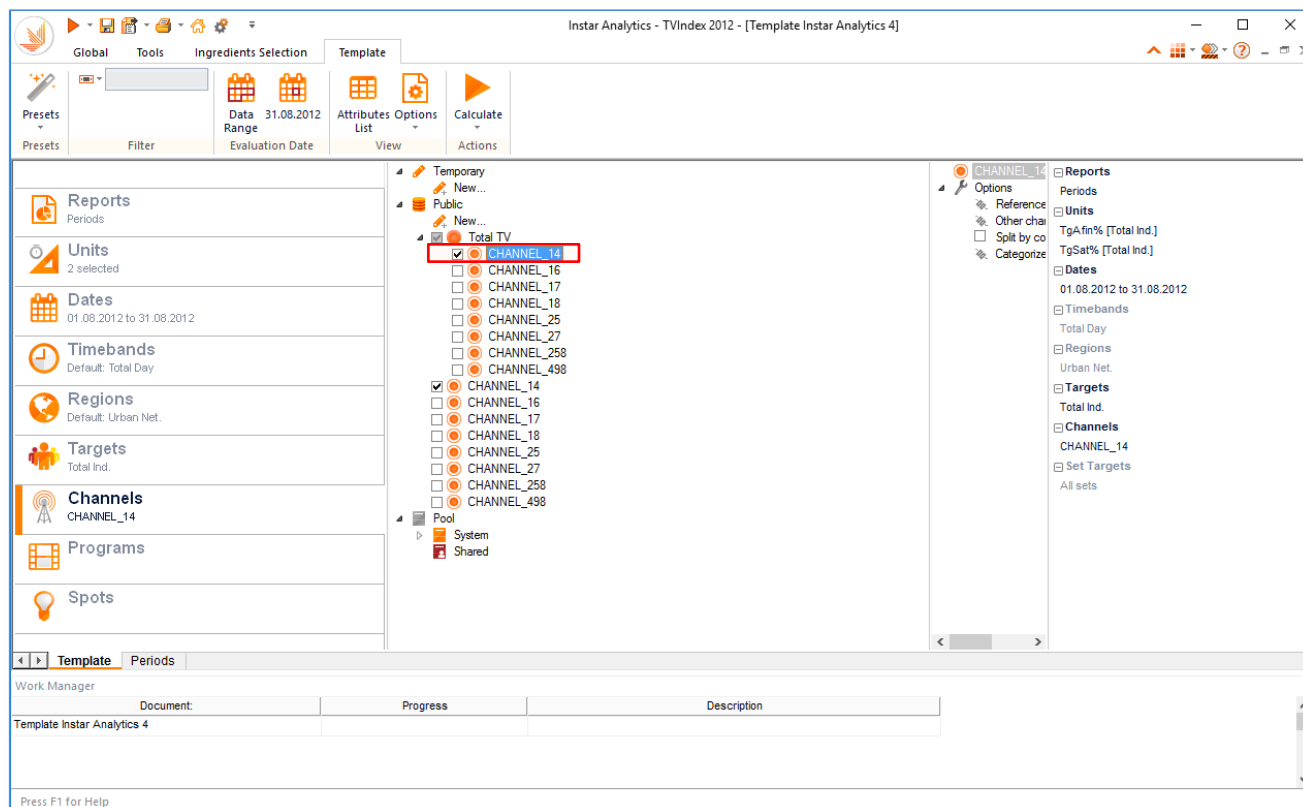


## 4. Временной интервал Total day и регион Urban Net отбираются по умолчанию.

5. Во вкладке **Targets** при помощи опции **Ventilate by** разбиваем **Total Ind.** по полу, возрастным группам и национальности.



6. Во вкладке **Channels** отмечаем анализируемый канал.



7. Запускаем расчет.

8. Табличный результат представлен на закладке **Periods**.

Раскройте Top-panel и задайте нужную структуру таблицы

Targets >>	TgAfin%	TgSat%
Total Ind.	100,0	100,0

Work Manager

Document:	Progress	Description
Template Instar Analytics 4	Calculation complete	

Press F1 for Help

Grid: 42 cells / Cube Size: 24 cells

Units >>	TgAfin% [Total]	TgSat% [Total]
Total Ind.	100,0	100,0
Total Ind. Sex(Male)	103,7	47,8
Total Ind. Sex(Female)	96,8	52,2
Total Ind. Age Groups(6-9 years)	114,0	3,9
Total Ind. Age Groups(10-17 years)	129,0	20,0
Total Ind. Age Groups(18-29 years)	92,7	24,7
Total Ind. Age Groups(30-39 years)	76,6	12,9
Total Ind. Age Groups(40-54 years)	87,9	18,6
Total Ind. Age Groups(55+ years)	121,7	19,9
Total Ind. Nationality(KAZAK)	101,2	55,4
Total Ind. Nationality(RUSSIAN)	111,2	41,0
Total Ind. Nationality(OTHER)	42,5	3,6

Work Manager

Document:	Progress	Description
Template Instar Analytics 4		

Press F1 for Help

9. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 4. Vehicles

**Vehicles (Носители).** Данный отчет предназначен для получения информации по носителям (по простым временным интервалам, временным интервалам по программам и рекламным сообщениям).

С помощью данного отчета можно посмотреть пересечение аудитории каналов.

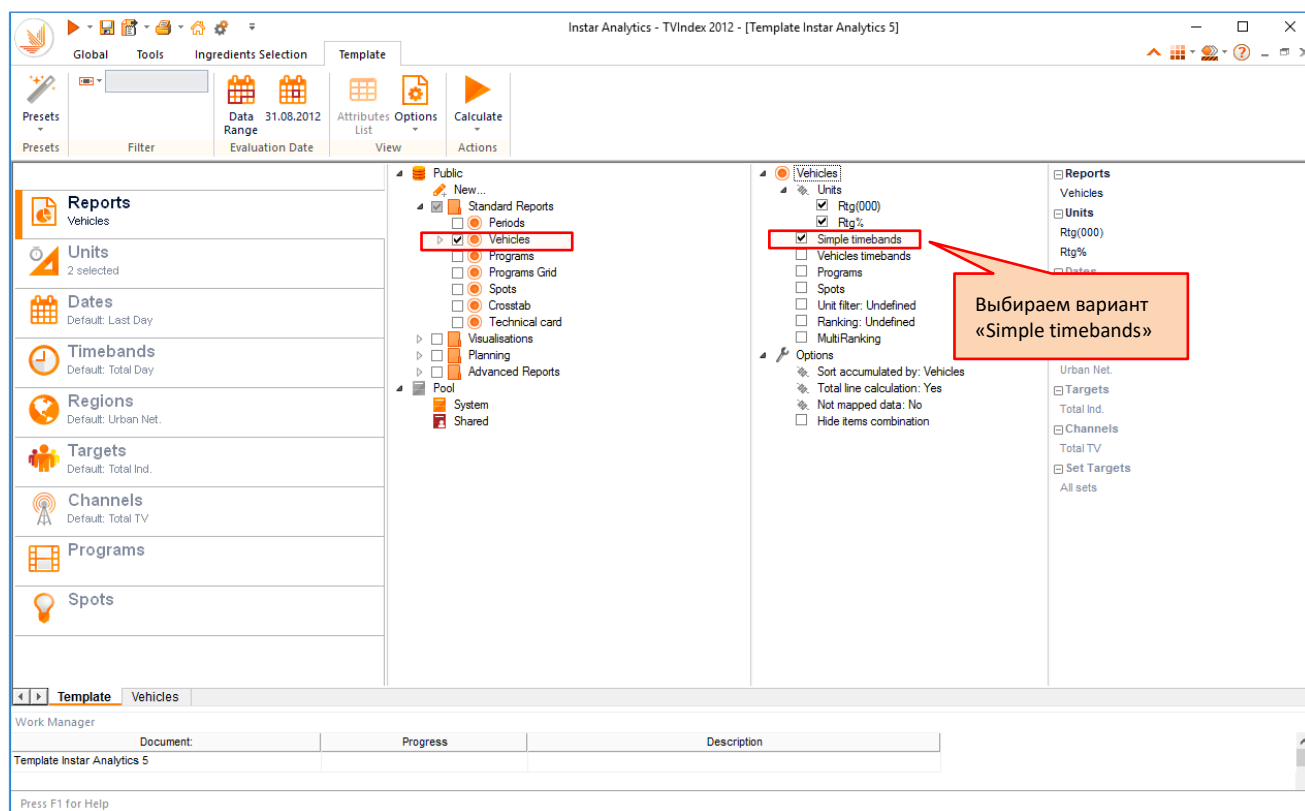
### 4.1. Пример 1

**Задача:** Найти общих зрителей **Dupl(%)** телеканалов Channel\_14, Channel\_16 и Channel\_17 в прайм-тайме за последний доступный день.

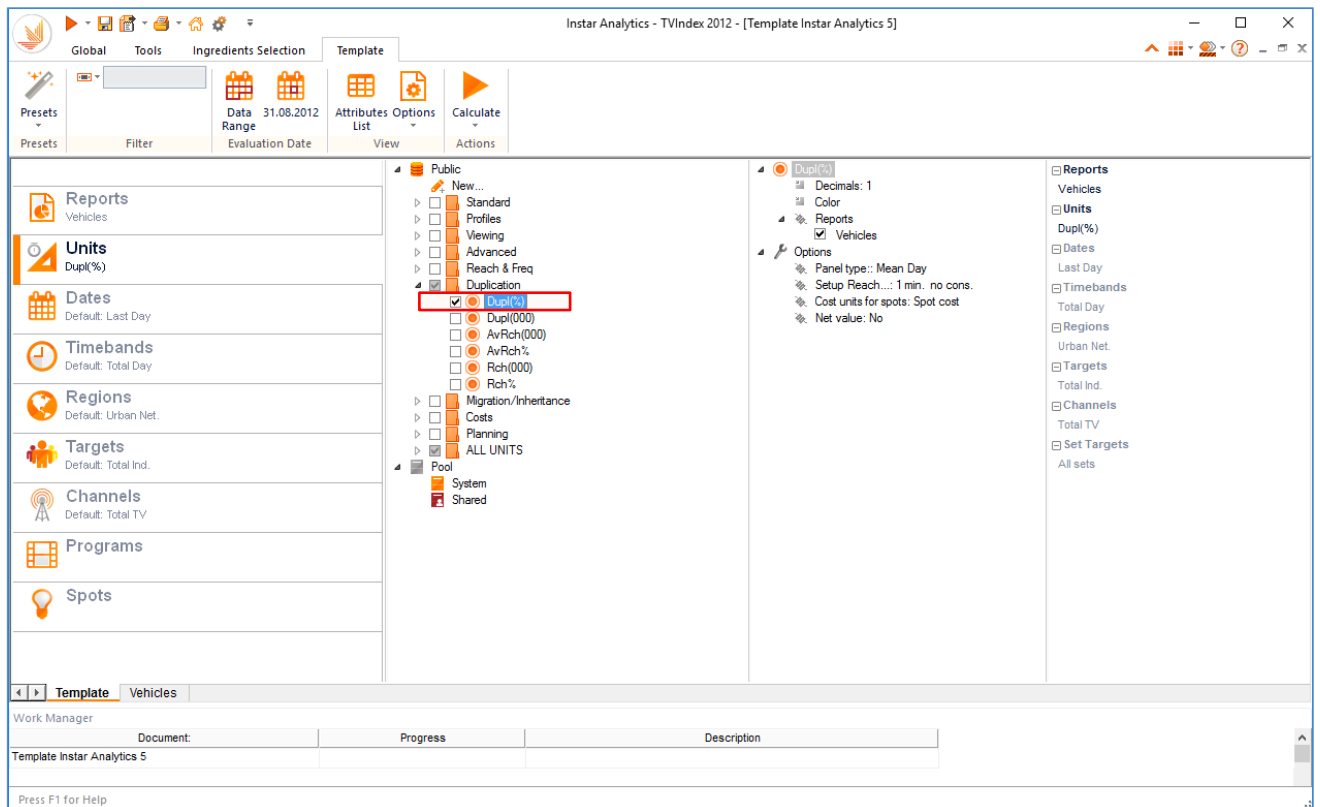
**Период** Last Day  
**Временной интервал** Prime (18:00-24:00)  
**Регион** Urban Net  
**Целевая группа** Total Ind.

**Последовательность действий:**

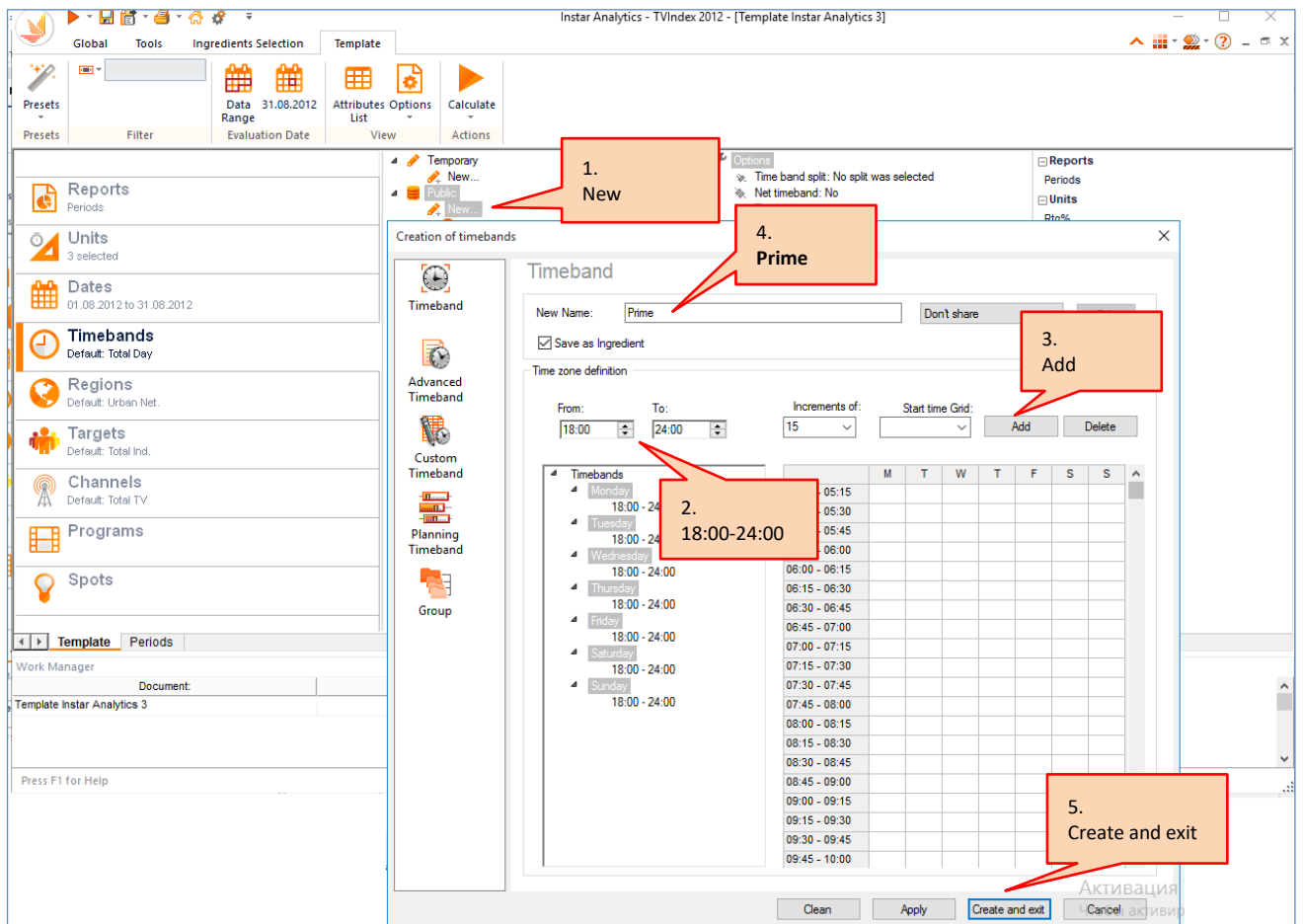
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчет **Vehicles**.



## 2. Во вкладке Units отбираем статистику Dupl(%).

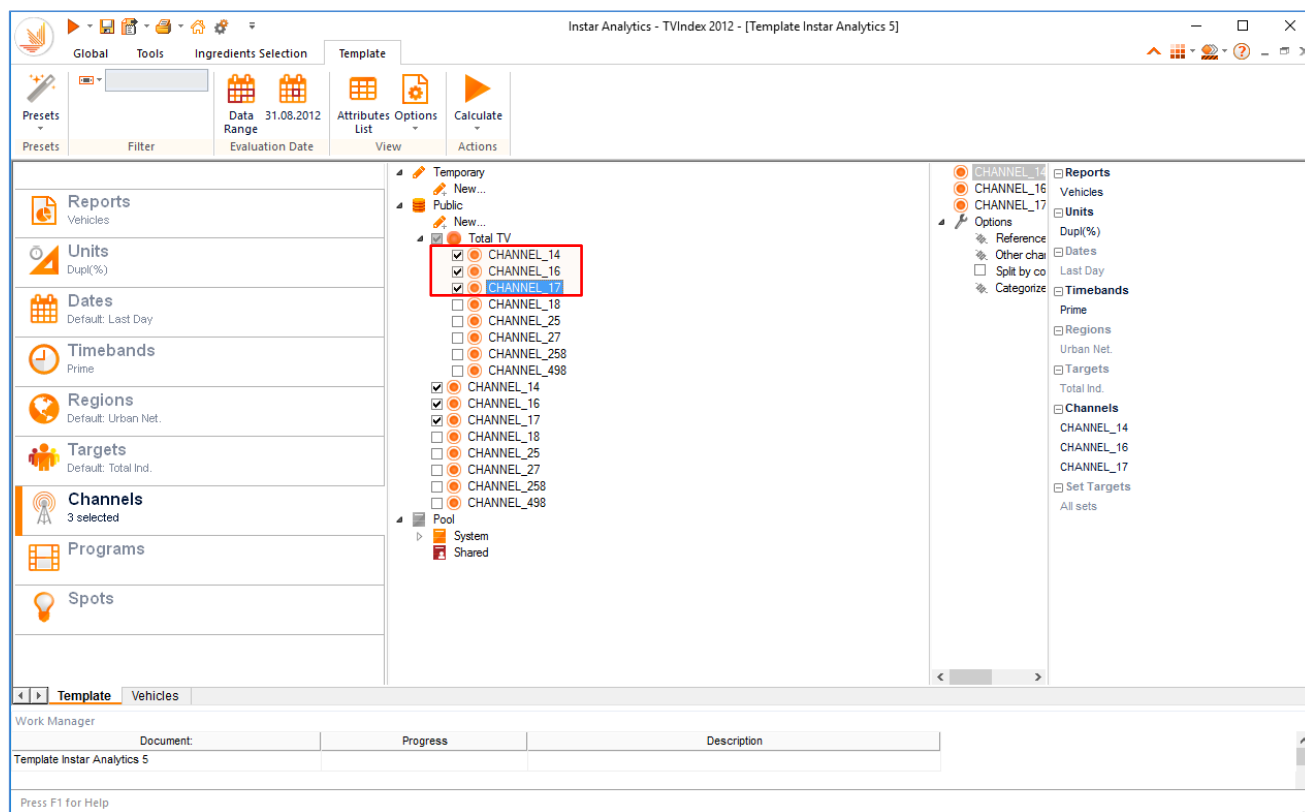


## 3. Во вкладке Timebands создаем временной интервал Prime (18:00-24:00).



4. Период **Last day**, регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind** выбираются по умолчанию.

5. Во вкладке **Channels** отбираем каналы.



6. Запускаем расчет.

7. Табличный результат представлен на закладке **Vehicles**.

The screenshot shows the 'Report' tab in the Instar Analytics software. The 'Vehicles' section is selected, showing a table with the results of the calculation. The table has columns for 'Title / Campaign', '#1.- CHANNEL\_14, Prime', '#2.- CHANNEL\_16, Prime', and '#3.- CHANNEL\_17, Prime'. The rows show the total and the values for each channel.

Title / Campaign	#1.- CHANNEL_14, Prime	#2.- CHANNEL_16, Prime	#3.- CHANNEL_17, Prime
Total			
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012	100,0	44,3	19,7
CHANNEL_16, Prime - 31.08.2012	11,6	100,0	7,0
CHANNEL_17, Prime - 31.08.2012	37,6	50,8	100,0

The 'Work Manager' table at the bottom shows the document 'Template Instar Analytics 5' with a progress bar and a description 'Calculation complete'.

---

**Интерпретация результата:**

44.3% аудитории телеканала "Channel\_14" в этот же интервал времени смотрели канал "Channel\_16" и 19,7% - телеканал "Channel\_17".

11.6% аудитории телеканала "Channel\_16" в этот же интервал времени смотрели телеканал "Channel\_14" и 7,0% - телеканал "Channel\_17".

37.6% аудитории телеканала "Channel\_17" в этот же интервал времени смотрели телеканал "Channel\_14" и 50,8% - телеканал "Channel\_16".

**8.** Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.



## 5. Programs

**Programs (Программы).** Данный отчет предназначен для получения информации о программах.

### 5.1. Пример 1

**Задача:** Определить:

- 1) ТОП 10 программ на каналах.
- 2) ТОП программу на каждом канале.
- 3) ТОП 10 программ на каждом канале по среднему рейтингу.

**Период** 20 – 26 августа 2012 года

**Регион** Urban Net

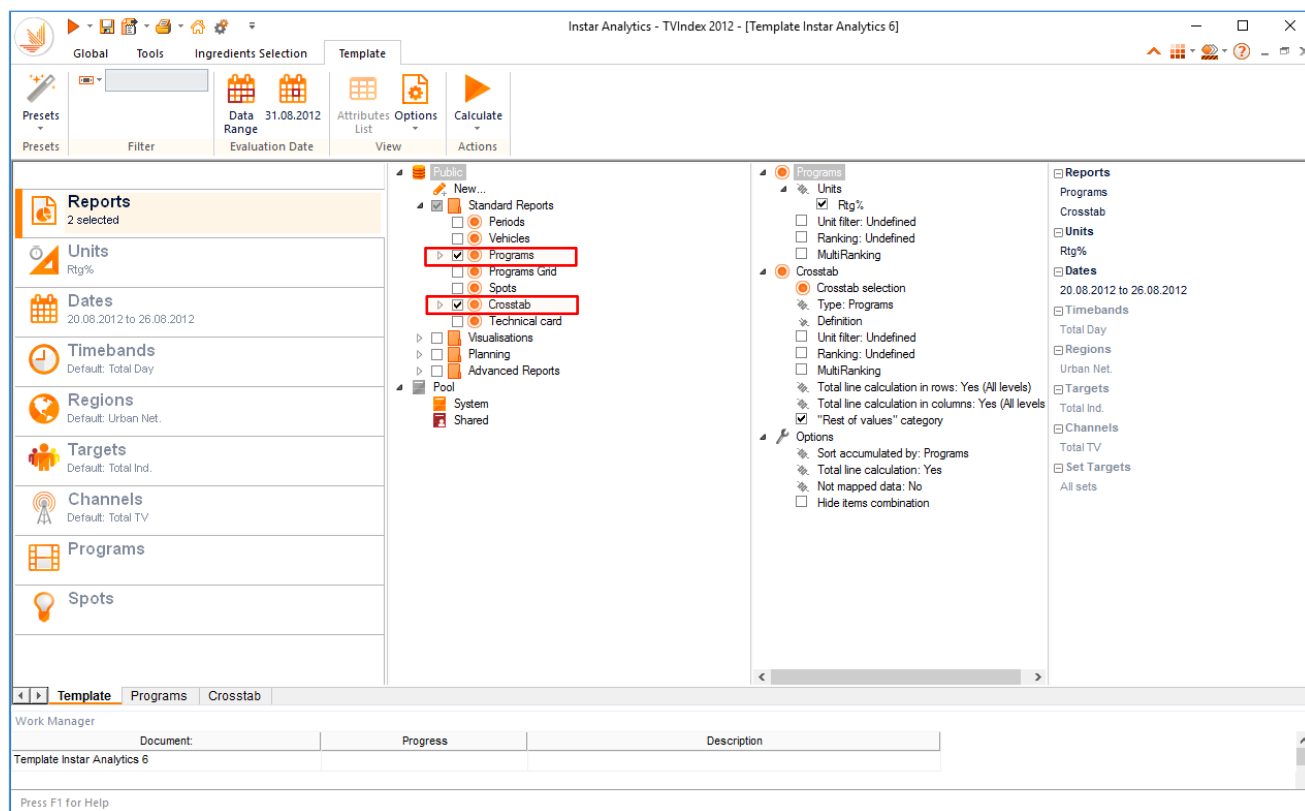
**Целевая группа** Total Ind.

**Channels** Total TV

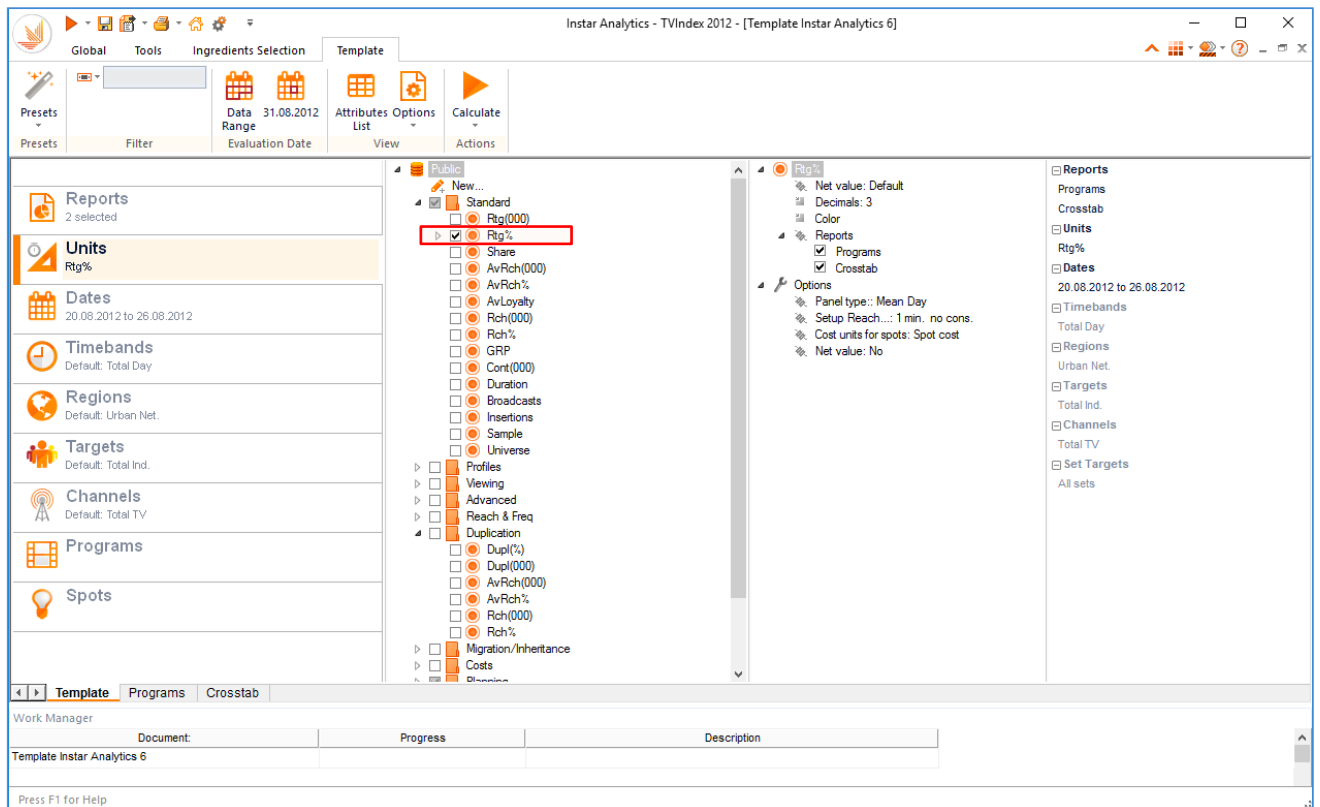
**Примечание** Программы длительностью менее 10 минут не учитываются.

**Последовательность действий:**

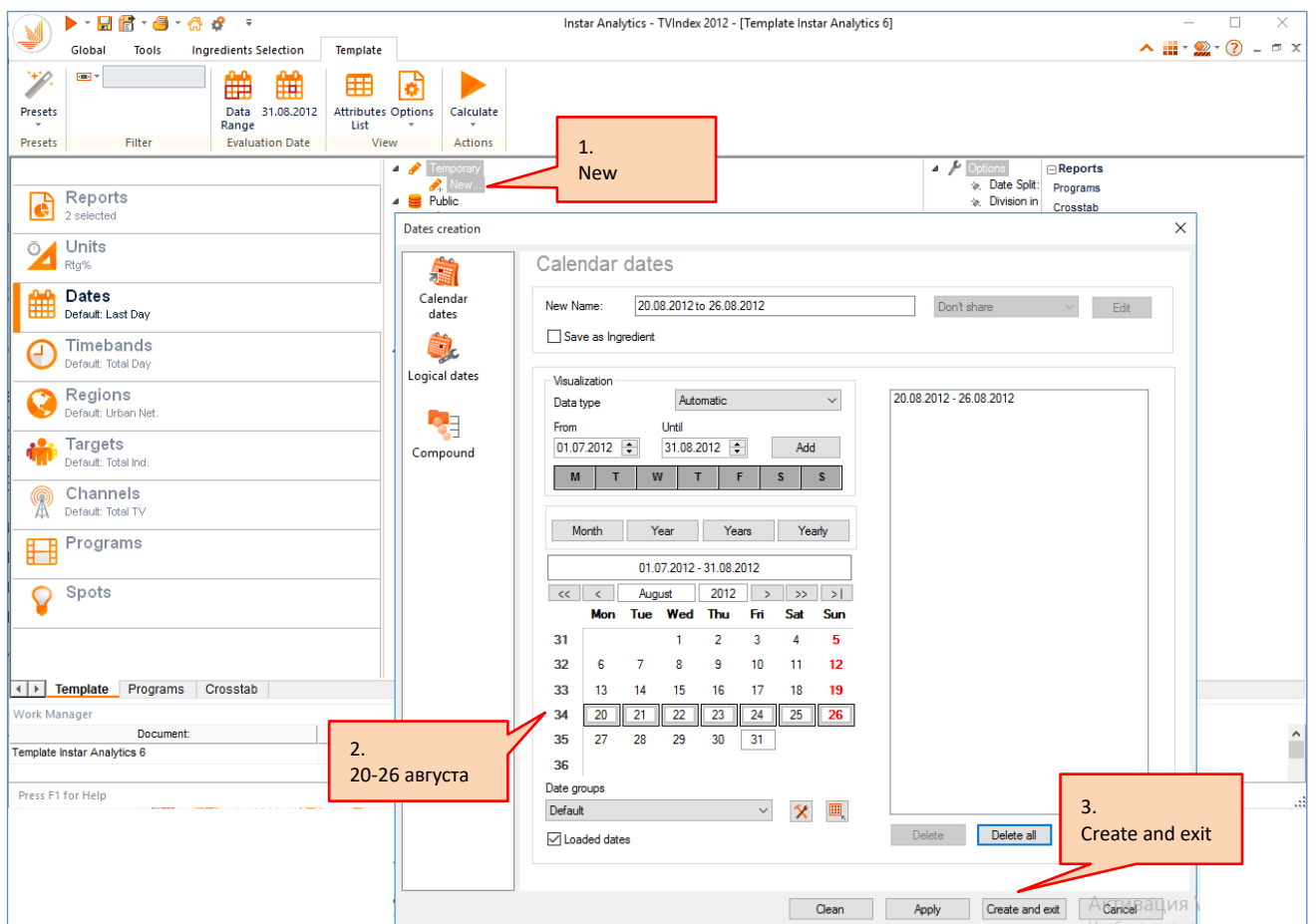
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчеты **Programs** и **Crosstab**.



## 2. Во вкладке **Units** выбираем статистику **Rtg%**.



## 3. Во вкладке **Dates** создаем период **20 – 26 августа 2012 года**.



## 4. Регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind** выбираются по умолчанию.

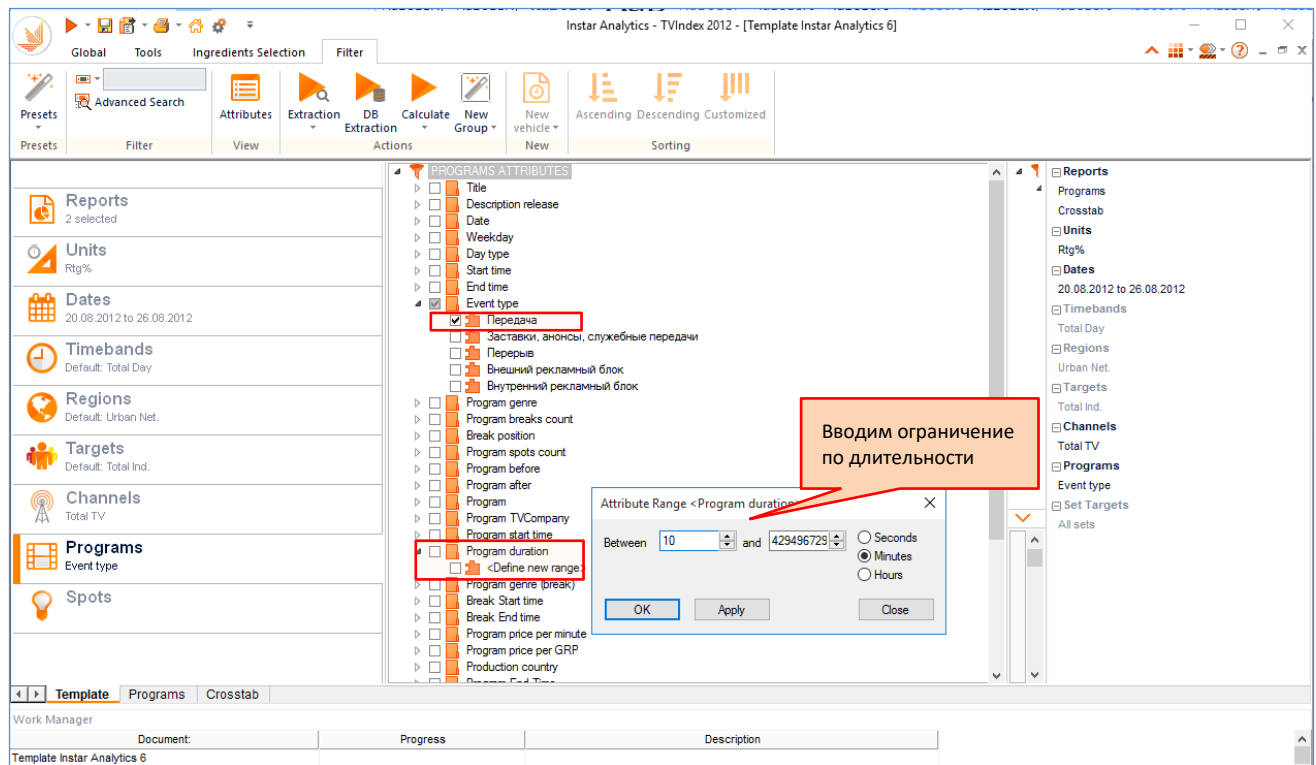
K Research Central Asia

5. Во вкладке **Channel** отмечаем **Total TV**.

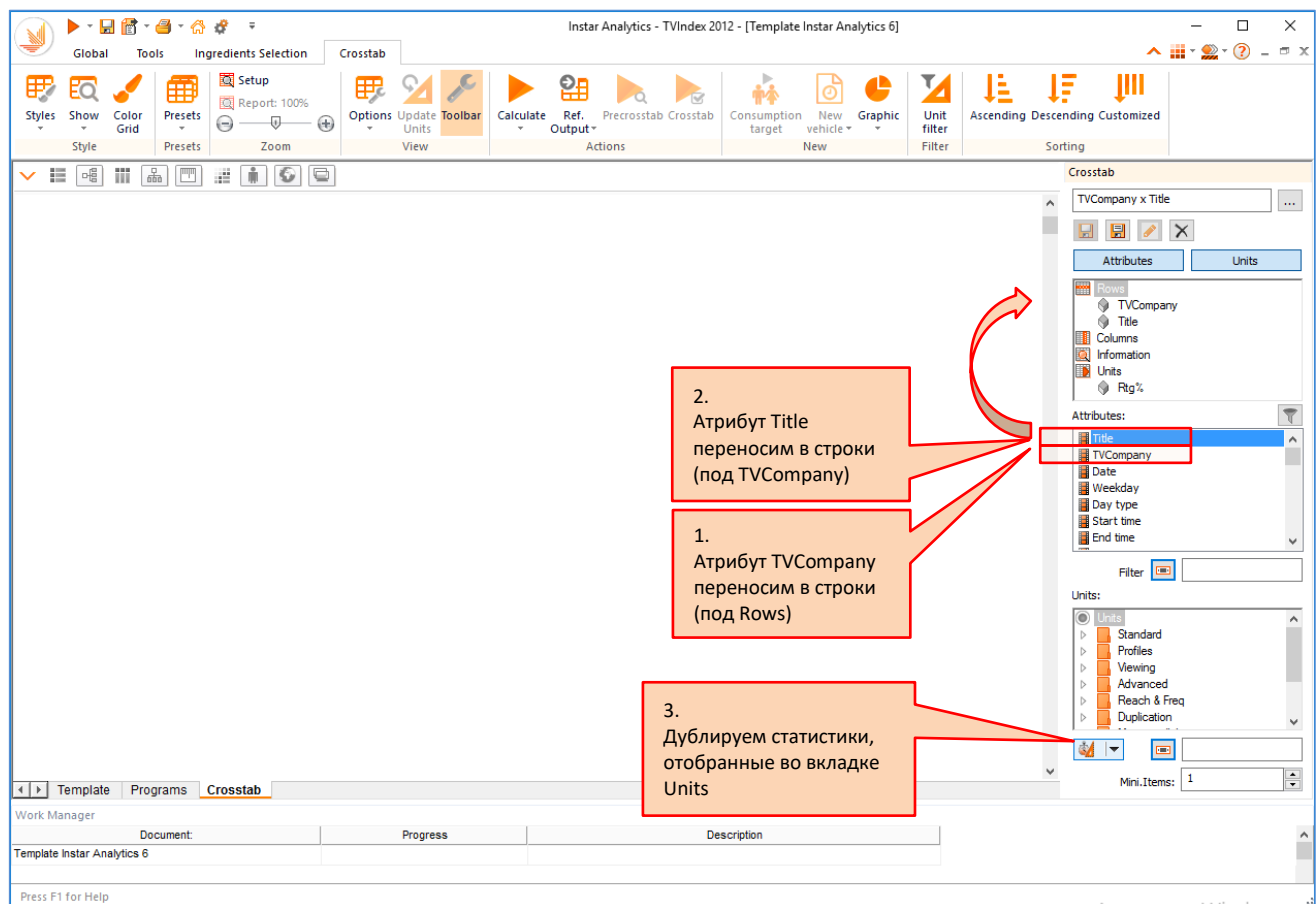
6. Во вкладке **Programs** выставляем условия:

Тип эфирного события (Event type) – «Передача»

Длительность эфирного события (Program duration) – 10 минут и более.



7. На закладке **Crosstab** формируем структуру сводной таблицы.



8. Запускаем расчет.

9. Результаты вычисления представлены на закладках **Programs** и **Crosstab**.

На закладке **Programs** отображен список всех программ длительностью более 10 минут по всем каналам за анализируемый период.

1. С помощью Attributes отмечаем необходимые атрибуты программ для отображения в отчете

2. С помощью фильтра Customized найдем: ТОП 10 программ на каналах ТОП программу на каждом канале

1. С помощью Attributes отмечаем необходимые атрибуты программ для отображения в отчете

**ТОП 10 программ на каналах**

1. В поле «Sort by» выбираем атрибут TVCompany. Вариант - Ascending

2. В поле «Then by» выбираем атрибут Title. Вариант - Ascending

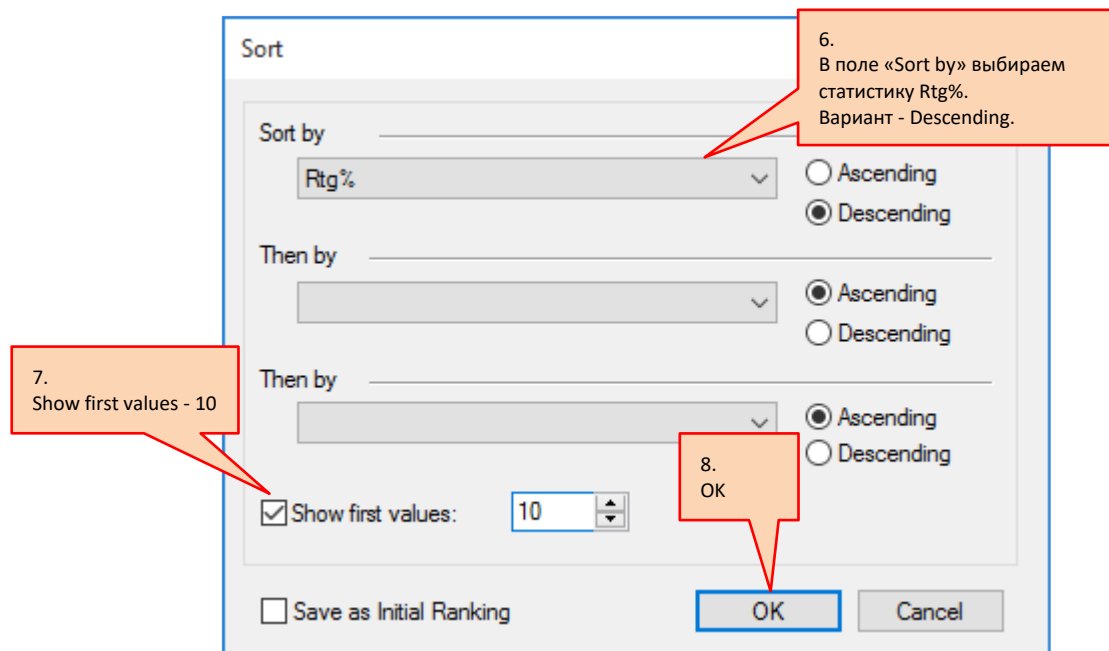
3. В поле «Then by» выбираем статистику Rtg%. Вариант - Descending

4. Show first values - 1

5. OK

В результате сортировки отобразятся уникальные выходы программ, причем для повторяющихся программ отобразится один выход с максимальным рейтингом.

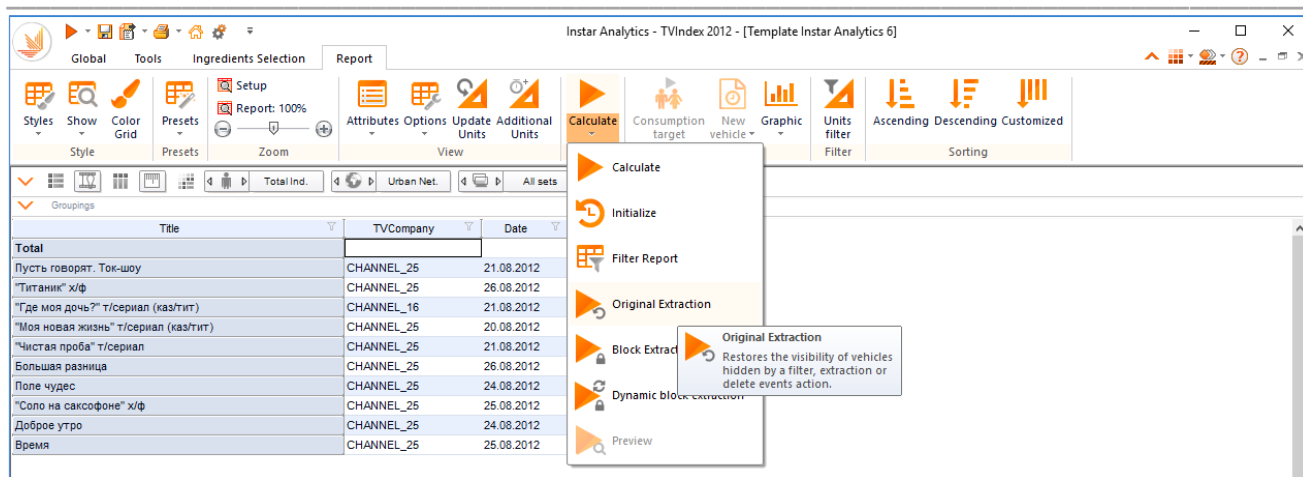
Повторим сложную сортировку Customized, для отбора из полученного списка ТОП 10 программ.



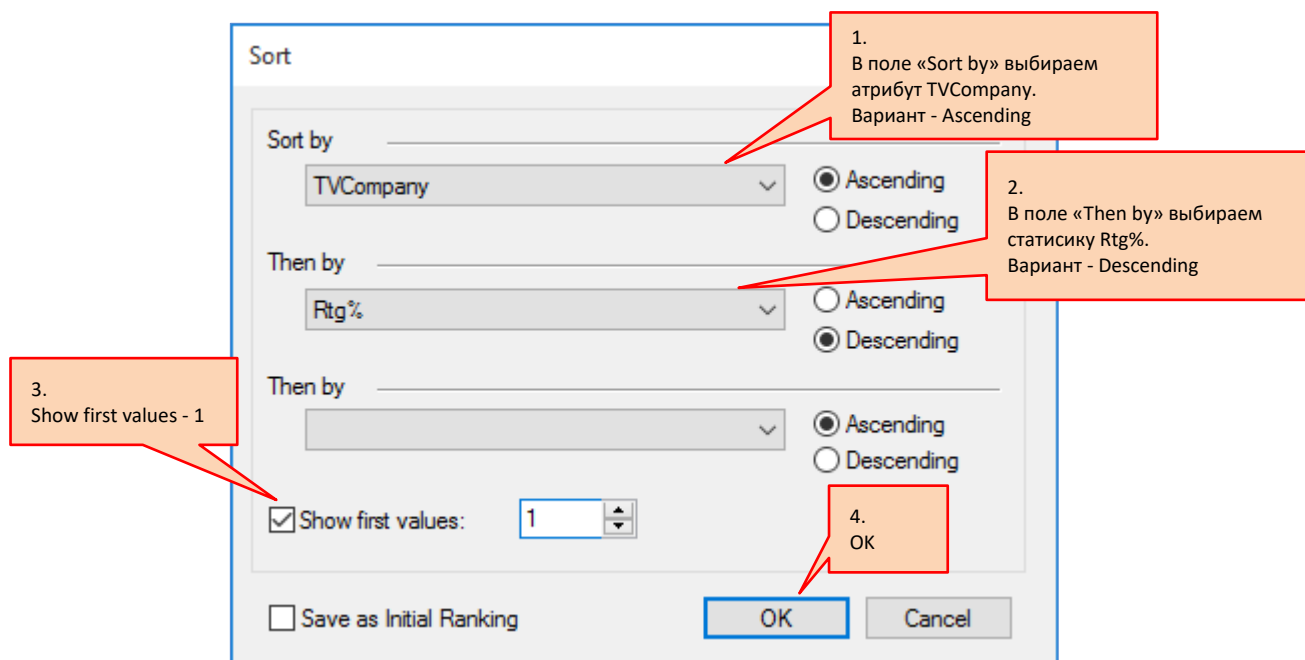
Результат сортировки - **ТОП 10 программ на каналах:**

Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 6]						
Global Tools Ingredients Selection Report						
<div> <div> <div>Styles</div> <div>Show</div> <div>Color Grid</div> <div>Presets</div> </div> <div> <div>Report: 100%</div> <div>Zoom</div> </div> <div> <div>Attributes</div> <div>Options</div> <div>Update Units</div> <div>Additional Units</div> <div>Calculate</div> </div> <div> <div>Consumption target</div> <div>New vehicle</div> <div>Graphic</div> </div> <div> <div>Units filter</div> <div>Ascending</div> <div>Descending</div> <div>Customized</div> </div> </div>						
<div> <div>Total Ind.</div> <div>Urban Net.</div> <div>All sets</div> </div>						
Groupings						
Title	TVCompany	Date	Start time	End time	Rtg%	
Total					7,171	
Пусть говорят. Ток-шоу	CHANNEL_25	21.08.2012	20:57:45	21:52:53	9,815	
"Титаник" х/ф	CHANNEL_25	26.08.2012	18:20:41	20:59:36	8,007	
"Где моя дочь?" т/сериал (каз/тит)	CHANNEL_16	21.08.2012	22:03:02	23:00:09	7,074	
"Моя новая жизнь" т/сериал (каз/тит)	CHANNEL_25	20.08.2012	20:06:07	21:04:49	6,945	
"Чистая проба" т/сериал	CHANNEL_25	21.08.2012	21:55:45	22:58:01	6,828	
Большая разница	CHANNEL_25	26.08.2012	21:23:58	22:18:10	6,434	
Поле чудес	CHANNEL_25	24.08.2012	20:58:17	21:57:25	6,419	
"Соло на саксофоне" х/ф	CHANNEL_25	25.08.2012	21:26:25	23:32:24	6,234	
Доброе утро	CHANNEL_25	24.08.2012	09:48:53	09:59:47	6,181	
Время	CHANNEL_25	25.08.2012	20:59:24	21:24:16	6,168	

Для снятия фильтра нажмите еще раз на Customized, не устанавливая условий сортировки кликните на «OK», или выберите команду Original Extraction в меню верхней панели инструментов.

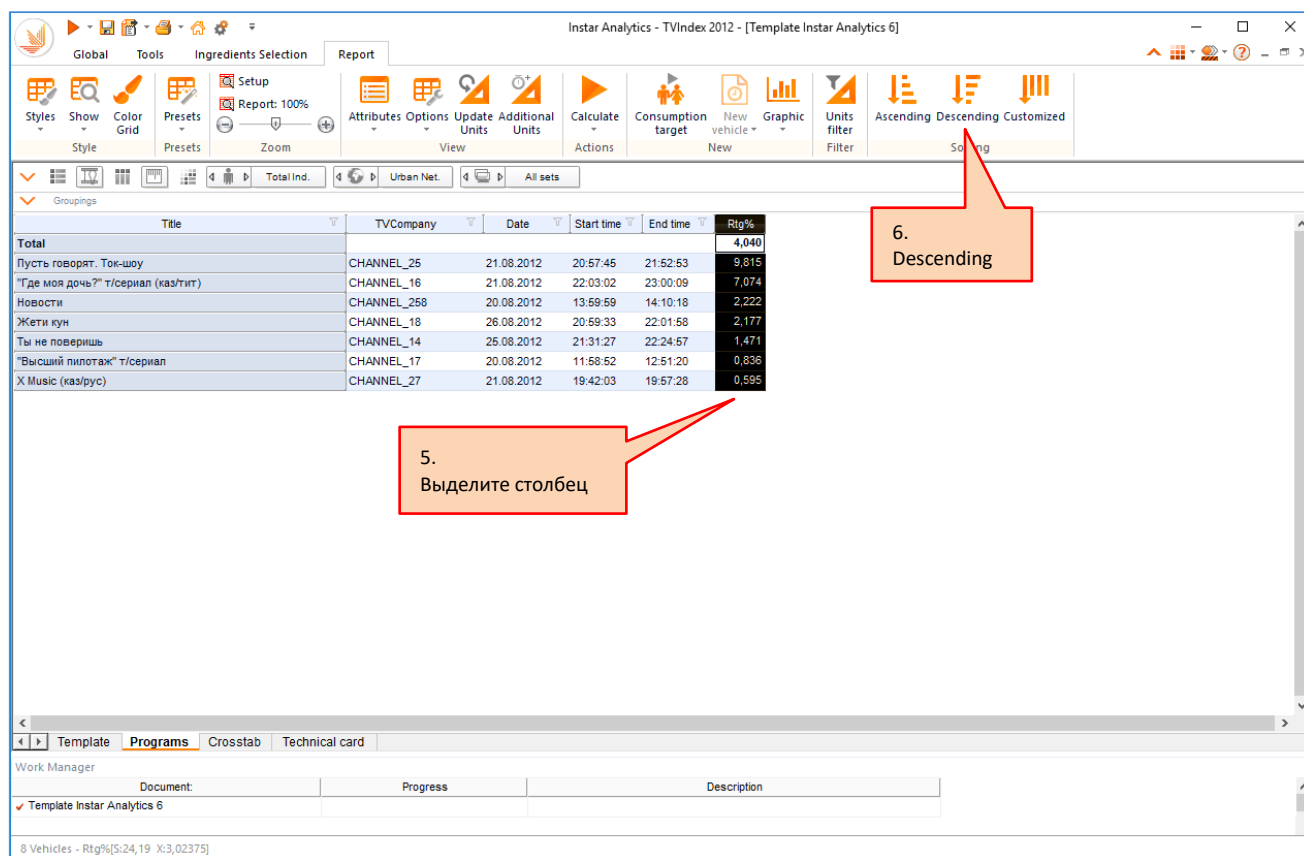


## ТОП программа на каждом канале



В результате сортировки отобразится список программ, где на каждом канале будет отображена только одна программа с максимальным рейтингом. При помощи команды Descending на верхней панели инструментов сортируем программы по убыванию рейтинга.

## Результат сортировки - ТОП программа на каждом канале:



Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 6]

Global Tools Ingredients Selection Report

Styles Show Color Grid Presets Setup Report: 100% Attributes Options Update Units Additional Units Calculate Consumption target New vehicle Graphic Units filter Ascending Descending Customized

Groupings

Title	TVCompany	Date	Start time	End time	Rtg%
Total					4,040
Пусть говорят. Ток-шоу	CHANNEL_25	21.08.2012	20:57:45	21:52:53	9,815
"Где моя дочь?" т/сериал (каз/тнт)	CHANNEL_16	21.08.2012	22:03:02	23:00:09	7,074
Новости	CHANNEL_258	20.08.2012	13:59:59	14:10:18	2,222
Жети кун	CHANNEL_18	26.08.2012	20:59:33	22:01:58	2,177
Ты не поверишь	CHANNEL_14	25.08.2012	21:31:27	22:24:57	1,471
"Высший пилотаж" т/сериал	CHANNEL_17	20.08.2012	11:58:52	12:51:20	0,836
X Music (каз/рус)	CHANNEL_27	21.08.2012	19:42:03	19:57:28	0,595

Template Programs Crosstab Technical card

Work Manager

Document	Progress	Description
Template Instar Analytics 6		

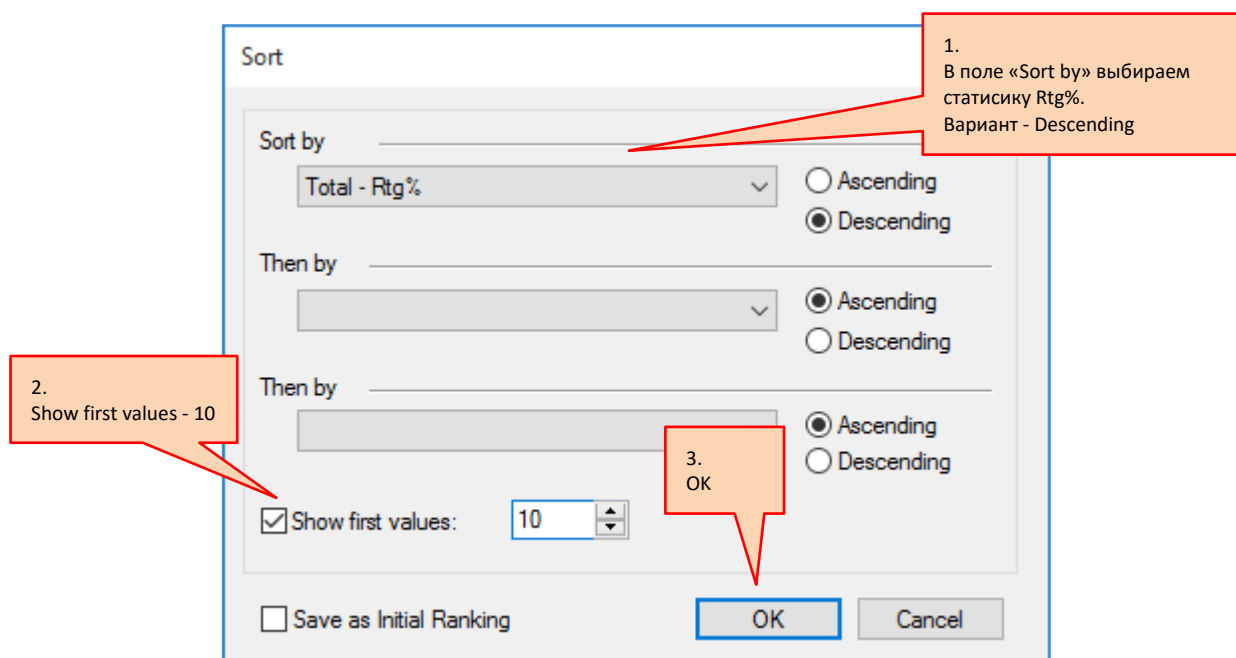
8 Vehicles - Rtg%[5:24,19 X:3,02375]

Для снятия фильтра нажмите еще раз на Customized, не устанавливая условий сортировки кликните на «OK», или выберите команду Original Extraction в меню верхней панели инструментов.

## ТОП 10 программ на каждом канале по среднему рейтингу

На закладке **Crosstab** отображен скомпонованный список всех программ по всем каналам. Для повторяющихся программ рассчитан средний рейтинг за месяц.

Для отбора **ТОП 10 программ на каждом канале** воспользуемся фильтром **Customized**.



Sort

Sort by  ☐ Ascending ☒ Descending

Then by  ☒ Ascending ☐ Descending

Then by  ☒ Ascending ☐ Descending

☒ Show first values:

☐ Save as Initial Ranking

1. В поле «Sort by» выбираем статистику Rtg%. Вариант - Descending

2. Show first values - 10

3. OK

## Результат сортировки - ТОП 10 программ на каждом канале:

Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 6]

Global Tools Ingredients Selection Crosstab

Styles Show Color Grid Presets Setup Report: 100% Options Update Units Toolbar Calculate Ref. Output Precrosstab Crosstab Consumption target New vehicle Graphic Unit filter Ascending Descending Customized

Style Presets Zoom View Actions New Filter Sorting

Total Ind. Urban Net. All sets

Total	TVCompany	Title	Total	Rtg%
1	Tot		0,909	
1	CHANNEL_14		0,170	
		Ты не поверишь	1,471	
		"Сергей Никоненко. О, счастливики" д/ф	0,893	
		"Похищение. Почти легальный бизнес" д/ф	0,822	
		Театр Яна Арлазорова	0,619	
		Смех с доставкой на дом. Юмористический концерт	0,598	
		Сегодня	0,567	
		"Личное дело Фокса" д/ф	0,546	
		"Скобцова-Бондарчук. Одна судьба" д/ф	0,535	
		Журек сыры. Концерт (каз/рус)	0,520	
		Развод по-русски...	0,466	
1	CHANNEL_16		1,678	
		"Где моя дочь?" т/сериал (каз/тит)	5,683	
		"Запретная любовь" т/сериал (каз/тит)	4,509	
		"Между небом и землей" т/сериал (каз/тит)	3,782	
		"Три мушкетера" м/ф	3,026	
		"Двойной удар" х/ф	2,934	
		"Спирит-душа прерий" м/ф (Д)	2,885	
		"Правила съема. Метод Хитча" х/ф	2,827	
		"Приговоренный" х/ф	2,622	
		"Ранго" м/ф (Д)	2,580	
		"Робокоп" х/ф	2,245	
1	CHANNEL_17		0,108	
		Без Б... шоу. Yes comments	0,536	

Template Programs Crosstab Technical card

Work Manager

Document:	Progress	Description
Template Instar Analytics 6		

1 Rows - Rtг%[5:0,909 X:0,909]

Crosstab

TVCompany x Title

Attributes Units

How

TVCompany

Title

Columns

Information

Units

Attributes:

Title

TVCompany

Date

Weekday

Day type

Start time

Filter

Units:

Units

Standard

Profiles

Viewing

Advanced

Reach & Freq

Mini.Items: 1

9. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.



## 5.2. Пример 2

**Задача:** Построить отчет по жанровому предпочтению аудитории и жанровому наполнению на ТВ (отчет спрос-предложение).

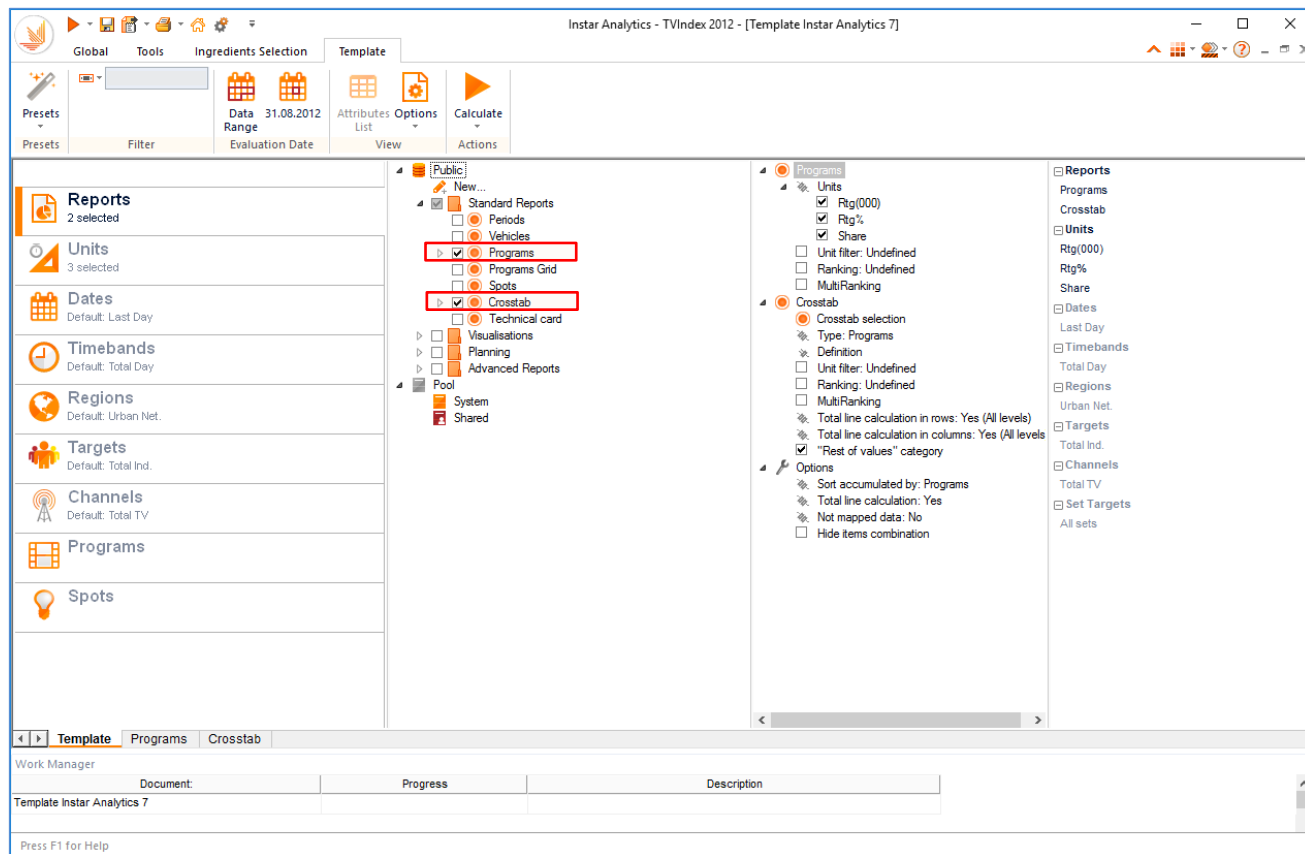
**Период** Август 2012.

**Регион** Urban Net

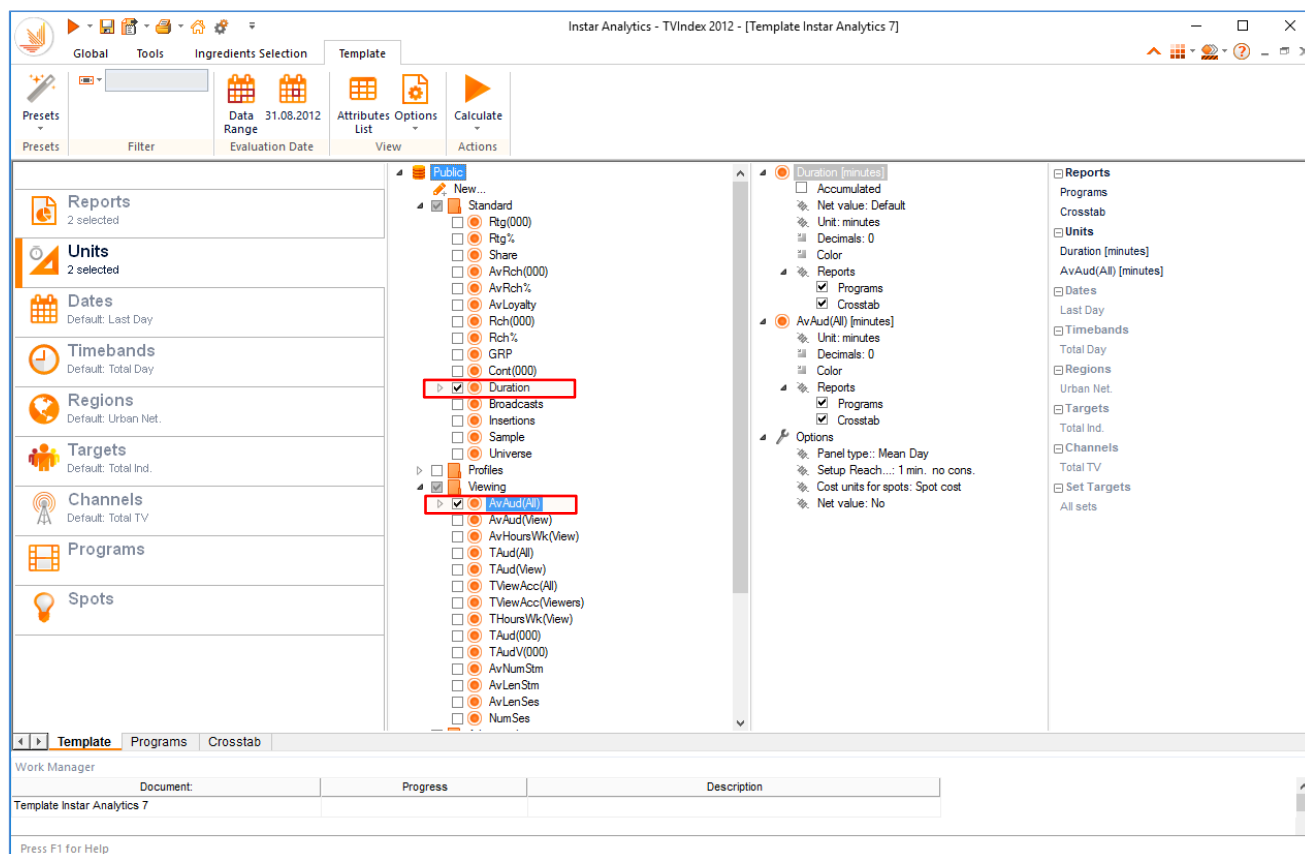
**Целевая группа** Total Ind.

**Последовательность действий:**

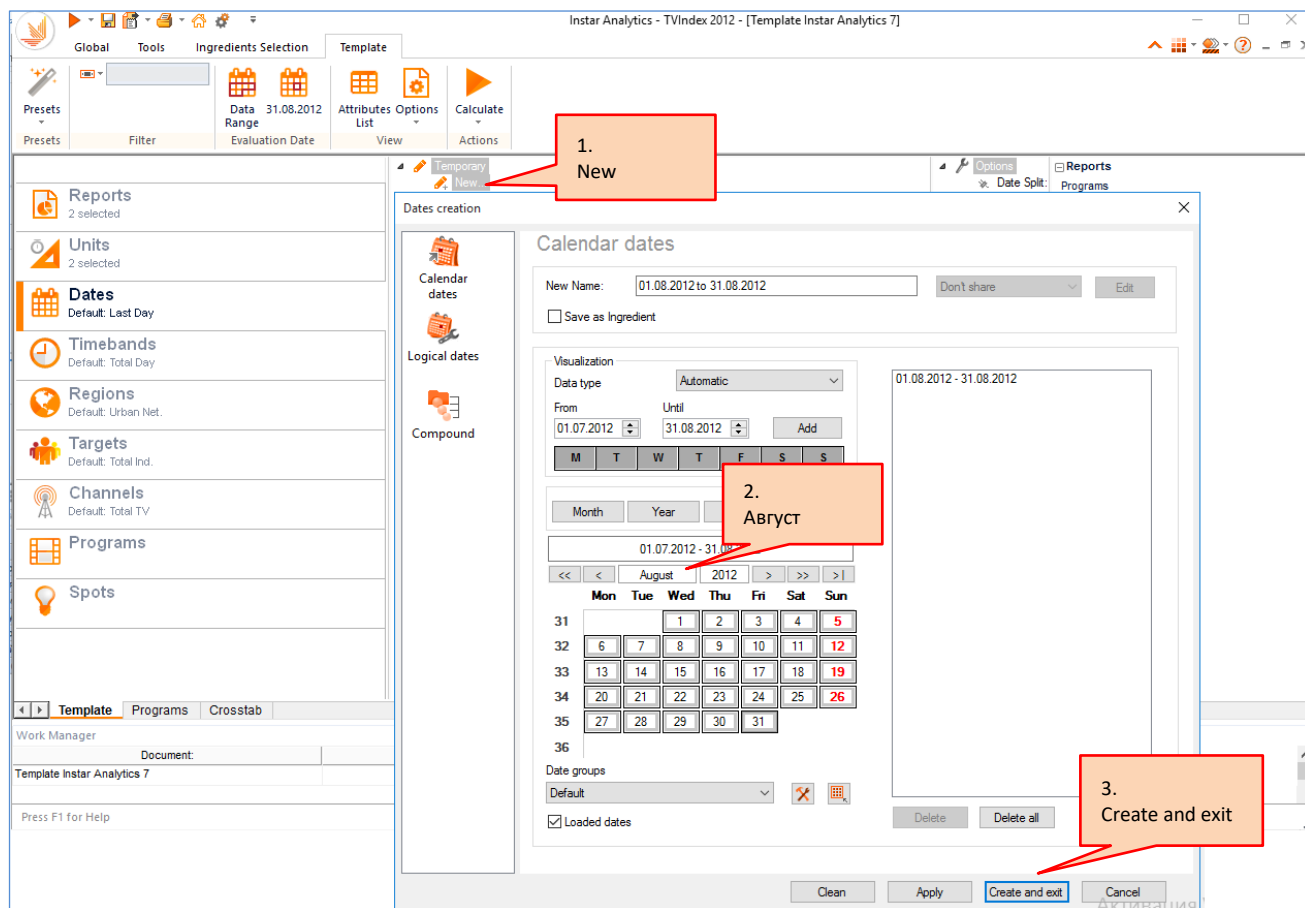
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчеты **Programs** и **Crosstab**.



2. Во вкладке **Units** выбираем статистику **Duration** (длительность эфирного события) и **AvAud(All)** (среднее время просмотра среди населения).

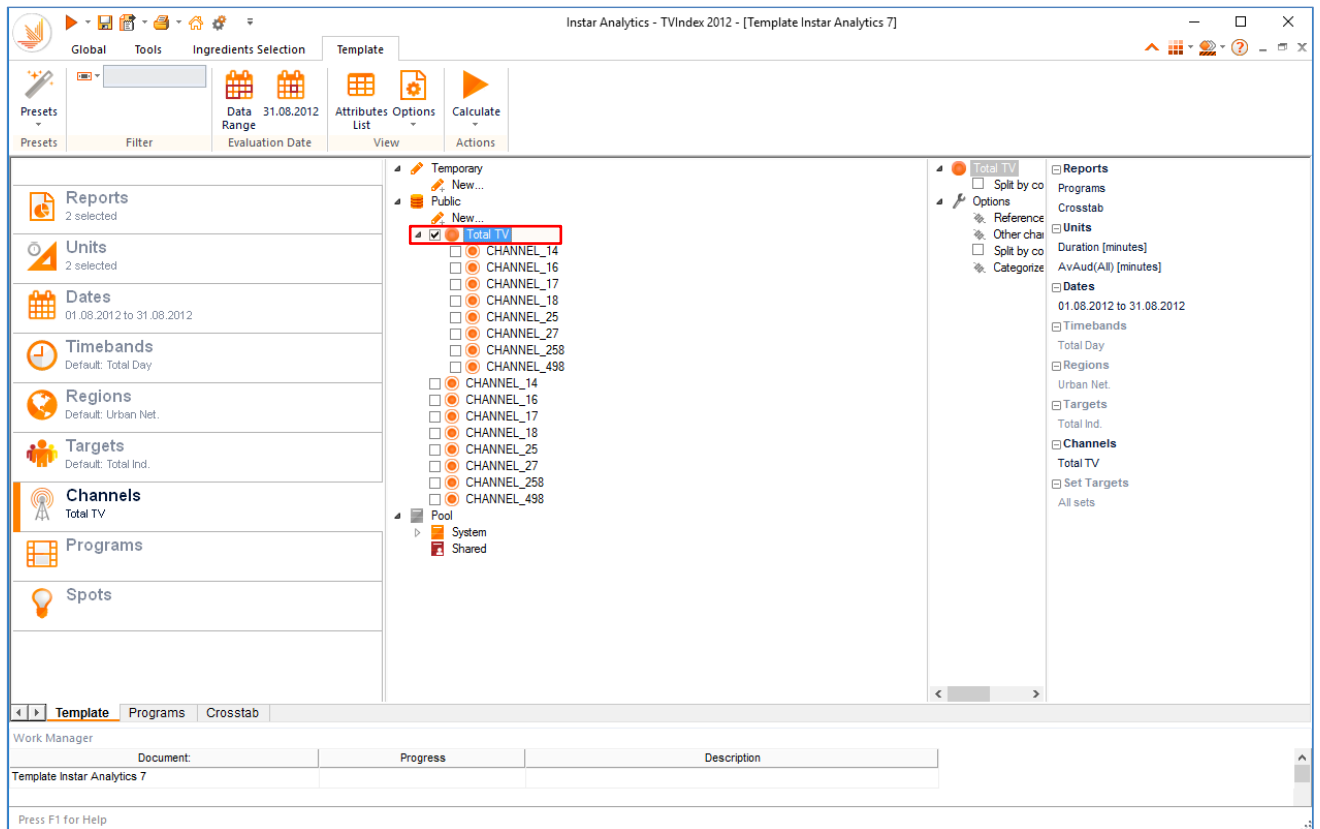


3. Во вкладке **Dates** создаем период.

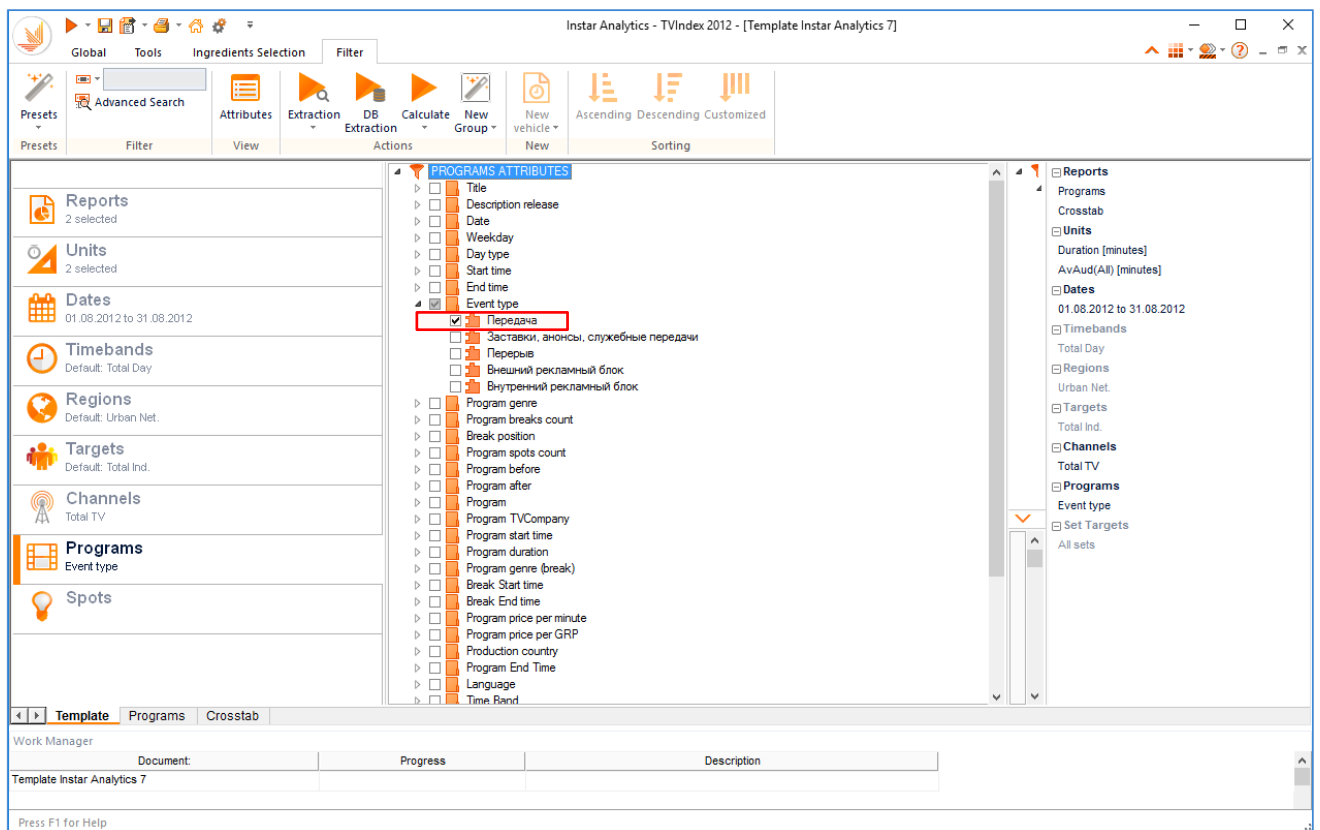


4. Временной интервал **Total Day**, регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind.** устанавливаются по умолчанию.

5. Во вкладке **Channels** отмечаем **Total TV**.



6. Во вкладке **Programs** отмечаем тип эфирного события «**Передача**».



7. На закладке **Crosstab** настраиваем кросс-таблицу.

The screenshot shows the 'Crosstab' configuration window. It has tabs for 'Attributes' and 'Units'. The 'Attributes' tab is active, showing a list of attributes on the left and a list of selected attributes on the right. The 'Units' tab is also visible, showing a list of units. A context menu is open over the 'Program genre' attribute, showing options like 'Unit: minutes', 'Decimals: 0', 'Operation: Default', 'Preset Operation', 'Dimension: None', 'Color', 'Save As...', and 'Deselect'. A third callout points to the '% vertical' option in the context menu.

1. Атрибут "Program genre" переносим в строки (под Rows)

2. Дублируем статистики, отобранные во вкладке Units

3. Для отобранных статистик настраиваем формат отображения данных "%vertical".

8. Запускаем расчет.

## 9. Результаты вычисления представен на закладке **Crosstab**.

Total	Program genre	Duration [minutes   %ver]	AvAud(All) [minutes   %ver]
Total		100	100
	Художественные программы	41	57
	Развлекательные программы	9	10
	Музыкальные программы	23	5
	Спортивные программы	3	8
	Информационные программы	7	8
	Социально-политические программы	5	2
	Гуманитарные и познавательные программ	12	9
	Детские программы	0	0
	Другие	1	0

Где, данные в колонке **Duration** – это процентное распределение по жанровому наполнению (предложение программы), данные в колонке **AvAud(All)** – процентное распределение по предпочтению (спрос программы).

## 10. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 6. Programs Grid

**Programs Grid (Сетка Программ).** Данный отчет позволяет представить аудиторию программ в графическом виде.

### 6.1. Пример 1

**Задача:** Отобразить сетку каналов в prime time (18:00-24:00) с пятиминутным интервалом за последний доступный день.

**Период** Last Day  
**Регион** Urban Net  
**Целевая группа** Total Ind.

**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчет **Programs Grid**.

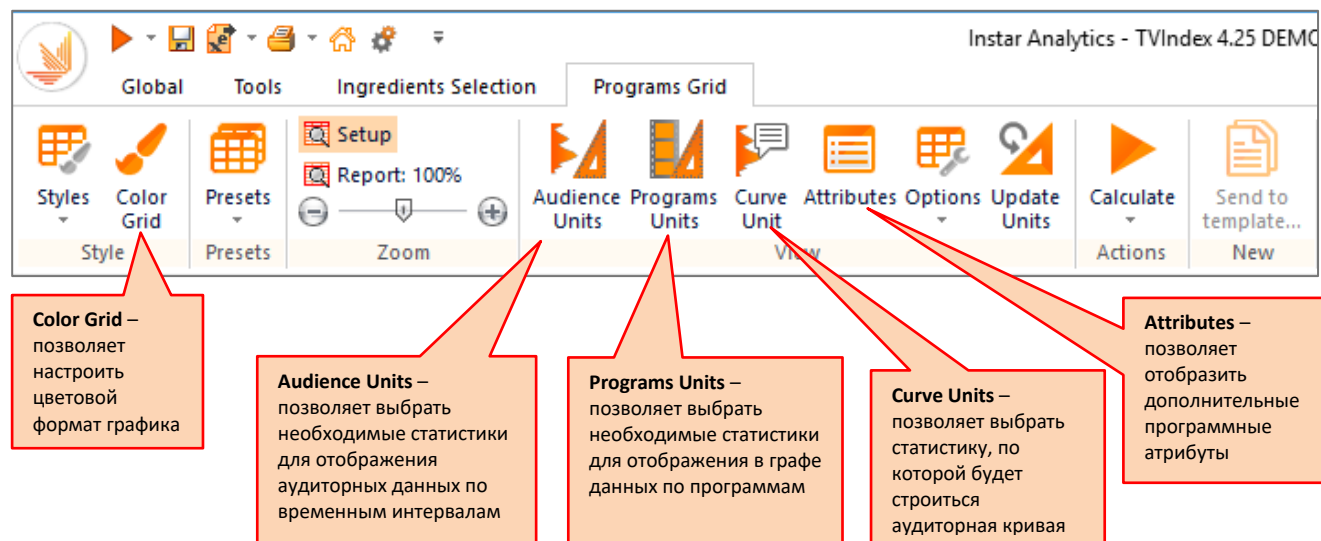
В опции Offset задаем временной интервал 18:00-24:00

В опции Resolution задаем интервальный шаг в сетке аудиторных данных

2. Статистики **Rtg%**, **Rtg(000)**, **Share**, период **Last Day**, целевая аудитория **Total Ind** и регион **Urban Net** устанавливаются по умолчанию.



6. С помощью команд управления на панели инструментов **Programs Grid** можно задать желаемый вид отчету.



7. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.



## 7. Spots

**Spots (Ролики).** Данный отчет предназначен для вычисления показателей по рекламным сообщениям.

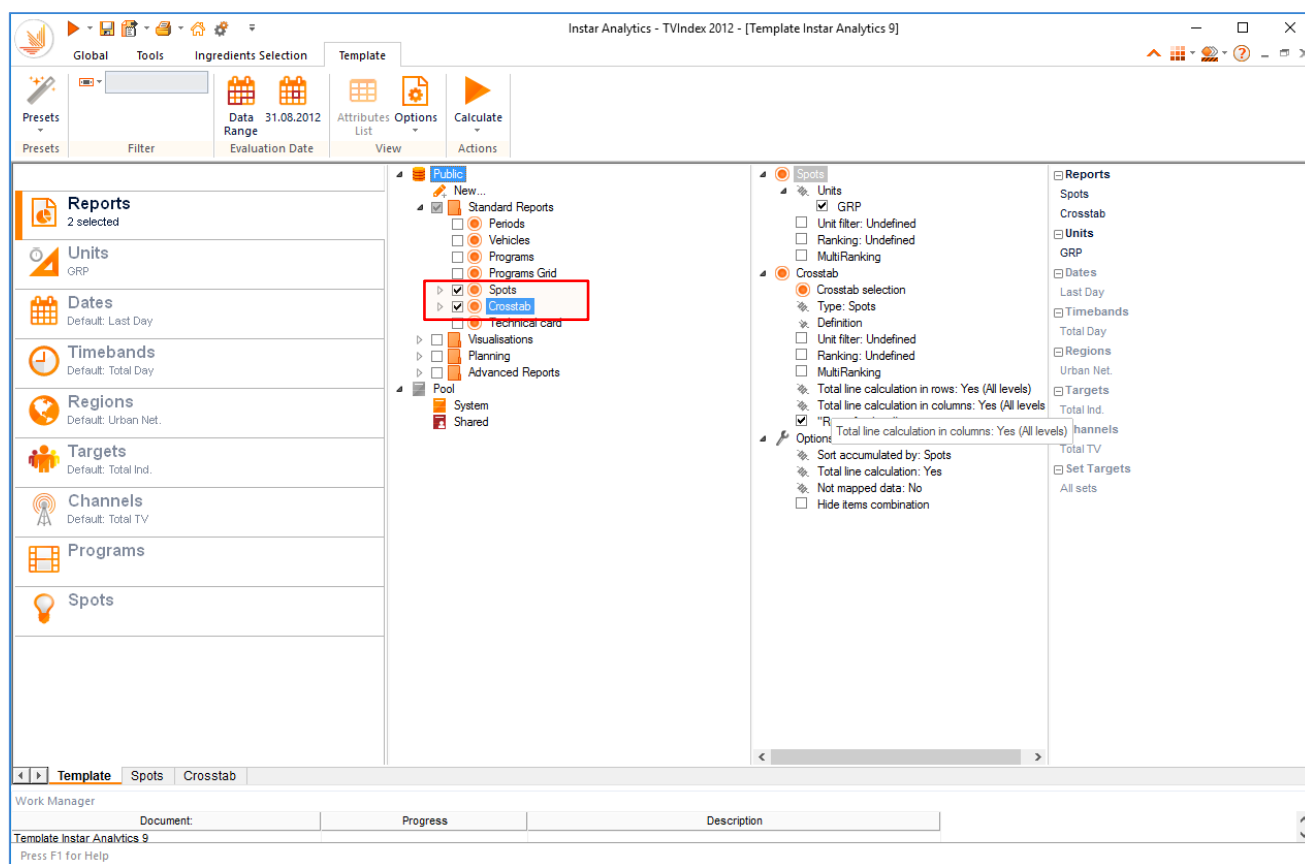
### 7.1. Пример 1

**Задача:** Найти основные рекламные показатели товарной категории Медицина и фармацевтика за анализируемый период с разбивкой по месяцам.

**Период** Июль-Август 2012 год  
**Регион** Urban Net  
**Targets** Total Ind.  
**Channels** Total TV

**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчеты **Spots** и **Crosstab**.



## 2. Во вкладке **Units** выбираем статистики **Duration**, **GRP(30)**, **Cov%**, **Cost**.

Для статистики GRP при помощи опции «GRP's definition» вводим значение «30»

Так как каналы продают рекламу по GRP и минутным прайс листам, выбираем два вида расчета стоимости (Spot cost и Spot cost by GRP)

## 3. Во вкладке **Dates** задаем период.

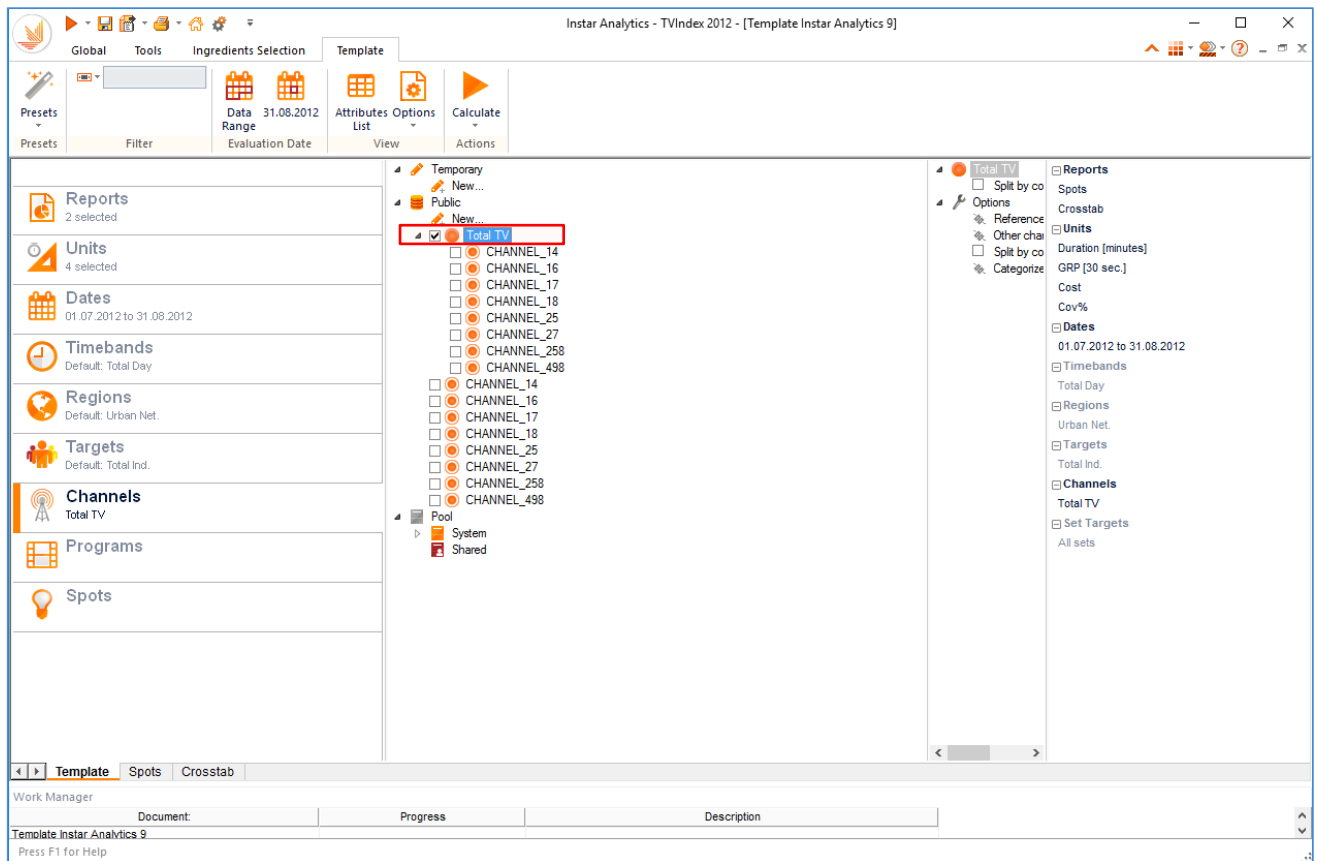
1. New

2. Июль-август

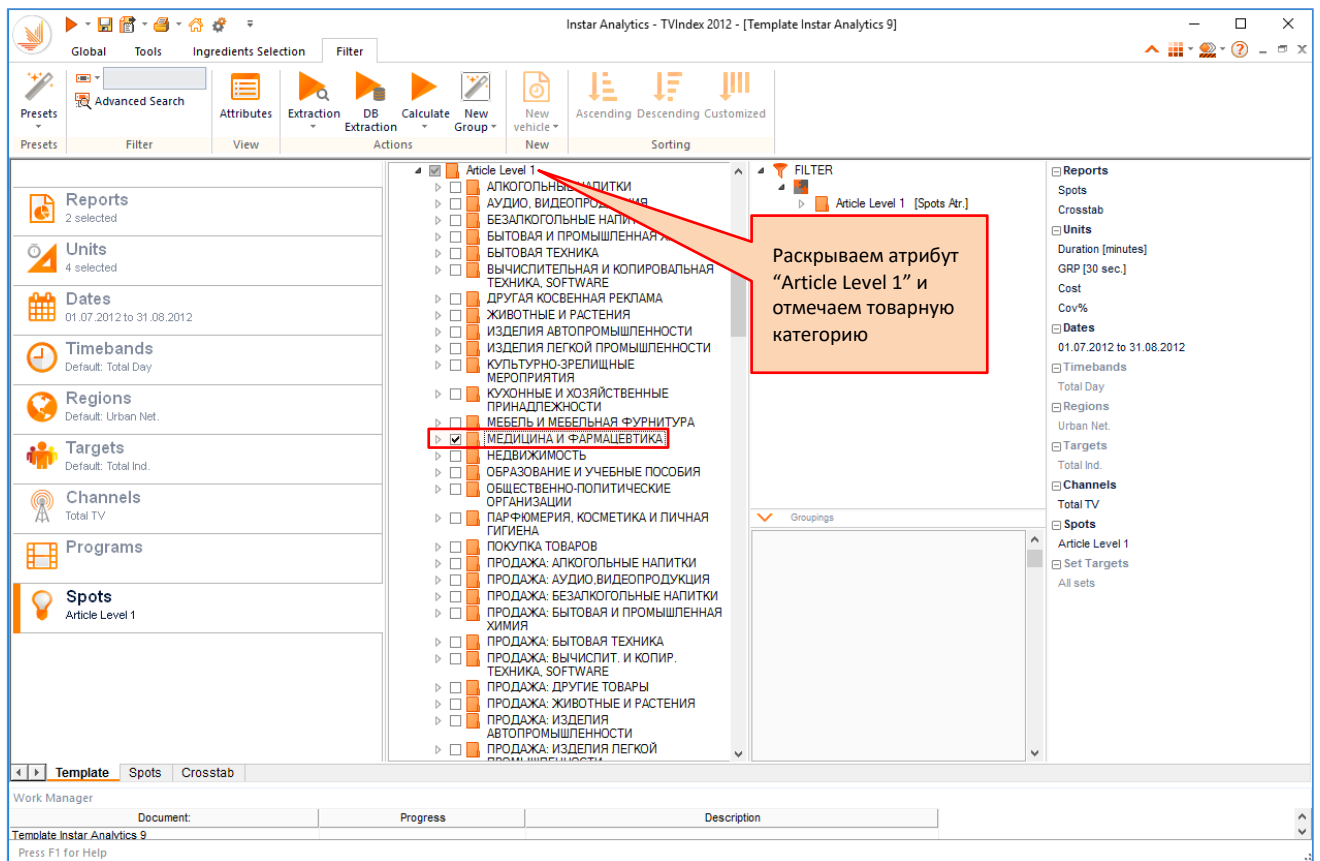
3. Create and exit

## 4. Регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind.** устанавливаются по умолчанию.

## 5. Во вкладке Channel отмечаем Total TV.



## 6. Во вкладке Sports выбираем товарную категорию.



## 7. На закладке **Crosstab** формируем кросс-таблицу.

2. Дважды кликаем на Date

3. Разбиваем период на месяцы

1. Атрибут **Advertiser** переносим в строки (под Rows)  
Атрибут **Date** переносим в колонки (под Columns)

4. Дублируем статистику, отображенные во вкладке Units

## 8. Запускаем расчет.

## 9. Результаты вычисления представлены на странице **Crosstab**.

Total >>		Total										01.07.2012 - 31.07.2012					01.08.2012 - 31.08.2012				
Total	Advertiser	Duration	GRP [30]	Cov%	Cost[Spo]	Cost[Spo]	Duration	GRP [30]	Cov%	Cost[Spo]	Cost[Spo]	Duration	GRP [30]	Cov%	Cost[Spo]	Cost[Spo]					
974	2984,8	90,1	1226260	1868290	366	1387,8	81,5	640413	890834	609	1597,0	84,0	585847	977456							
63	297,2	66,7	135509	193749	63	297,2	66,7	135509	193749						0	0					
15	125,0	45,4	0	75213	14	119,0	45,2	0	71544	1	6,0	7,7	0	3669							
46	370,6	68,9	59441	245334	2	14,7	30,2	3917	9744	44	356,0	63,9	55524	235590							
12	5,4	10,8	2152	1927				0	0	12	5,4	10,8	2152	1927							
44	19,9	21,9	7382	6959	15	5,3	10,6	2462	1710	29	14,5	17,8	4920	5249							
15	109,8	43,0	0	68207				0	0	15	109,8	43,0	0	68207							
119	620,5	74,3	216385	407082	70	355,9	67,4	145549	233071	49	264,5	59,6	70836	174011							
3	18,7	35,3	7703	12497	3	18,7	35,3	7703	12497					0	0						
205	429,3	61,0	273746	257761	50	100,8	41,8	62239	58907	156	328,5	60,2	211507	198854							
68	202,7	45,5	109640	133029	68	202,7	45,5	109640	133029					0	0						
183	28,2	0,9	0	0				0	0	183	28,2	0,9	0	0							
28	14,0	12,2	0	5923	14	5,7	5,1	0	2352	14	8,3	8,2	0	3571							
80	427,6	72,4	119717	256119	23	116,9	52,0	35854	70387	56	310,7	71,3	84063	185732							
84	286,3	53,6	263101	185229	44	150,8	44,3	137740	103844	41	135,5	36,8	125361	81385							
10	29,6	28,1	31484	19261				0	0	10	29,6	28,1	31484	19261							

## 10. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical Card**.

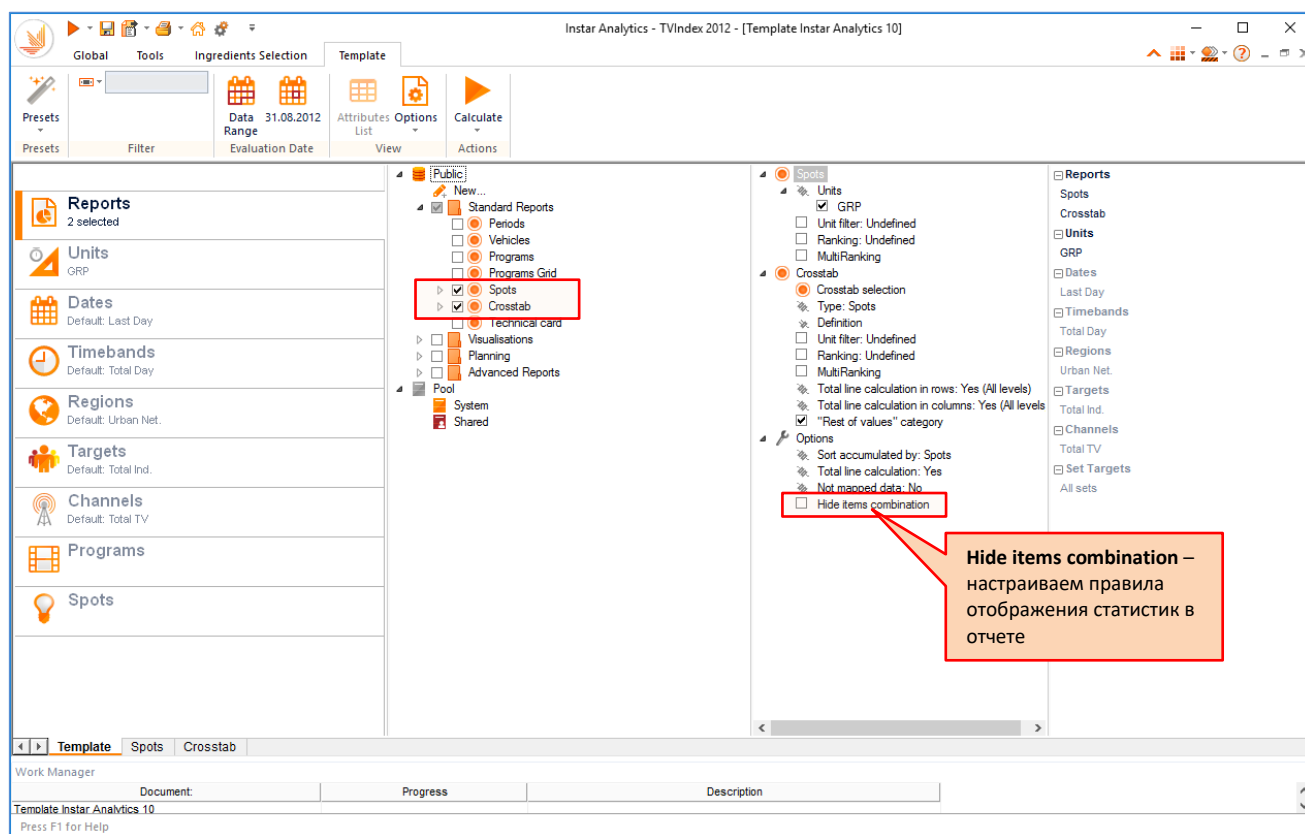
## 7.2. Пример 2

**Задача:** Найти показатели рекламной кампании - количество выходов (**Insertions**), суммарный рейтинг ЦА кампании (**TRP, TRP30**), суммарный рейтинг блоков баинговой аудитории каналов (**BlkGRP**).

**Brand** Max Factor  
**Тип рекламы** Ролик  
**Период** Август 2012  
**Time band** Prime и Of Prime  
**Регион** Urban Net  
**Targets** W 16-30 (TRP, TRP30), All 18+, All 6-54 (BlkGRP)  
**Channels** Channel\_14(All 18+); Channel\_16(All 6-54)

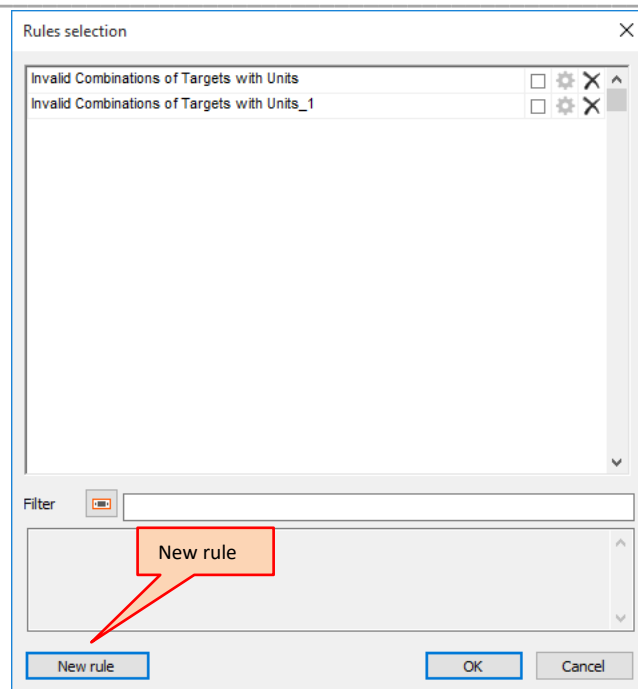
**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчеты **Sports** и **Crosstab**.



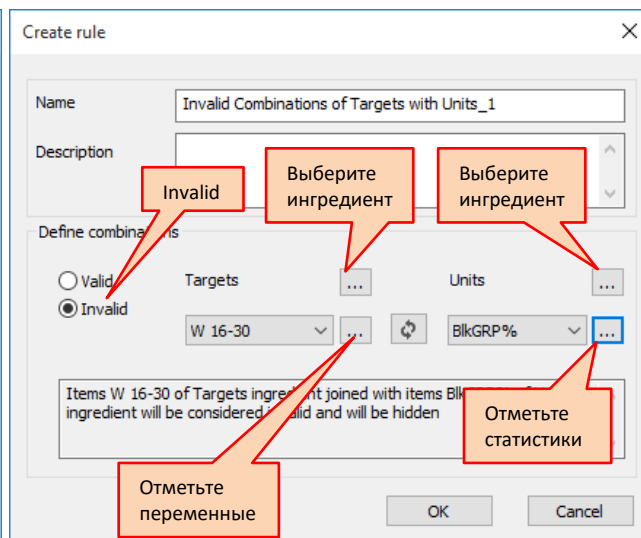
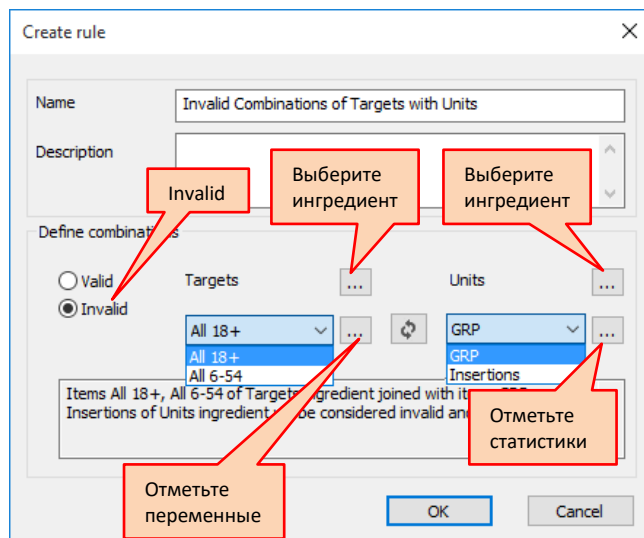
Опция **Hide items combination** - позволяет скрыть ненужные комбинации элементов, оставляя только необходимые. Например, в нашем случае, показатели TRP, TRP30 нужны только для ЦА W 16-30; показатель BlkGRP только для баинговой аудитории каналов (All 18+, All 6-54); также, чтобы не дублировать количество выходов по каждой целевой аудитории, отобразим данный показатель только для ЦА W 16-30.

!!! Правила могут быть настроены только после того, как все три целевые группы будут созданы как общедоступные переменные, т.е. в Public. Поэтому необходимо сначала создать целевые переменные, только после этого можно осуществить настройку отображения комбинаций элементов.

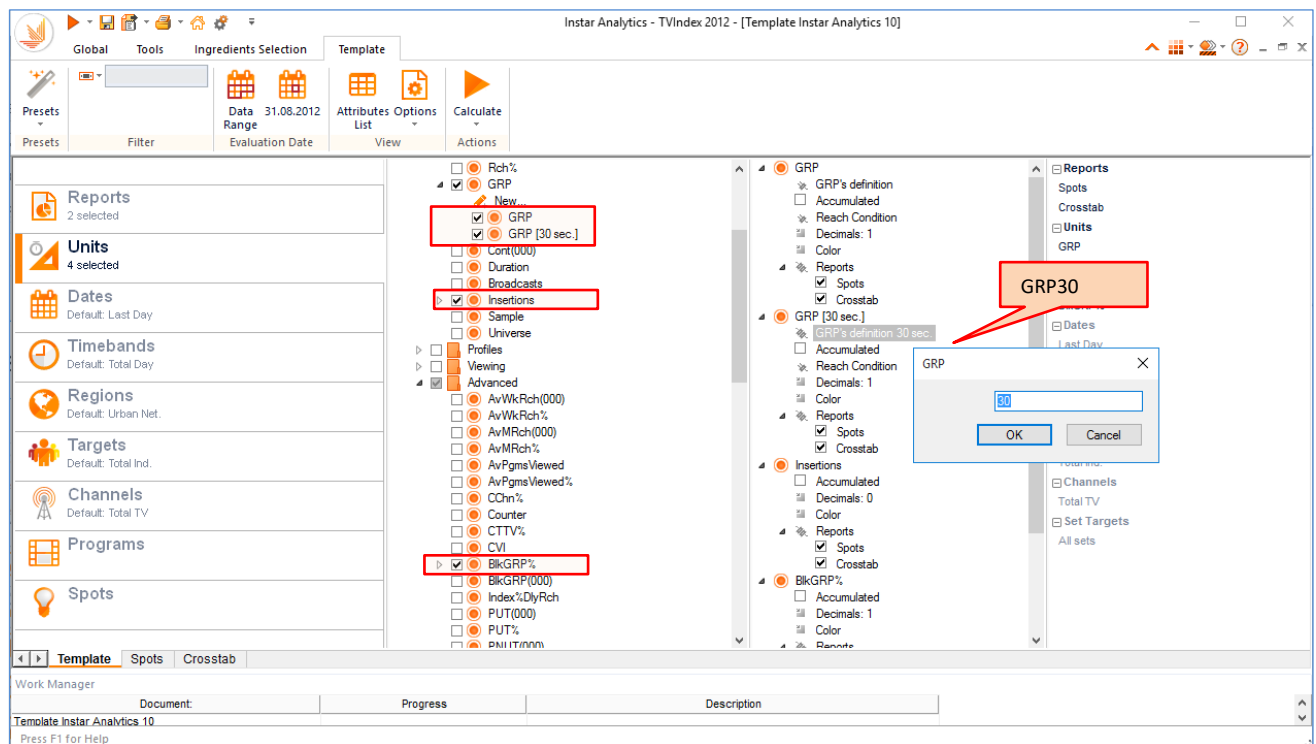


Первое правило – устанавливаем условие «невидимости» статистик GRP и Insertions для ЦА All 18+ и All 6-54

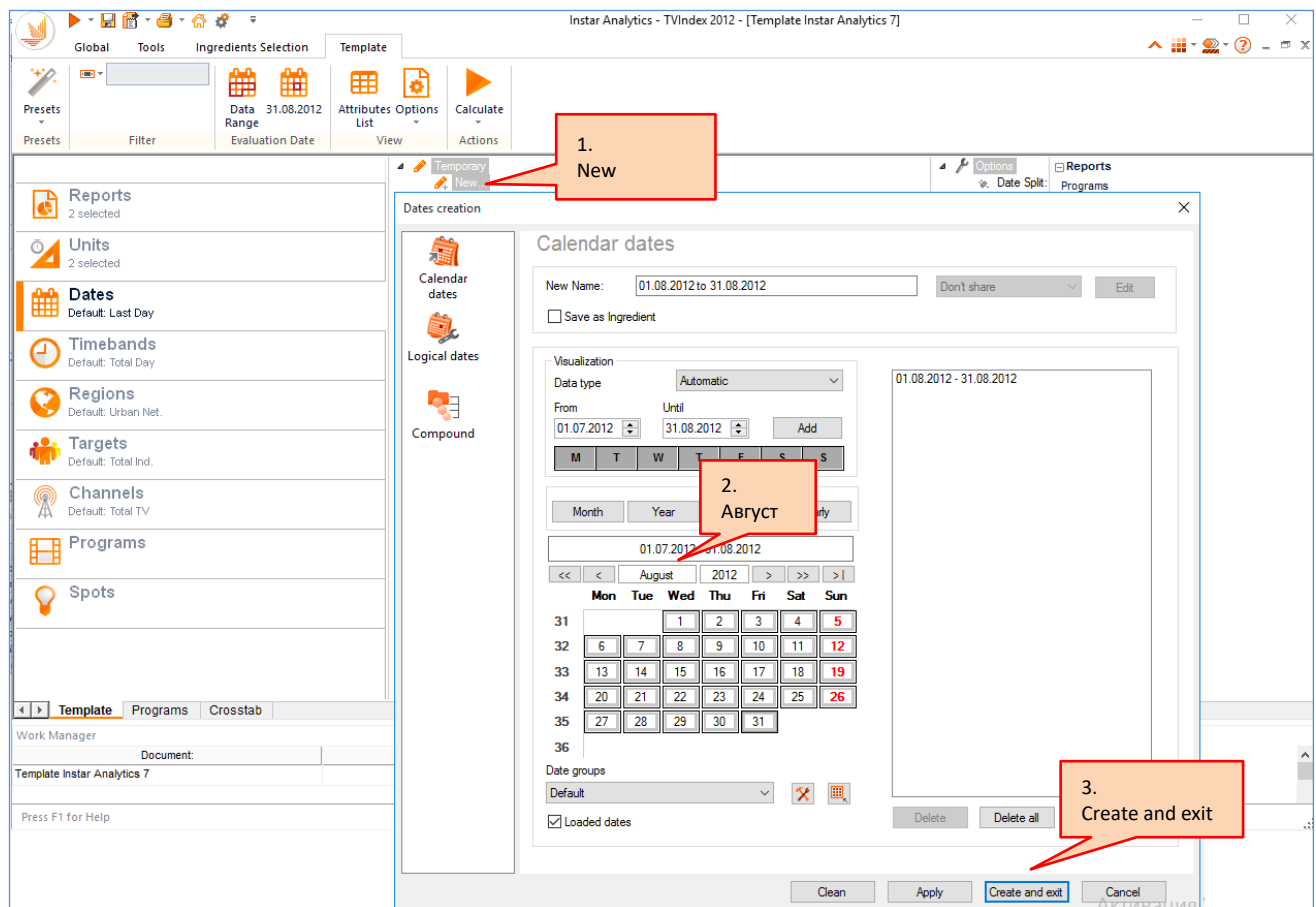
Второе правило – устанавливаем условие «невидимости» статистики BlkGRP для ЦА W 16-30



## 2. Во вкладке Units выбираем статистику Insertions, GRP и GRP(30), BlkGRP.



## 3. Во вкладке Dates задаем период.



#### 4. Во вкладке **Timebands** создаем временные интервалы Prime и Off Prime в Public.

The screenshot shows the 'Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 3]' window. The sidebar on the left contains various navigation icons. The 'Timebands' section is highlighted. The 'Creation of timebands' dialog is open, showing the 'New Name' field with 'Prime' and the 'Time zone definition' section with 'From: 18:00' and 'To: 24:00'. The 'Add' button is visible. The 'Create and exit' button is at the bottom right of the dialog.

1. New

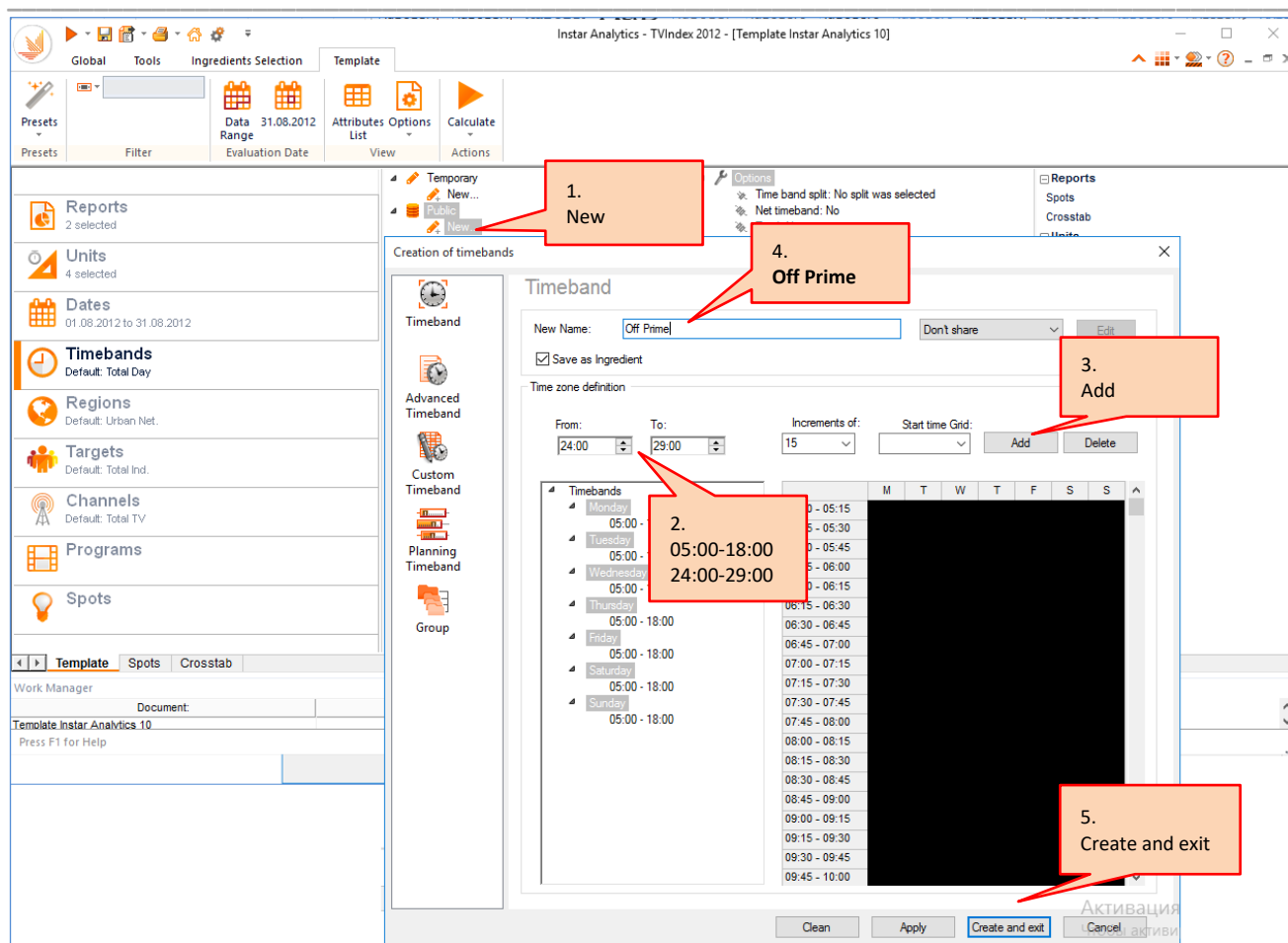
2. 18:00-24:00

3. Add

4. Prime

5. Create and exit





5. Во вкладке **Targets** создадим баинговые аудитории каналов (**All 18+** и **All 6-54**) и ЦА W 16-30 в Public.

1. New

4. All 18+

2. В переменной "Age" выделяем интервал с 18 до 110 yrs old

3. Переносим в правую часть

5. Create and exit

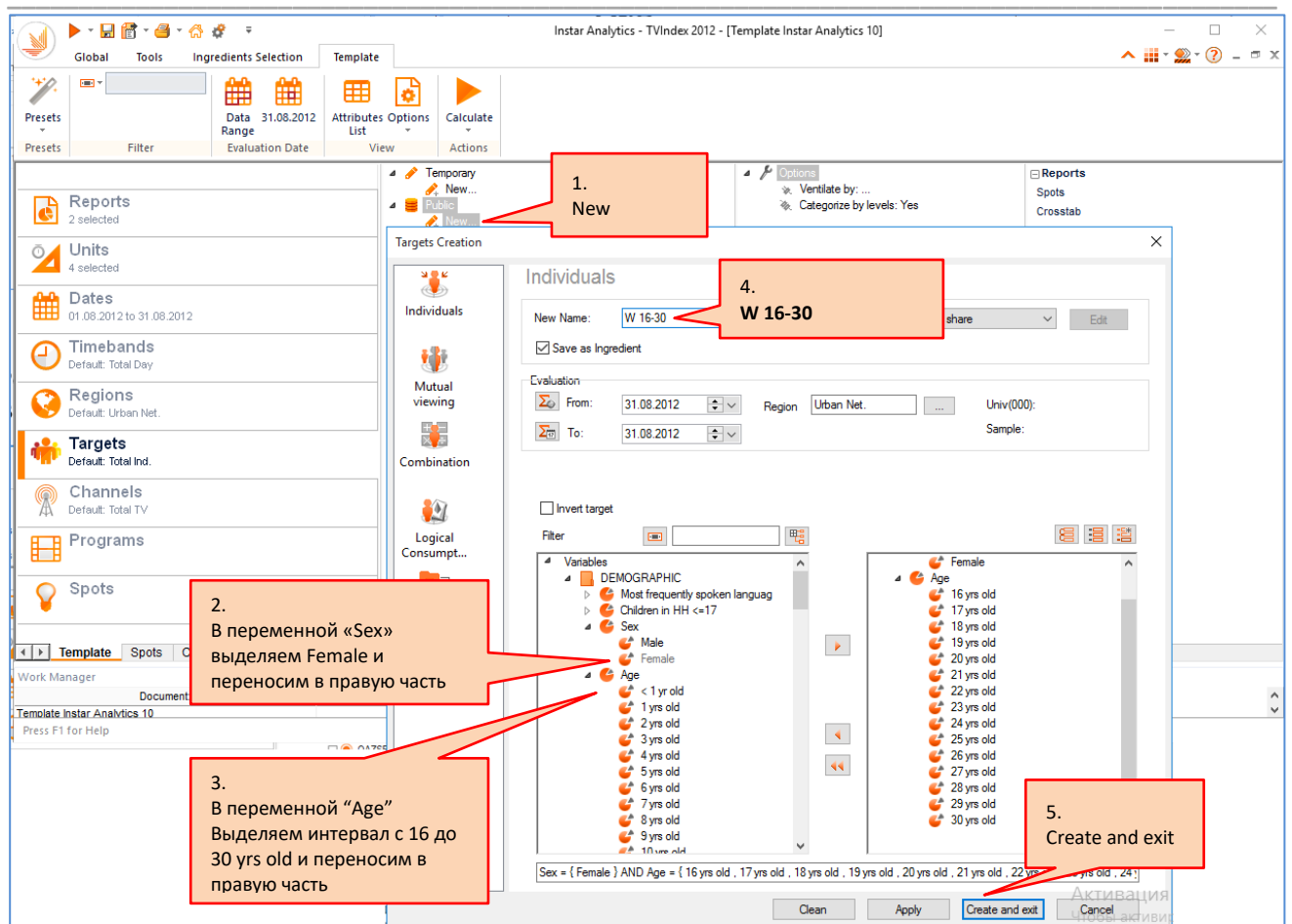
1. New

4. All 6-54

2. В переменной "Age" выделяем интервал с 6 до 54 yrs old

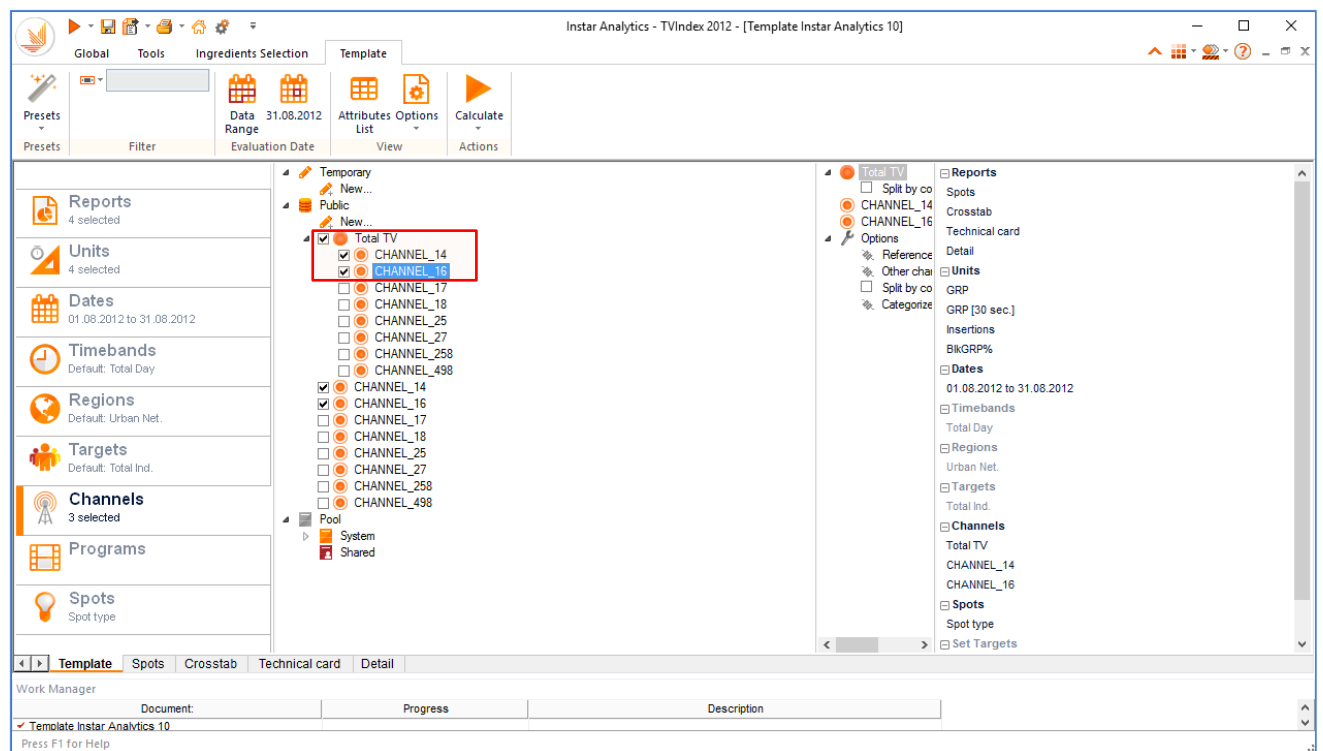
3. Переносим в правую часть

5. Create and exit



6. Регион **Urban Net** устанавливается по умолчанию.

7. Во вкладке **Channels** отмечаем каналы.



8. Во вкладке **Spots** выберем тип рекламного сообщения **ролик** и бренд **Max Factor**.

1. Раскройте атрибут **Spot type**. Отметьте «ролик».

2. Встаньте на атрибут **Brand**. Выберите команду «Advanced Search».

3. Находим и отмечаем бренд «Max Factor».

4. OK

	Value	Level
1	MAX FACTOR	Brand
2	MAX FACTOR (КОСМЕТИКА)	Model
3	MAX FACTOR (ТУШЬ ДЛЯ РЕСНИЦ)	Model
4	MAX FACTOR 2000 CALORIE	Model
5	MAX FACTOR 2000 CALORIE CURL ADDICT	Model
6	MAX FACTOR AGE RENEW	Model
7	MAX FACTOR AGELESS ELIXIR 2 IN 1	Model
8	MAX FACTOR ALL DAY FLAWLESS	Model
9	MAX FACTOR CLUMP DEFY	Model
10	MAX FACTOR COLOUR COLLECTIONS	Model
11	MAX FACTOR CREME PUFF	Model
12	MAX FACTOR FALSE LASH EFFECT	Model
13	MAX FACTOR FALSE LASH EFFECT FUSION	Model
14	MAX FACTOR FALSE LASH EPIC	Model
15	MAX FACTOR FLIPSTICK COLOUR EFFECT	Model
16	MAX FACTOR GLOSSFINITY	Model
17	MAX FACTOR LASH EXTENSION EFFECT	Model
18	MAX FACTOR LASTING PERFORMANCE	Model
19	MAX FACTOR LIPFINITY COLOR & GLOSS	Model
20	MAX FACTOR MASTERPIECE	Model
21	MAX FACTOR MASTERPIECE BEYOND LENGTH	Model
22	MAX FACTOR MASTERPIECE MAX	Model
23	MAX FACTOR MASTERPIECE TRANSFORM	Model
24	MAX FACTOR MIRACLE MATCH	Model
25	MAX FACTOR MIRACLE TOUCH	Model

9. На закладке **Crosstab** настраиваем кросс-таблицу.

The screenshot shows the 'Crosstab' configuration window with three main sections: 'Rows', 'Columns', and 'Information'. The 'Rows' section contains 'Spot TVCompany' and 'Time Band'. The 'Columns' section contains 'Brand[same value]', 'Spot type[same value]', and 'Spot expected duration[same value]'. The 'Information' section contains 'Spot Name', 'Spot TVCompany', 'Date', 'Weekday', 'Spot start time', 'Spot end time', 'Spot duration', 'Spot status', 'Spot type', 'Spot Starting Date', and 'Spot cost'. The 'Units' section is expanded, showing a list of units including 'Standard', 'Profiles', 'Viewing', 'Advanced', 'Reach & Freq', 'Duplication', 'Migration/Inheritance', 'Costs', 'Planning', and 'ALL UNITS'. A 'Filter' button is located below the 'Information' section. A 'Mini.Items' dropdown is at the bottom right, set to '1'.

1. Атрибуты **Spot TVCompany** и **Time Band** переносим под Rows

2. Атрибуты **Brand**, **Spot type**, **Spot expected duration** переносим под Information

3. Дублируем статистики, отображенные во вкладке Units

10. Запускаем расчет.

11. На закладке **Spots** отобразятся все выходы рекламных сообщений бренда **Max Factor** по всем выбранным каналам за указанный период.

1. При помощи Top panel формируем нужный формат отчета

2. В Attributes отмечаем необходимые атрибуты

Spot Name	Spot T	Date	Spot sta	Advertiser	Brand	BIKGRP	BIKGRP	GRP	GRP [3	Insertio
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	07:45:44	07:45:44	MAX FACTOR	MAX FACTOR	348,7	407,2	328,8	163,0	619
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	07:47:29	07:47:29	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	09:39:35	09:39:35	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,2	0,1	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	09:41:20	09:41:35	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,2	0,1	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	14:08:34	14:08:48	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,2	0,1	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	19:35:11	19:35:25	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,4	0,3	0,9	0,4	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	21:57:09	21:57:24	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,2	0,2	0,1	0,1	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	26:00:09	26:00:24	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	26:01:54	26:02:09	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	06:05:35	06:05:50	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	06:19:04	06:19:19	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	06:48:06	06:48:20	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	07:40:24	07:40:39	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,1	0,1	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	09:22:23	09:22:38	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,3	0,3	0,5	0,3	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	09:50:54	09:51:09	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,5	1,4	0,2	0,1	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	16:14:45	16:15:00	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,2	0,1	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	16:17:21	16:17:35	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	19:35:48	19:36:03	MAX FACTOR	MAX FACTOR	1,3	1,6	1,5	0,8	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	21:17:16	21:17:31	MAX FACTOR	MAX FACTOR	5,5	5,7	4,4	2,2	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 01.08.2012	21:28:36	21:28:51	MAX FACTOR	MAX FACTOR	5,9	6,5	5,6	2,8	1
MAX FACTOR CALORIE 2000 тушь для	CHANNEL 02.08.2012	06:55:45	06:56:00	MAX FACTOR	MAX FACTOR	0,0	0,0	0,0	0,0	1

12. Табличный результат на закладке **Crosstab** представлен в виде сводного отчета.

1. При помощи Top panel формируем нужный формат отчета

Total	Spot TVCompany	Time Band	Brand[same value]	Spot type[s]	Spot expe	BIKGRP%	BIKGRP%	GRP	GRP [30 sec]	Insertions
Total	CHANNEL_14	Prime	MAX FACTOR	Ролик	0000:15	24,5	27,6	19,5	9,6	260
Total	CHANNEL_16	Off Prime	MAX FACTOR	Ролик	0000:15	15,4	16,7	12,6	6,2	212
Total	CHANNEL_16	Prime	MAX FACTOR	Ролик	0000:15	123,6	131,2	123,7	61,1	42
Total	CHANNEL_16	Off Prime	MAX FACTOR	Ролик	0000:15	200,7	248,4	185,7	92,4	317

13. Общие характеристики отчета на закладке **Technical card**.

## 8. Audience Curve

**Audience Curves (Аудиторные кривые).** Данный отчет отображает аудиторию в виде динамических кривых по каналам, регионам, целевым группам, периодам в соответствии с выбранной статистикой.

### 8.1. Пример 1.

**Задача:** Отобразить аудиторные показатели каналов в виде динамических кривых.

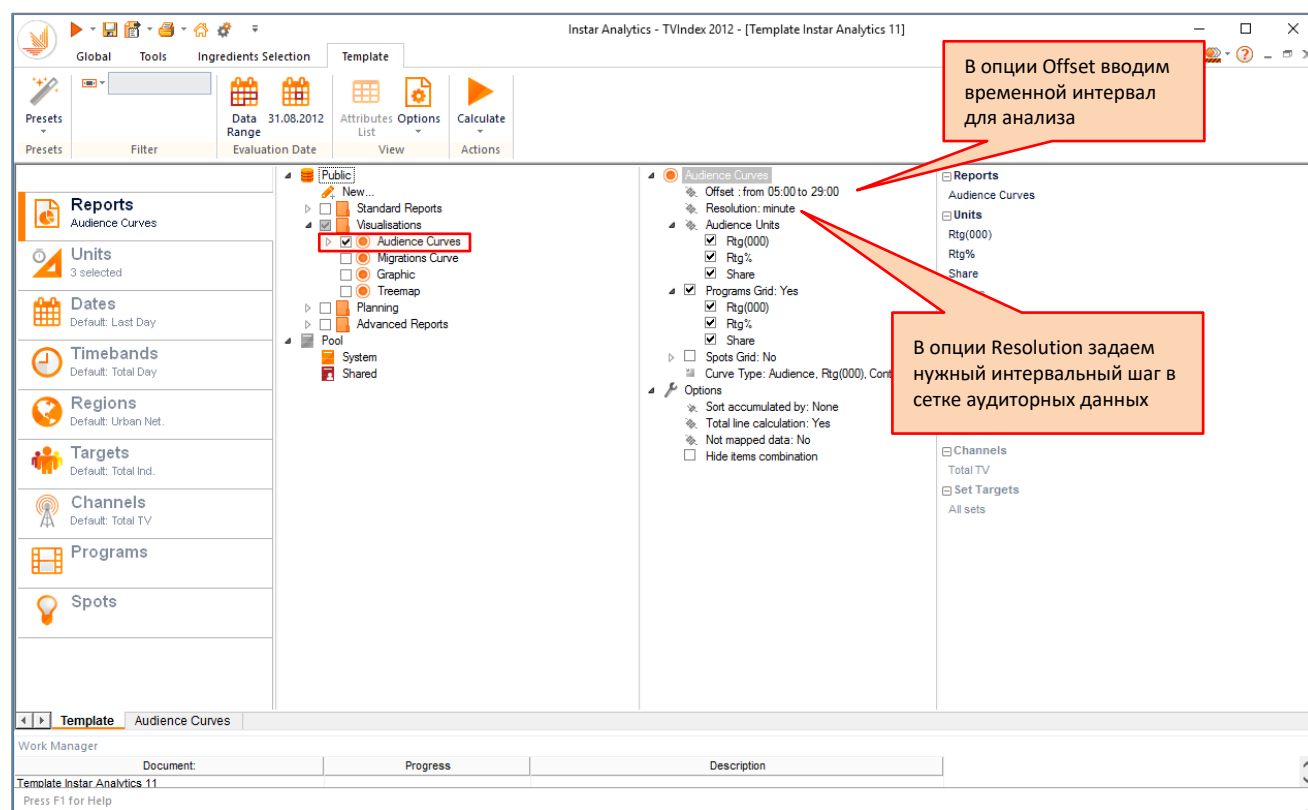
**Период** Last Dday

**Целевая аудитория** Total Ind

**Регион** Urban Net.

**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Audience Curve**. При выборе отчета автоматически отбираются три статистики **Rtg(000)**, **Rtg(%)**, **Share**. Неиспользуемые статистики можно отключить во вкладке **Units**.



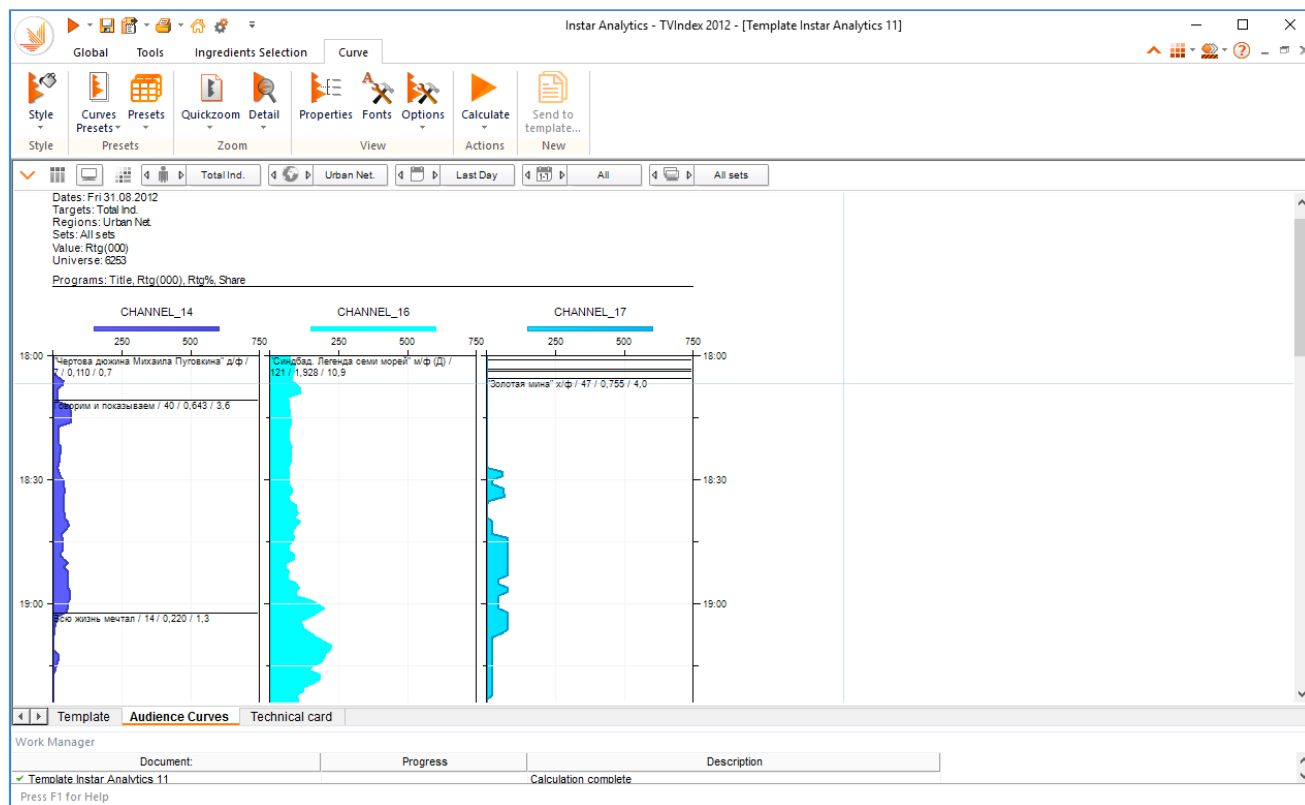
2. Целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net** устанавливаются по умолчанию.

3. Во вкладке **Channels** отбираем анализируемые каналы.

4. Во вкладке **Dates** дата **Last Day** устанавливается по умолчанию.

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

## 6. Графический отчет представлен на закладке **Audience Curve**.



С помощью команд управления на линейке **Curve** можно изменить настройки графика.

## 7. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.



## 9. Migrations Curve

**Migrations Curve (График миграции).** Отображает аудиторию канала в виде динамических кривых, а также миграцию аудитории канала по отношению к другим каналам.

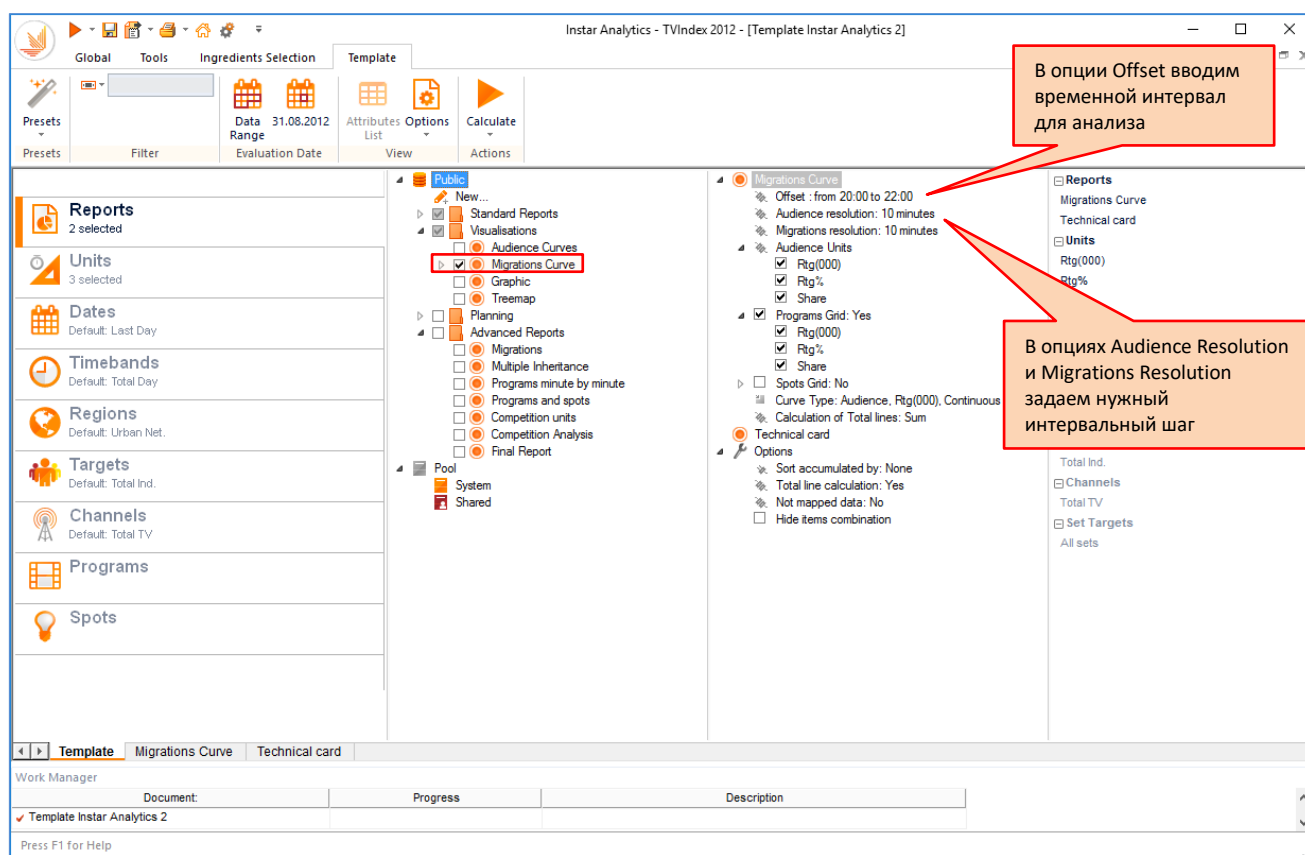
### 9.1. Пример 1.

**Задача:** Построить график аудиторных показателей канала Channel\_14 и отобразить миграцию аудитории данного канала по отношению к каналам Channel\_16 и Channel\_25.

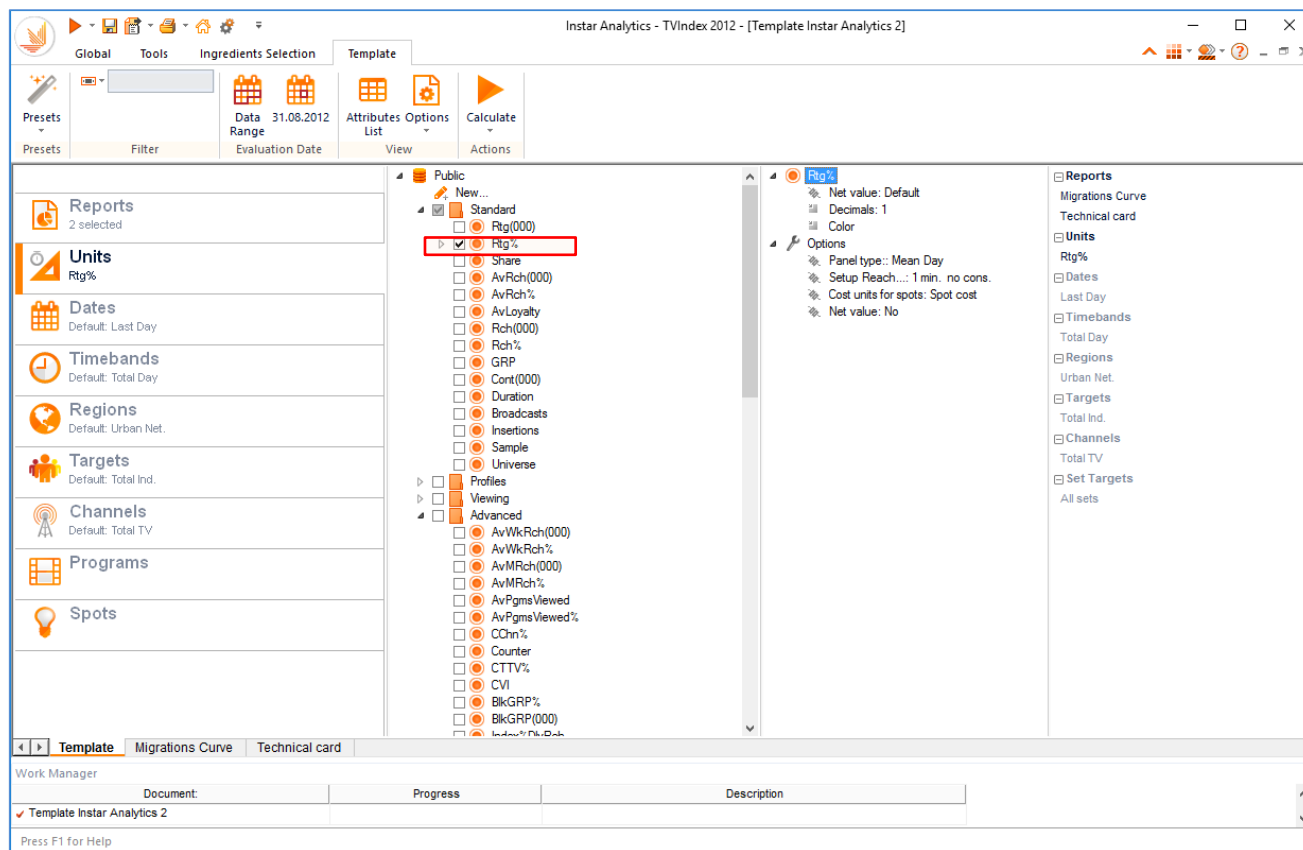
**Период** Last Day  
**Временной интервал** 20:00-22:00 по 10 минутным интервалам.  
**Регион** Urban Net  
**Целевая аудитория** Total Ind.  
**Каналы** Total TV

**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Migrations Curve**.

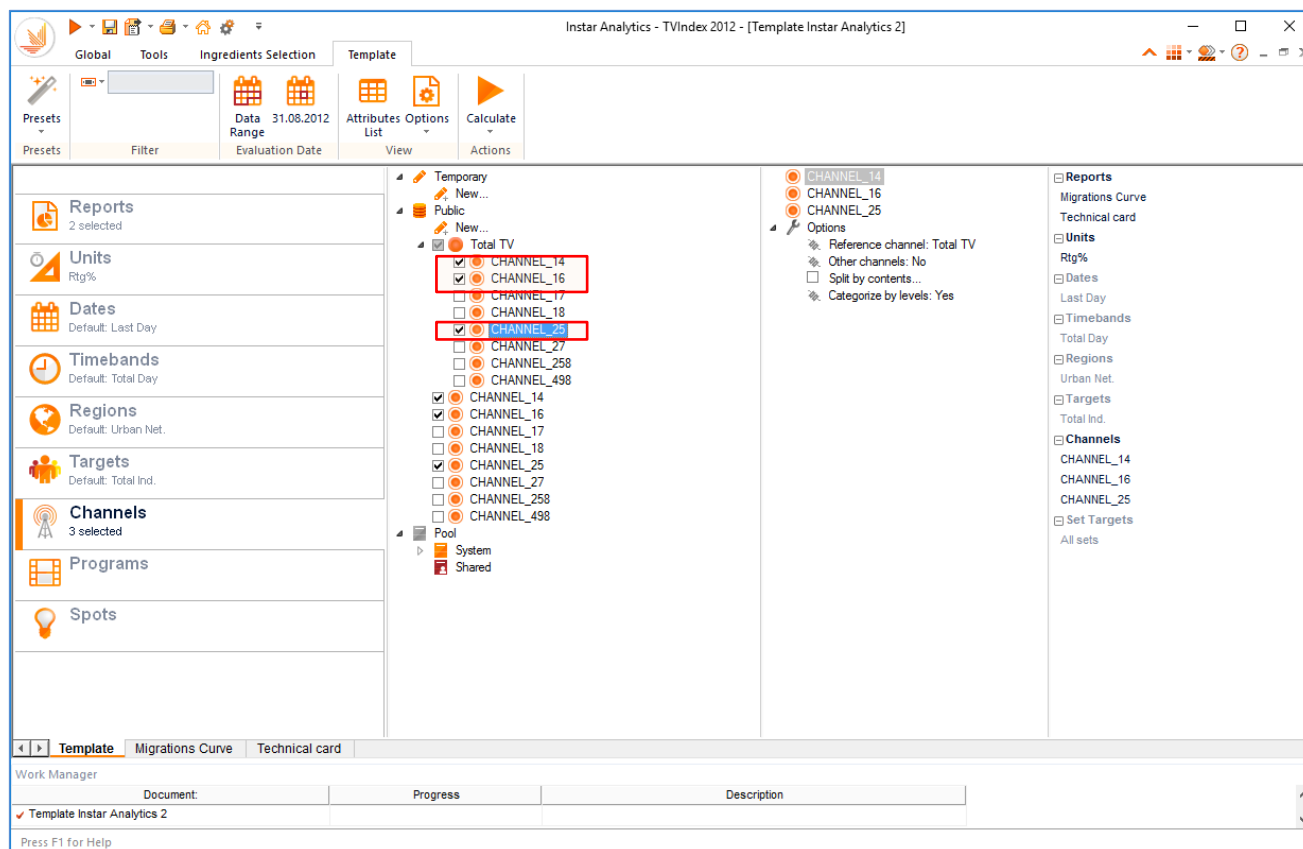


## 2. Во вкладке **Units** оставляем активной статистику **Rtg%**.



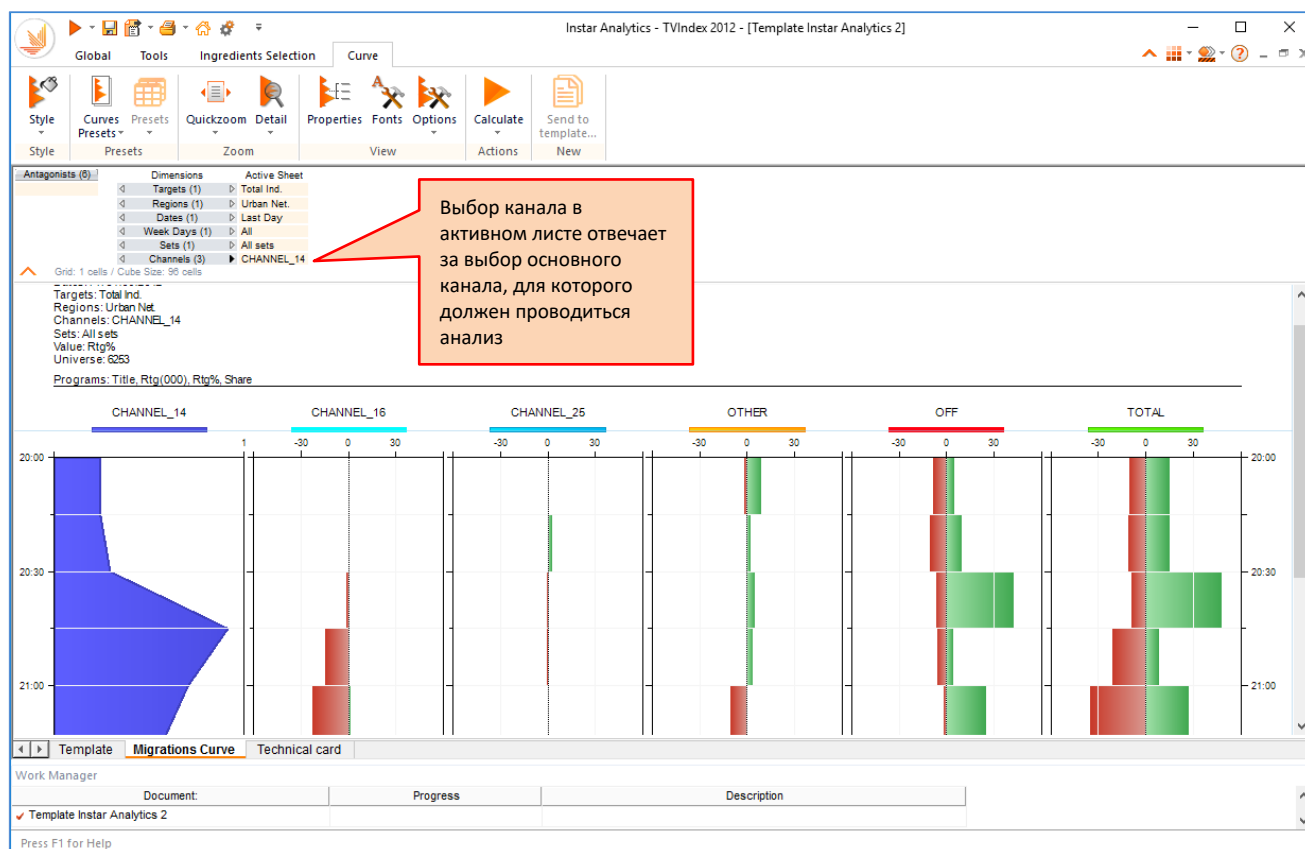
## 3. Период **Last Day**, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

## 4. Во вкладке **Channels** отмечаем каналы.



## 5. Запускаем расчет.

## 6. На закладке **Migrations** отобразится графический результат вычисления.



Интерпретация результата следующая:

**Gain** - количество телезрителей, которое получает анализируемый канал (Channel\_14) от вторичного канала (на графике кривая окрашена зеленым цветом).

**Loss** - количество телезрителей анализируемого канала (Channel\_14), которое ушло на вторичный канал (на графике кривая окрашена красным цветом).

**OTHER** - канал антагонист ДРУГОЙ, показывает информацию об остальных каналах, не выбранных в отчете, но участвующих в исследовании в анализируемом периоде. Gain (кривая окрашена зеленым цветом) - количество телезрителей, которое пришло на анализируемый канал с данных каналов, Loss (кривая окрашена красным цветом) - количество телезрителей, которое ушло с анализируемого канала на данные каналы.

**OFF** – информация, отображающая следующее: Gain (кривая окрашена зеленым цветом) – люди, которые включили телевизор на анализируемый канал или пришли с других каналов, не участвующих в исследовании: Loss (кривая окрашена красным цветом) – люди, которые выключили телевизор, во время просмотра исследуемого канала или ушли на другие каналы, не участвующих в исследовании.

**TOTAL** – данная кривые отображает суммарное значение прибыли и потери по всем каналам, выбранным, в качестве антагонистов.

## 8. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 10. Graphic / Final Report

**Graphic (График).** Данный отчет предназначен для графического отображения результатов вычисления.

**Final Report (Итоговый отчет).** В финальном отчете на одном листе отображается сразу несколько видов отчетов, построенных ранее.

Рассмотрим эти два отчета в одном примере.

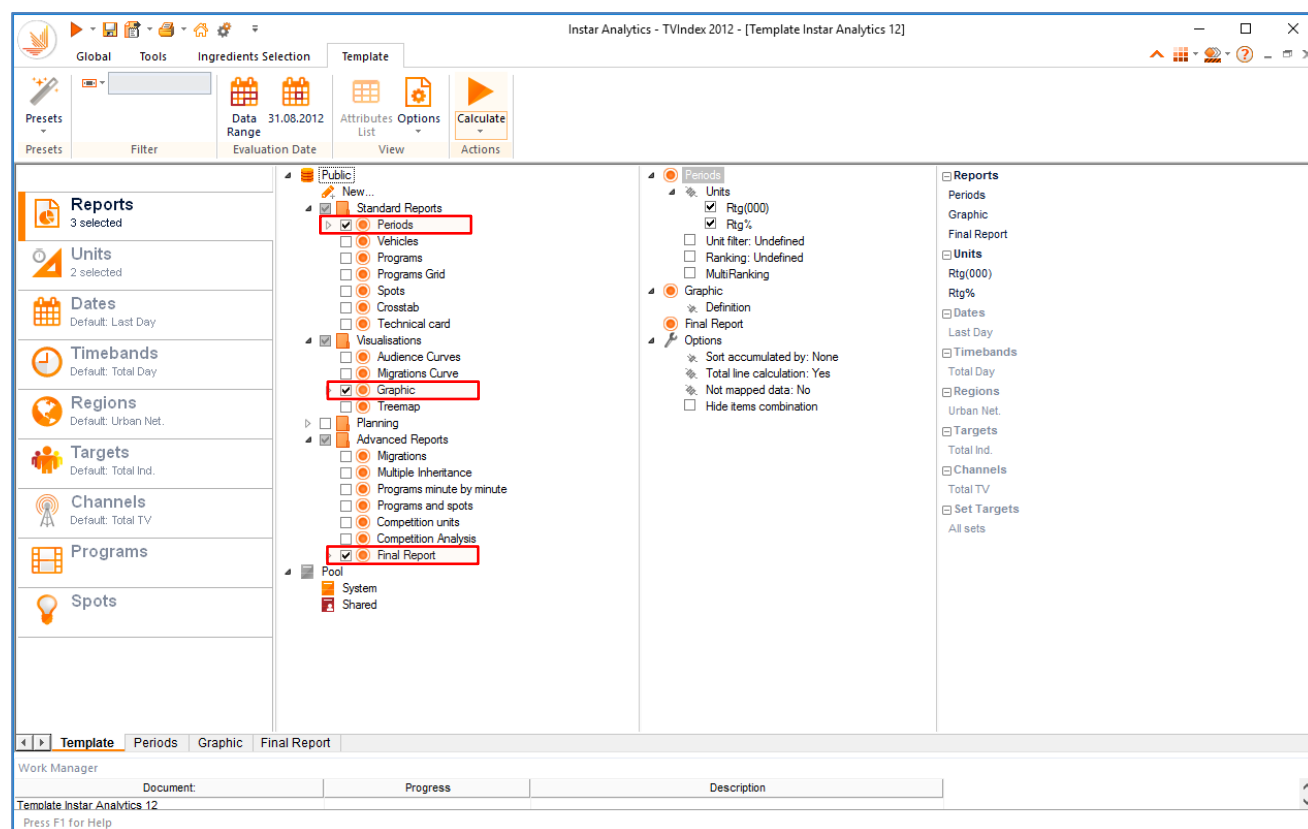
### 10.1. Пример 1

**Задача:** Построить график аудиторных показателей **Rtg(%)** ТВ каналов за в целом месяц и с разбивкой на будние и выходные дни.

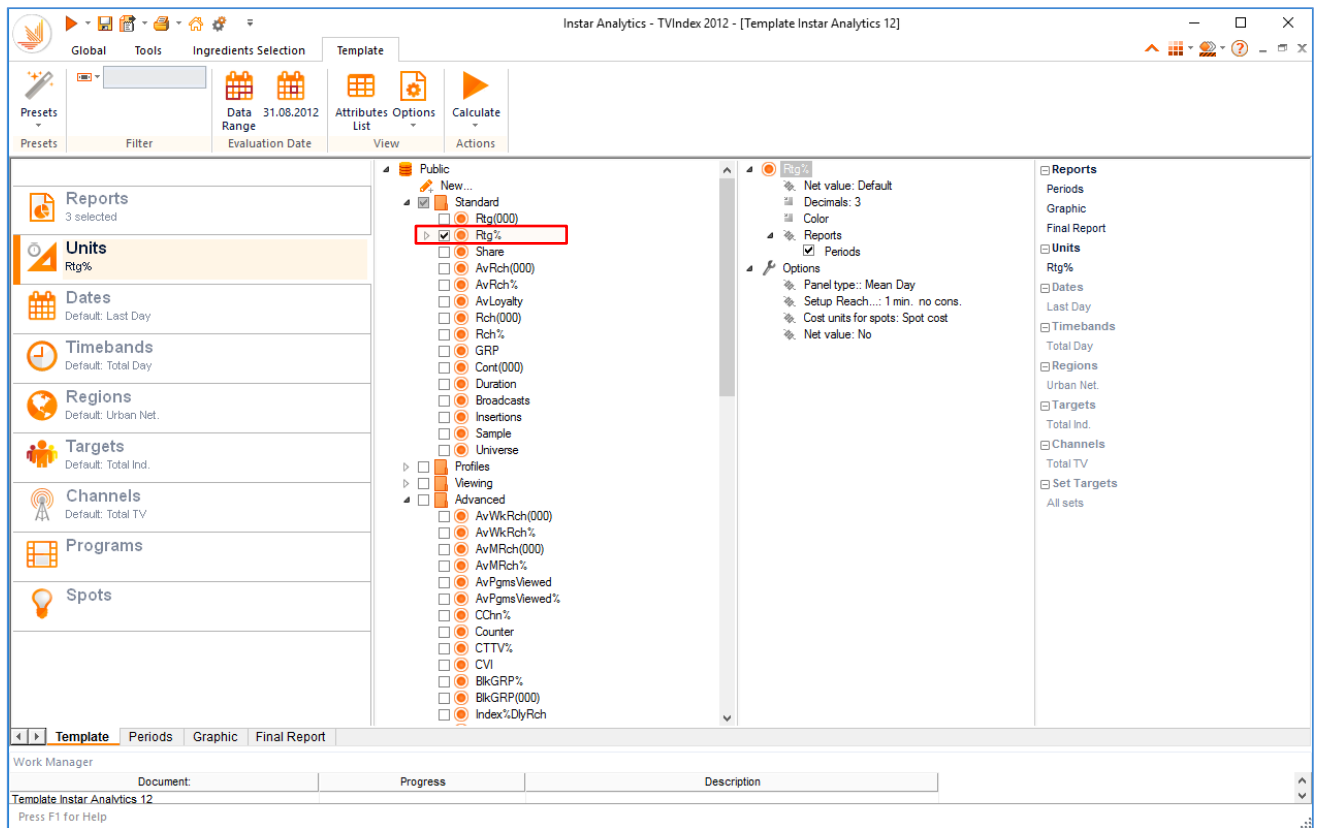
**Период** Август 2012  
**Временной интервал** Total day с разбивкой по 15 минутным интервалам.  
**Регион** Urban Net  
**Целевая аудитория** Total Ind.  
**Каналы** Total TV

**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчеты **Periods**, **Graphic** и **Final Reports**.

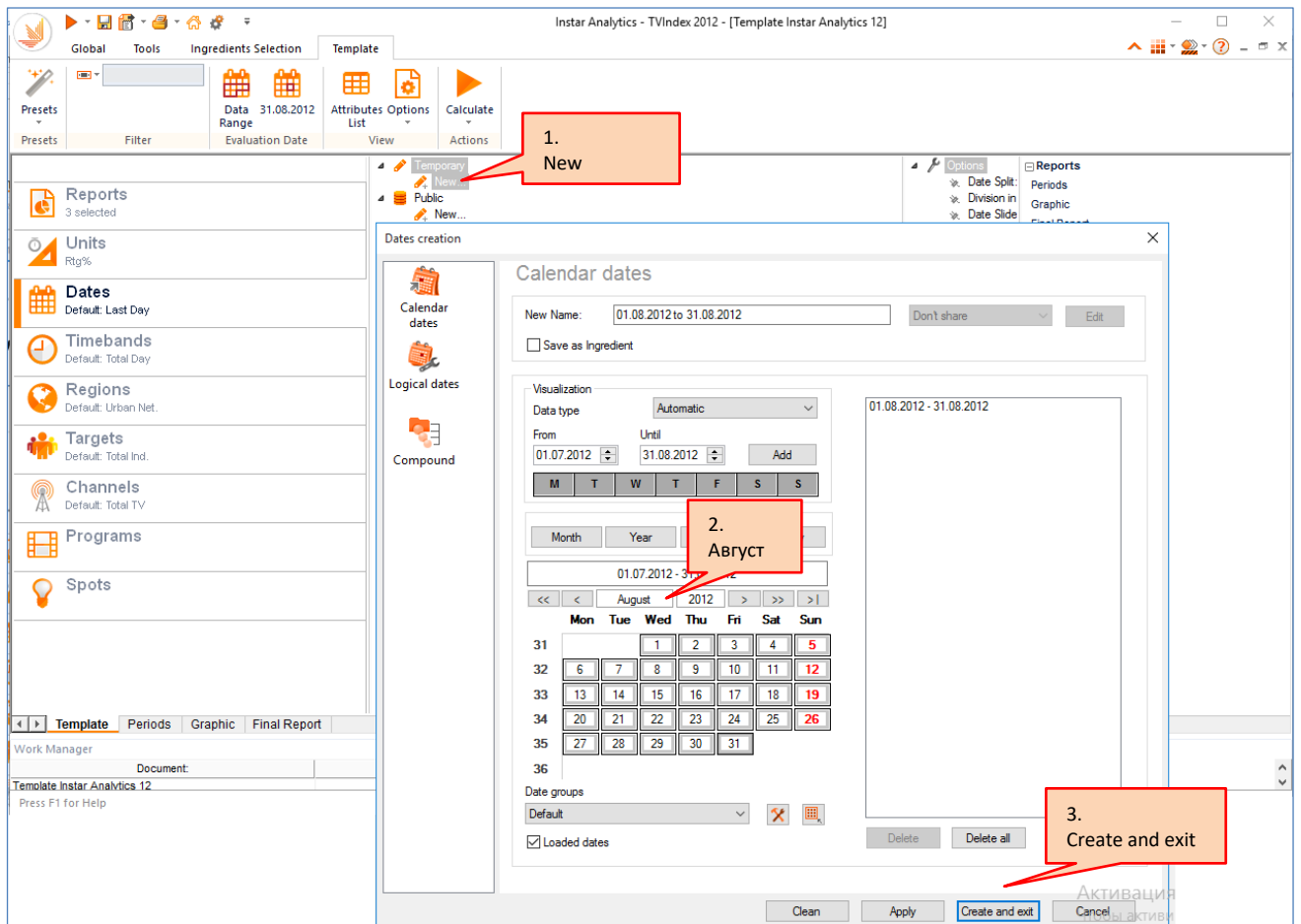


## 2. Во вкладке Units оставляем активной статистику Rtg%.



## 3. Во вкладке Dates создаем три периода.

### Август 2012



## Август 2012 (будни)

1. New

4. Август (будни)

2. Август

3. Отжимаем Sat и Sun

5. Create and exit

Calendar dates

New Name: Август (будни)

☐ Save as Ingredient

Visualization

Data type: Automatic

From: 01.07.2012 Until: 31.08.2012

Month: August Year: 2012

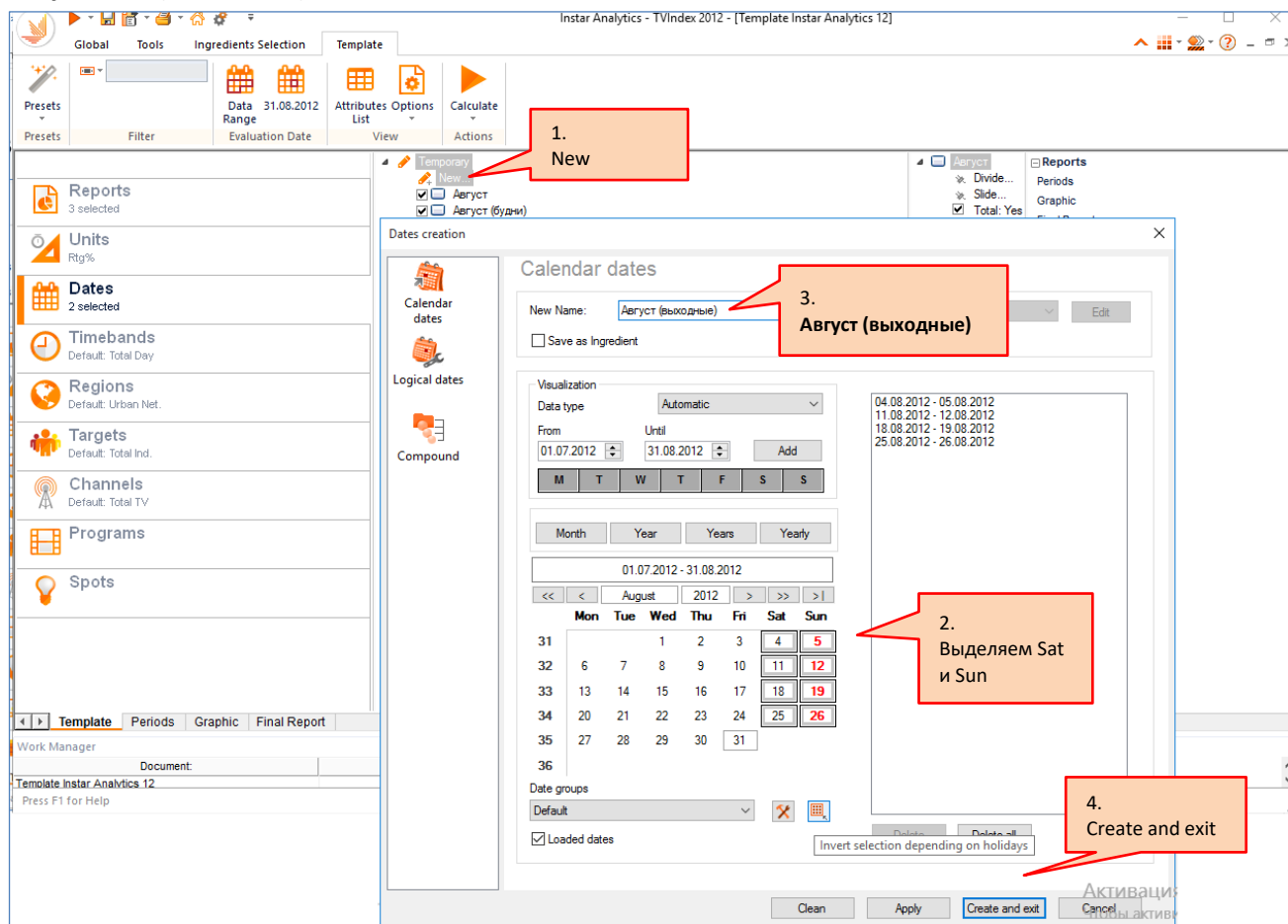
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		
32						

Date groups: Default

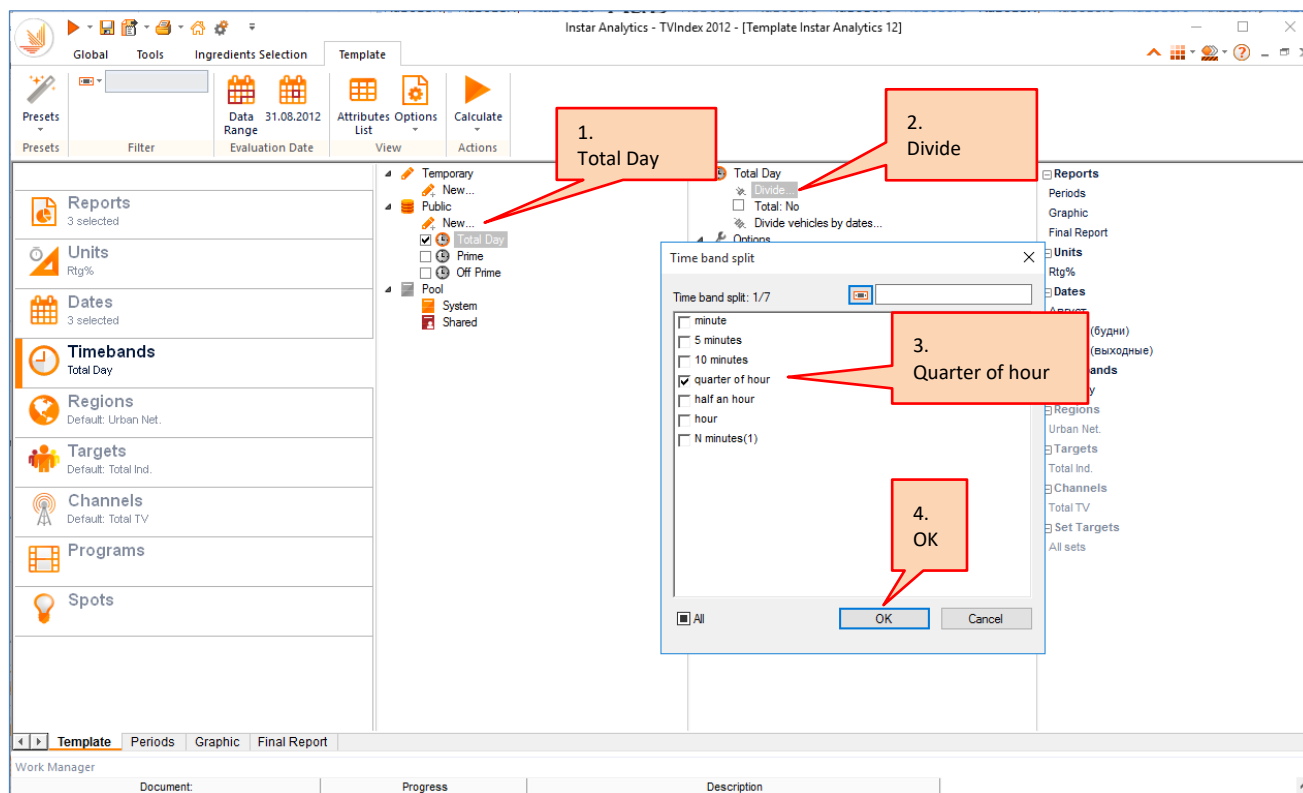
☒ Loaded dates

Buttons: Clean, Apply, Create and exit, Cancel

## Август 2020 (выходные)

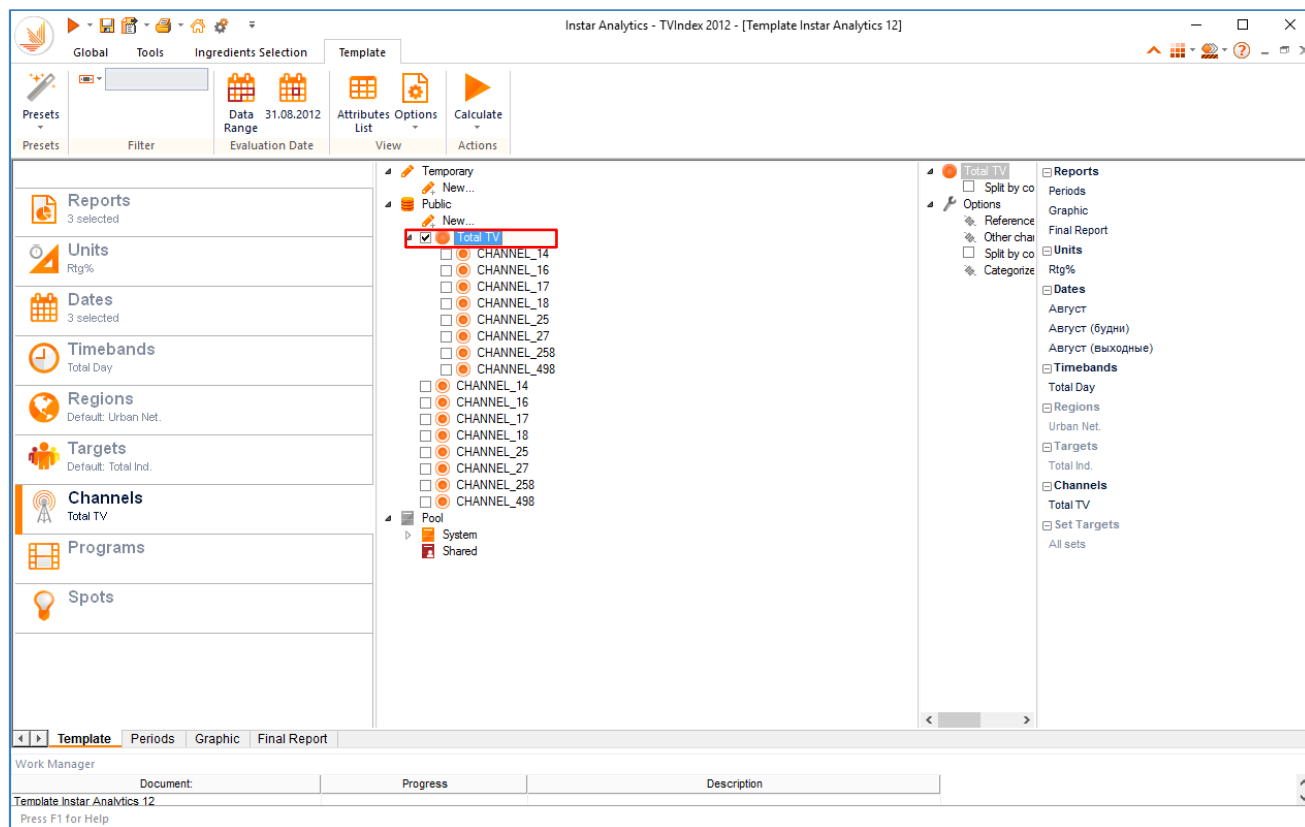


4. Во вкладке **Timebands** отмечаем **Total Day** и разбиваем период на **15 минутные интервалы**.



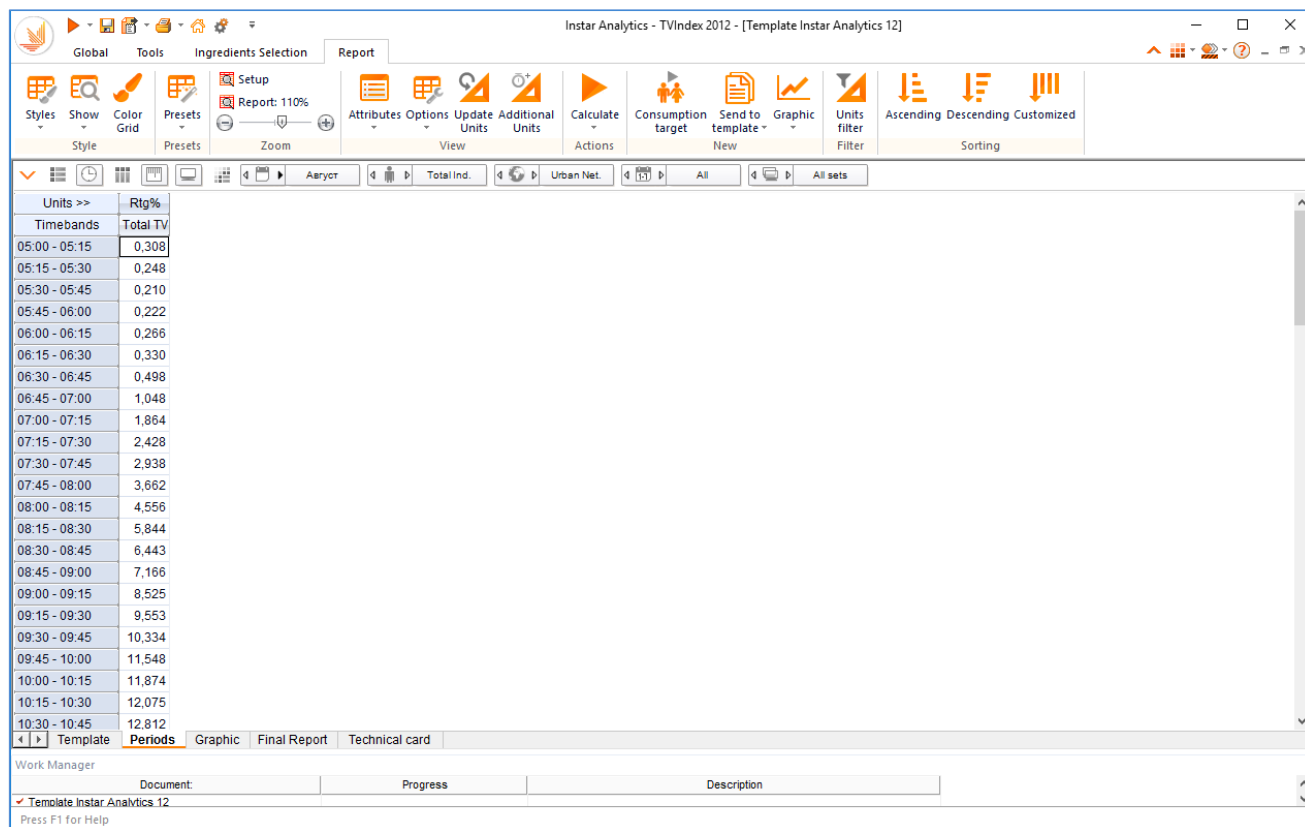
5. Целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

## 6. Во вкладке Channels отмечаем Total TV.



## 7. Запускаем расчет.

## 8. На закладке Periods отобразится табличный результат вычисления.





Зададим нужную структуру таблицы.

	Units (1)		Dimensions	Active Sheet
	Channels (1)	Channels (1)	Targets (1)	Total Ind.
Timebands (96)			Regions (1)	Urban Net.
			Dates (3)	Август
			Week Days (1)	All
			Sets (1)	All sets

Grid: 196 cells / Cube Size: 2016 cells

	Channels (1)				Dimensions	Active Sheet
	Dates (3)		Dates (3)		Targets (1)	Total Ind.
	Units (1)		Units (1)		Regions (1)	Urban Net.
Timebands (96)					Sets (1)	All sets
					Week Days (1)	All

Global

Tools

Ingredients Selection

Report

Setup

Report: 110%

Attributes

Options

Update Units

Additional Units

Calculate

Consumption target

Send to template

Graphic

Units filter

Ascending

Descending

Customized

Channels >>

Dates >>

Timebands (96)

Channels (1)

Dates (3)

Units (1)

Dates (3)

Units (1)

Units (1)

Units (1)

Dimensions

Targets (1)

Regions (1)

Sets (1)

Week Days (1)

Active Sheet

Total Ind.

Urban Net.

All sets

All

Grid: 396 cells / Cube Size: 2016 cells

Channels >>	Total TV		
Dates >>	Август	Август (будни)	Август (выходные)
Timebands	Rtg%	Rtg%	Rtg%
05:00 - 05:15	0,308	0,308	0,309
05:15 - 05:30	0,248	0,266	0,198
05:30 - 05:45	0,210	0,243	0,114
05:45 - 06:00	0,222	0,253	0,134
06:00 - 06:15	0,266	0,306	0,149
06:15 - 06:30	0,330	0,362	0,239
06:30 - 06:45	0,498	0,505	0,478
06:45 - 07:00	1,048	1,190	0,639
07:00 - 07:15	1,884	2,189	0,930
07:15 - 07:30	2,428	2,798	1,365
07:30 - 07:45	2,938	3,365	1,711
07:45 - 08:00	3,662	4,224	2,047
08:00 - 08:15	4,556	5,267	2,511
08:15 - 08:30	5,844	6,766	3,191
08:30 - 08:45	6,443	7,253	4,114
08:45 - 09:00	7,166	7,781	5,398
09:00 - 09:15	8,525	8,760	7,851
09:15 - 09:30	9,553	9,756	8,971

Template

Periods

Graphic

Final Report

Technical card

Document:

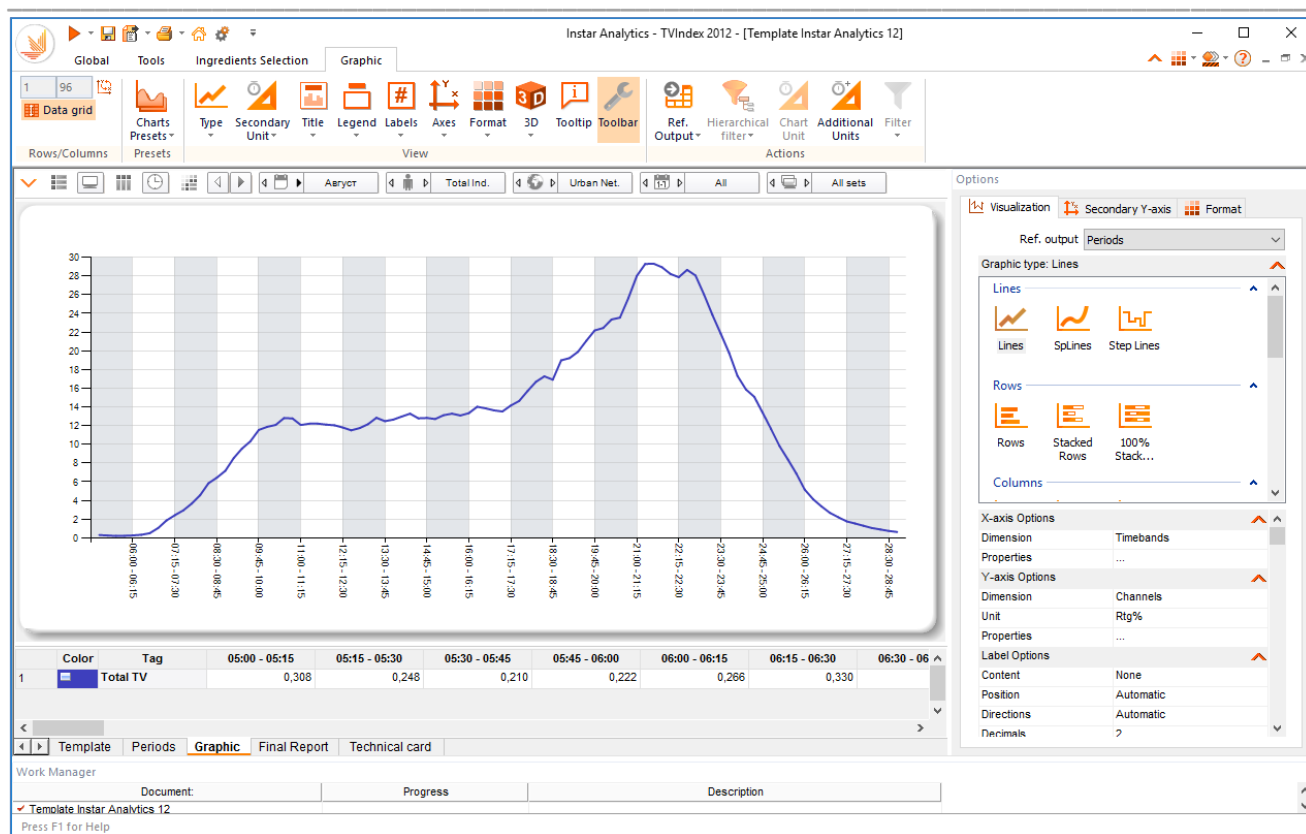
Progress

Description

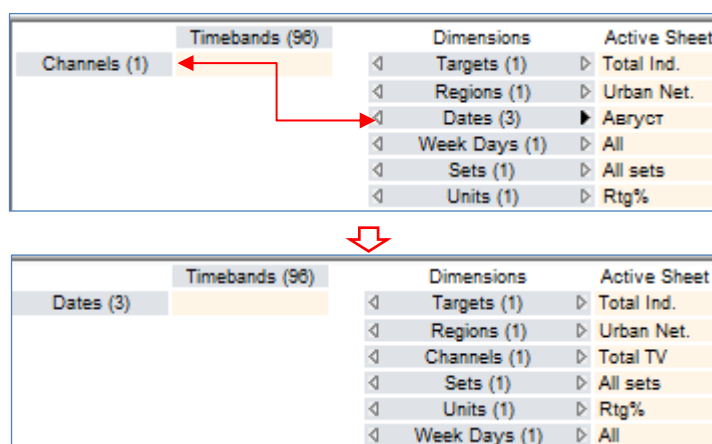
Template: Instar Analytics 12

Press F1 for Help

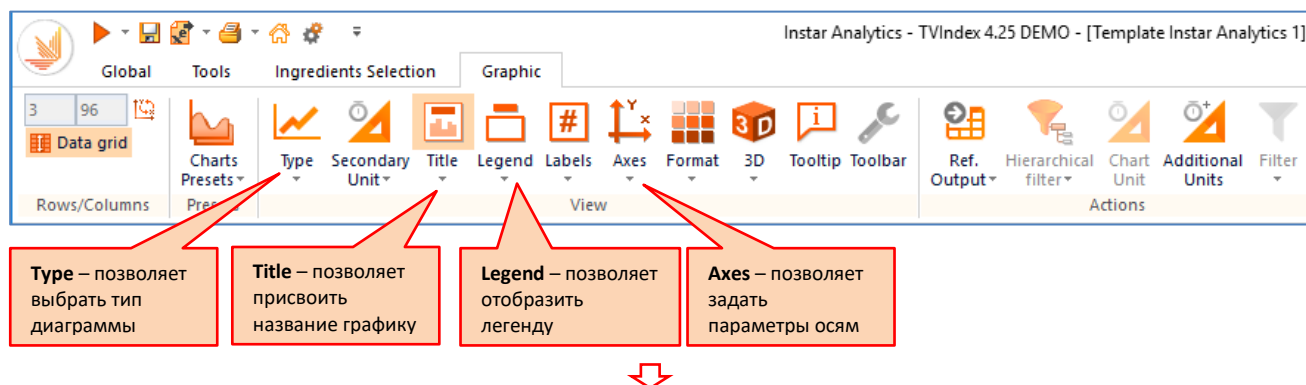
9. На закладке **Graphic** отобразится результат вычисления в виде графика.

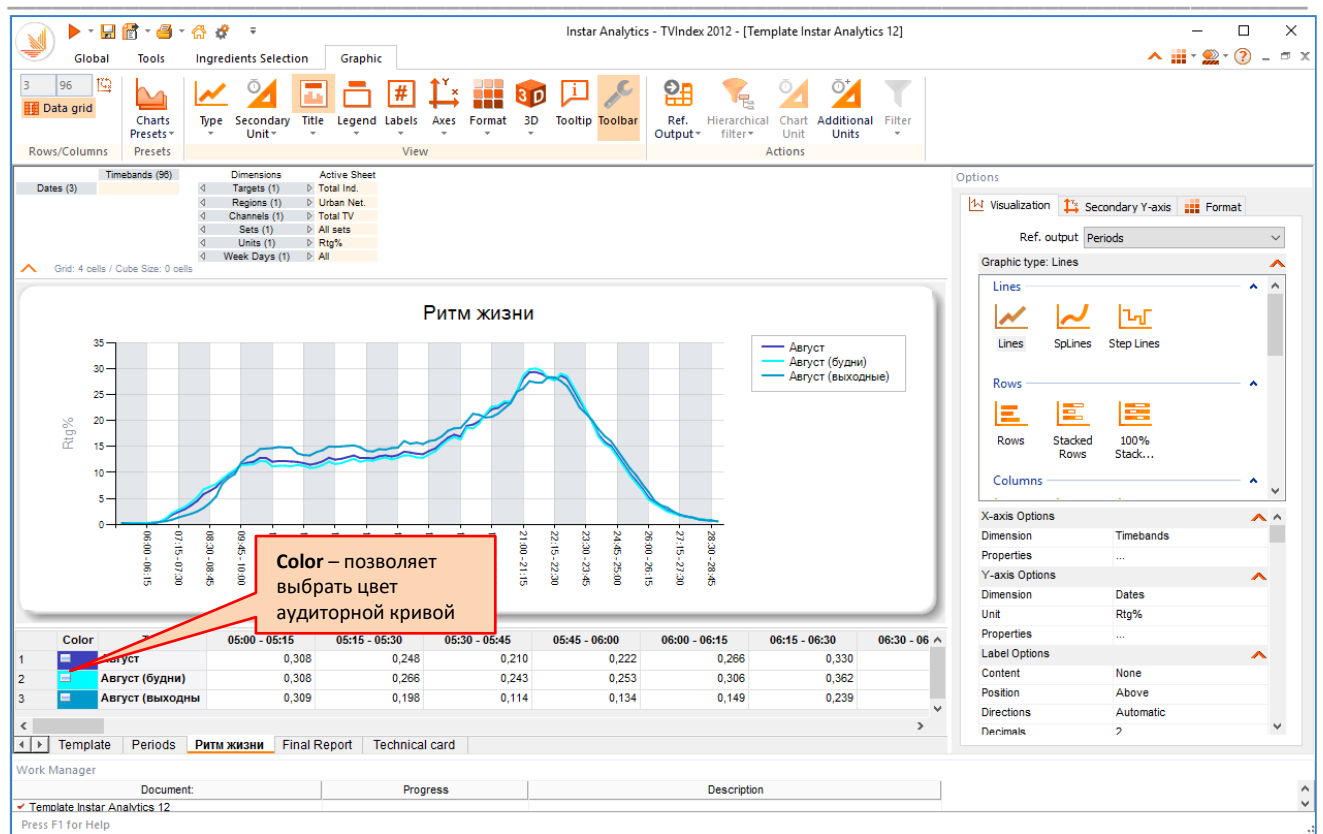


Зададим нужный формат графику.



При помощи верхней панели инструментов отобразим легенду, название, единицу измерения по оси Y.





10. На закладке **Final Report** можно отобразить все отчеты на одном листе.

1. Нажмите на View Item

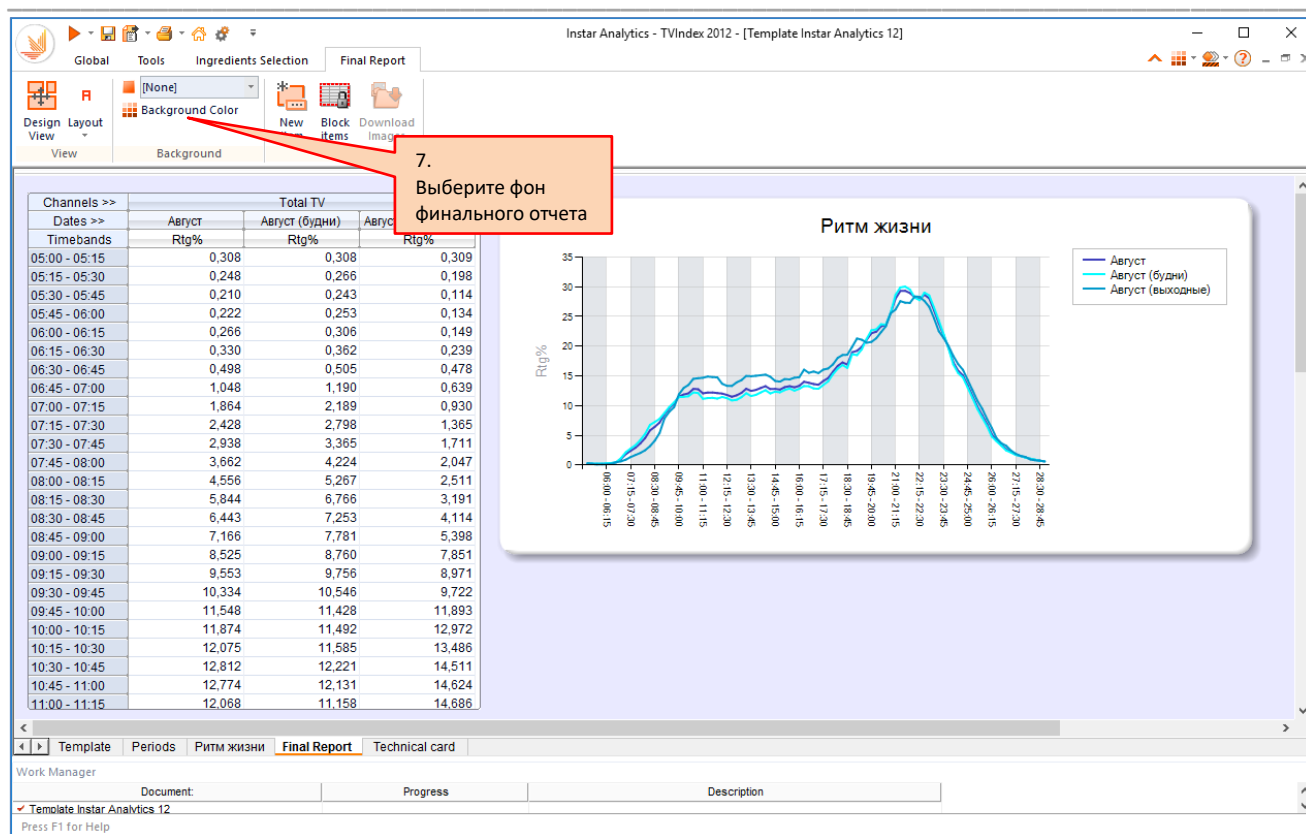
2. Выделите объект на поле

3. Выберите тип отчета, который необходимо вставить в выделенный объект

4. Нажмите на View Item

5. Выделите объект на поле

6. Выберите тип отчета, который необходимо вставить в выделенный объект



11. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 11. Treemap

**Treemap.** Вспомогательный графический отчет, предназначенный для визуализации отчетов Vehicles, Programs, Spots в виде прямоугольников, расположенных и окрашенных согласно установленной иерархии.

### 11.1. Пример 1

**Задача:** Отобразить в отчете Treemap ТОП-10 рекламодателей по **GRP** за последний месяц.

**Регион** Urban Net

**Период** Last Months

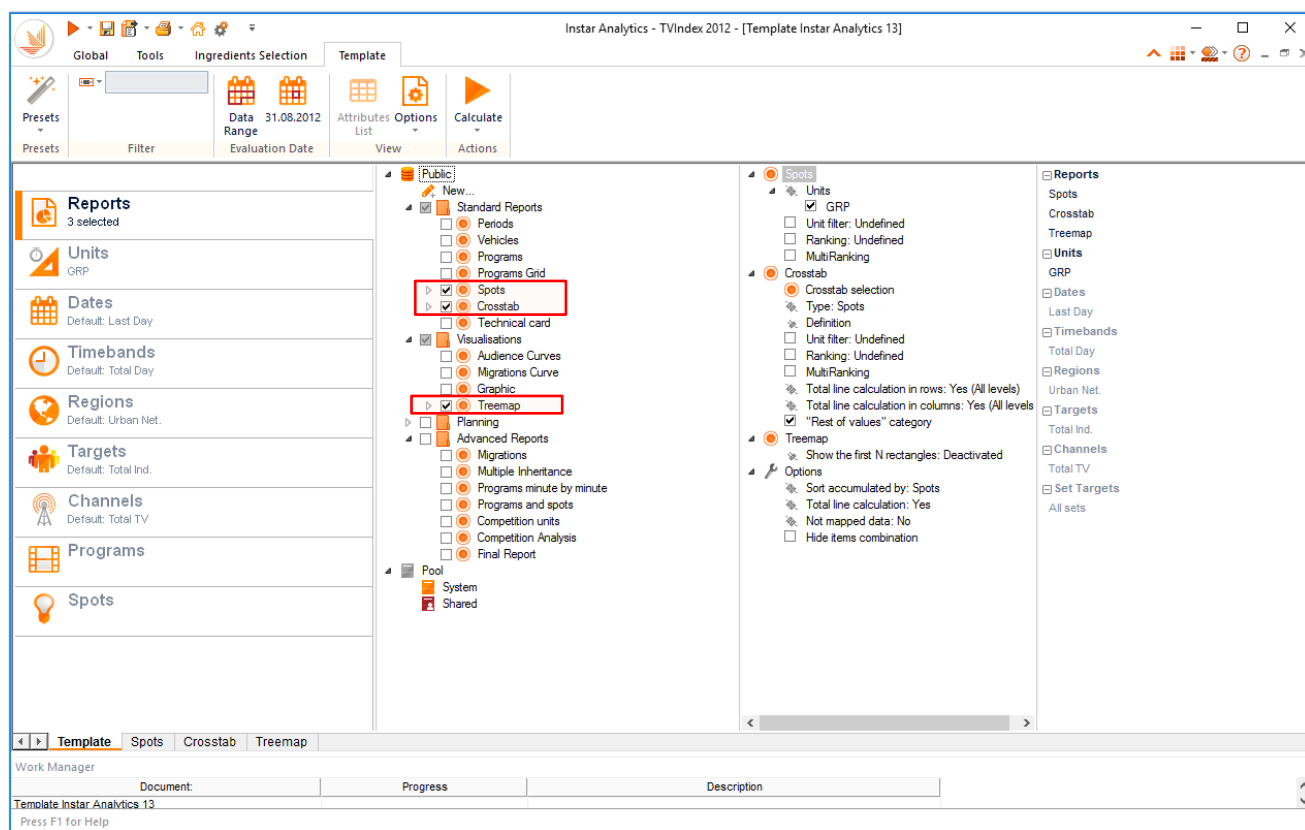
**Целевая аудитория** Total Ind.

**Каналы** Total TV

**Примечание** Тип рекламного сообщения – ролик, исключить социальную рекламу и рекламу общественно-политических партий.

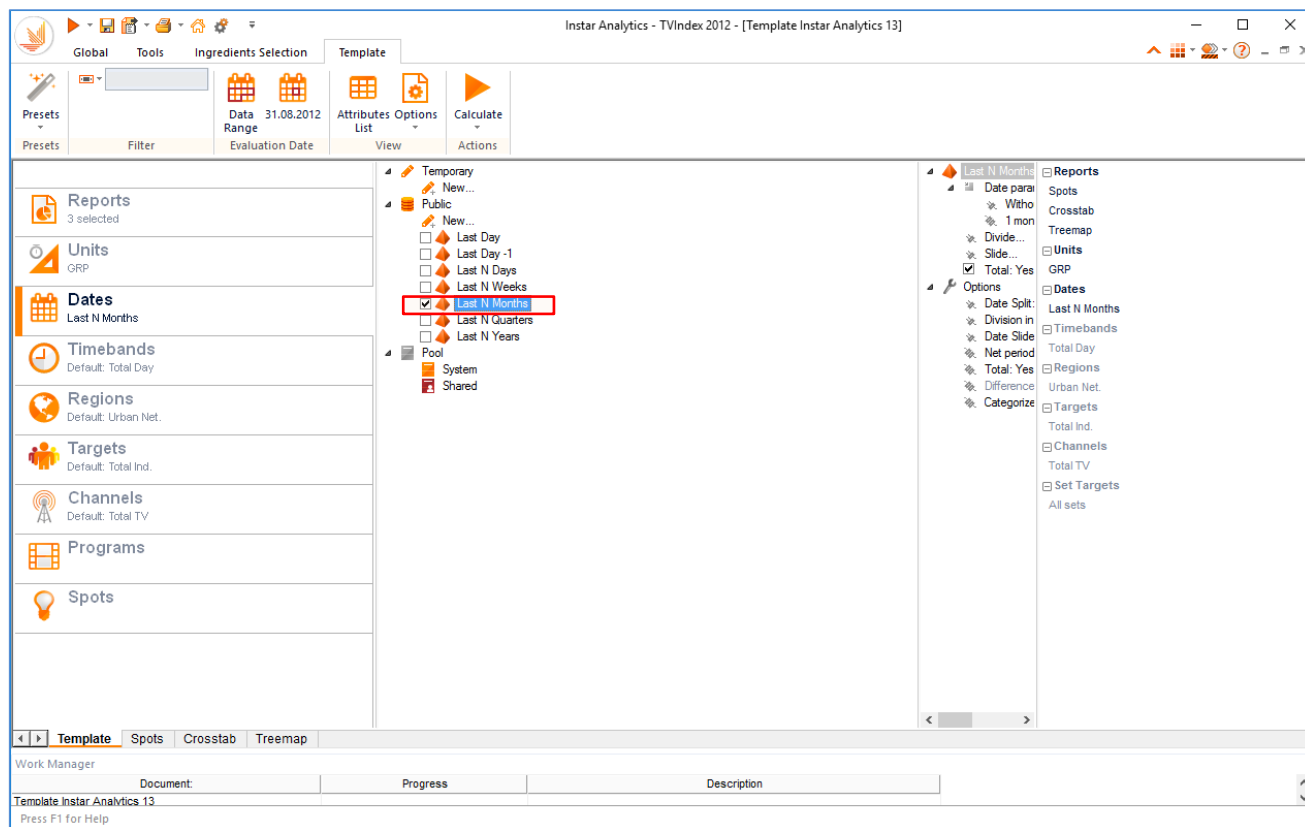
**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчеты **Sports**, **Crosstab** и **Treemap**.

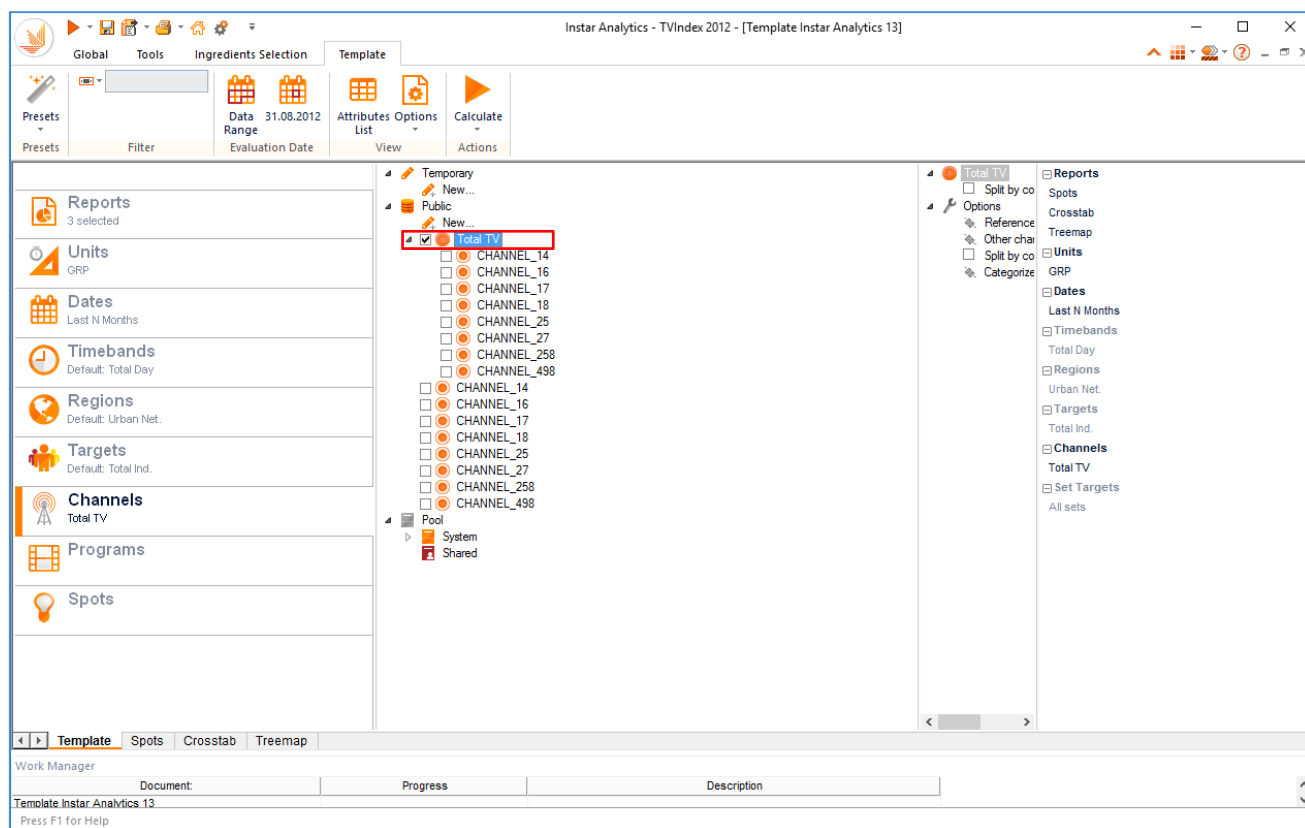


2. Статистика **GRP**, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

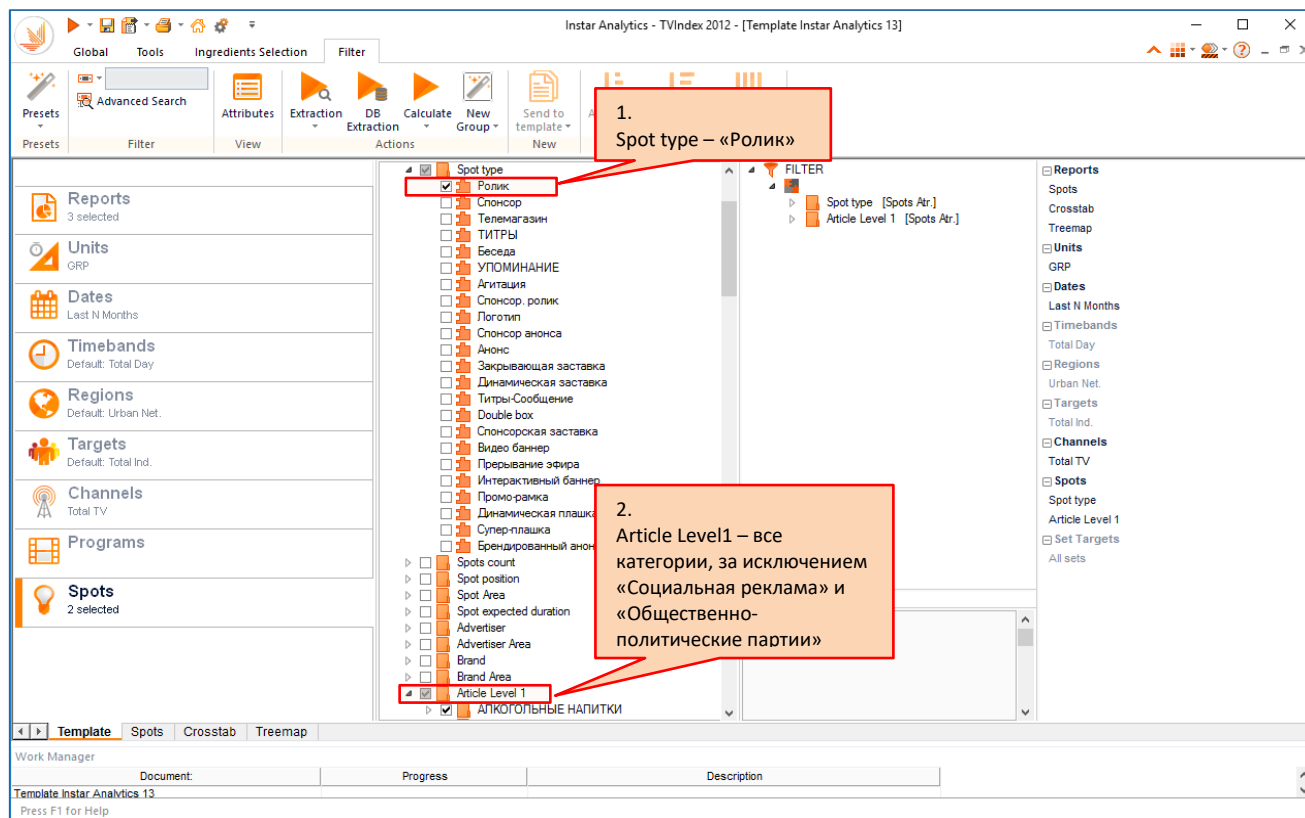
### 3. Во вкладке **Dates** задаем период.



### 4. Во вкладке **Channels** отмечаем **Total TV**.



## 5. Во вкладке **Sports** задаем условия отбора рекламных сообщений.



6. На закладке **Crosstab** настраиваем кросс-таблицу.

The screenshot shows the 'Crosstab' configuration window. At the top, 'Article Level 1' is entered in the main field. Below this are icons for saving, loading, editing, and deleting. Two tabs, 'Attributes' and 'Units', are visible. The 'Rows' section on the left contains 'Article Level 1', 'Columns', 'Information', 'Units', and 'GRP'. The 'Attributes' list on the right includes 'Submodel', 'Article Level 1' (highlighted in blue), 'Article Level 2', 'Article Level 3', 'Article Level 1 List', and 'Article Level 2 List'. A 'Filter' button and a text input field are below the attributes list. The 'Units' section on the right shows a tree view with 'Standard', 'Profiles', 'Viewing', 'Advanced', and 'Reach & Freq'. At the bottom, there are icons for a chart, a funnel, and a text input field, followed by a 'Mini.Items' field set to '1'.

1. Атрибут **Article Level 1** переносим под Rows

2. Дублируем статистику, отобранные во вкладке Units

7. Запускаем расчет.

8. На странице **Crosstab** отобразим ТОП-10 рекламодателей.



1. Customized

2. В поле "Sort by" выберите Total GRP  
Вариант – Descending

3. Show first values – 10

4. OK

Total	Total
Article Level 1	GRP
61334,9	11552,7
7686,9	437,5

Document	Progress	Description
Template Instar Analytics 3	Calculation complete	

1 Rows - GRP[S:61334,9 X:61334,9]

9. На странице **Treemap** отобразим ТОП-10 рекламодателей в графическом виде.

Выбираем отчет Crosstab

Document	Progress	Description
Template Instar Analytics 3		

Press F1 for Help

10. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 12. Migrations

**Migrations (Миграция).** Данный отчет предназначен для анализа перетекания аудитории с канала на канал.

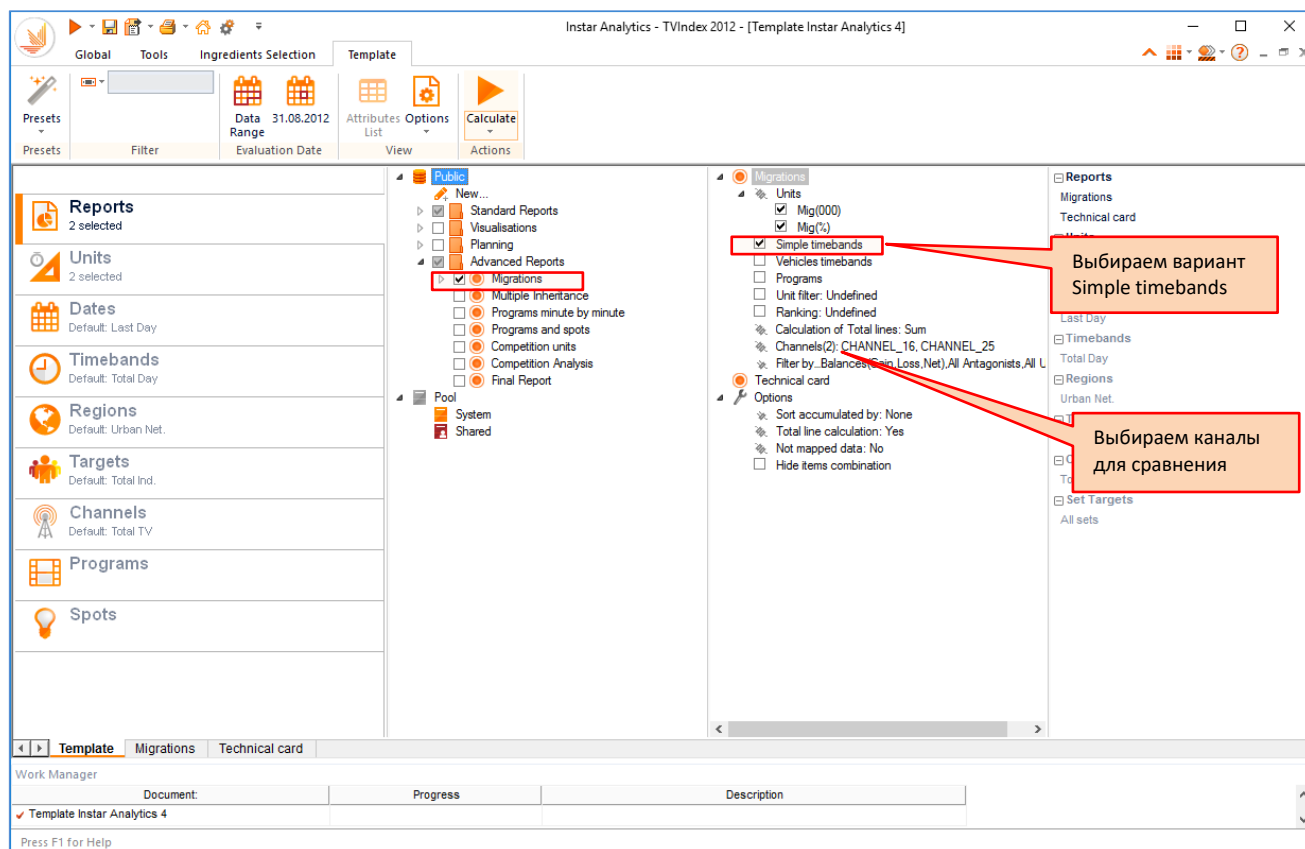
### 12.1. Пример 1

**Задача:** Построить отчет перетекания аудитории канала Channel\_14 в получасовых интервалах времени Prime Time за последний доступный день. Сравнение произвести с каналами Channel\_16 и Channel\_25.

Канал Channel\_14  
Период Last Day  
Временной интервал 18:00-24:00  
Регион Urban Net.  
Целевая группа Total Ind.

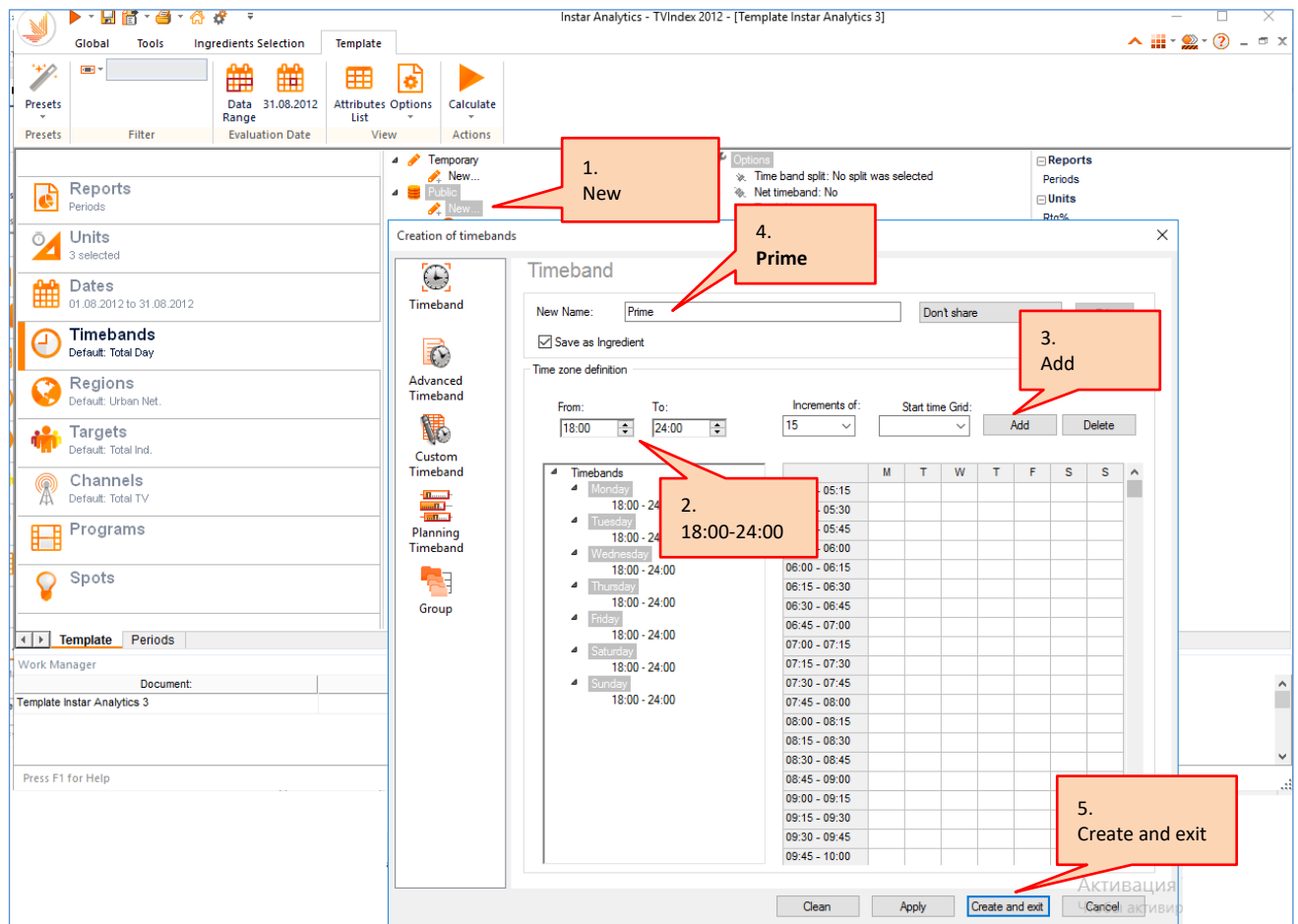
**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Migrations**.

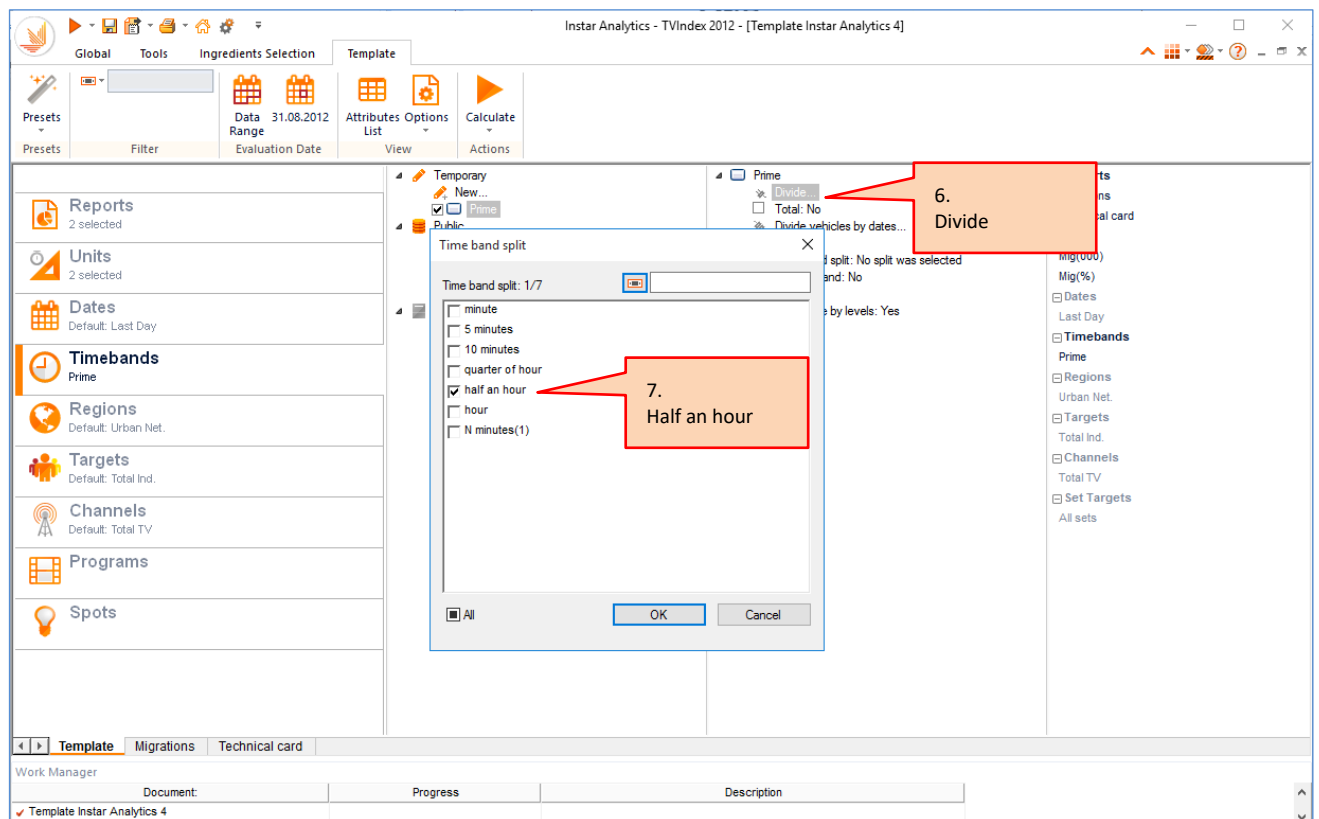


2. Блок статистик Migrations **Mig(000)** и **Mig(%)**, период **Last Day**, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

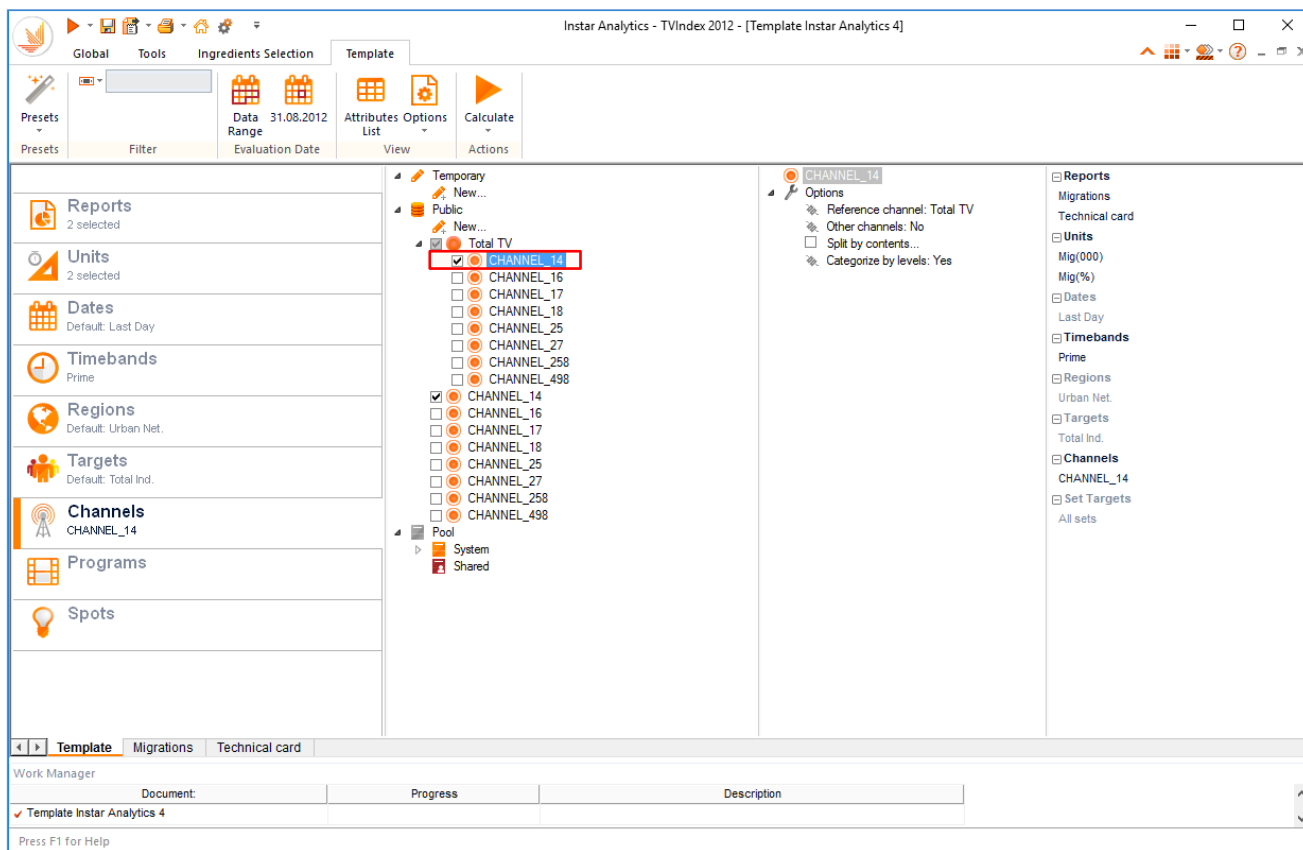
### 3. Во вкладке **Timebands** создаем временной интервал Prime (18:00-24:00).



Разбиваем созданный временной интервал на получасовые отрезки.



#### 4. Во вкладке Channels отмечаем основной канал.



#### 5. Запускаем расчет.

#### 6. Табличный результат представлен на закладке Migrations.

The screenshot shows the 'Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 4]' window with the 'Migrations' tab selected. The table displays migration data for CHANNEL\_14, including Gain, Loss, and Net values across various time slots.

Title	Gain					Loss					Net			
	CHANNEL_16	CHANNEL_25	OTHER	OFF	TOTAL	CHANNEL_16	CHANNEL_25	OTHER	OFF	TOTAL	CHANNEL_16	CHANNEL_25	OTHER	OFF
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (18:00 - 18:30)	0	0	17	9	26	0	0	3	2	4	0	0	14	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (18:30 - 19:00)	0	1	23	20	44	0	0	16	9	26	0	1	7	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (19:00 - 19:30)	0	0	5	9	14	0	7	12	25	44	0	-7	-7	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (19:30 - 20:00)	1	0	5	30	36	0	0	7	7	14	1	0	-2	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (20:00 - 20:30)	0	1	9	7	17	1	1	11	22	38	-1	-1	-2	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (20:30 - 21:00)	0	0	8	42	51	1	1	5	9	17	-1	-0	3	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (21:00 - 21:30)	0	1	6	15	22	32	1	14	3	51	-32	-0	-8	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (21:30 - 22:00)	3	4	4	3	14	1	1	4	16	22	2	3	-0	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (22:00 - 22:30)	0	0	1	7	8	3	0	6	6	14	-3	-0	-5	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (22:30 - 23:00)	0	6	4	15	24	0	2	1	5	8	0	4	2	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (23:00 - 23:30)	0	1	2	0	3	0	1	12	12	24	0	0	-10	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (23:30 - 24:00)	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	0	0	-2	

**Gain** – пришли на анализируемый канал.

**Loss** – ушли с анализируемого канала.

**Net** – разница между Gain и Loss.

**Other (блок Gain)** – пришли с других каналов, не выбранных в отчете, но участвующих в исследовании.

**Other (блок Loss)** – ушли на другие каналы, не выбранные в отчете, но участвующие в исследовании.

**Off (блок Gain)** – включили телевизор или пришли с других каналов, не участвующих в исследовании.

**Off (блок Loss)** – выключили телевизор или ушли на другие каналы, не участвующие в исследовании.

**Total** – отображает суммарное значение пришедших зрителей на анализируемый канал (блок Gain) и ушедших зрителей с анализируемого канала (блок Loss).

Интерпретировать результат можно следующим образом:

Balance >>	Gain					Loss					Net			
Title	CHANNEL_16	CHANNEL_25	OTHER	OFF	TOTAL	CHANNEL_16	CHANNEL_25	OTHER	OFF	TOTAL	CHANNEL_16	CHANNEL_25	OTHER	OFF
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (18:00 - 18:30)	0	0	17	9	26	0	0	3	2	4	0	0	14	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (18:30 - 19:00)	0	1	23	20	44	0	0	16	9	26	0	1	7	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (19:00 - 19:30)	0	0	5	9	14	0	7	12	25	44	0	-7	-7	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (19:30 - 20:00)	1	0	5	30	36	0	0	7	7	14	1	0	-2	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (20:00 - 20:30)	0	1	9	7	17	1	1	11	22	36	-1	-1	-2	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (20:30 - 21:00)	0	0	8	42	51	1	1	5	9	17	-1	-0	3	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (21:00 - 21:30)	0	1	6	15	22	32	1	14	3	51	-32	-0	-8	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (21:30 - 22:00)	3	4	4	3	14	1	1	4	16	22	2	3	-0	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (22:00 - 22:30)	0	0	1	7	8	3	0	6	6	14	-3	-0	-5	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (22:30 - 23:00)	0	6	4	15	24	0	2	1	5	8	0	4	2	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (23:00 - 23:30)	0	1	2	0	3	0	1	12	12	24	0	0	-10	
CHANNEL_14, Prime - 31.08.2012 (23:30 - 24:00)	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	0	0	-2	

Во временном интервале с 21:30 до 22:00 на канал Channel\_14 пришли:

- с канала Channel\_16 - 3 тыс. человек;
- с канала Channel\_25 - 4 тыс. человек;
- с других каналов, невыбранных в отчете - 4 тыс. человек;
- включили телевизор или пришли с неизмеряемого поля 3 тыс. человек.
- общее количество пришедших – 14 тыс.

Во временном интервале с 21:30 до 22:00 с канала Channel\_14 ушли:

- на канал Channel\_16 - 1 тыс. человек;
- на канал Channel\_25 - 1 тыс. человек;
- на другие каналы, невыбранные в отчете - 4 тыс. человек;
- выключили телевизор или ушли в неизмеряемое поле 16 тыс. человек.
- общее количество ушедших – 22 -тыс.

7. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 13. Multi Inheritance

**Multi Inheritance (Множественное наследование).** Предназначен для анализа перетекания аудитории с программы на программу.

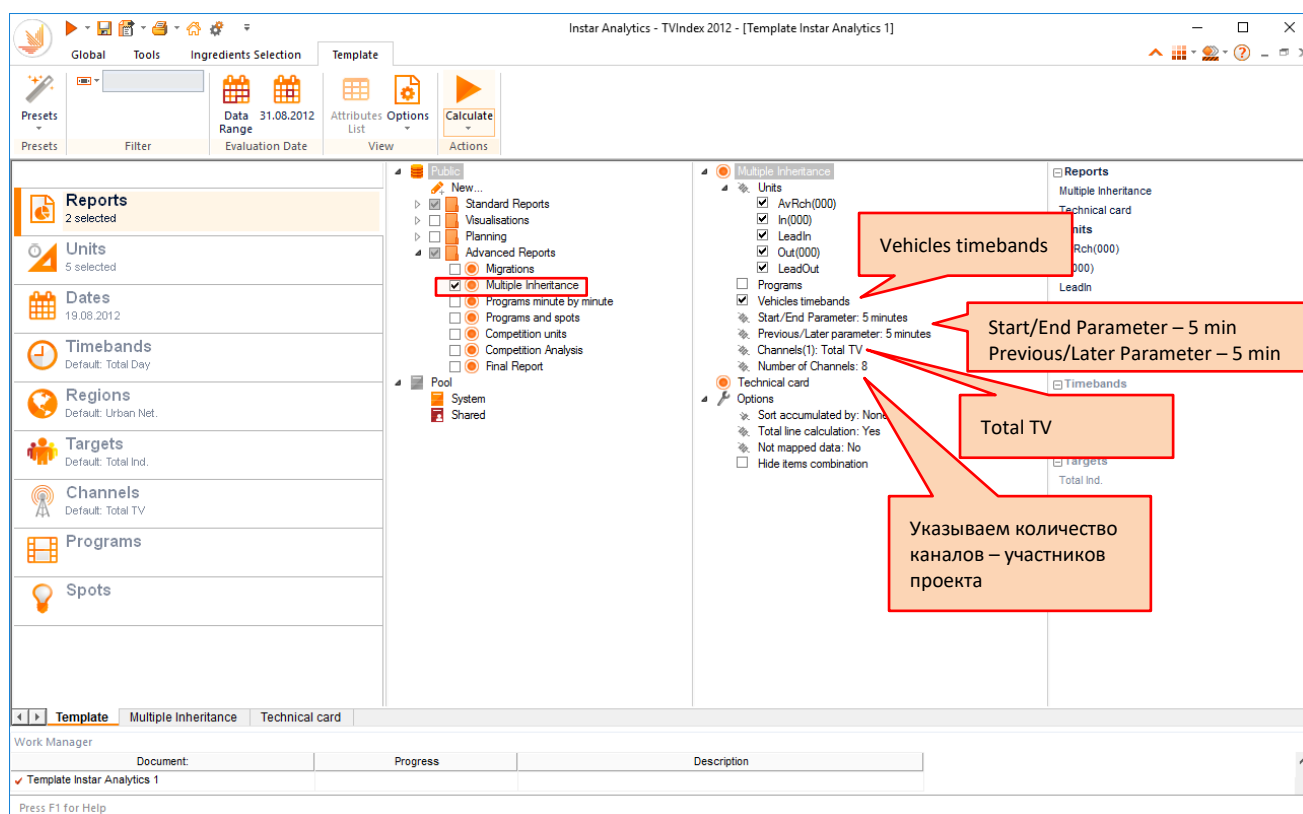
### 13.1. Пример 1

**Задача:** Проанализировать перетекание аудитории передачи «КВН» в 5-ти минутных интервалах.

**Канал** Channel\_25  
**Период** 19.08.2012  
**Регион** Urban Net.  
**Целевая группа** Total Ind.

**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Multi Inheritance**.



Автоматически отбираются статистики:

**AvRich(000)** – охват в (000).

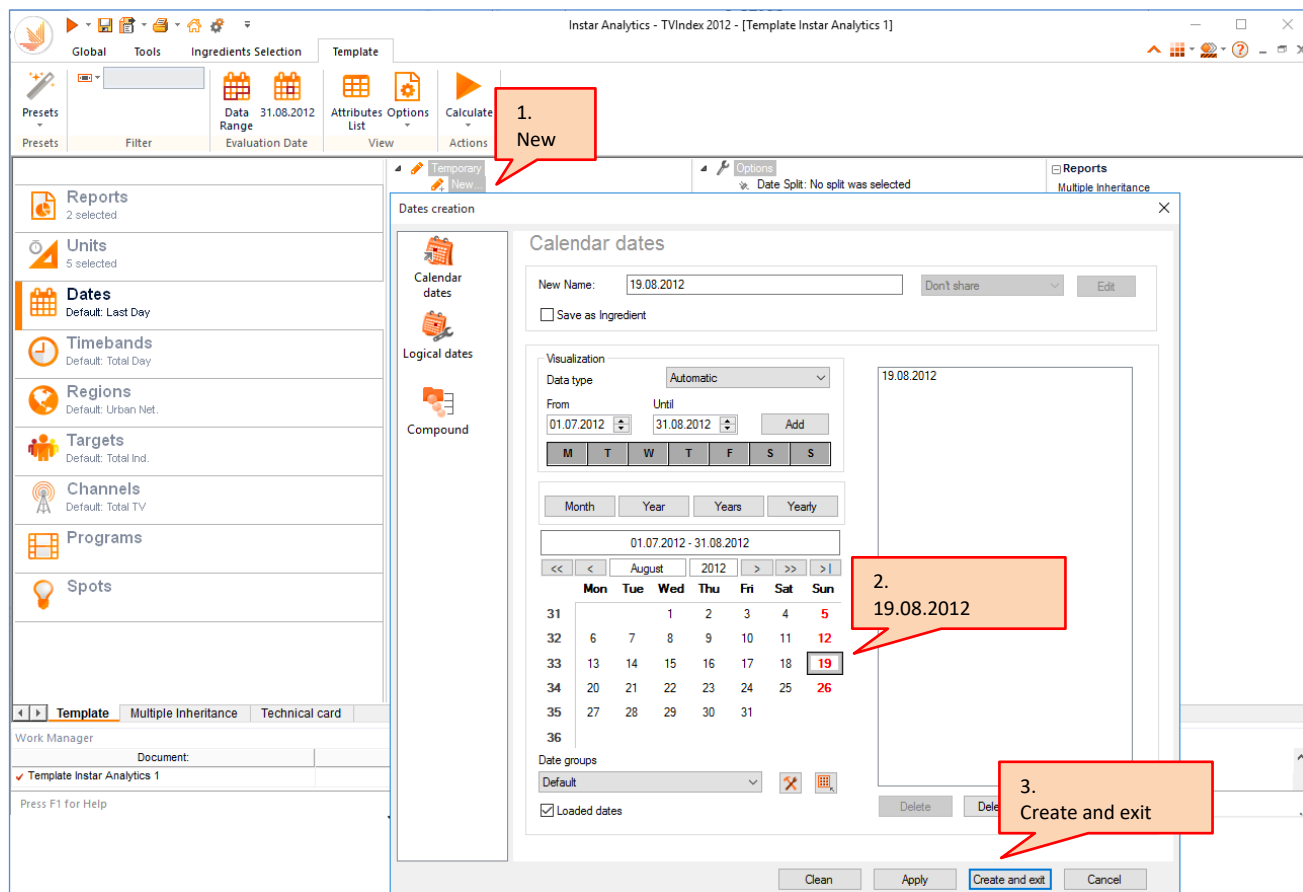
**In(000)** – количество человек, выраженное в тыс., которые видели как анализируемую программу (или временной интервал) так и предшествующую программу (предшествующий временной интервал).

**LeadIn(%)** – процент людей, видевших анализируемую программу (или временной интервал) и предшествующую программу (или предшествующий временной интервал), от видевших анализируемую программу (или временной интервал).

**Out(000)** – количество человек, выраженное в тыс., которые видели как анализируемую программу (или временной интервал) так и последующую программу (или последующий временной интервал).

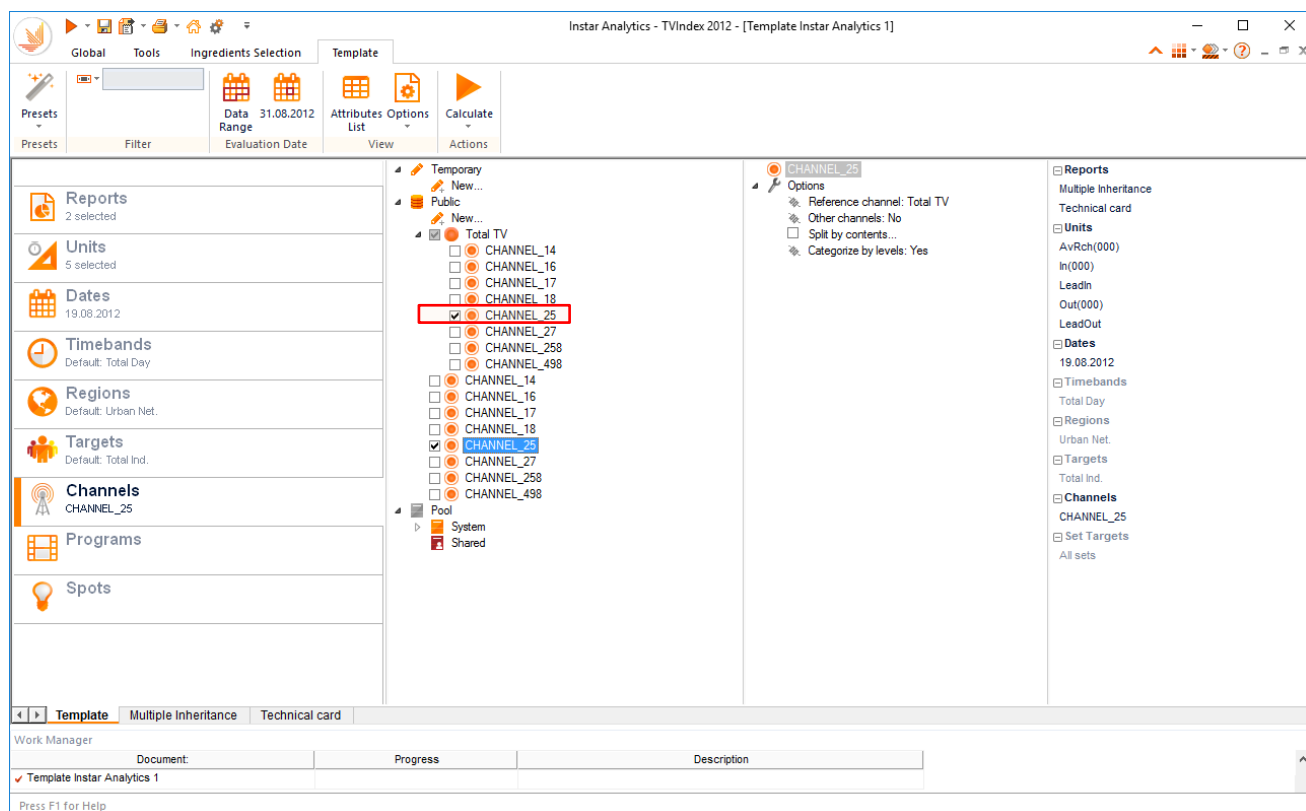
**LeadOut(%)** – процент людей, видевших анализируемую программу (или временной интервал) и последующую программу (или последующий временной интервал), от видевших анализируемую программу (или временной интервал).

## 2. Во вкладке **Dates** отмечаем дату трансляции передачи.



## 3. Целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

## 4. Во вкладке **Channels** отмечаем канал трансляции передачи.



## 5. Во вкладке **Programs** создаем временный носитель по программе.

1. В текстовом фильтре атрибута «Title» вводим название передачи «KBH»

2. Extraction

3. В поле предварительного просмотра выделяем программу и правой кнопкой мыши вызываем меню

4. создаем простой временный носитель по программе «New simple band»

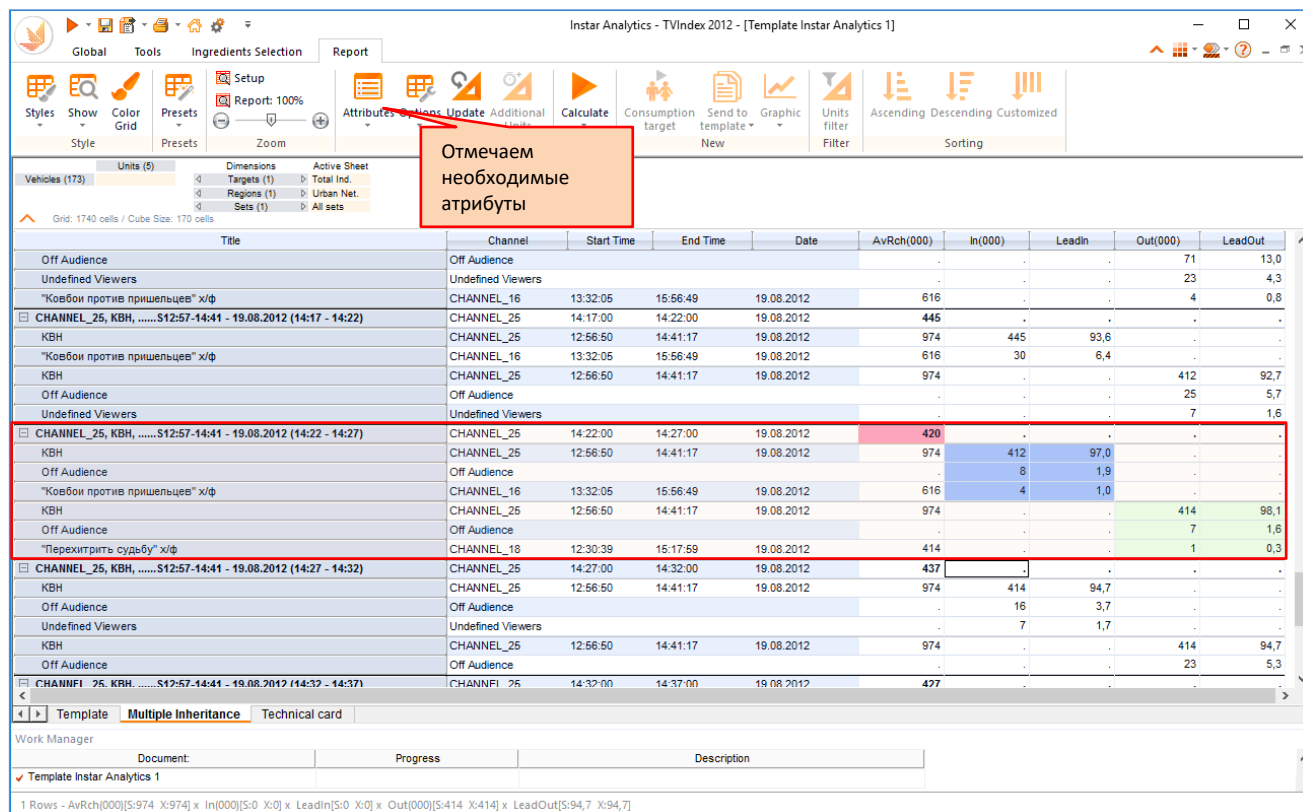
## 6. Во вкладке **Timebands** созданный носитель по программе разбиваем на 5-ти минутные интервалы.

5 min

## 7. Запускаем расчет.



## 8. Табличный результат представлен на закладке **Multi Inheritance**.



Отмечаем необходимые атрибуты

Title	Channel	Start Time	End Time	Date	AvRch(000)	In(000)	LeadIn	Out(000)	LeadOut
Off Audience	Off Audience							71	13,0
Undefined Viewers	Undefined Viewers							23	4,3
"Ковбои против пришельцев" x/f	CHANNEL_16	13:32:05	15:56:49	19.08.2012	616			4	0,8
CHANNEL_25, KBH, .....S12:57-14:41 - 19.08.2012 (14:17 - 14:22)	CHANNEL_25	14:17:00	14:22:00	19.08.2012	445				
KBH	CHANNEL_25	12:56:50	14:41:17	19.08.2012	974	445	93,6		
"Ковбои против пришельцев" x/f	CHANNEL_16	13:32:05	15:56:49	19.08.2012	616	30	6,4		
KBH	CHANNEL_25	12:56:50	14:41:17	19.08.2012	974			412	92,7
Off Audience	Off Audience							25	5,7
Undefined Viewers	Undefined Viewers							7	1,6
CHANNEL_25, KBH, .....S12:57-14:41 - 19.08.2012 (14:22 - 14:27)	CHANNEL_25	14:22:00	14:27:00	19.08.2012	420				
KBH	CHANNEL_25	12:56:50	14:41:17	19.08.2012	974	412	97,0		
Off Audience	Off Audience					8	1,9		
"Ковбои против пришельцев" x/f	CHANNEL_16	13:32:05	15:56:49	19.08.2012	616	4	1,0		
KBH	CHANNEL_25	12:56:50	14:41:17	19.08.2012	974			414	98,1
Off Audience	Off Audience							7	1,6
"Перехитрить судьбу" x/f	CHANNEL_18	12:30:39	15:17:59	19.08.2012	414			1	0,3
CHANNEL_25, KBH, .....S12:57-14:41 - 19.08.2012 (14:27 - 14:32)	CHANNEL_25	14:27:00	14:32:00	19.08.2012	437				
KBH	CHANNEL_25	12:56:50	14:41:17	19.08.2012	974	414	94,7		
Off Audience	Off Audience					16	3,7		
Undefined Viewers	Undefined Viewers					7	1,7		
KBH	CHANNEL_25	12:56:50	14:41:17	19.08.2012	974			414	94,7
Off Audience	Off Audience							23	5,3
CHANNELFI 25, KBH, .....S12:57-14:41 - 19.08.2012 (14:32 - 14:37)	CHANNELFI 25	14:32:00	14:37:00	19.08.2012	477				

1 Rows - AvRch[000][S:974 X:974] x In[000][S:0 X:0] x LeadIn[S:0 X:0] x Out[000][S:414 X:414] x LeadOut[S:94,7 X:94,7]

### Интерпретация результата:

Охват 5-ти минутного временного отрезка передачи (с 14:22 до 14:27) составляет **420** тыс. человек, из них:

- в предыдущие 5 минут **412** тыс. зрителей смотрели эту же программу, **8** тыс. находились в не измеряемом поле, **4** тыс. зрителей прибывали на канал Channel\_16.
- в последующие 5 минут **414** тыс. зрителей смотрели эту же программу, **7** тыс. уходили в не измеряемое поле, **1** тыс. зрителей переключалась на канал Channel\_18.

## 9. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 14. Programs minute by minute

**Programs minute by minute (Программы поминутно).** Данный отчет содержит всю информацию, связанную с поминутным анализом программ.

### 14.1. Пример 1

**Задача:** Показать аудиторию программы в минимальных интервалах, отобразить «Золотую минуту» программы.

**Передача** Сериал «Не ссорьтесь девочки»

**Канал** Channel\_14

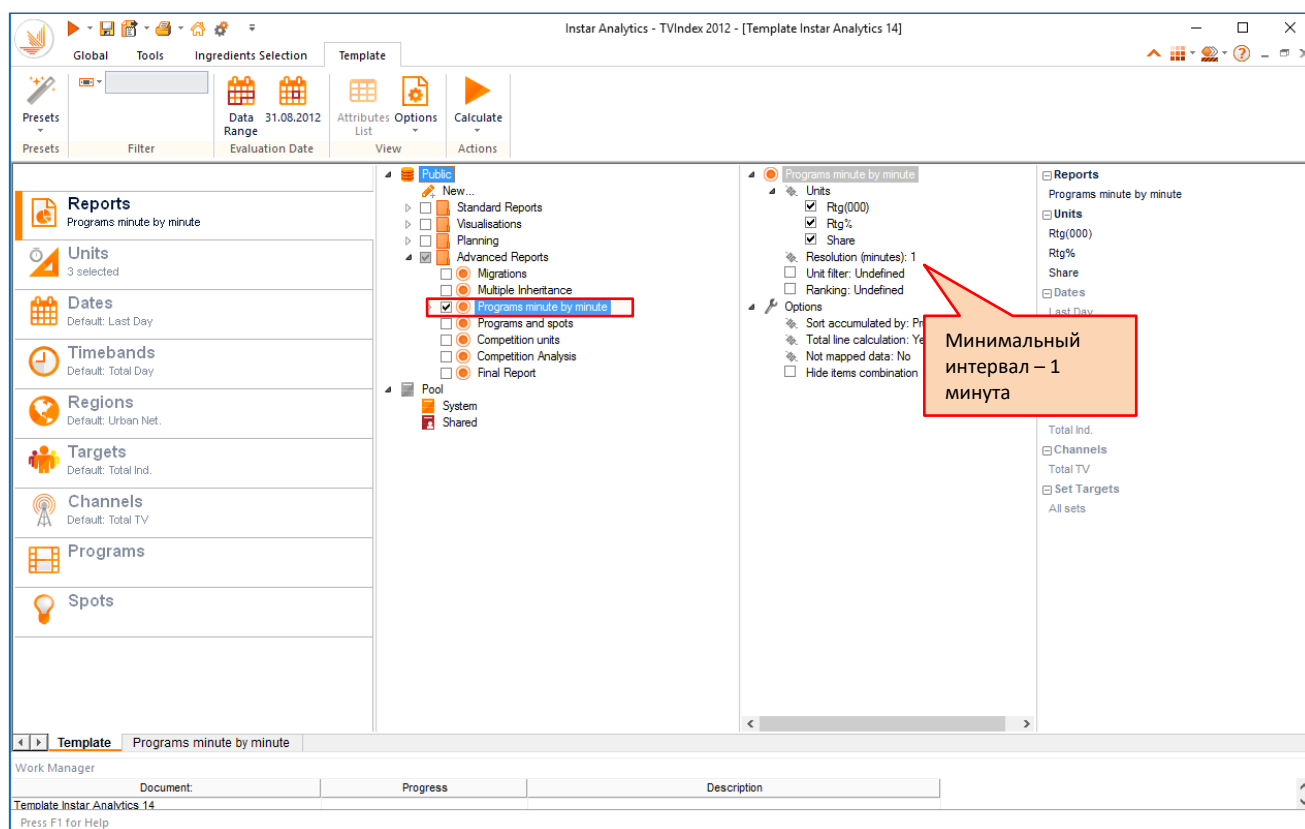
**Период** Last Day

**Регион** Kazakhstan Urban Net.

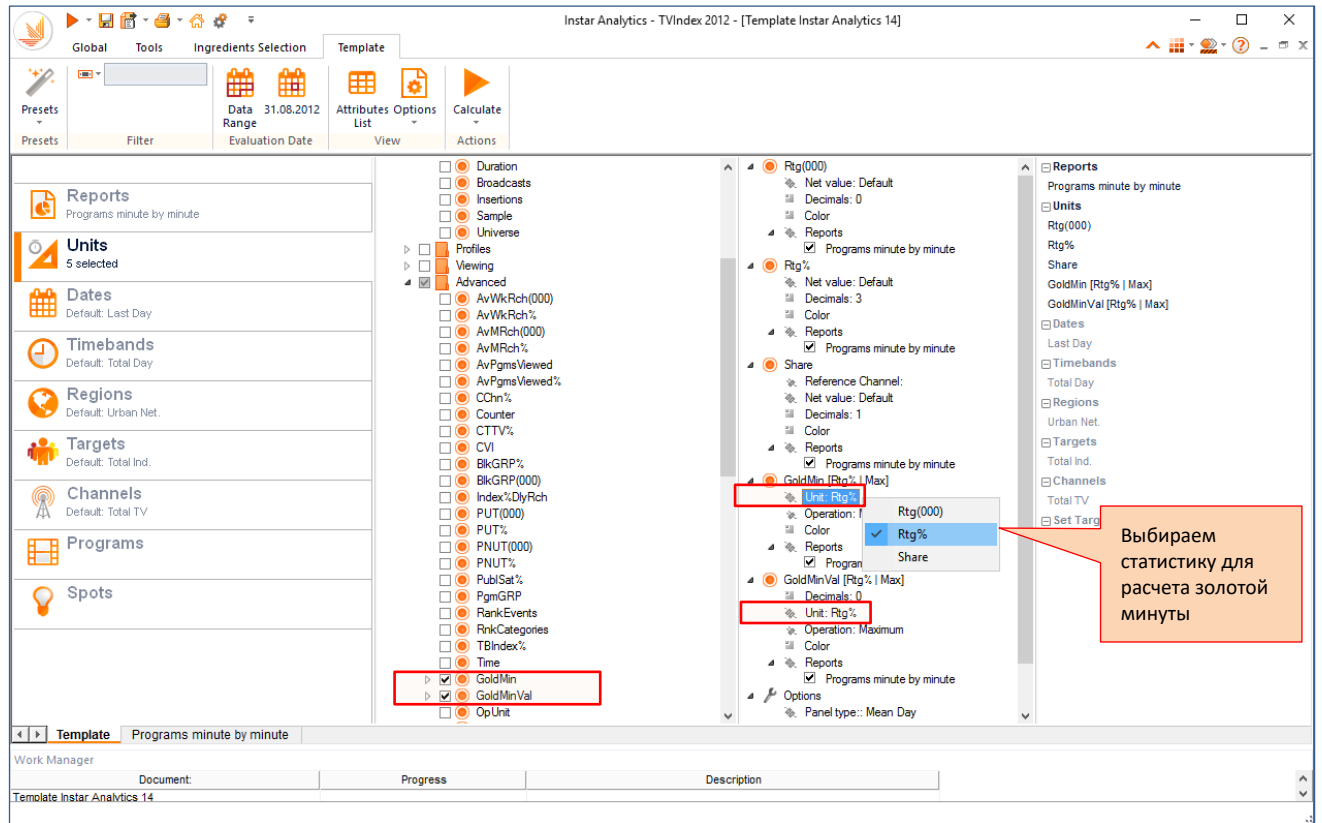
**Целевая группа** Total Ind.

**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Programs minute by minute**.

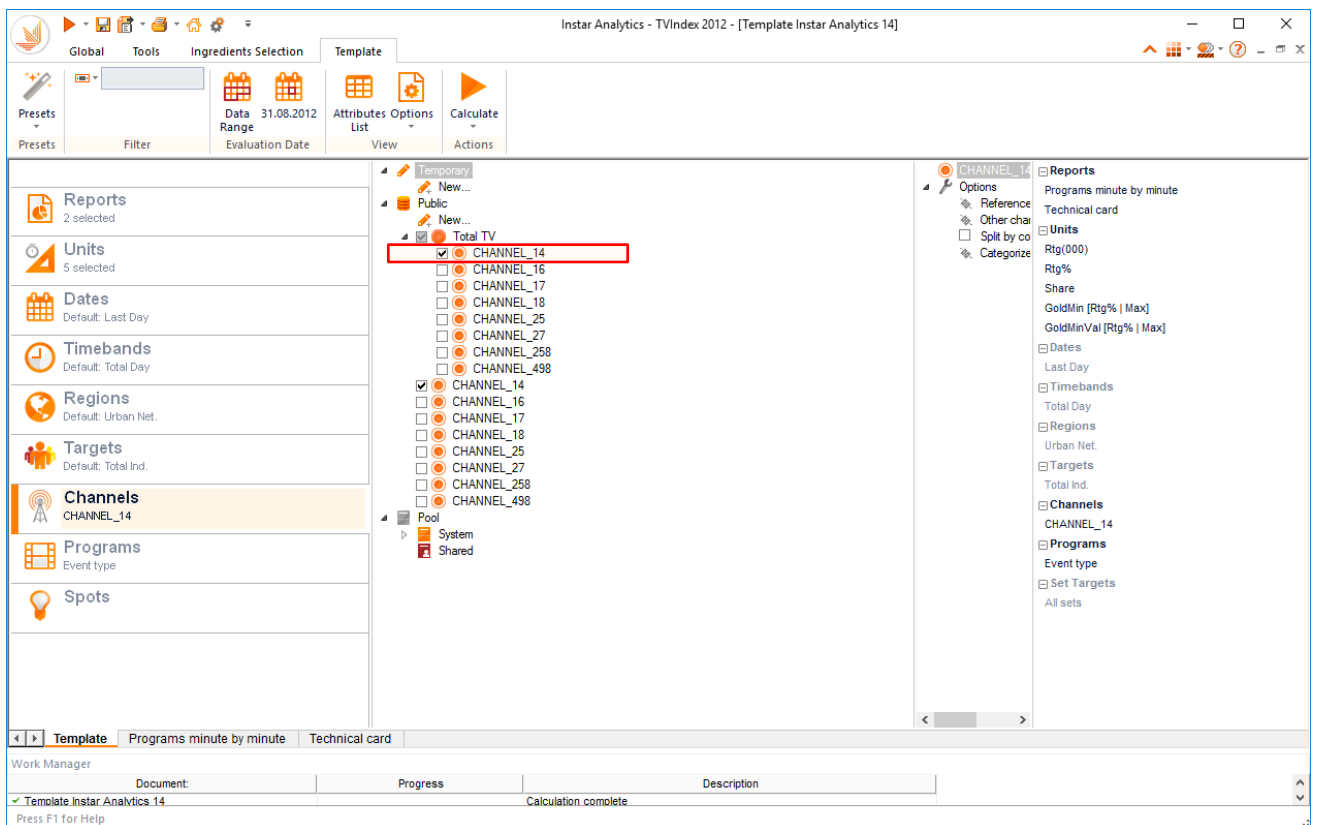


2. Во вкладке **Units** статистики **Rtg(000)**, **Rtg%**, **Share** отмечены по умолчанию. Отмечаем статистики **GoldMin** и **GoldMinVal**.



3. Целевая аудитория **Total Ind.**, регион **Urban Net.** и период **Last Day** устанавливаются по умолчанию.

4. Во вкладке **Channels** отмечаем канал.



## 5. Во вкладке **Programs** задаем условия фильтрации по названию программы.

1. Раскройте атрибут «Title» - Define new condition

2. Введите название программы

3. OK

## 6. Запускаем расчет.

## 7. Табличный результат представлен на закладке **Programs minute by minute**.

Нажмите на «+» для отображения данных по минутным интервалам

Title	Rtg(000)	Rtg%	Share	GoldMin [Rtg]	GoldMinVal [Rt]
Total	41	0,653	3,4		1,570
«Не ссорьтесь, девочки» т/сериал	41	0,662	5,4	09:26	1,339
<< 08:57 >>	16	0,249	2,2		
<< 08:58 >>	16	0,249	2,3		
<< 08:59 >>	16	0,249	2,3		
<< 09:00 >>	16	0,249	2,3		
<< 09:01 >>	16	0,249	2,4		
<< 09:02 >>	16	0,249	2,2		
<< 09:03 >>					
<< 09:04 >>					
<< 09:05 >>					
<< 09:06 >>					
<< 09:07 >>					
<< 09:08 >>					
<< 09:09 >>	30	0,480	4,1		
<< 09:10 >>	30	0,480	4,3		
<< 09:11 >>	30	0,480	4,2		
<< 09:12 >>	30	0,480	4,0		
<< 09:13 >>	30	0,480	3,9		
<< 09:14 >>	30	0,480	3,9		
<< 09:15 >>	22	0,347	2,9		
<< 09:16 >>	22	0,347	3,0		
<< 09:17 >>	30	0,480	3,9		

## 8. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 15. Programs and spots

**Programs and spots (Программы и ролики).** Отчет предназначен для анализа программ и рекламных сообщений одновременно.

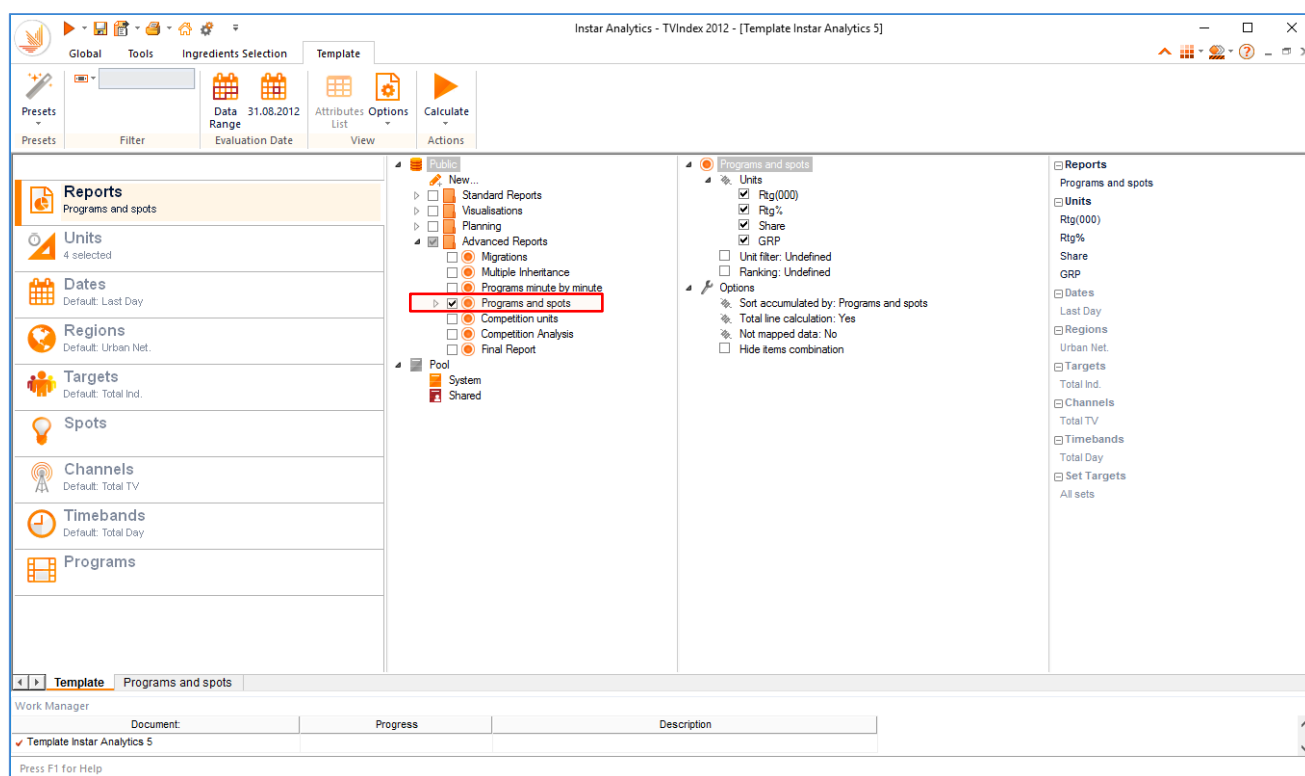
### 15.1. Пример 1

**Задача:** Построить отчет по программам и спонсорским рекламным сообщениям клиента Казкоммерцбанк на канале Channel\_16.

**Канал** Channel\_16  
**Период** Август 2012 (сб-вс)  
**Регион** Urban Net.  
**Целевая группа** Total Ind  
**Рекламодатель** КАЗКОММЕРЦБАНК  
**Примечание** Спонсорский пакет размещен в начале художественных фильмов вечернего показа выходного дня.

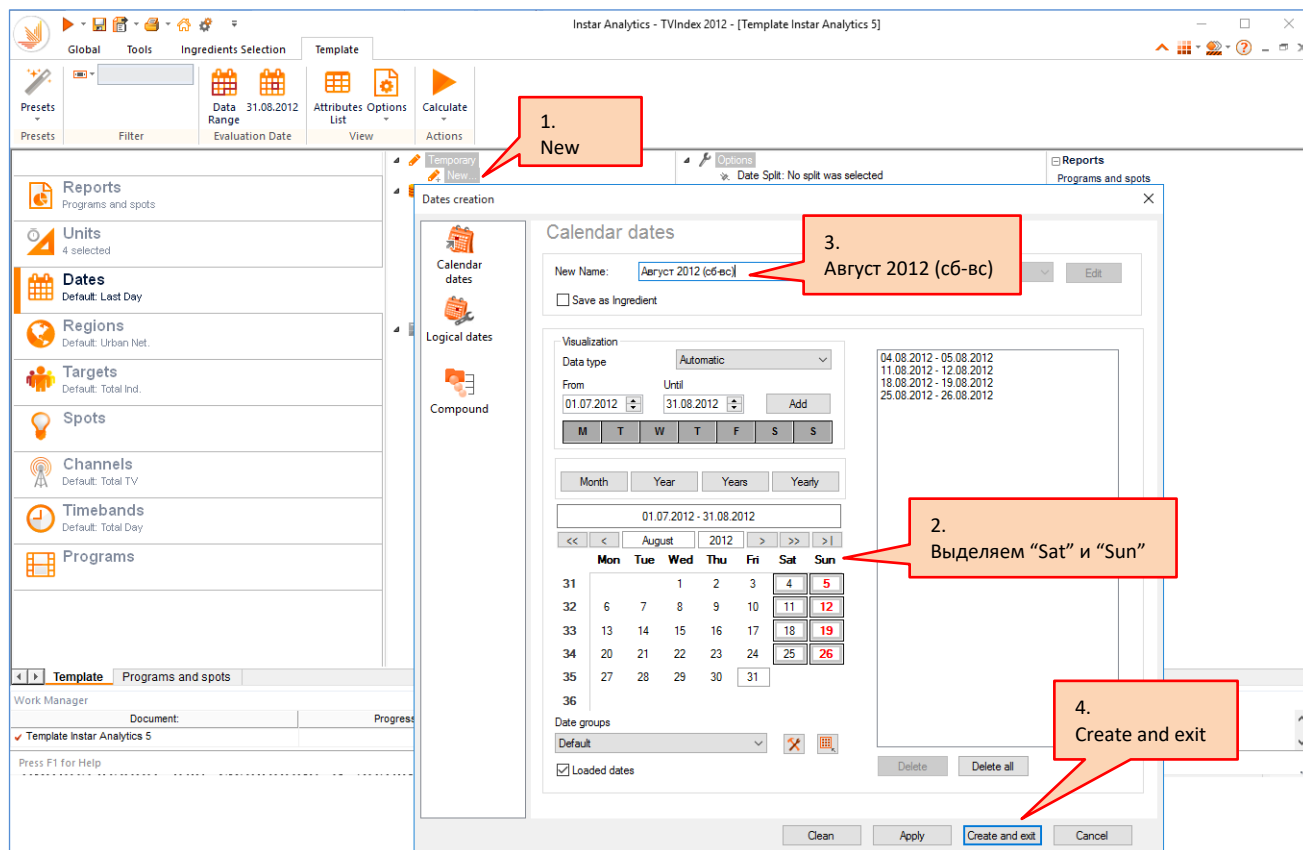
**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Programs and spots**.

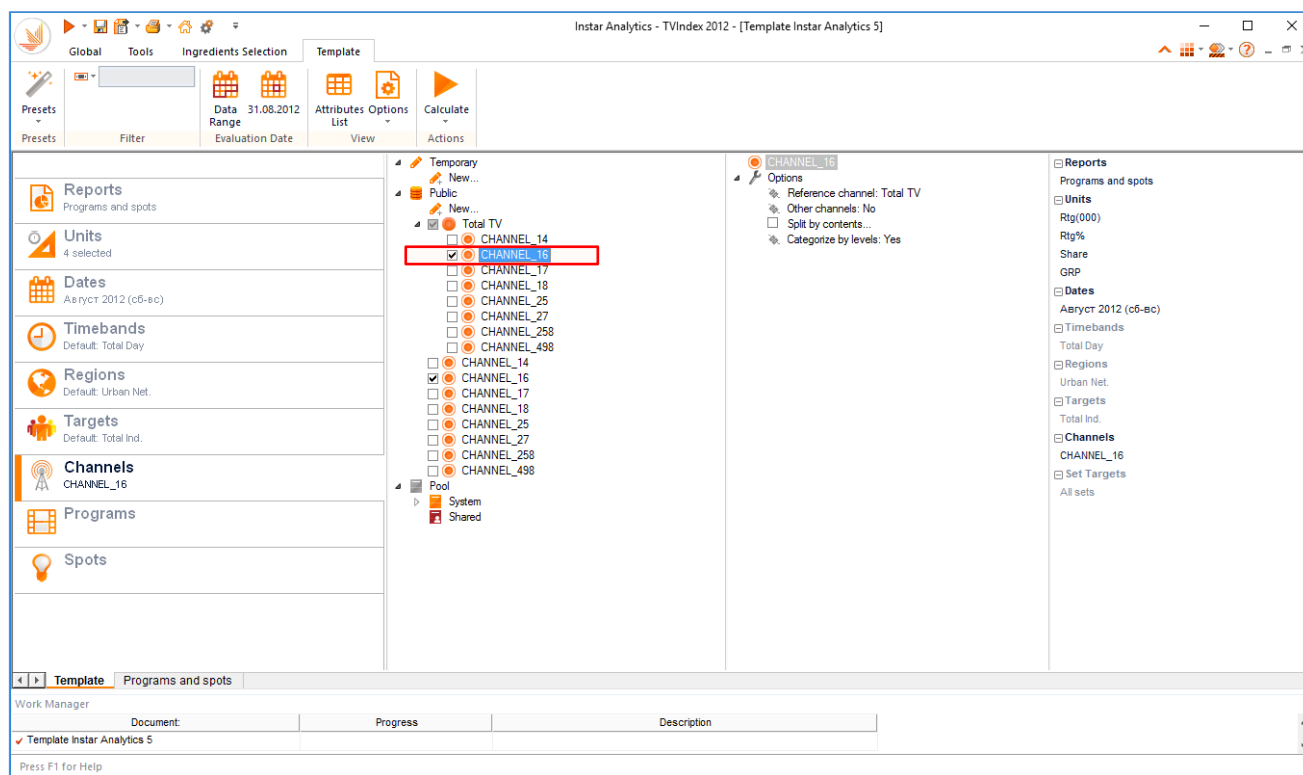


2. Статистики **Rtg(000)**, **Rtg%**, **Share**, **GRP**, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

### 3. Во вкладке **Dates** задаем период **Август 2012 (сб-вс)**.



### 4. Во вкладке **Channels** отмечаем канал.



## 5. Во вкладке **Programs** задаем условия отбора программ.

1. Отмечаем категорию "Отдельный фильм" в жанре "Художественные программы"

2. В атрибуте "Start time" вводим временной интервал начала программ вечернего показа.

## 6. Во вкладке **Spots** задаем условия отбора рекламных сообщений.

1. Раскрываем атрибут "Spot type" и отмечаем тип рекламных сообщений "Спонсор" и "Спонсорский ролик"

2. В атрибуте "Advertiser" при помощи команды "Advanced search" находим и отмечаем рекламодателя "КАЗКОММЕРЦБАНК"

## 7. Запускаем расчет.

## 8. Табличный результат представлен на закладке **Programs and Spots**.

Отмечаем необходимые атрибуты программ и рекламных сообщений

Раскрываем свернутую таблицу и при помощи команды выпадающего меню "Expand categories"

Title / Campaign	Start time	End time	Spot type	Spot ex	Rtg(000)	Rtg%	Share	GRP
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:39:58	24:14:57	-	-	175	2,794	10,5	125,2
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:41:00	21:41:04	Спонсор. rol	0000:05	149	2,383	8,6	-
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:41:05	21:41:05	Спонсор. rol	0000:00	169	2,695	-	2,7
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:52:15	21:52:19	Спонсор. rol	0000:05	93	1,491	-	1,5
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) ВЫГОДНЫЕ ДЕПОЗИТЫ (Купоры) спонсор	2012 22:18:35	22:18:40	Спонсор. rol	0000:05	120	1,916	-	1,9
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 22:31:28	22:31:33	Спонсор. rol	0000:05	169	2,708	-	2,7
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 22:46:35	22:46:40	Спонсор. rol	0000:05	168	2,685	-	2,7
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 23:00:01	23:00:05	Спонсор. rol	0000:05	125	2,007	-	2,0
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 24:13:12	24:13:16	Спонсор. rol	0000:05	96	1,541	-	1,5
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:32:56	23:41:53	-	-	91	1,458	5,6	-
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:33:25	21:33:30	Спонсор. rol	0000:05	233	3,733	-	3,7
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:33:31	21:33:31	Спонсор. rol	0000:00	233	3,733	-	3,7
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:42:18	21:42:23	Спонсор. rol	0000:05	160	2,558	-	2,6
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 22:04:13	22:04:18	Спонсор. rol	0000:05	119	1,903	-	1,9
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 22:16:15	22:16:20	Спонсор. rol	0000:05	22	0,355	-	0,4
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) ВЫГОДНЫЕ ДЕПОЗИТЫ (Купоры) спонсор	2012 22:28:35	22:28:40	Спонсор. rol	0000:05	99	1,582	-	1,6
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 22:39:36	22:39:41	Спонсор. rol	0000:05	88	1,411	-	1,4
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 23:40:46	23:40:51	Спонсор. rol	0000:05	117	1,875	-	1,9
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:28:46	23:54:27	-	-	240	3,839	14,0	-
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:30:15	21:30:20	Спонсор. rol	0000:05	160	2,566	-	2,6
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:30:21	21:30:21	Спонсор. rol	0000:00	160	2,566	-	2,6
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 21:38:48	21:38:53	Спонсор. rol	0000:05	176	2,820	-	2,8
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) ВЫГОДНЫЕ ДЕПОЗИТЫ (Купоры) спонсор	2012 22:12:59	22:13:04	Спонсор. rol	0000:05	228	3,645	-	3,6
КАЗКОММЕРЦБАНК банк (лицензия) КАЗ (Тиимди депозиттер) Купоры (спонсор)	2012 22:25:36	22:25:41	Спонсор. rol	0000:05	227	3,625	-	3,6

Template Programs and spots Technical card

Work Manager

Document	Progress	Description
Template Instar Analytics 5		

1 Vehicles

## 9. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.



## 16. Competition units

**Competition units (Анализ конкурентного окружения по временным интервалам).** Данный отчет предназначен для сравнения и анализа аудитории временного интервала передачи с таким же временным интервалом на другом канале.

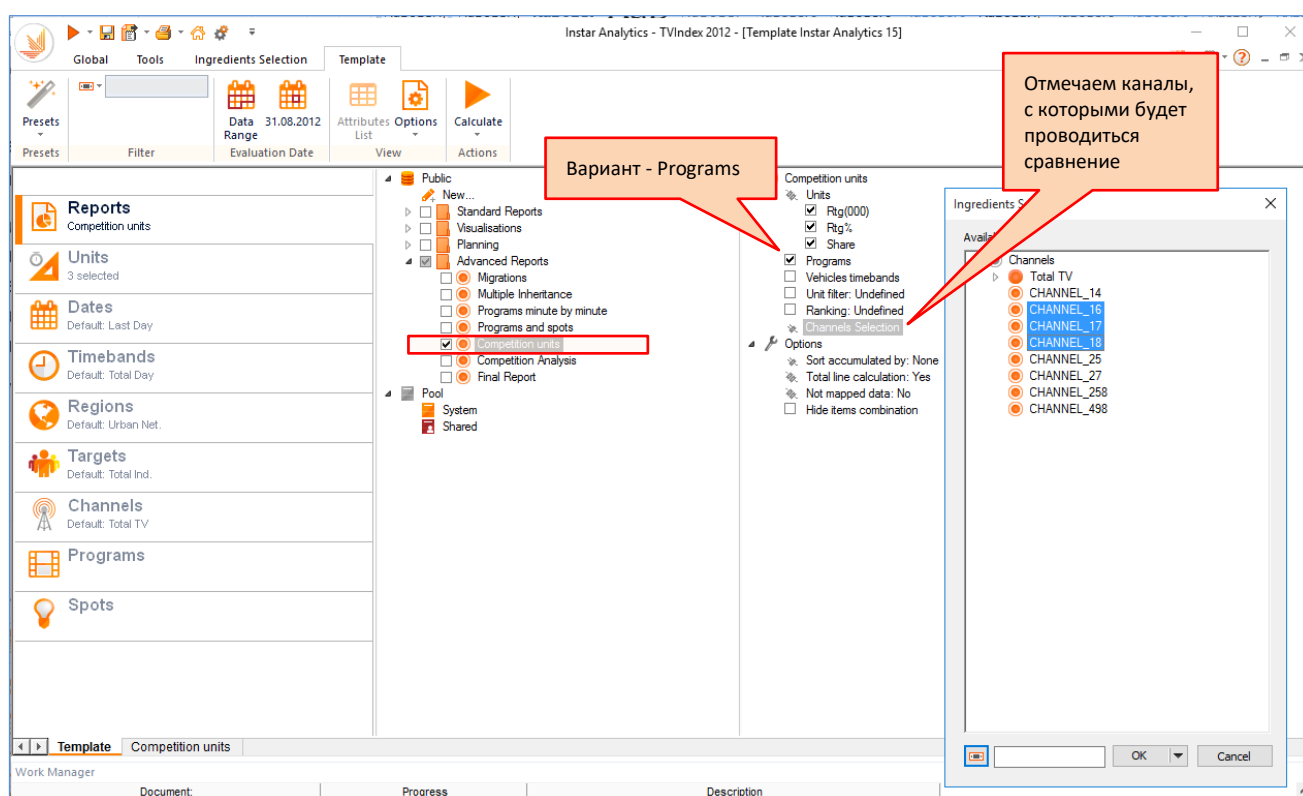
### 16.1. Пример 1.

**Задача:** Построить сравнительный отчет по временным интервалам трансляций передач в Prime time на канале Channel\_14. Сравнение провести с каналами: Channel\_16, Channel\_17, Channel\_18.

**Период** Last Day  
**Регион** Urban Net.  
**Time band** Prime time  
**Целевая группа** Total Ind.  
**Примечание** Не учитывать программы длительностью менее 5 мин.

**Последовательность действий:**

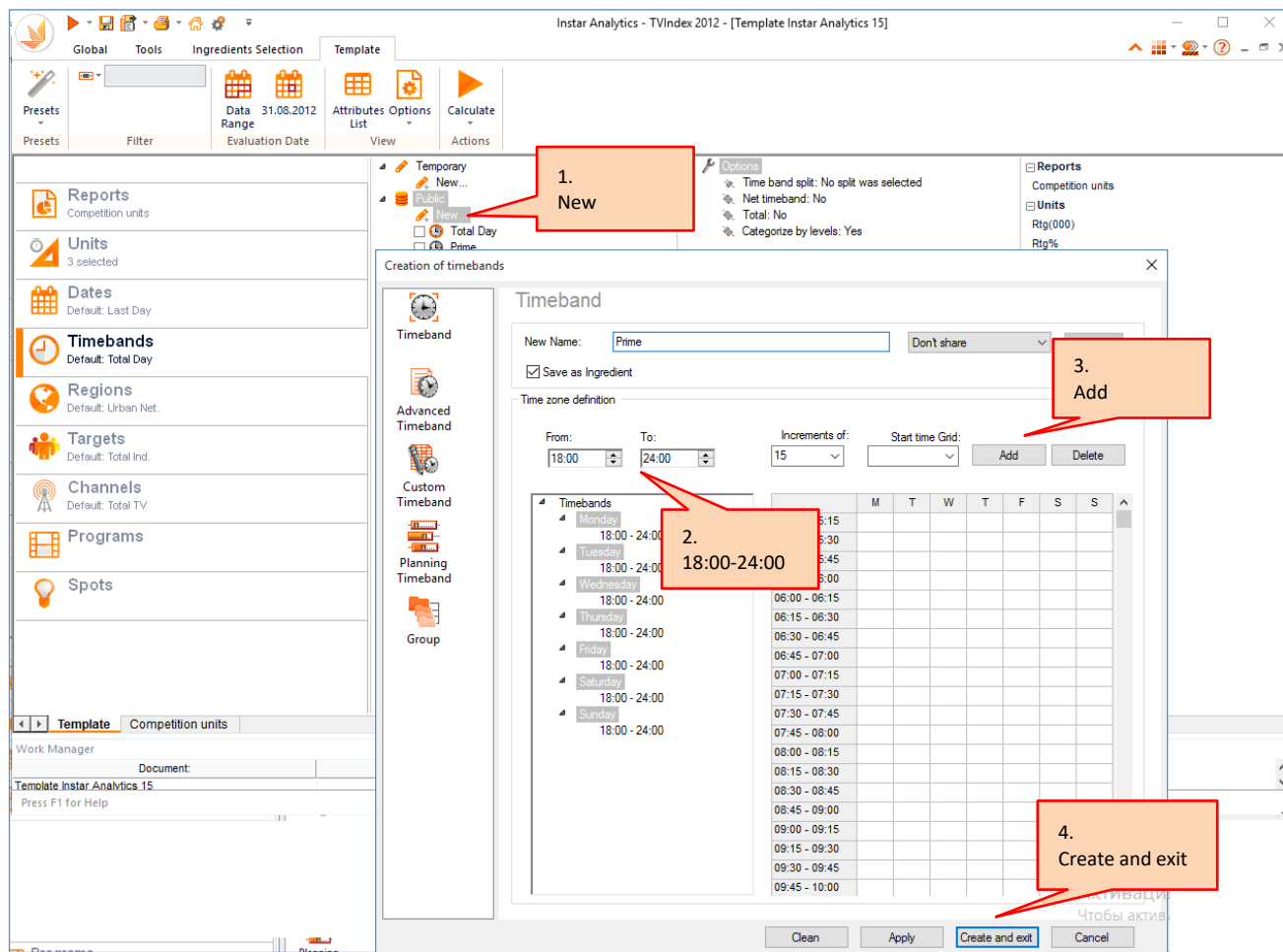
1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Competition units**.



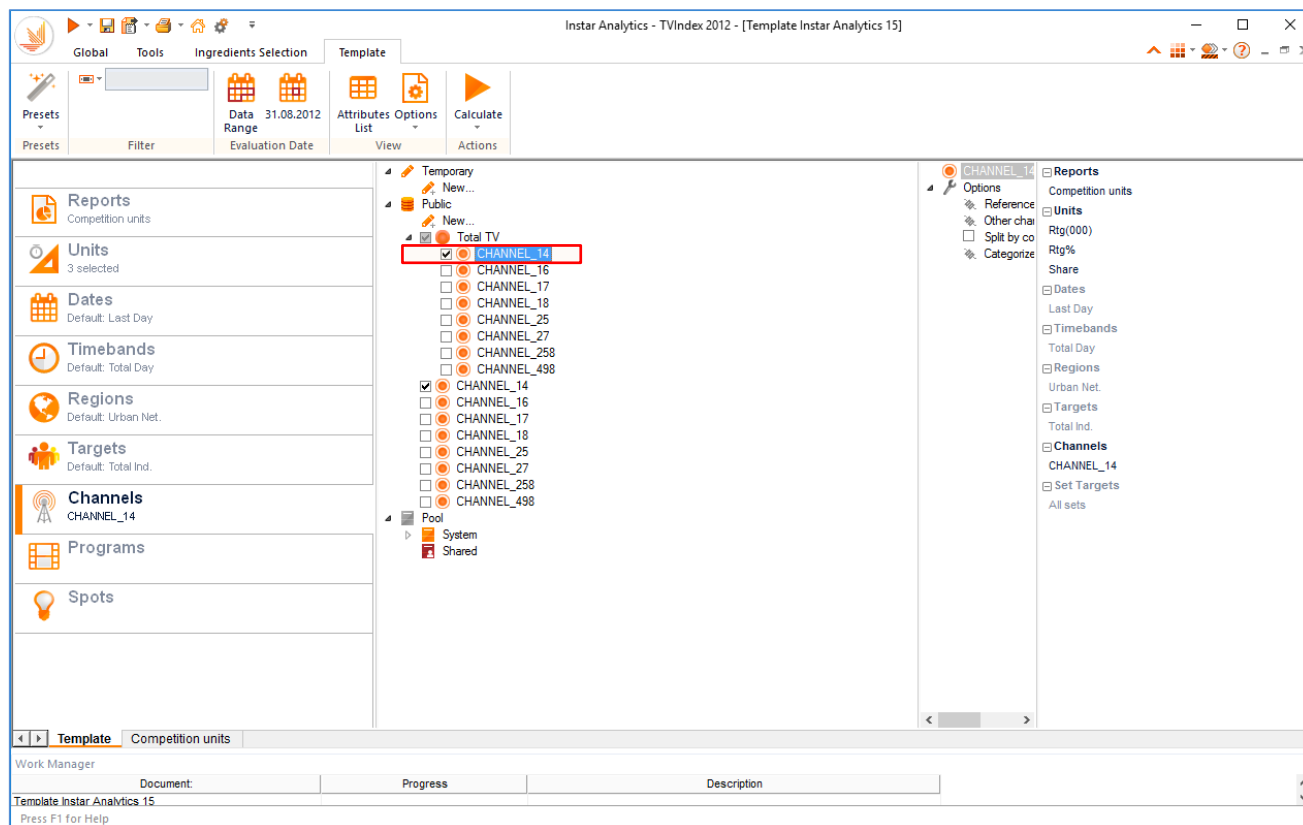
2. Статистики во вкладке **Units** статистики **Rtg(000)**, **Rtg%**, **Share** отмечаются по умолчанию при выборе отчета. В случае необходимости выбор статистик можно скорректировать.

3. Целевая аудитория **Total Ind.**, регион **Urban Net.** и период **Last Day** устанавливаются по умолчанию.

#### 4. Во вкладке **Timebands** создаем временной интервал **Prime (18:00-24:00)** в Public.



#### 5. Во вкладке **Channels** отмечаем основной канал.



## 6. Во вкладке **Programs** установим дополнительные фильтры по атрибутам.

The screenshot shows the 'Programs' tab in the Instar Analytics software. The left sidebar contains various categories like Reports, Units, Dates, Timebands, Regions, Targets, Channels, Programs, and Spots. The main area displays a list of attributes with checkboxes for filtering. Two callouts provide instructions:

1. Раскройте атрибут «Event type» - Передача
2. Раскройте атрибут «Program duration» - от 5 минут и более
3. Раскройте атрибут «Time Band» - Prime

An 'Attribute Range' dialog box is open for 'Program duration', showing a range from 5 to 429496725 minutes, with radio buttons for Seconds, Minutes, and Hours.

## 7. Запускаем вычисление.

## 8. Табличный результат представлен на закладке **Competition units**.

The screenshot shows the 'Competition units' tab in the Instar Analytics software. The main area displays a table with columns: Title, Channel, Start Time, End Time, Reference, and several columns for different channels (CHANNEL\_14, CHANNEL\_16, CHANNEL\_17, CHANNEL\_18). The table contains data for various programs, including 'Чертова дюжина Михаила Пугачева' and 'Говорим и показываем'. Two callouts provide instructions:

1. Выберите статистику для анализа
2. При помощи "Attributes" отобразите необходимые атрибуты
3. "Reference" – аудиторные показатели основного канала

## Интерпретация результата:

В период трансляции передачи "Говорим и показываем" с 18:10:45 по 19:02:09, рейтинг которого составил 40 тыс. человек, показатели Rtg(000) на других каналах соответствуют: на Channel\_16 – 85 тыс., на Channel\_17 – 33 тыс., на Channel\_18 – 26 тыс. человек.

## 9. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

## 17. Competition Analysis

**Competition Analysis (Анализ конкурентного окружения по программам).** Данный отчет предназначен для анализа программ относительно друг друга в определенный интервал времени. За основу берется определенная передача на выбранном канале и сравнивается с другими программами на других каналах.

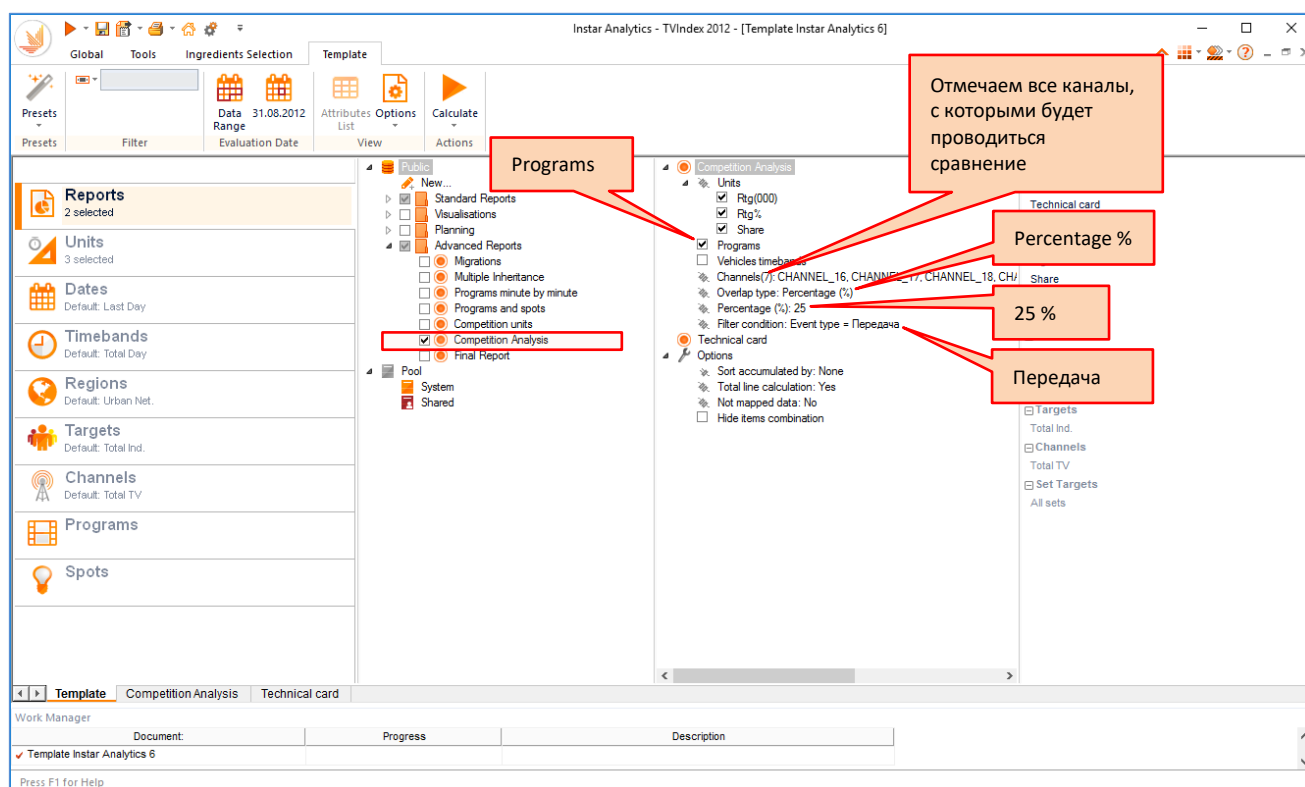
### 17.1. Пример 1.

**Задача:** Построить сравнительный отчет за последний по программам прайма на канале Channel\_14. Сравнение провести с передачами всех каналов, длительность перекрытия которых равна или превышает 25% процентов от длительности программ анализируемого канала.

**Период** Last Day  
**Регион** Urban Net.  
**Time band** Prime time  
**Целевая группа** Total Ind.  
**Примечание** Не учитывать программы длительностью менее 5 мин.

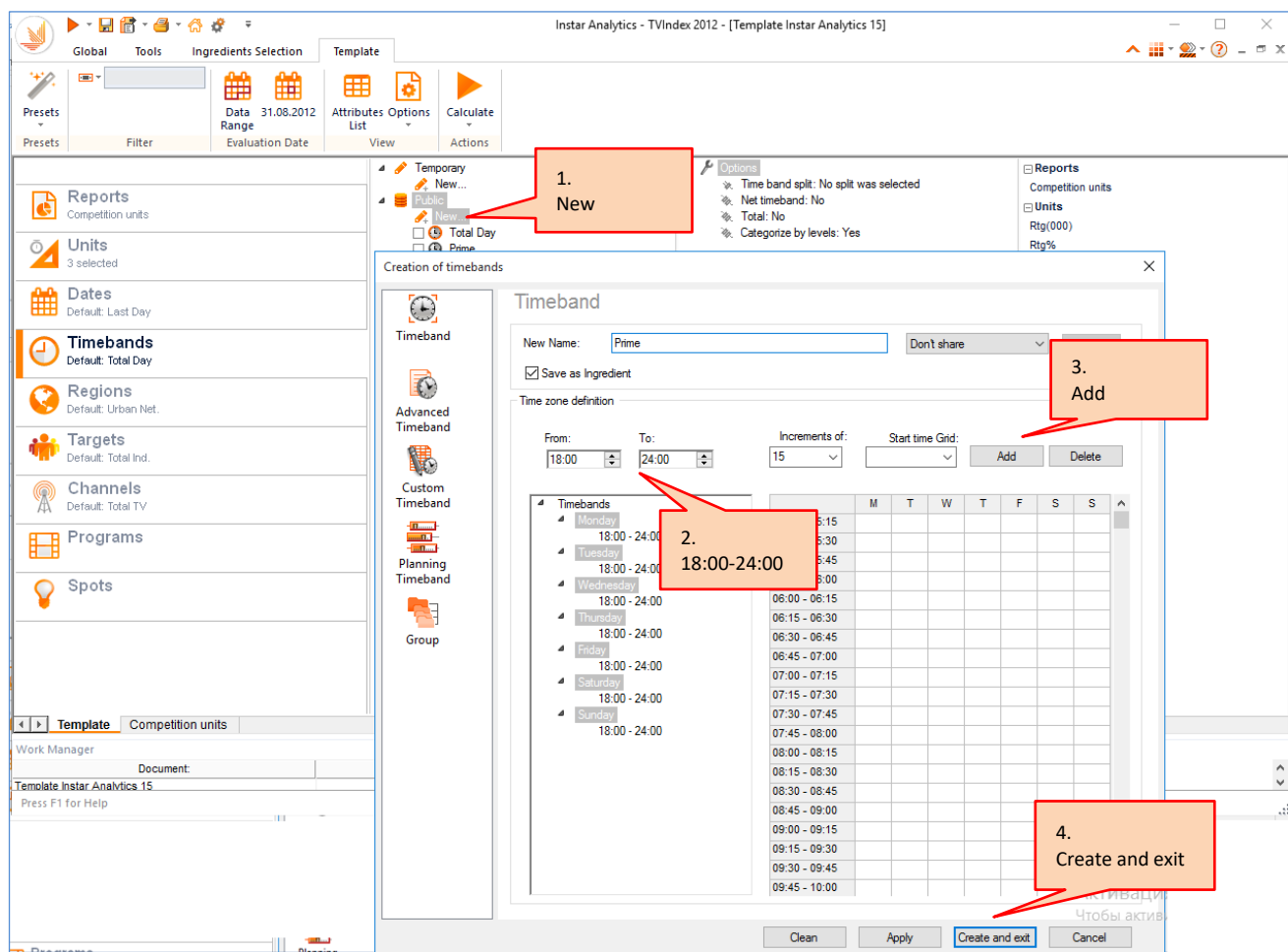
**Последовательность действий:**

1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Competition Analysis**.

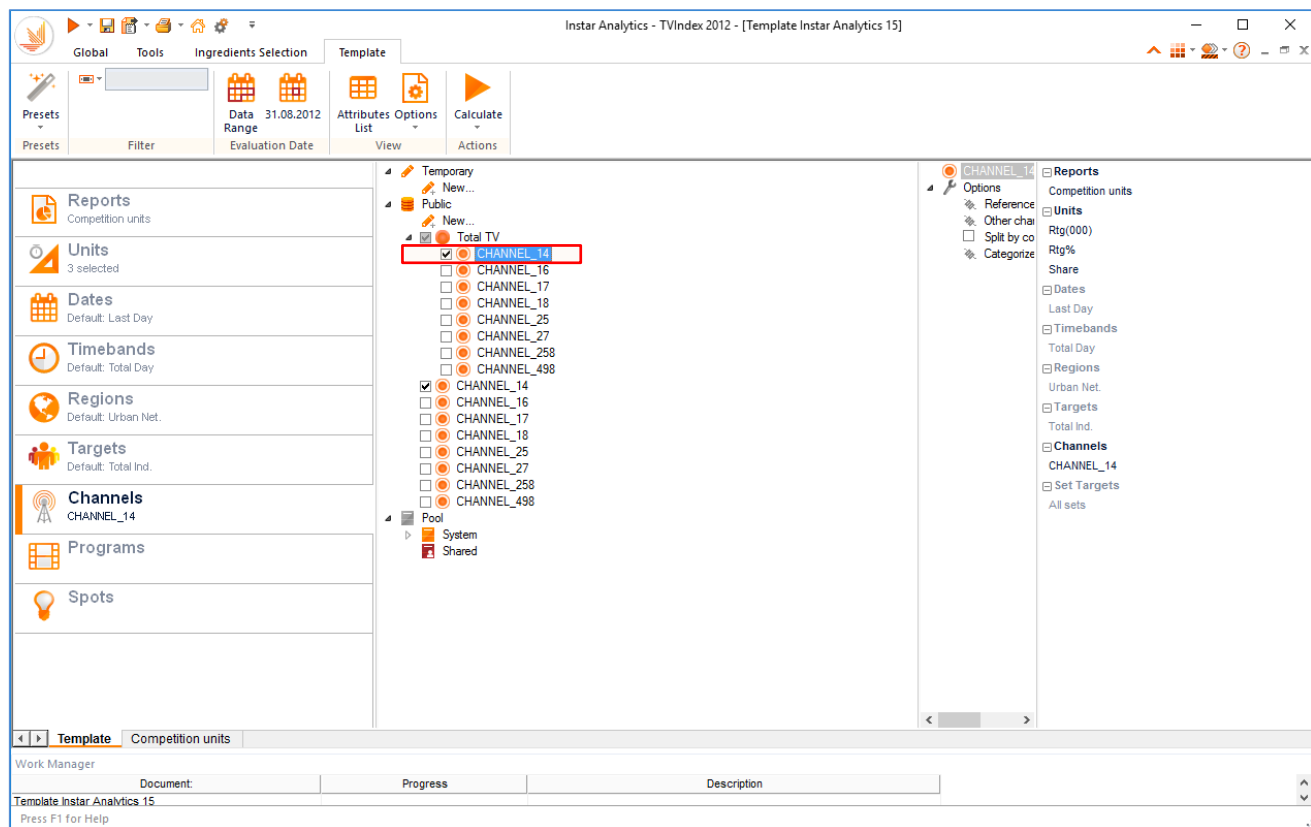


2. Статистики во вкладке **Units** статистики **Rtg(000)**, **Rtg%**, **Share** отмечаются по умолчанию при выборе отчета. В случае необходимости выбор статистик можно скорректировать.

3. Целевая аудитория **Total Ind.**, регион **Urban Net.** и период **Last Day** устанавливаются по умолчанию.



5. Во вкладке **Channels** отмечаем основной канал.



## 6. Во вкладке **Programs** установим дополнительные фильтры по атрибутам.

1. Раскройте атрибут «Event type» - Передача

2. Раскройте атрибут «Program duration» - от 5 минут и более

3. Раскройте атрибут «Time Band» - Prime

## 7. Запускаем вычисление.

## 8. Табличный результат представлен на закладке **Competition Analysis**.

При помощи "Attributes" отобразите необходимые атрибуты

Передача основного канала

Передачи каналов-конкурентов

	Title	Channel	Start Time	End Time	Program duration	Rtg(000)	Rtg%	Share
1	"Чертова дюжина Михаила Пуговкина" д/ф	CHANNEL_14	17:27:30	18:10:45	0043:15	7	0,110	0,7
2	Гажайыптар аланы (каз)	CHANNEL_16	16:41:40	17:56:34	0073:54	60	0,961	6,3
3	"Синдбад. Легенда семи морей" м/ф (Д)	CHANNEL_16	17:56:51	19:34:10	0097:19	121	1,928	10,9
4	Путь успеха	CHANNEL_17	16:00:22	18:00:47	0120:25	1	0,012	0,1
5	"Время созидать" д/ф	CHANNEL_18	17:35:08	17:52:42	0017:34	6	0,095	0,6
6	"Диверсант. Конеч войны" т/сериал	CHANNEL_25	16:00:56	18:29:51	0148:55	275	4,402	28,5
7	Капайсын	CHANNEL_27	17:01:49	17:59:45	0057:56	0	0,005	0,0
8	"Билли пен махаббат" т/сериал (каз)	CHANNEL_258	16:46:02	17:53:30	0067:28	25	0,406	2,7
9	"Сырылы Стамбул" т/сериал (каз) рус/тат	CHANNEL_258	17:53:30	18:50:41	0057:11	38	0,607	3,5
10	Говорим и показываем	CHANNEL_25	16:00:56	18:29:51	0148:55	275	4,402	28,5
11	"Синдбад. Легенда семи морей" м/ф (Д)	CHANNEL_16	17:56:51	19:34:10	0097:19	121	1,928	10,9
12	"Золотая миша" х/ф	CHANNEL_17	16:00:22	18:00:47	0120:25	1	0,012	0,1
13	"Белоснежка и семь гномов" м/ф (Д)	CHANNEL_16	17:56:51	19:34:10	0097:19	121	1,928	10,9
14	"Золотая миша" х/ф	CHANNEL_17	16:00:22	18:00:47	0120:25	1	0,012	0,1
15	"Диверсант. Конеч войны" т/сериал	CHANNEL_25	16:00:56	18:29:51	0148:55	275	4,402	28,5
16	"Сырылы Стамбул" т/сериал (каз) рус/тат	CHANNEL_258	16:46:02	17:53:30	0067:28	25	0,406	2,7
17	"Сырылы Стамбул" т/сериал (каз) рус/тат	CHANNEL_258	17:53:30	18:50:41	0057:11	38	0,607	3,5
18	X Music	CHANNEL_27	18:37:31	18:57:17	0019:46	19	0,303	1,6
19	"Сырылы Стамбул" т/сериал (каз) рус/тат	CHANNEL_258	16:46:02	17:53:30	0067:28	25	0,406	2,7
20	Всю жизнь мечтал	CHANNEL_14	19:02:09	19:30:40	0028:31	14	0,220	1,3
21	"Синдбад. Легенда семи морей" м/ф (Д)	CHANNEL_16	17:56:51	19:34:10	0097:19	121	1,928	10,9
22	"Золотая миша" х/ф	CHANNEL_17	16:00:22	18:00:47	0120:25	1	0,012	0,1
23	Солнымен, солай дейик... (каз)	CHANNEL_18	19:12:10	19:57:25	0045:15	1	0,015	0,1
24	"Диверсант. Конеч войны" т/сериал	CHANNEL_25	19:07:00	21:48:09	0161:09	418	6,688	28,3
25	X Music (каз/рус)	CHANNEL_27	19:01:21	19:31:27	0030:06	16	0,257	1,5

## Интерпретация результата:

В период трансляции передачи "Чертова дюжина Михаила Пуговкина", рейтинг которой составил 7 тыс. человек, на других каналах транслировались следующие передачи с процентом перекрытия более 25% от анализируемой программы: на канале Channel\_16 передачи "Гажайыптар аланы" (рейтинг

---

программы - 60 тыс. человек) и “Синдбад. Легенда семи морей” (рейтинг программы – 121 тыс. человек); на канале Channel\_17 – “Путь успеха” (рейтинг программы - 1 тыс. человек); на канале Channel\_18 – “Время созидать” (рейтинг - 6 тыс. человек) и т.д..

9. Общие характеристики отчета представлены на закладке **Technical card**.

---

## 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) 347 05 03

E-mail: [cs@k-research.kz](mailto:cs@k-research.kz)