INSTAR / ANALYTICS

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.

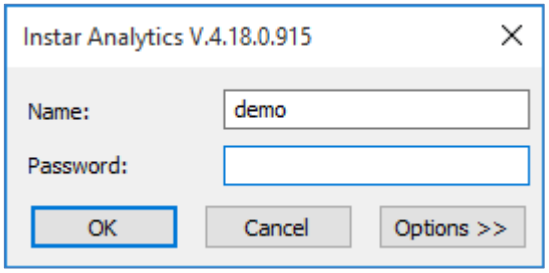
Программа довольно прозрачна и проста. Полный набор меню, кнопок делают программу удобной в использовании, а визуальное представление позволяет пользователю видеть конечный результат.

1. Первые шаги

1.1. Загрузка программы Instar Analytics

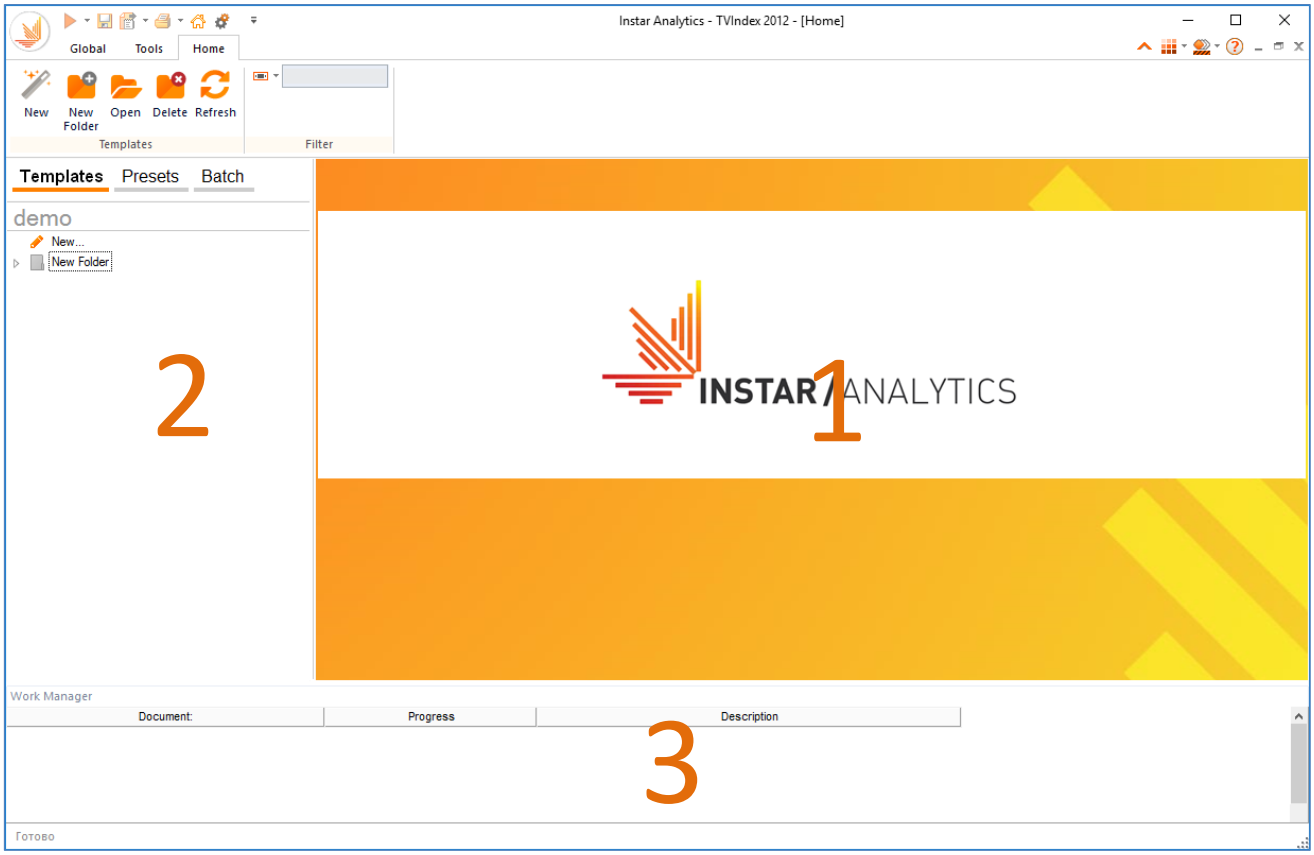
Дважды кликните по ярлыку программы .

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



1.2. Стартовая страница

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



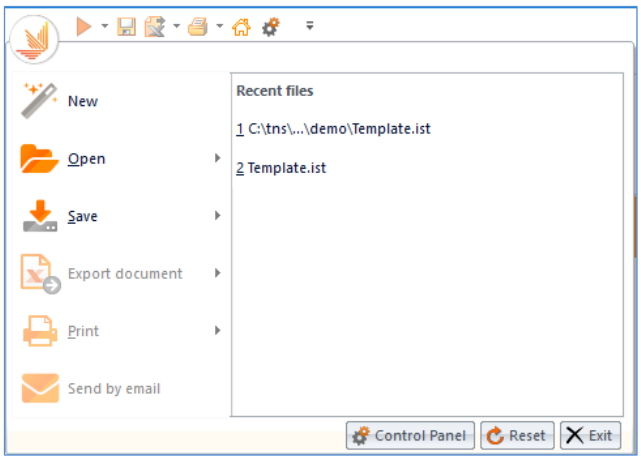
1 - поле приветствия;

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.

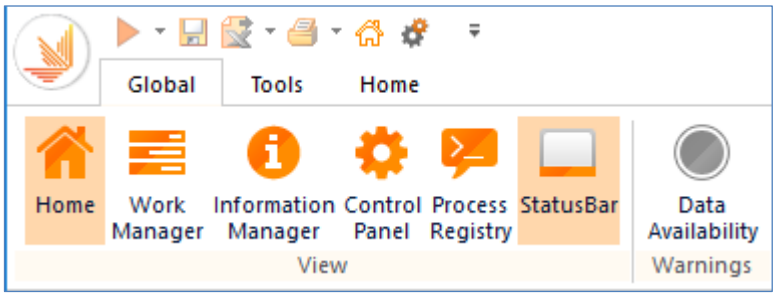
Print – раскрывает выпадающий список команд, связанных с настройкой печати и предварительного просмотра.

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.

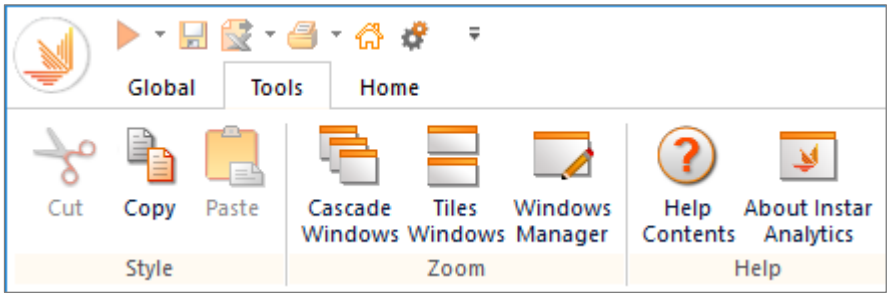
Control Panel – открывает панель управления для изменения настроек в Instar Analytics.

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.

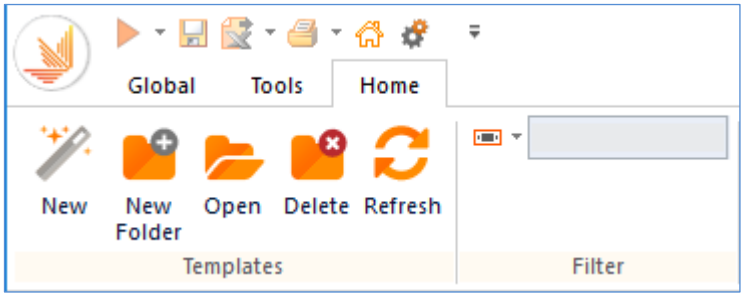
Tiles Windows - отображает все открытые окна одновременно.

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.

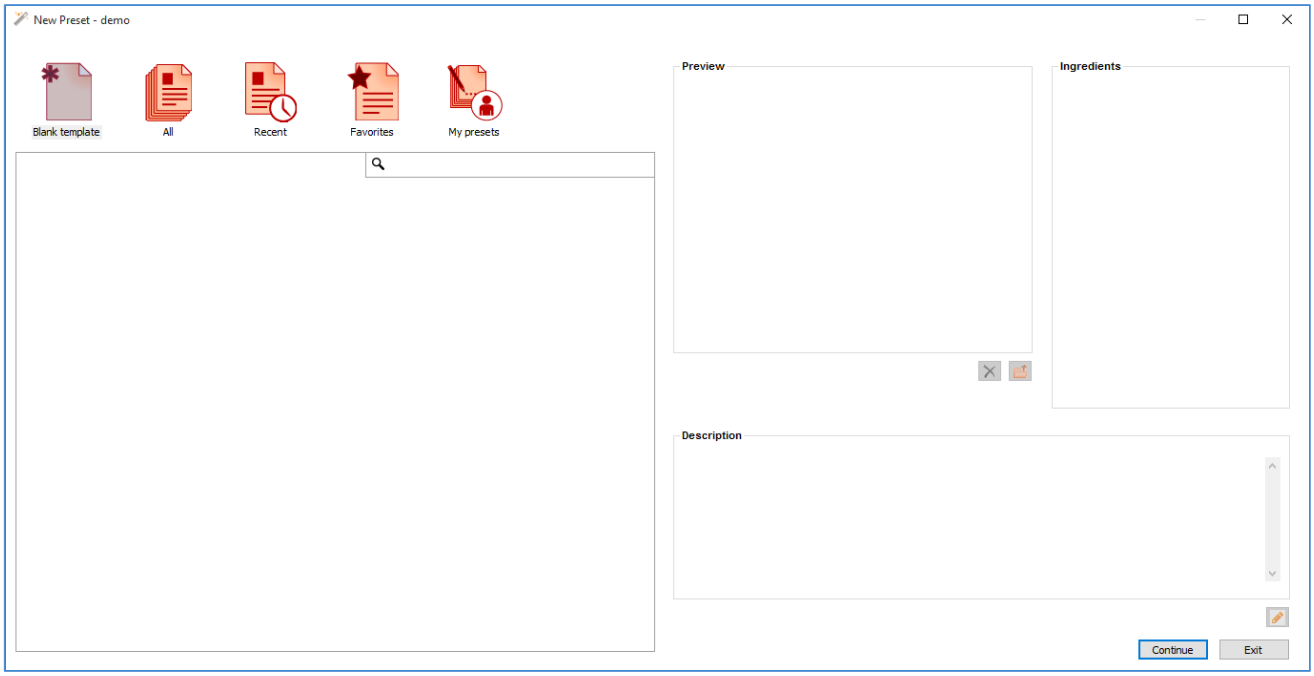
Filter – быстрый поиск отчетов Template/Preset/Batch по названию.

1.2. Создание нового отчета

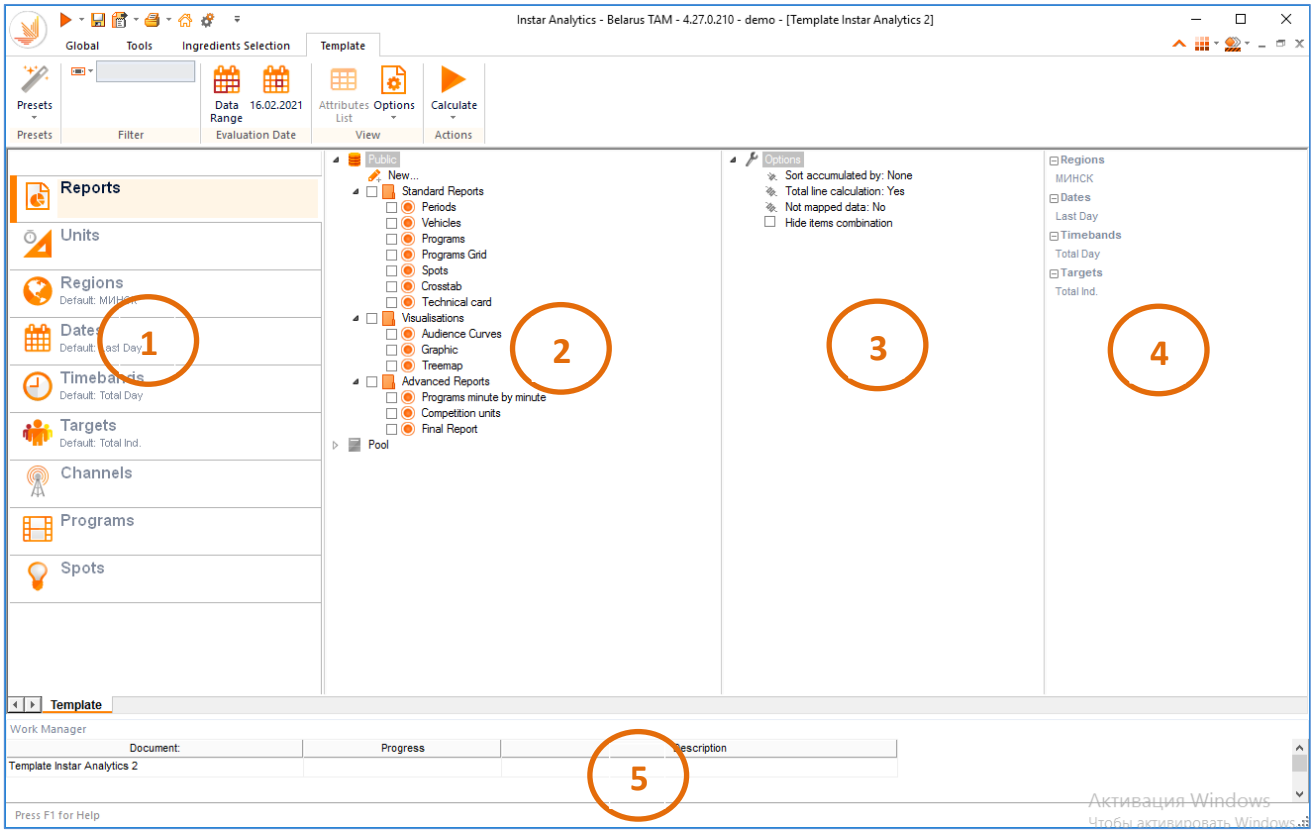
Нажмите на иконку

на верхней панели или на кнопку

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 выгрузки конкретных программ или рекламных сообщений.

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

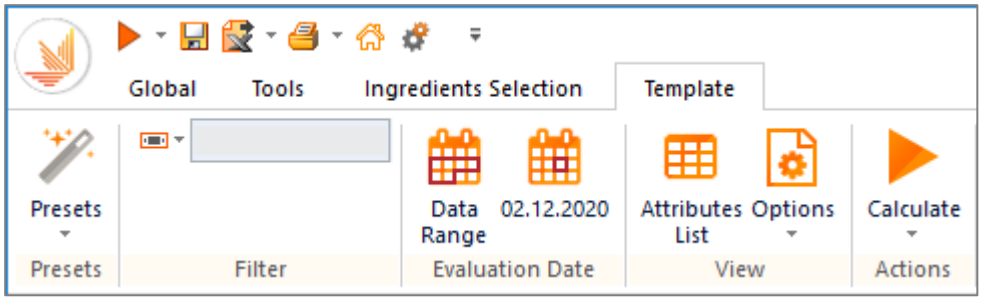
Сохранить результаты вычисления в нужном формате можно с помощью кнопки **Export** , расположенной на панели быстрого доступа, или через команду выпадающего меню **Export document**.

Сохранить отчет можно с помощью кнопки **Save** на панели быстрого доступа или через одноименную команду выпадающее 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:

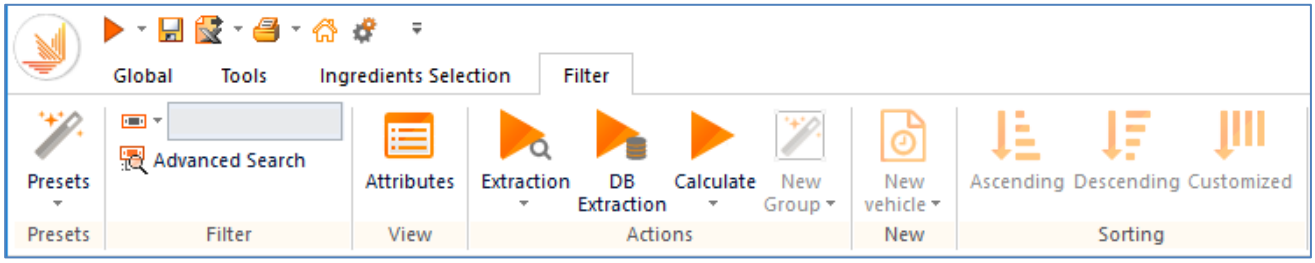
- **Pool** – отображает/скрывает корзину в поле отбора ингредиентов. В корзину можно переместить неиспользуемые ингредиенты.
- **Temporary Items** - отображает/скрывает Temporary (поле для создания временных ингредиентов).
- **Options** - отображает/скрывает настройки дополнительных опций в третьем окне.
- **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.

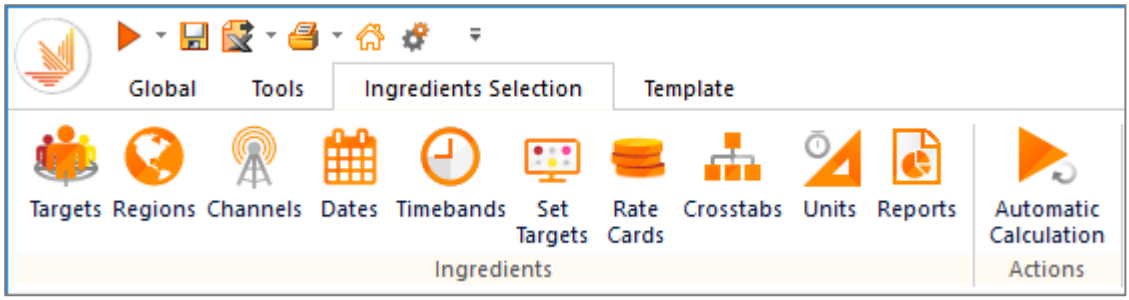
Ascending – сортирует результат отображения информации в поле предварительного просмотра по возрастанию (A-Z или 0-9) по выбранному столбцу.

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.).

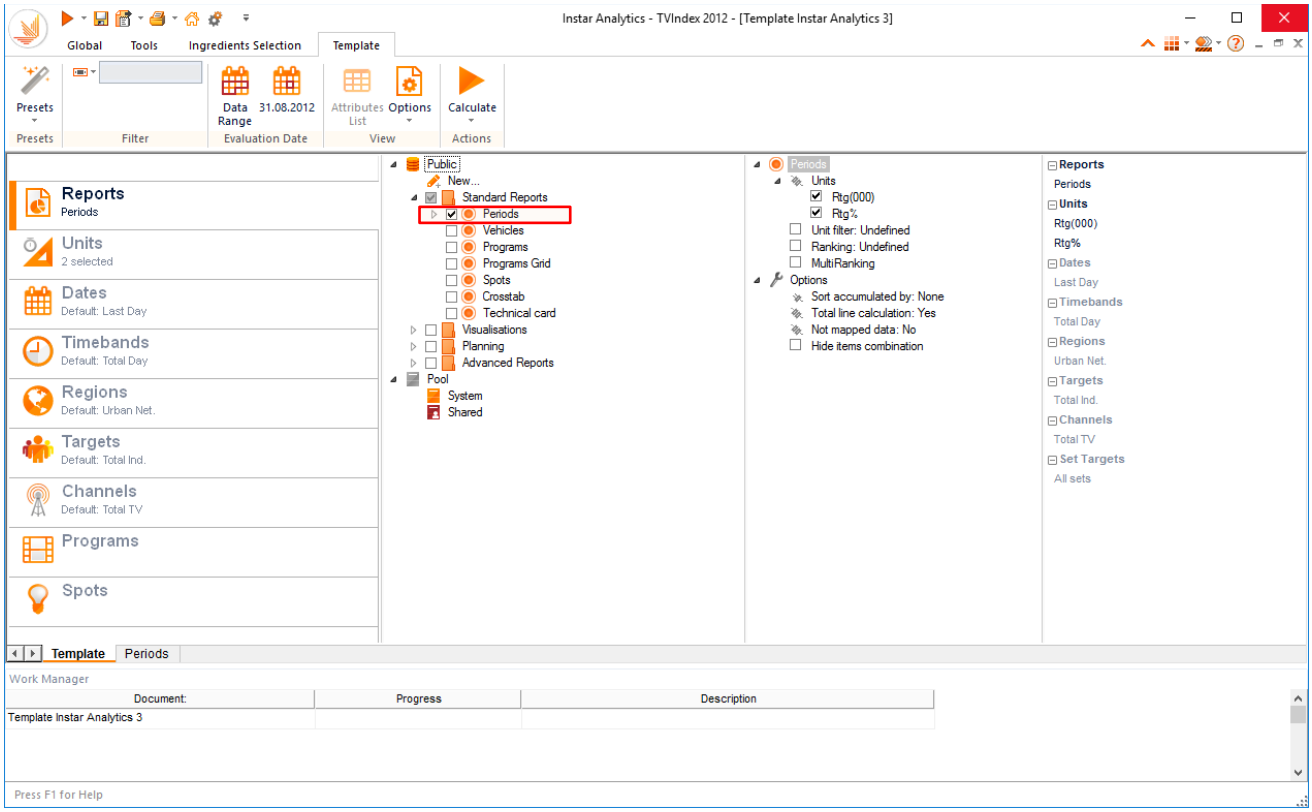
3.1. Пример 1

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

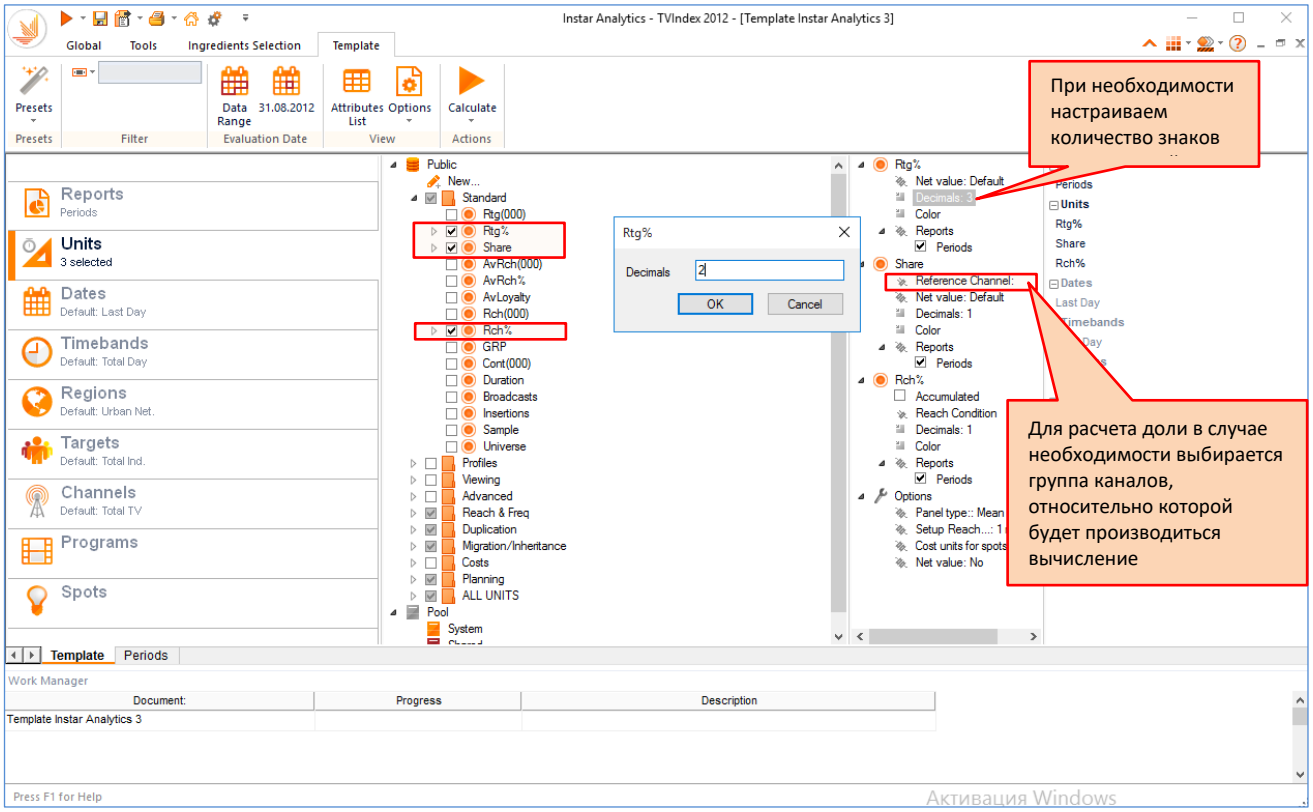
Период	Август 2012
Временной интервал	Prime и Off Prime
Регион	Urban Net и Sector1
Целевые группы	Total Ind., All 18+, All 6-54

Последовательность действий:

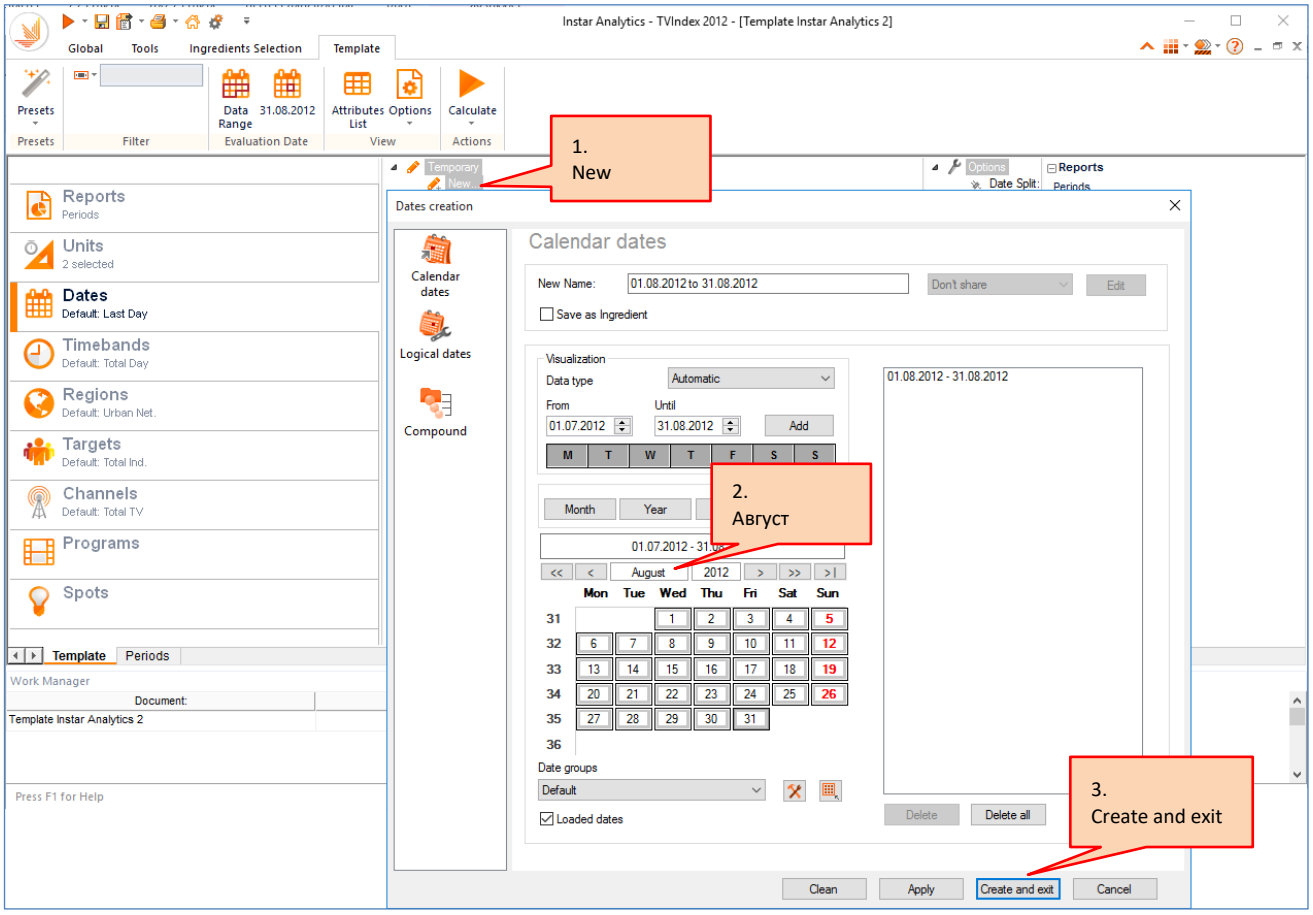
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчет **Periods**



2. Во вкладке **Units** отмечаем статистики **Rtg%, Share, Rch%**

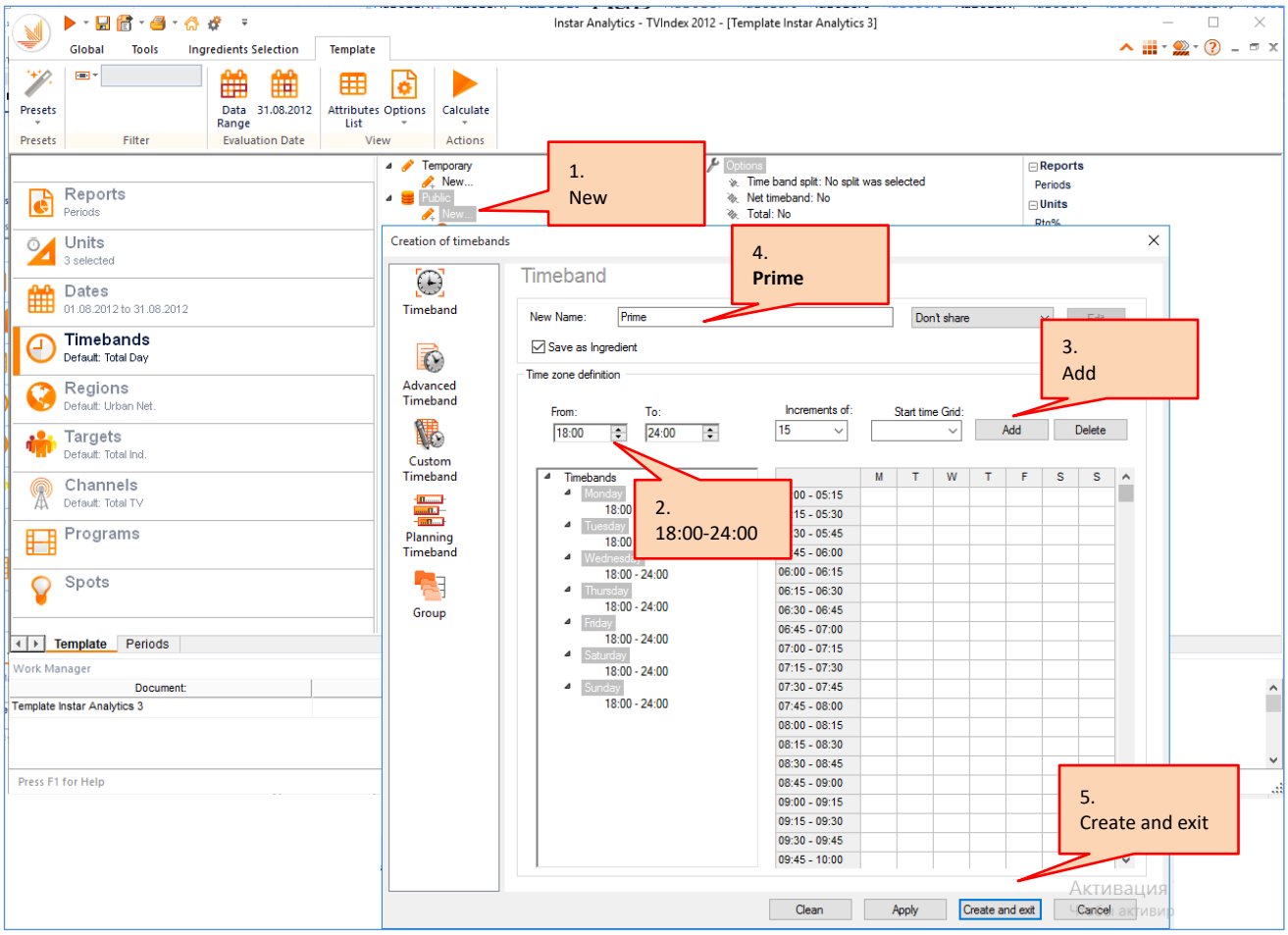


3. Во вкладке **Dates** создаем период Август 2012

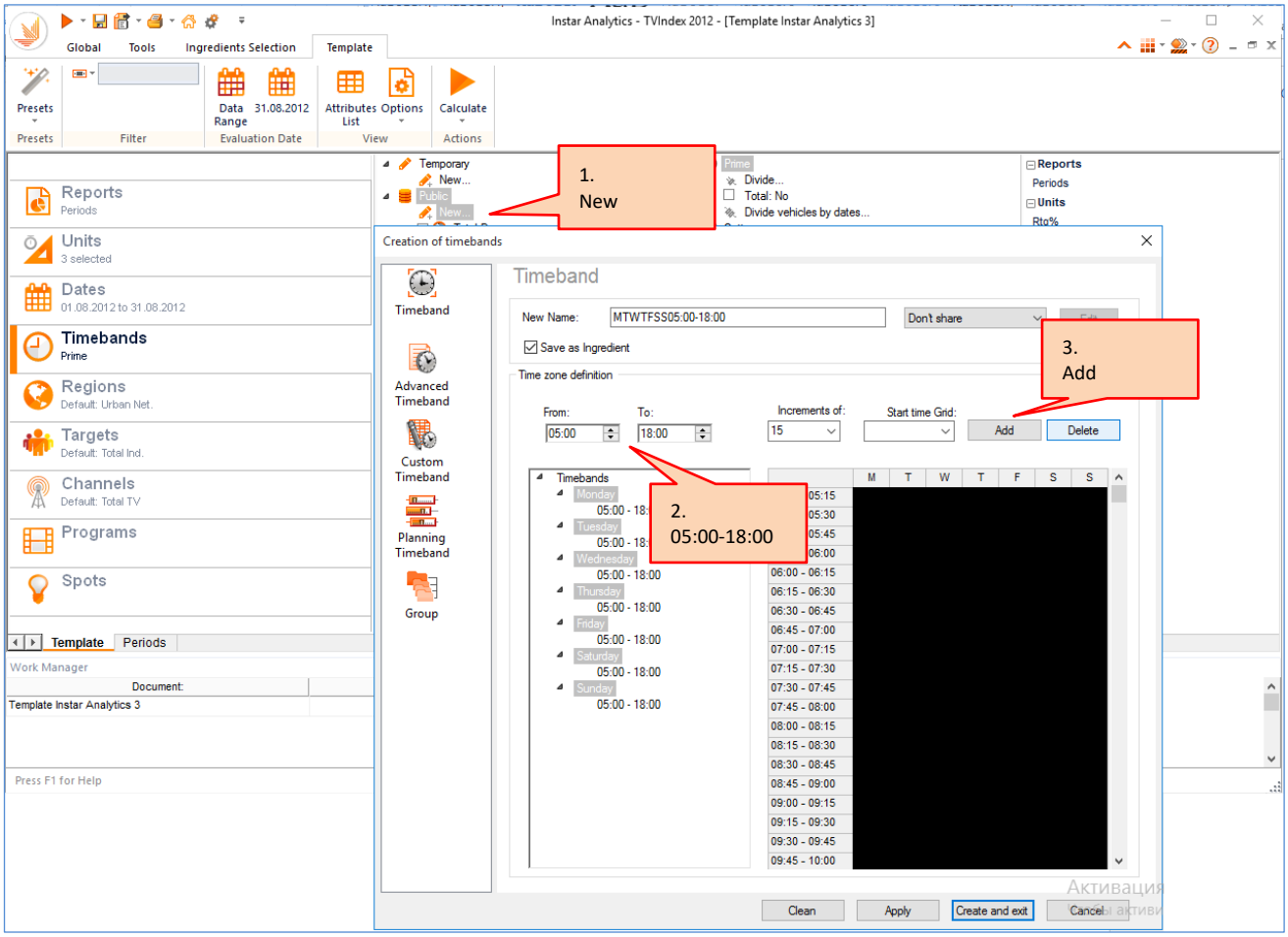


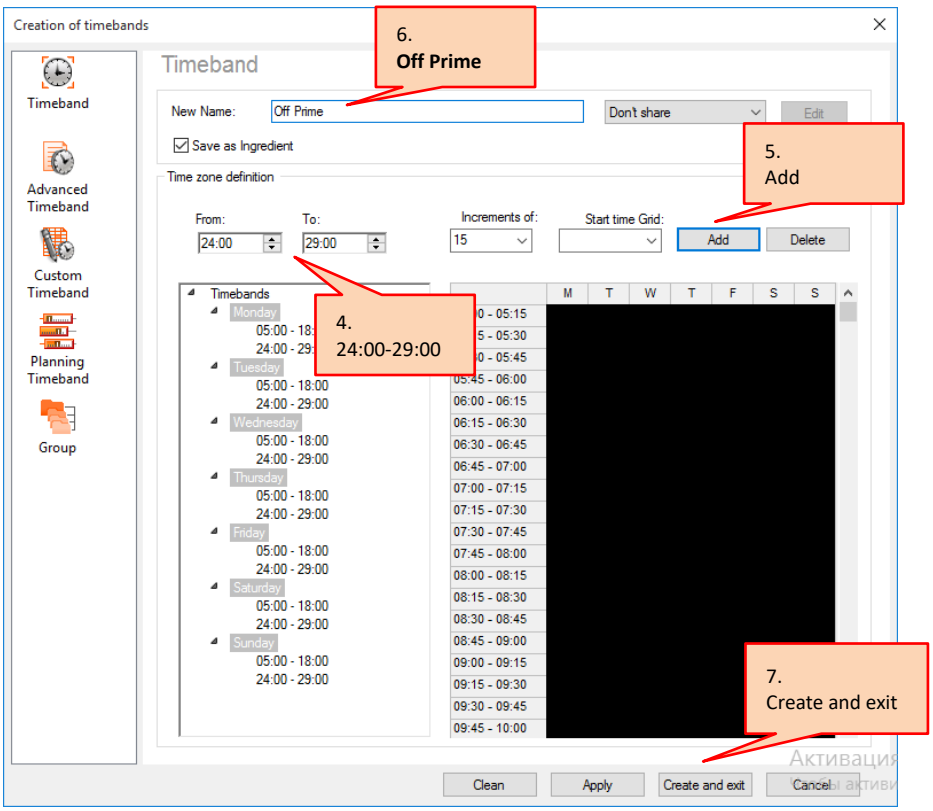
4. Во вкладке **Timebands** создаем временные интервалы Prime (18:00-24:00) и Off Prime (05:00-18:00; 24:00-29:00)

Prime:

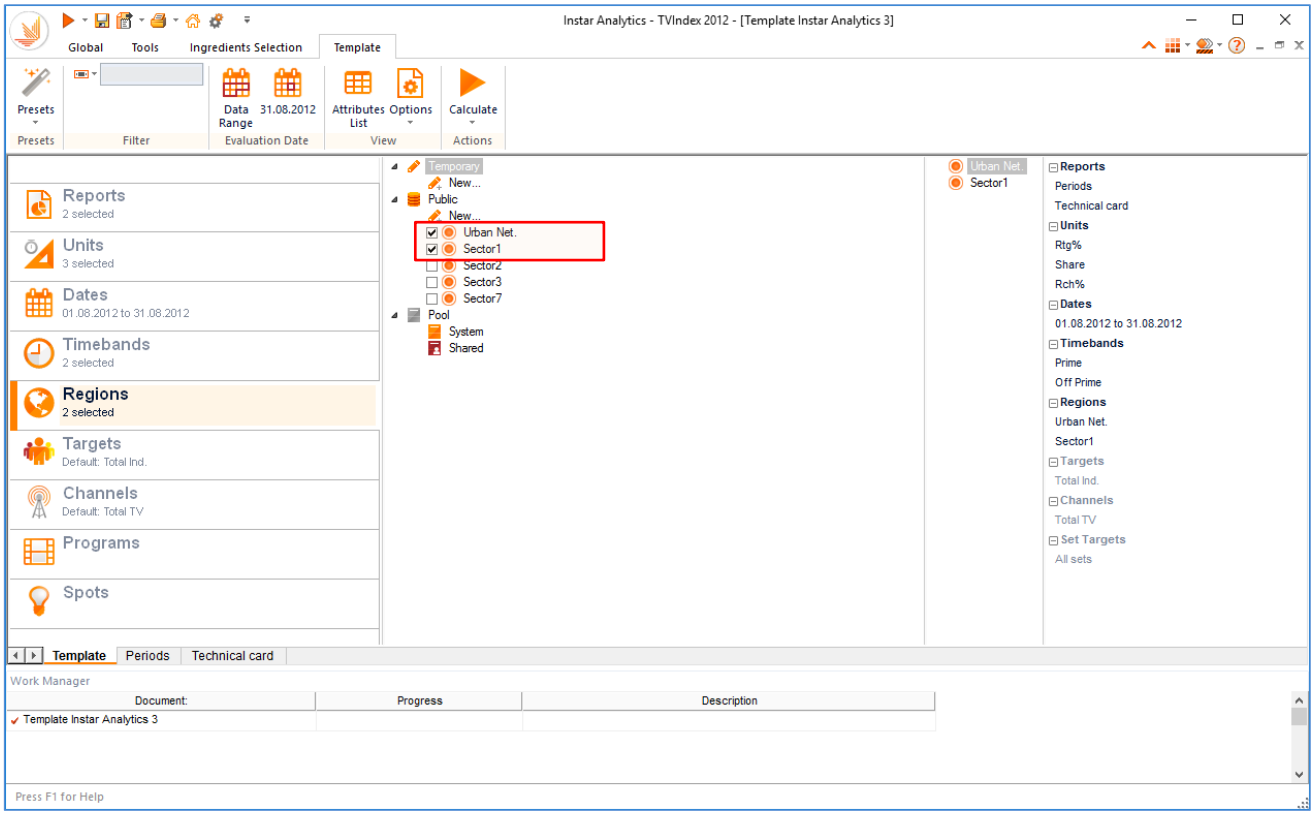


Off Prime:


Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 3]
1.
New
2.
05:00-18:00
3.
Add
Creation of timebands
Timeband
New Name: MTWTFSS05:00-18:00
Don't share
Save as Ingredient
Time zone definition
From: 05:00
To: 18:00
Increments of: 15
Start time Grid:
Add
Delete
Clean
Apply
Create and exit
Cancel

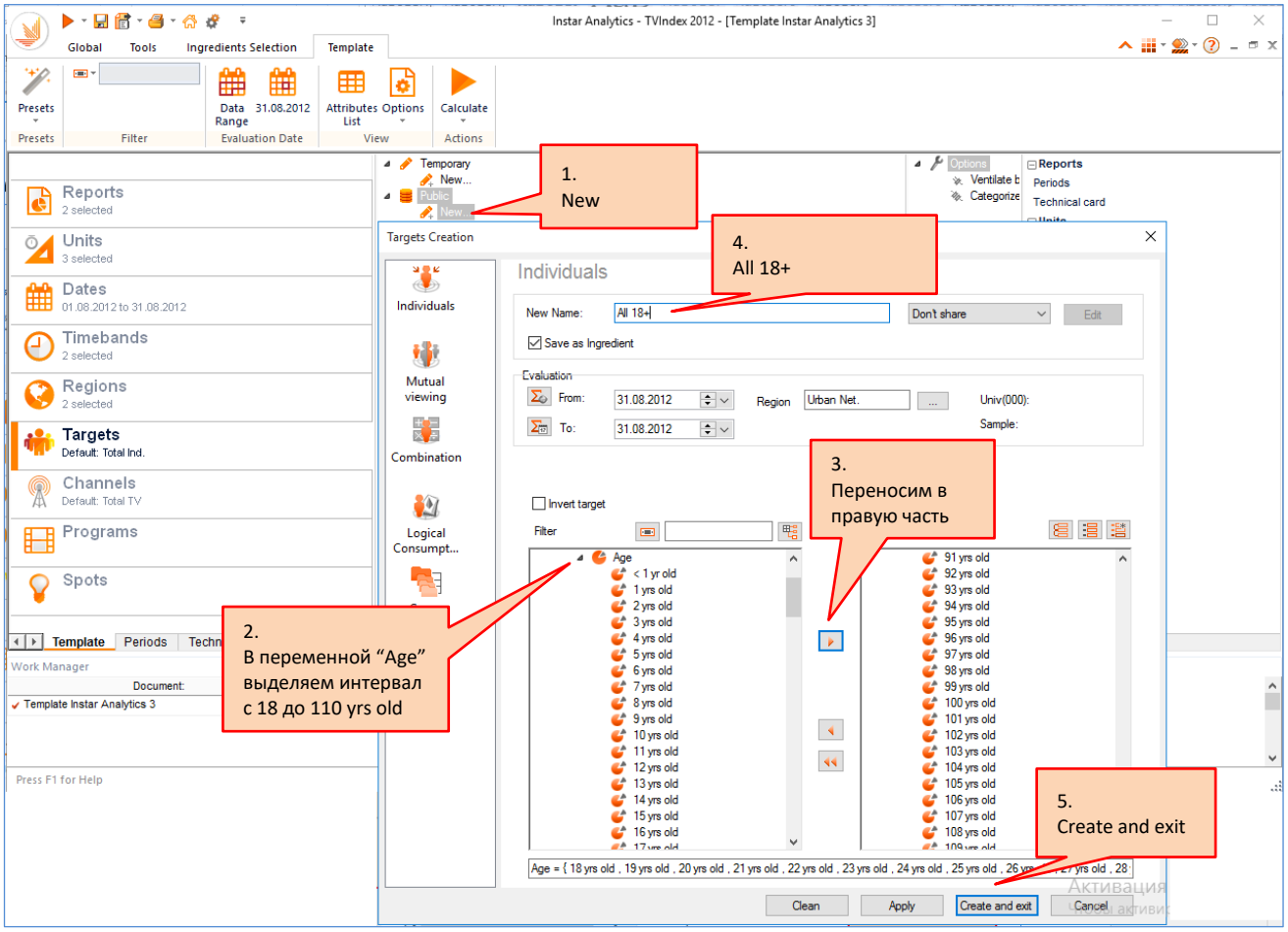

Creation of timebands
6.
Off Prime
Timeband
New Name: Off Prime
Don't share
Edit
Save as Ingredient
5.
Add
Time zone definition
From: 24:00
To: 29:00
Increments of: 15
Start time Grid:
Add
Delete
4.
24:00-29:00
7.
Create and exit
Clean
Apply
Create and exit
Cancel

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

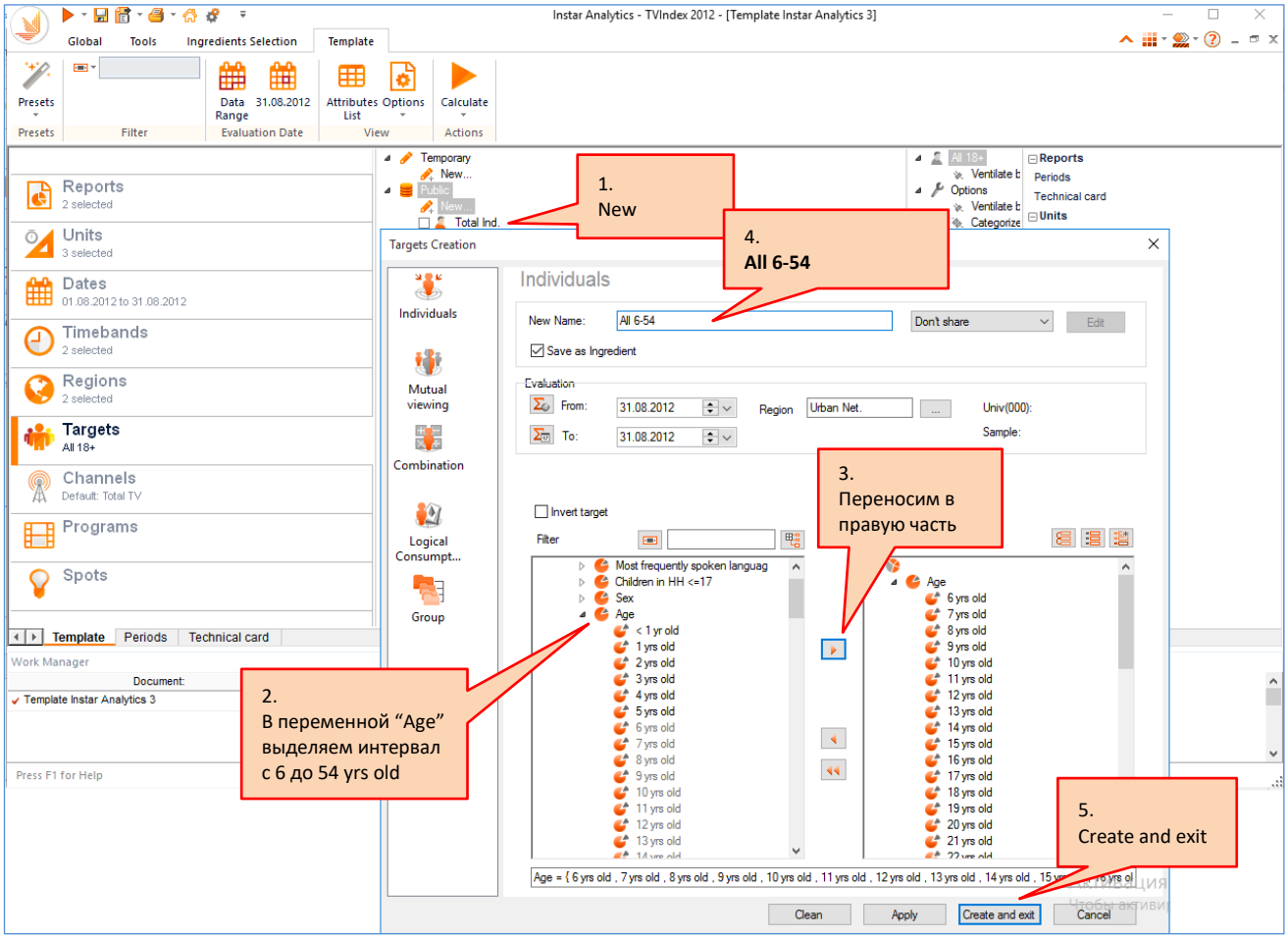


6. Во вкладке **Targets** отмечаем целевую группу **Total Ind.** и создаем целевые группы **All 18+** и **All 6-54.**

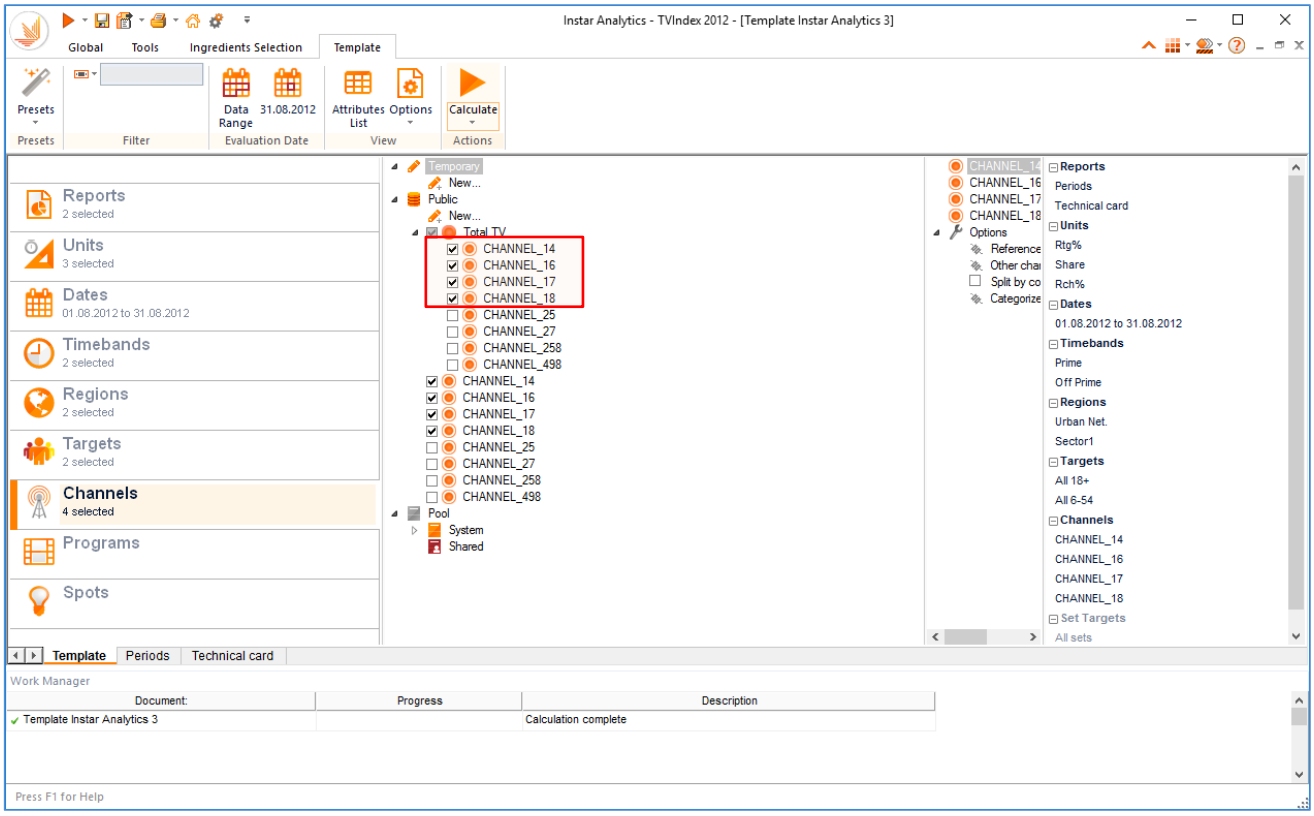
All 18+:



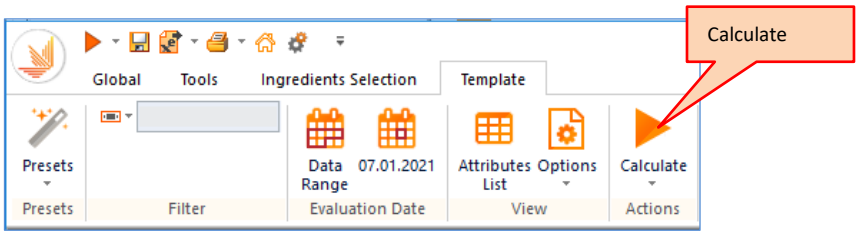
All 6-54:



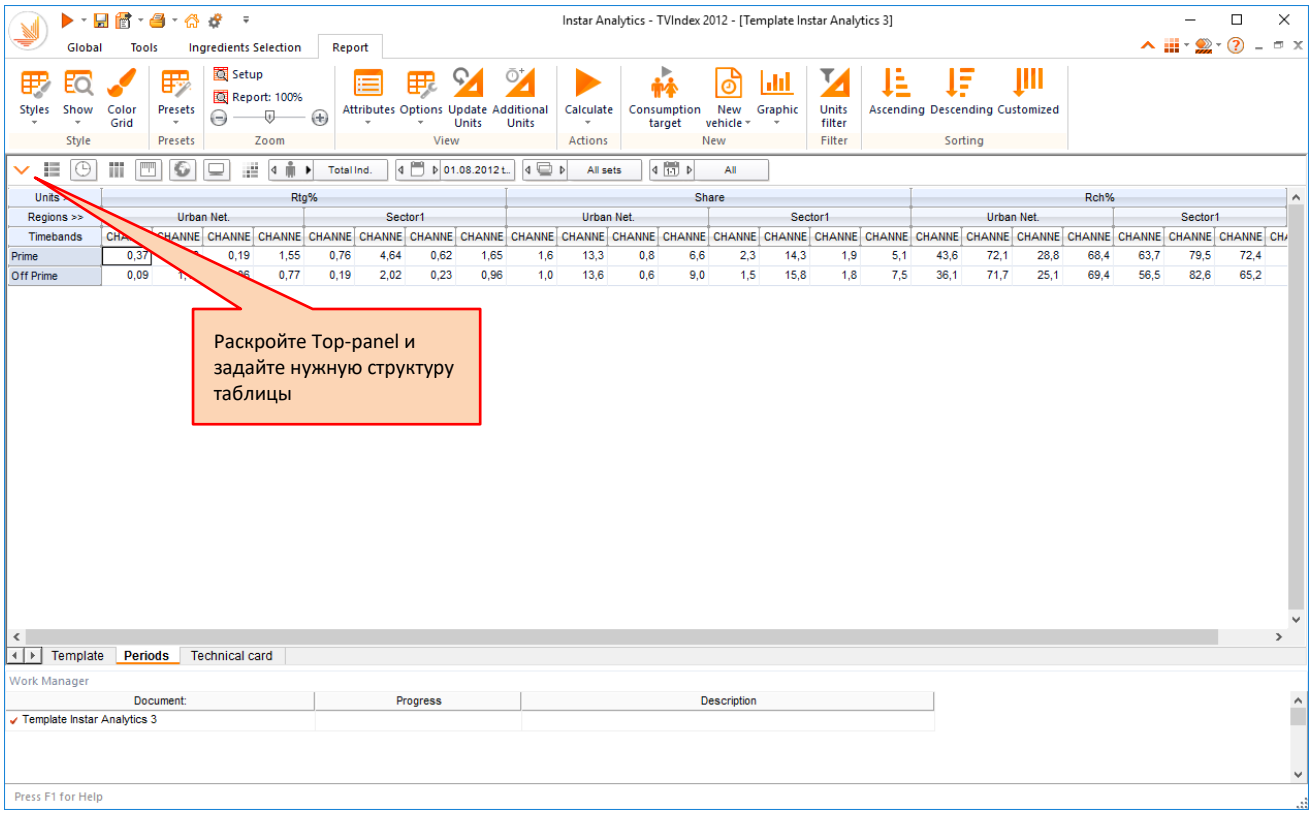
7. Во вкладке **Channels** отмечаем каналы.

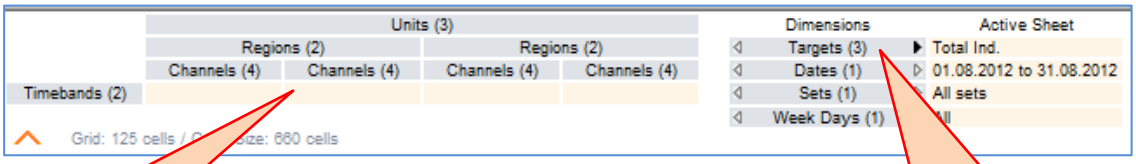


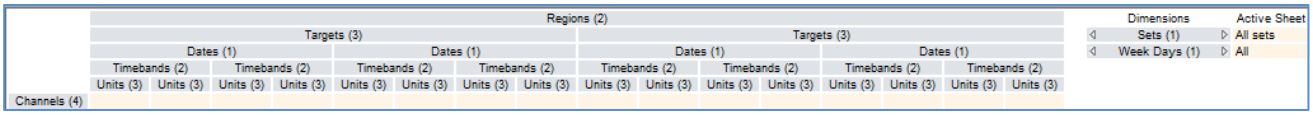
8. Запускаем расчет.

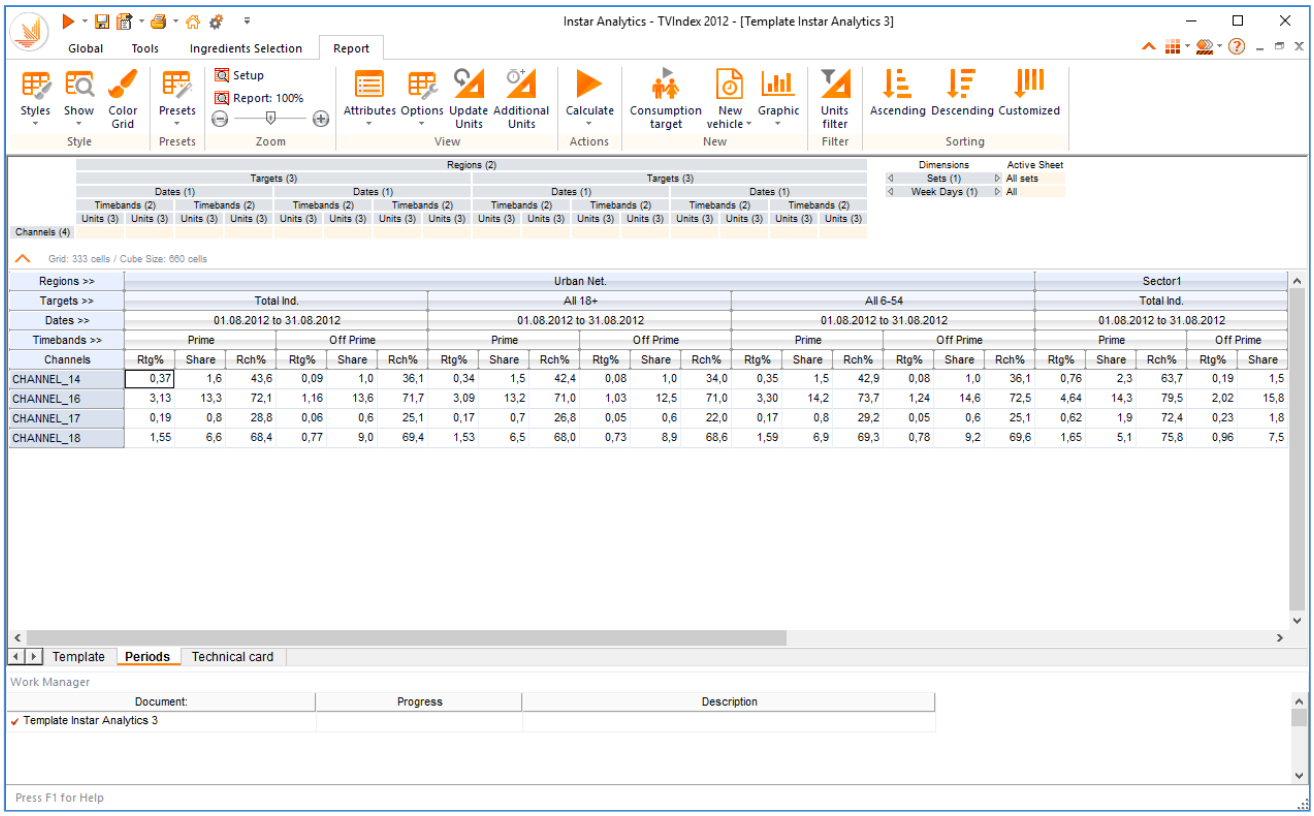


9. Табличный результат представлен на закладке **Periods**.

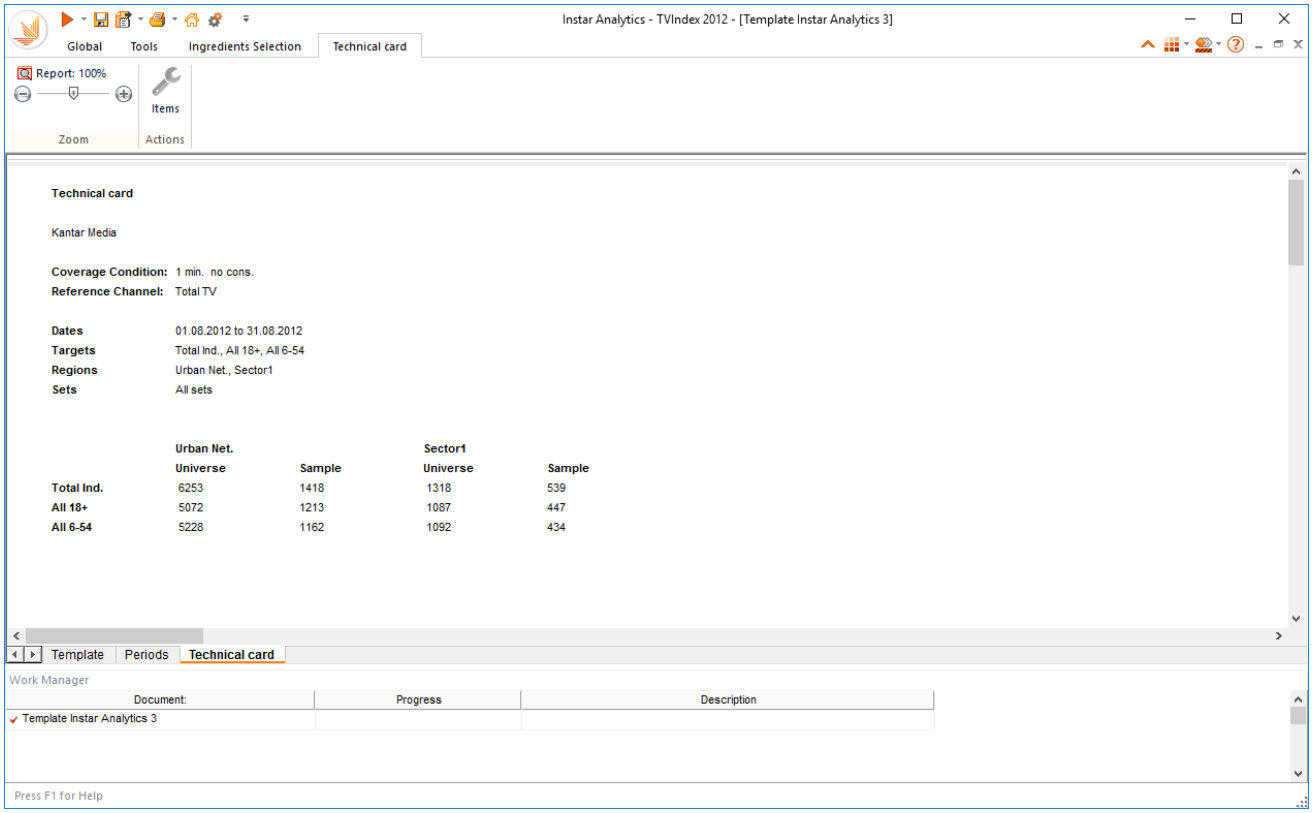








10. Общие характеристики отчета, а также размер целевой аудитории представлены на закладке **Technical card**.



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

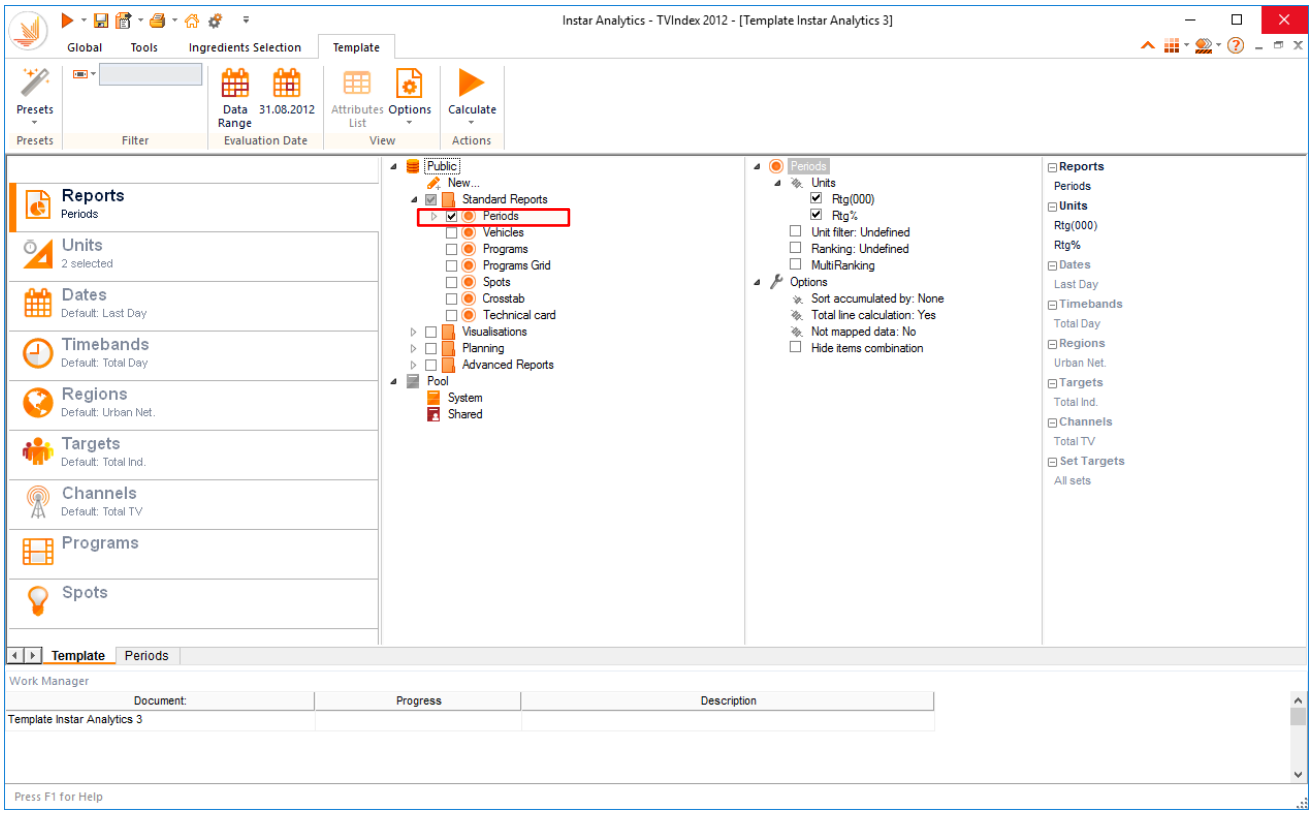
3.2. Пример 2

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

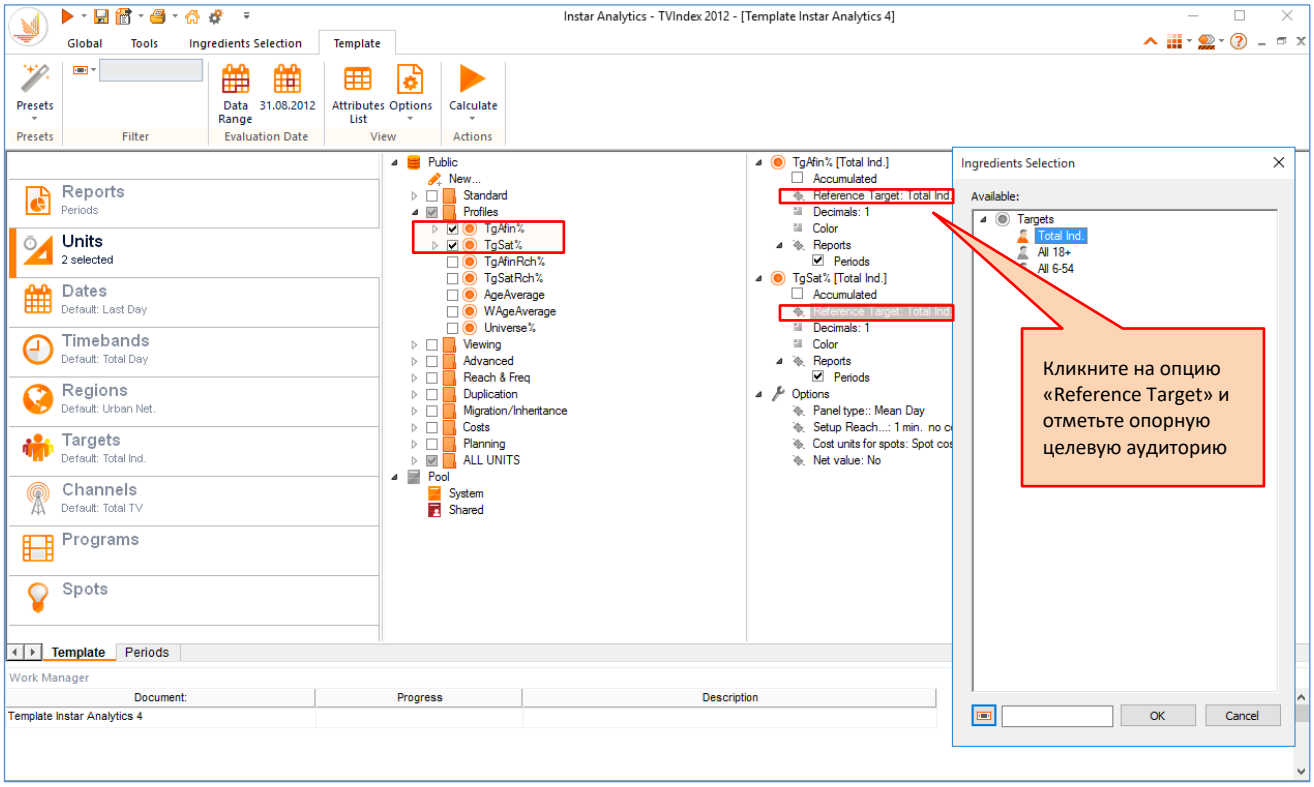
Период Август 2012
Регион Urban Net.
Целевая группа Total Ind.

Последовательность действий:

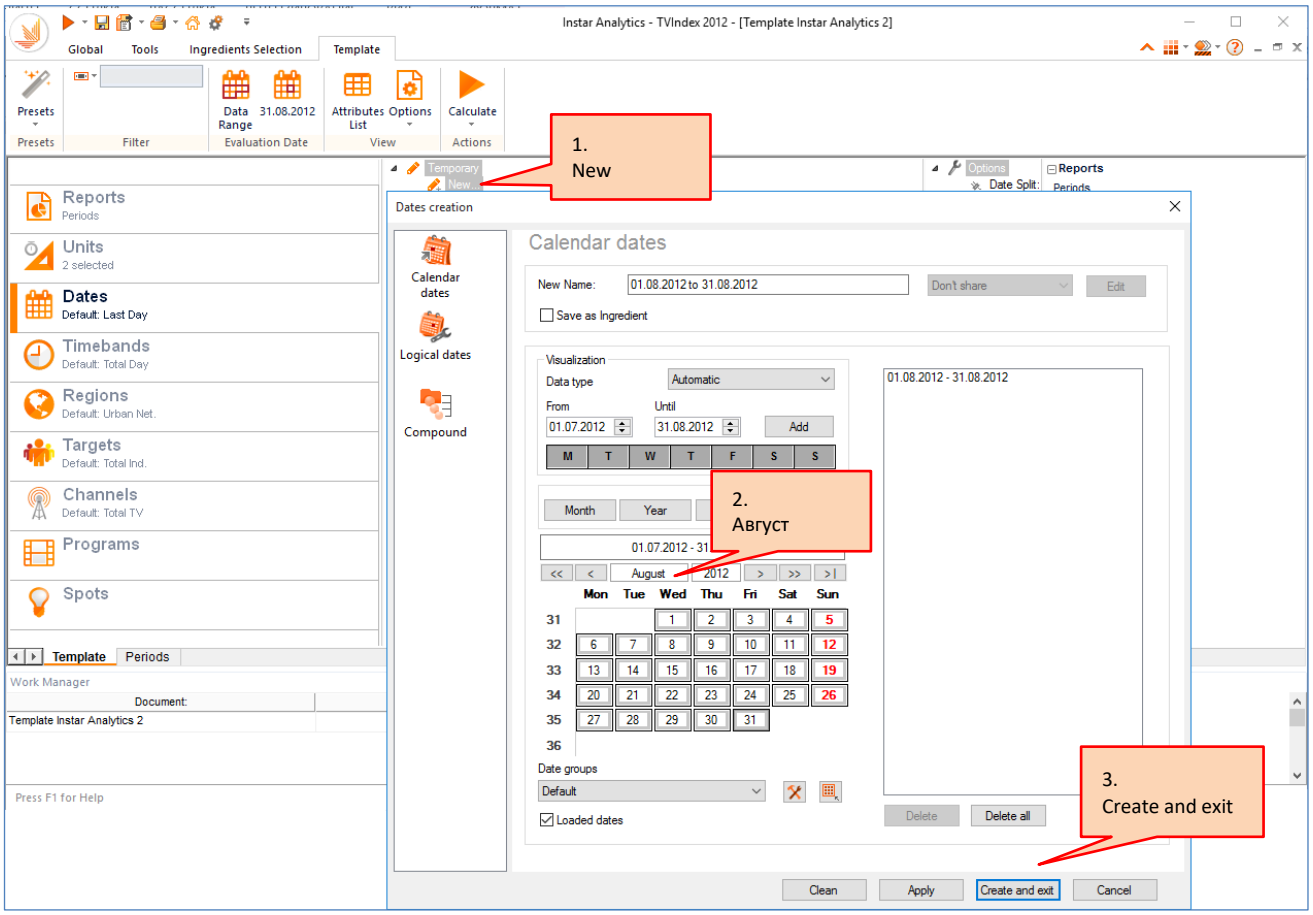
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчет **Periods**



2. Во вкладке **Units** отбираем статистики **TgSat%** и **TgAfin%**.

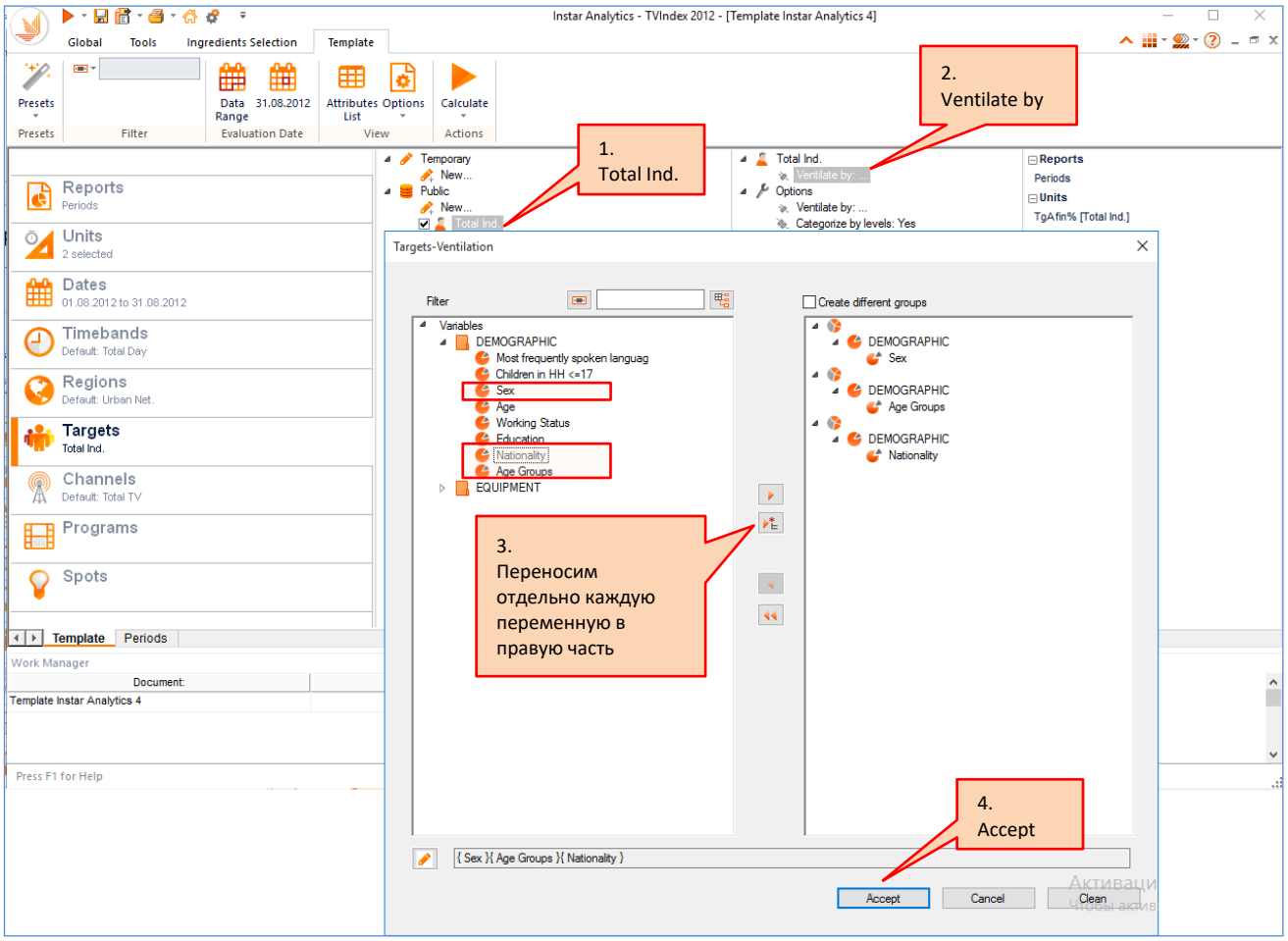


3. Во вкладке **Dates** создаем период Август 2012

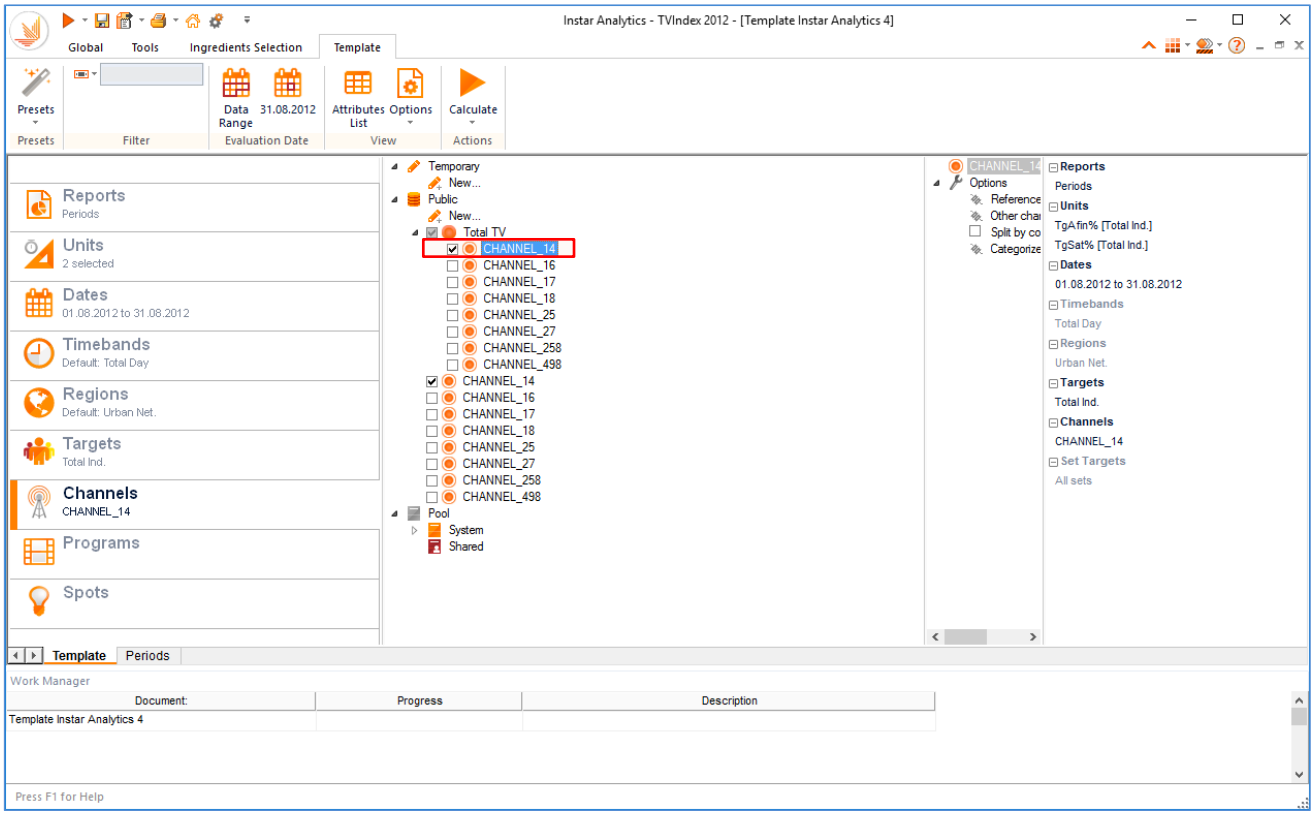


4. Временной интервал **Total day** и регион **Urban Net** отбираются по умолчанию.

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

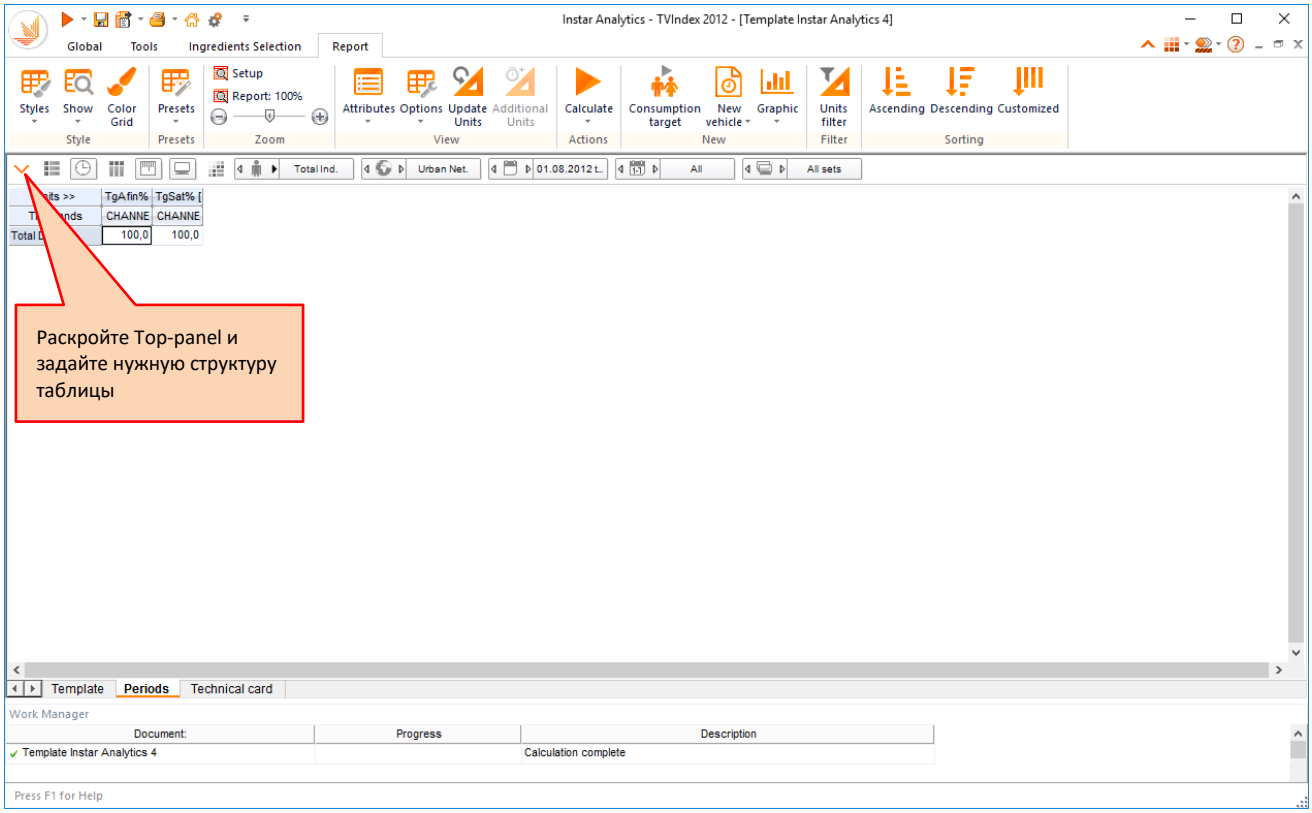


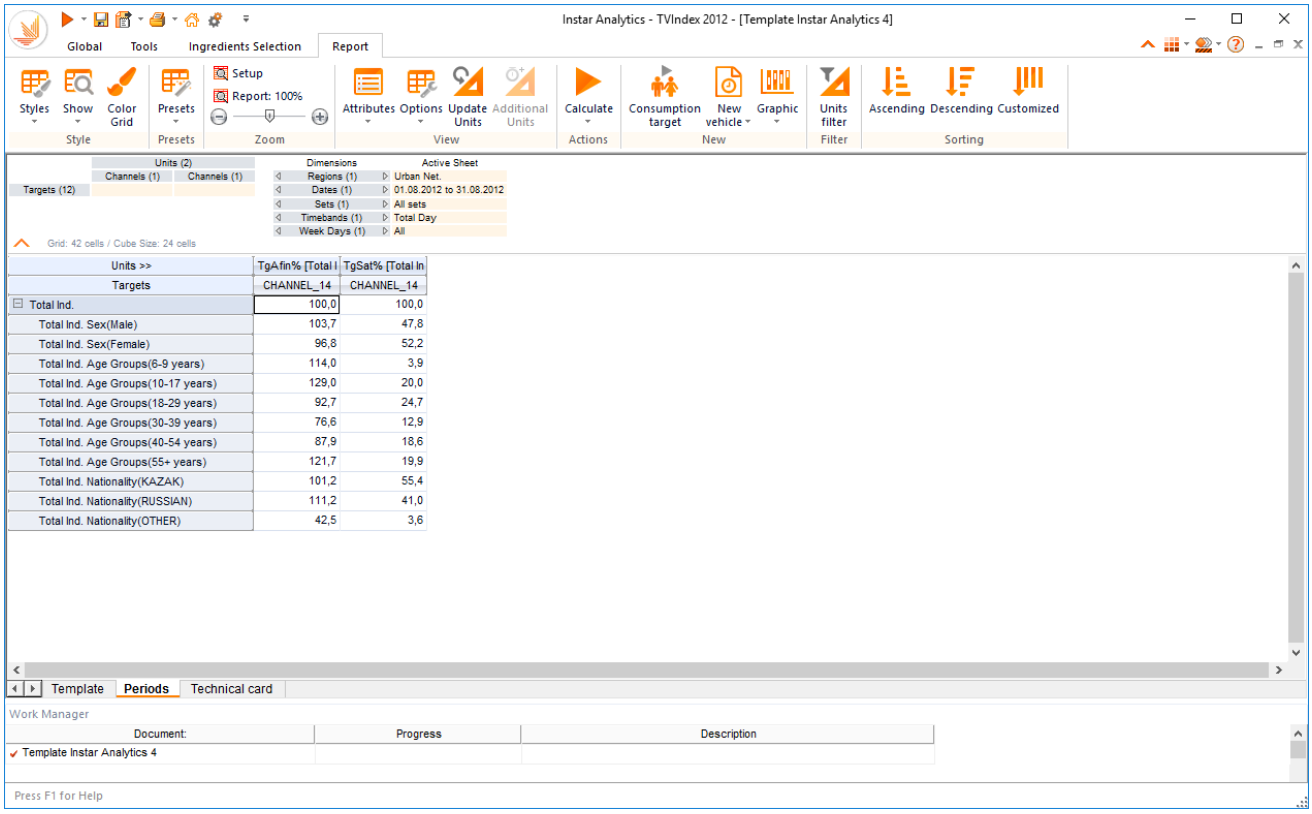
6. Во вкладке **Channels** отмечаем анализируемый канал.



7. Запускаем расчет.

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





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.

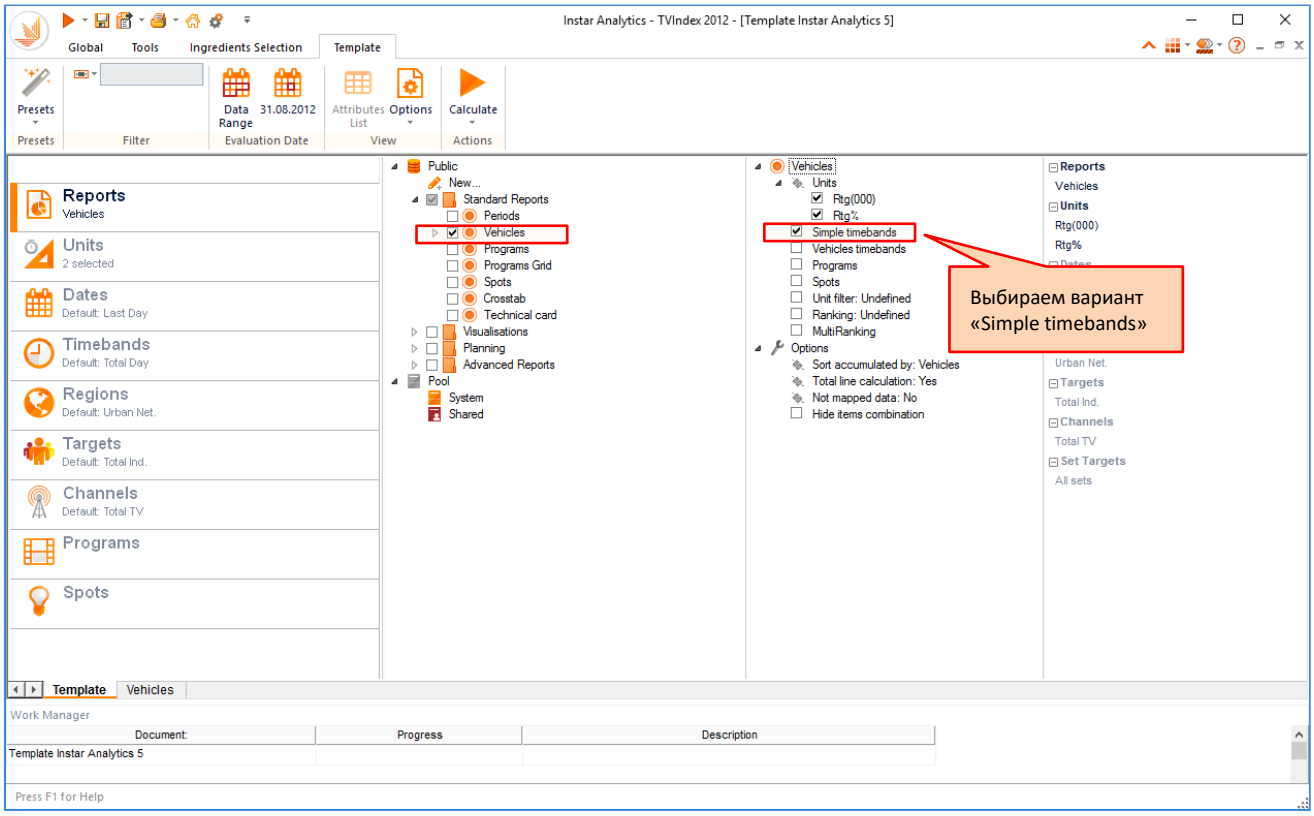
4.1. Пример 1

Задача: Найти общих зрителей **Dupl(%)** телеканалов Channel_14, Channel_16 и Channel_17 в прайм-тайме за последний доступный день.

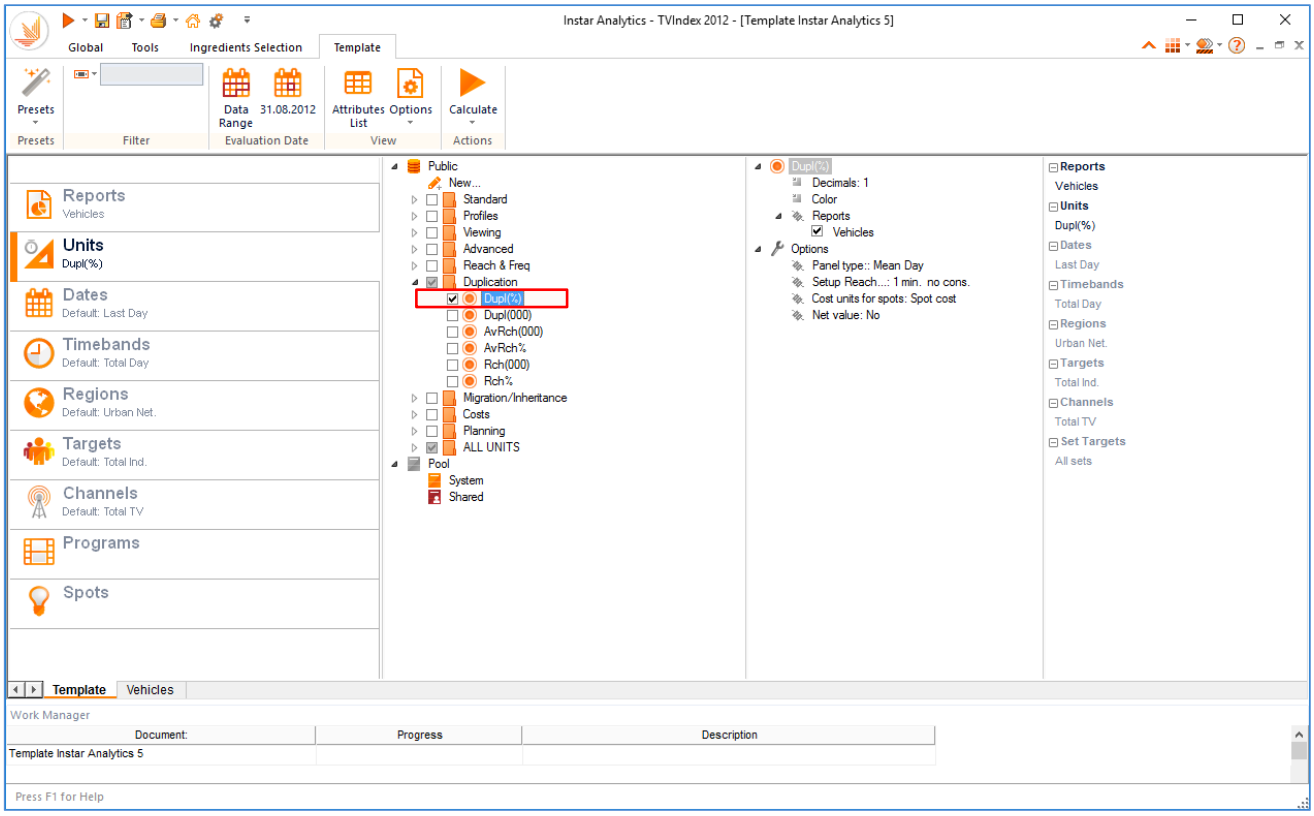
Период	Last Day
Временной интервал	Prime (18:00-24:00)
Регион	Urban Net
Целевая группа	Total Ind.

Последовательность действий:

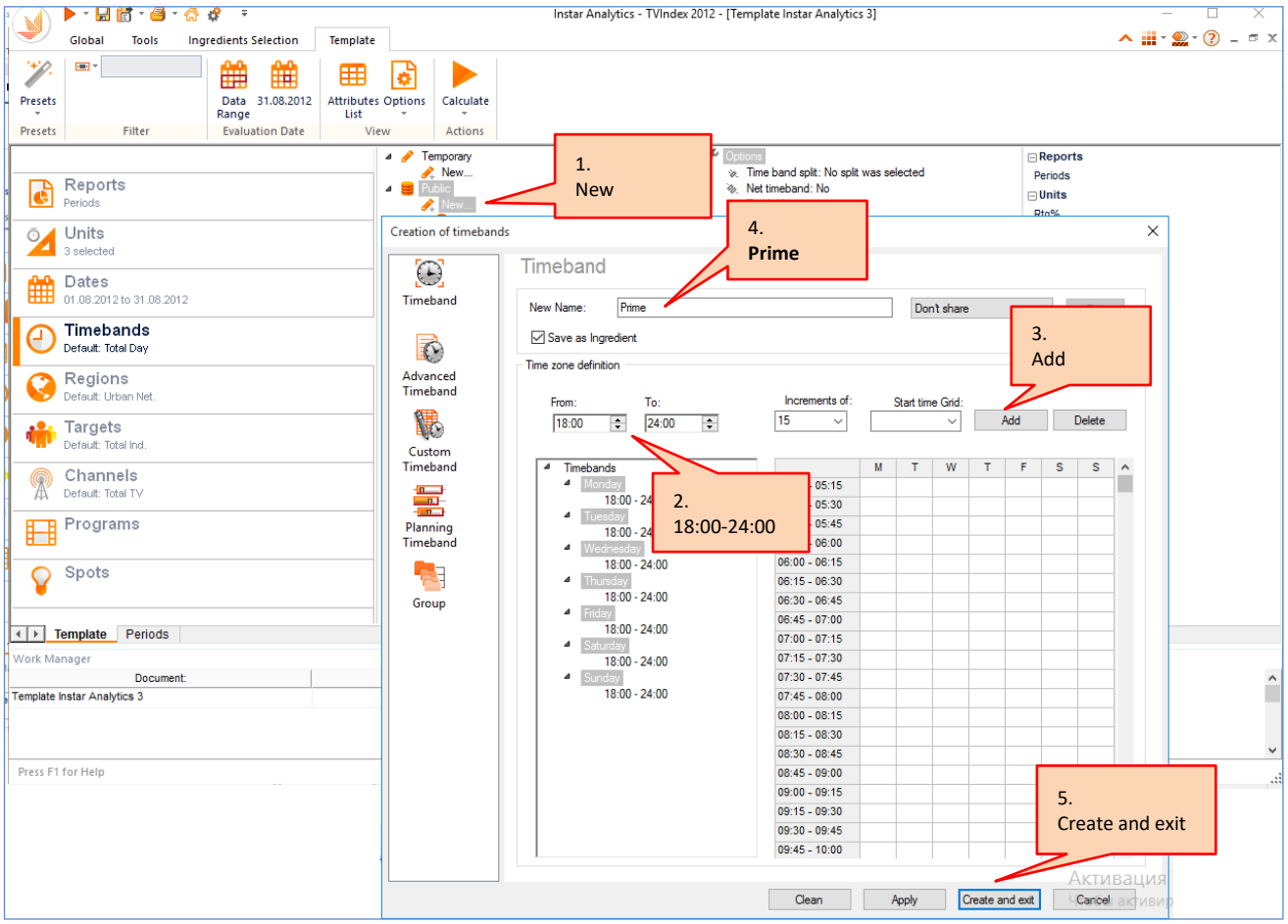
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчет **Vehicles**.



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

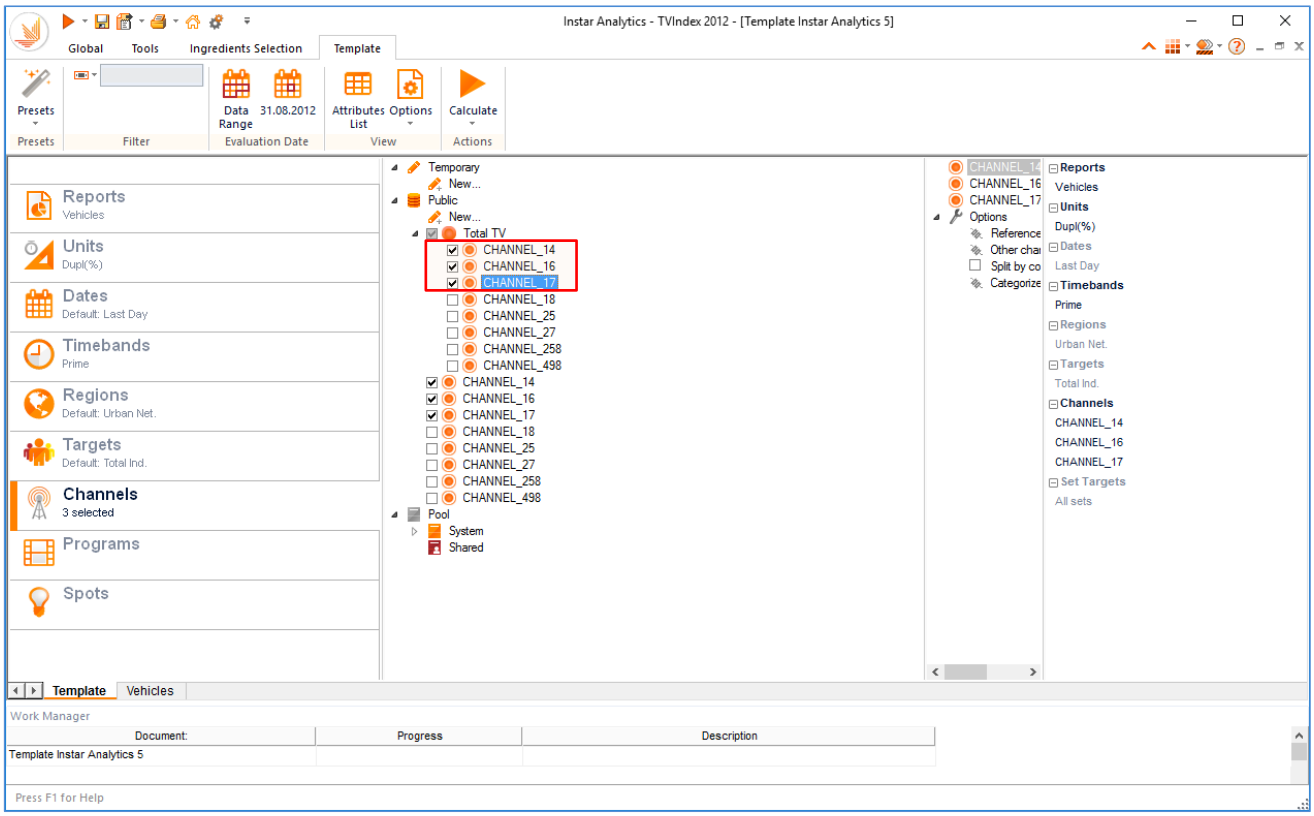


3. Во вкладке **Timebands** создаем временной интервал Prime (18:00-24:00).



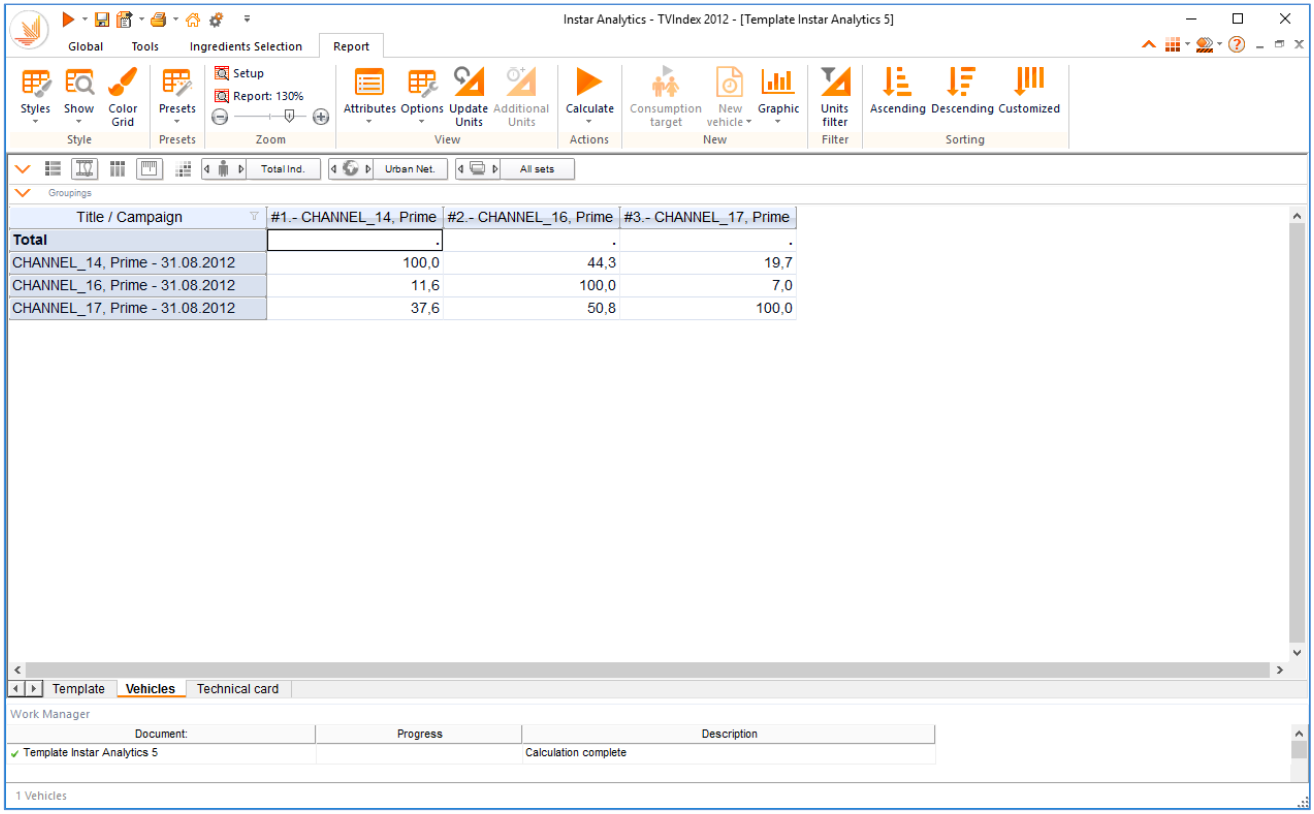
4. Период **Last day**, регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind** выбираются по умолчанию.

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



6. Запускаем расчет.

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



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

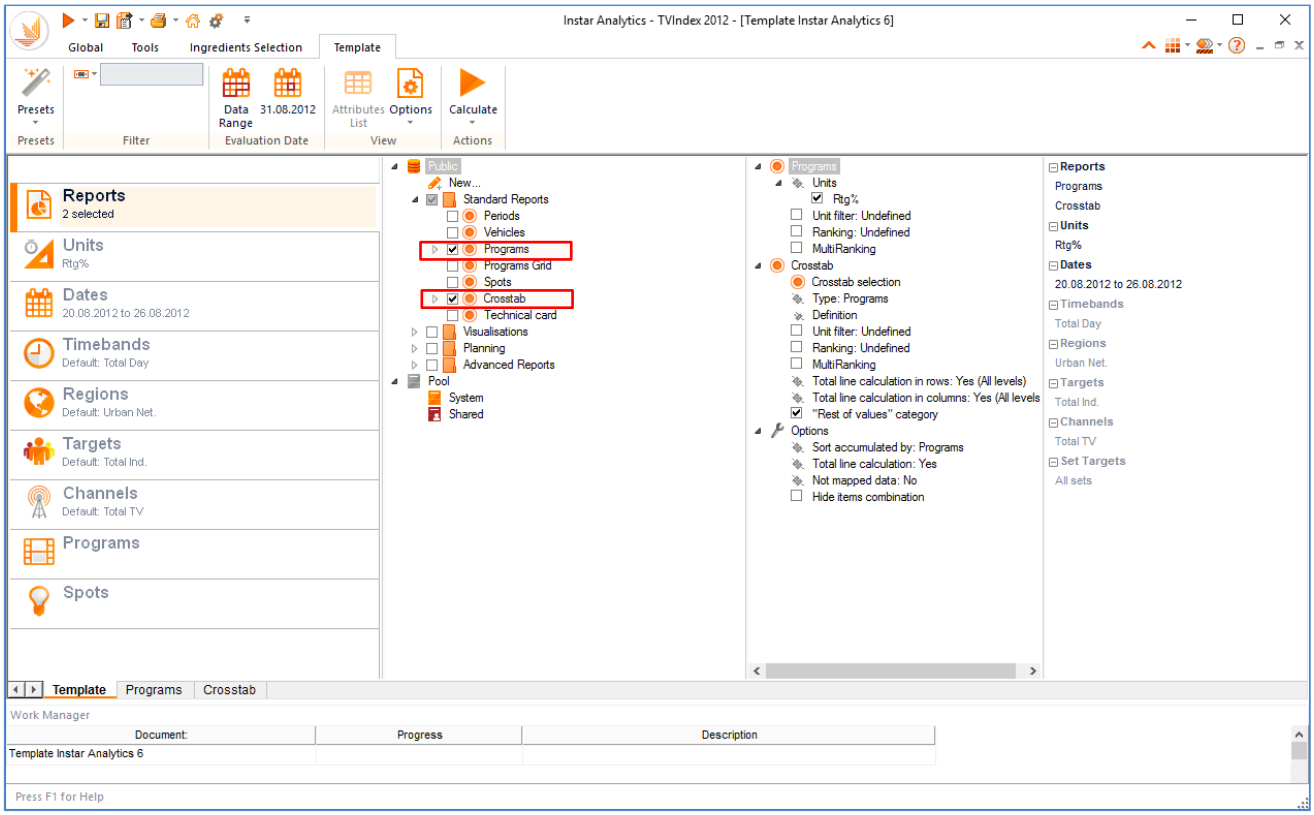
Задача: Определить:

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

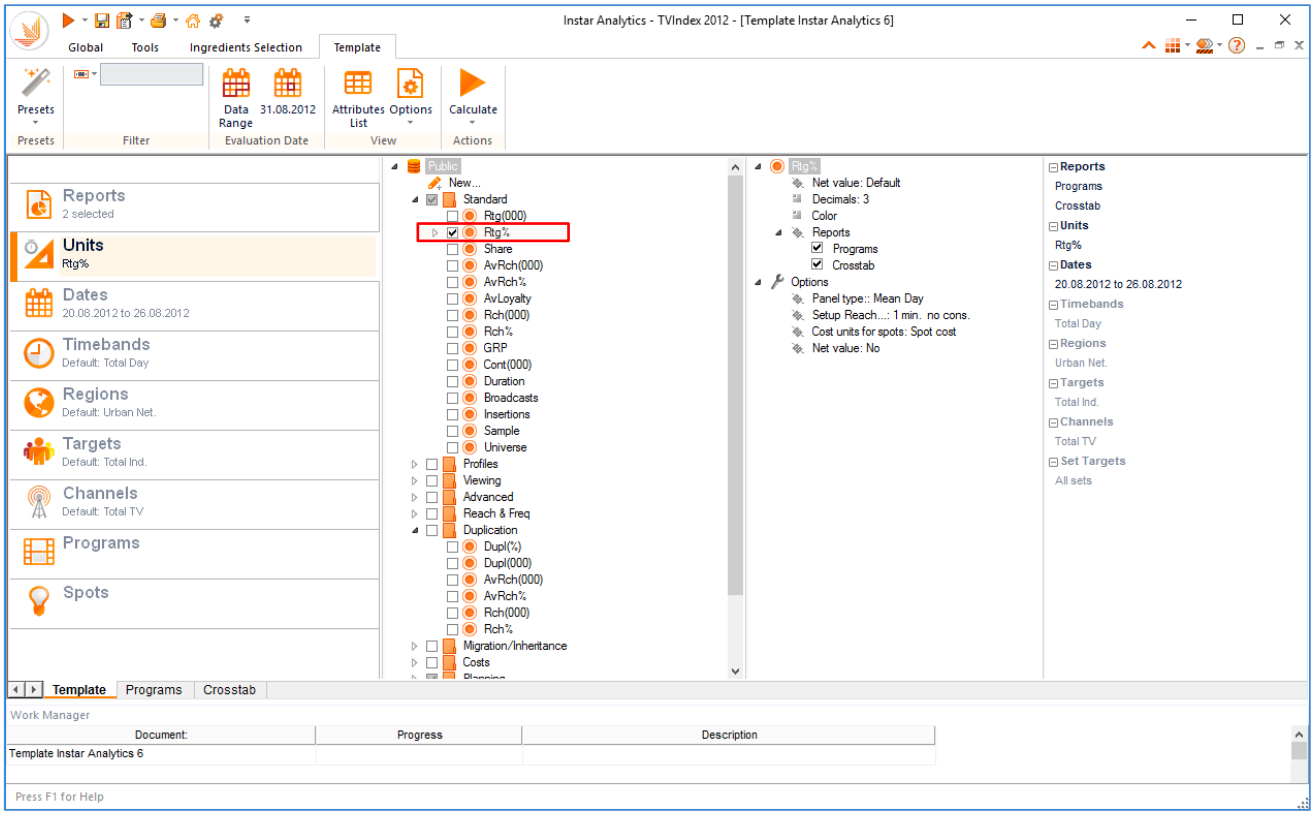
Период	20 – 26 августа 2012 года
Регион	Urban Net
Целевая группа	Total Ind.
Channels	Total TV
Примечание	Программы длительностью менее 10 минут не учитываются.

Последовательность действий:

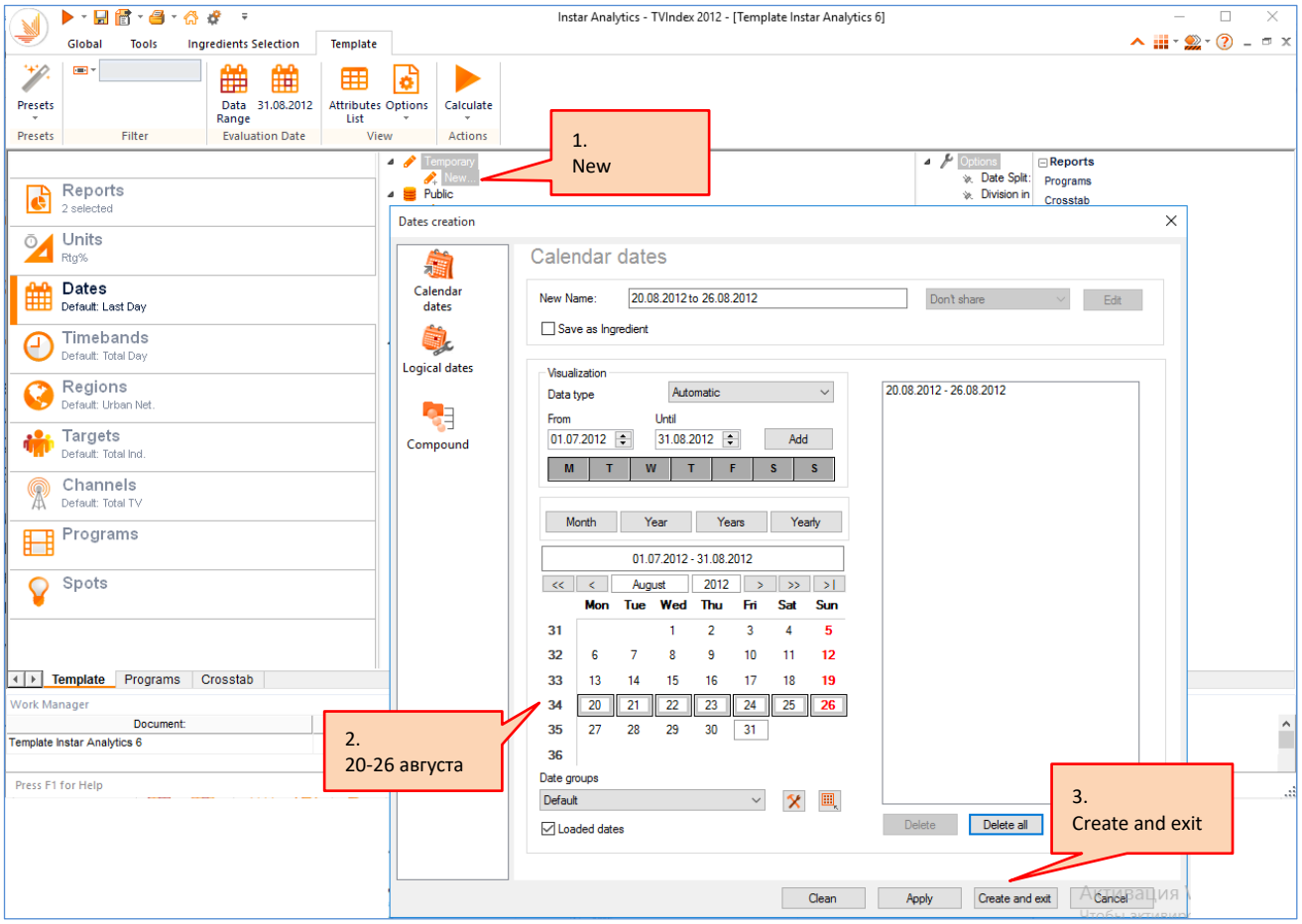
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчеты **Programs** и **Crosstab**.



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



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

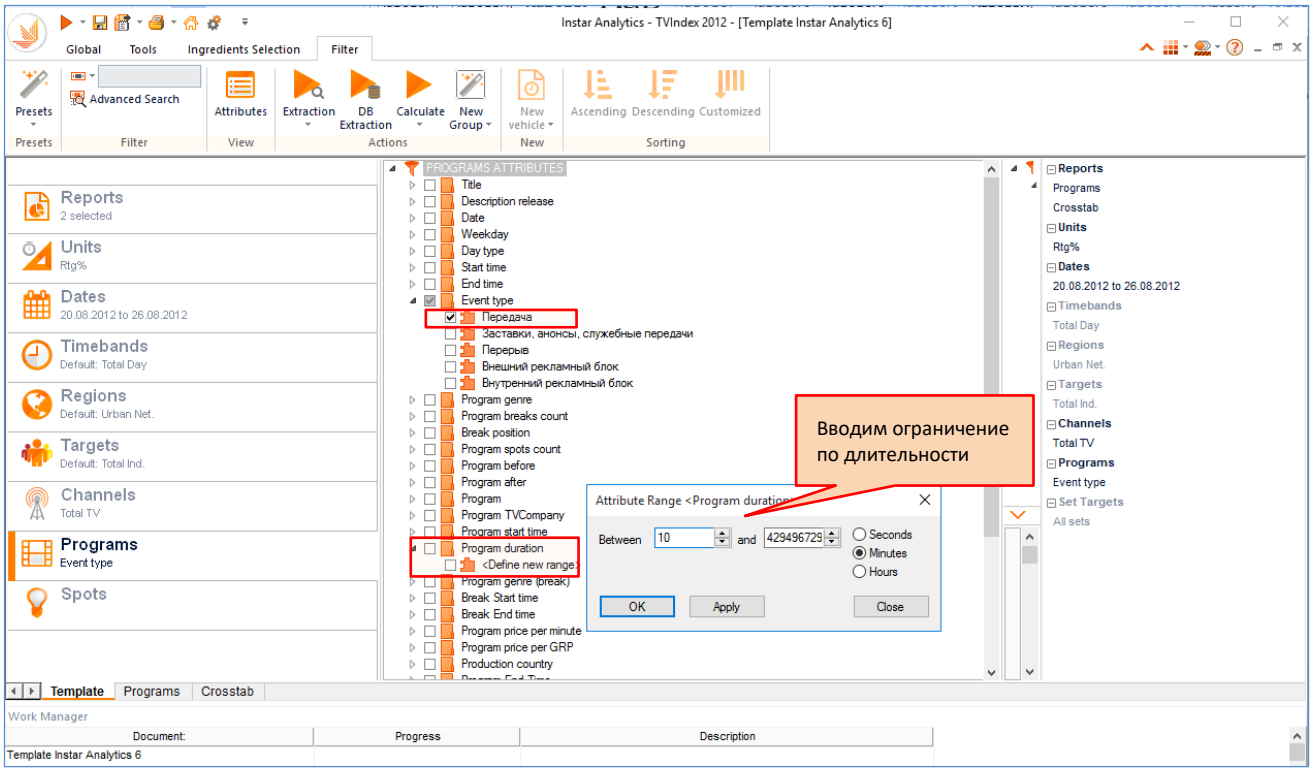


4. Регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind** выбираются по умолчанию.

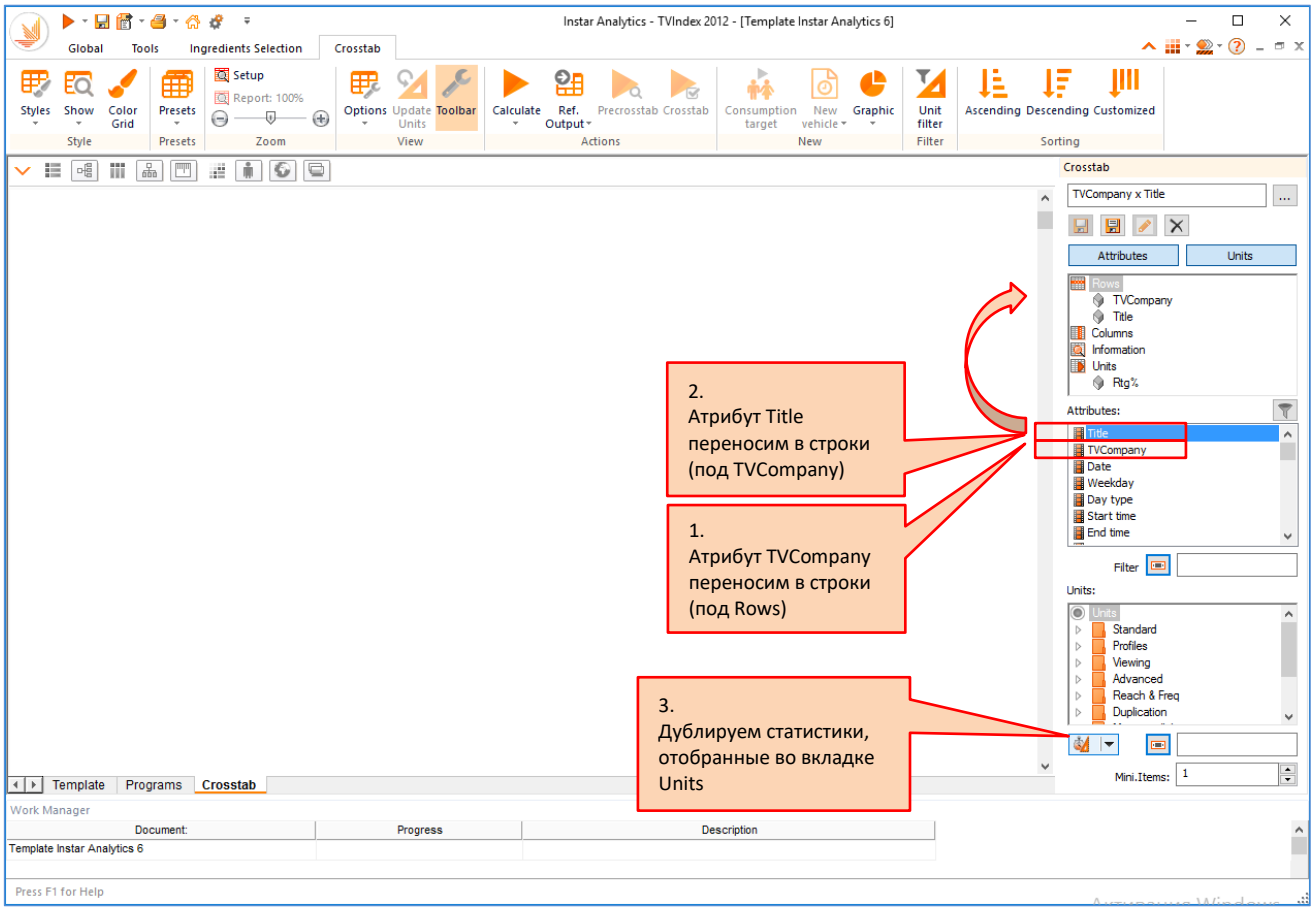
K Research Central Asia

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.

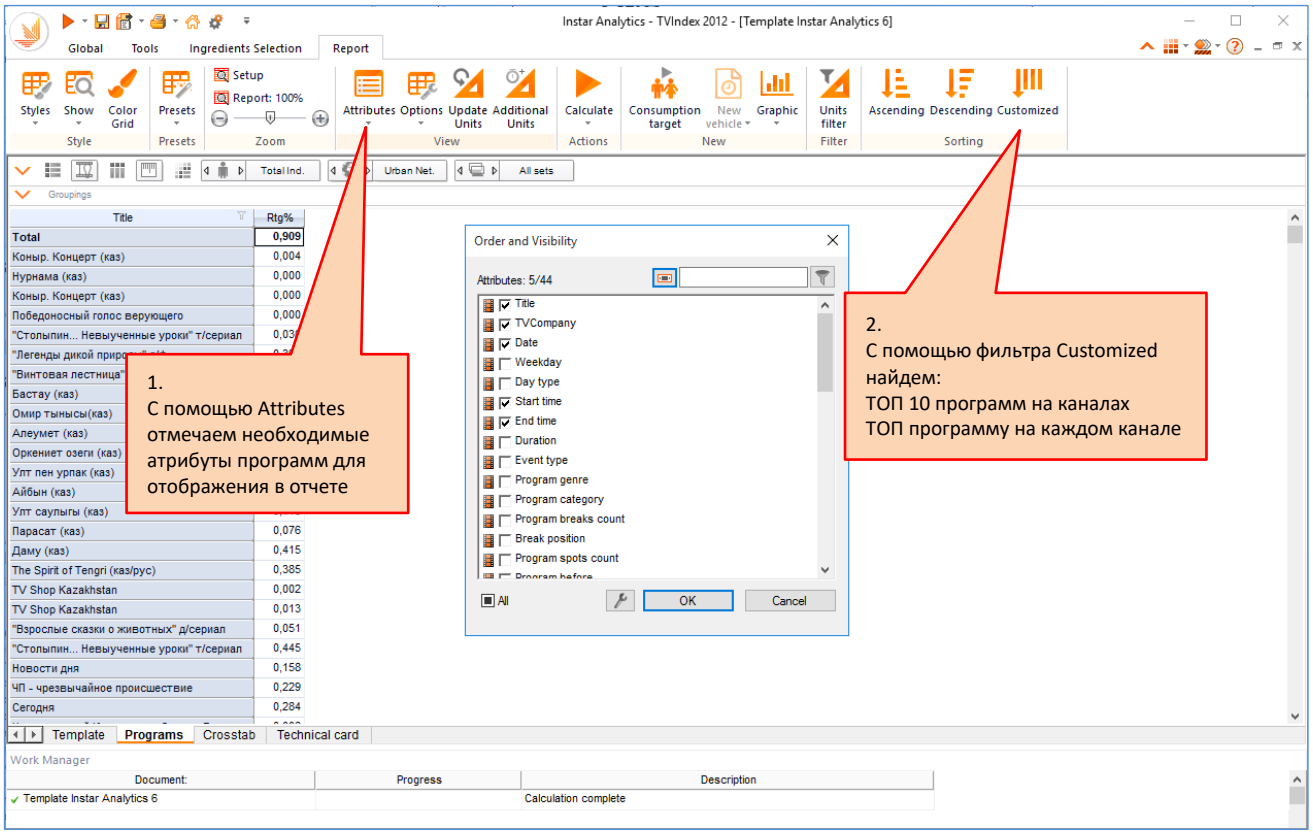


7. На закладке **Crosstab** формируем структуру сводной таблицы.

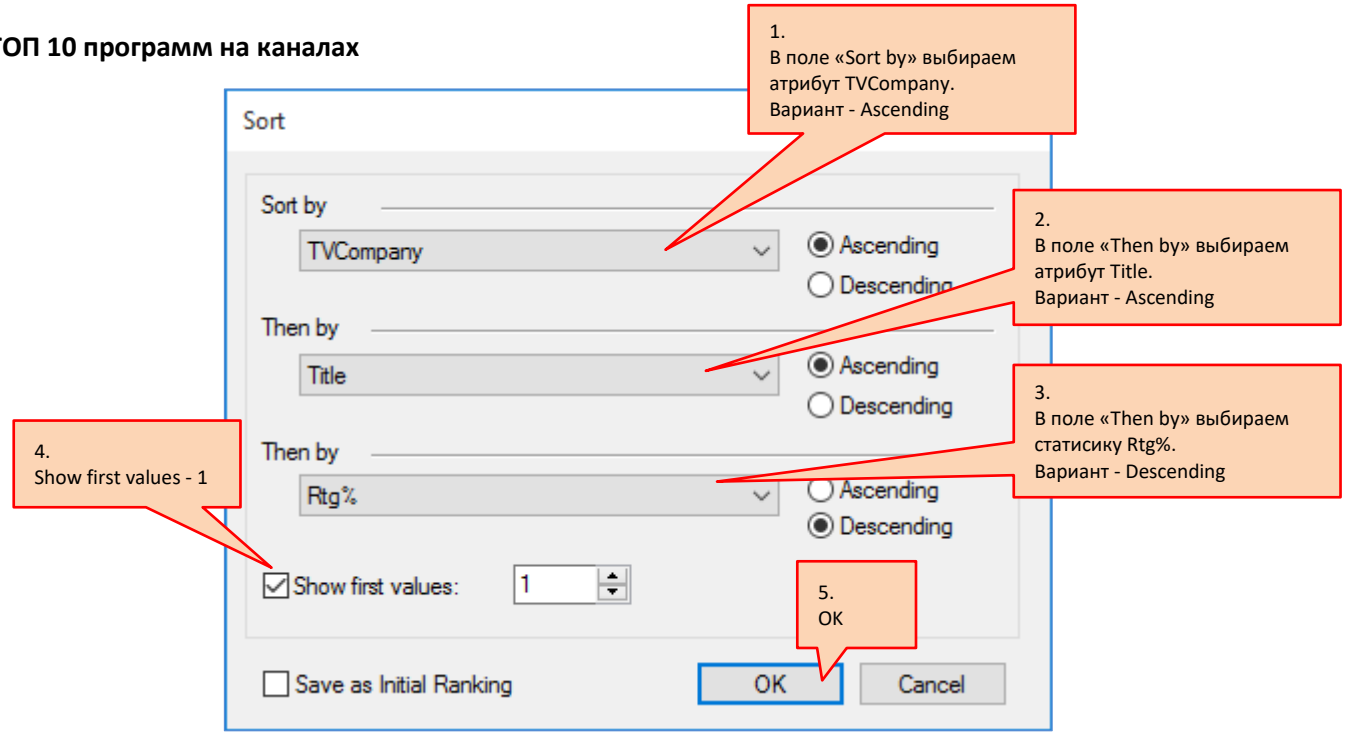


8. Запускаем расчет.

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.

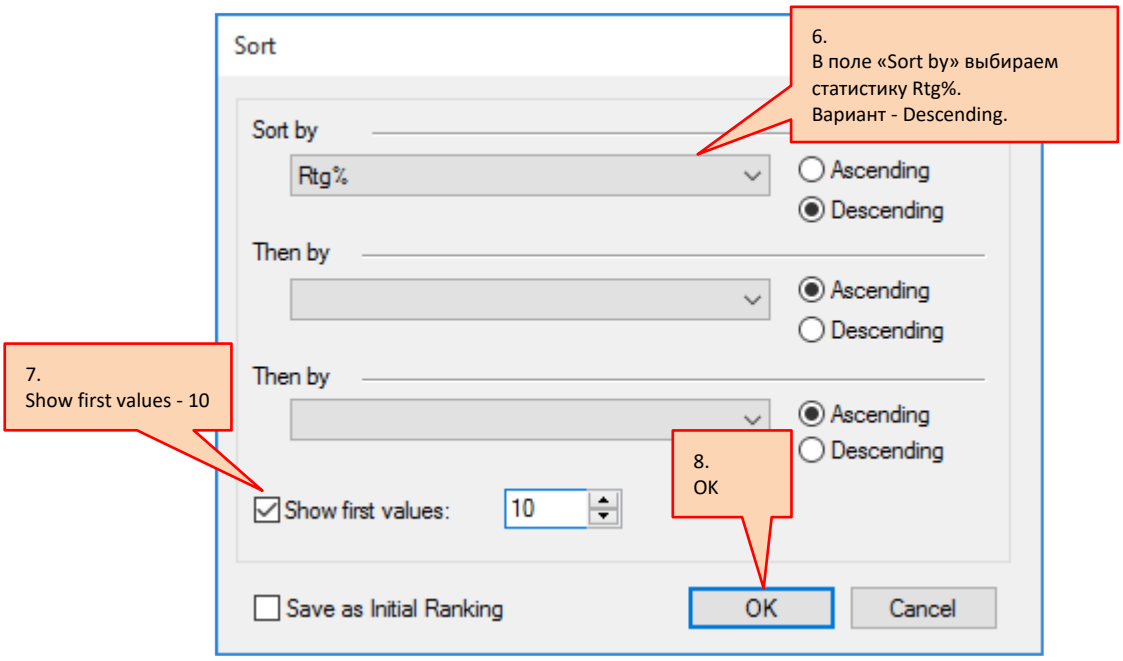


ТОП 10 программ на каналах

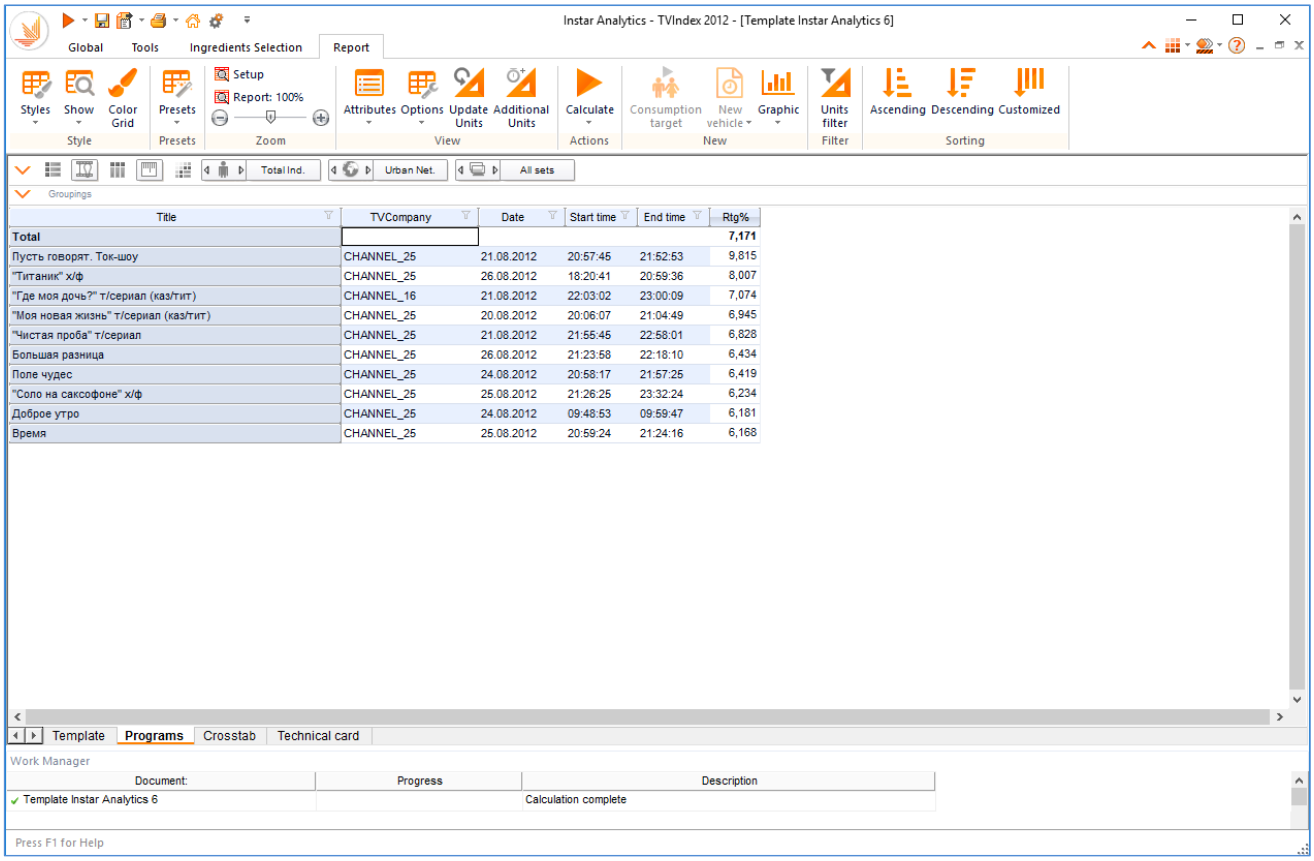


В результате сортировки отобразятся уникальные выходы программ, причем для повторяющихся программ отобразится один выход с максимальным рейтингом.

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

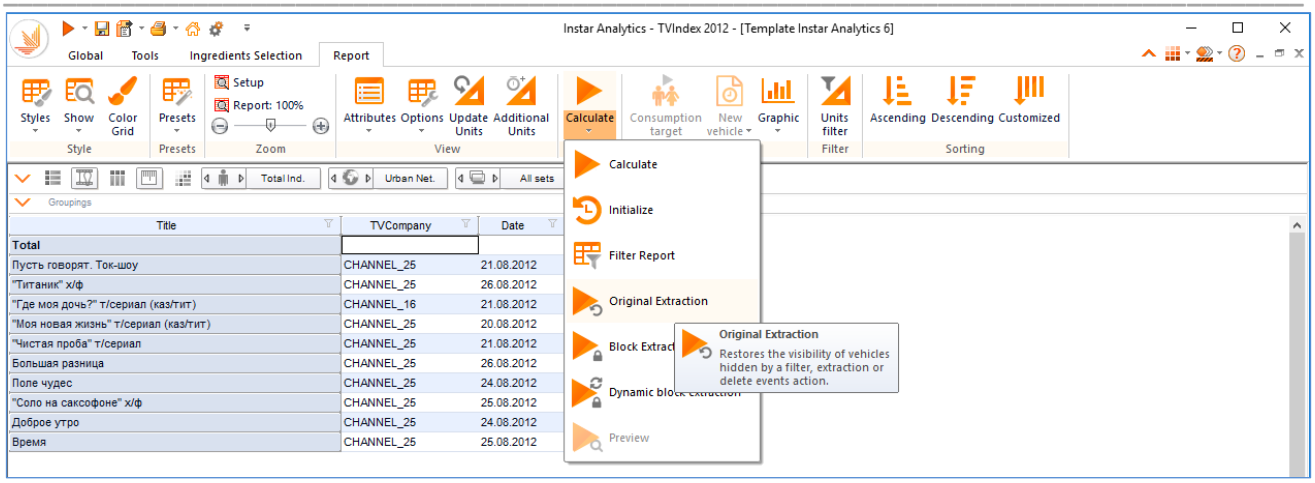


Результат сортировки - **ТОП 10 программ на каналах**:

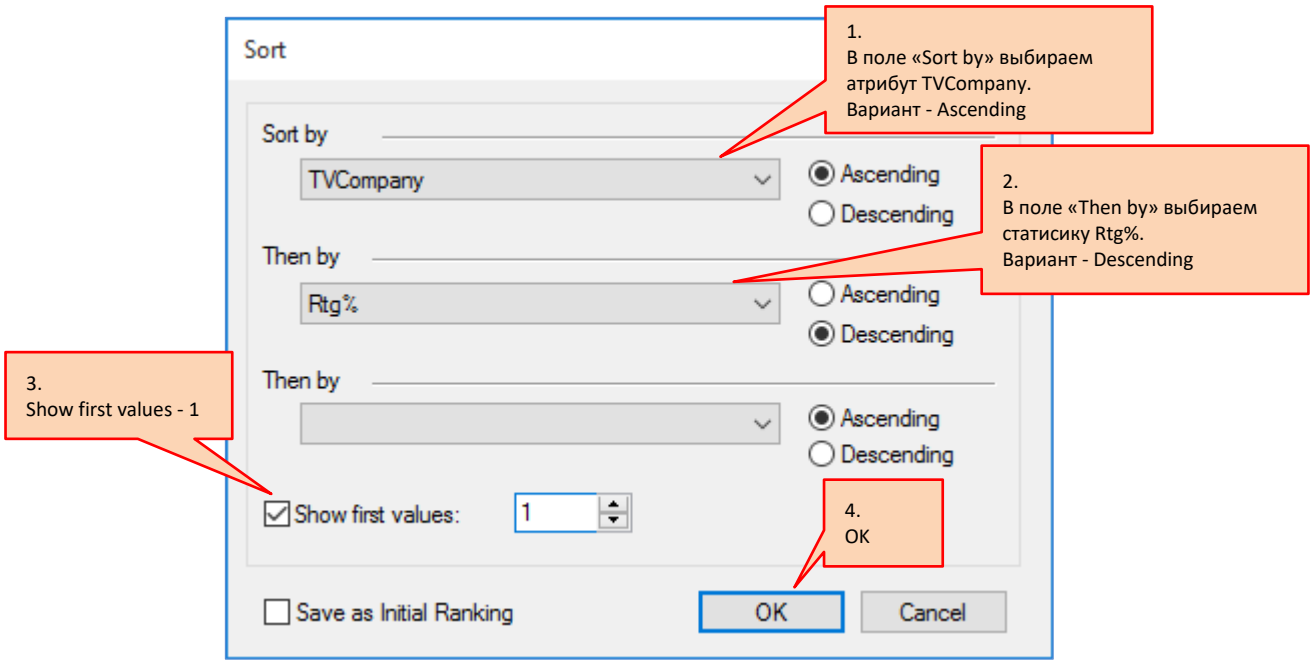


Title	TVCompany	Date	Start time	End time	Rtg%
Total					**7,171**
Пусть говорят. Ток-шоу	CHANNEL_25	21.08.2012	20:57:45	21:52:53	9,815
"Титаник" х/ф	CHANNEL_25	26.08.2012	18:20:41	20:59:36	8,007
"Где моя дочь?" т/сериал (каз/тит)	CHANNEL_16	21.08.2012	22:03:02	23:00:09	7,074
"Моя новая жизнь" т/сериал (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.

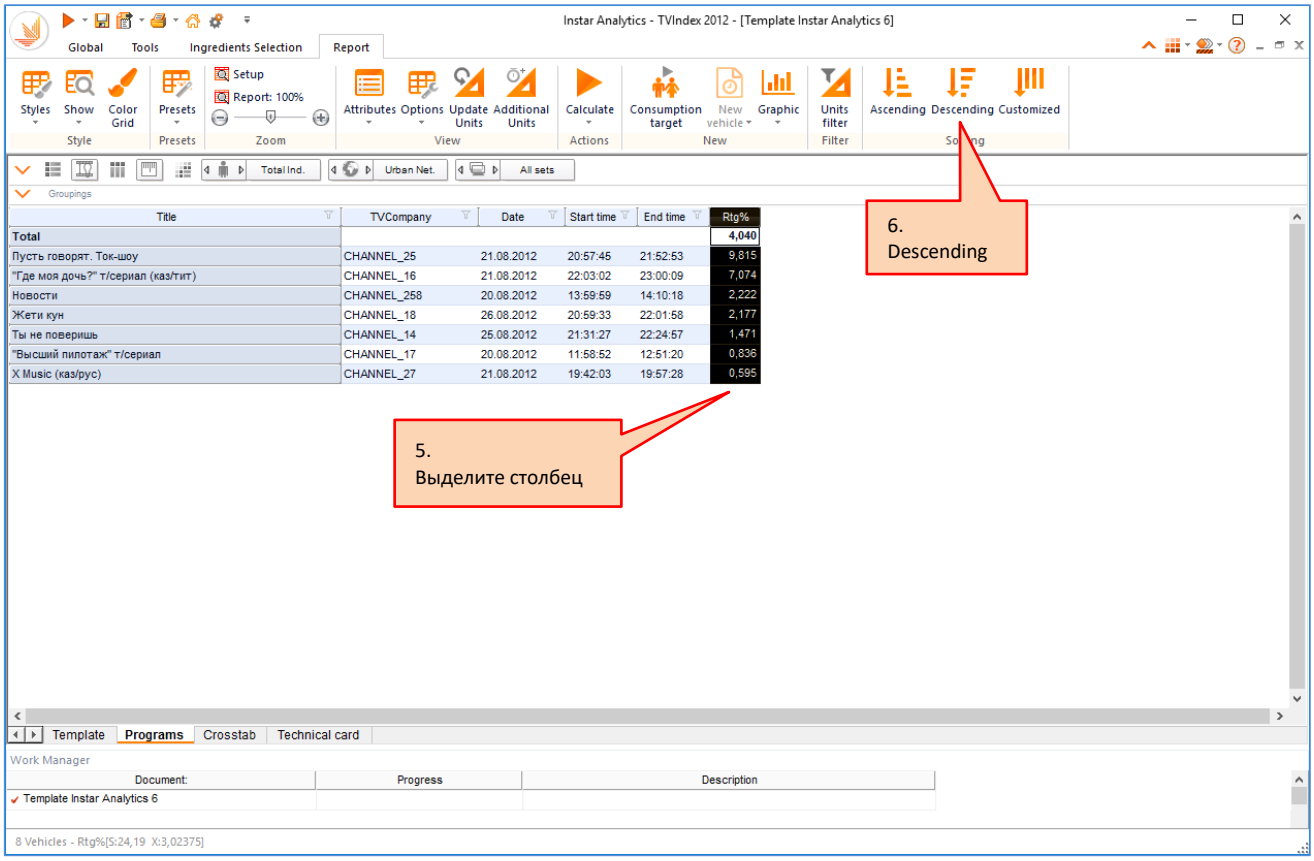


ТОП программа на каждом канале



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**:

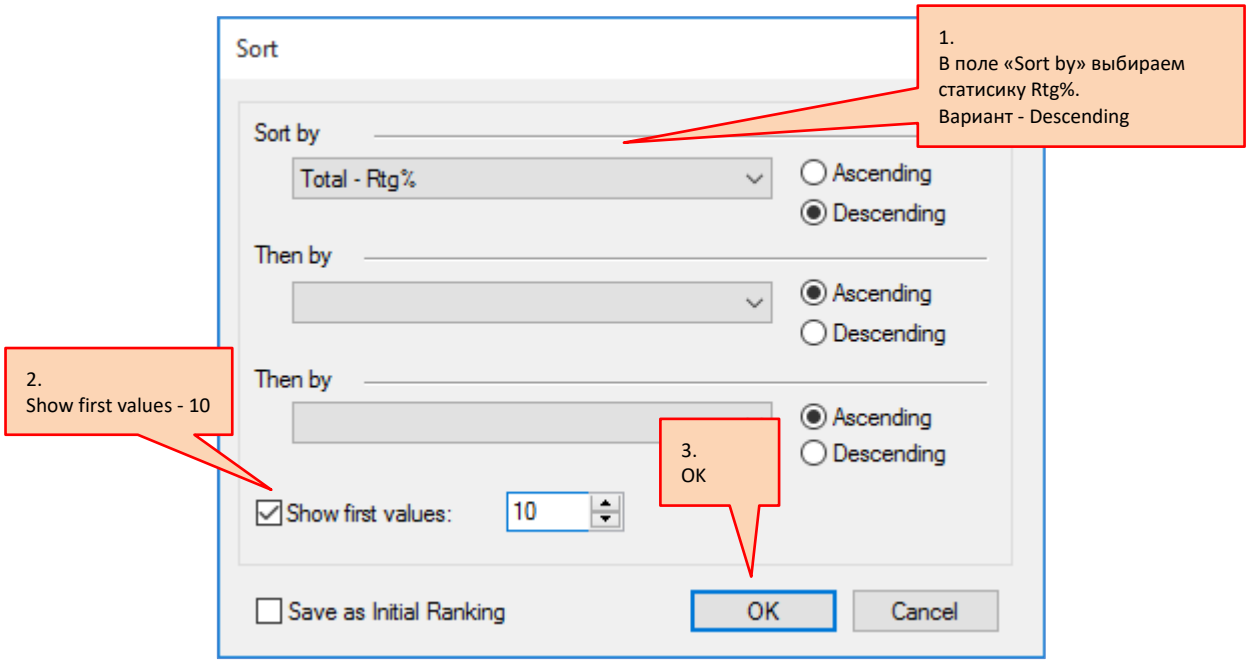


Для снятия фильтра нажмите еще раз на Customized, не устанавливая условий сортировки кликните на «OK», или выберите команду Original Extraction в меню верхней панели инструментов.

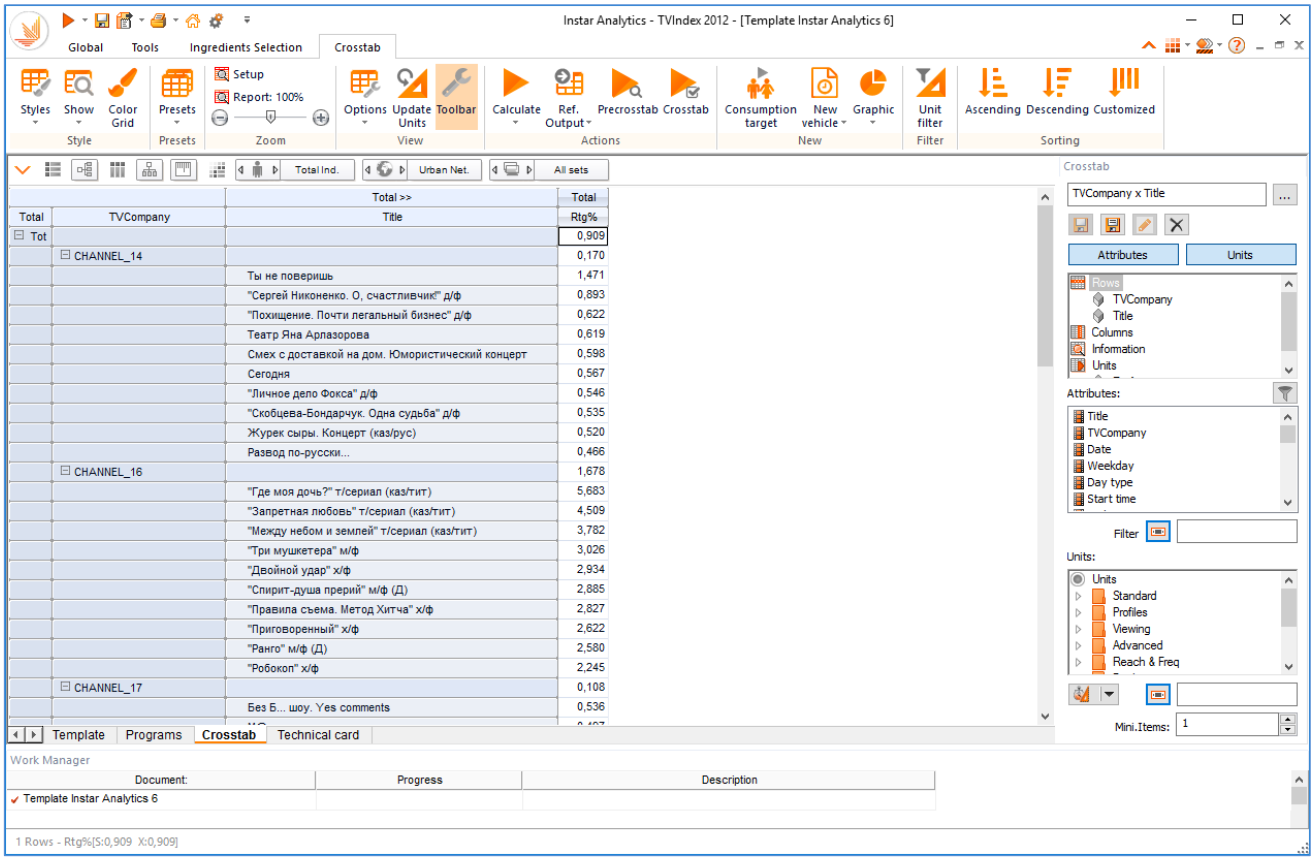
ТОП 10 программ на каждом канале по среднему рейтингу

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**.



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



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

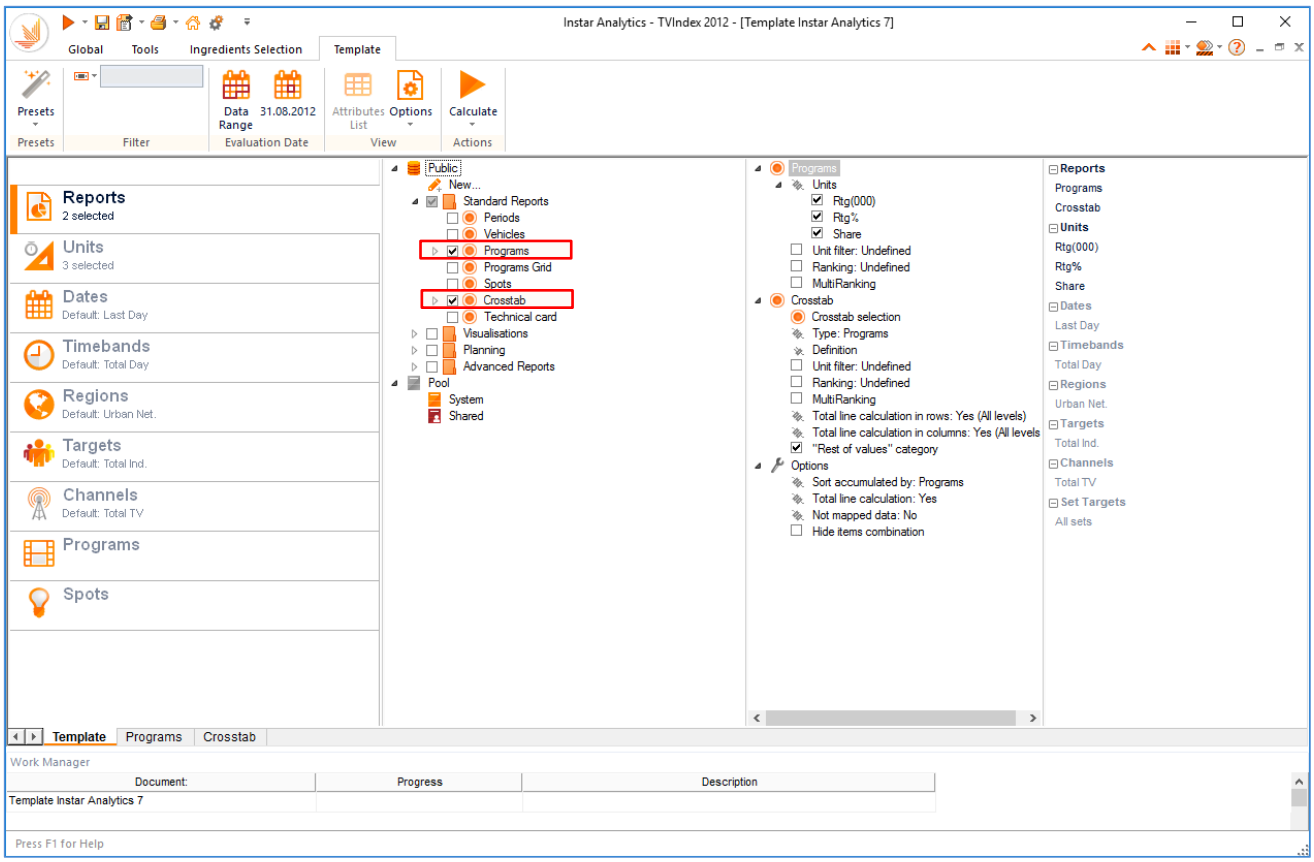
5.2. Пример 2

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

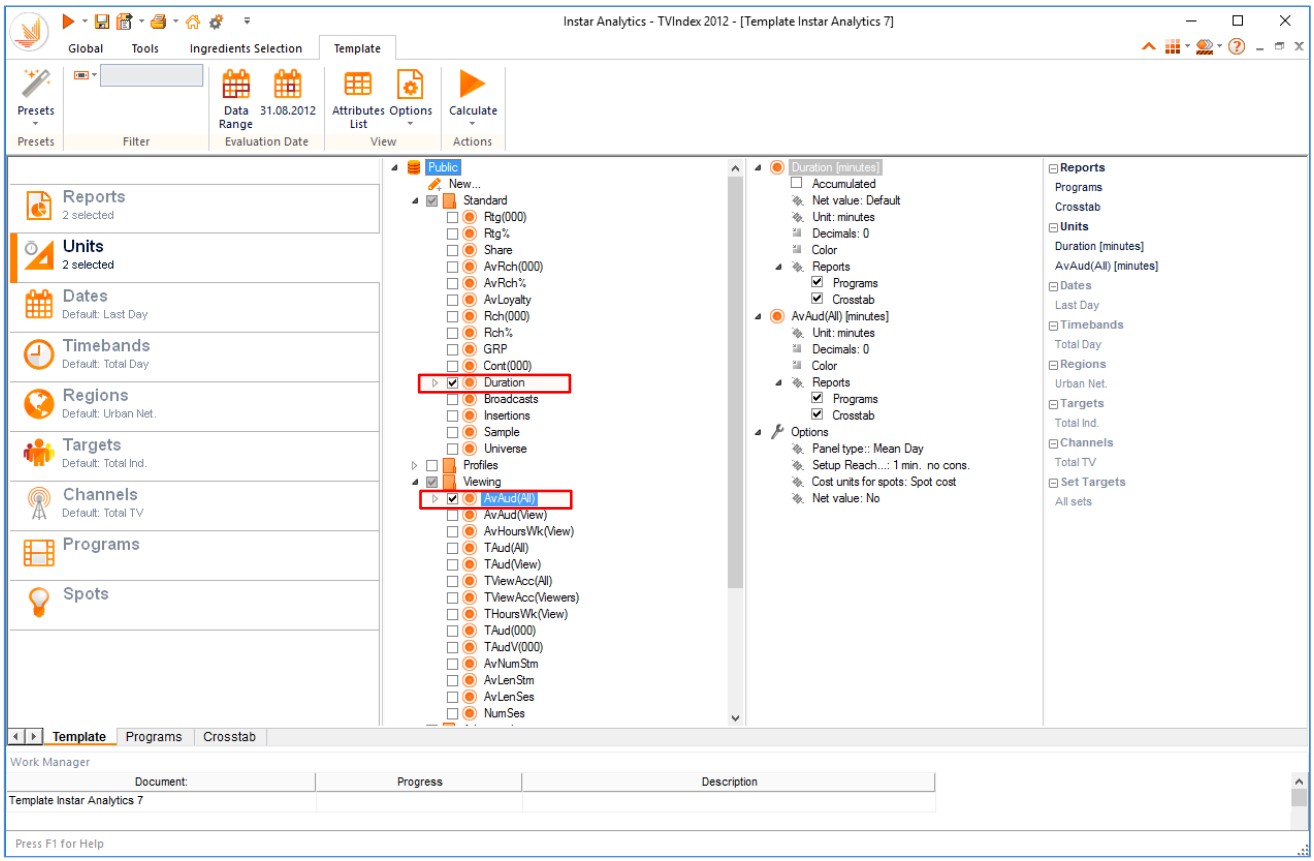
Период Август 2012.
Регион Urban Net
Целевая группа Total Ind.

Последовательность действий:

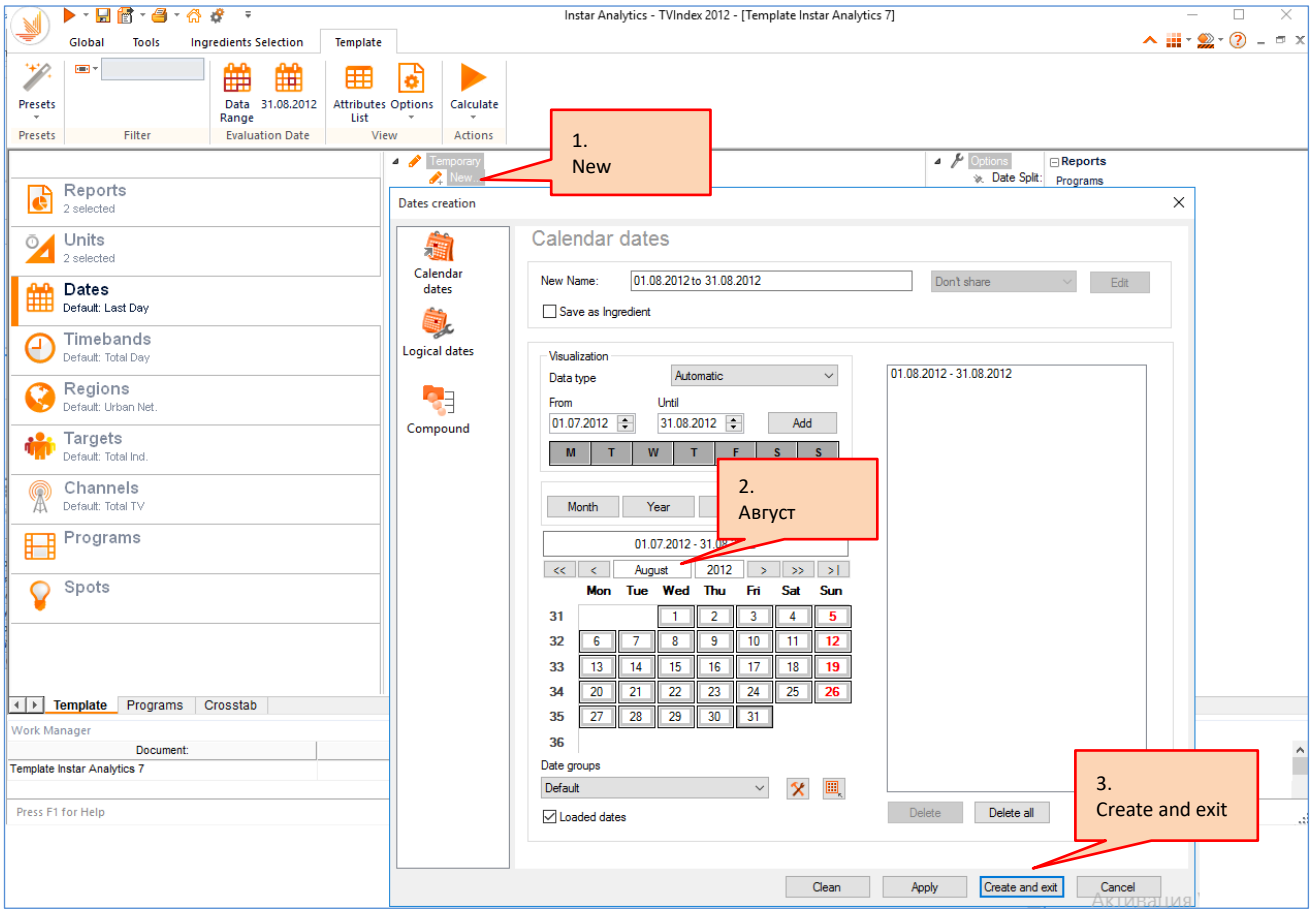
1. Во вкладке **Reports** отмечаем отчеты **Programs** и **Crosstab**.



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

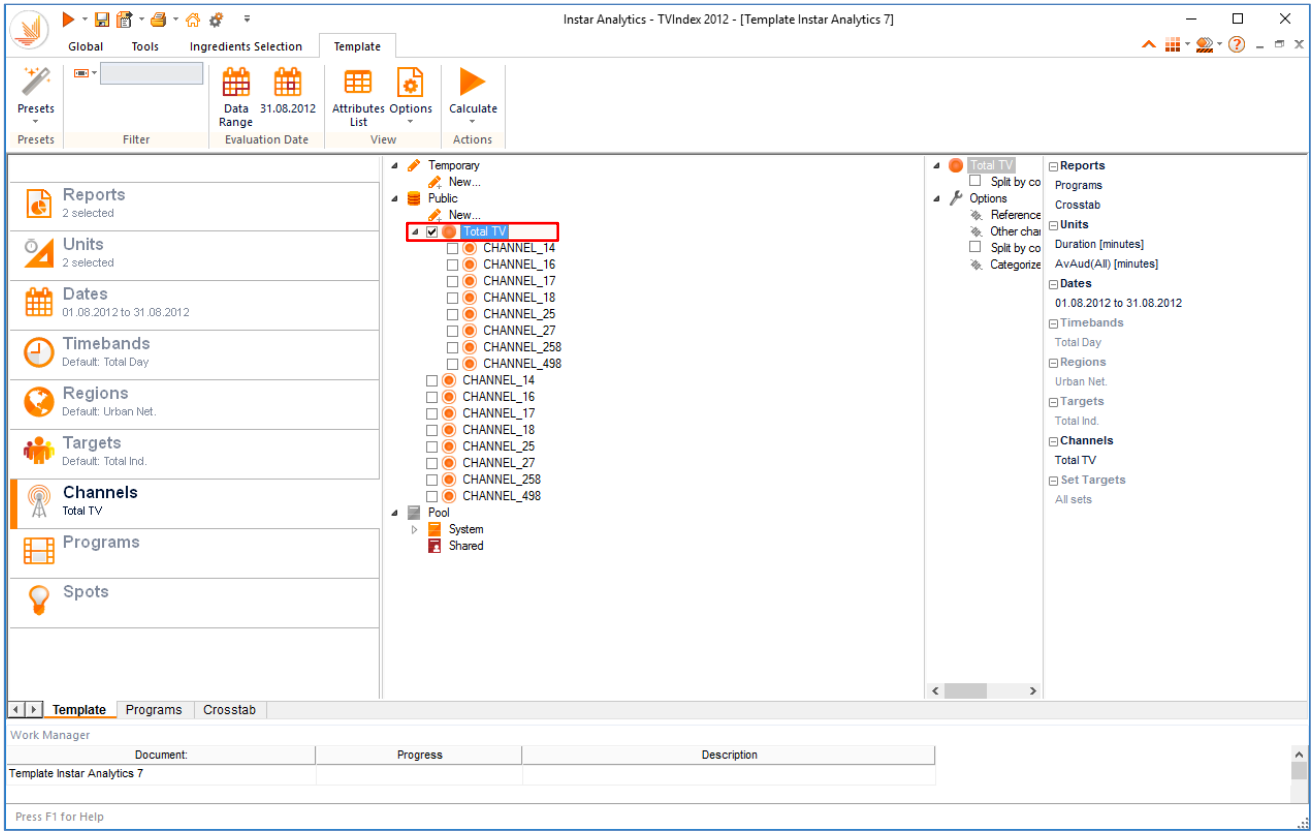


3. Во вкладке **Dates** создаем период.

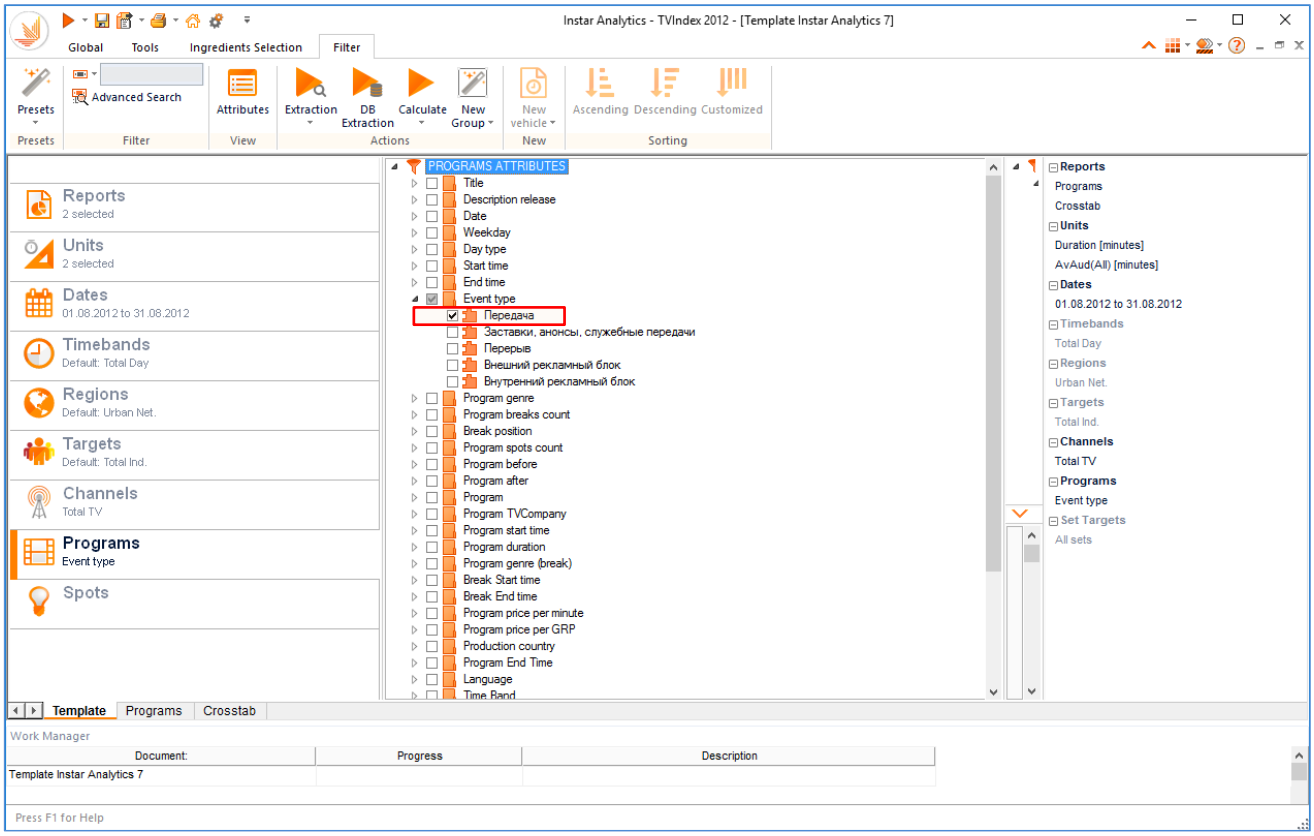


4. Временной интревал **Total Day**, регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind.** устанавливаются по умолчанию.

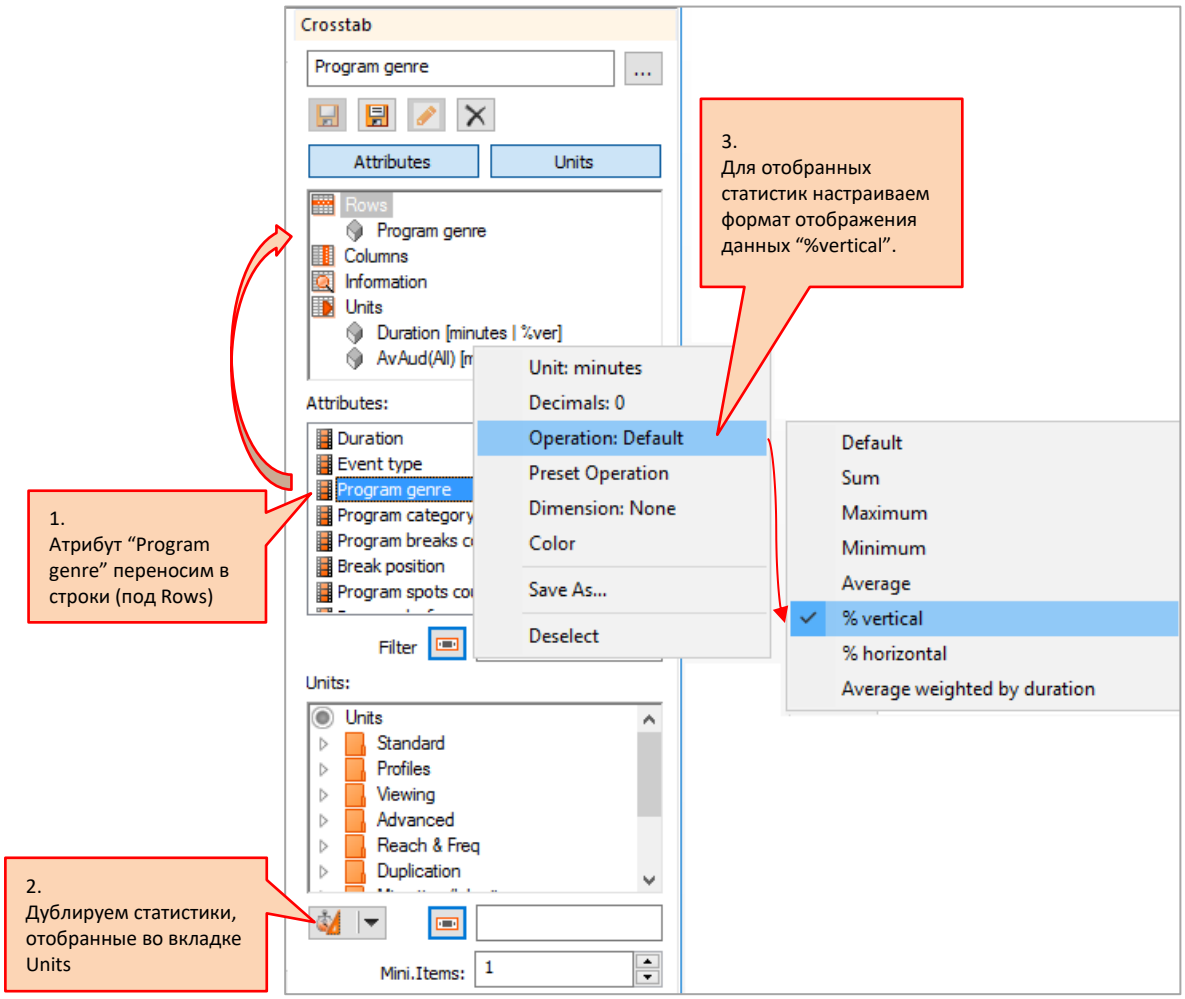
5. Во вкладке **Channels** отмечаем **Total TV**.



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

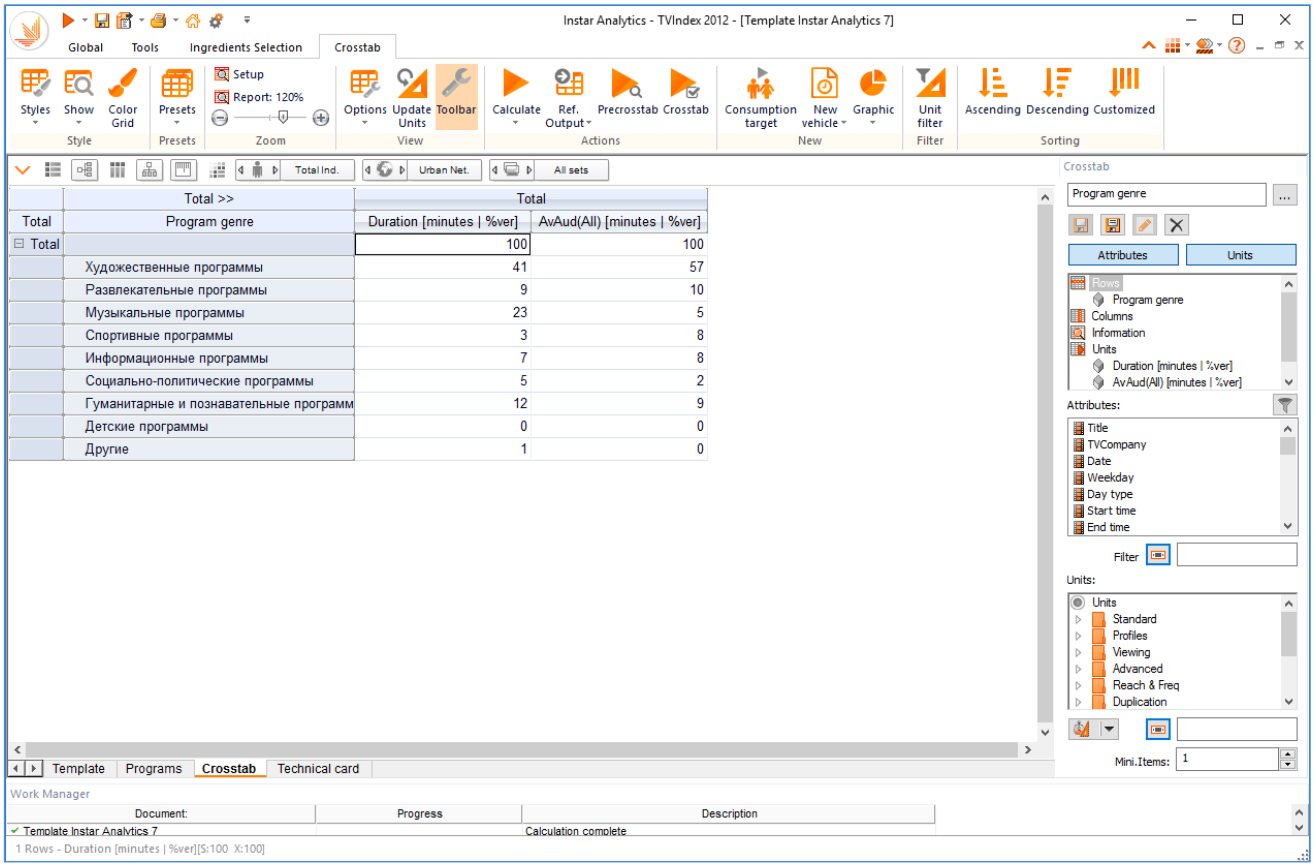


7. На закладке **Crosstab** настраиваем кросс-таблицу.



8. Запускаем расчет.

9. Результаты вычисления представлен на закладке **Crosstab**.



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.

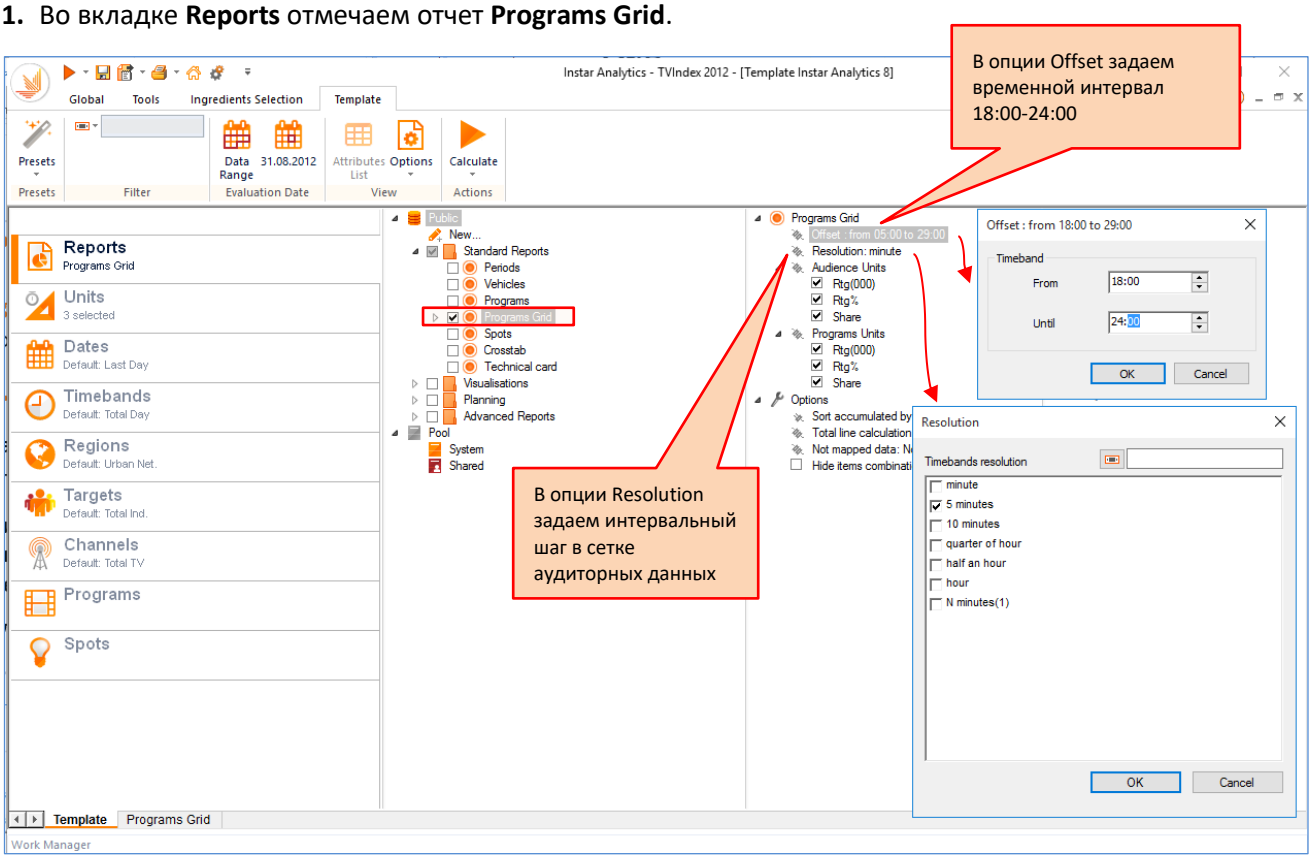
6.1. Пример 1

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.

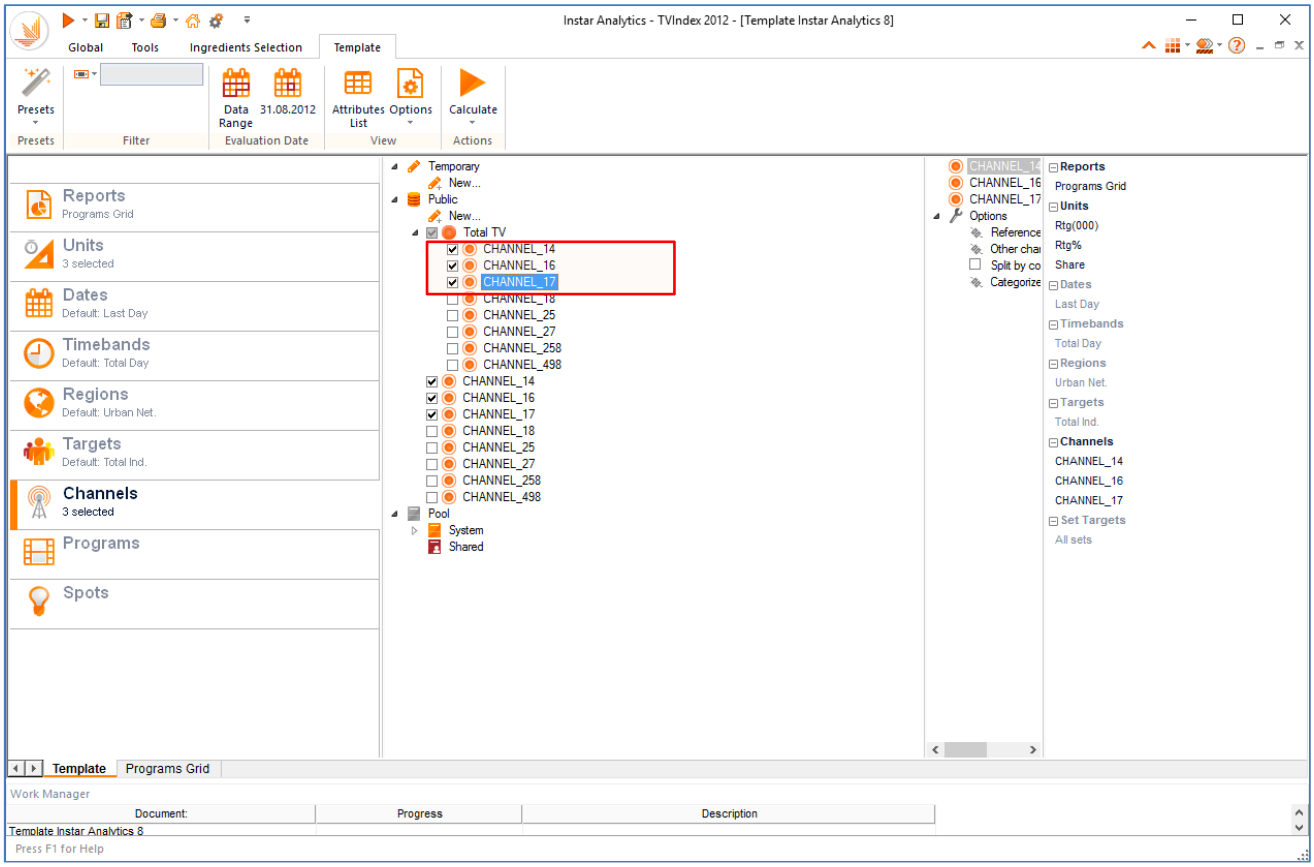
Последовательность действий:

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



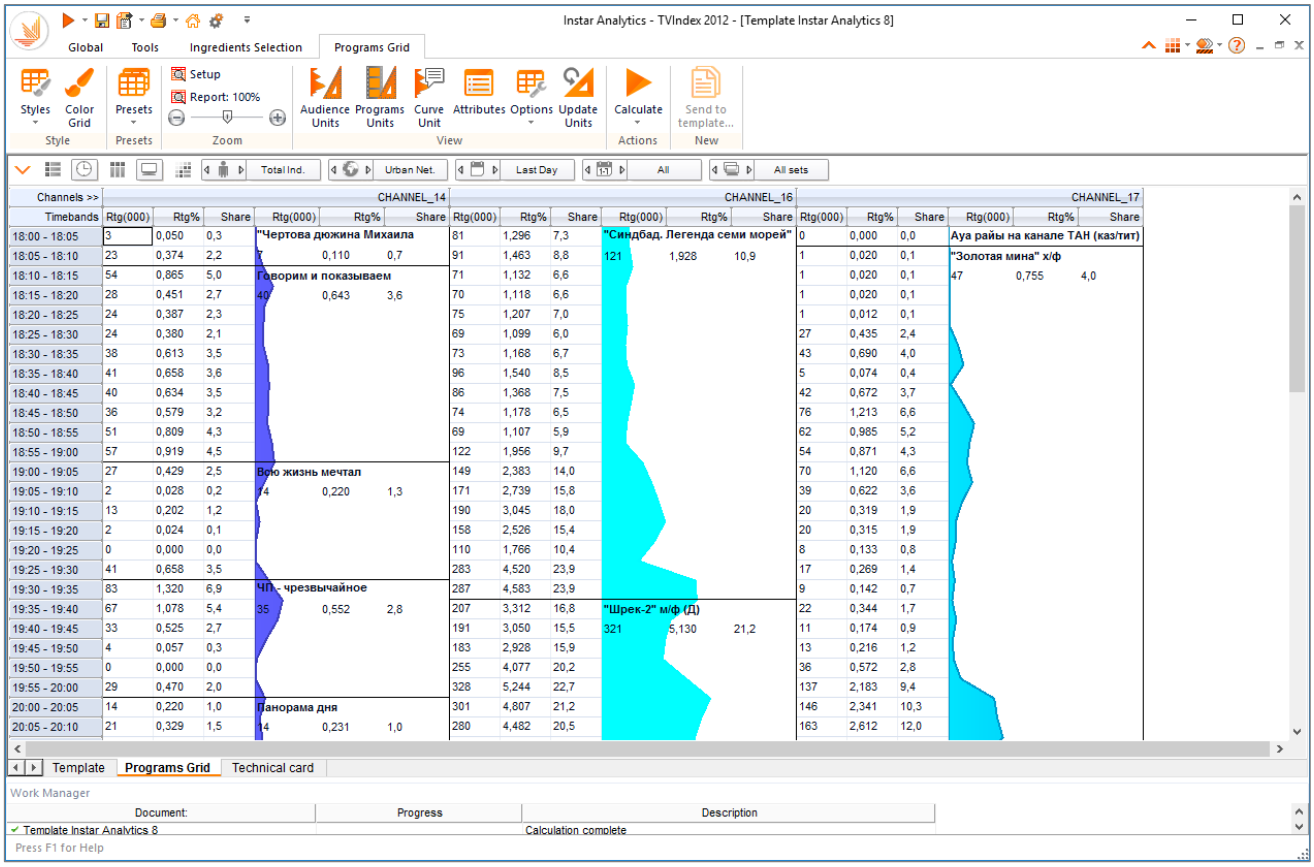
2. Статистики **Rtg%**, **Rtg(000)**, **Share**, период **Last Day**, целевая аудитория **Total Ind** и регион **Urban Net** устанавливаются по умолчанию.

3. Во вкладке Channels отмечаем каналы для анализа.

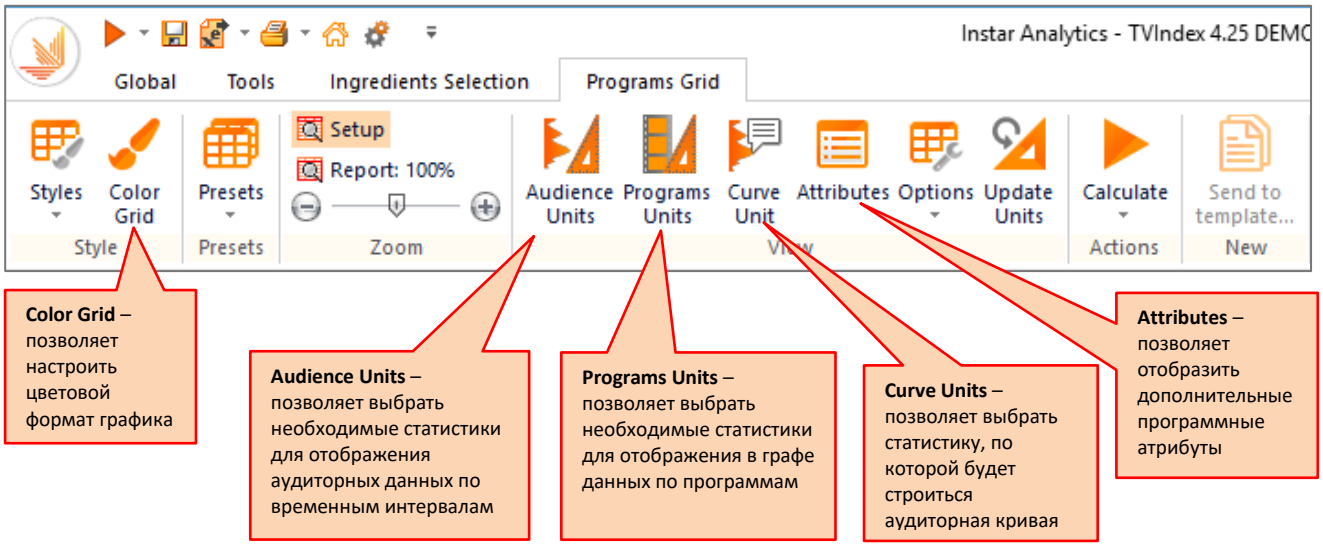


4. Запускаем расчет, нажав на кнопку **Calculate**.

5. Полученный результат представлен на закладке **Programs Grid**.



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.

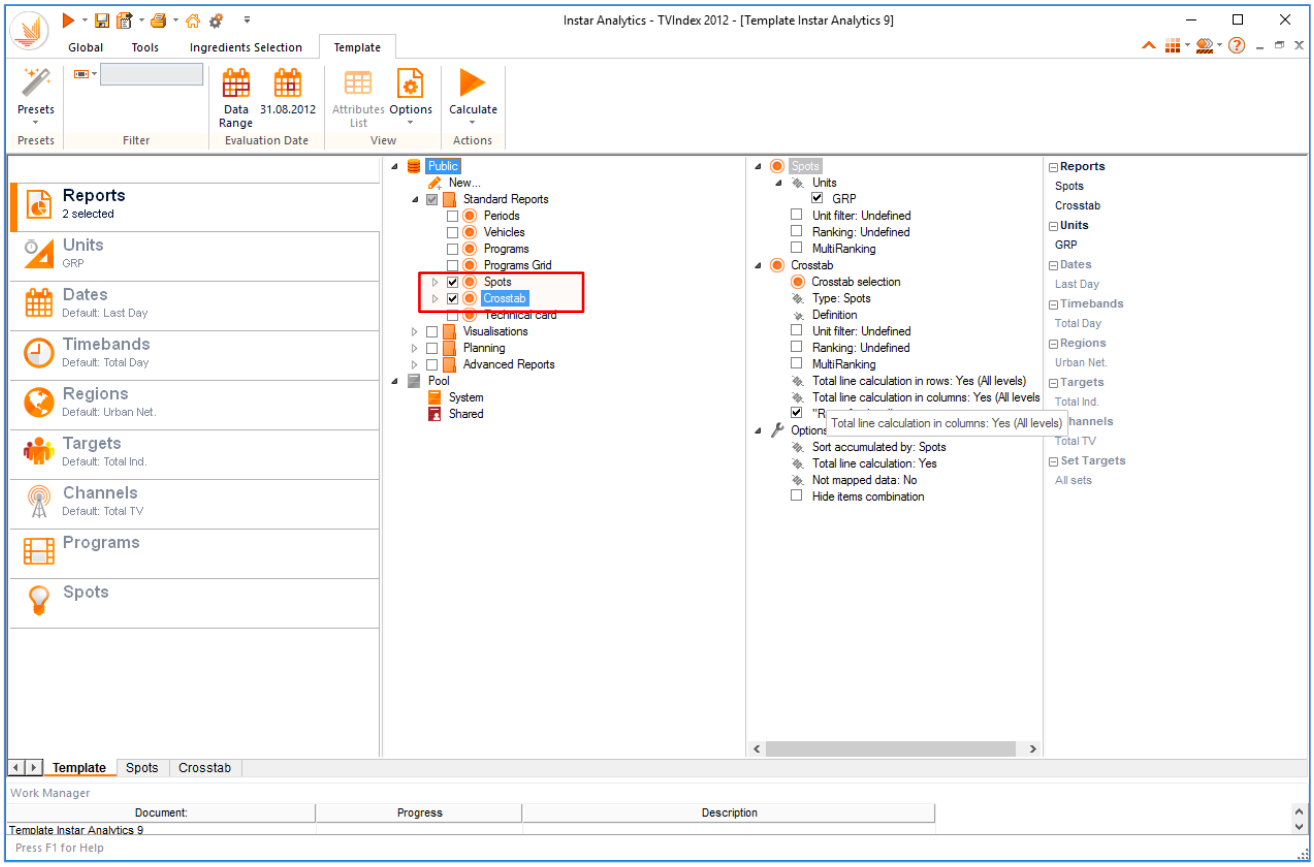
7.1. Пример 1

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

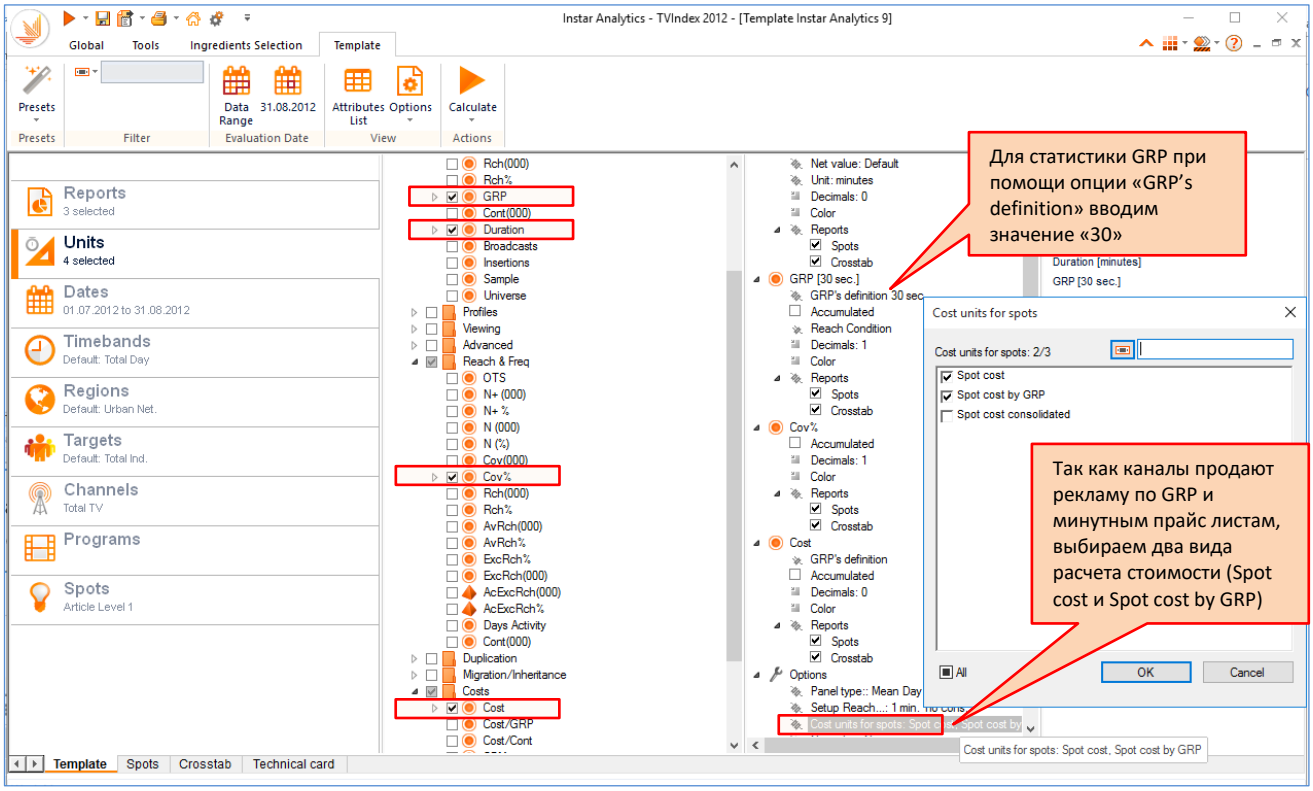
Период Июль-Август 2012 год
Регион Urban Net
Targets Total Ind.
Channels Total TV

Последовательность действий:

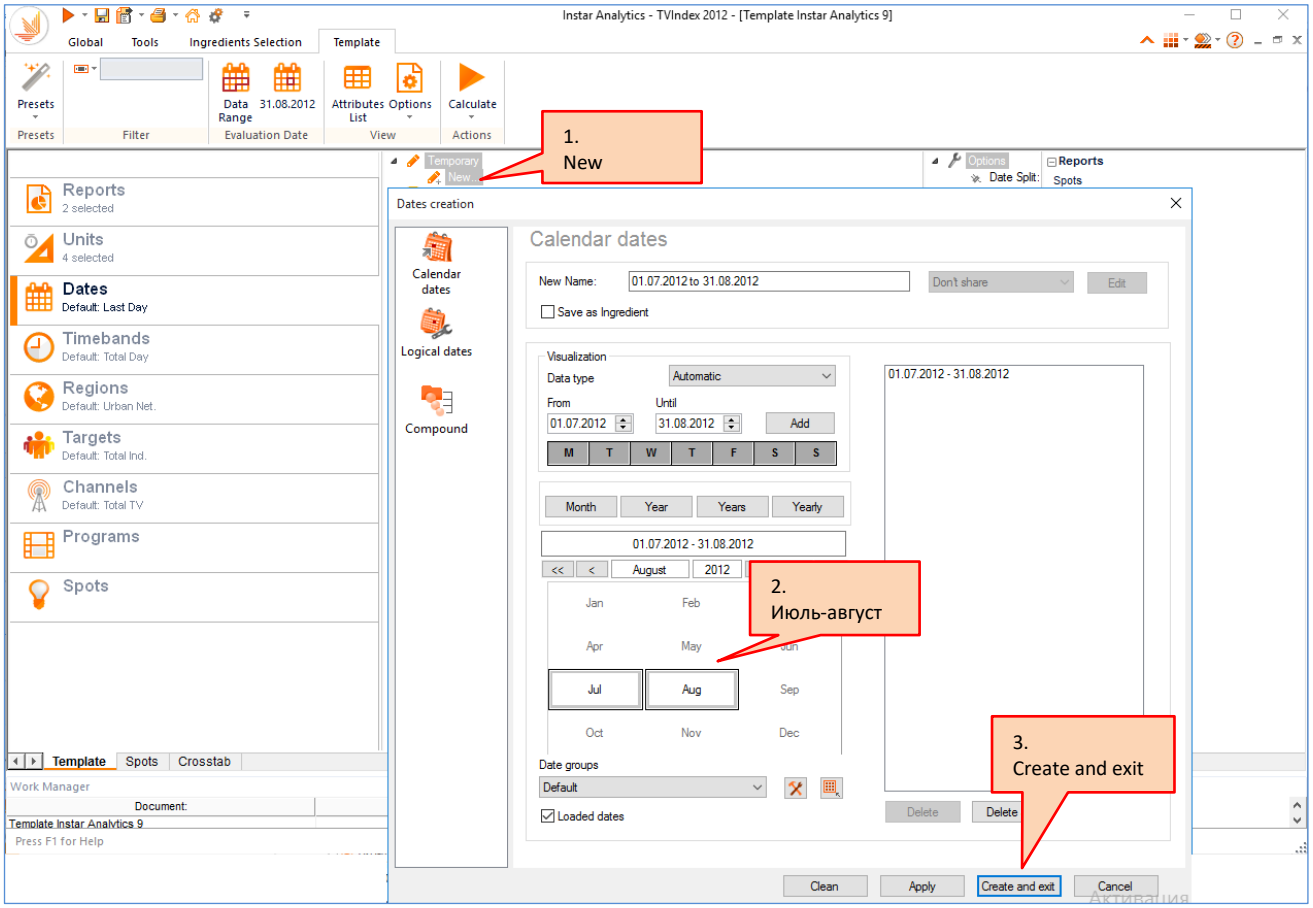
1. Во вкладке **Reports** выбираем отчеты **Sports** и **Crosstab**.



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

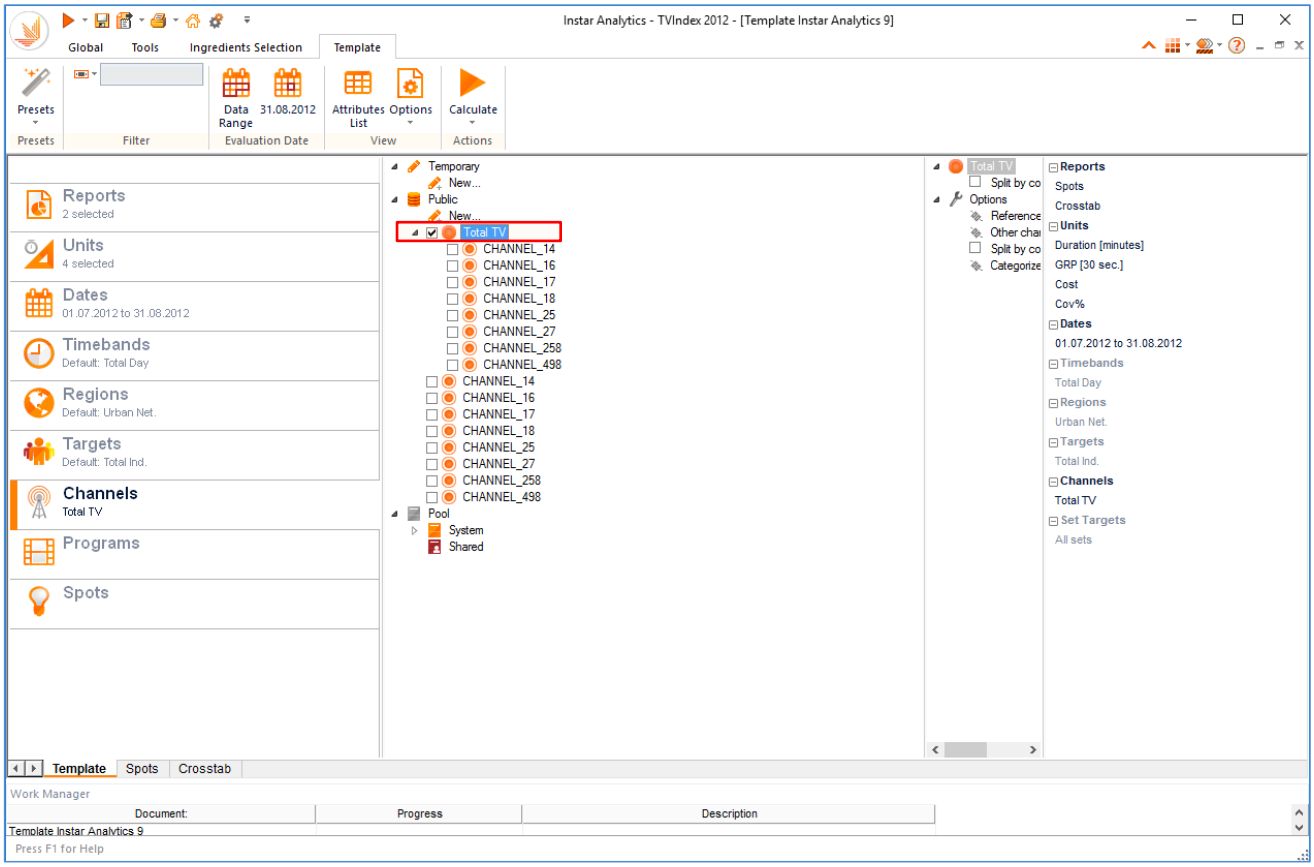


3. Во вкладке **Dates** задаем период.

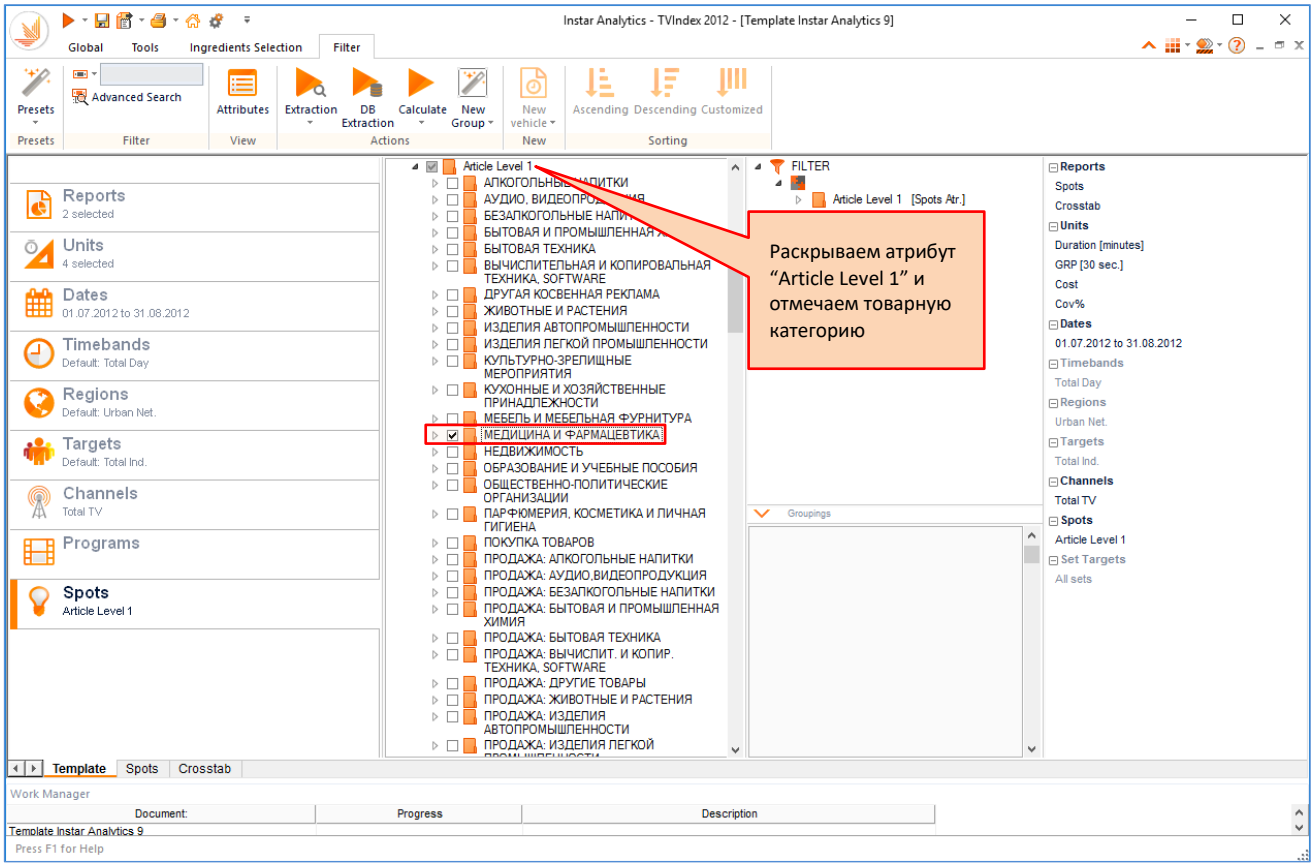


4. Регион **Urban Net** и целевая аудитория **Total Ind.** устанавливаются по умолчанию.

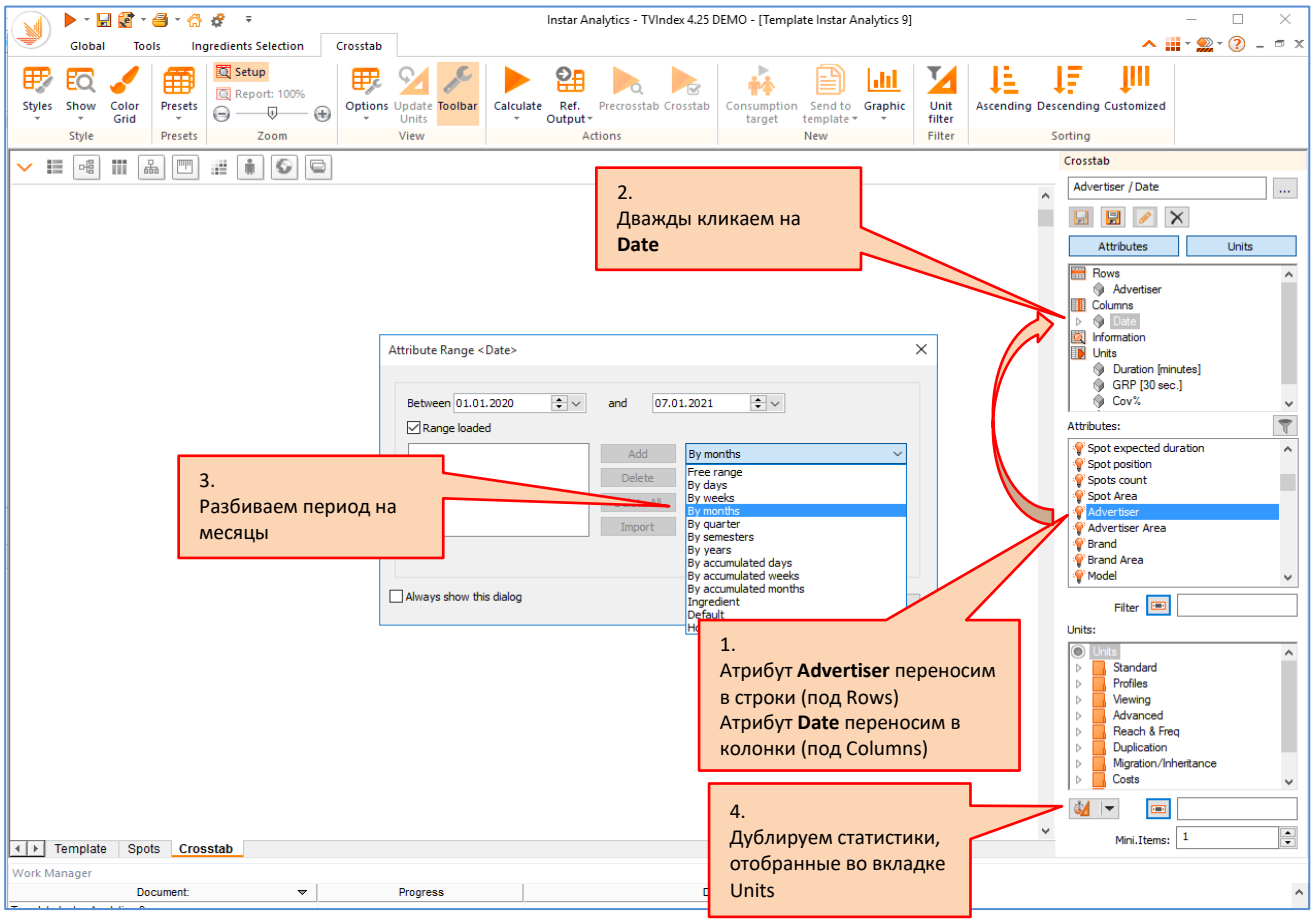
5. Во вкладке **Channel** отмечаем **Total TV**.



6. Во вкладке **Sports** выбираем товарную категорию.

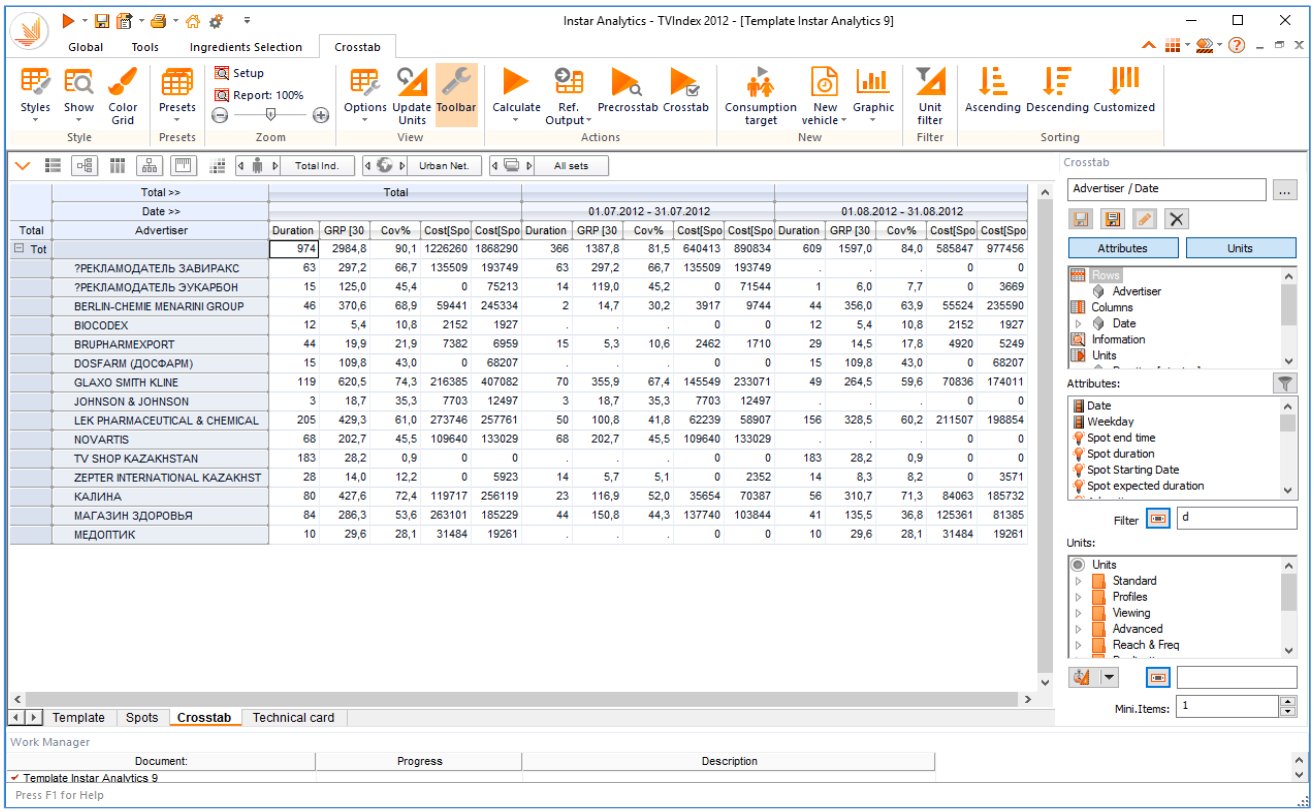


7. На закладке **Crosstab** формируем кросс-таблицу.



8. Запускаем расчет.

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



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

K Research Central Asia

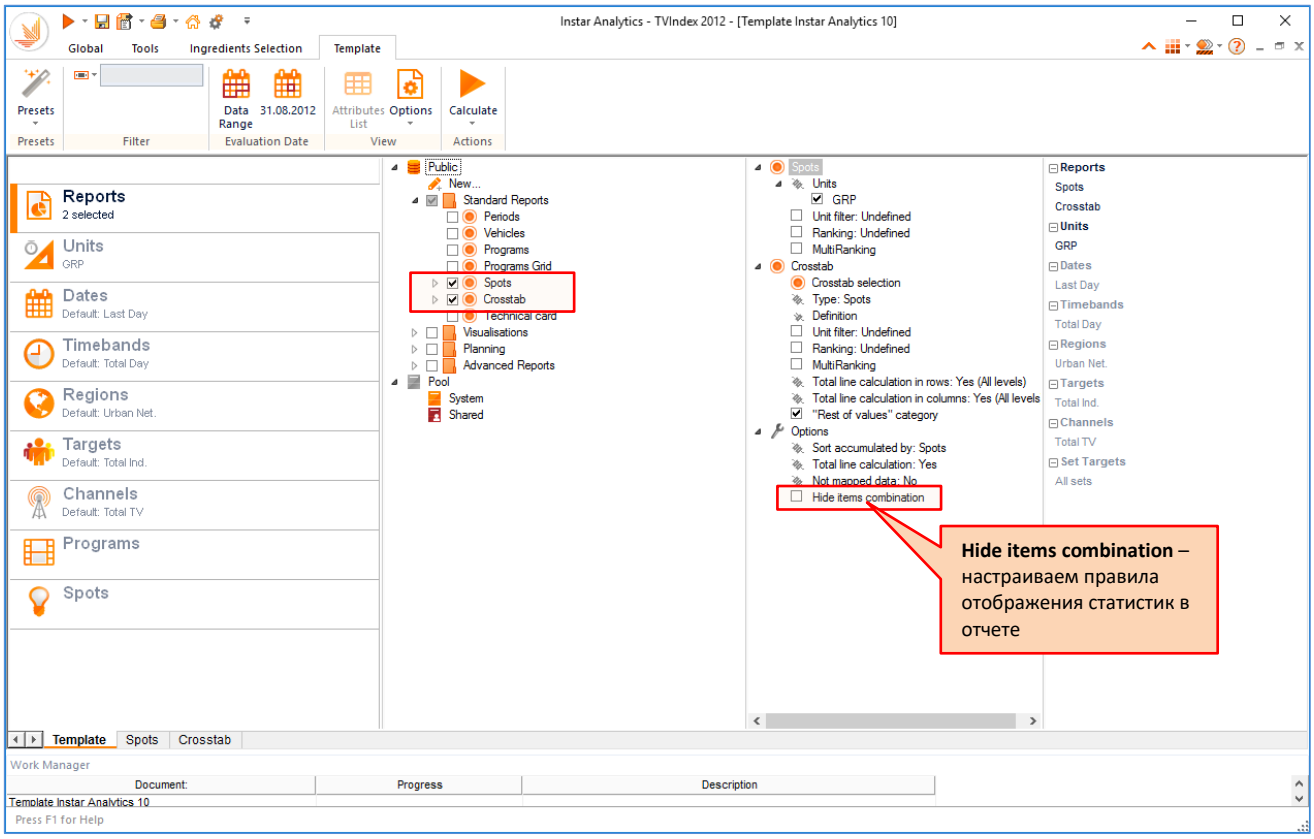
7.2. Пример 2

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)

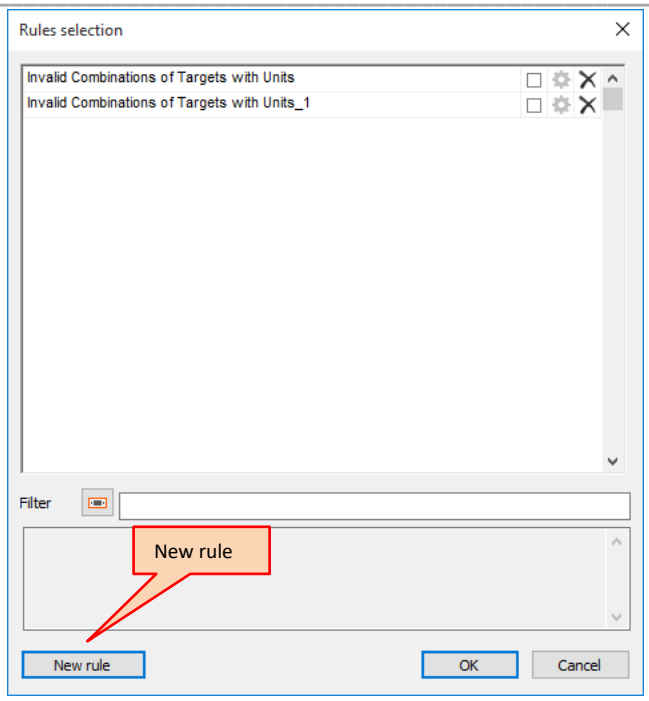
Последовательность действий:

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

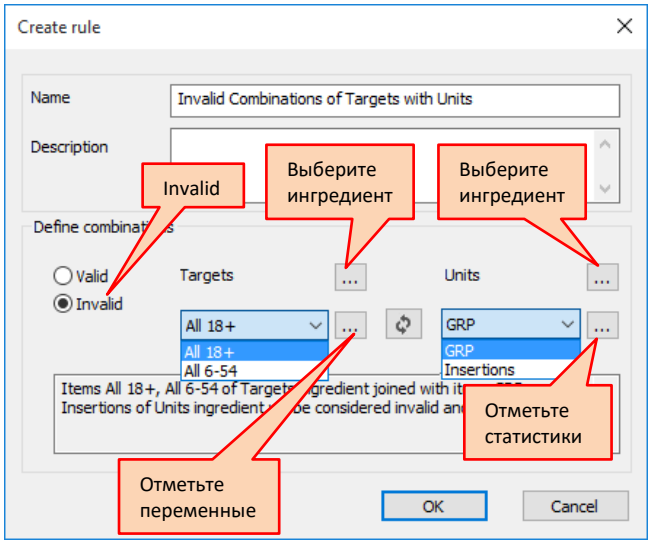


Опция **Hide items combination** - позволяет скрыть ненужные комбинации элементов, оставляя только необходимые. Например, в нашем случае, показатели TRP, TRP30 нужны только для ЦА W 16-30; показатель BlkGRP только для баинговой аудитории каналов (All 18+, All 6-54); также, чтобы не дублировать количество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

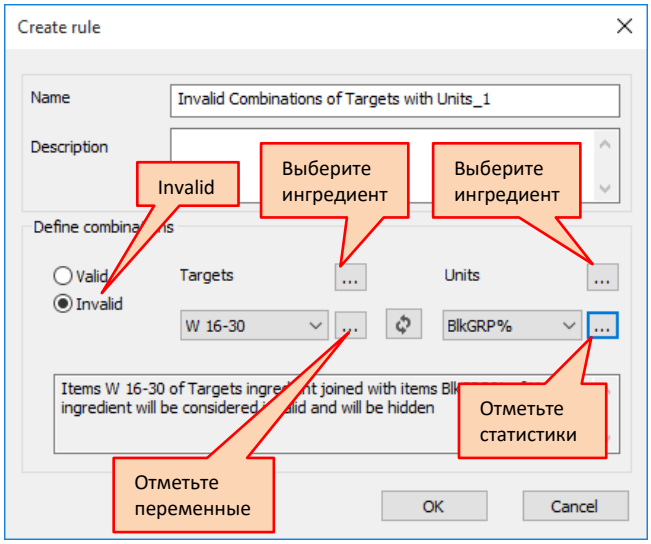
!!! Правила могут быть настроены только после того, как все три целевые группы будут созданы как общедоступные переменные, т.е. в Public. Поэтому необходимо сначала создать целевые переменные, только после этого можно осуществить настройку отображения комбинаций элементов.



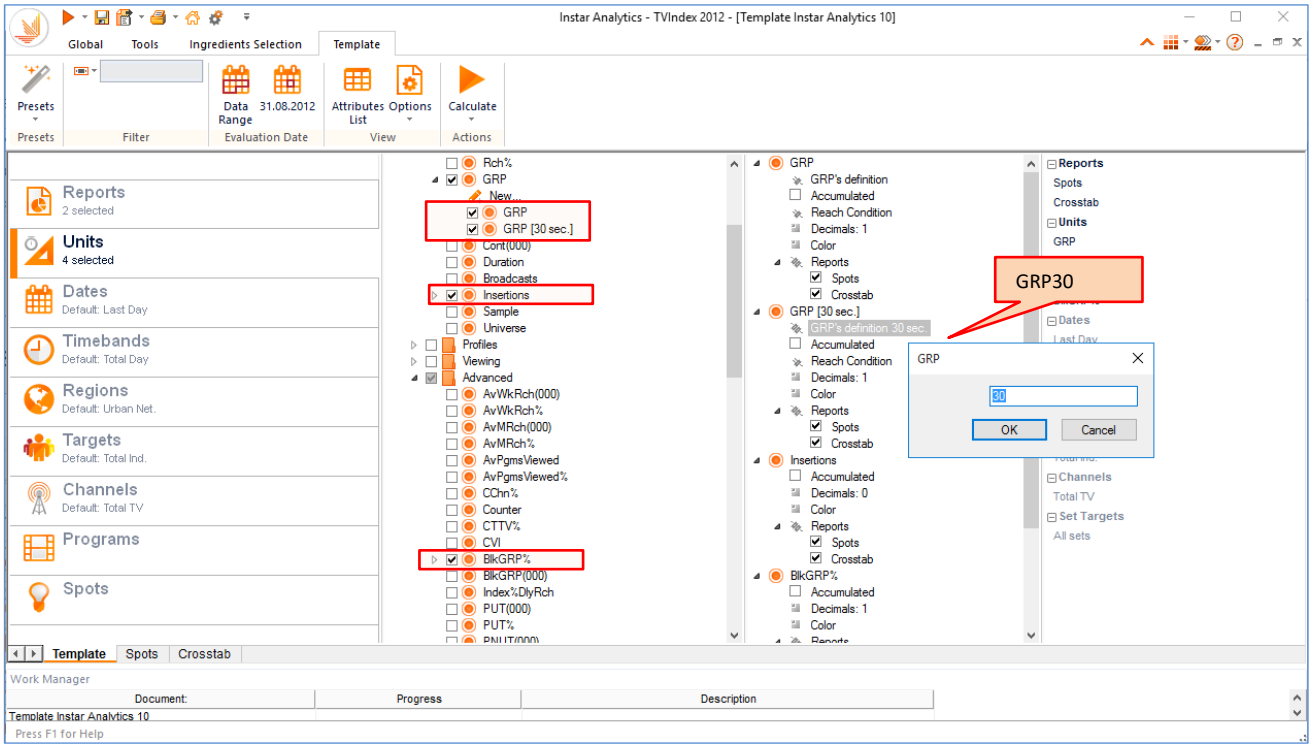
Первое правило – устанавливаем условие «невидимости» статистик GRP и Insertions для ЦА All 18+ и All 6-54



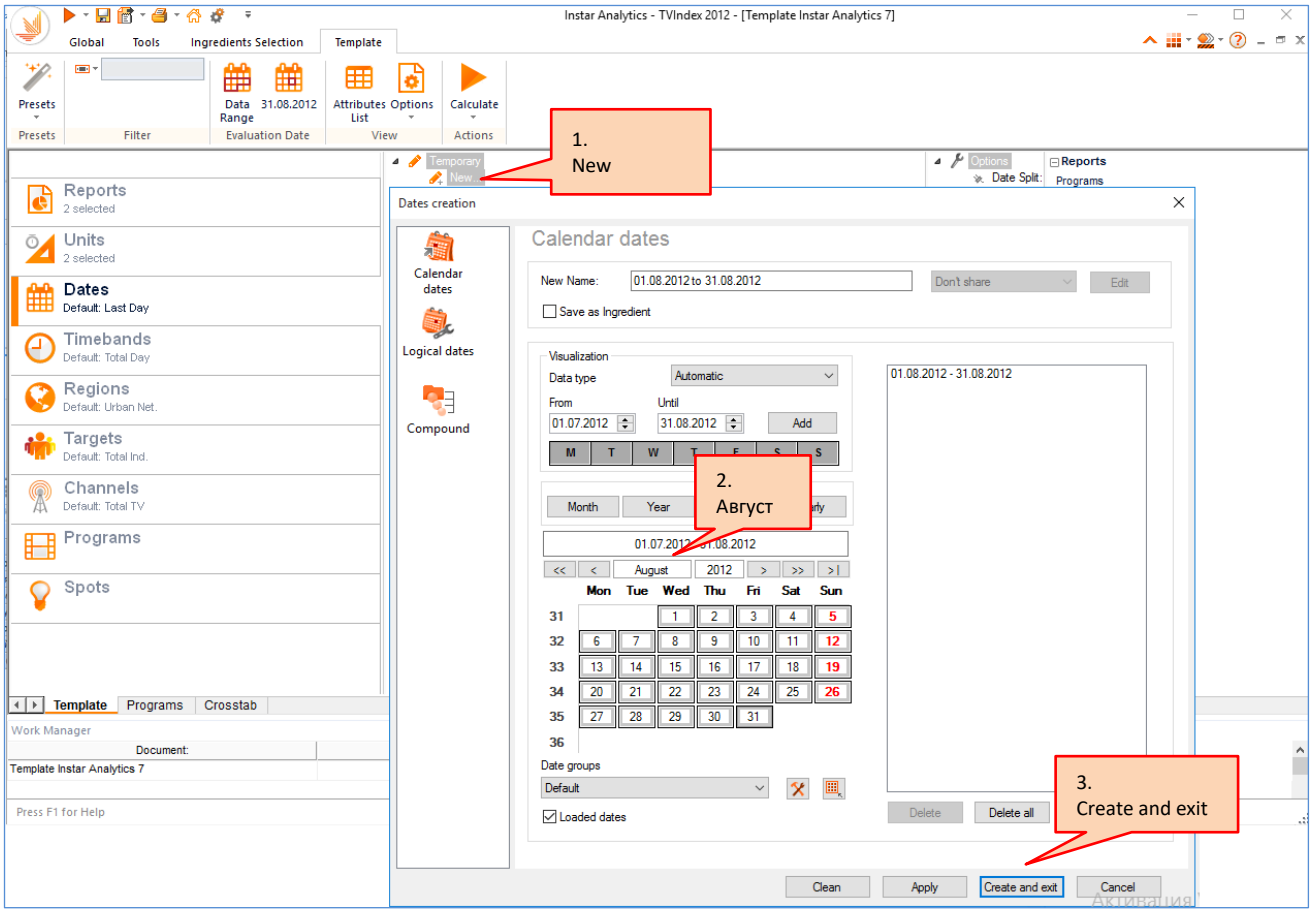
Втрое правило – устанавливаем условие «невидимости» статистики BlkGRP для ЦА W 16-30



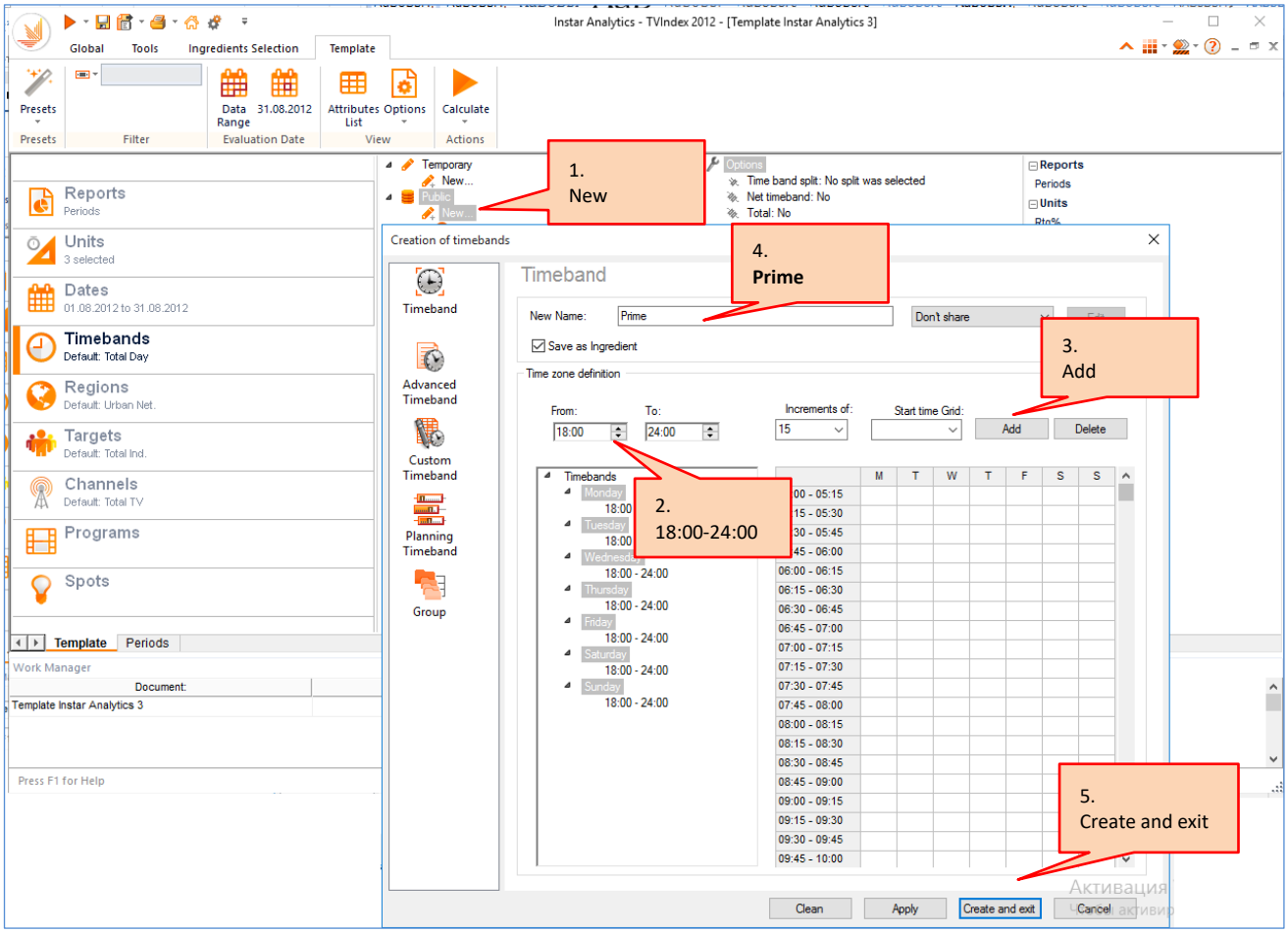
2. Во вкладке **Units** выбираем статистики **Insertions**, **GRP** и **GRP(30)**, **BlkGRP**.

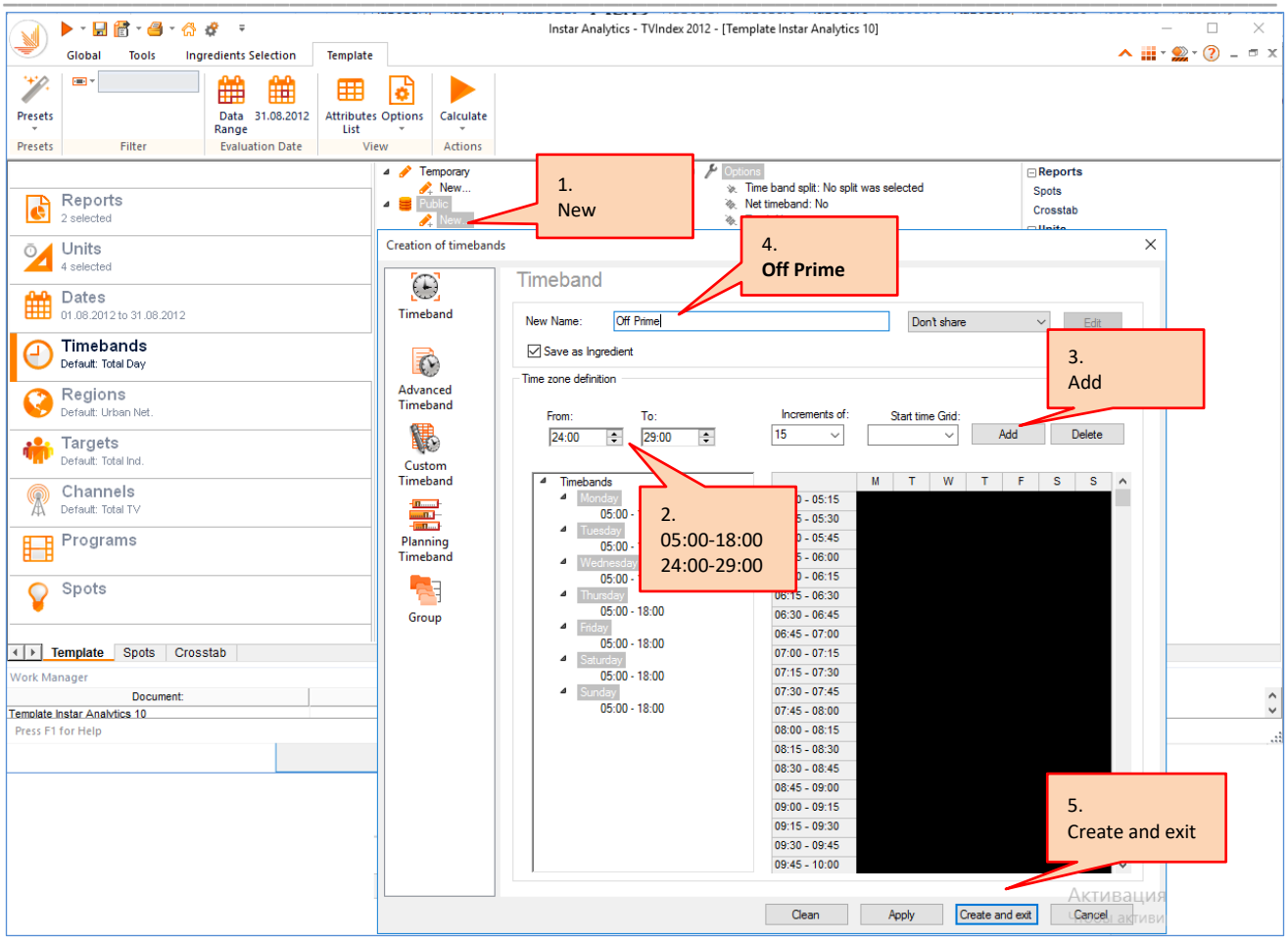


3. Во вкладке **Dates** задаем период.

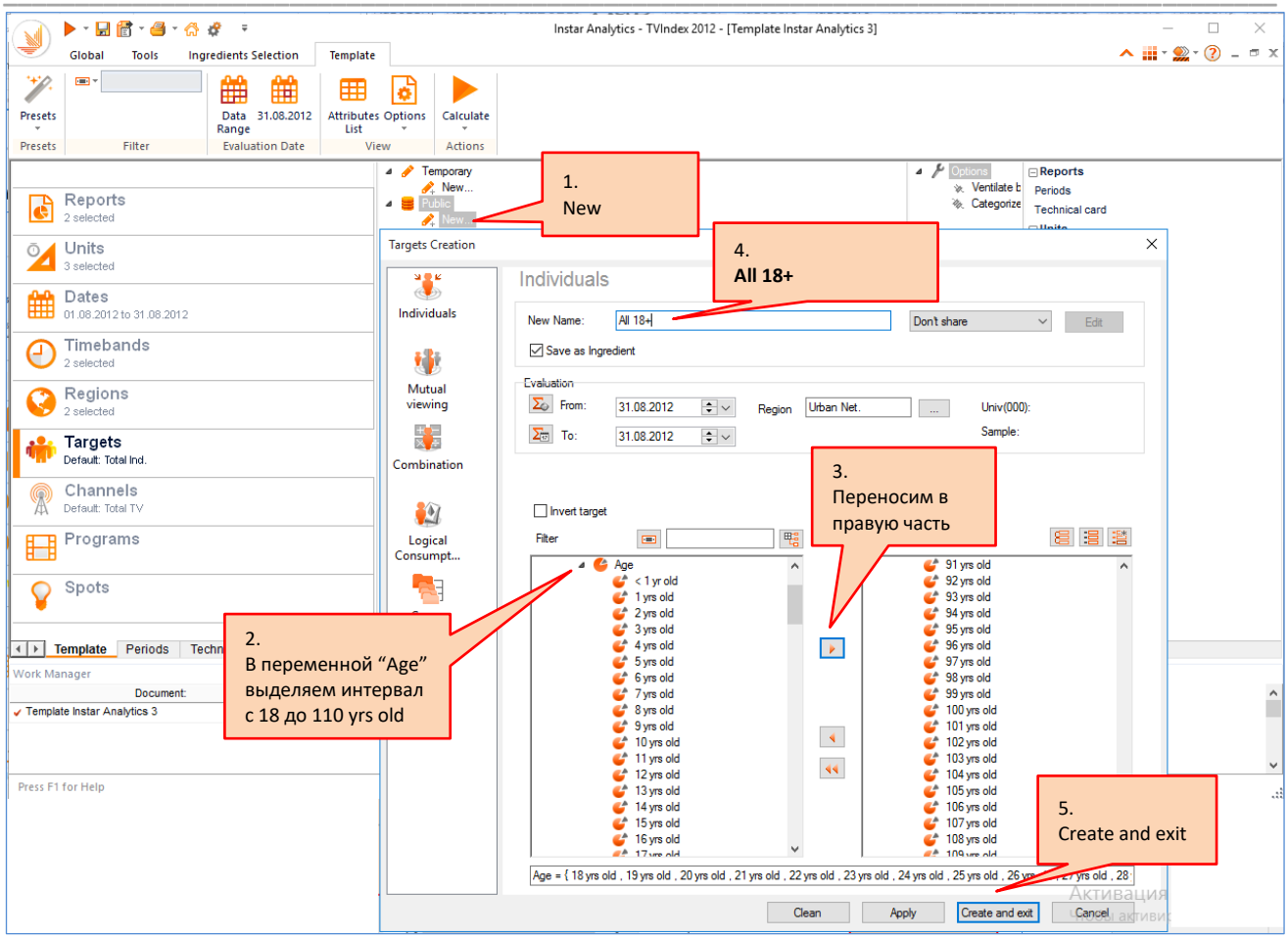


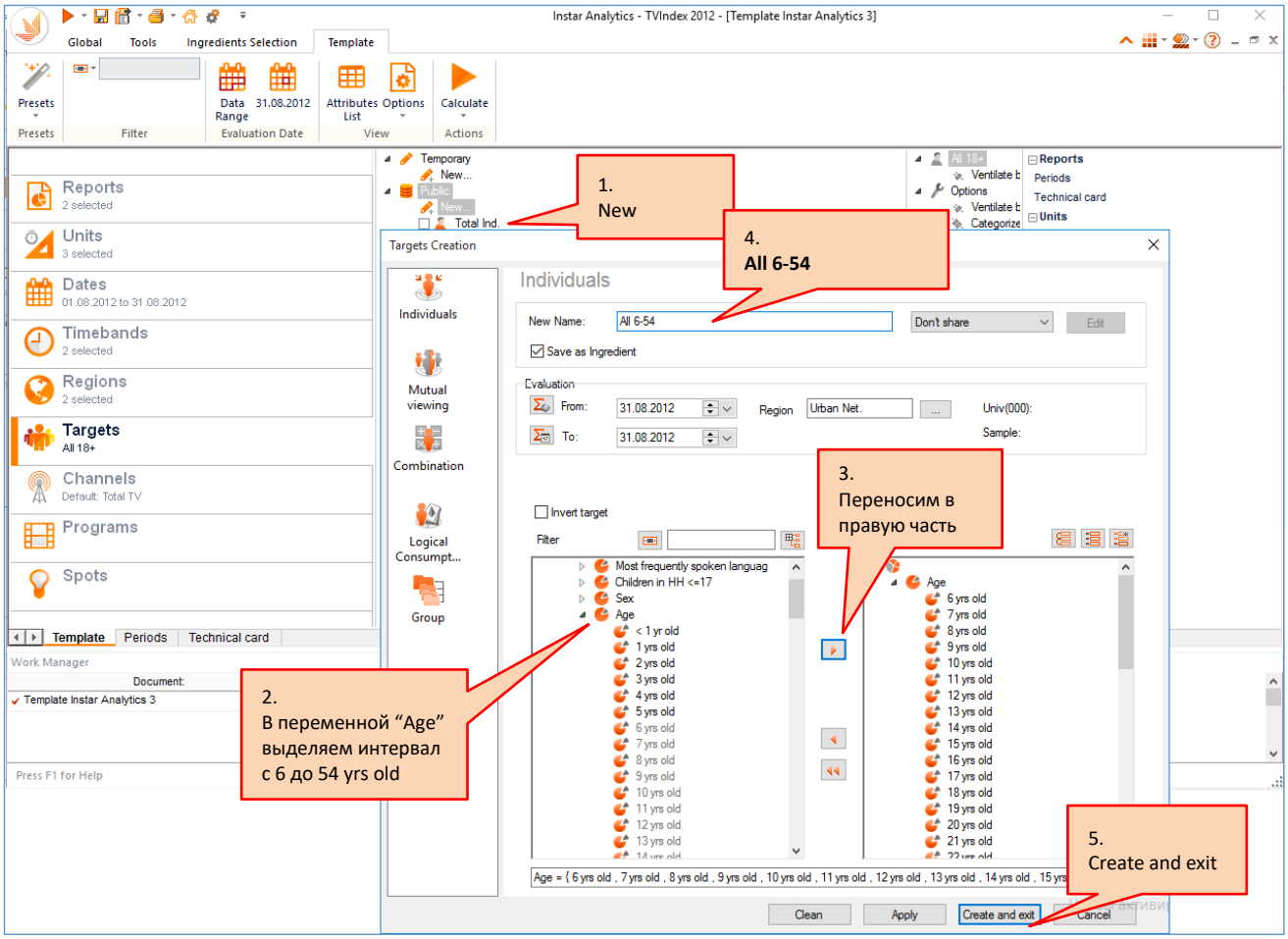
4. Во вкладке **Timebands** создаем временные интервалы Prime и Off Prime в Public.

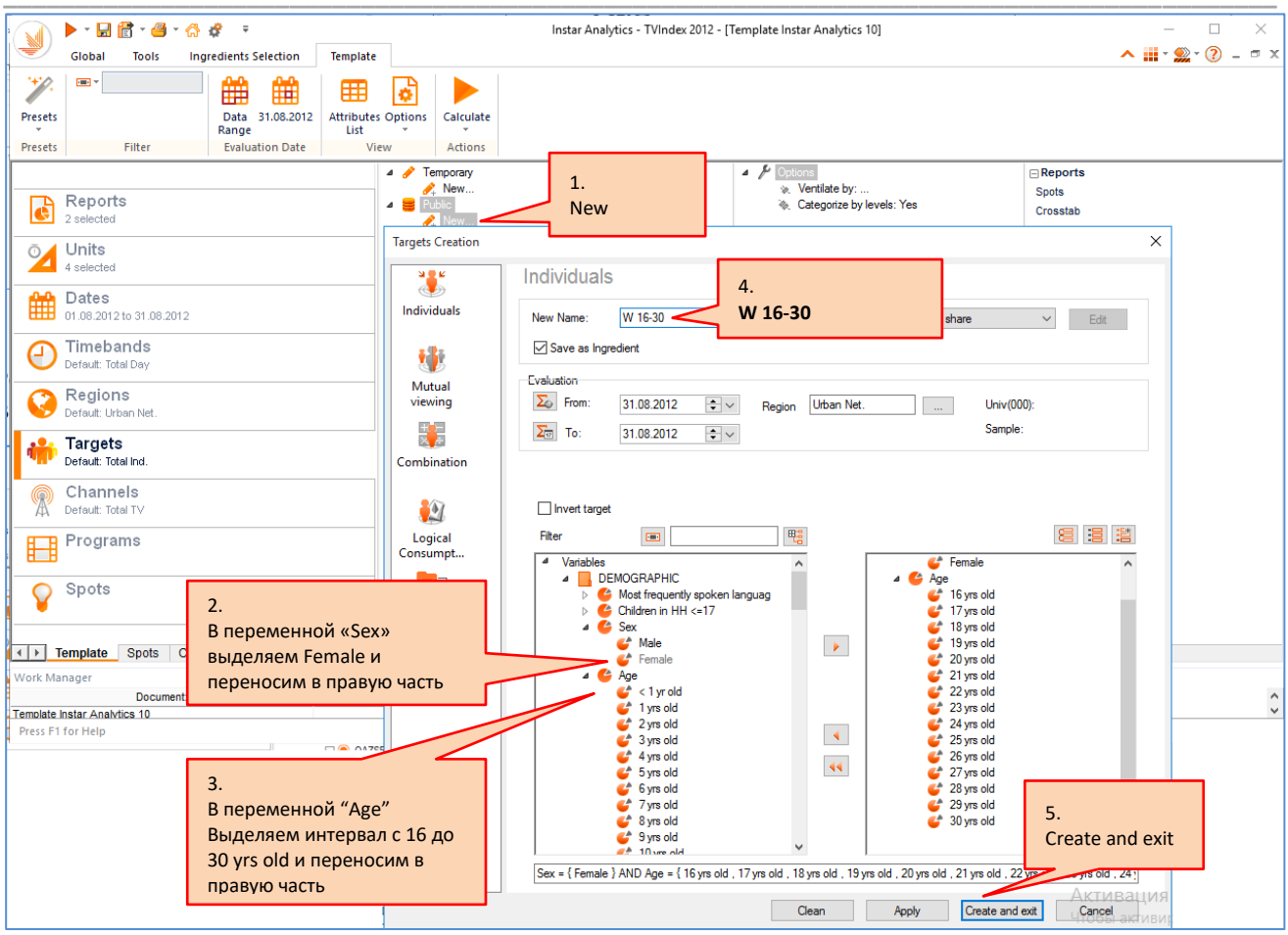




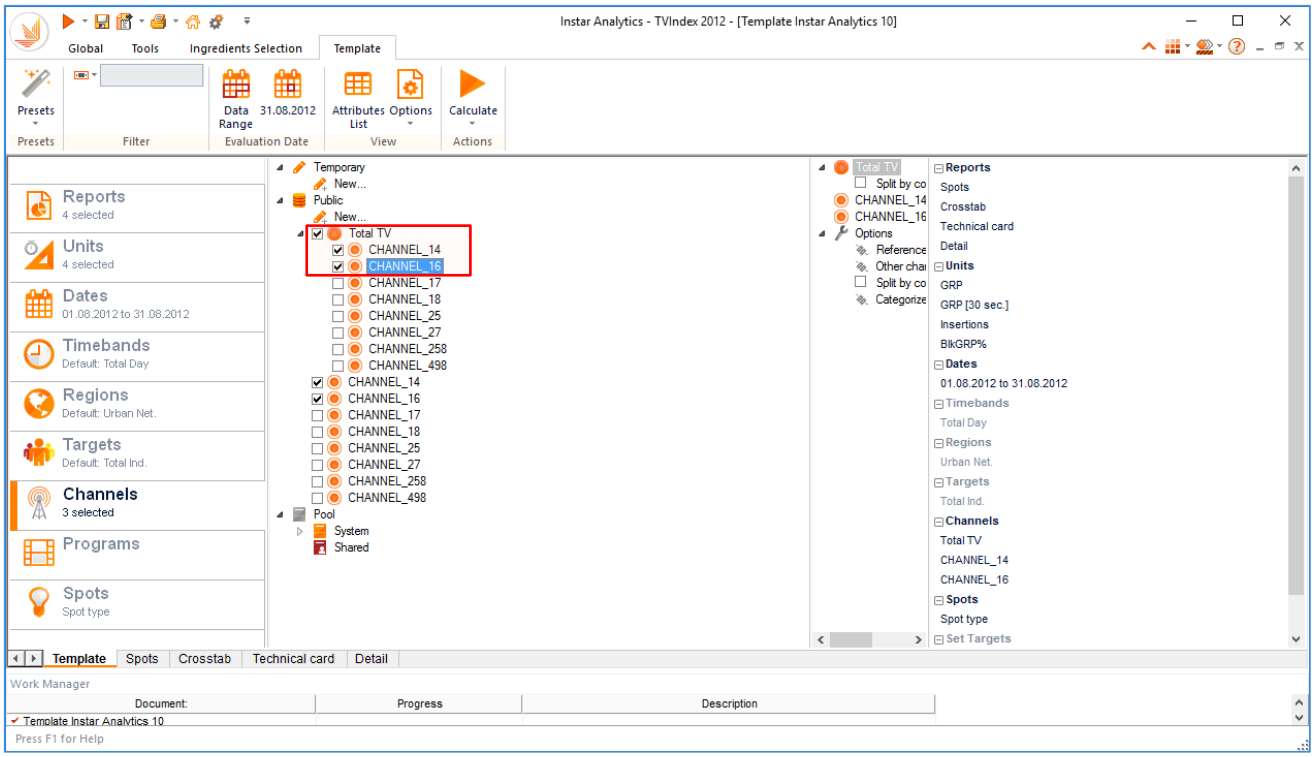
5. Во вкладке **Targets** создадим баинговые аудитории каналов (**All 18+** и **All 6-54)** и ЦА W 16-30 в Public.


Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 3]
1.
New
4.
All 18+
3.
Переносим в
правую часть
2.
В переменной “Age”
выделяем интервал
с 18 до 110 yrs old
5.
Create and exit

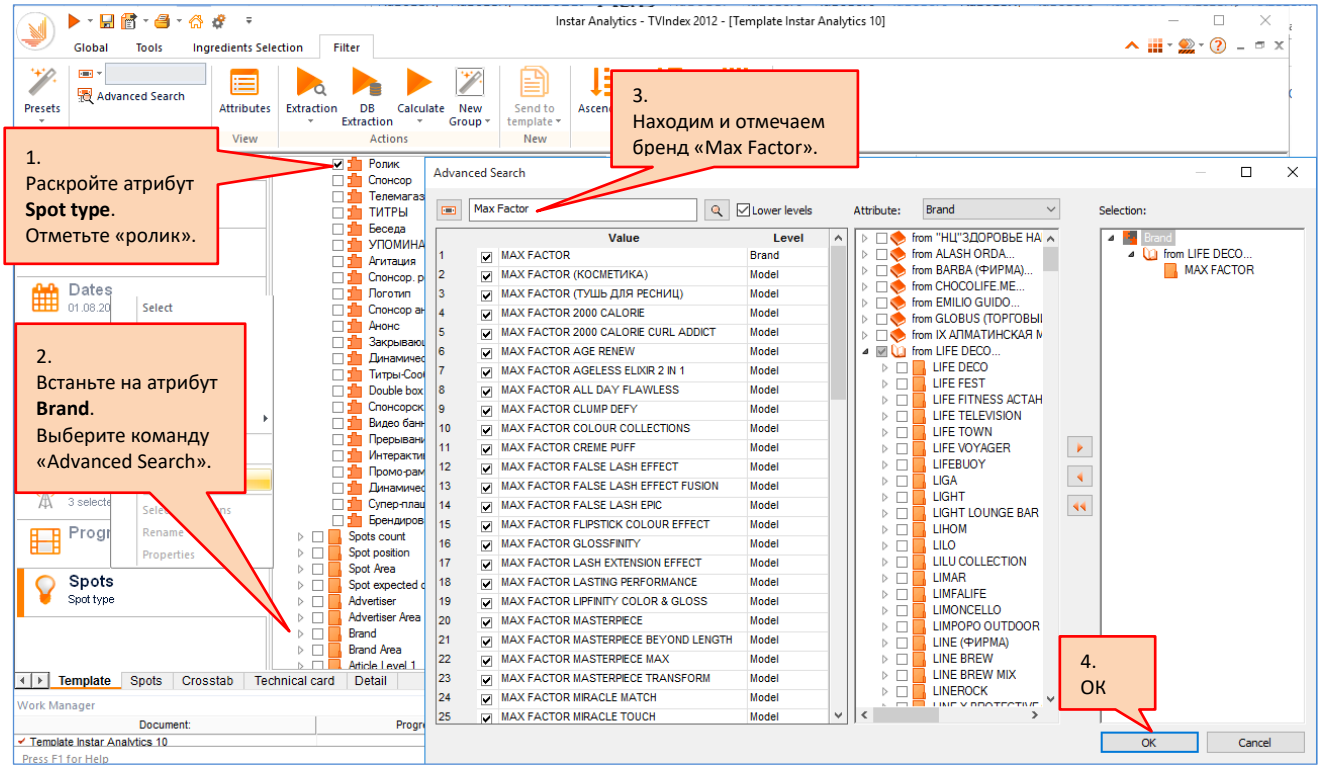

Instar Analytics - TVIndex 2012 - [Template Instar Analytics 3]
1.
New
4.
All 6-54
3.
Переносим в
правую часть
2.
В переменной “Age”
выделяем интервал
с 6 до 54 yrs old
5.
Create and exit



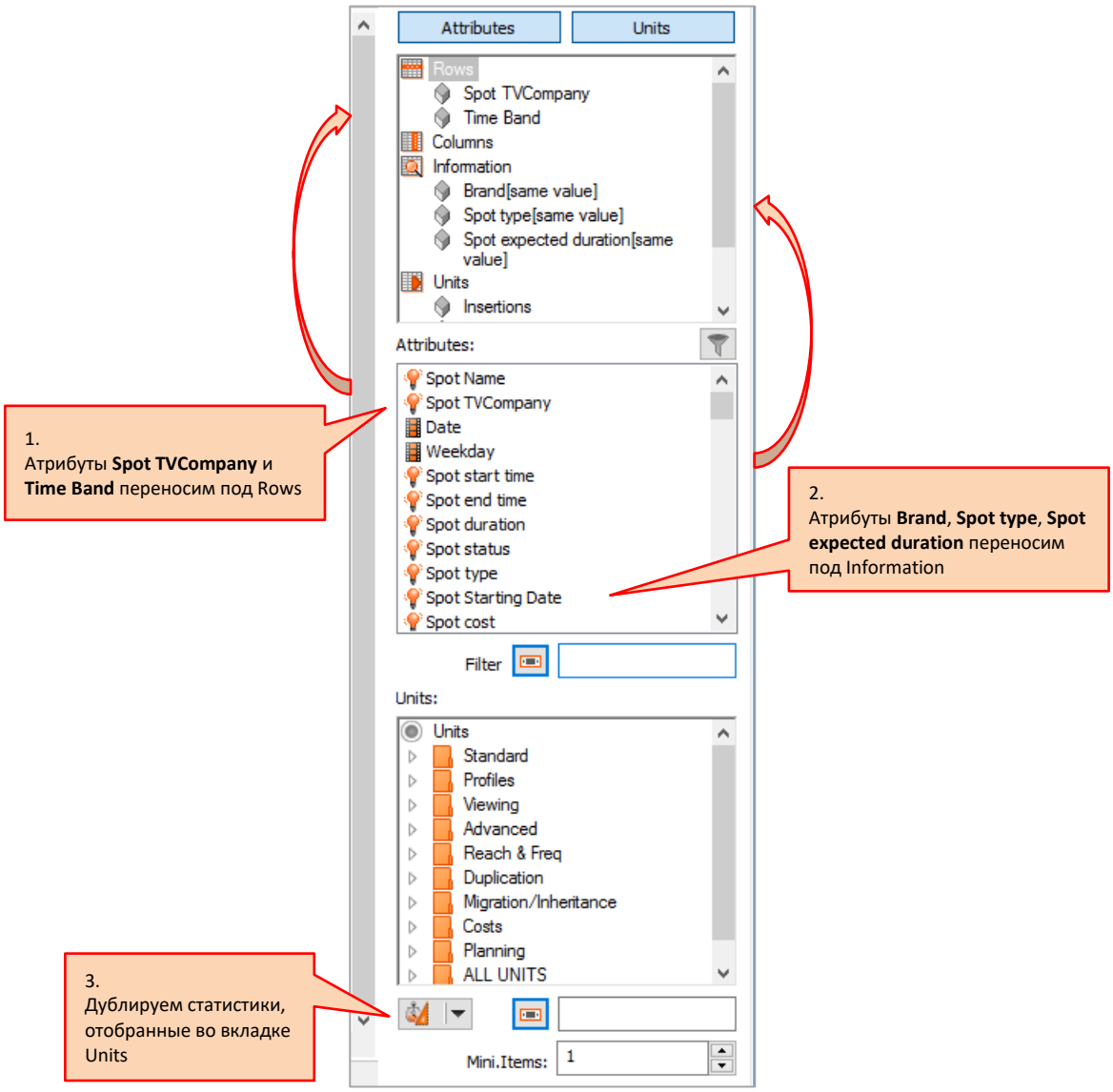
6. Регион **Urban Net** устанавливается по умолчанию.
7. Во вкладке **Channels** отмечаем каналы.



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

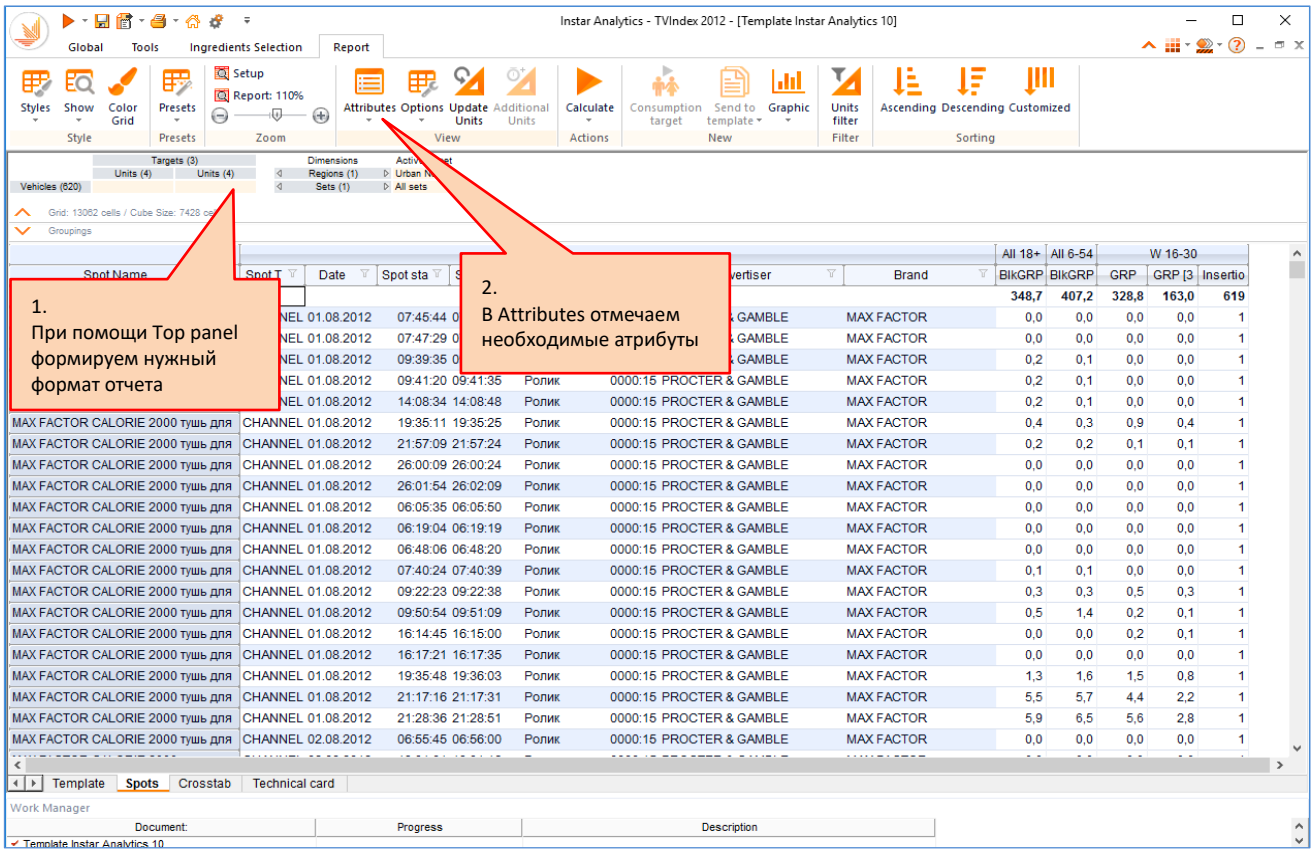


9. На закладке **Crosstab** настраиваем кросс-таблицу.

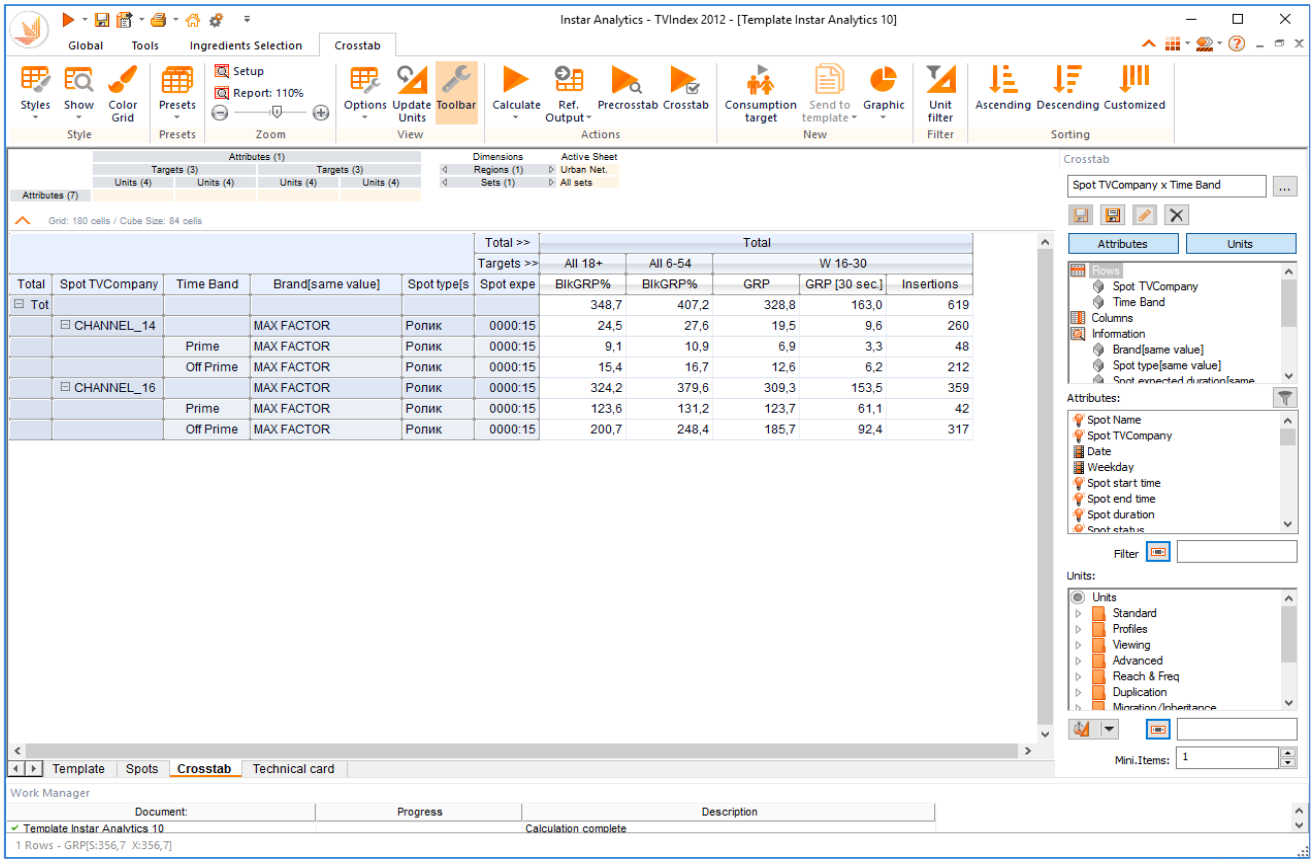


10. Запускаем расчет.

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



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



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.

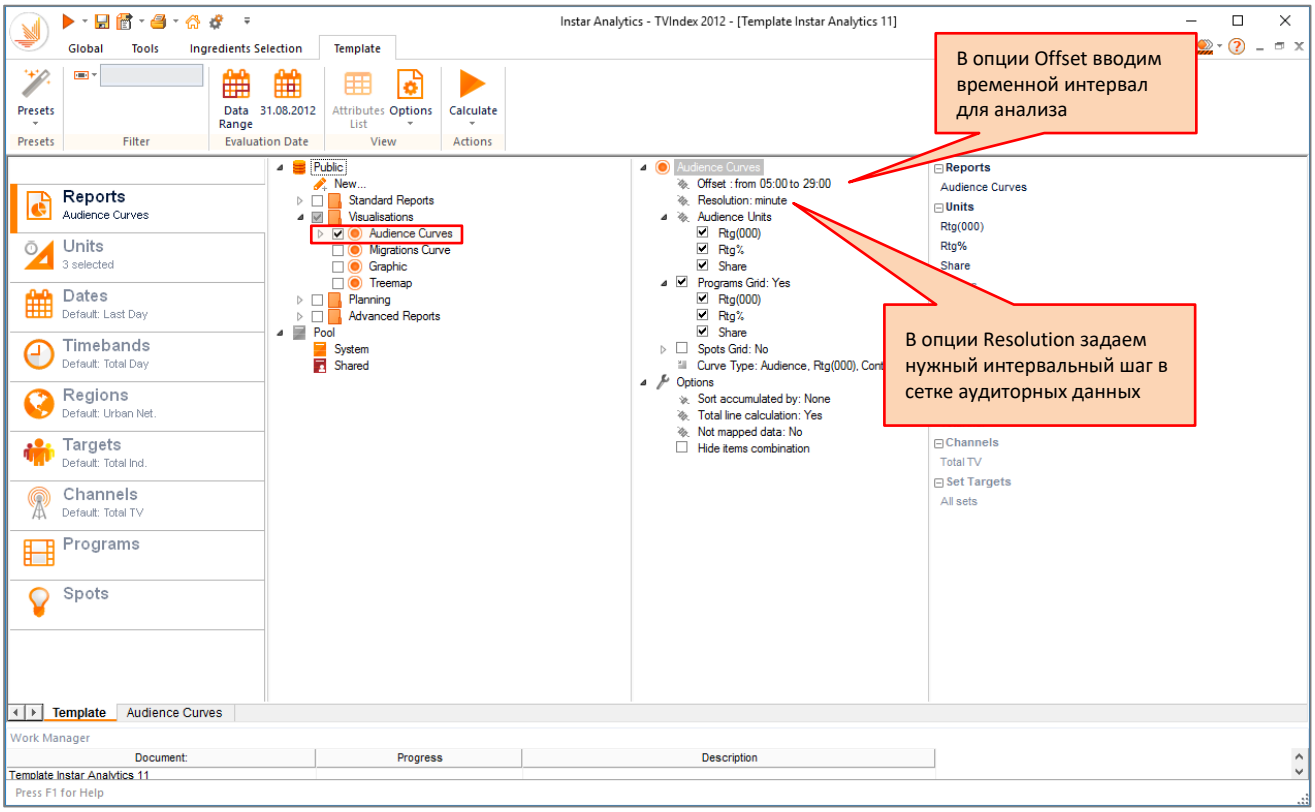
8.1. Пример 1.

Задача: Отобразить аудиторные показатели каналов в виде динамических кривых.

Период Last Dday
Целевая аудитория Total Ind
Регион Urban Net.

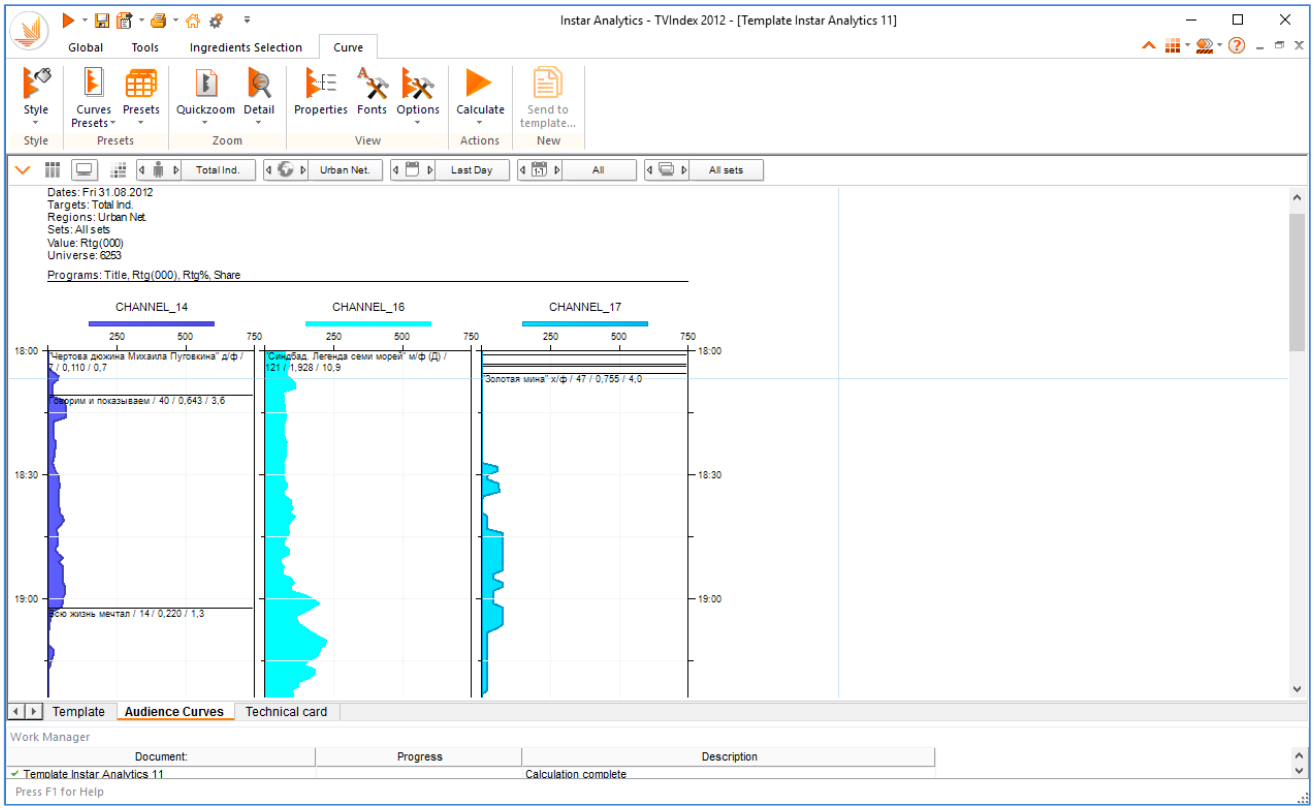
Последовательность действий:

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.

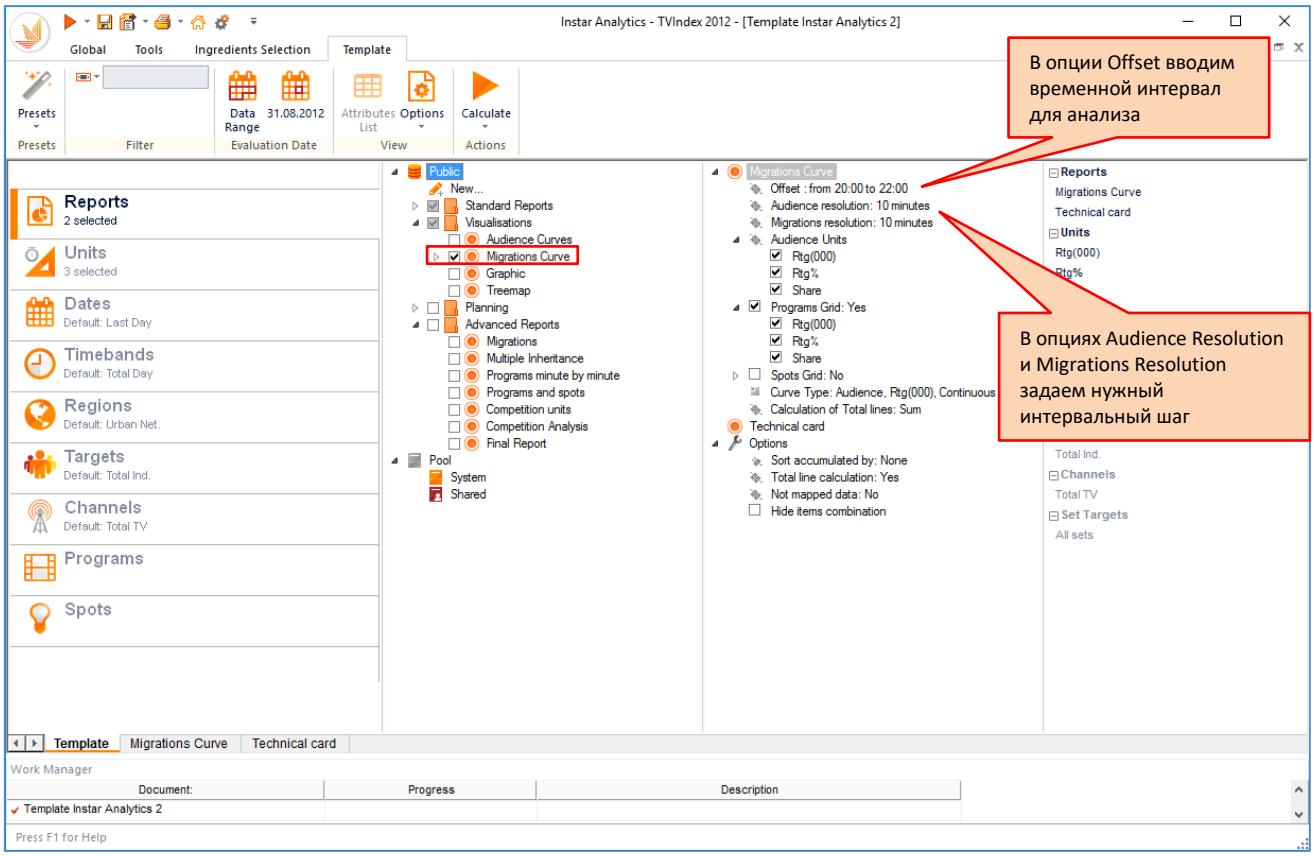
9.1. Пример 1.

Задача: Построить график аудиторных показателей канала Channel_14 и отобразить миграцию аудитории данного канала по отношению к каналам Channel_16 и Channel_25.

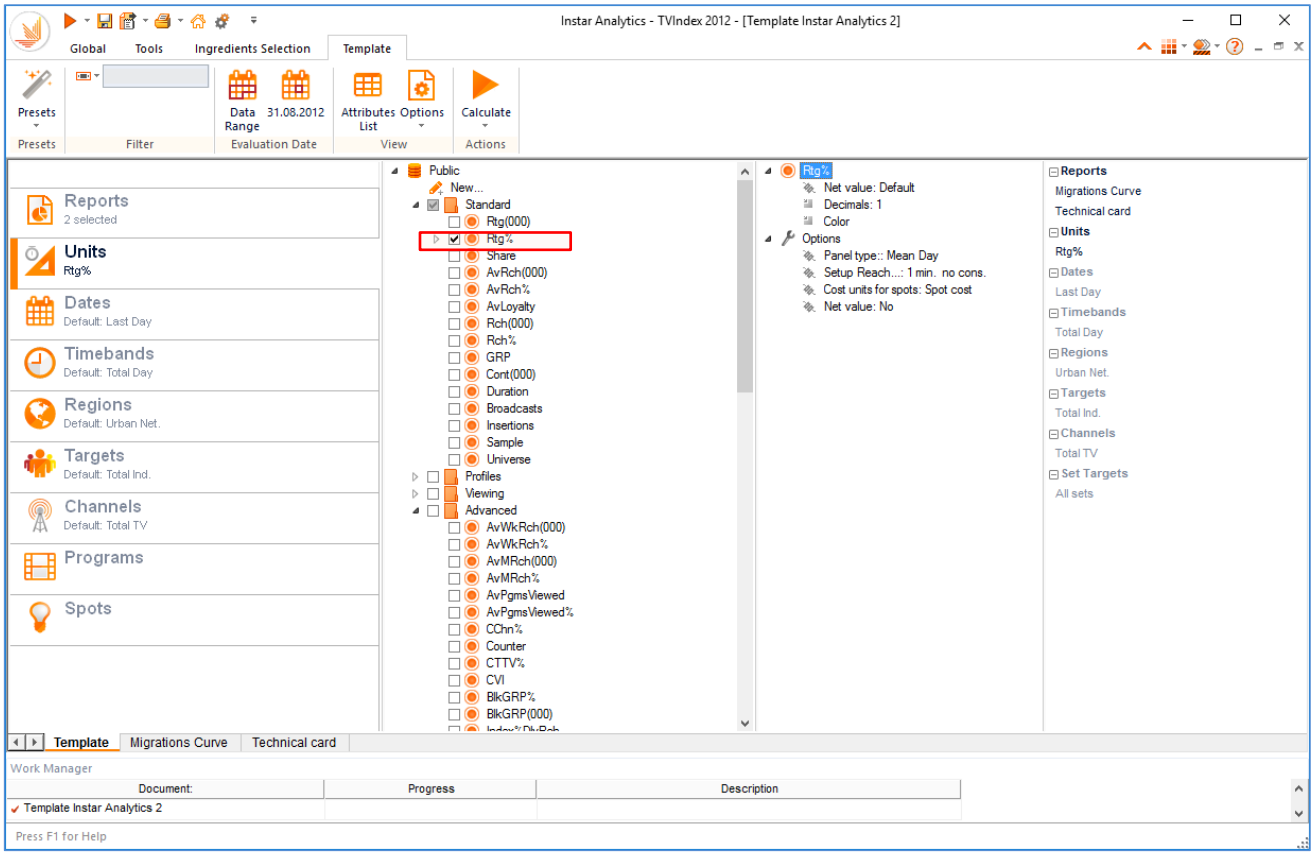
Период	Last Day
Временной интервал	20:00-22:00 по 10 минутным интервалам.
Регион	Urban Net
Целевая аудитория	Total Ind.
Каналы	Total TV

Последовательность действий:

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

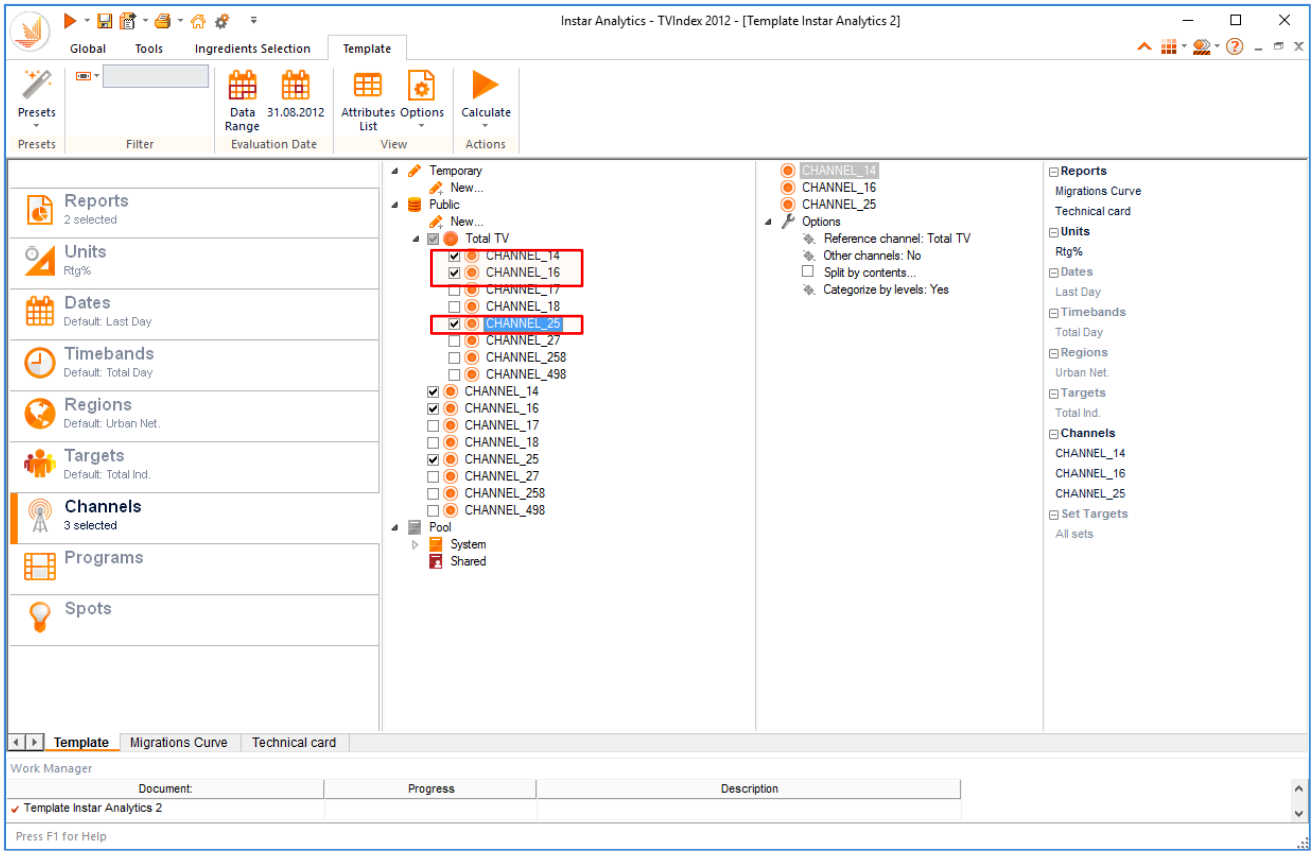


2. Во вкладке **Units** отставляем активной статистику **Rtg%.**



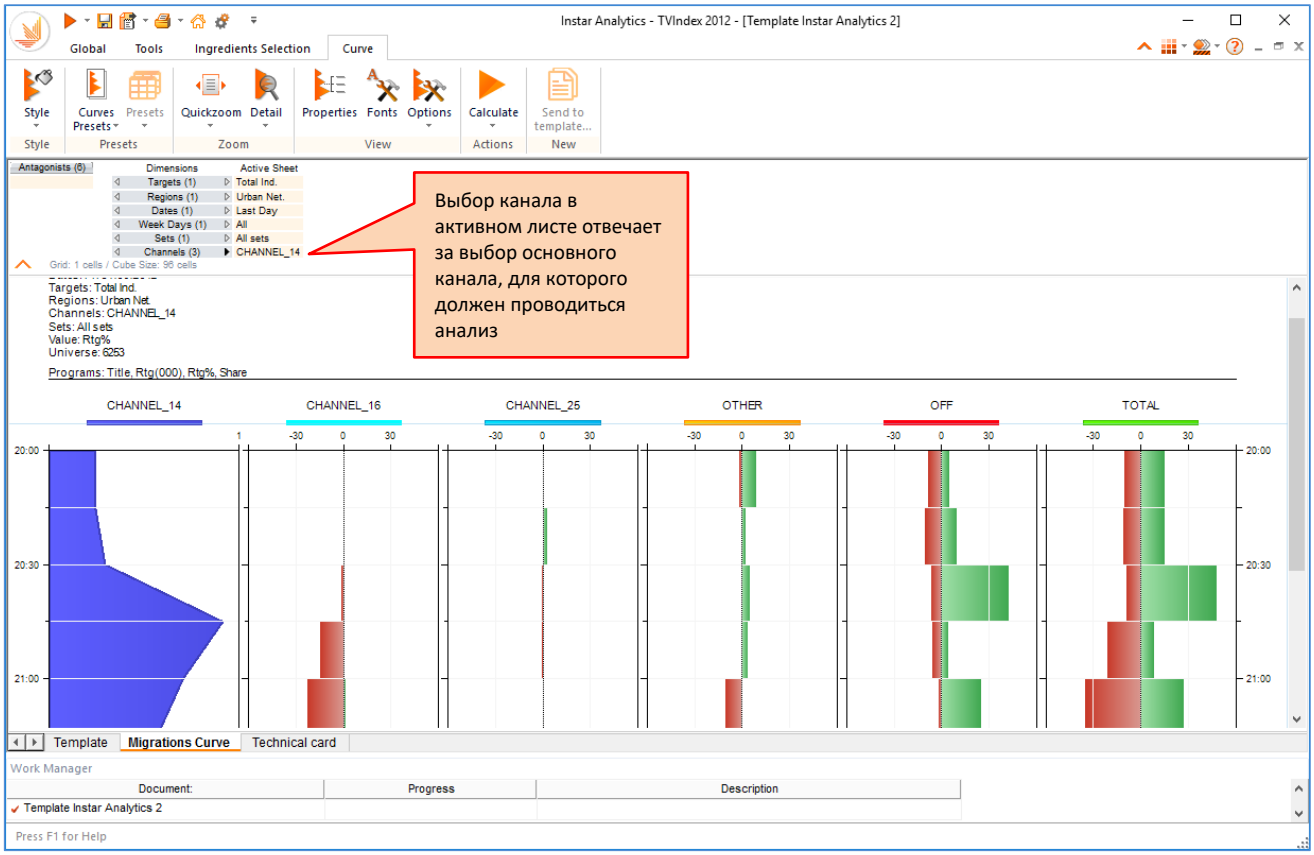
3. Период **Last** Day, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию**.**

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 ушили 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.

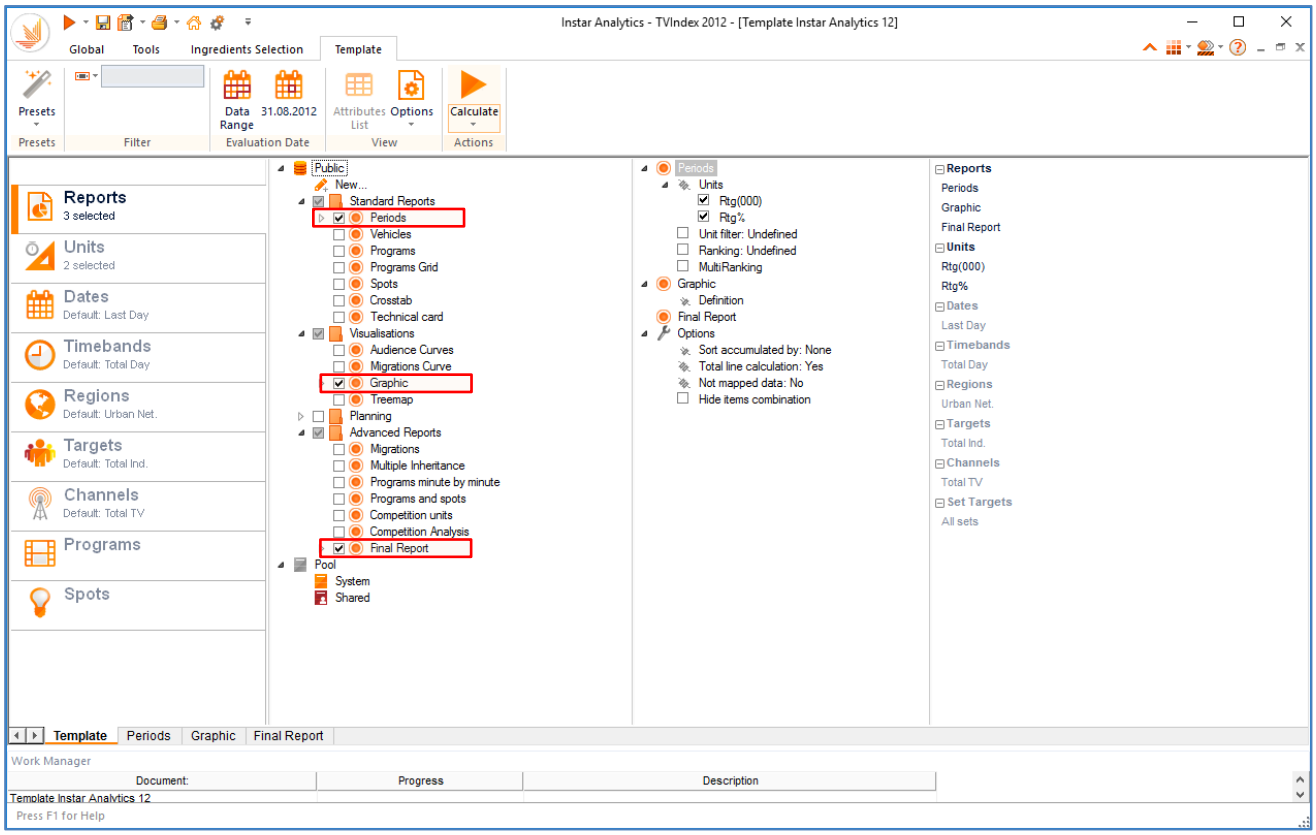
10.1. Пример 1

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

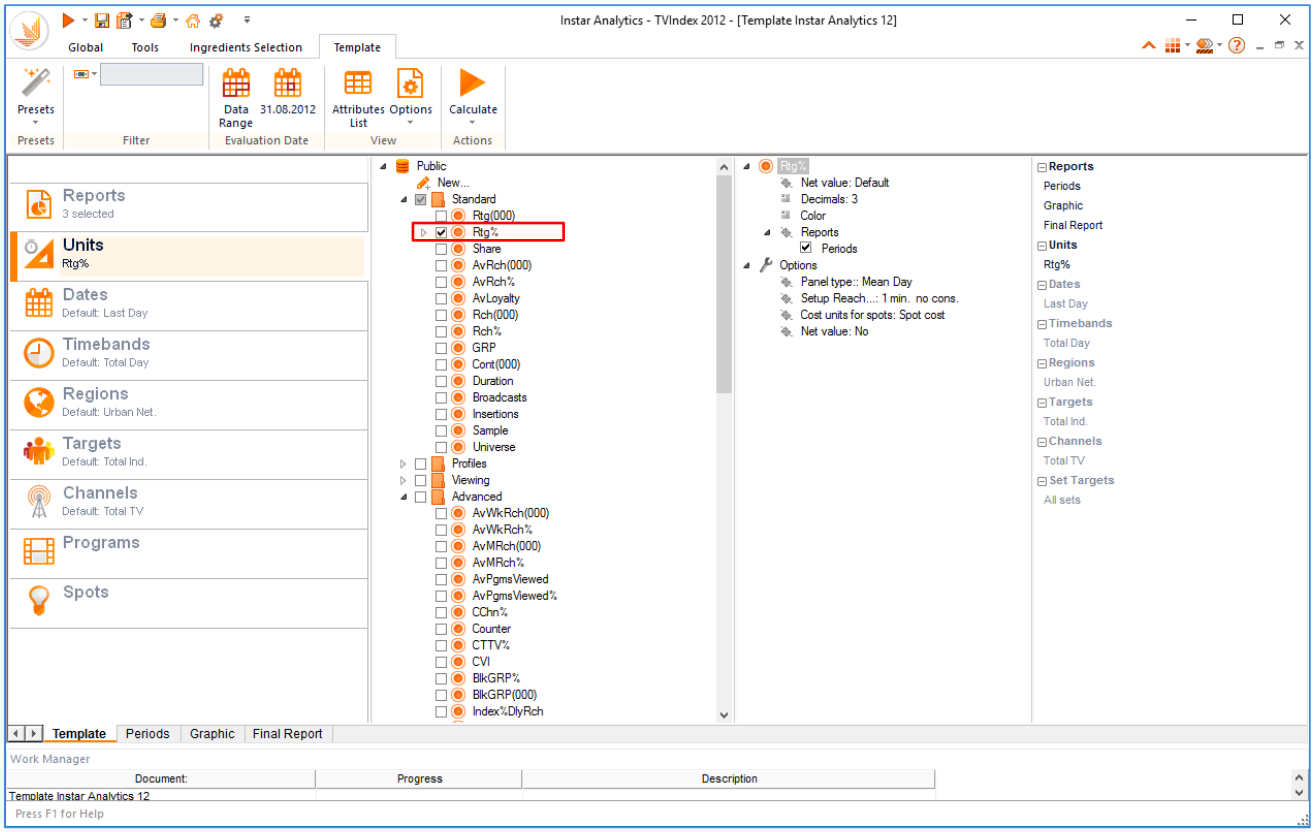
Период	Август 2012
Временной интервал	Total day с разбивкой по 15 минутным интервалам.
Регион	Urban Net
Целевая аудитория	Total Ind.
Каналы	Total TV

Последовательность действий:

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

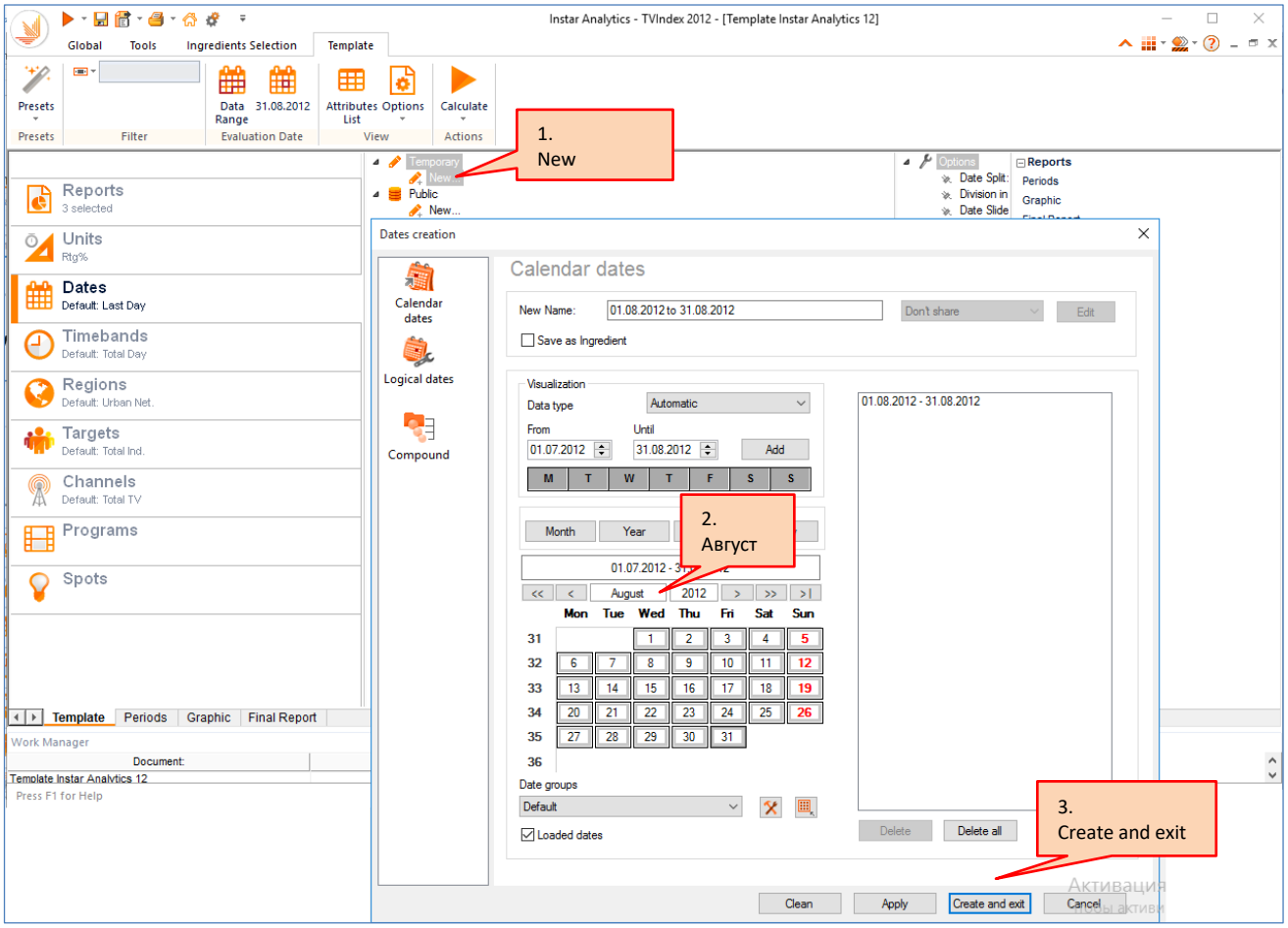


2. Во вкладке **Units** отставляем активной статистику **Rtg%.**



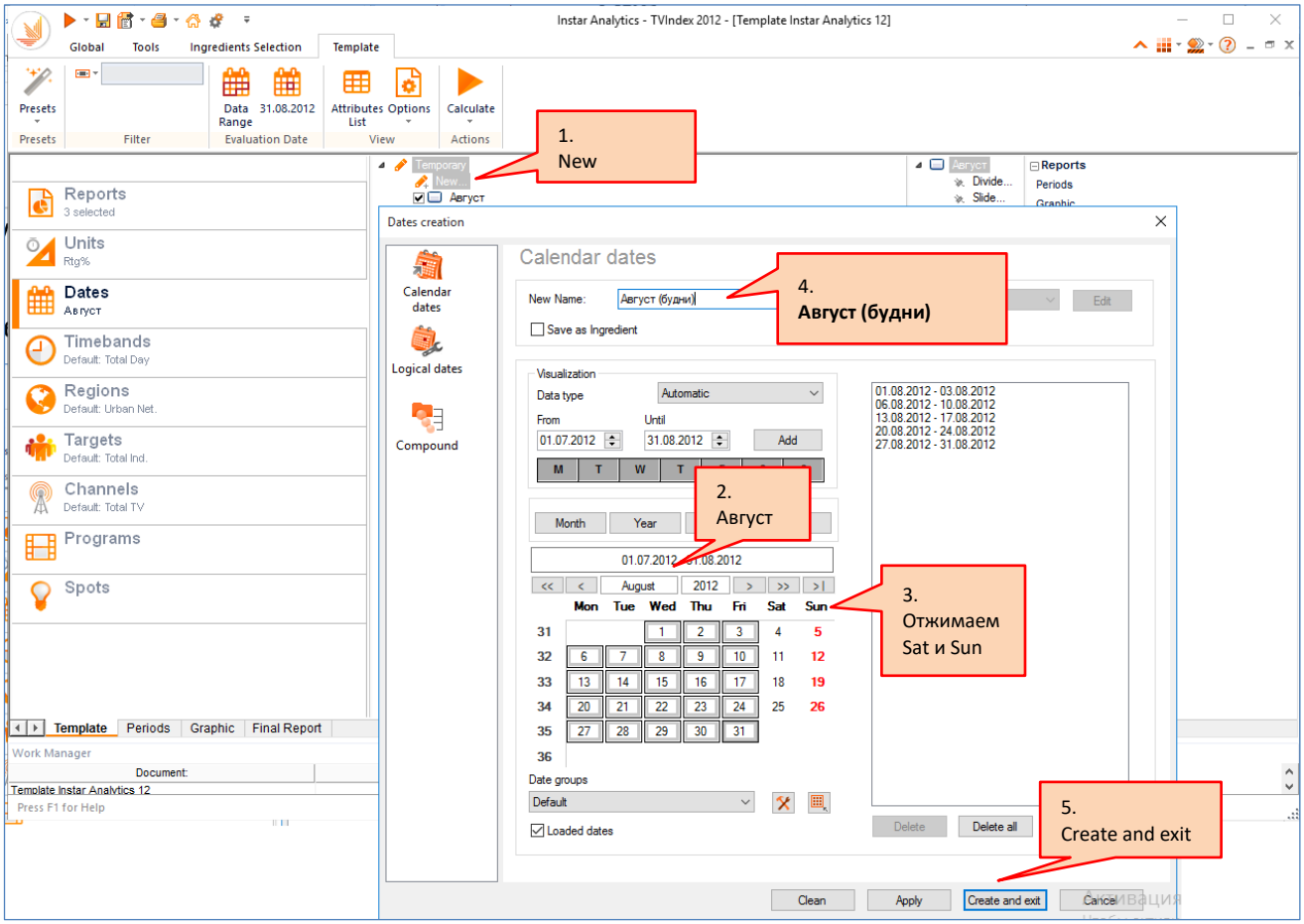
3. Во вкладке **Dates** создаем три периода.

Август 2012

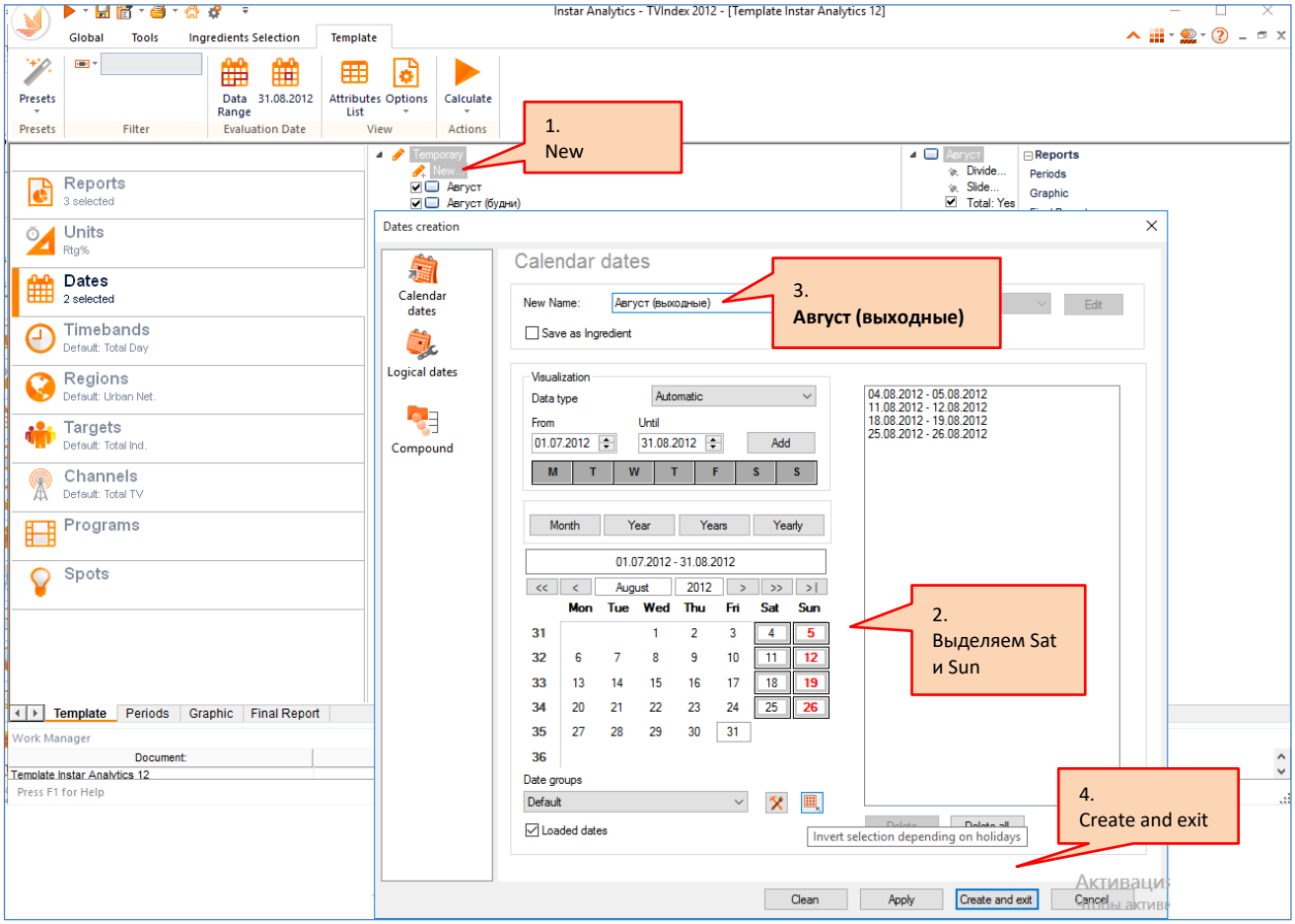


K Research Central Asia

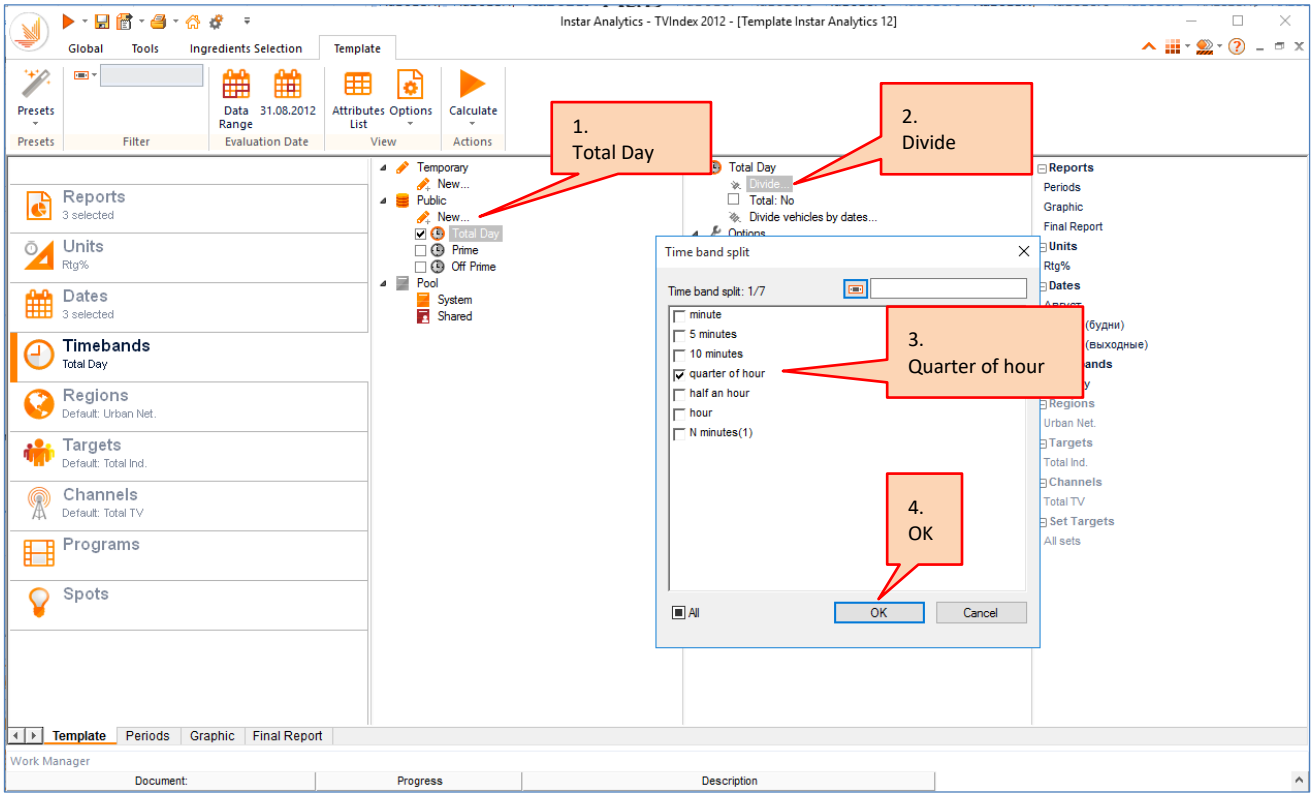
Август 2012 (будни)



Август 2020 (выходные)

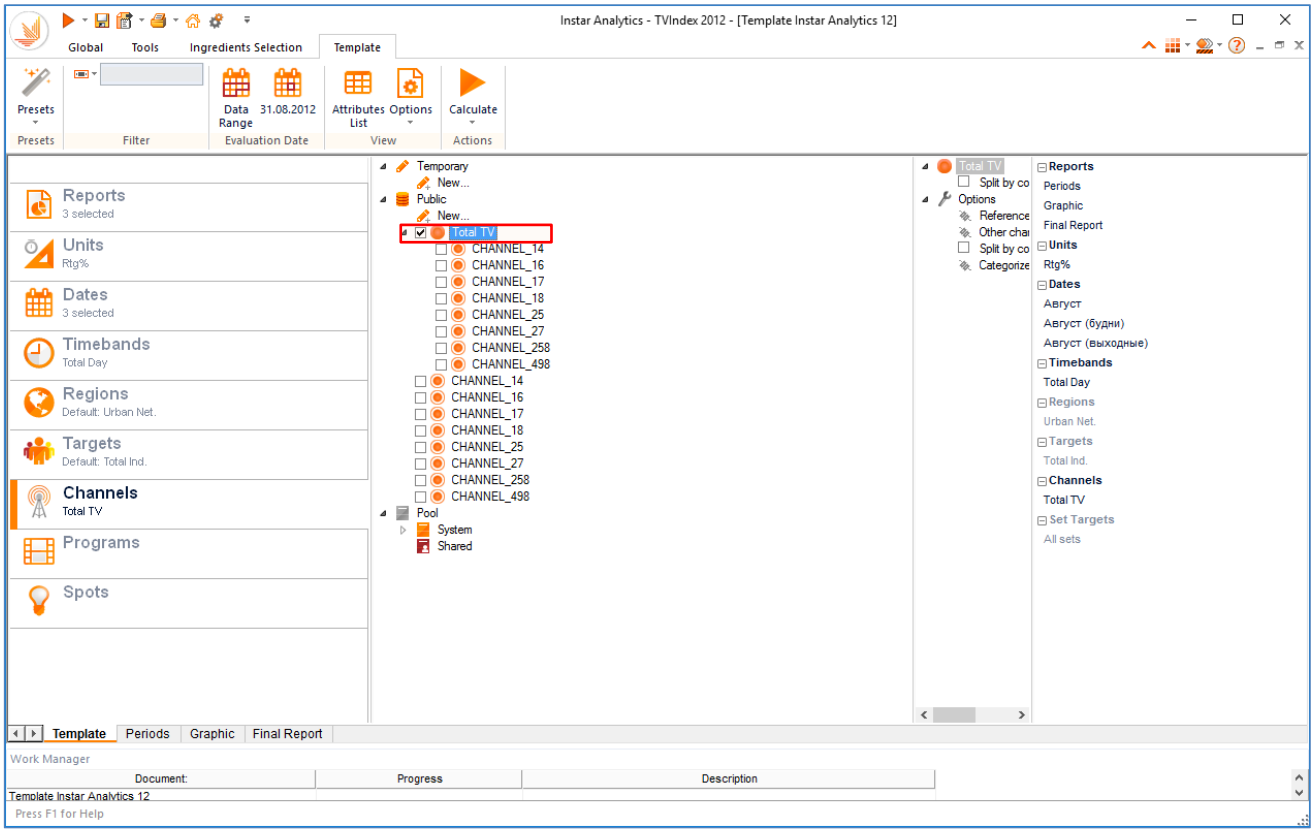


4. Во вкладке **Timebands** отмечаем **Total Day** и разбиваем период на **15 минутные интервалы**.



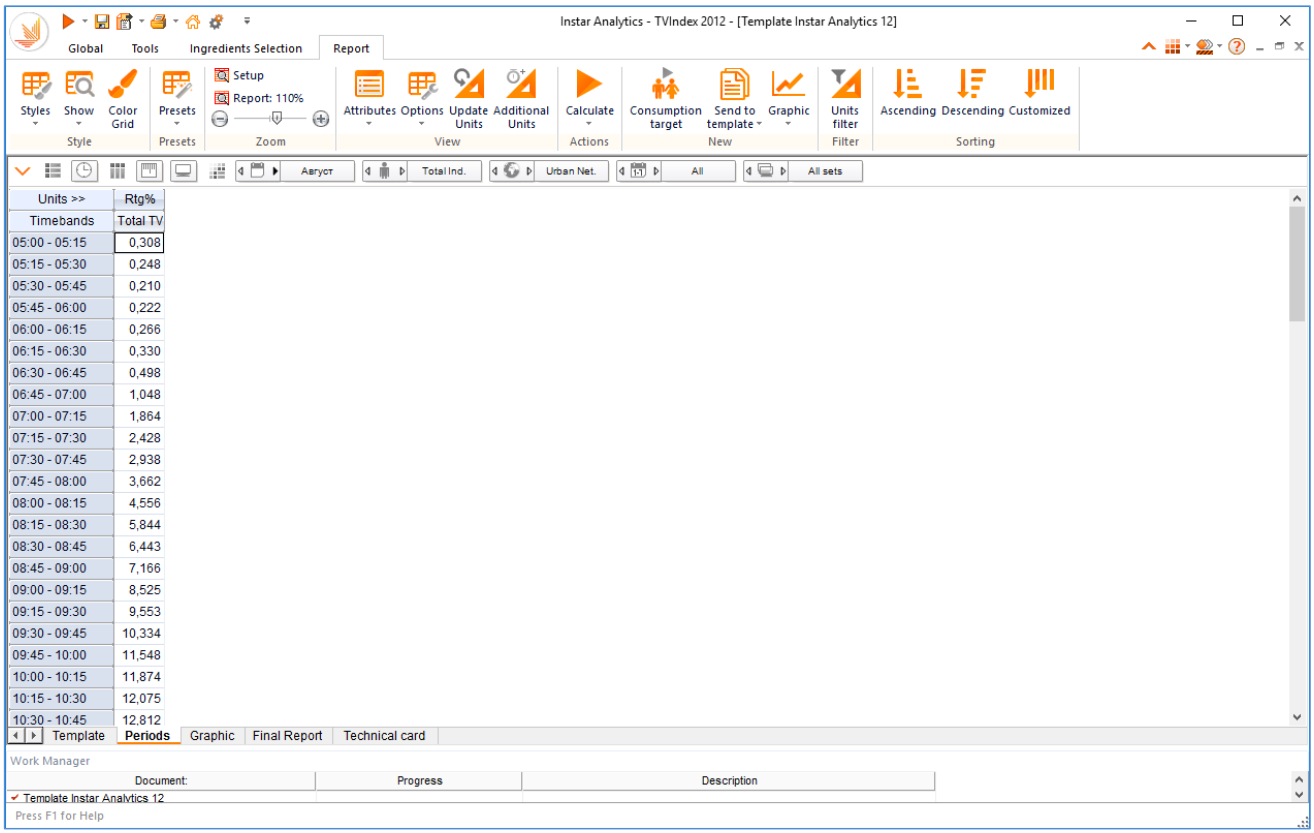
5. Целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

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



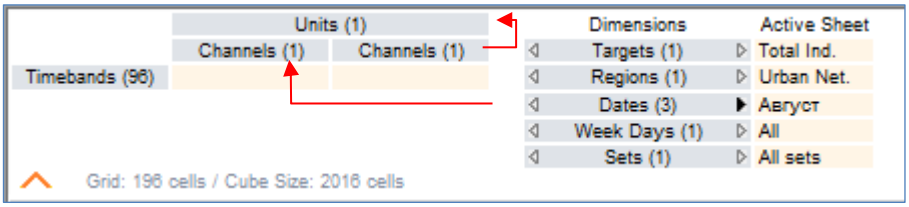
7. Запускаем расчет.

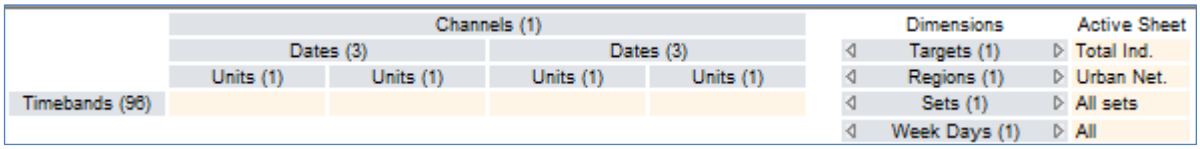
8. На закладке **Periods** отобразится табличный результат вычисления.

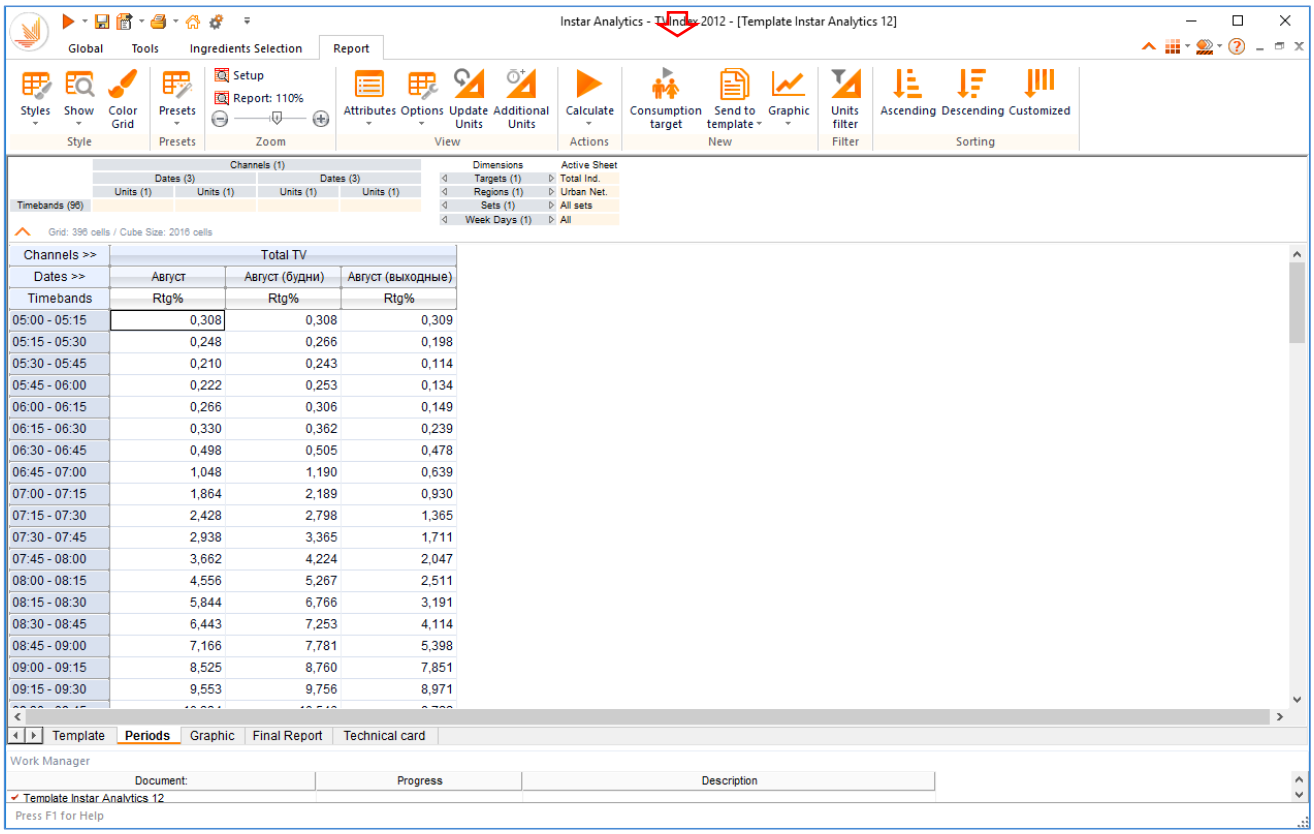


Units >>	Rtg%
Timebands	Total TV
05:00 - 05:15	0,308
05:15 - 05:30	0,248
05:30 - 05:45	0,210
05:45 - 06:00	0,222
06:00 - 06:15	0,266
06:15 - 06:30	0,330
06:30 - 06:45	0,498
06:45 - 07:00	1,048
07:00 - 07:15	1,864
07:15 - 07:30	2,428
07:30 - 07:45	2,938
07:45 - 08:00	3,662
08:00 - 08:15	4,556
08:15 - 08:30	5,844
08:30 - 08:45	6,443
08:45 - 09:00	7,166
09:00 - 09:15	8,525
09:15 - 09:30	9,553
09:30 - 09:45	10,334
09:45 - 10:00	11,548
10:00 - 10:15	11,874
10:15 - 10:30	12,075
10:30 - 10:45	12,812

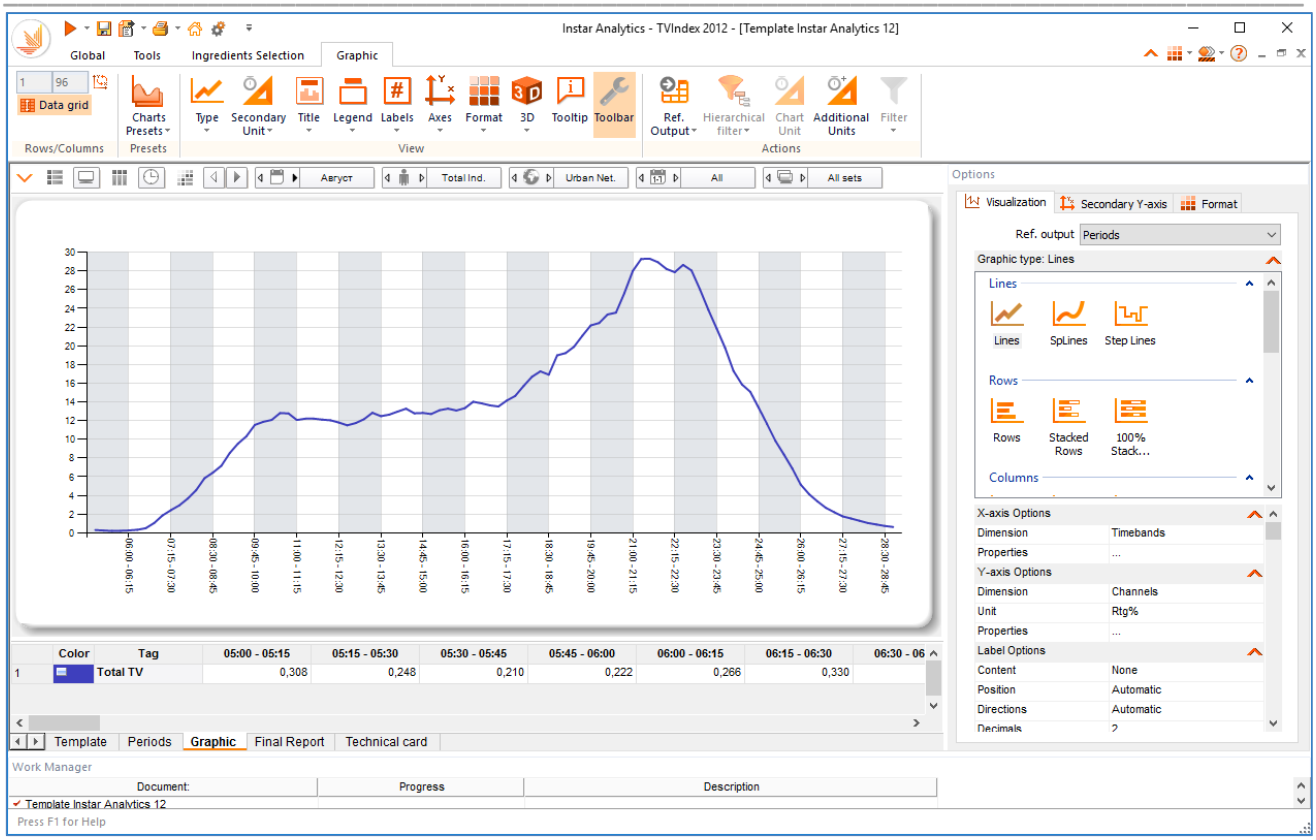
Зададим нужную структуру таблице.



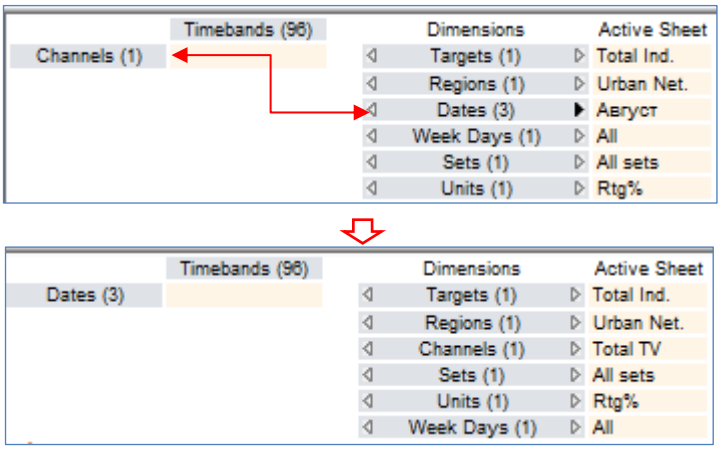




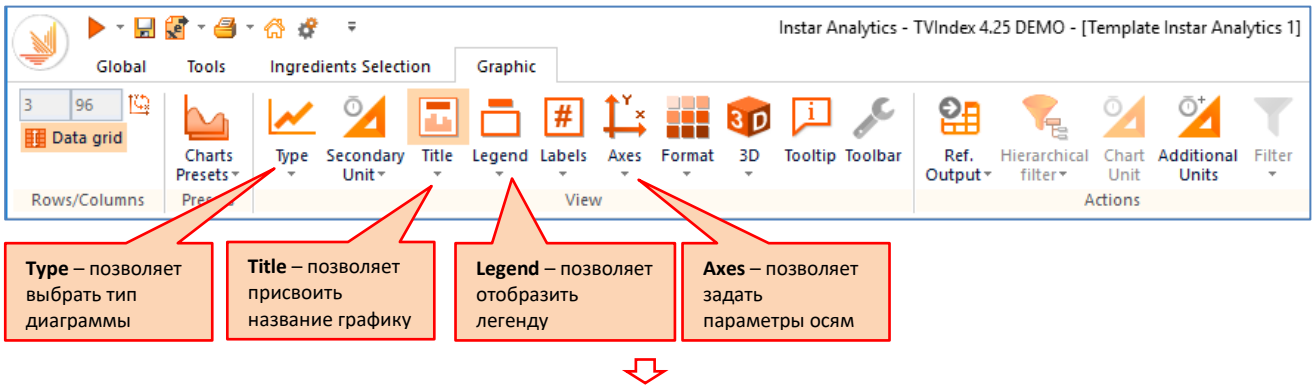
9. На закладке **Graphic** отобразится результат вычисления в виде графика.

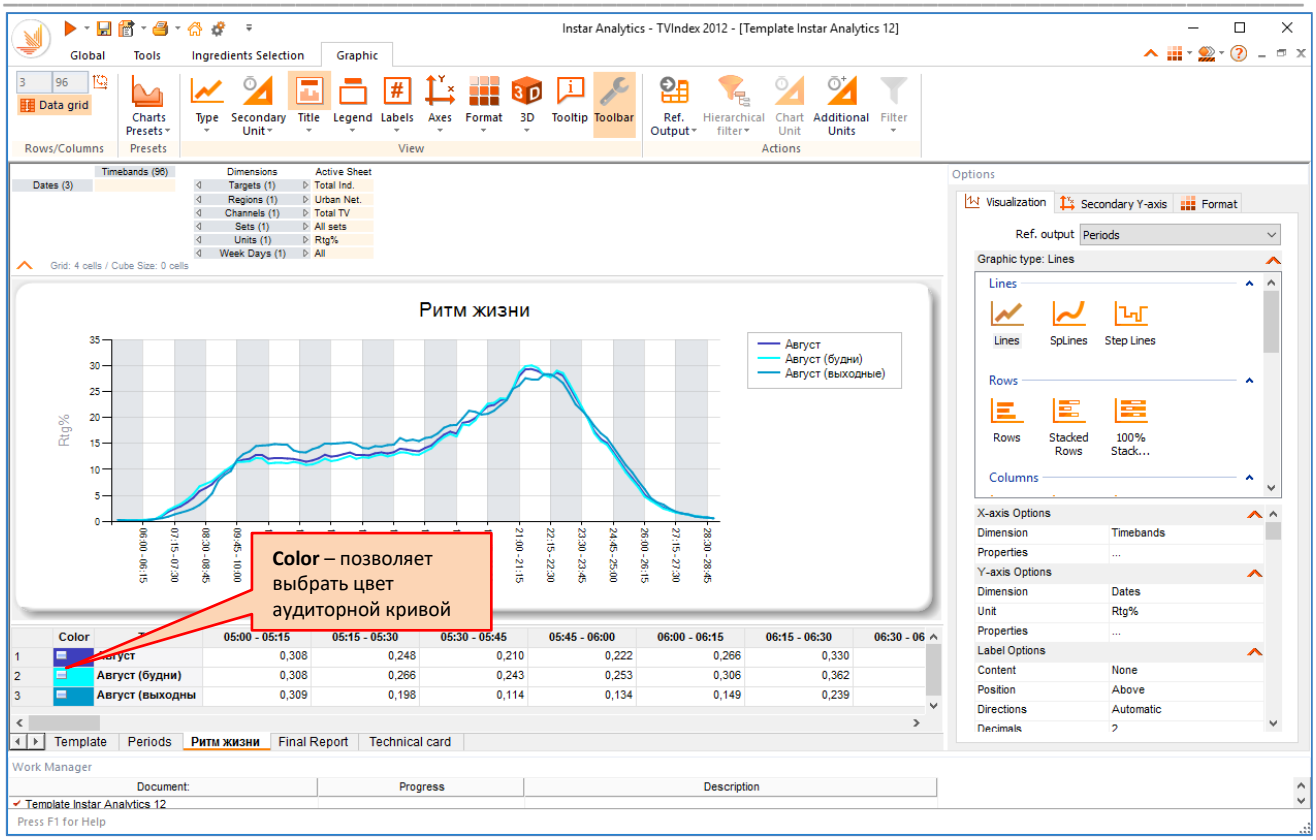


Зададим нужный формат графику.

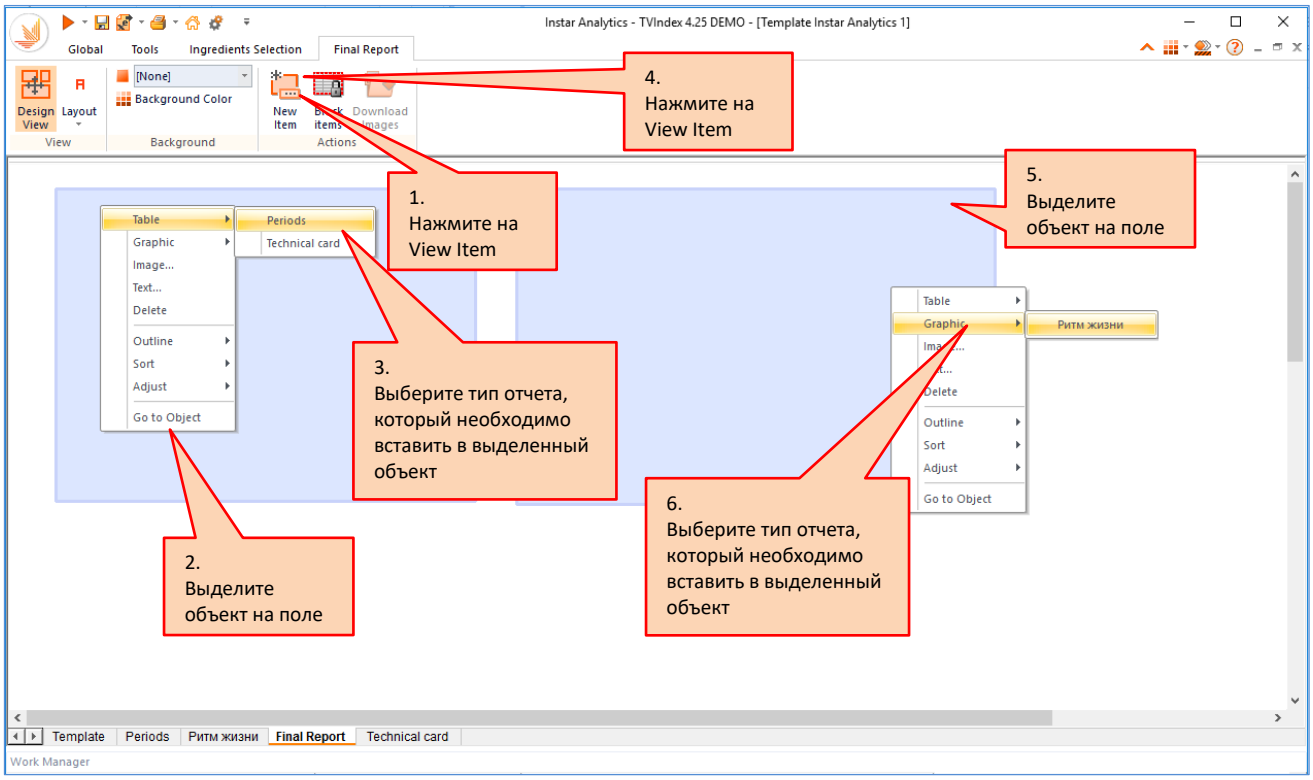


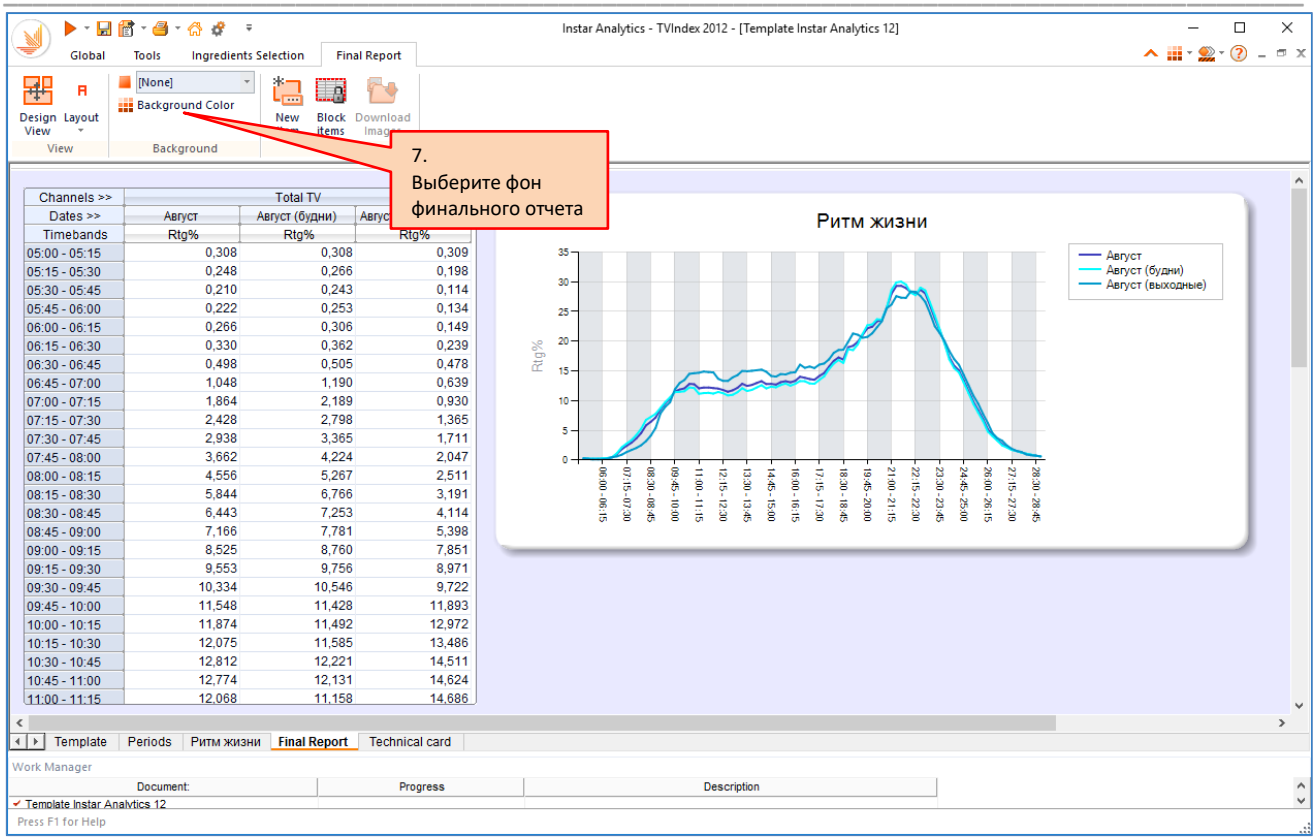
При помощи верхней панели инструментов отобразим легенду, название, единицу измерения по оси Y.





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





Channels >>	Total TV		
Dates >>	Август	Август (будни)	Авгус
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	1,864	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
09:30 - 09:45	10,334	10,546	9,722
09:45 - 10:00	11,548	11,428	11,893
10:00 - 10:15	11,874	11,492	12,972
10:15 - 10:30	12,075	11,585	13,486
10:30 - 10:45	12,812	12,221	14,511
10:45 - 11:00	12,774	12,131	14,624
11:00 - 11:15	12,068	11,158	14,686

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.

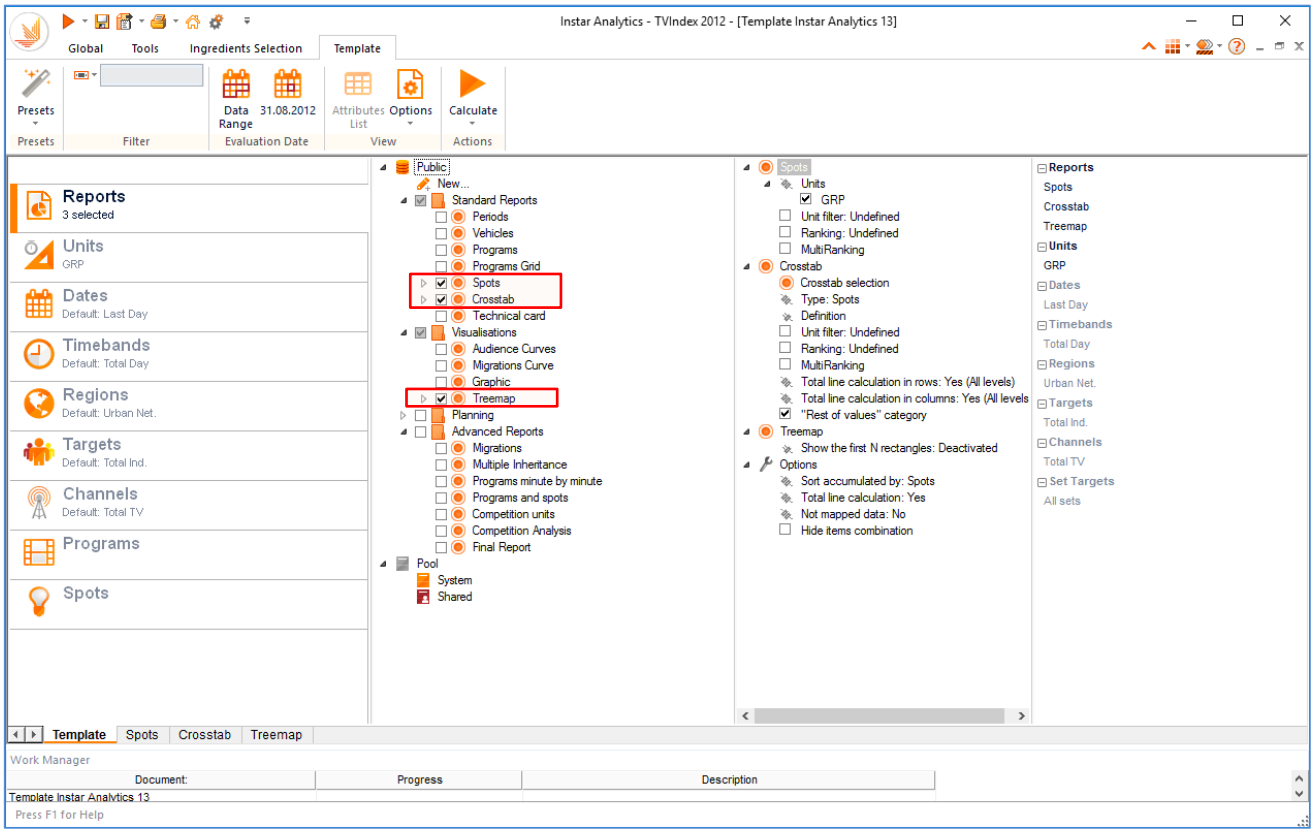
11.1. Пример 1

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.

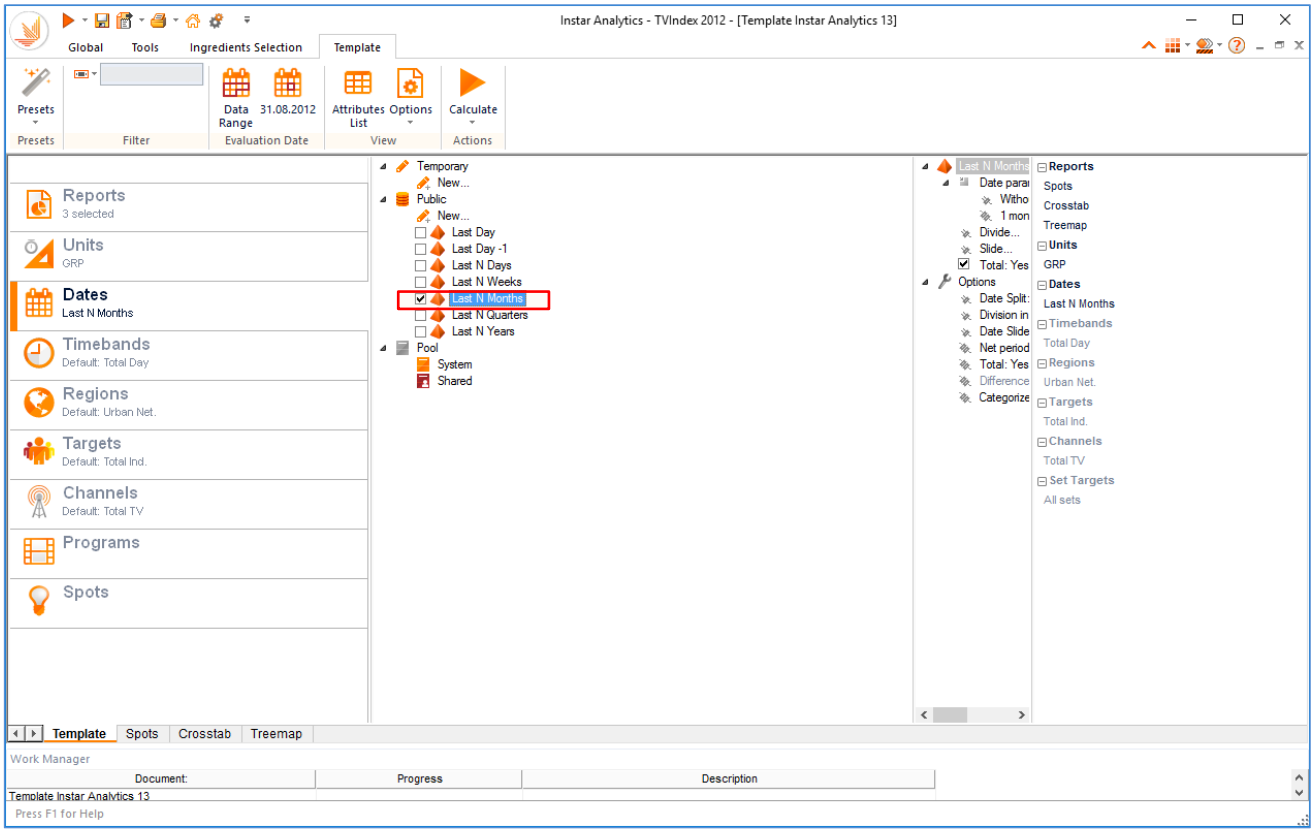
Последовательность действий:

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

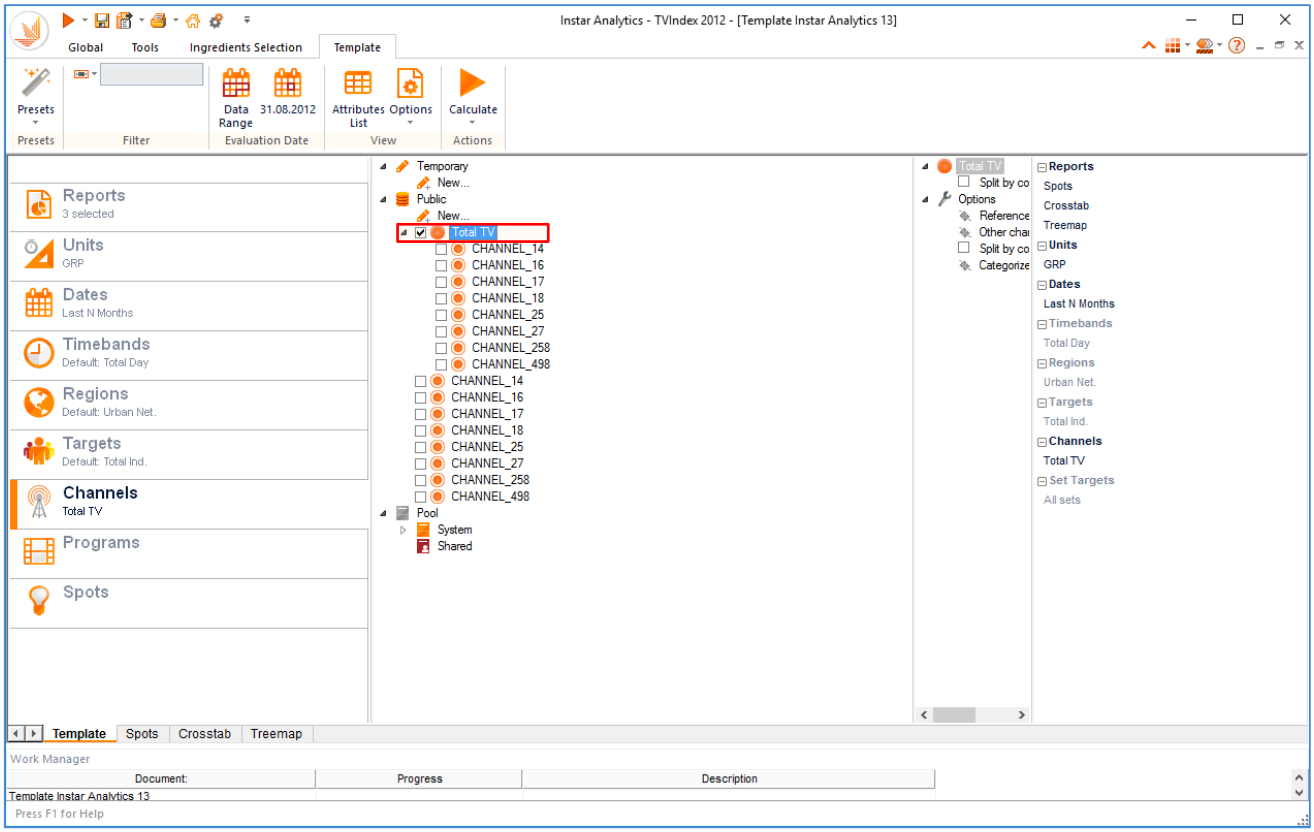


2. Статистика **GRP**, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

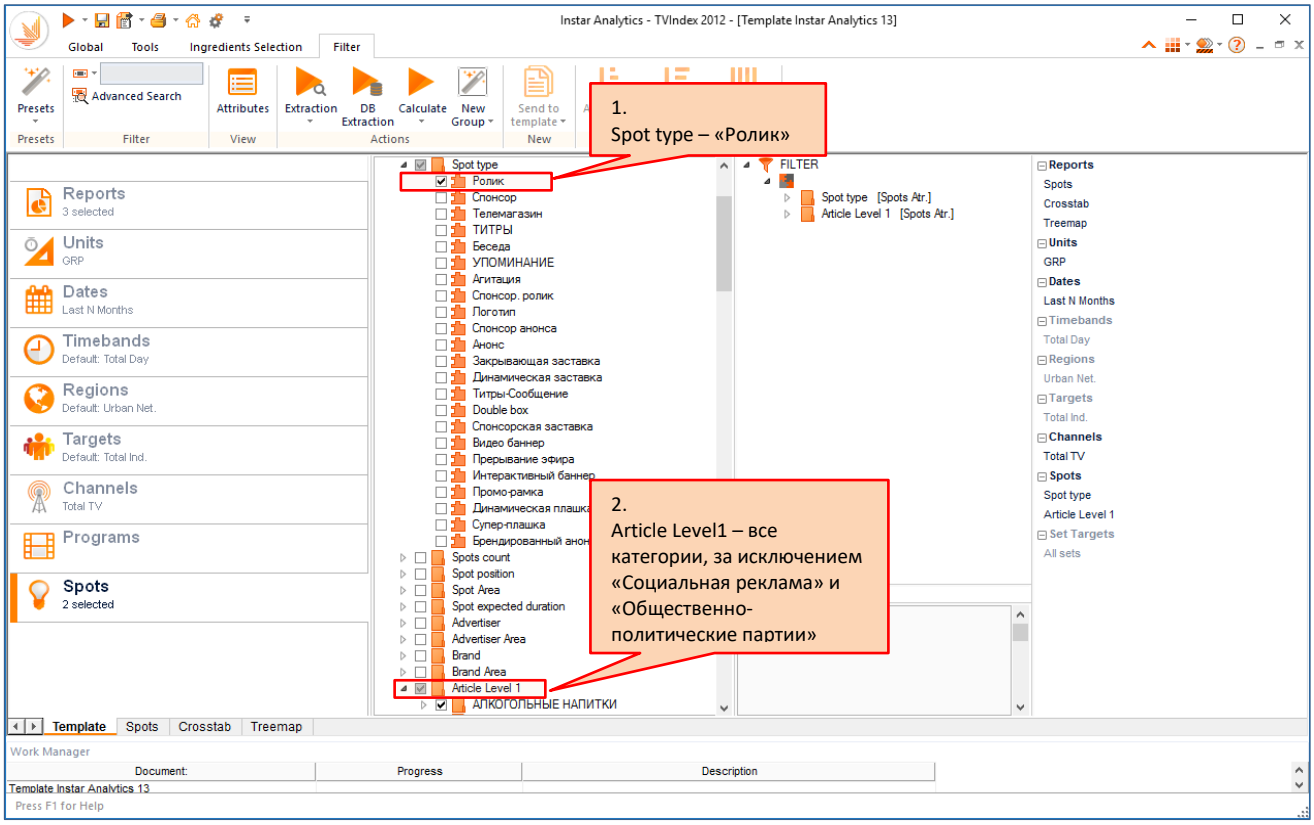
3. Во вкладке **Dates** задаем период.



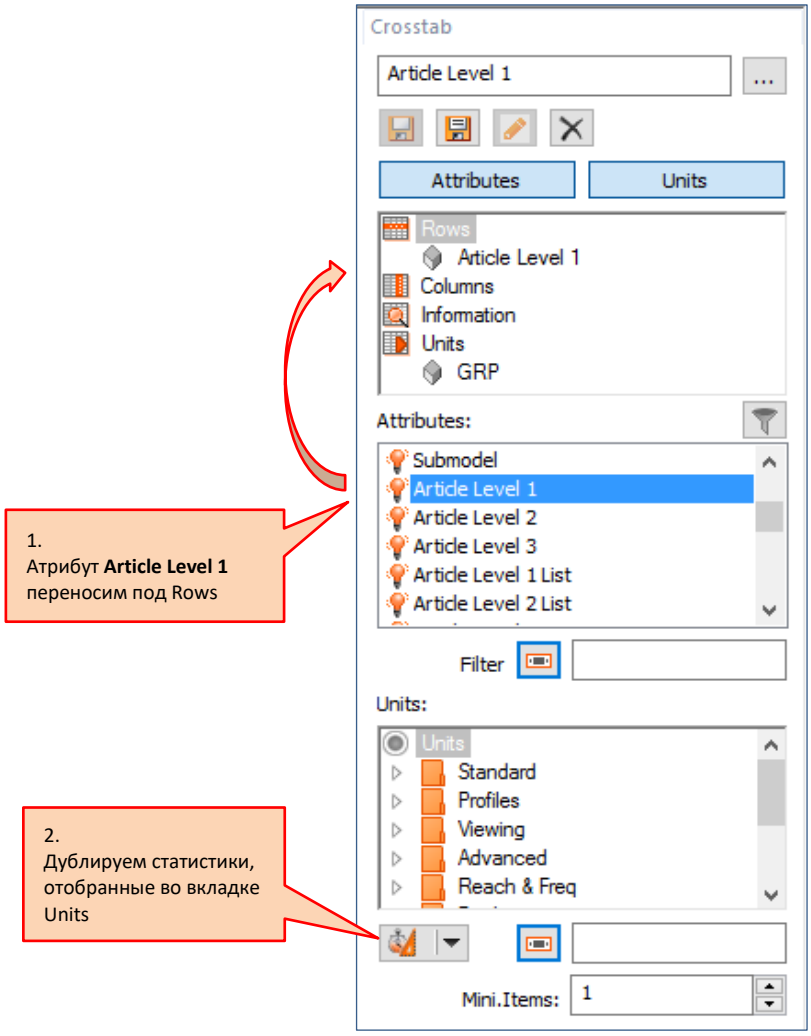
4. Во вкладке **Channels** отмечаем **Total TV**.



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

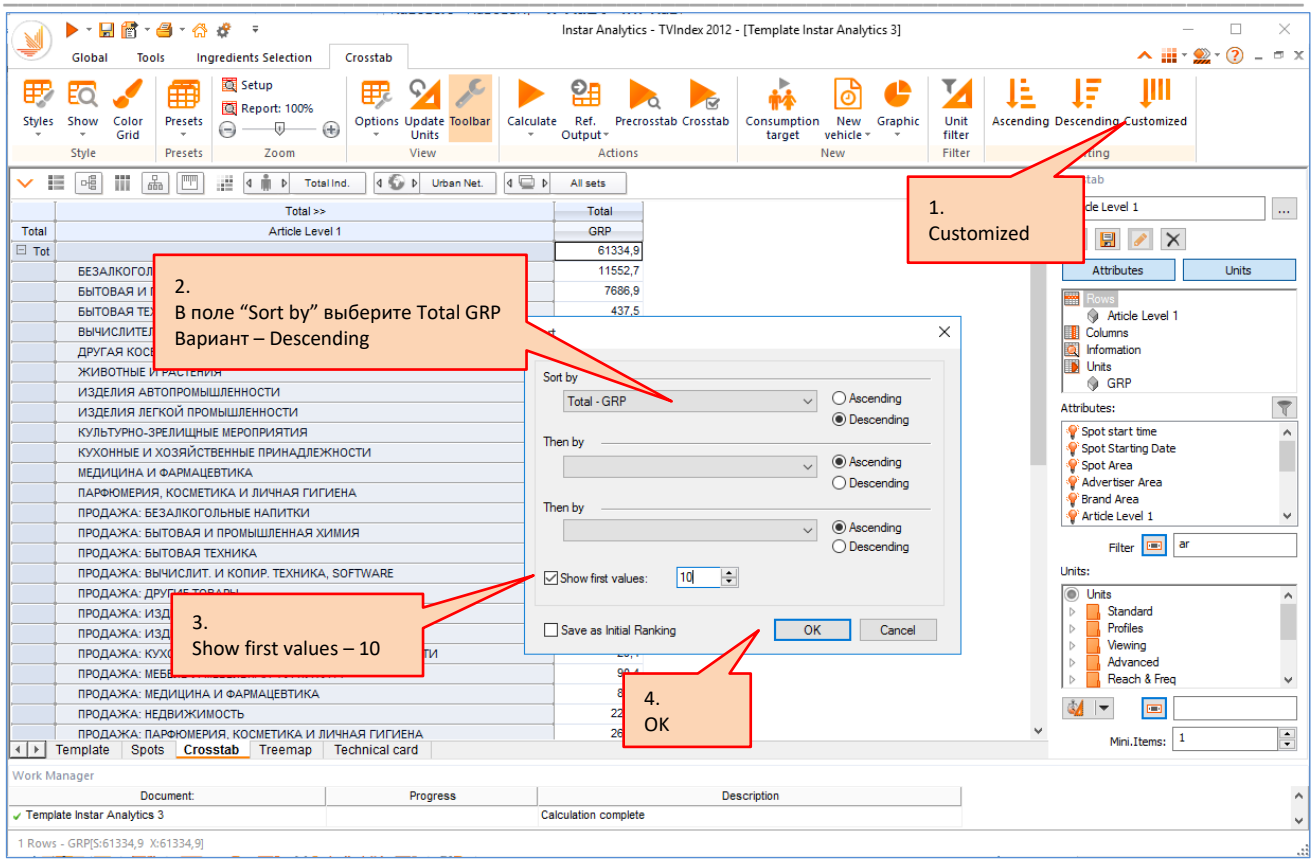


6. На закладке **Crosstab** настраиваем кросс-таблицу.

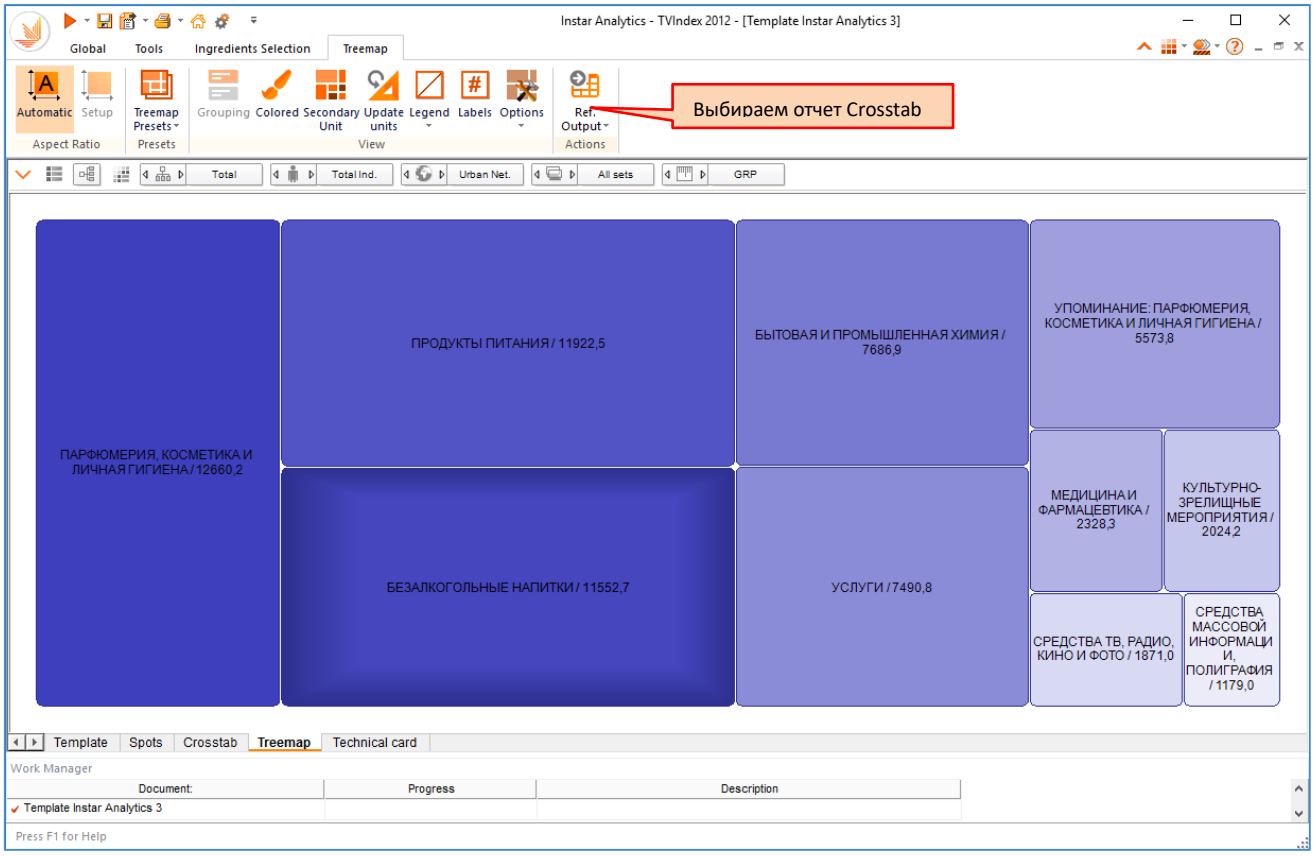


7. Запускаем расчет.

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



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



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

12. Migrations

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

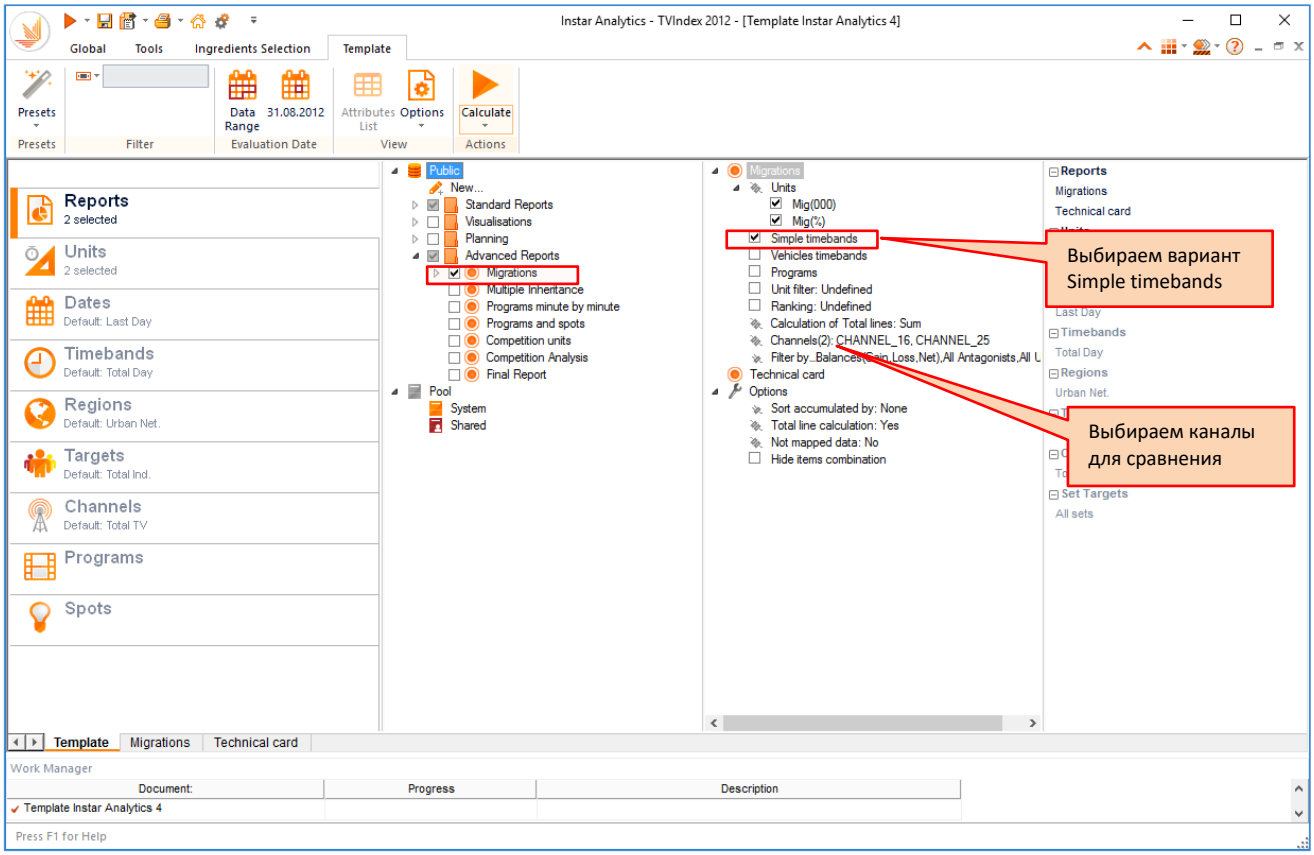
12.1. Пример 1

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.

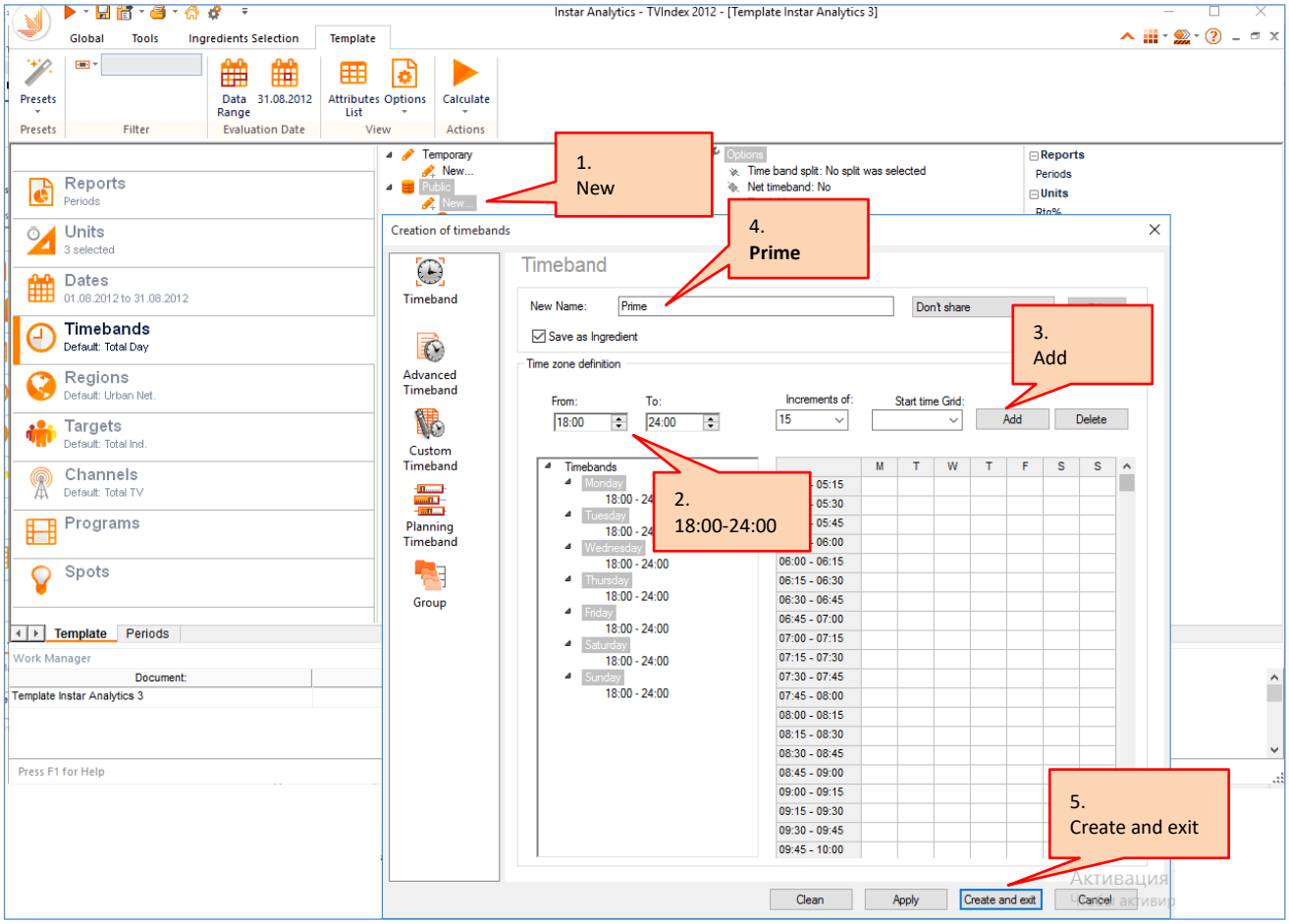
Последовательность действий:

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

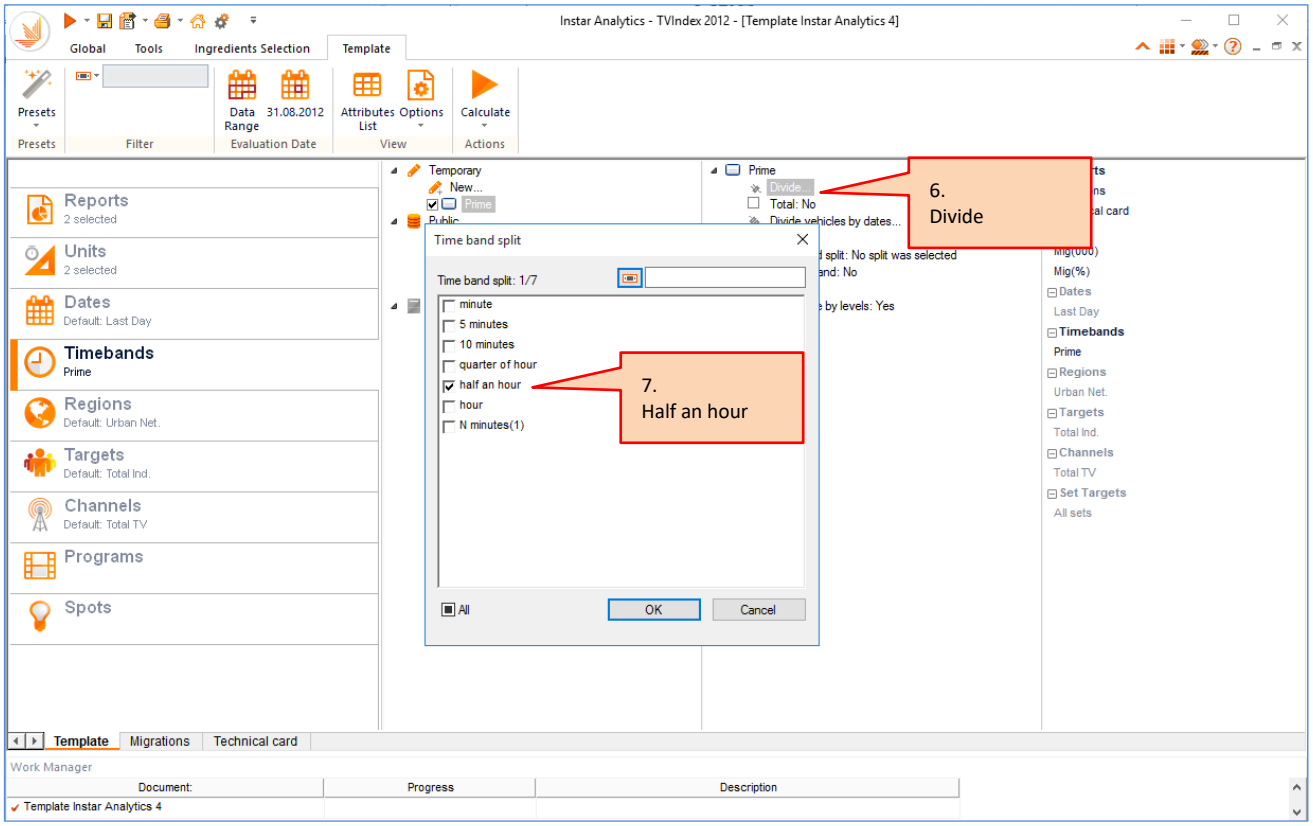


2. Блок статистик Migrations **Mig(000) и Mig(%)**, период **Last Day**, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

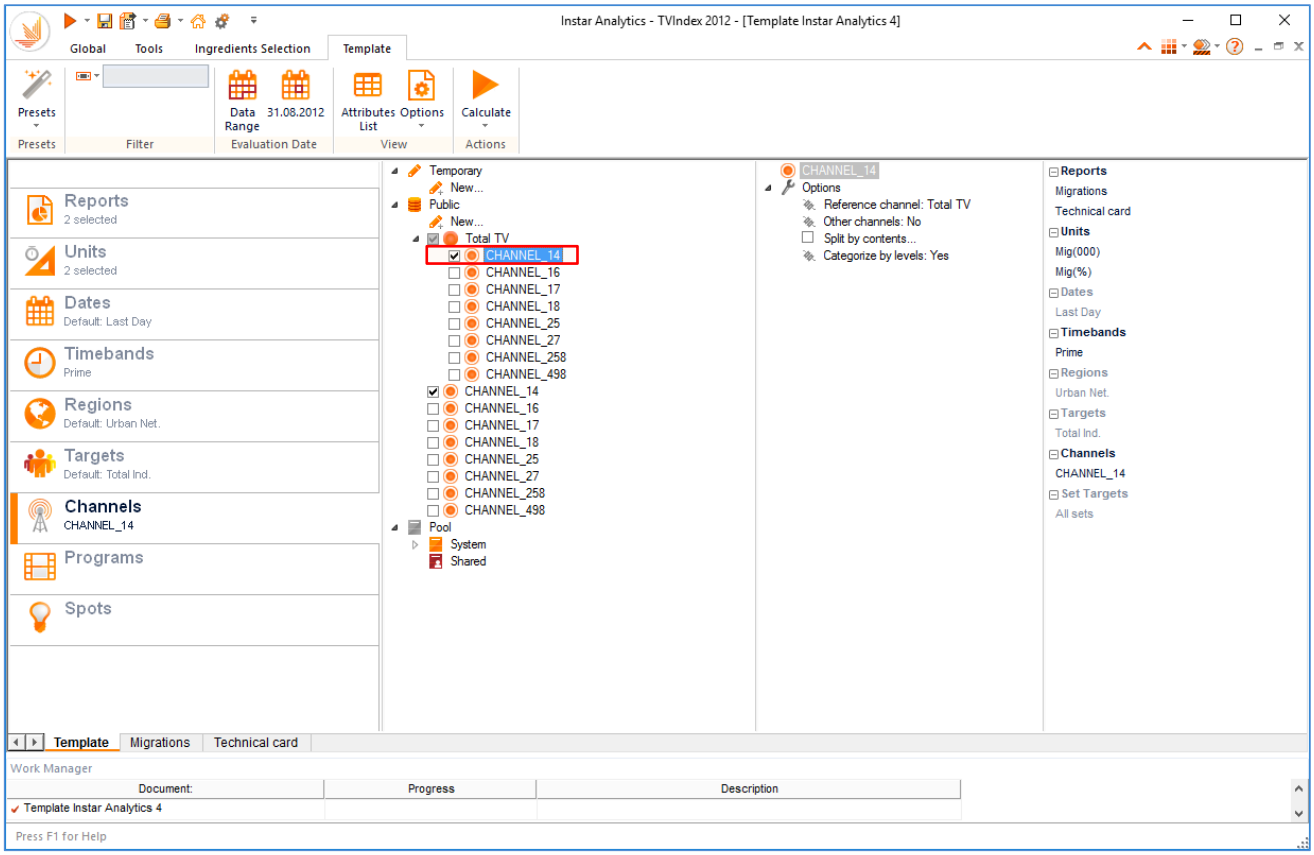
3. Во вкладке **Timebands** создаем временной интервал Prime (18:00-24:00).



Разбиваем созданный временной интервал на получасовые отрезки.

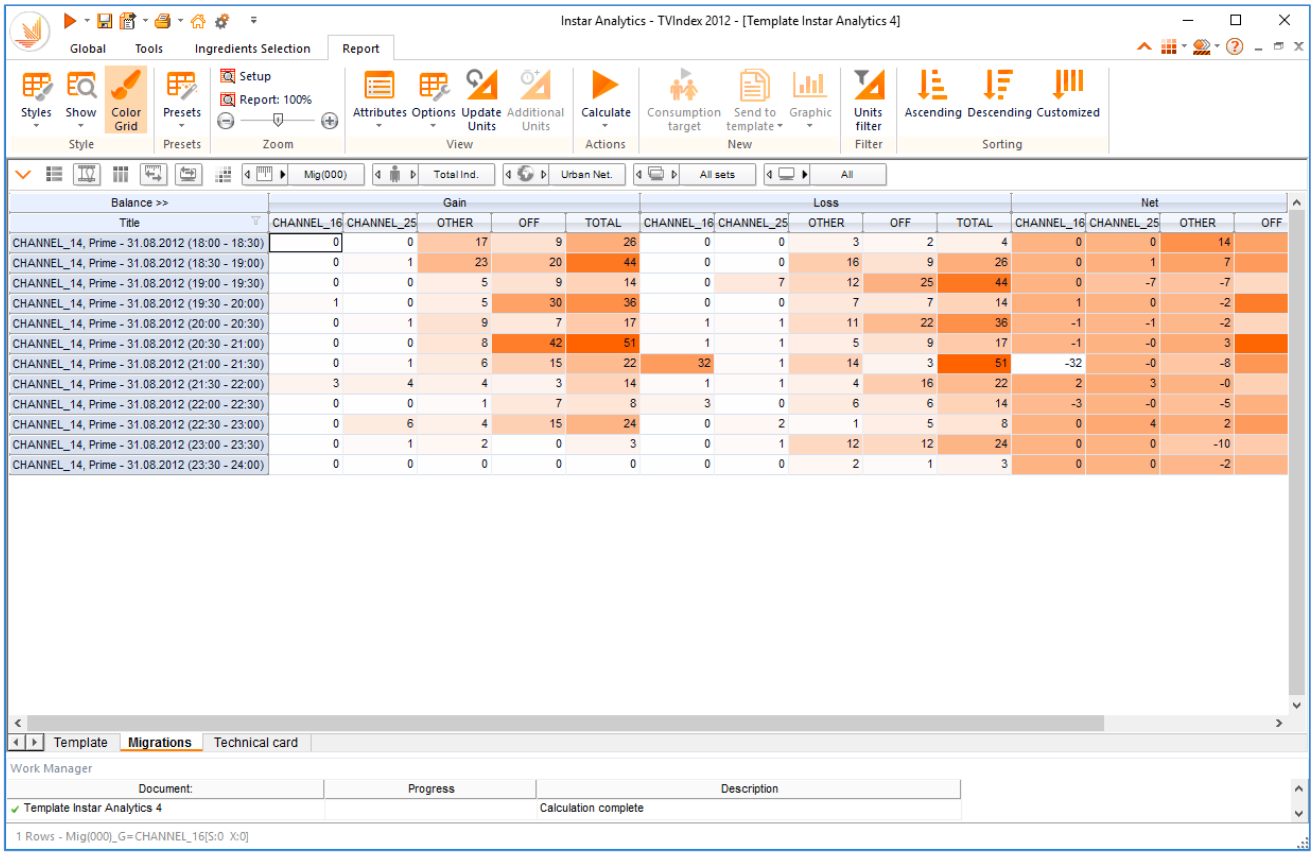


4. Во вкладке **Channels** отмечаем основной канал.



5. Запускаем расчет.

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



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.

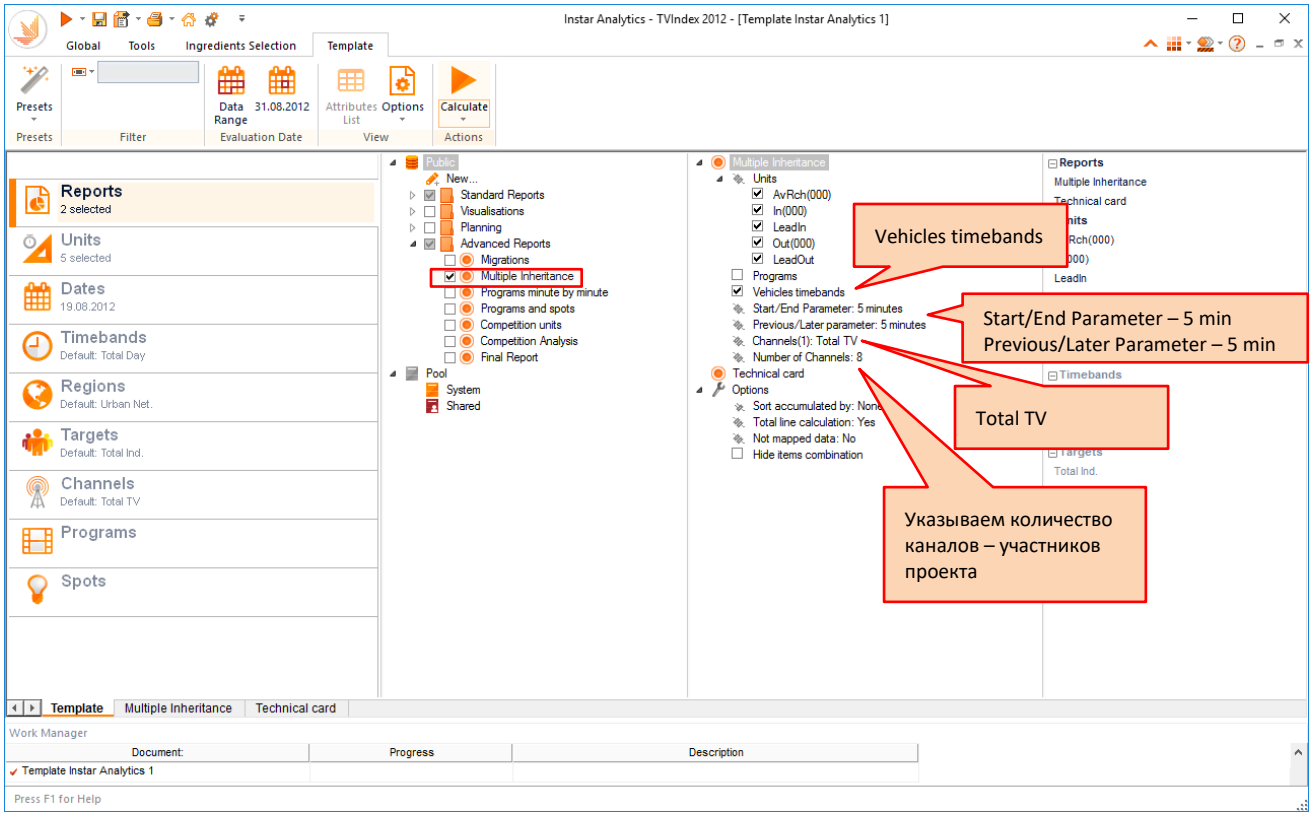
13.1. Пример 1

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:

AvRch(000) – охват в (000).

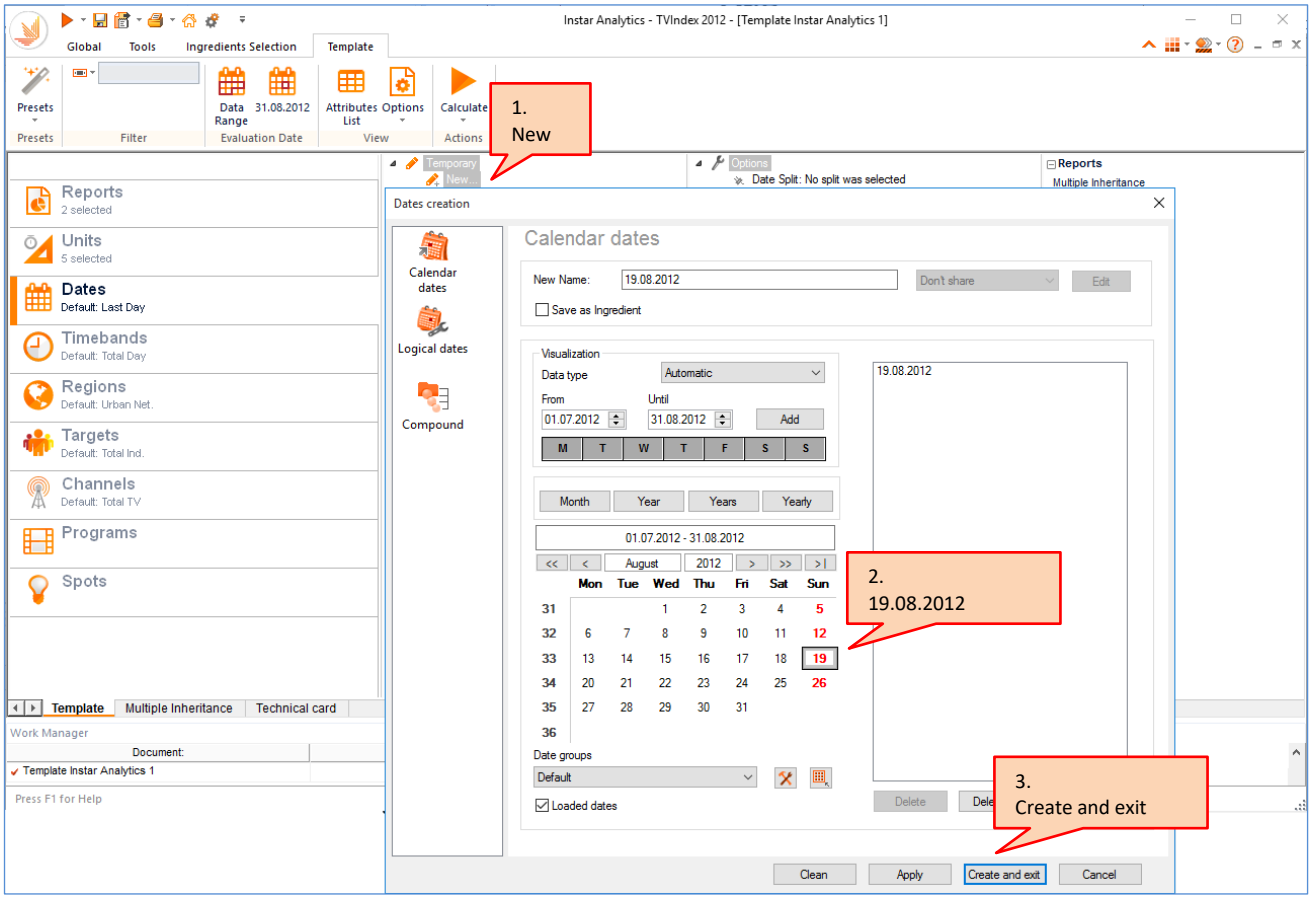
In(000) – количество человек, выраженное в тыс., которые видели как анализируемую программу (или временной интервал) так и предшествующую программу (предшествующий временной интервал).

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 интервал).

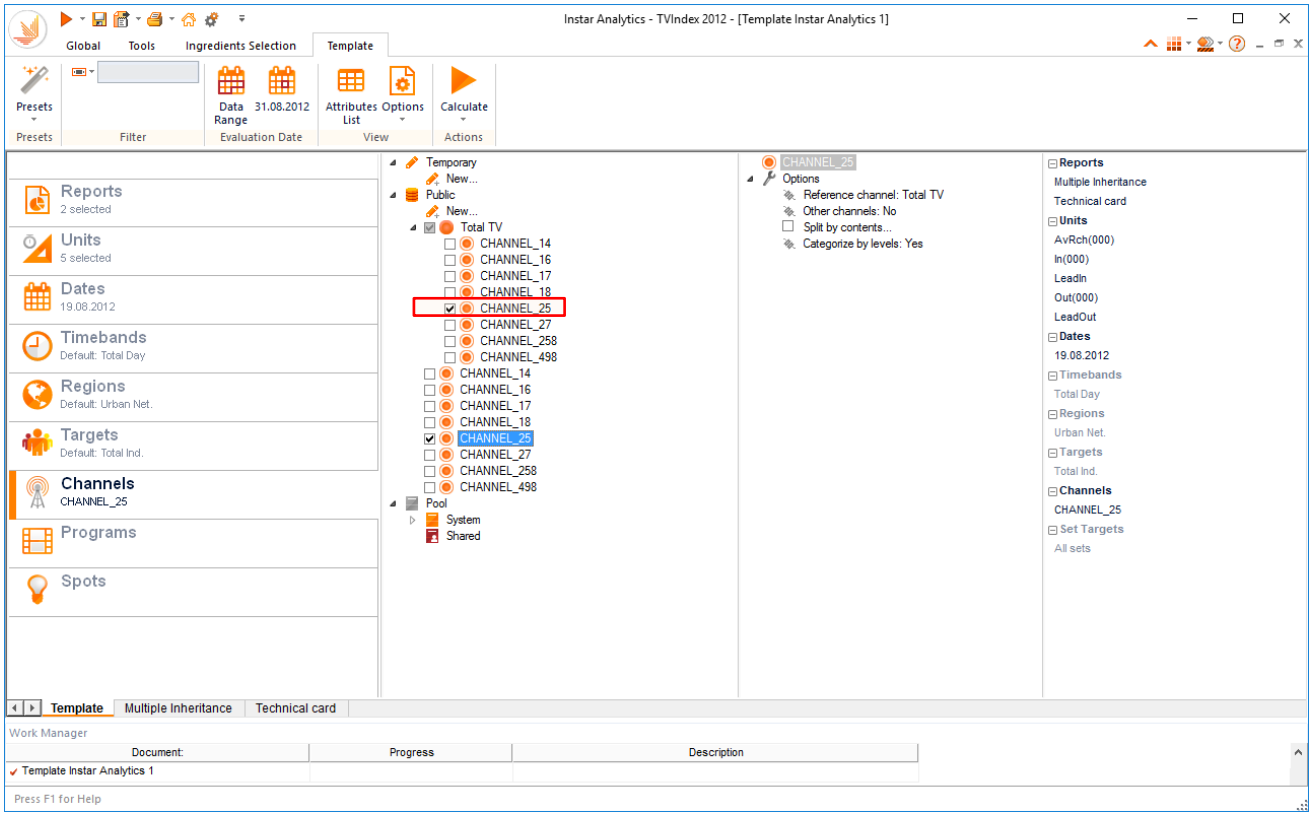
LeadOut(%) – процент людей, видевших анализируемую программу (или временной интервал) и последующую программу (или последующий временной интервал), от видевших анализируемую программу (или временной интервал).

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

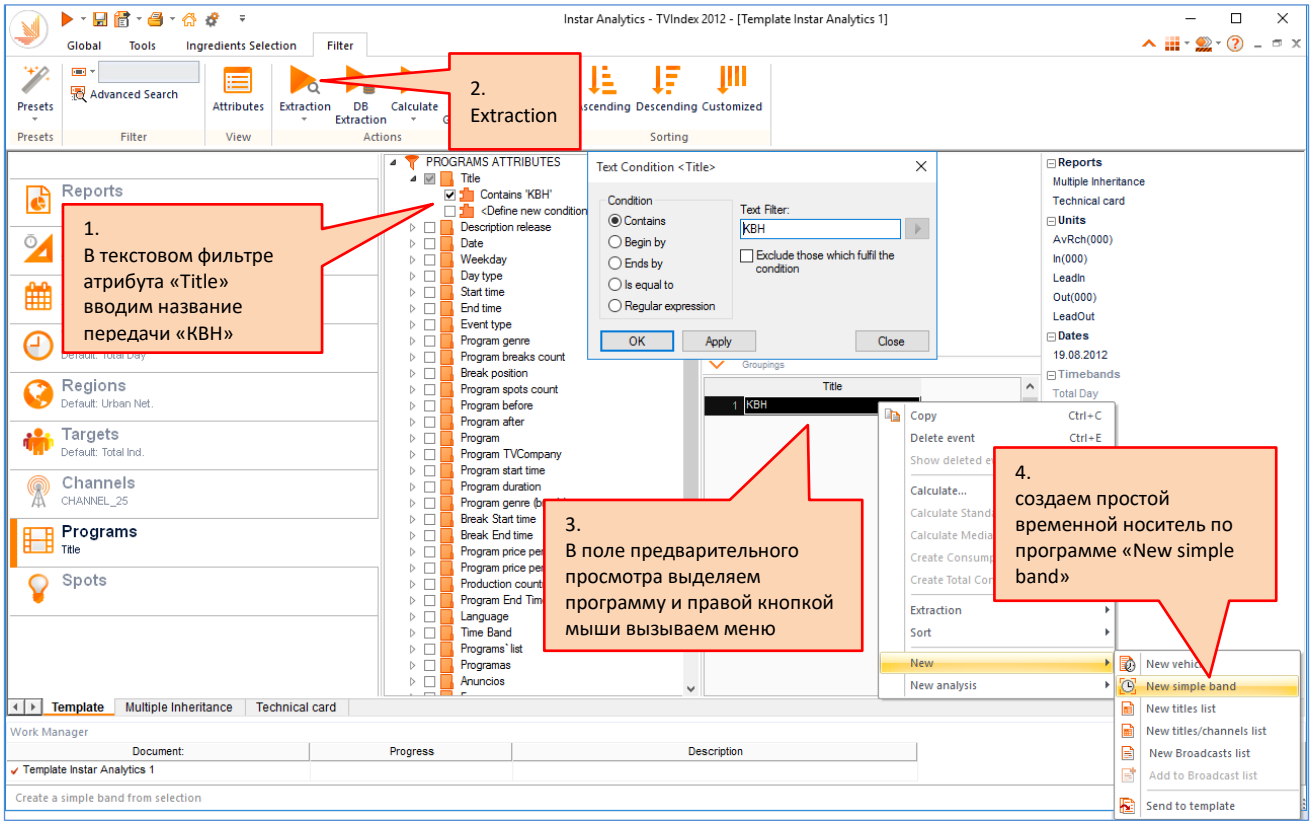


3. Целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию**.**

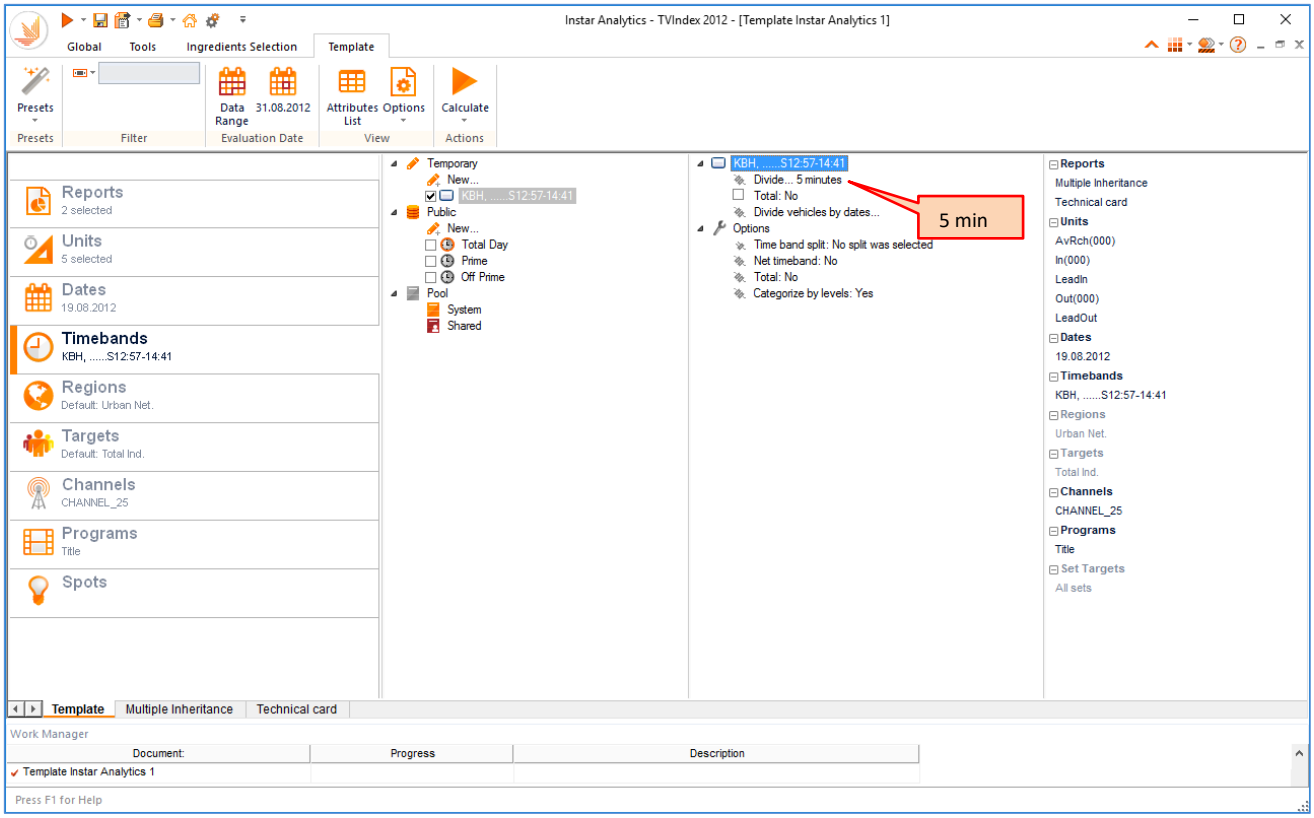
4. Во вкладке **Channels** отмечаем канал трансляции передачи**.**



5. Во вкладке **Programs** создаем временной носитель по программе.

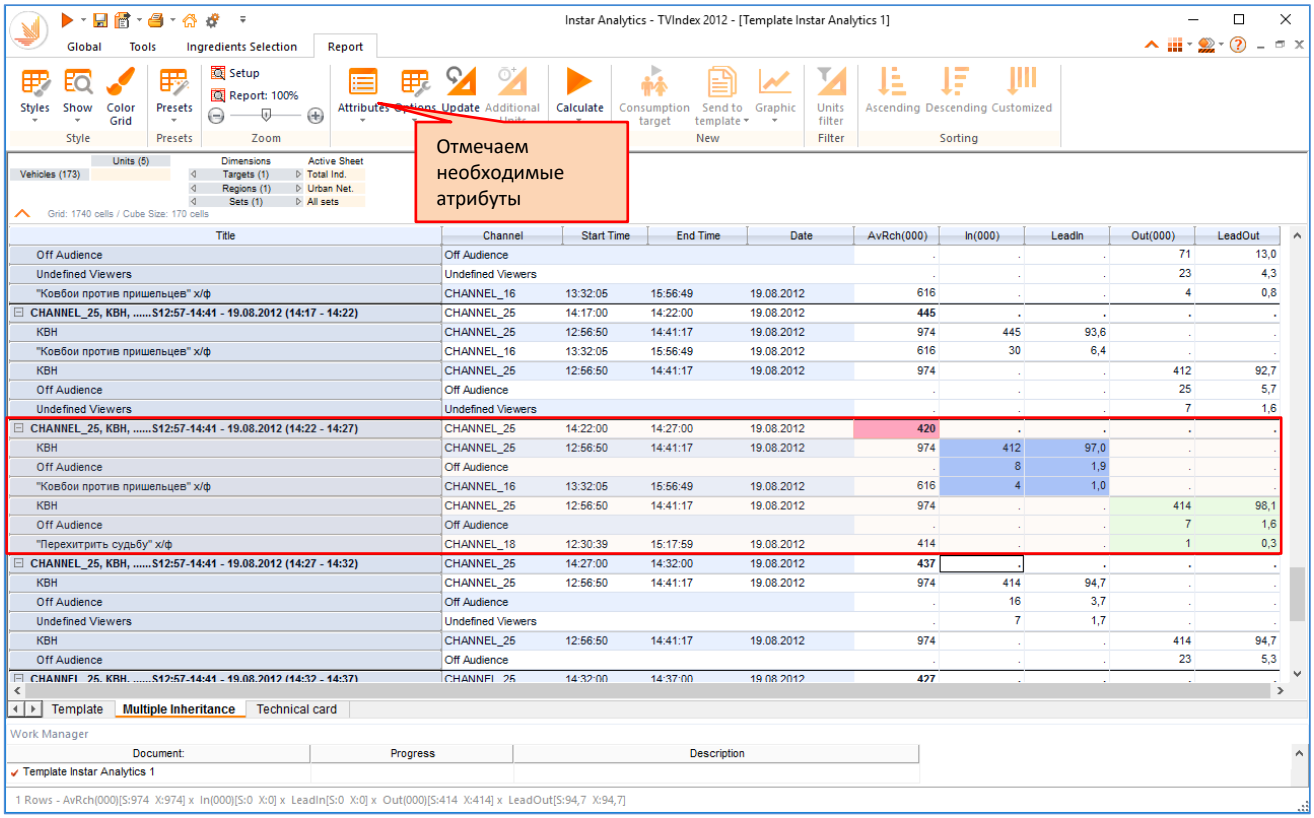


6. Во вкладке **Timebands** созданный носитель по программе разбиваем на 5-ти минутные интервалы.



7. Запускаем расчет.

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



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 канале 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.

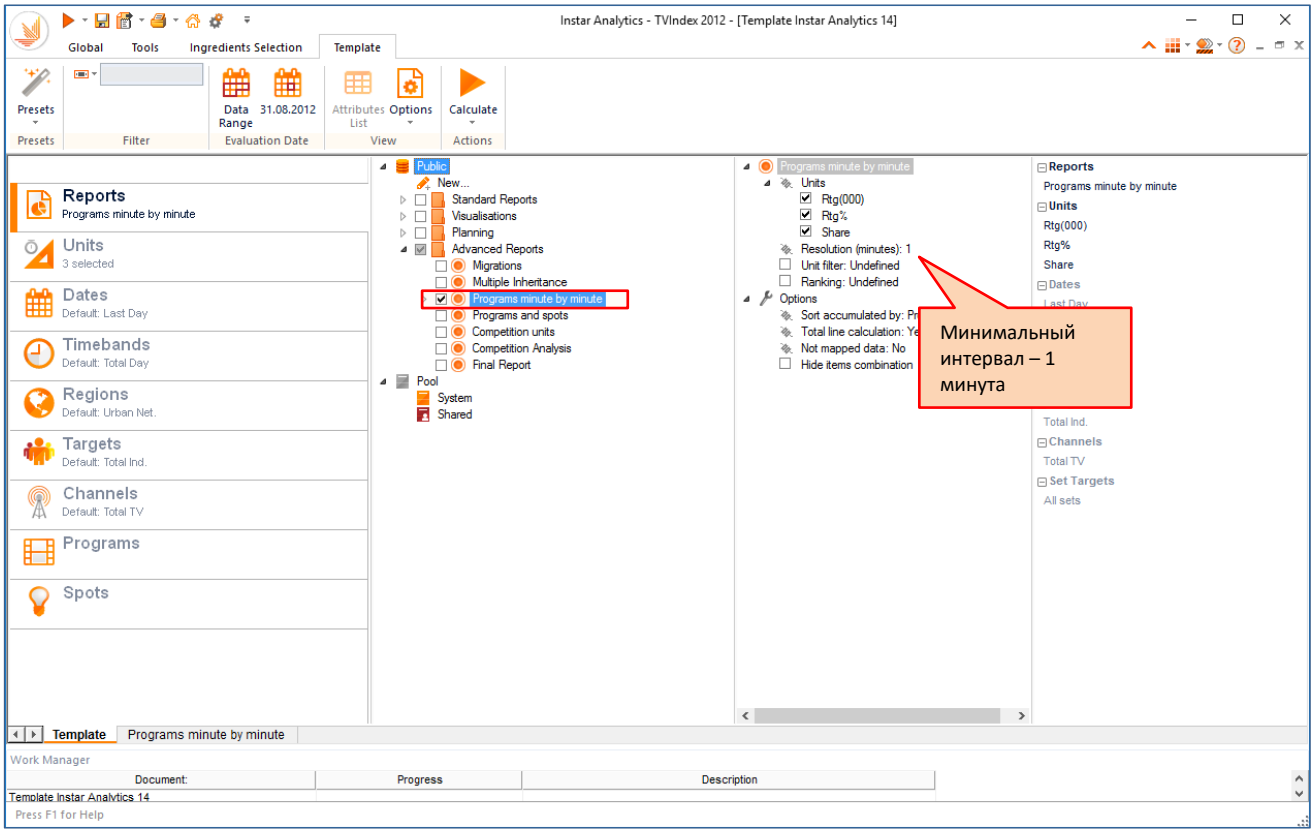
14.1. Пример 1

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

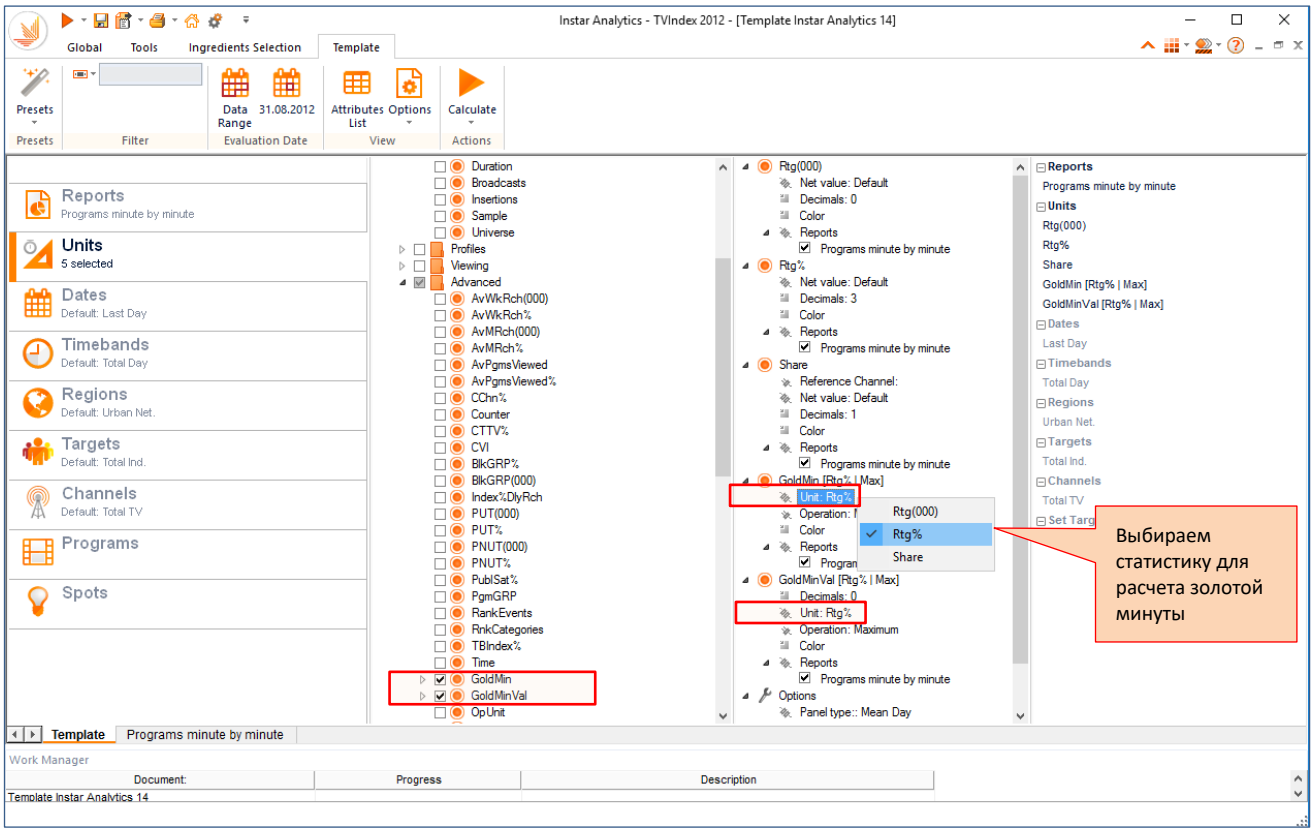
Передача	Сериал «Не ссорьтесь девочки»
Канал	Channel_14
Период	Last Day
Регион	Kazakhstan Urban Net.
Целевая группа	Total Ind.

Последовательность действий:

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

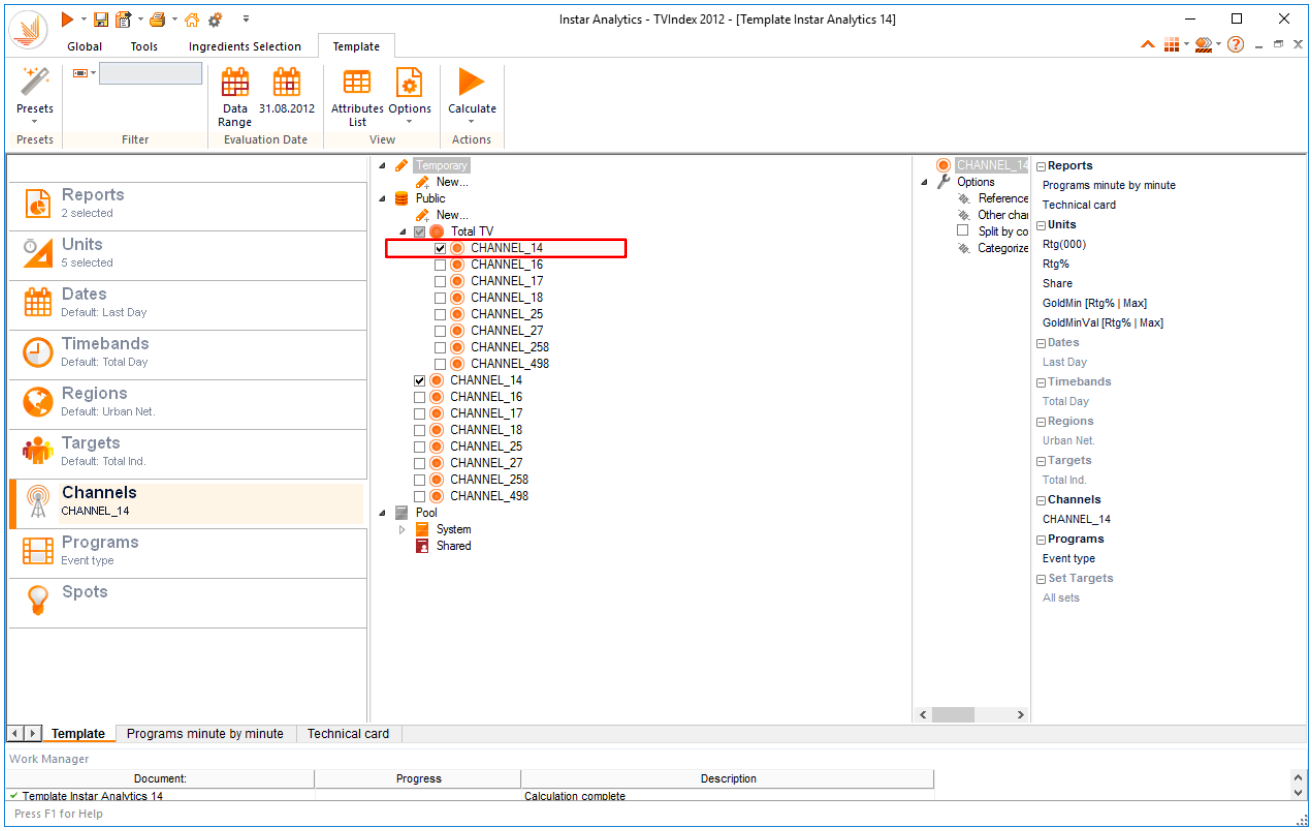


2. Во вкладке **Units** статистики **Rtg(000)**, **Rtg%**, **Share** отмечены по умолчанию. Отмечаем статистики **GoldMin** и **GoldMinVal**.

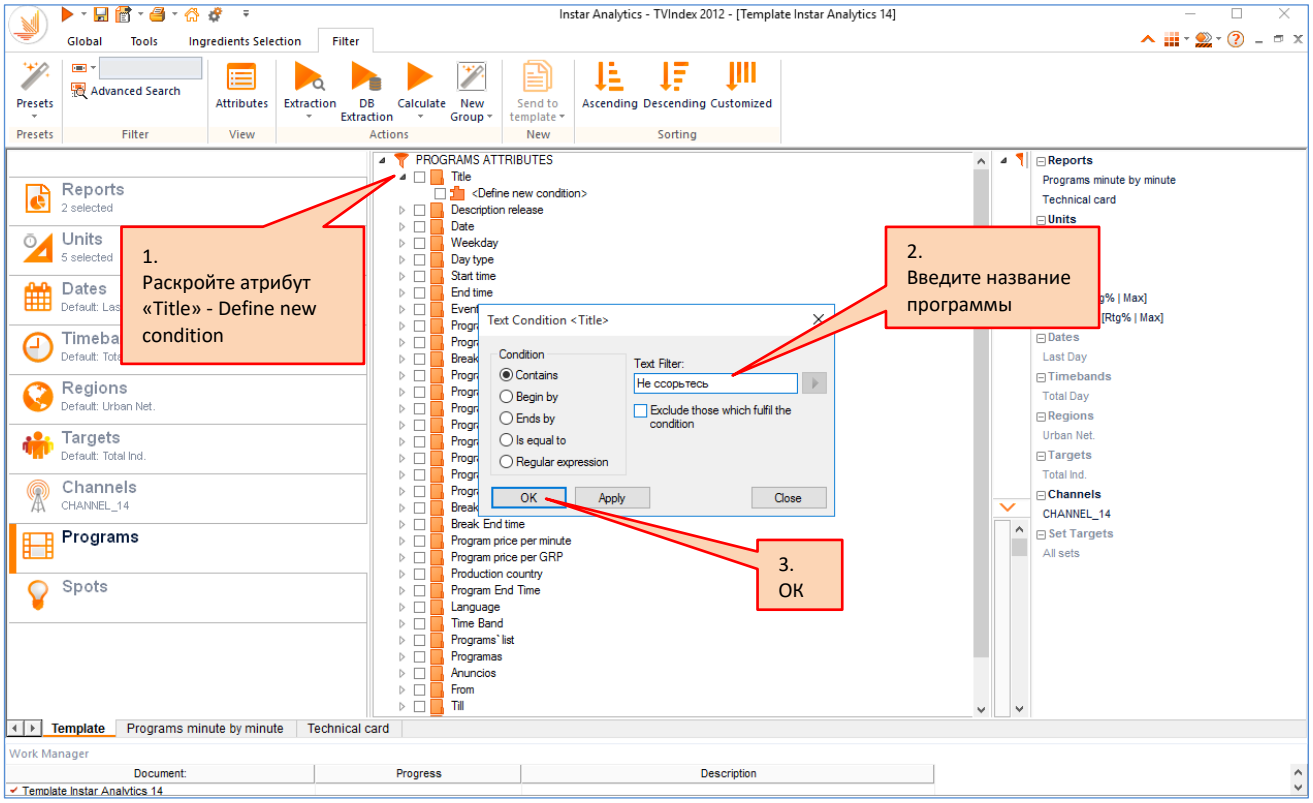


3. Целевая аудитория **Total Ind.**, регион **Urban Net.** и период **Last Day** устанавливаются по умолчанию**.**

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

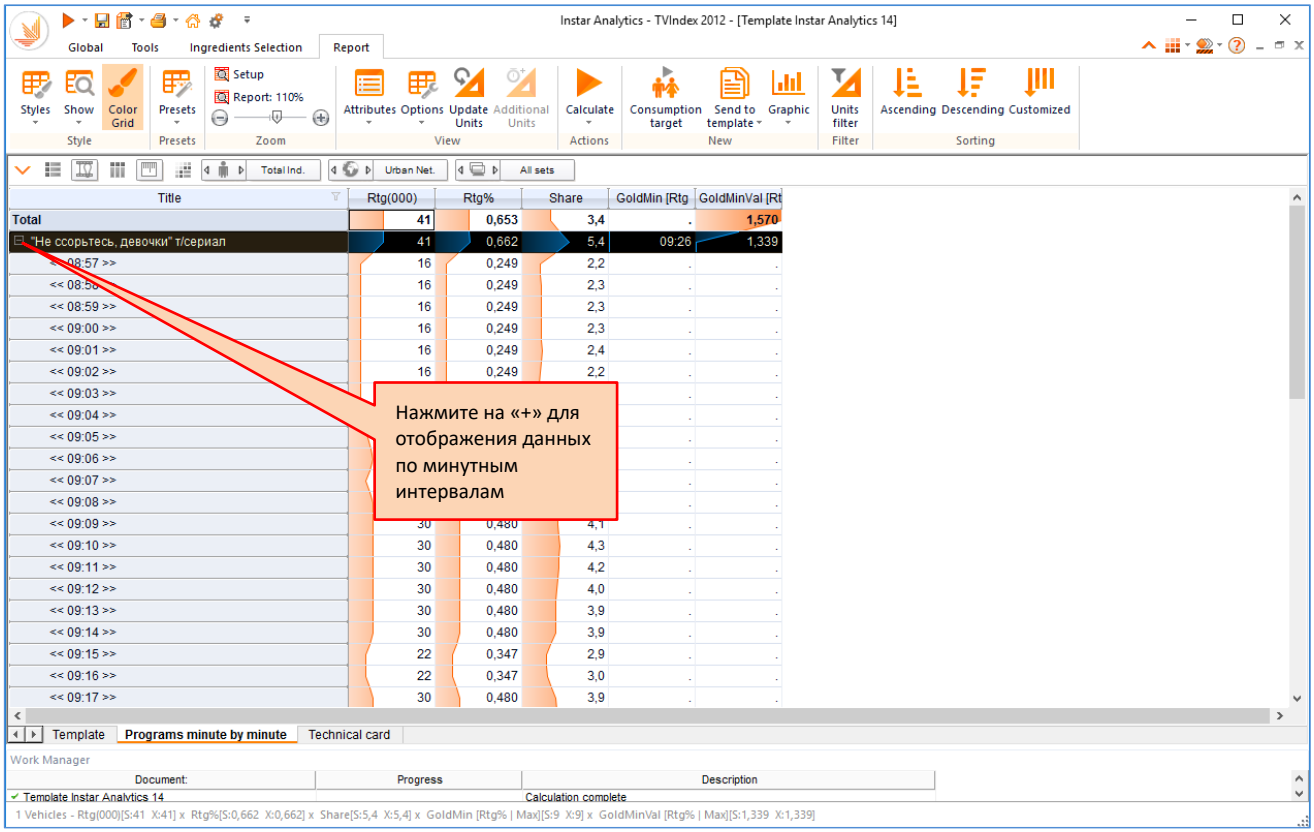


5. Во вкладке **Programs** задаем условия фильтрации по названию программы.



6. Запускаем расчет.

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



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.

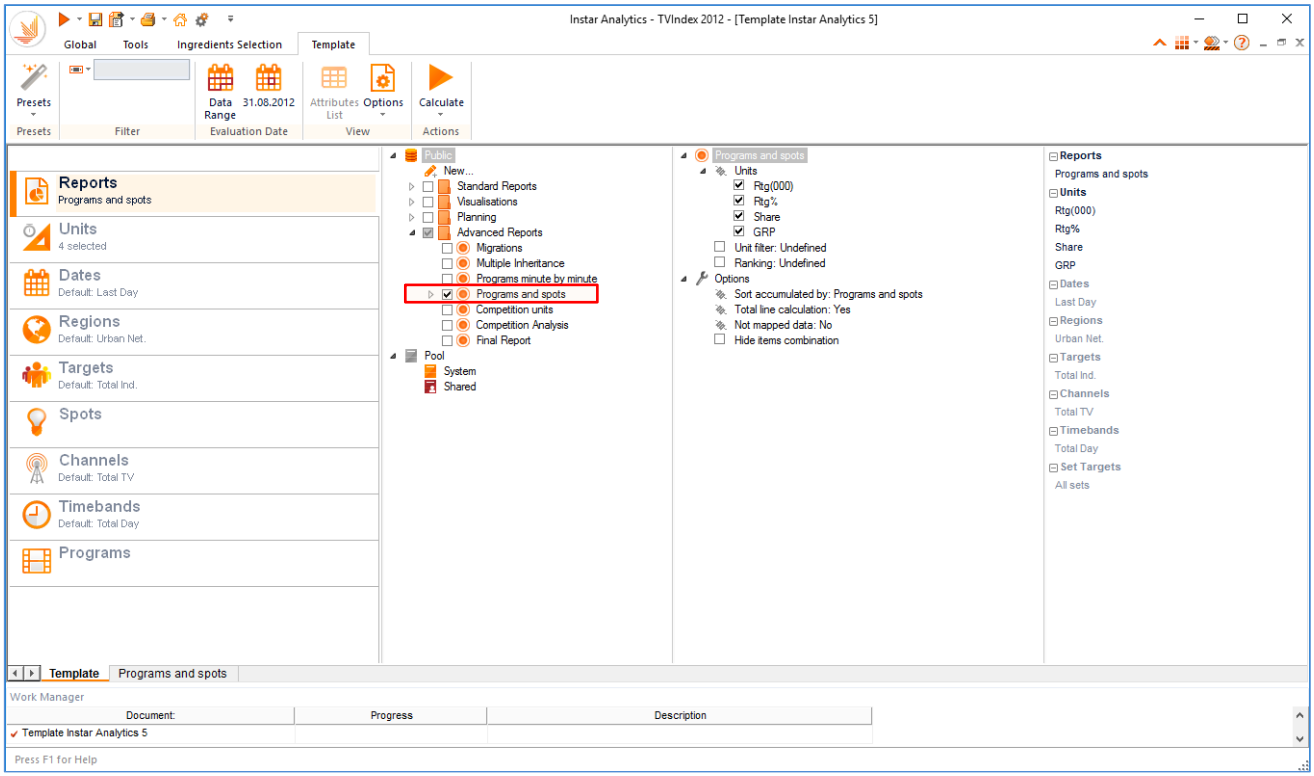
15.1. Пример 1

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.

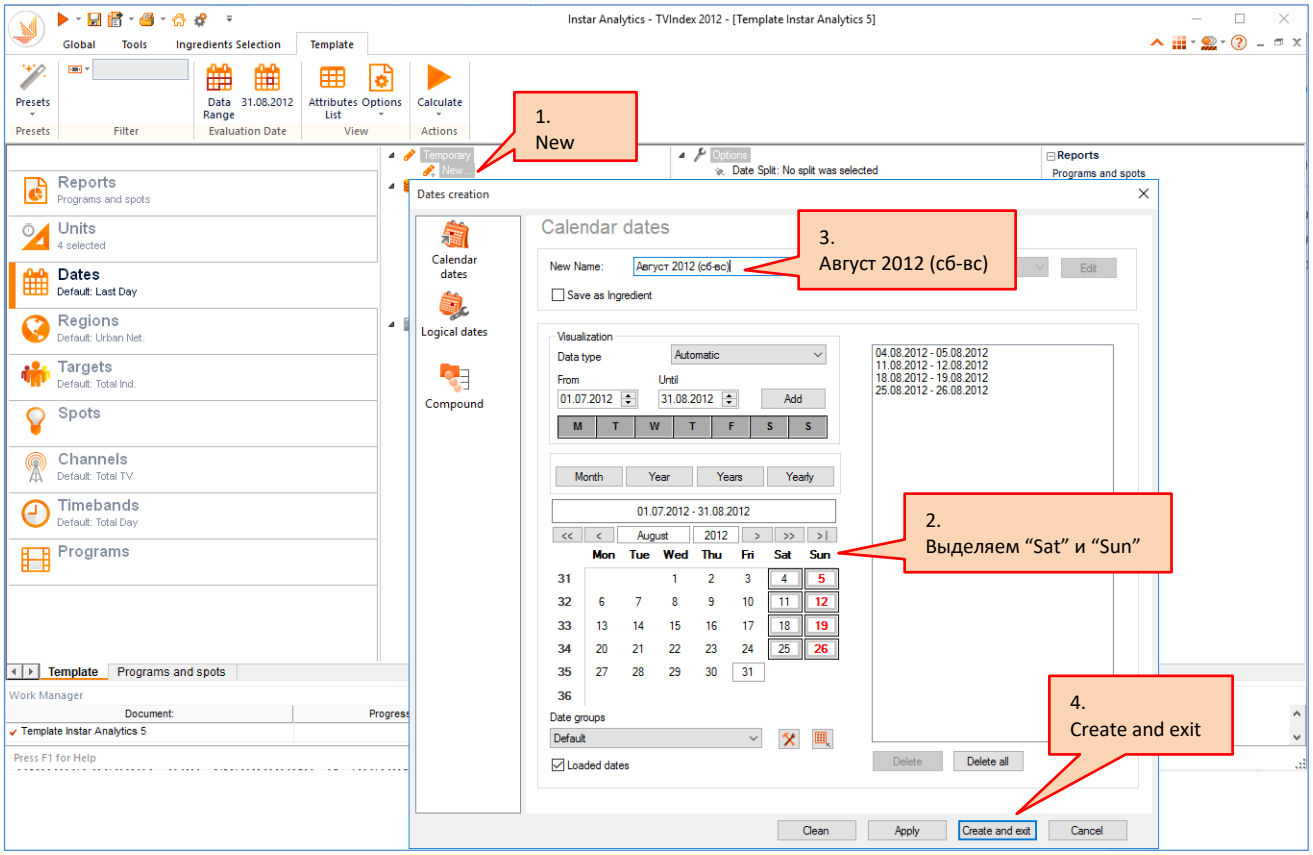
Последовательность действий:

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

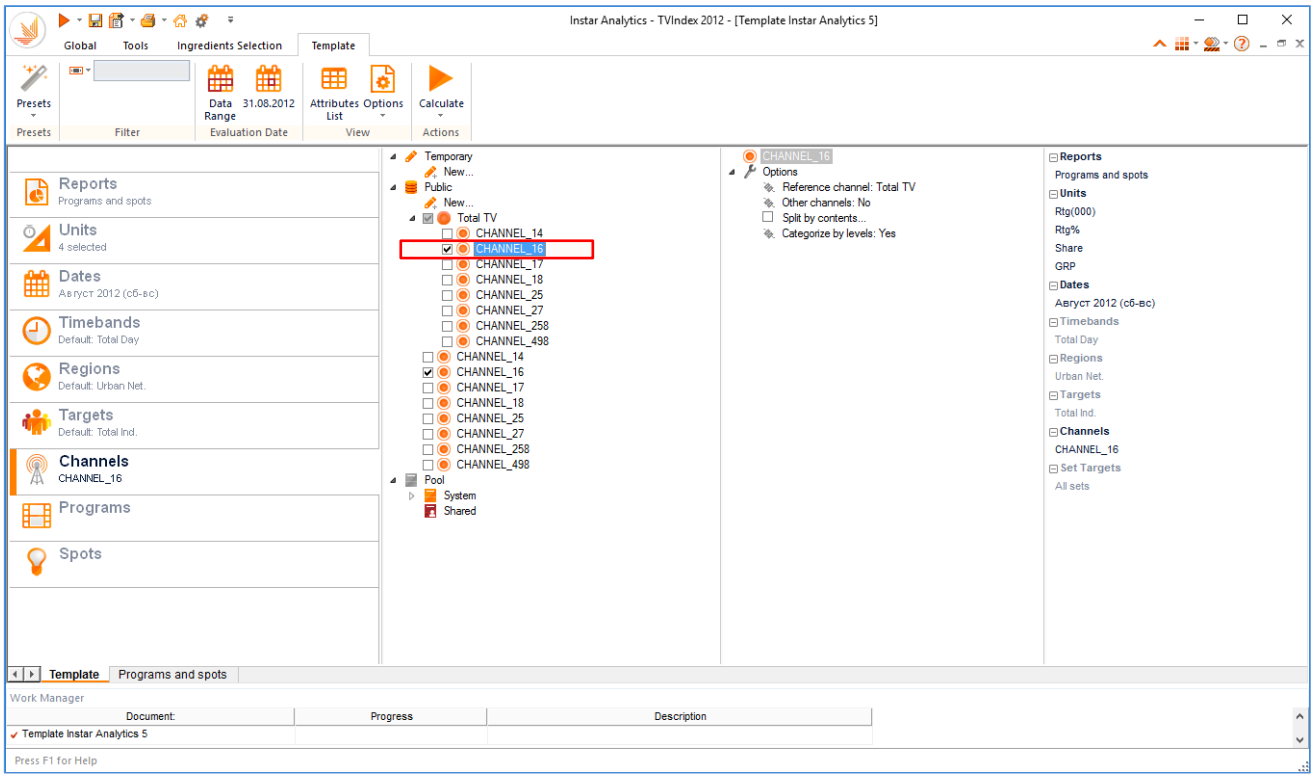


2. Статистики **Rtg(000), Rtg%, Share, GRP**, целевая аудитория **Total Ind.** и регион **Urban Net.** устанавливаются по умолчанию.

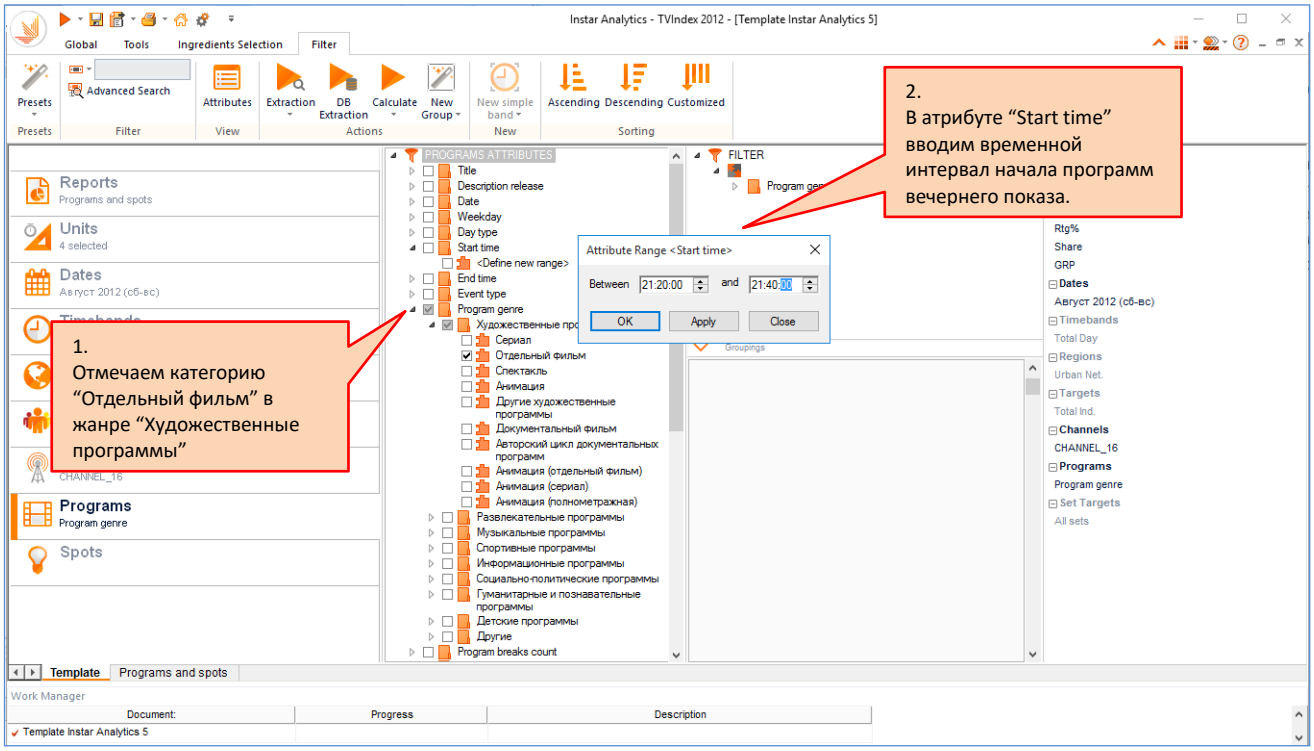
3. Во вкладке **Dates** задаем период **Август 2012 (сб-вс)**.



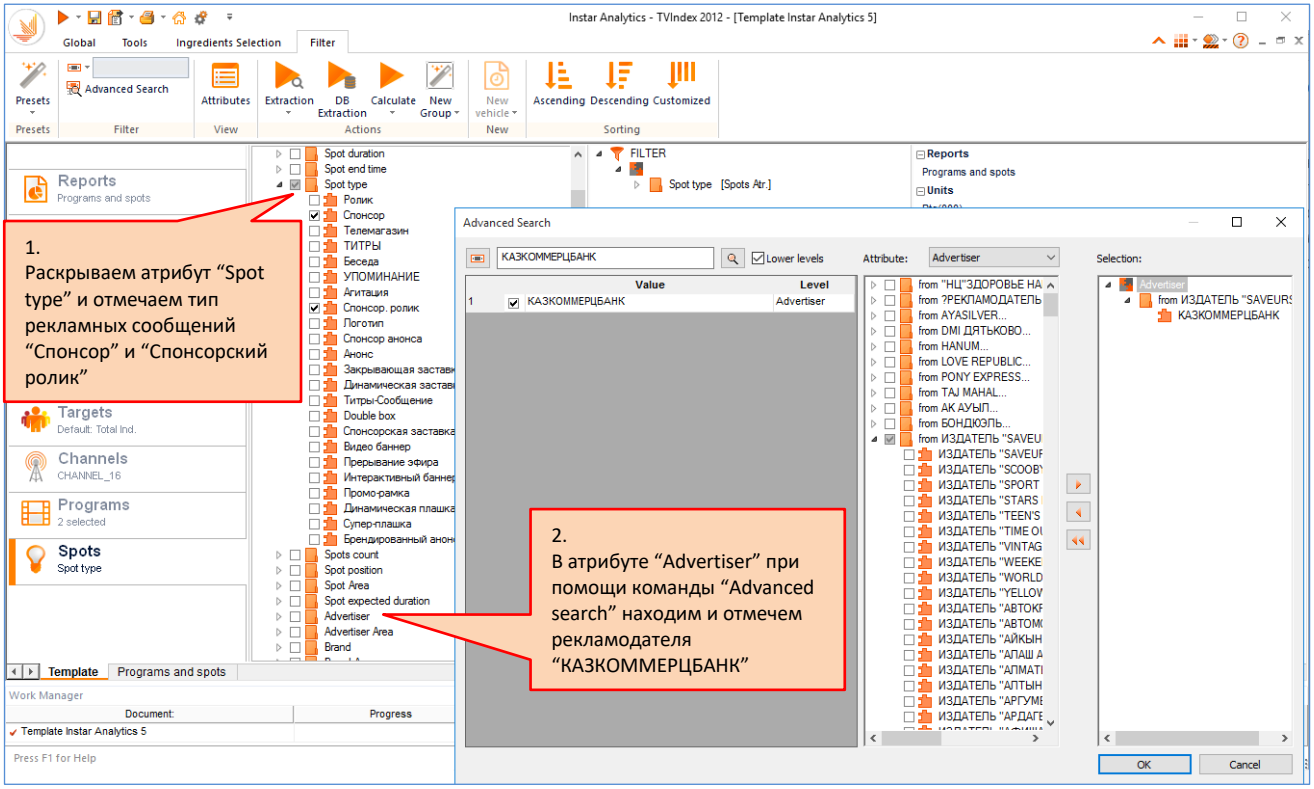
4. Во вкладке **Channels** отмечаем канал.



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

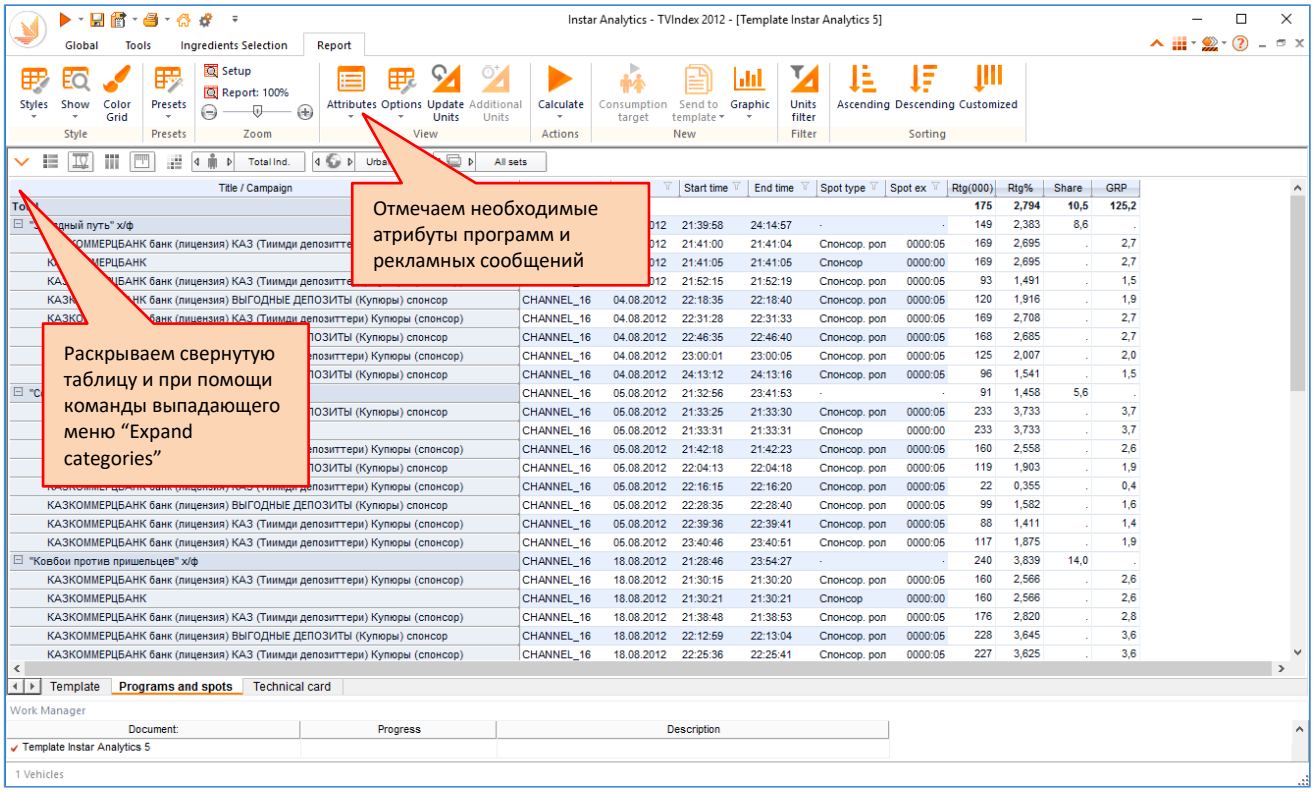


6. Во вкладке **Spots** задаем условия отбора рекламных сообщений.



7. Запускаем расчет.

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



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.

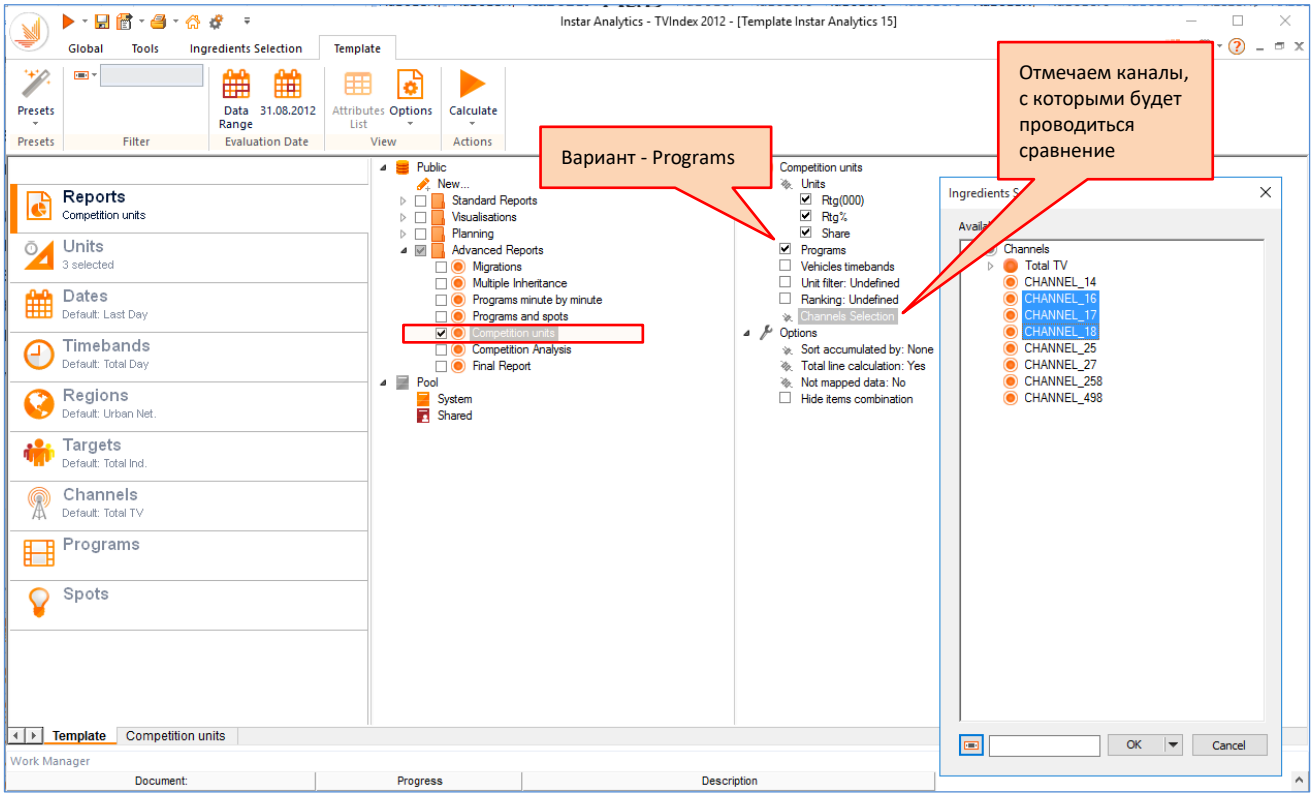
16.1. Пример 1.

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:

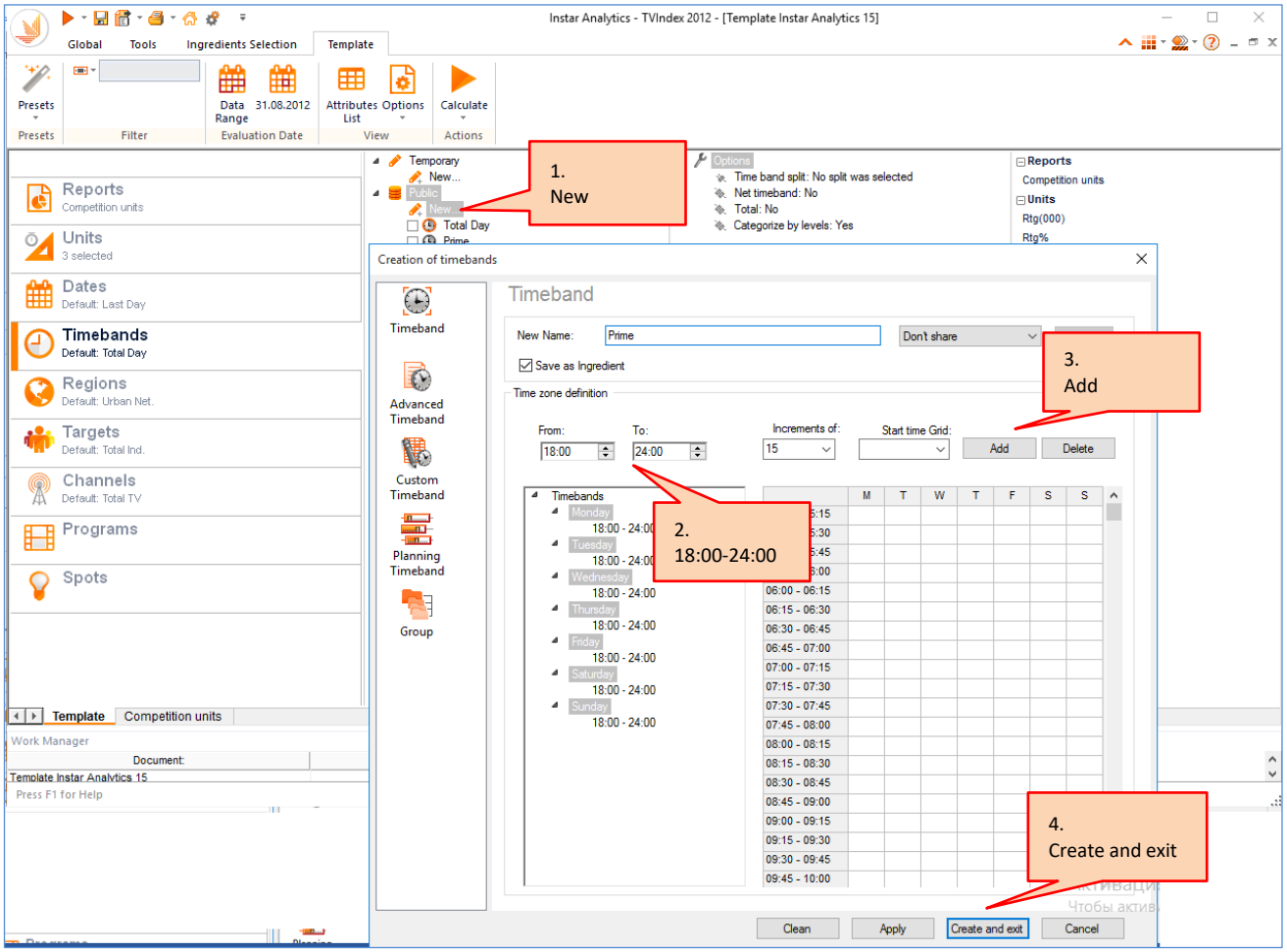
1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Competition units**.



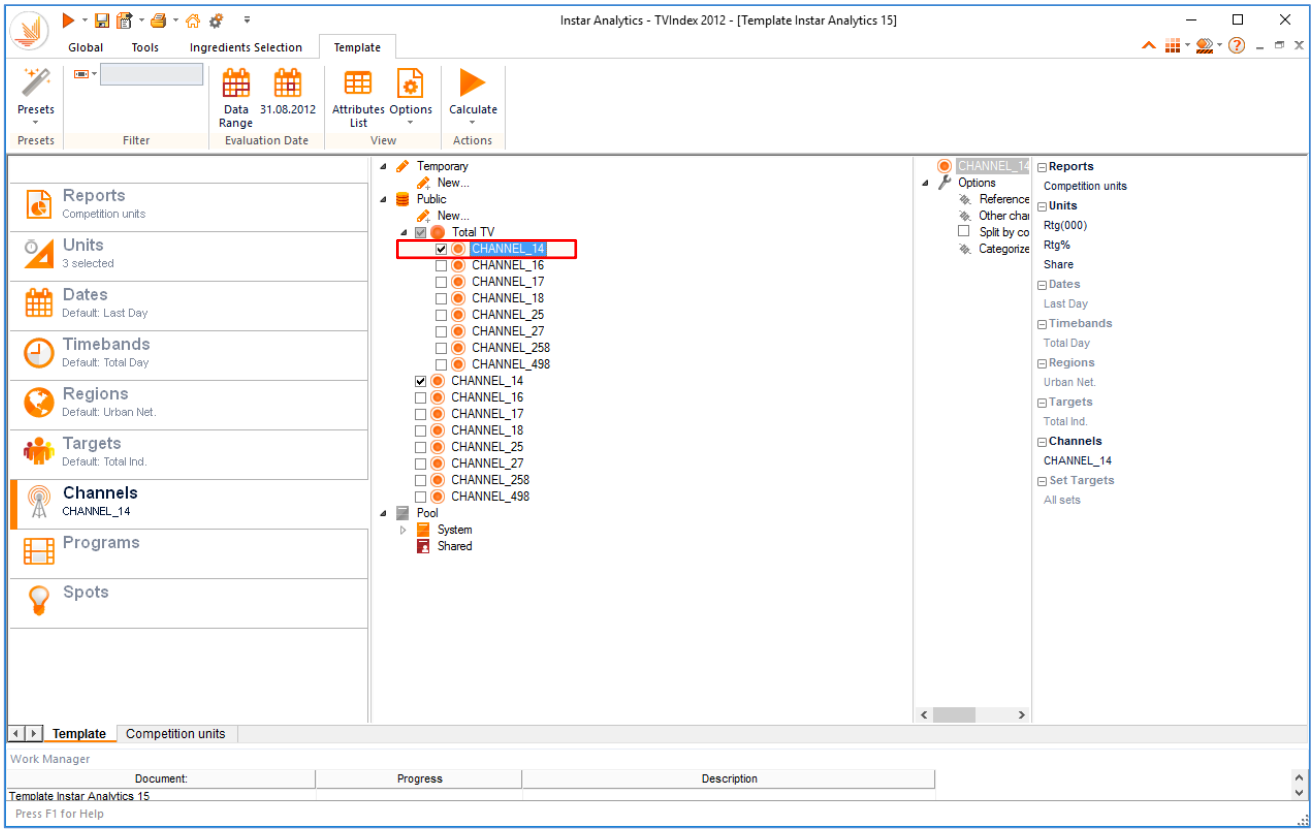
2. Статистики во вкладке **Units** статистики **Rtg(000)**, **Rtg%**, **Share** отмечаются по умолчанию при выборе отчета. В случае необходимости выбор статистик можно скорректировать.

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

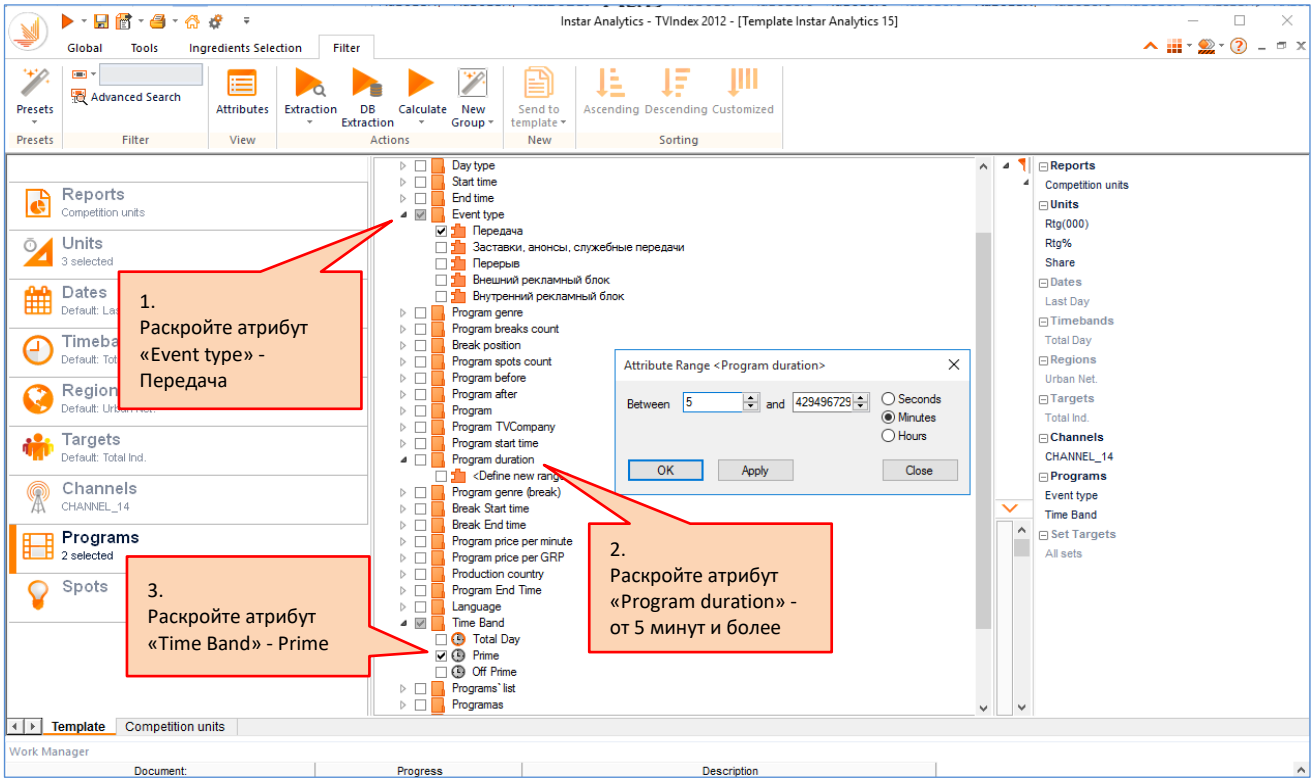
4. Во вкладке **Timebands** создаем временной интервал **Prime (18:00-24:00)** в Public.



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

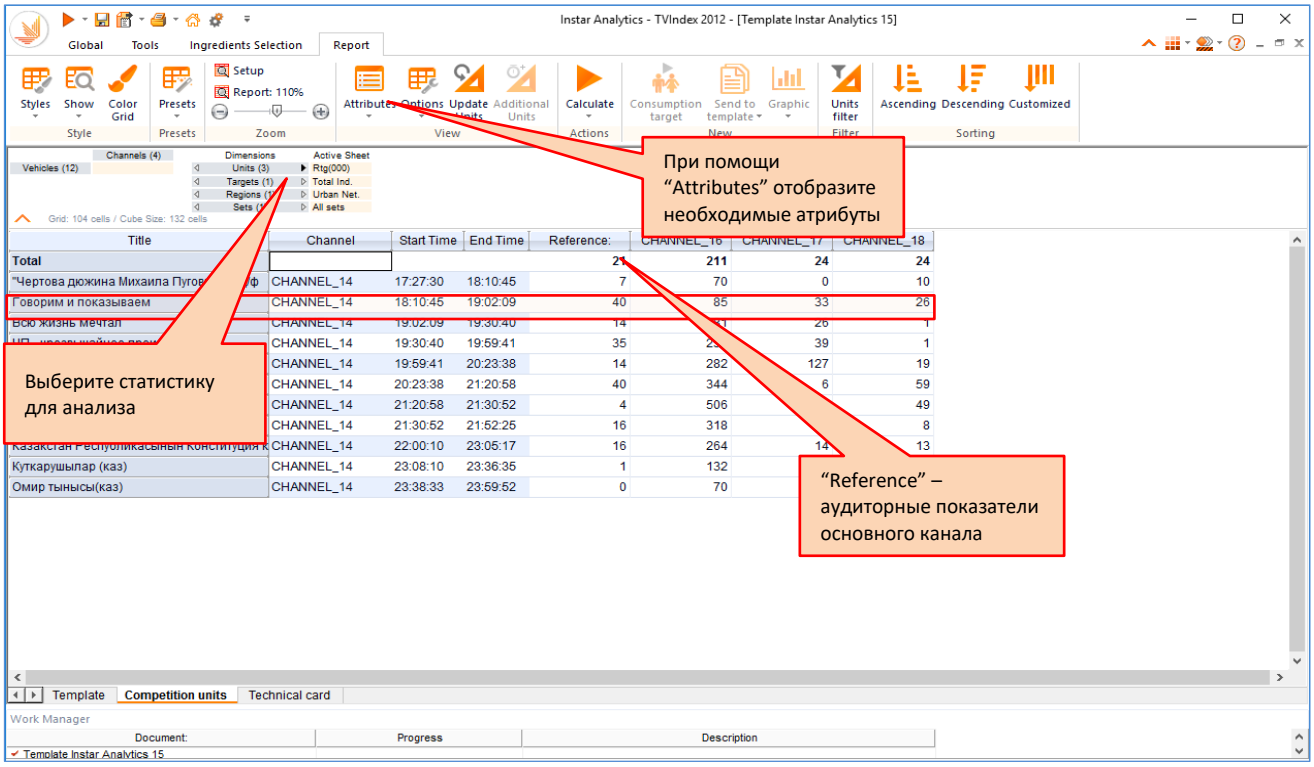


6. Во вкладке **Programs** установим дополнительные фильтры по атрибутам.



7. Запускаем вычисление.

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



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.

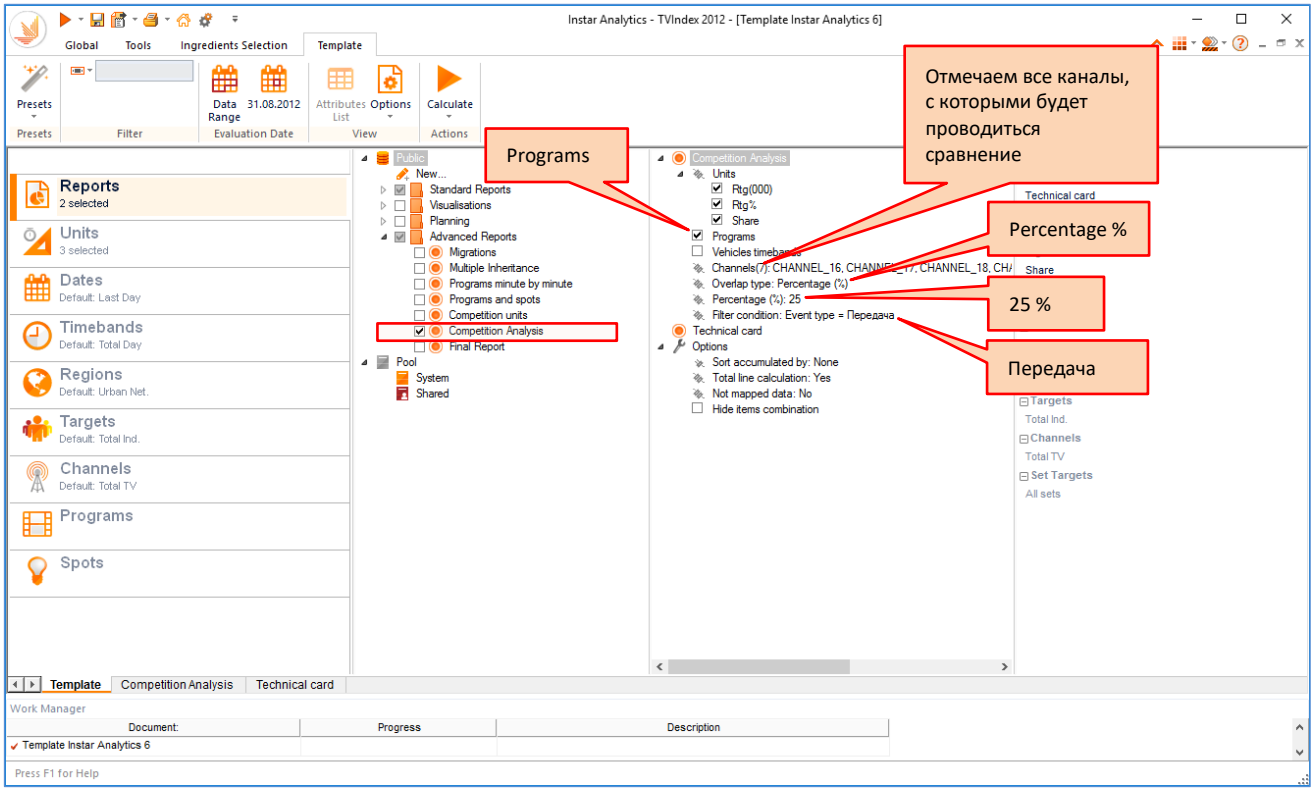
17.1. Пример 1.

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:

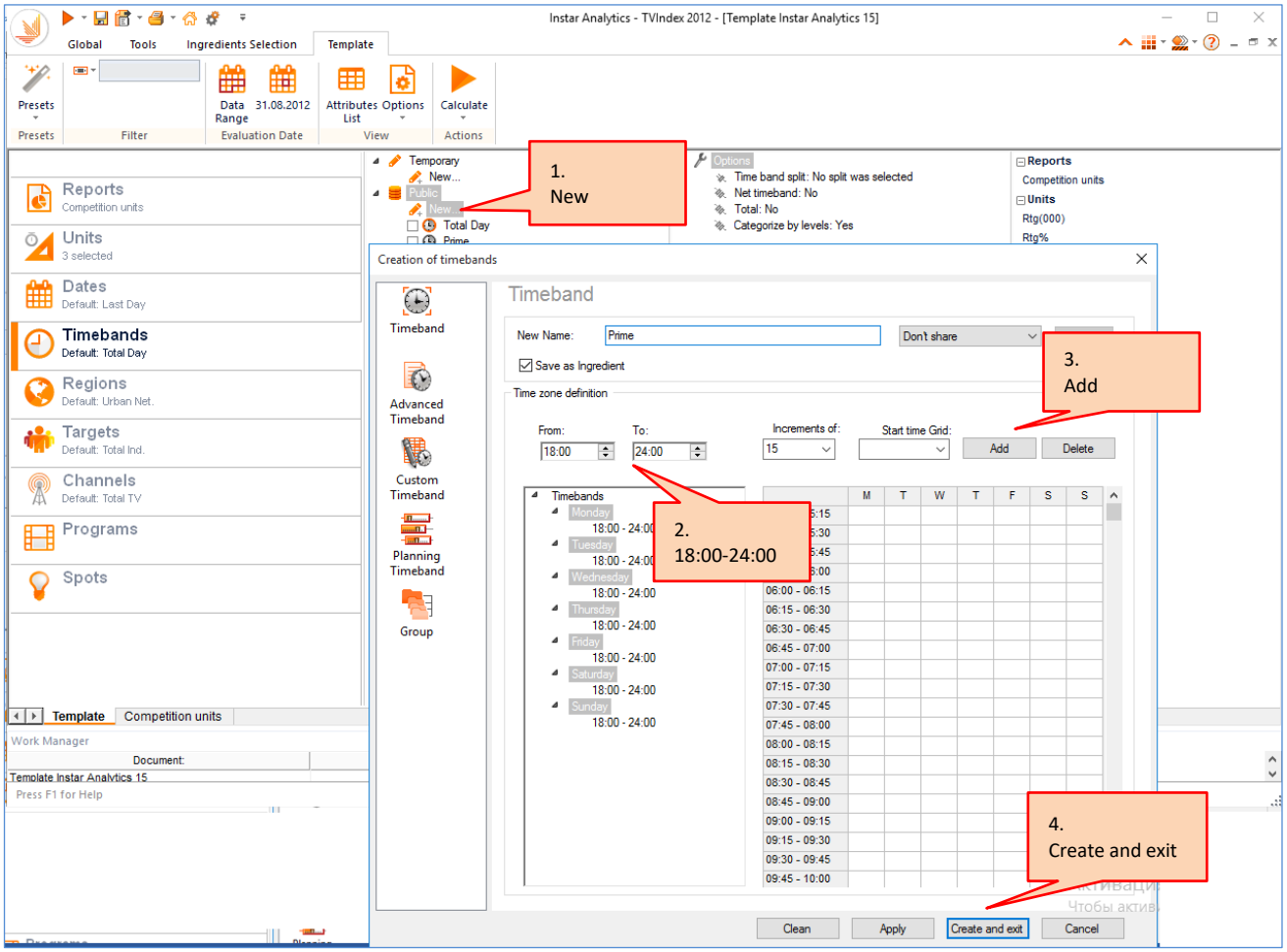
1. Во вкладке **Reports** выбираем отчет **Competition Analysis**.



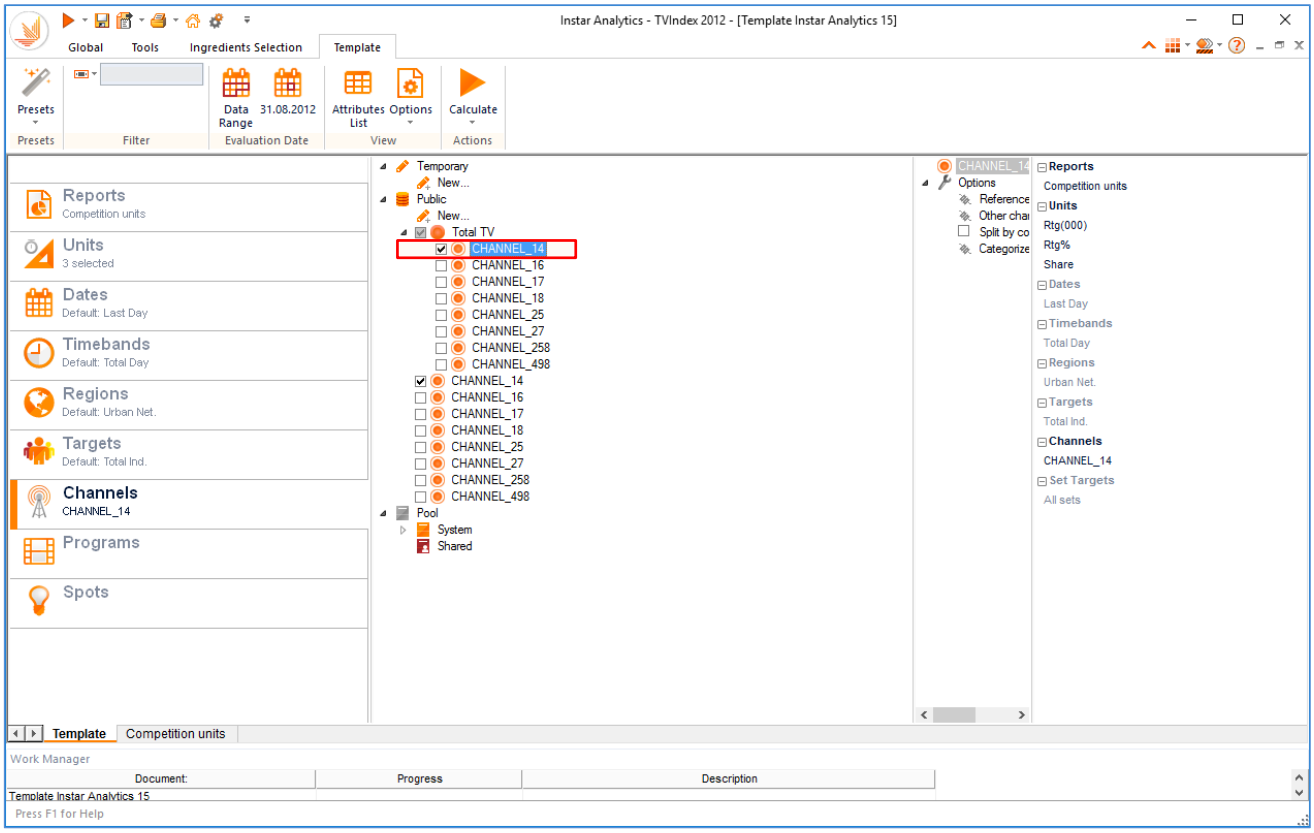
2. Статистики во вкладке **Units** статистики **Rtg(000)**, **Rtg%**, **Share** отмечаются по умолчанию при выборе отчета. В случае необходимости выбор статистик можно скорректировать.

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

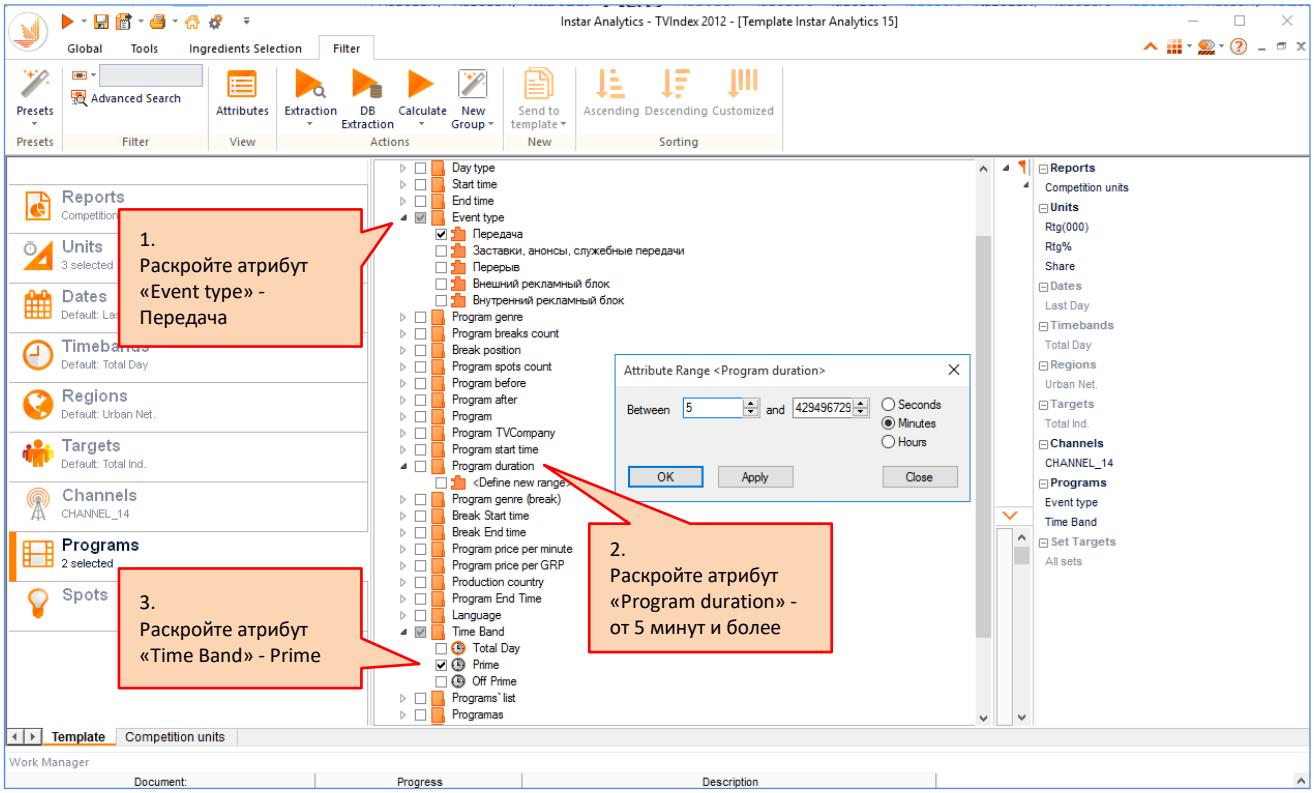
4. Во вкладке **Timebands** создаем временной интервал **Prime (18:00-24:00)** в Public.



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

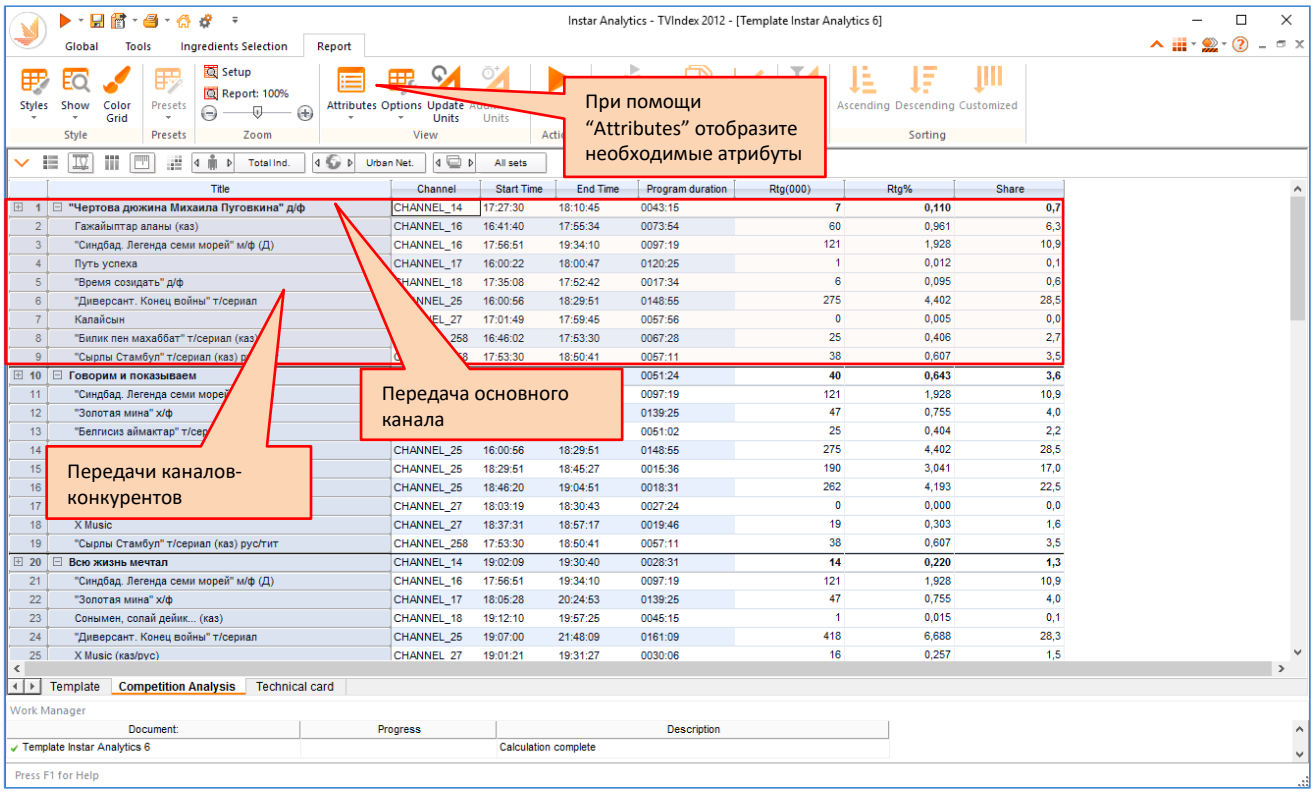


6. Во вкладке **Programs** установим дополнительные фильтры по атрибутам.



7. Запускаем вычисление.

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



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