



 AGB Nielsen
Media Research



ՄԵԴԻԱ ՉԱՓՈՒՄՆԵՐԻ ԿԻՐԱՌՈՒՄԸ



ՀԵՌՈՒՍՏԱԼՍԱՐԱՆԻ ՉԱՓՈՒՄՆԵՐԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՄԵԹՈԴՆԵՐԸ

Մեդիա չափումների հիմնական տեսակները

Ընտրանքային հետազոտություններ

- Վ *Օրագրային հետազոտություններ*
- Վ *People-meter-ի կիրառումով իրականացվող հետազոտություններ*

Պատահական հարցումներ

- Վ *Հեռախոսային հարցումներ*
- Վ *Հարցաթերթիկների կիրառում*
- Վ *Անձնական հարցումներ*
- Վ *Հարցումներ համացանցի(Internet) միջոցով*



AGB Nielsen Media Research



Հետազոտություններ



Ընտրանքի
Կառուցվածքը



Ընտրանքը

Ներգրավում և
դասավանդում



Վերստուգում և
թողարկում



Հեռուստատեքերի
մոնիթորինգ



Ծրագրային
ապահովում՝
Arianna





ՀԵՌՈՒՍՏԱԼՍԱՐԱՆԻ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԲԱՂԱԴՐԻՉՆԵՐԸ

- ՎՆպատակային լսարան
- ՎՀեռուստատեքեր
- ՎՑուցանիշների համակարգ



ՆՊԱՏԱԿԱՅԻՆ ԼՍԱՐԱՆ

Նպատակային լսարանը դա ընդհանուր հեռուստալսարանի այն հատվածն է, որի համար հեռարձակվում է կոնկրետ եթերային հաղորդումը:

	Armenia(Total 4+)		Yerevan (4+)	
	Universe	Share of	Universe	Share of
UNIVERSE	1 955 313	100,00%	1 050 766	100,00%
Sex				
Male	923 536	47,20%	487 667	46,40%
Female	1 031 776	52,80%	563 098	53,60%
Age category				
04/14	285 572	14,60%	148 236	14,10%
15/29	560 545	28,70%	288 273	27,40%
30/44	414 863	21,20%	229 095	21,80%
45/59	425 220	21,70%	229 853	21,90%
60+	269 111	13,80%	155 306	14,80%

Մեդիա հետազոտությունների իրականացման տեսանկյունից նպատակային լսարանը պետք է լինի չափելի:

Կոնկրետ ապրանքատեսակի նպատակային լսարանը որոշվում է մարքեթինգային հետազոտությունների միջոցով:



ՀԵՌՈՒՍՏԱԵԹԵՐԻ ԳՐԱՆՑՈՒՄ

- Վ ն Հեռուստալիք Channel
- Վ ն Ամսաթիվ Date
- Վ ն Սկիզբ Start time
- Վ ն Վերջ End time
- Վ ն Տևողություն Duration (2 types)
- Վ ն Դիրքը Position in break
- Վ ն Հոլովակների թիվը ընդմիջման ժամանակ Total spots in break
- Վ ն Գովազդատու Advertiser
- Վ ն Արտադրող Producer
- Վ ն Ապրանքանիշ Brand
- Վ ն Ապրանք Product
- Վ ն Հոլովակ Copy
- Վ ն Լեզու Language
- Վ ն Ընդհանուր գինը Gross price
- Վ ն Հոլովակի տեսակը Spot type
- Վ ն Ընդմիջման տեսակը Break type
- Վ ն Sector, category, class
- Վ ն Հաղորդում Linked program
- Վ ն Գնային գործոն Cost-factor or 30" price
- Վ ն և այլն



ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐԻ ՀԱՄԱԿԱՐԳ

Հիմնական Ցուցանիշներ

- ↘ Coverage
- ↘ Reach(RCH)
- ↘ Rating(AMR)
- ↘ Share(SHR)

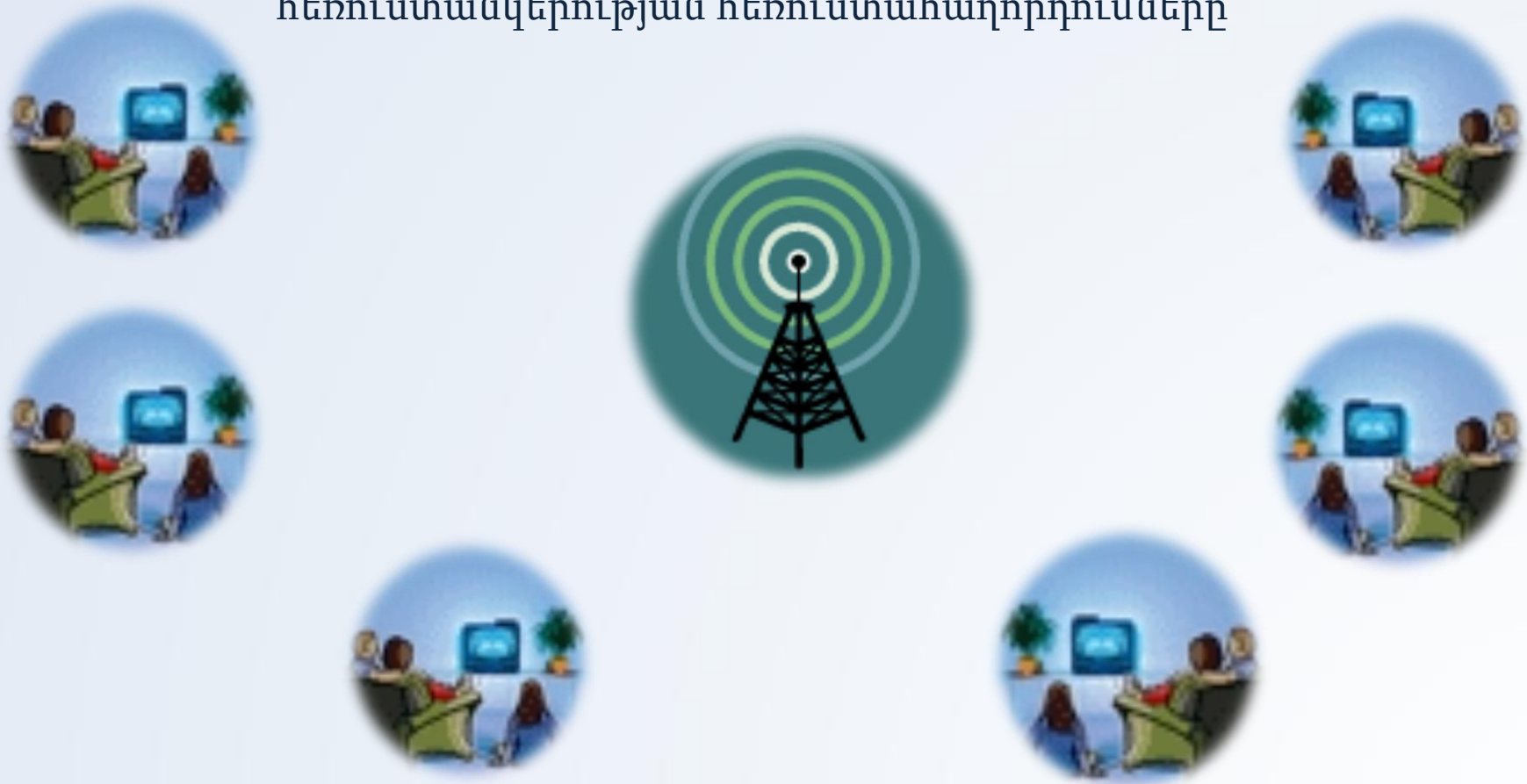
Լրացուցիչ Ցուցանիշներ

- ↘ GRP
- ↘ OTS
- ↘ EFFReach
- ↘ AFF



ԾԱԾԿՈՒՅԹ (COVERAGE)

Դիտարկվող տարածաշրջանում գտնվող ընտանիքների(կամ մարդկանց) թիվն է, որ տեխնիկապես հնարավորություն ունի դիտել կոնկրետ հեռուստանկերության հեռուստահաղորդումները

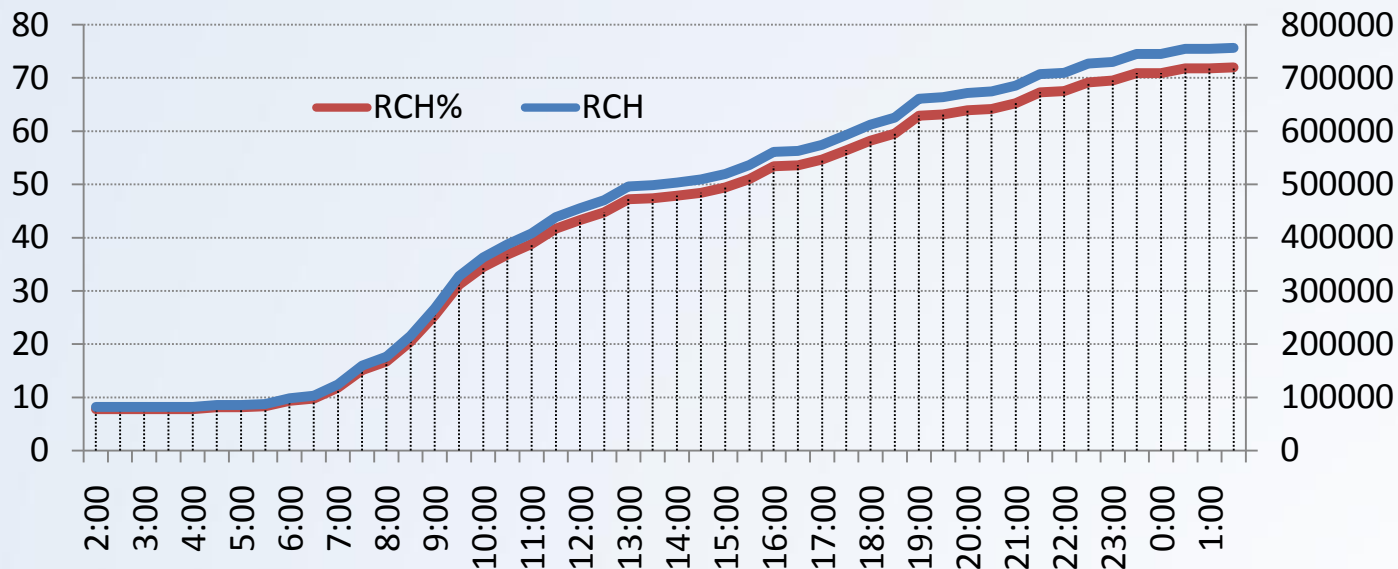




Reach(RCH)

Նպատակային լսարանի այն հատվածը, որը դիտարկվող ժամանակահատվածում գոնե մեկ րոպե դիտել է կոնկրետ հեռուստաընկերության հաղորդումները

Գովազդի համար՝ նպատակային լսարանի այն հատվածը, որը դիտարկվող ժամանակահատվածում գոնե մեկ անգամ դիտել է դիտարկվող հեռուստագովազդը



Reach(RCH)- Կարելի է հաշվել, թե՛ բացարձակ, թե՛ հարաբերական թվերով

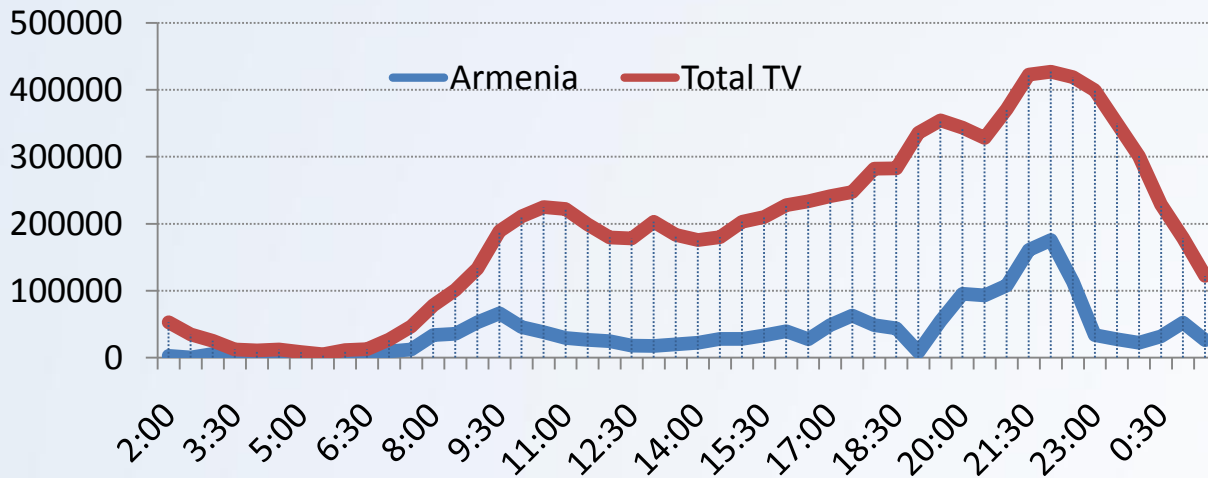


Rating(AMR)

AMR - Նպատակային լսարանից առանձնացված մարդկանց միջին թիվն է, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում դիտել է կոնկրետ հեռուստաընկերության հաղորդումները:

$$AMR = \frac{\sum_{k=1}^n AMR_n}{\text{Program Duration}}$$

TVR - Նպատակային լսարանից առանձնացված մարդկանց միջին թիվն է, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում դիտել է Հեռուստացույց:





Rating(AMR) ՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Rating(AMR) Կարելի է հաշվել, թե՛ բացարձակ, թե՛ հարաբերական թվերով

Տարբեր նպատակային լսարանների համեմատությունն ըստ վարկանիշի նպատակահարմար է իրականացնել բացարձակ թվերով

Մեկ բոպեյի համար

$$\text{AMR} = \text{Reach}$$

Մեկ բոպեյից երկար ժամանակահատվածի համար

$$\text{AMR} \leq \text{Reach}$$

Կոնկրետ ժամանակահատվածում բոլոր հեռուստաընկերությունների վարկանիշների գումարը ցույց է տալիս այդ ժամանակահատվածի ընդհանուր հեռուստալսարանի թիվը

$$\sum \text{AMR}(\text{All Channels}) = \text{TVR}$$



Share(SHR%) Մասնաբաժին

Մասնաբաժինը ցույց է տալիս, թե հեռուստացույցի մոտ գտնվող նպատակային լսարանի ո՞ր մասն է նախընտրել կոնկրետ հեռուստաընկերության հաղորդումները դիտարկվող ժամանակահատվածում

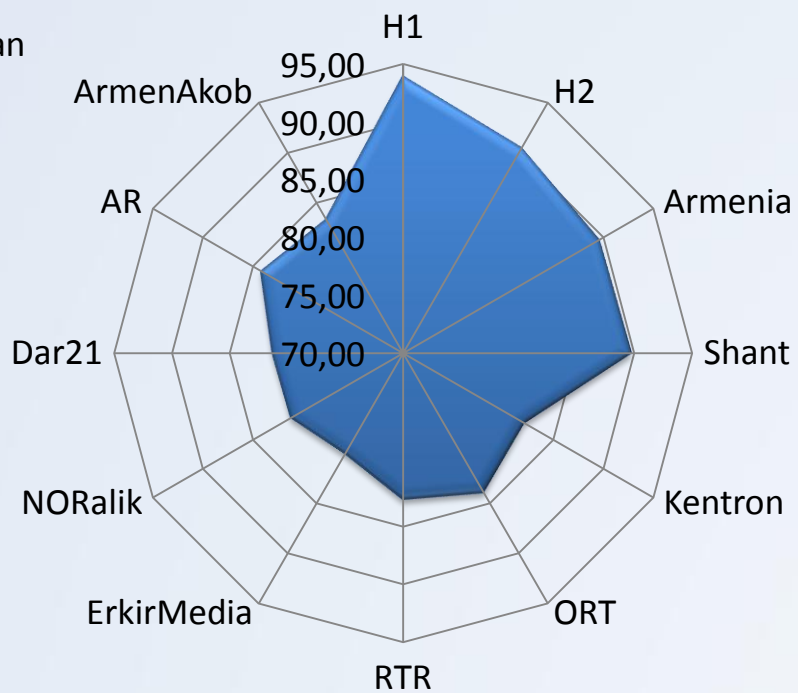
$$SHR\% = \frac{AMR}{TVR} * 100$$

Դիտարկվող ժամանակահատվածում, բոլոր հեռուստաընկերություններ մասնաբաժինը կազմում է 100



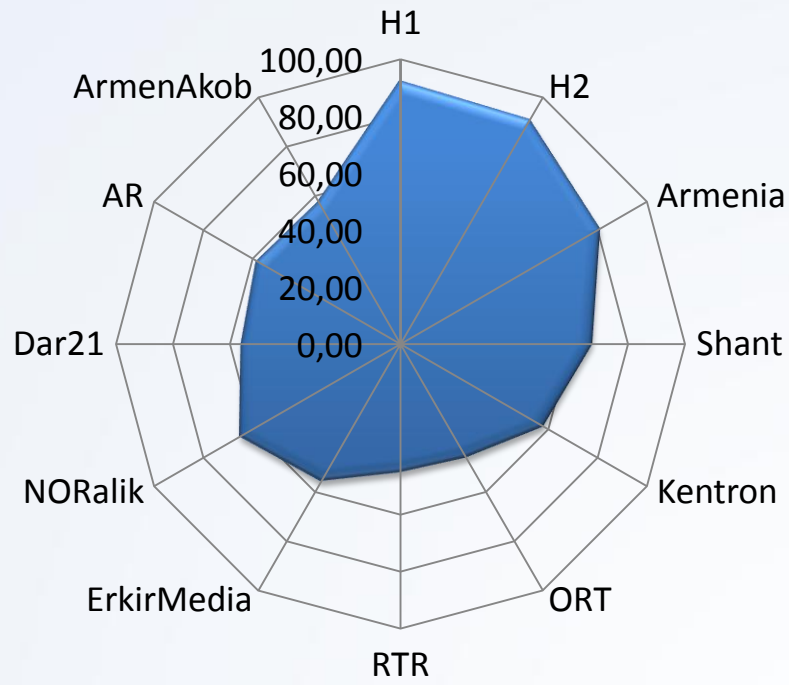
Reach(RCH) ԿԻՐԱՌՈՒՄԸ

■ Yerevan



ՕՐԻՆԱԿ

ՕՐԻՆԱԿ



■ Armenia





Rating(AMR) ԿԻՐԱՌՈՒՄԸ

ՕՐԻՆԱԿ

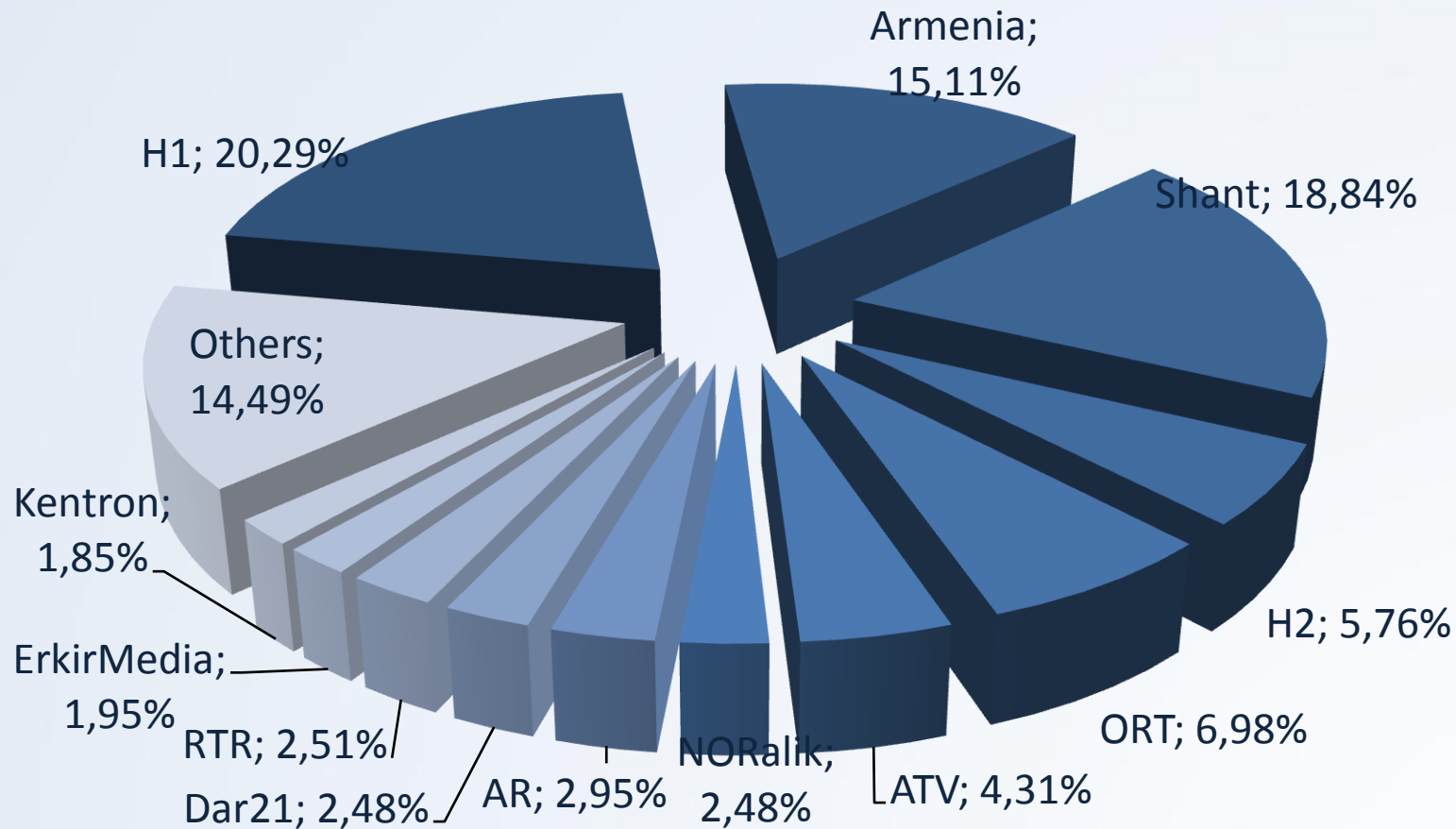
Year	Week			Target			
2009	08/06/2009 - 14/06/2009			Yerevan			
<i>Channel</i>	<i>Date</i>	<i>Day of week</i>	<i>Description</i>	<i>Start time</i>	<i>AMR</i>	<i>AMR %</i>	<i>SHR %</i>
Shant	11-Jun	Thursday	HORIZON	19:57	95356	9,07%	27,16%
H1	12-Jun	Friday	HAYLUR	20:59	85864	8,17%	22,66%
Armenia	10-Jun	Wednesday	JAM@	19:29	62822	5,98%	17,81%
Kentron	13-Jun	Saturday	EPIKENTRON LRATVAKAN	0:33	29252	2,78%	11,55%
AR	11-Jun	Thursday	AZDARAR. HRATAP LUR	23:30	28782	2,74%	8,42%
H2	10-Jun	Wednesday	LRABER	19:59	28232	2,69%	8,15%
ErkirMedia	8-Jun	Monday	ERKIRN AYSOR	20:28	16664	1,59%	3,91%



Share(SHR%) ԿԻՐԱՌՈՒՄԸ

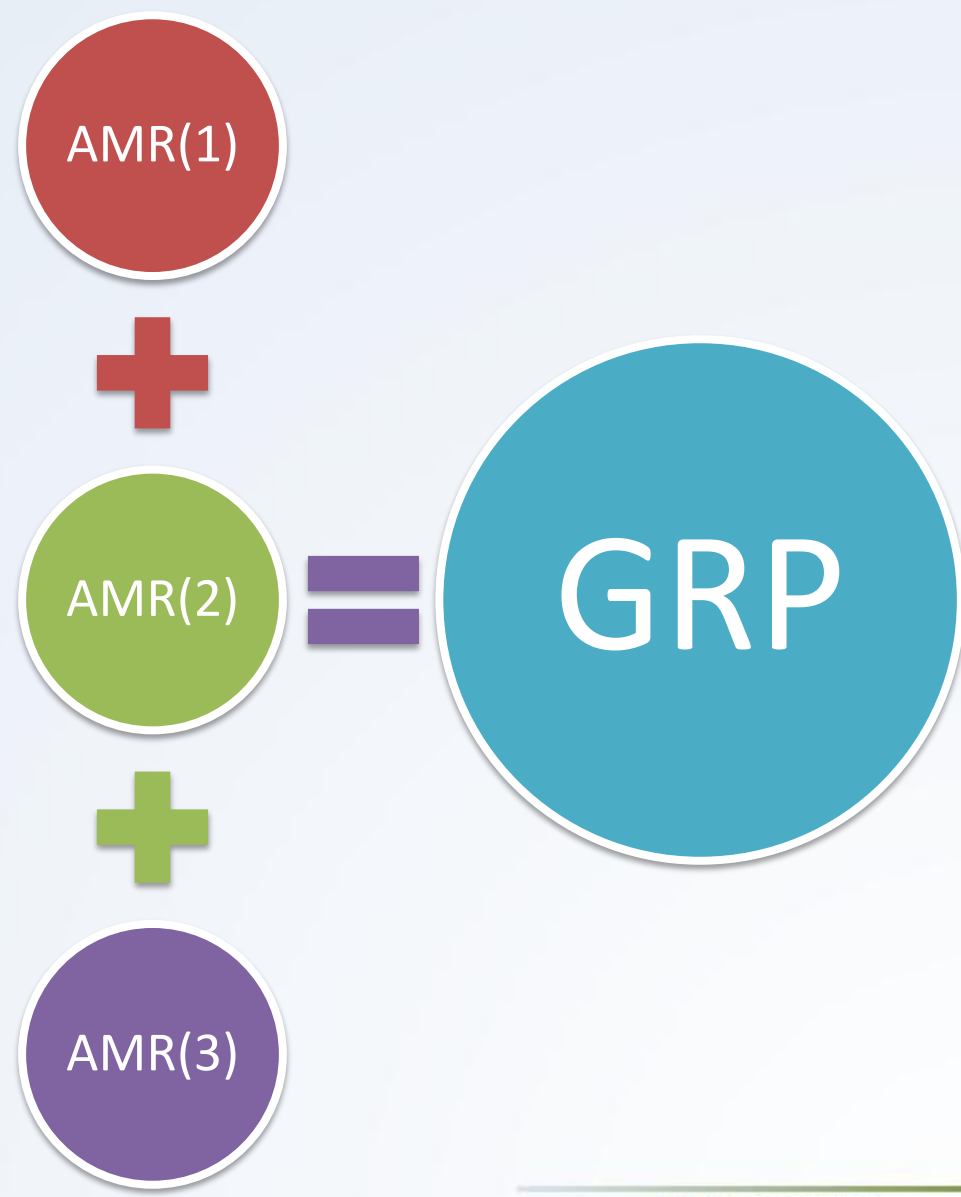
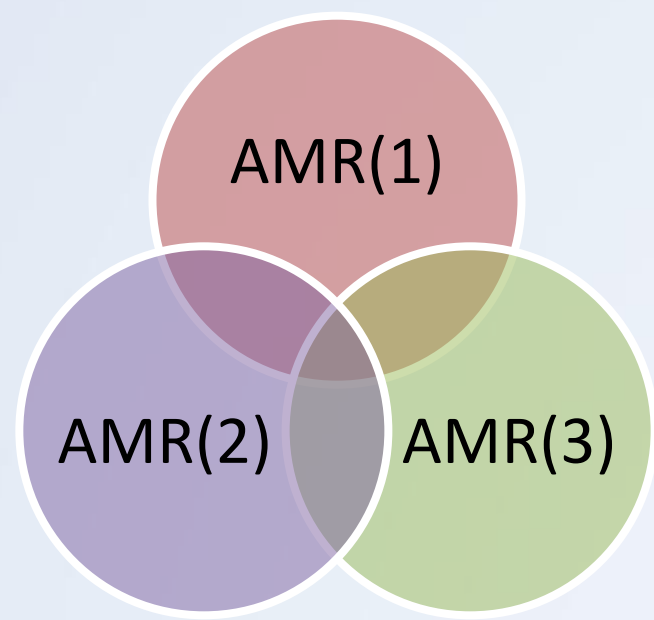
ՕՐԻՆԱԿ

Հասրանը: Երևան 4+



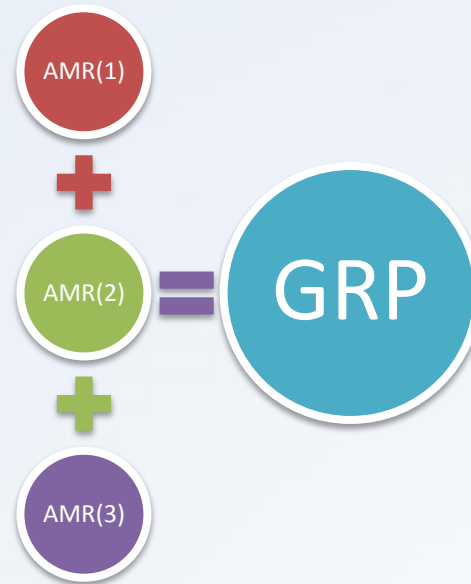
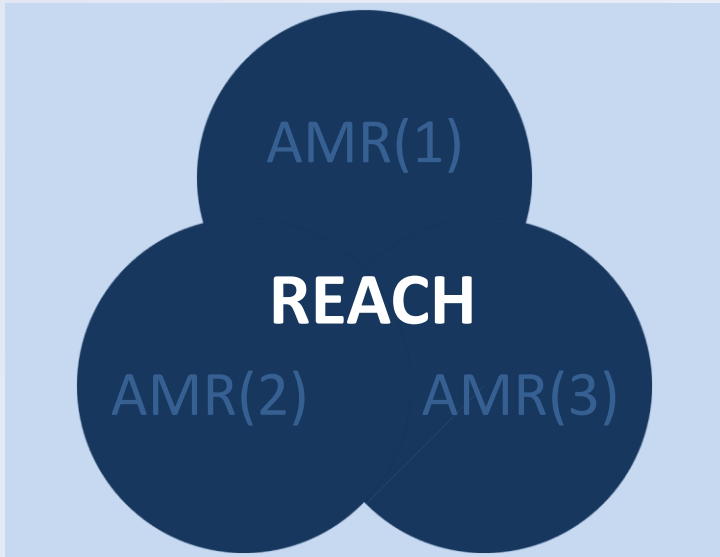


GRP





Reach և OTS



GRP(Դիտումների թիվը)

----- = OTS (Միջին Դիտումների թիվը)

RCH (Դիտողների թիվը)



GRP ⇌ Reach ⇌ OTS

ՕՐԻՆԱԿ

Yerevan (Total Individuals 4+)			1 week			
Copy	Insertions	GRP abs.	Reach	OTS	GRP	Reach%
Copy A	100	3605352	651479	6	343,12%	62,00%
Copy B	74	3147595	616662	5	299,55%	58,69%



EFFReach X+

Նպատակային լսարանի այն հատվածը, որը դիտարկվող ժամանակահատվածում X և ավելի անգամ դիտել է դիտարկվող հեռուստագովազդը

ՕՐԻՆԱԿ

Yerevan (Total Individuals 4+)						1 week					
Spots	GRP	Reach%	EFR. 2+	EFR. 3+	EFR. 4+	EFR. 5+	EFR. 6+	EFR. 7+	EFR. 8+	Freq. 9+	EFR. 10+
1	8,82%	8,82%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
2	4,19%	10,91%	3,53%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3	2,10%	12,55%	4,73%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4	8,73%	16,34%	8,22%	1,42%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
5	10,36%	22,64%	11,41%	4,60%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
6	8,59%	23,92%	13,56%	6,75%	3,14%	1,41%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
7	2,19%	24,19%	14,02%	7,21%	3,60%	1,87%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
8	9,35%	25,76%	15,72%	8,91%	4,12%	3,57%	1,18%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
9	7,18%	26,93%	16,86%	10,06%	4,35%	3,57%	2,33%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%
10	3,37%	28,71%	17,35%	10,54%	4,35%	3,57%	2,33%	0,34%	0,00%	0,00%	0,00%
11	3,26%	30,41%	17,77%	10,96%	4,73%	3,57%	2,33%	0,74%	0,33%	0,00%	0,00%
12	4,02%	30,88%	18,24%	11,43%	5,21%	3,72%	2,34%	0,74%	0,74%	0,34%	0,00%
13	3,38%	31,12%	18,60%	11,80%	5,57%	4,08%	2,42%	0,74%	0,74%	0,34%	0,34%
14	2,89%	31,80%	18,89%	12,09%	5,86%	4,37%	2,71%	0,91%	0,91%	0,43%	0,43%
Total	78,41%	31,80%	18,89%	12,09%	5,86%	4,37%	2,71%	0,91%	0,91%	0,43%	0,43%



AFF – ՀԱՄԱՊԱՏԱՍԽԱՆՈՒԹՅԱՆ ԻՆԴԵՔՍ

Համապատասխանության ինդեքսը փաստում է, որ հեռարձակումների ընդհանուր հեռուստադիտողների թվում գերակշռում են նպատակային լսարանի ներկայացուցիչները:

$$AFF = \frac{AMR\%(\text{Նպատակային Լսարան})}{AMR \%(\text{Ընդհանուր Լսարան})} * 100$$

	12:00:00 - 13:00:59			
	AMR	Universe	AMR %	AFF
Male	141355	923537	15,31%	85
Female	208903	1031776	20,25%	113
Total	350258	1955313	17,91%	100



ՇՆՈՐՀԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ