

Druhy hodnot

OPAKOVACÍ CVIČENÍ:

Porovnejte ATS následujících cílových skupin v primetimu za měsíc prosinec 2002 u cílových:

muži-svobodní 40

muži-ženatí 40

ženy- svobodné 40

ženy 40

otestovat velikost cílových skupin

Tento parametr **určuje, jaké hodnoty budou zobrazeny v tabulce analýzy ve sloupcích.**

Vyskytuje se ve skupinových, detailních a křížových analýzách a ve Videoanalýze. V ostatních analýzách se druh výpočtu určuje jiným způsobem.

Dialog pro výběr druhů hodnot **spustíme:**

- příkazem z hlavního menu **Správce/Druhy hodnot**,
- stiskem kombinace kláves **Shift+F11**,
- **ikonou**.

V okně **Hodnoty** je seznam dostupných hodnot.

Hodnoty mohou být:

- **výpočetní**
- **z databáze.**

! *Druh a množství hodnot závisí na zvoleném předmětu analýzy (pořady, spoty, externí databáze). Jiné hodnoty se budou zobrazovat při práci s pořadovou databází, databází spotů CCC nebo externí databází. Popis hodnot příslušné databáze dodává poskytovatel příslušných dat.*

! *V křížových analýzách jsou vzhledem k jejich využití pouze hodnoty výpočetní.*

Pomocí kliknutí levým tlačítkem myši **označíme požadovanou hodnotu** v okně **Hodnoty** (pomocí klávesnice se tabelátorem přepneme do okna, pomocí kurzorových šipek najedeme na požadovanou stanici) a ta se barevně zvýrazní.

Chceme-li **označit více hodnot najednou**, pomocí myši to v okně **Hodnoty** provedeme takto:

- **Nesouvislou oblast** vybereme tak, že stiskneme tlačítko **Ctrl** a **klikáním levého tlačítka** myši označíme požadované hodnoty. (Pomocí klávesnice nejdříve přejdeme stiskem kláves **Shift+F8** do tzv. add módu, potom stiskneme **Ctrl** a pomocí mezerníku označujeme jednotlivé položky).
- **Souvislou oblast** vybereme pomocí jednoduchého kliknutí s přesunem pomocí levého tlačítka (tažením myši) nebo pomocí klávesnice přes **SHIFT**+kurzorové klávesy.

Vybrané položky, přesuneme do pravé části okna, kde jsou **vybrané prvky** stiskem **zelené šipky**.

Všechny **výpočetní hodnoty lze zobrazovat jak pouze pro vybranou (hlavní) cílovou skupinu (hodnota psaná kurzívou)**, tak **pro všechny vybrané cílové skupiny (hodnota psaná s podtržením)**. Hodnoty se zobrazí najednou. Změny ve stylu písma u těchto hodnot dosáhneme **dvojklikem** na jejich názvy.

Pokud chceme již vybrané hodnoty z okna odstranit, provedeme to stiskem tlačítka **Smaž vše**, resp. **Smaž** nebo klávesou **Del**.

Pravá část okna s vybranými prvky zobrazuje, jaké hodnoty se objeví ve sloupcích tabulky.

Přepínač **Řazení sloupců po CS** určuje, v jakém pořadí se budou sloupce s výpočetními ukazateli zobrazovat. Máme-li zvoleno více cílových skupin a výpočetní ukazatele chceme počítat pro všechny z nich, pak zapnutím tohoto přepínače určíme, že se vedle sebe zobrazí vždy všechny druhy výpočetních hodnot pro danou cílovou skupinu (např. Rating Dospělí 15+, Share 15+, ...). Je-li přepínač vypnutý, pak se vedle sebe zobrazí daná hodnota pro všechny cílové skupiny (např. Rating Dospělí 15+, Rating Všichni 4+, ...).

Pomocí tlačítek **Ulož/Načti** je možné nastavení dialogu uložit pro další použití, resp. načíst uložené nastavení. Přípona souboru je *.st2.

Pomocí tlačítka **Storno** lze zrušit všechny provedené změny v dialogu.

Pomocí tlačítka **OK** se všechny změny provedené v dialogu potvrdí a provedou, vybrané hodnoty se objeví ve sloupcích v tabulce analýzy.

! *Druh a množství výpočetních hodnot jsou různé jak pro analýzy pořadů, spotů a upoutávek, tak pro detailní a křížové analýzy.*

Výpočetní ukazatele pro více televizních stanic

Tuto funkci můžeme použít v **detailních a křížových analýzách**. Všechny výpočetní ukazatele lze zobrazit pro více stanic najednou (nejedná se o filtr stanice). To má smysl například v Detailní analýze pořadů, když chceme vidět, jaký byl rating na ostatních stanicích v době sledovaného pořadu.

Nejdříve vybereme požadovaný výpočetní ukazatel a klikneme na něj pravým tlačítkem myši.

Objeví se dialog : **Formát sloupce**, kterým určujeme počet desetinných míst.

Stanice, kde můžeme vybrat, pro kterou stanici se má výpočetní ukazatel počítat.

Správa logických výrazů

Ukládání/načítání/připojování stromů logických výrazů

Všechny definované logické výrazy (stromy logických výrazů) – cílové skupiny, skupiny pořadů, spotů a upoutávek lze příkazy **Ulož** /**Načti** v příslušných dialogových oknech načítat, resp. ukládat do souborů s názvy:

- cílové skupiny * .mmc
- pořady * .mmp
- spoty * .mme
- externí databáze * .mmg
- upoutávky * .mmu
- jednoduché logické výrazy * .lex

! *Stromy logických výrazů jsou společné s programem MAMUT.*

Stromy logických výrazů lze také připojovat (např. k již existujícímu stromu cílových skupin připojíme nový strom logických výrazů cílových skupin), a to příkazem **Připoj**.

Výpočetní ukazatele

Řádkové výpočetní ukazatele

Proměnné vztahující se ke sledovanosti:

ATS (Audience Average Time Spent Relative) - hodnota ATS udává průměrnou denní délku sledovanosti televize jednotlivcem v minutách. Jde o ukazatel průměrné doby živého sledování diváků z cílové skupiny (CS) v daném časovém úseku na daném kanálu. Diváky se rozumí členové panelu (tj. nikoli hosté). Udává se v sekundách. Počítá se jako vážený průměr časů, které strávili diváci z dané cílové skupiny v daném časovém úseku na dané stanici. Do výpočtu ATS RELATIVE není zahrnuta celková sledovanost teletextu ani nahrávání a přehrávání videa.

Hodnotu **Ats** tak používáme pro popis průměrné doby sledování, kterou strávil průměrný divák sledováním kanálu/pořadu.

Počítat lze v detailních analýzách, v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

$$\text{Ats\#} = \frac{\text{Čas strávený sledováním}}{\text{Celkový počet diváků v tisících (Rch\#)}}$$

! *ATS lze zobrazit v několika formátech, které se nastavují přes lokální menu nebo v Globálním nastavení formátu ukazatelů v hlavním menu. Lokální menu vyvoláme kliknutím pravým tlačítkem myši na sloupci ATS. .*

CVIČENÍ:

A/ kolik minut strávili ženy 18+, muži 18+ sledováním Událostí a Televizních novin, jak byly oba pořady dlouhé 1. prosince 2002

1/otevřeme detailní analýzu pořadů

2/ nastavíme potřebné parametry

3/ v menu hodnoty označíme ATS a přesuneme do pravého sloupce

4/ v menu hodnoty označíme délka a přesuneme do pravého sloupce

5/ spustíme analýzu

VÝSLEDEK: Televizní noviny

ATS ženy: 0:09:04/ muži: 0:07:31 délka 0:20:23

Události

ATS ženy: 0:03:38/ muži 0:03:13 délka 0:19:05

B/ kolik minut strávili průměrně denně v primetimu ženy a muži 18+ v prosinci 2002 TVNova a ČT 1

1/otevřeme časovou analýzu

2/nastavíme okně časová analýza-nastavení jednotlivé parametry (parametry je možné nastavit i zvlášť)

3/spustíme analýzu

CÍLOVÁ SKUPINA: žena 18+

OBDOBÍ: 1.12.2002-31.12.2002/

Čas: 19:00-22:00

ČT 1 NOVA

ATS ATS

0:24:08 0:47:04

CÍLOVÁ SKUPINA: muž 18+/ 19:00-22:00

OBDOBÍ: 1.12.2002-31.12.2002

ČT 1 NOVA

ATS ATS

0:21:35 0:41:14

ÚKOL:

Kolik času strávili průměrně denně děti 4-14, ženy a muži 18+ u všech celoplošných stanic (ČT 1+ČT2+NOVA+PRIMA) v týdnu od 23.-29.12. 2002?

a/ CÍLOVÁ SKUPINA: Děti 4-14

OBDOBÍ: 23.12.2002-29.12.2002

Čas: 12:00-24:00

ČT 1+ČT 2+NOVA+Prima

ATS

2:48:34

b/ CÍLOVÁ SKUPINA: muž 18+

OBDOBÍ: 23.12.2002-29.12.2002

Čas: 12:00-24:00

ČT 1+ČT 2+NOVA+Prima

ATS

4:16:07

c/ CÍLOVÁ SKUPINA: žena 18+

OBDOBÍ: 23.12.2002-29.12.2002

Čas: 12:00-24:00

ČT 1+ČT 2+NOVA+Prima

ATS

4:46:49

Rating

Rat% - Audience average rate - průměrná míra sledovanosti, rating. Jedná se o vážený průměr minutových sledovaností. V úvahu se tedy berou i části minut, po které byl pořad vysílán na svém počátku a konci. **Představuje** průměrnou sledovanost daného časového úseku (pořadu, spotu) na určité stanici v procentech zkoumané cílové skupiny.

Vypočte se jako podíl průměrné doby sledování daného časového úseku na určité stanici všemi respondenty zkoumané cílové skupiny (tj. ATS) ku délce tohoto úseku vynásobený 100.

Počítat lze v detailních analýzách, v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

Počítat lze v detailních analýzách, v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

$$\text{Rat\%} = \frac{\text{Celková doba kontaktu v minutách}}{\text{Celková délka pořadu}} \times 100$$

Rating nevážený

RATING NEV. - představuje totéž co rating. Rozdíl je pouze u hodnoty za více časových úseků (pořadů, spotů, upoutávek), která se počítá jako obyčejný aritmetický průměr, zatímco u ratingu jde o průměr vážený délkou jednotlivých časových úseků.

Počítat lze v detailních analýzách.

Projekce (Tisíce)

Představuje průměrnou sledovanost daného časového úseku ve zkoumané cílové skupině v populaci vyjádřenou v tisících osob.

Vypočte se jako rating vydělený 100 a vynásobený velikostí (součtem vah respondentů) zkoumané cílové skupiny.

Počítat lze v detailních analýzách, v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

TR (Total rating)

Představuje průměrnou celkovou sledovanost daného časového úseku (pořadu, spotu) na všech stanicích dohromady v procentech zkoumané cílové skupiny.

Vypočte se jako součet ratingů daného časového úseku na jednotlivých stanicích.

TR% - total TV rating. Udává průměrnou sledovanost všech kanálů v určitém momentě. (délka pořadu, časové období).

$$\text{TR\%} = \frac{\text{Celková doba kontaktu s TV v minutách}}{\text{Celková délka pořadu}} \times 100$$

Počítat lze v detailních analýzách pořadů a upoutávek

Share

Představuje podíl sledovanosti určité stanice v procentech na celkové sledovanosti všech stanic v daném časovém úseku.

Vypočte se jako podíl ratingu daného časového úseku na určité stanici ku celkové televizní sledovanosti (součtu ratingů na všech stanicích) tohoto úseku pro zkoumanou cílovou skupinu vynásobený 100.

Počítat lze v detailních analýzách pořadů a upoutávek, v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

Shr% - Audience share of a channel/support/program - podíl na sledovanosti, share. Je vypočten z celkové doby strávené sledováním příslušného kanálu/pořadu ve vztahu k celkové době strávené sledováním TV. Udává podíl kanálu/pořadu na trhu.

$$\text{Shr}\% = \frac{\text{Rat}\% \text{ kanálu/pořadu}}{\text{Tvr}\%} \times 100$$

Afinita

Představuje „vhodnost“ časového úseku (pořadu, spotu) v porovnání průměrných sledovaností dvou cílových skupin. Hodnota větší než 1 znamená, že zkoumaná cílová skupina má vyšší průměrnou sledovanost než afinitní cílová skupina, a naopak hodnota menší než 1 znamená, že zkoumaná cílová skupina má nižší sledovanost než afinitní cílová skupina.

Vypočte se jako podíl ratingů zkoumané cílové skupiny a cílové skupiny uvedené jako indexová/afinitní.

Počítat lze v detailních analýzách, v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

Příklad: Je-li afinita nějakého pořadu pro vybranou cílovou skupinu Ženy 15+ a afinitní cílovou skupinu Dospělí 15+ rovna 2, znamená to, že sledovanost tohoto pořadu je mezi ženami 15+ dvakrát vyšší než mezi dospělými 15+.

Afinita nevážená

Představuje totéž co afinita. Rozdíl je pouze v tom, že se počítá jako podíl nevážených ratingů, což se projeví u hodnoty za více časových úseků (pořadů, spotů, upoutávek).

Počítat lze v detailních analýzách.

Index - v analýzách sledovanosti

Představuje poměr hodnoty ratingu dvou stanic v jedné cílové skupině. Hodnota větší než 1 znamená, že zkoumaná stanice má v dané cílové skupině vyšší průměrnou sledovanost než stanice zvolená jako indexová, a naopak hodnota menší než 1 znamená, že zkoumaná stanice má nižší sledovanost než indexová.

Vypočte se jako podíl vypočtených ratingů zkoumané a indexové stanice v dané cílové skupině.

Počítat lze v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

Index - v Obecné analýze cílových skupin

Porovnává rozložení sociodemografického znaku mezi zvolenou a indexovou cílovou skupinou. Hodnota větší než 1 znamená, že se daný znak vyskytuje ve zvolené cílové skupině ve větším procentu než v indexové. Např. v cílové skupině „muži z Prahy“ je větší procento vysokoškoláků než v cílové skupině „muži“.

Vypočte se jako podíl procentuálních zastoupení daného znaku ve vybrané cílové skupině ku indexové cílové skupině.

Počítat lze v Obecné analýze cílových skupin.

Profil

Udává, kolik procent diváků daného časového úseku (pořadu, spotu) z indexové cílové skupiny patří zároveň do cílové skupiny zvolené. Zvolená cílová skupina by proto měla být podmnožinou cílové skupiny indexové.

Vypočte se jako podíl projekcí zvolené a indexové cílové skupiny, tj. cílové skupiny vybrané jako indexový prvek vynásobený 100.

Počítat lze v detailních analýzách, v Časové analýze a v Analýze časových průběhů.

Cena

Představuje cenu vybraného spotu.

Vypočte se na základě stanovených podmínek pro výpočet cen.

Počítat lze v Detailní analýze spotů.

CPP

Představuje cenu za oslovení jednoho procenta zkoumané cílové skupiny daným spotem.

Vypočte se jako podíl ceny spotu a jeho sledovanosti v procentech (ratingu).

Počítat lze v Detailní analýze spotů.

CPT

Představuje cenu za oslovení jednoho tisíce osob ze zkoumané cílové skupiny v populaci daným spotem.

Vypočte se jako podíl ceny spotu a jeho sledovanosti v tisících (projekce).

Počítat lze v Detailní analýze spotů.

GRP 30s

Představuje sledovanost, kterou by musel mít daný spot v případě, že by byl 30sekundový, aby jeho cena byla stejná jako vypočtená cena tohoto spotu s obecně různou stopáží.

Vypočte se jako násobek ratingu daného spotu a slevového koeficientu uvedeného v nákupních podmínkách u stopáže tohoto spotu.

Počítat lze v Detailní analýze spotů.

Cena 30s

Představuje cenu daného spotu přepočtenou na délku trvání spotu 30 sekund. (V Detailní analýze pořadů u bloků představuje cenu hypotetického 30sekundového spotu v daném bloku.)

Vypočte se jako podíl ceny spotu a příslušného koeficientu uvedeného v nákupních podmínkách u stopáže tohoto spotu.

Počítat lze v detailních analýzách.

CPP 30s

Představuje cenu za oslovení jednoho procenta zkoumané cílové skupiny spotem dlouhým 30 sekund se stejnou sledovaností, jakou měl daný spot/blok.

Vypočte se jako podíl ceny za 30s spot a jeho sledovanosti v procentech (ratingu).

Počítat lze v detailních analýzách.

CPT 30s

Představuje cenu za oslovení jednoho tisíce osob ze zkoumané cílové skupiny v populaci spotem dlouhým 30 sekund se stejnou sledovaností, jakou měl daný spot/blok.

Vypočte se jako podíl ceny za 30s spot a jeho sledovanosti v tisících (projekce).

Počítat lze v detailních analýzách.

GRP nákupní CS

Představuje průměrnou sledovanost daného pořadu/spotu v procentech respondentů nákupní cílové skupiny na příslušné stanici (v případě, že je nákupní cílová skupina pro tuto stanici určena).

Počítat lze v detailních analýzách.

Rating bloku

Představuje průměrnou sledovanost bloku, ve kterém běžel daný spot, v procentech zkoumané cílové skupiny.

Vypočte se jako rating časového intervalu příslušného bloku.

Počítat lze v Detailní analýze spotů.

GRP bloku

Představuje totéž co rating bloku, rozdíl je pouze u hodnoty za více řádků, kde se místo průměru počítá součet ratingů bloků.

Počítat lze v Detailní analýze spotů.

RSh (podíl na příjmu)

Udává, jakou část průměrné odsledované doby během celého vysílacího času na příslušné stanici tvořil daný pořad.

Vypočte se jako podíl ATS pořadu ku ATS vysílacího času na dané stanici vynásobený 100.

Počítat lze v Detailní analýze pořadů.

Alfa koeficient

Představuje poměr sledovanosti daného pořadu ku sledovanosti příslušné stanice za celý její vysílací čas v %.

Vypočte se jako podíl ratingu pořadu ku ratingu vysílacího času na dané stanici vynásobený 100.

Počítat lze v Detailní analýze pořadů.

***Příklad:** Hodnota alfa koeficientu 200 % znamená, že sledovanost daného pořadu byla dvakrát vyšší než průměrná sledovanost příslušné stanice za celý vysílací čas.*

Beta koeficient

Představuje poměr sharu daného pořadu ku sharu příslušné stanice za celý její vysílací čas v %.

Vypočte se jako podíl sharu pořadu ku sharu vysílacího času na dané stanici vynásobený 100.

Počítat lze v Detailní analýze pořadů.

GRPSp 30s

Představuje množství GRP přepočtené na 30s spoty v reklamních blocích příslušejících k danému pořadu (tj. v bloku před pořadem, v blocích uvnitř pořadu a případně i v bloku za pořadem, pokud je mezi ním a následujícím pořadem ještě jiný blok).

Vypočte se jako součet ratingů příslušných bloků přepočítaných přes slevové koeficienty definované v nákupních podmínkách pro stopáže jednotlivých spotů v těchto blocích.

Počítat lze v Detailní analýze pořadů.

Nasycenost

Představuje množství GRP přepočtené na 30s spoty v reklamních blocích příslušejících k danému pořadu přepočtené na jednu minutu pořadu.

Vypočte se jako podíl GRPSp 30s a délky pořadu vyjádřené v minutách.

Počítat lze v Detailní analýze pořadů.

Bazická procenta

Představuje procento osob v dané cílové skupině, které ve zvoleném období splňují příslušný logický výraz (mají jistý sociodemografický znak apod.). Např. v cílové skupině „Dospělí 15+“ je 51 % žen.

Počítat lze v Obecné analýze cílových skupin.

Počty respondentů

Představuje počet respondentů z dané cílové skupiny, kteří ve zvoleném období splňují příslušný logický výraz (mají jistý sociodemografický znak apod.).

Počítat lze v Obecné analýze cílových skupin.

Přelivy - tisíce

Představuje počet respondentů z dané cílové skupiny vyjádřený v projekci na populaci, kteří mezi dvěma časovými intervaly přešli

- z *vybrané stanice na stanici v daném sloupci,*
- *na vybranou stanici ze stanice v daném sloupci.*

V případě časových intervalů delších než 1 sekunda se respondenti v každém z nich započítávají do té stanice (nebo stavů vypnuto/zapnuto), kterou sledovali nejdéle.

Počítat lze v Analýze přelivů, resp. v okně přelivů ve Videanalýze.

Přelivy - %

Představuje, kolik procent respondentů z dané cílové skupiny přešlo mezi dvěma časovými intervaly z jedné stanice na druhou.

Počítat lze v Analýze přelivů, resp. v okně přelivů ve Videanalýze.

Přelivy - počty

Představuje, kolik respondentů z dané cílové skupiny přešlo mezi dvěma časovými intervaly z jedné stanice na druhou.

Počítat lze v Analýze přelivů, resp. v okně přelivů ve Videanalýze.