

# Заседание группы пользователей данных

27.03.2015



TNS

Part of the KANTAR MEDIA Network



## Тренды

Основные телевизионные  
тренды

## TV Index

Текущее состояние и  
развитие проекта

## Проекты TNS 2015

Текущее состояние  
проектов

## Virtual Meter

Развитие проекта



## Основные телевизионные тренды

Тренды

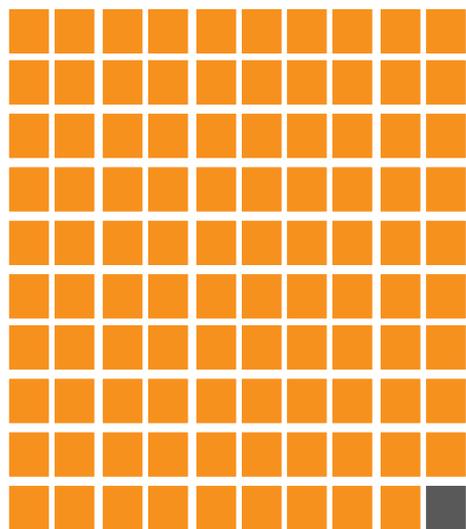


TNS

Part of the **KANTAR MEDIA** Network



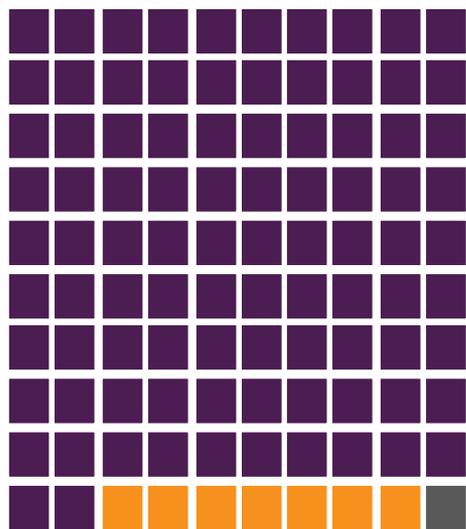
# Охват ТВ



99% - раз в месяц



# Охват ТВ

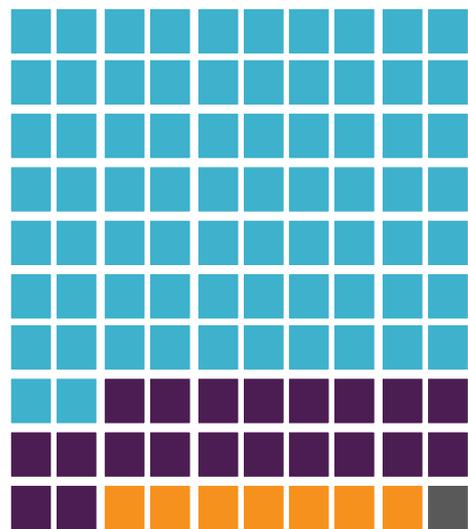


**99%** - раз в месяц

**92%** - раз в неделю



# Охват ТВ



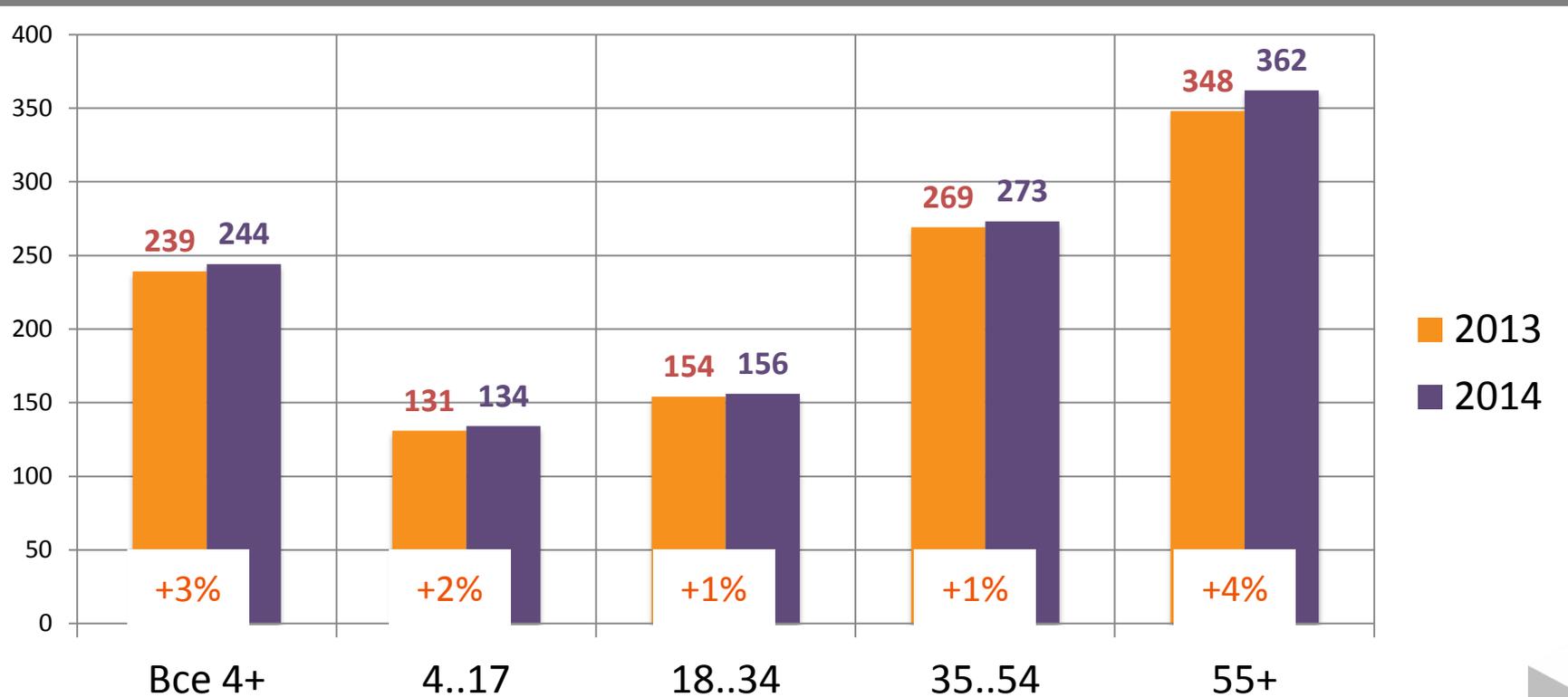
**99%** - раз в месяц

**92%** - раз в неделю

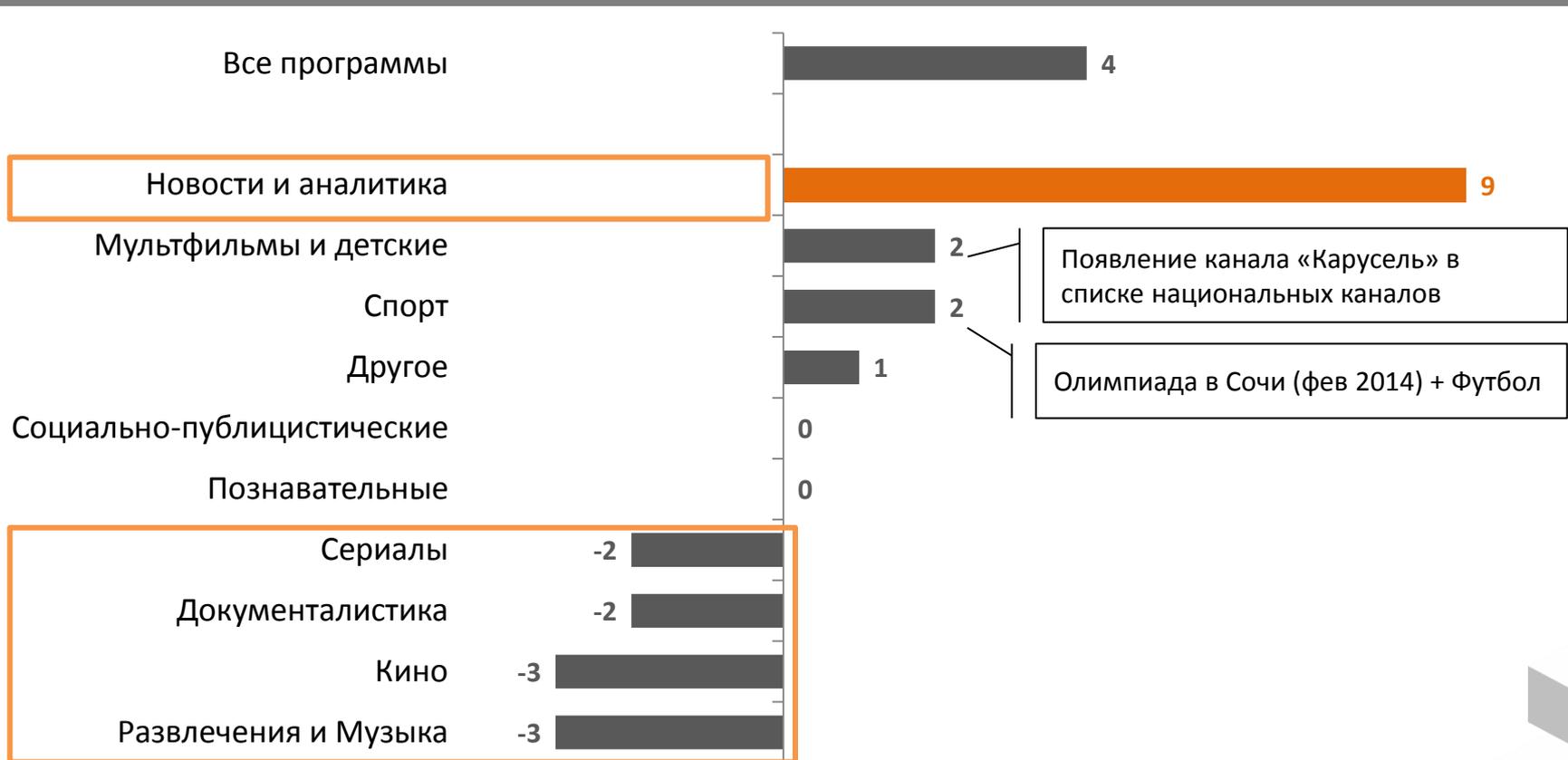
**72%** - раз в день



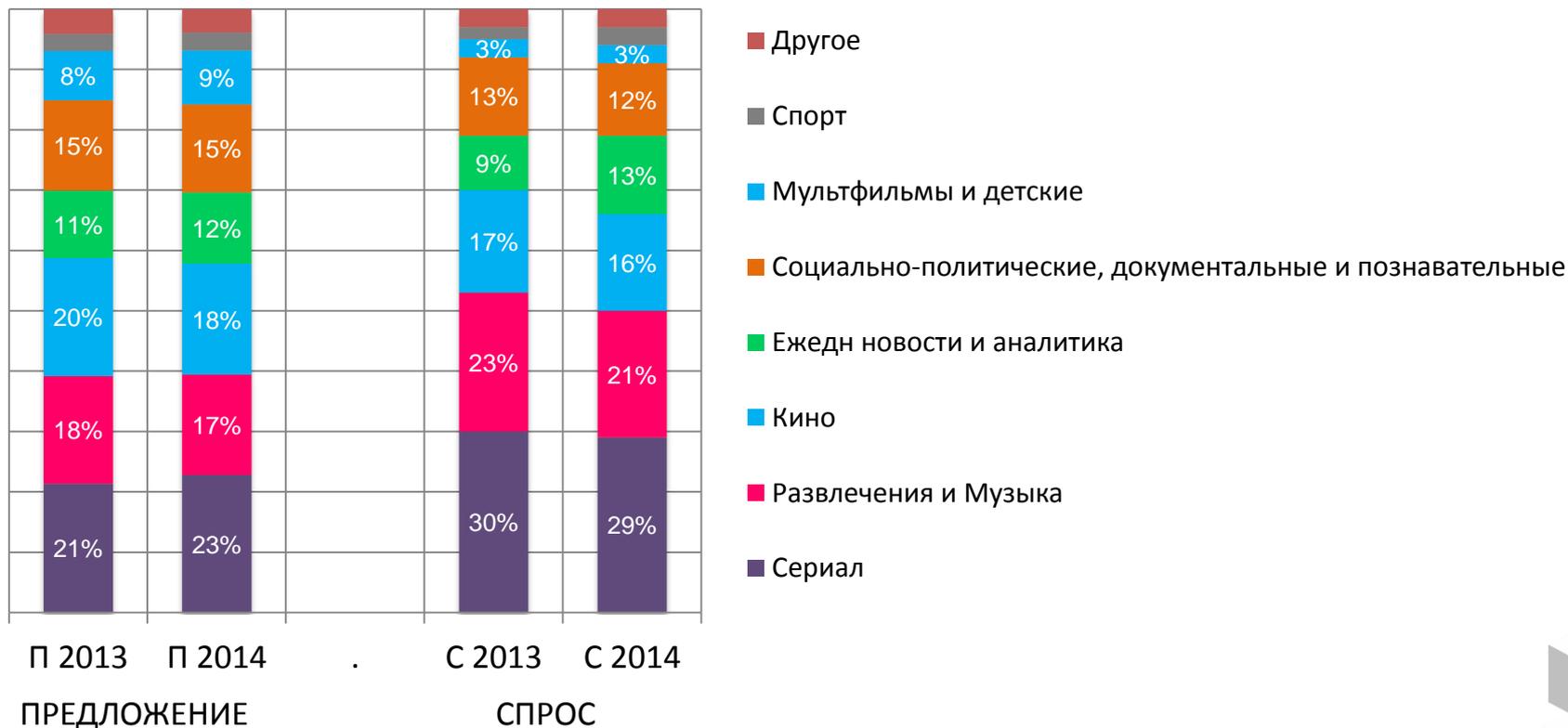
# Время просмотра ТВ по возрастным группам



# Рост времени просмотра ТВ: причины



# Жанровая структура эфира и просмотра

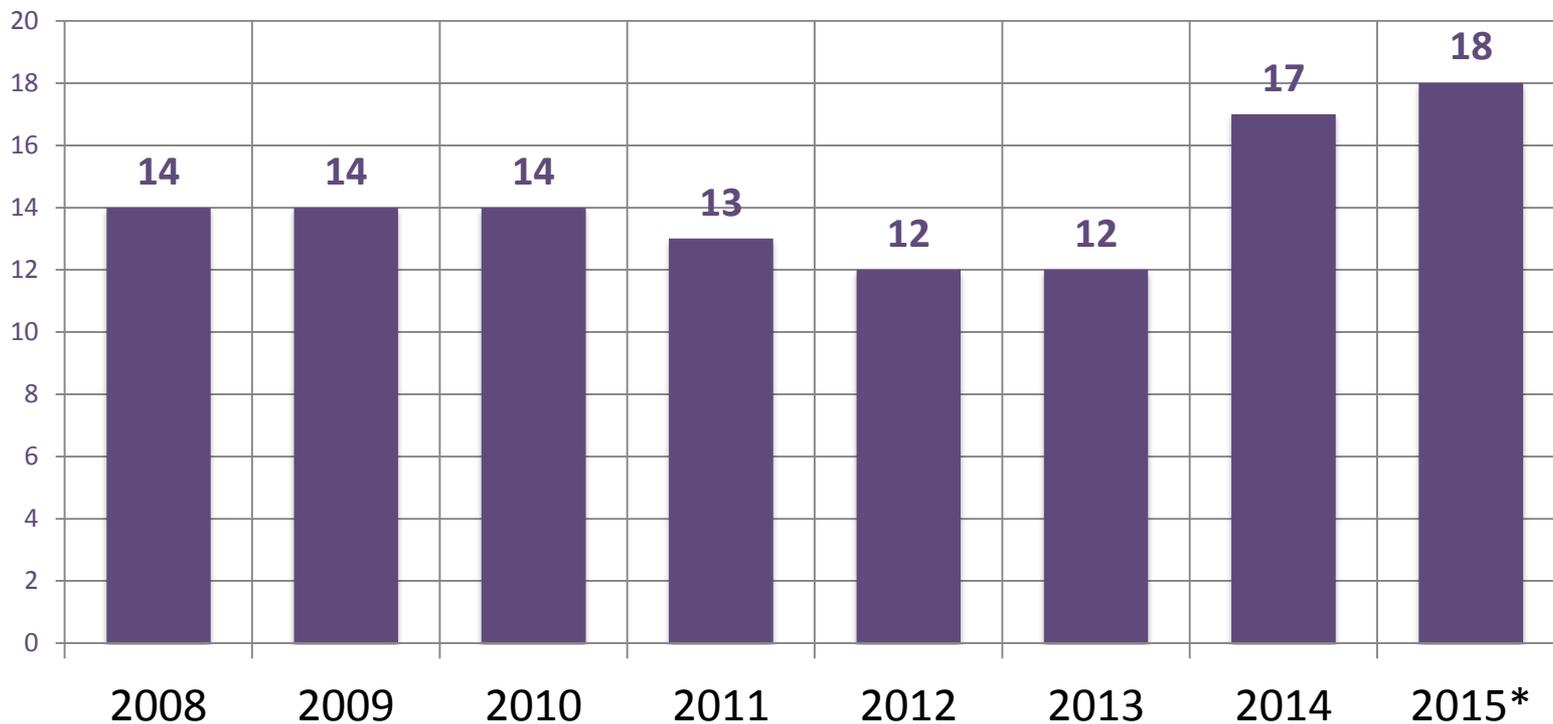


# ТОП-10 трансляций года

		Rtg	Shr
	Церемония открытия ОИ-2014 в Сочи	17,0	35,8
	Церемония закрытия ОИ-2014 в Сочи	16,4	36,2
	ОИ-2014 в Сочи. Хоккей. Россия – США 15 февраля (груп.этап)	15,4	43,3
	ОИ-2014 в Сочи. Фигурное катание. Женщины. Произв.пр.	15,3	38,6
	Новогоднее обращение Президента	13,9	32,2
	т/с Улыбка пересмешника (13.11.14)	13,7	39,6
	ОИ-2014 в Сочи. Фигурное катание. Команды. Женщ. Произв.	13,5	31,2
	ОИ-2014 в Сочи. Фигурное катание. Команды. Танцы. Произв.	12,6	30,1
	ОИ-2014 в Сочи. Фигурное катание. Пары. Произв.пр.	12,6	33,3
	ОИ-2014 в Сочи. Фигурное катание. Женщины. Короткая пр.	12,5	34,0



## Всплеск интереса к новостям (кол-во минут в день)

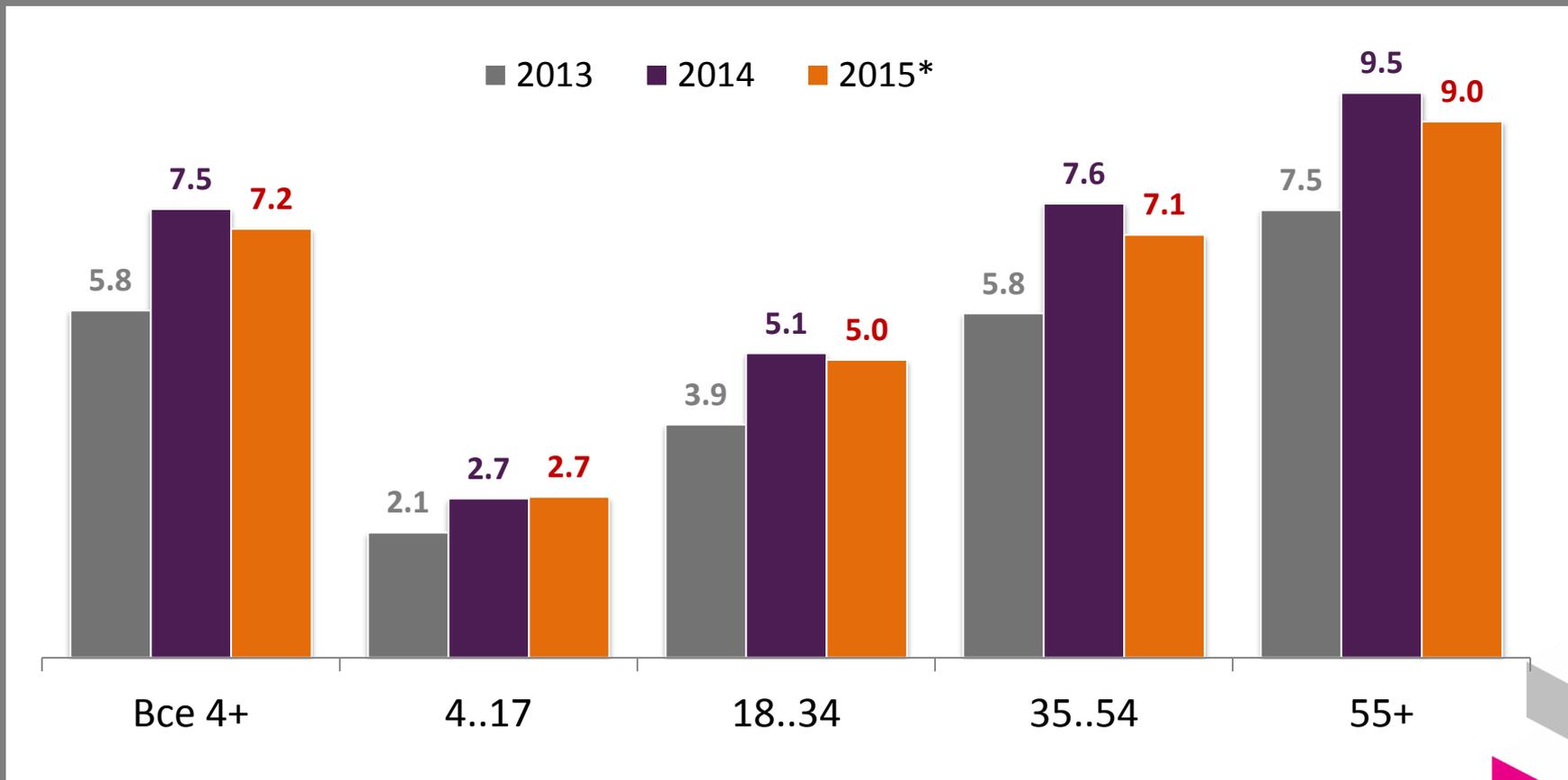


TV Index, Россия 100+, 5:00 – 29:00, все 4+.

**TNS** Новости + Аналитические программы. Все каналы.



# Новости: доля аудитории среднего выпуска



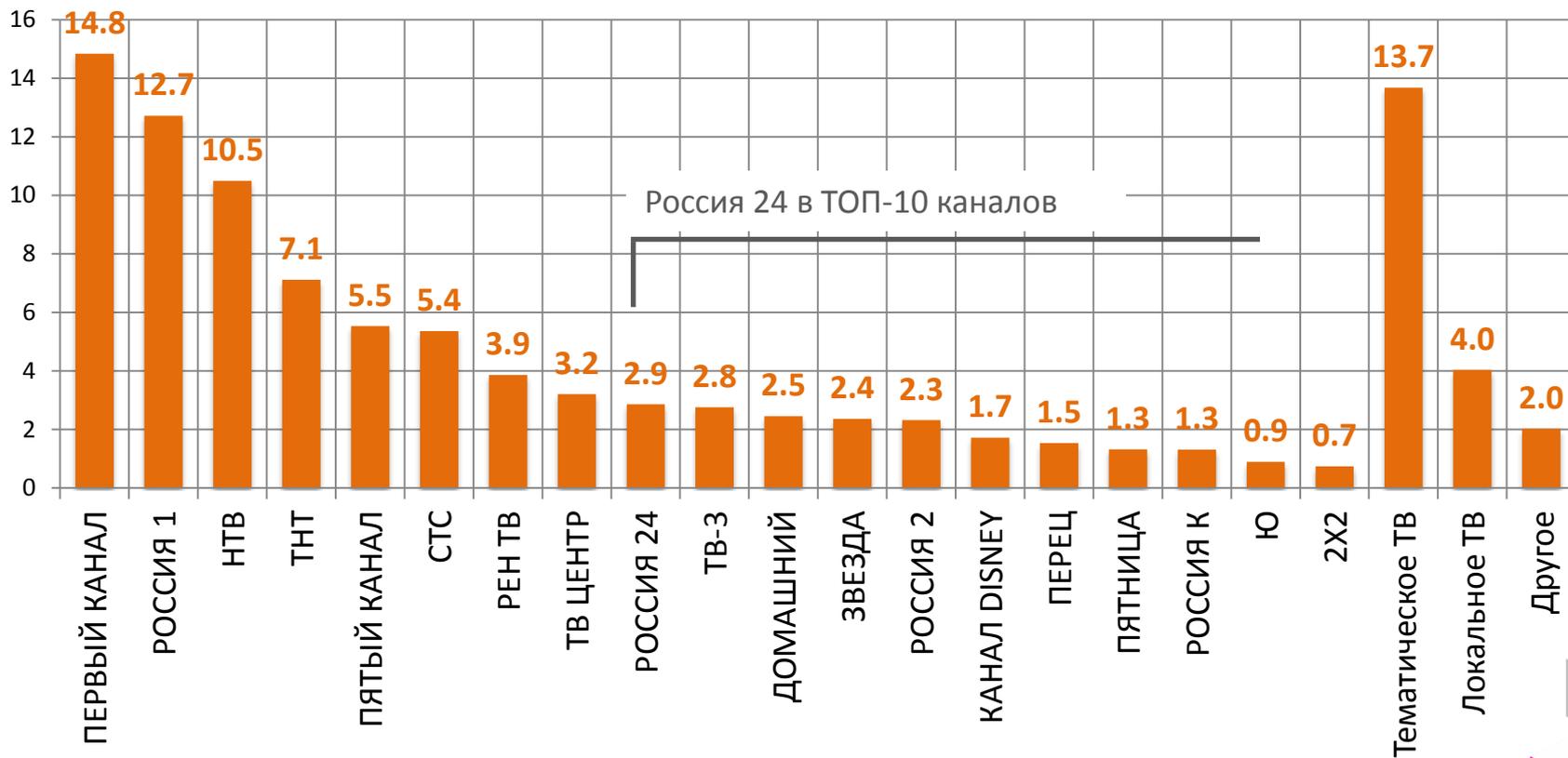
TNS TV Index, Россия 100+, 5:00 – 29:00, все 4+.

Доля среднего выпуска. Ежедневные новости + Информационно-аналитические программы. По 22 марта 2015

Первый канал, Россия 1, НТВ, Пятый канал, Рен ТВ, ТВ Центр, Звезда, Россия 24.



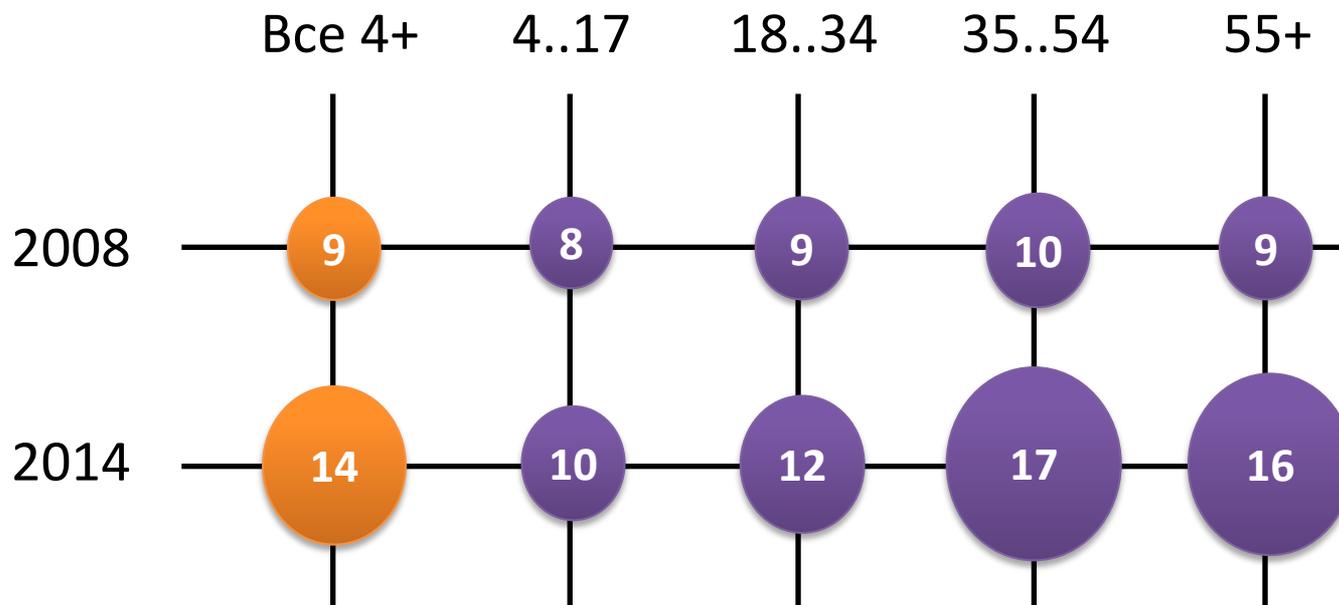
# Доля аудитории каналов (сен 14 – фев 15) Все 4+



TV Index, Россия 100+, все 4+, доля аудитории, 5:00 – 29:00, сен 14 – фев 15, все 4+



## Фрагментация: среднее число каналов в неделю (1+ мин)



TV Index, Россия 100+, 2-мин W.Reach. Апр 2008, Апр 2014.

\* В неделю







## Текущее состояние и развитие проекта

TV INDEX



TNS

Part of the **KANTAR MEDIA** Network

# Панель 2015



## ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ

- Население 4+ городов 100+
- 68 673 667 чел



## УСТАНОВОЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

- Метод: CATI
- ГС: Население 12+ городов 100+
- Выборка: ~39 тыс. интервью в год



## ВЫБОРКА

- 77 городов, 5000 ДХ
- 29 городов с локальной отчетностью, включая Москву и Санкт-Петербург



## КОЛИЧЕСТВО КАНАЛОВ

- 25 национальных
- Более 100 тематических

# Новый блок вопросов УИ

В УИ был добавлен новый блок вопросов для измерения типа сигнала на основном телевизоре в домохозяйстве. В результате получена следующая модель для определения типа приема:

Тип сигнала	Алгоритм определения	Примечание
Многоканальный цифровой сигнал через спутник или STB	Наличие приставки для приема сигнала ИЛИ Наличие спутниковой тарелки	В группу попадает <u>немногоканальный</u> бесплатный пакет Триколора (0.5% ДХ в 100+)
Многоканальный аналоговый кабель	Нет приставки для приема каналов <ul style="list-style-type: none"><li>Число принимаемых каналов &gt;20</li></ul> ИЛИ <ul style="list-style-type: none"><li>Число принимаемых каналов &lt;20 и оплачивают по квитанции оператору</li></ul> ИЛИ <ul style="list-style-type: none"><li>Число принимаемых каналов &lt;20 оплачивают по квитанции ЖКХ, принимают маркеры</li></ul>	В группу попадает <u>цифровой</u> кабель без приставки при наличии тюнера DVB-C либо открытый, либо кодированный с картой доступа непосредственно в ТВ (пример Online Telecard)
Эфирный сигнал (аналоговый и цифровой)	Нет приставки для приема каналов Число принимаемых каналов <20 <ul style="list-style-type: none"><li>Не платят за ТВ</li></ul> ИЛИ <ul style="list-style-type: none"><li>Платят по квитанции ЖКХ, не принимают маркеры</li></ul>	

# Тип сигнала в федеральных округах РФ. Предварительные данные

Регион	Многоканальный цифровой сигнал через спутник или STB	Многоканальный аналоговый кабель	Эфирный сигнал (аналоговый и цифровой)
Все города 100+	24.9	58.1	17.0
Большая Москва	20.9	68.6	10.6
ЦФО без Большой Москвы	28.2	54.9	16.9
Северо-Западный	19.0	68.3	12.6
Приволжский	22.4	60.2	17.4
Южный	41.3	34.9	23.8
Уральский	22.4	61.4	16.1
Сибирский	22.7	53.2	24.0
Дальневосточный	23.0	59.0	17.9
Северо-Кавказский	51.8	23.8	24.4

# Значимые параметры 2015

Характеристики телевизионного оборудования	Контролируется взвешиванием	Контролируется матрицей 1	Контролируется матрицей 2
Характеристики телевизионного оборудования			
✓ количество телевизоров в домохозяйстве	✓	✓	
✓ наличие видео или DVD	✓		
✓ возможности подключения дополнительных устройств	✓		
✓ наличие телевизора с функцией выхода в интернет (SMART TV)	✓		
✓ охват сетевых каналов за месяц	✓		
✗ фактор панелизма			
✓ охват тематических каналов	✓		
✗ наличие оборудования для приема спутникового телевидения			
Характеристики домохозяйства			
✓ регион проживания (в соответствии со стратификацией панельной выборки)	✓	✓	
✓ количество человек в семье	✓	✓	✓
✓ наличие в семье детей до 18 лет			✓
✓ наличие в семье пожилых людей (в возрасте 55 лет и старше)			✓
✓ количество в семье людей в возрасте 18-34 лет <sup>NEW</sup>			✓
✓ наличие дачи или дома в деревне	✓		
✓ наличие интернета	✓		
Индивидуальные характеристики			
✓ пол	✓		
✓ возраст	✓		
✓ образование	✓		
✓ занятость	✓		

# Структура панельной матрицы 2015

Основная матрица		% ГС
1	1 человек 1 ТВ	17.8
2	1 человек 2+ ТВ	8.5
3	2 человека 1 ТВ	11.3
4	2 человека 2 ТВ	12.4
5	2 человека 3+ ТВ	4.5
6	3 человека 1 или 2 ТВ	17.5
7	3 человека 3+ ТВ	6.1
8	4+ человека 1 или 2 ТВ	13.7
9	4+ человека 3+ ТВ	8.1

Вспомогательная матрица		% ГС
1	1-2 человека, в семье есть дети или 18-34	17.9
2	1-2 человека, в семье нет детей и 18-34, есть 55+	32.2
3	1-2 человека, в семье нет детей, 18-34, 55+ ИЛИ 3+ человека, в семье нет 18-34	13.4
4	3+ человек, в семье нет детей, 1 человек в возрасте 18-34	10.6
5	3+ человек, в семье есть дети, 1 человек в возрасте 18-34	10.9
6	3+ человек, в семье 2+ человека в возрасте 18-34	15.0

Новый контрольный параметр «Тип сигнала» является крайне динамичной сущностью, и по рекомендации аудиторов не должен включаться в панельную матрицу. Поэтому будет добавлен во взвешивание

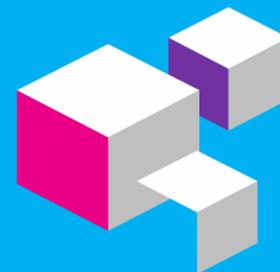
## Дальнейшие шаги

### Январь – Июнь 2015

- Опрос панели по соответствующим характеристикам к июню 2015
- Анализ возможности добавления нового контрольного параметра

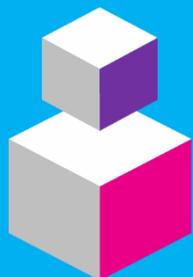
### Июнь 2015

- Результаты УИ 2015/1 и проведение анализа фактора влияния типа сигнала на характеристики телесмотрения на основе данных двух роллинговых волн
- Результаты опроса панели по типу сигнала
- Принятие решения о возможном включении в контроль панели с 2016 года



# Текущее состояние проектов

## Проекты TNS 2015

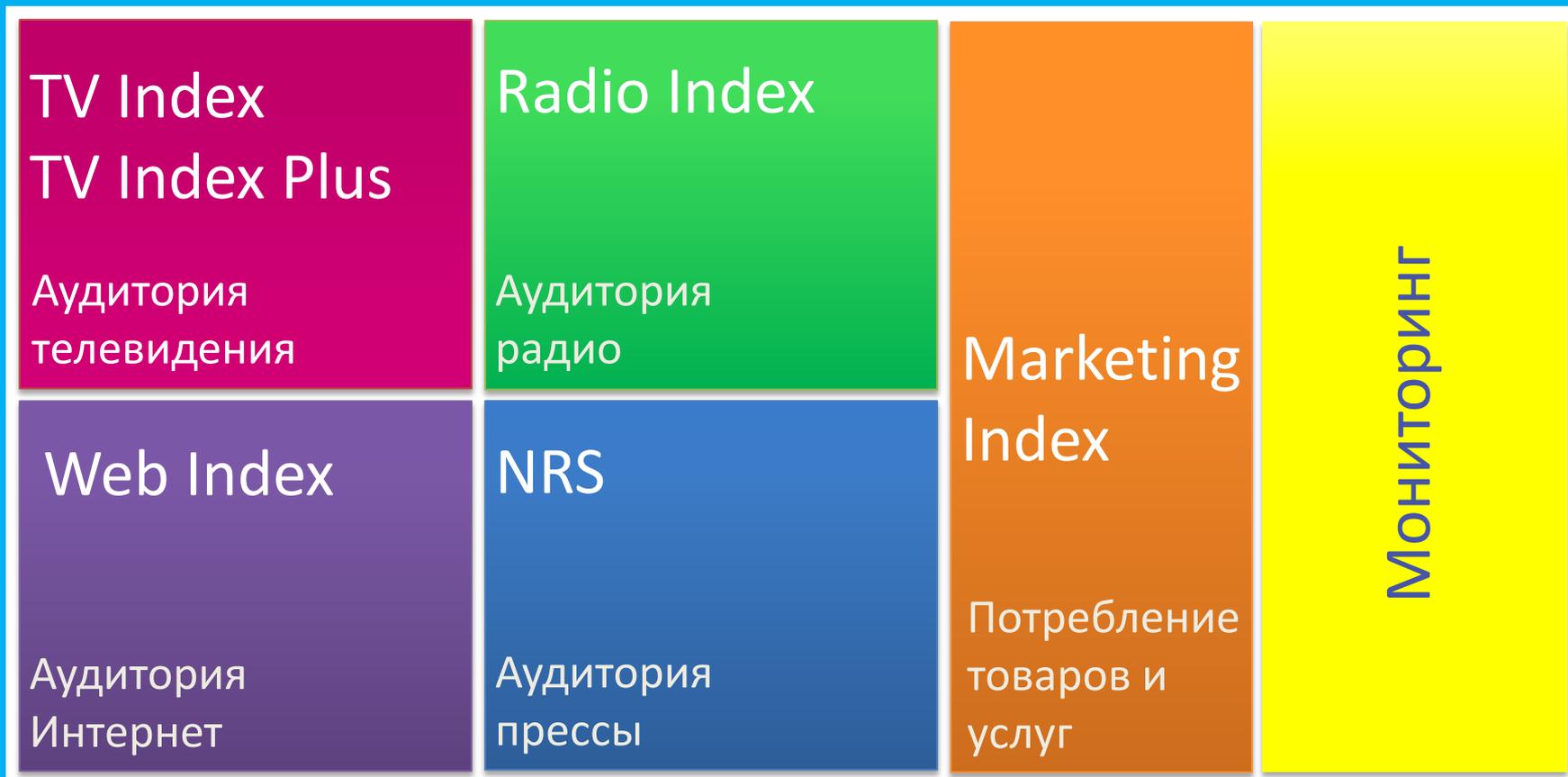


TNS

Part of the **KANTAR MEDIA** Network



## Проекты TNS в 2015



## Телевизионные проекты TNS

Измерение аудитории

Мониторинг

Национальные,  
региональные  
каналы

**TV INDEX**

Тематические  
каналы

**TV INDEX PLUS**

CATI в малых  
городах

**TV Mosaic**

**TV AdEX:**

Коммерческая  
реклама,  
Анонсы,  
Спонсорство

# Проекты мониторинга ТВ



# TV INDEX PLUS



## ЦЕЛЬ

Предоставление информации об аудитории тематических телеканалов (около 200 каналов)



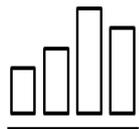
## ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ

Население 4+ городов 100+  
68 673 667 чел



## МЕТОД

Электронные панельные измерения



## ПОСТАВКА НАЦИОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Ежемесячно  
База данных, отчет  
Агрегация 1 час / 28 дней



## ПОСТАВКА РЕГИОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Ежемесячно  
Отчет  
Агрегация 2 часа / 89 дней



# TV INDEX PLUS. ПЛАНЫ 2015

## ЗАСЕДАНИЕ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ПОДПИСЧИКОВ TV INDEX PLUS

31 марта 2015 состоится заседание Экспертного Совета тематических каналов.

Основными темами обсуждения станут запросы, поступившие от пользователей данными:



Поставка данных по Москве и Санкт-Петербургу в формате баз данных  
Агрегирование 2 часа / 89 дней



Возможность изменения жанровой структуры и выделение в дереве ПО дополнительных поджанров



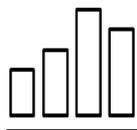
Возможное изменение периодов проведения процедуры бутстреп





## ЦЕЛЬ

Предоставление данных о телевизионной аудитории в малых городах России



## ОСНОВНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ

Возможность приема телеканалов  
Среднесуточный охват телеканалов  
Аудитория, рейтинг, доля телеканалов за все сутки 06:00 – 06:00 и прайм-тайм 18:00 – 00:00 и в отдельных временных интервалах.  
Среднее время просмотра среди зрителей  
Социально-демографические характеристики аудитории



## МЕТОД

Телефонное интервью CATI  
Методика Day-after-Recall



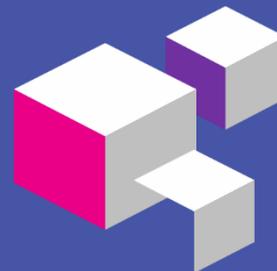
## СРОКИ

1-я волна: сбор данных – март-апрель 2015  
2-я волна: сбор данных – сентябрь-ноябрь 2015



# TV MOSAIC. ГОРОДА 1 ВОЛНЫ

Арзамас	Ковров	Обнинск
Архангельск	Курган	Оренбург
Ачинск	Махачкала	Пенза
Бийск	Миасс	Первоуральск
Брянск	Муром	Петрозаводск
Великий Новгород	Набережные Челны	Пятигорск
Владимир	Нальчик	Рязань
Волжский	Находка	Сочи
Дзержинск	Нижневартовск	Сызрань
Калининград	Нижнекамск	Уссурйск
Калуга	Нижний Тагил	Чебоксары
	Новомосковск	Якутск



## Смотрение на вторых экранах. Текущая работа

Virtual Meter



Part of the **KANTAR MEDIA** Network



# Advanced Virtual Meter

## Панель

- Основная ТВ-панель
- 575 домохозяйств
- Завершена установка на панели новой версии ПО – Advanced Virtual Meter, включающей счетчик TNS Counter

## Технология

- Enhanced Audio Matching
- Счетчик TNS Counter **NEW**

## Обработка

- Национальное и тематическое ТВ
- 7 дней отложенного просмотра

## Отчетность

- Компьютеры и ноутбуки
- Общий объем просмотра по целевым группам
- Смотрение по каналам
- Типы просмотра:
  - Линейное
  - Отложенное

# Тегированный контент

## Преимущества

- Наиболее точное измерение
- Отсутствие ограничения глубины отложенного просмотра

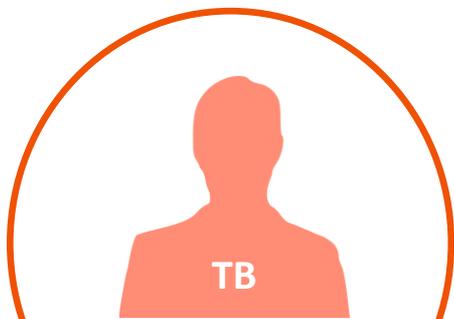
## Текущая работа

- Завершено обновление ПО на панели
- Начата работа по объединению данных от Audio Matching System и TNS-counter

## Дальнейшие шаги

- Использование технологической кросс-панели для настройки алгоритмов интеграции данных ТВ и Интернет

# Кросс-панели



- Пиплметр
- Virtual Meter



Технологическая кросс-панель



- Технологии Web Index

- Advanced Virtual Meter
- Потребительское поведение
- Другие медиа

# Возможности интеграции данных

## СОВОКУПНАЯ АУДИТОРИЯ КОНТЕНТА

Измерение с учетом всех устройств и способов доставки

## СОВОКУПНАЯ АУДИТОРИЯ РЕКЛАМЫ

Совокупный охват рекламной кампании на всех экранах и каналах доставки, вклад каждого медиа

## ВТОРЫЕ ЭКРАНЫ

Просмотр контента на втором экране, одновременное потребление и т.д.

## ПЕРЕТЕКАНИЕ АУДИТОРИИ

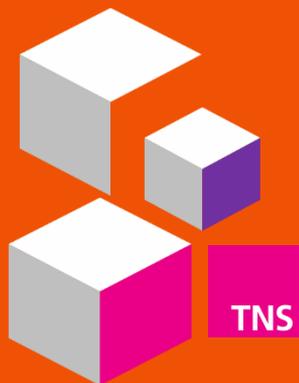
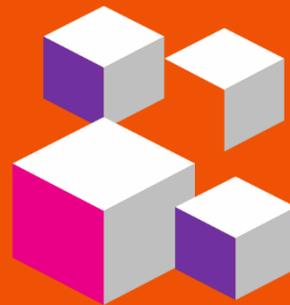
Взаимный анализ поведения зрителей и пользователей в динамике

## ЕДИНОЕ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

Планирование РК для целевой группы (включая потребительские) для всех каналов и способов коммуникации



**Спасибо!**



**TNS**

Part of the **KANTAR MEDIA** Network