

WSKAŹNIKI

Definicja danego wskaźnika jest zawsze dostępna po najechaniu kursorem na nagłówek tabeli.

WSKAŹNIK	DEFINICJA
UŻYTKOWNIK	
Real users (Realni Użytkownicy)	<p>liczba osób w danej grupie celowej, którzy odwiedzili (wygenerowali co najmniej jedną odsłonę) wybrany kanał mediowy (węzeł) w zdefiniowanym okresie.</p> <p>Dla każdego rynku stosujemy indywidualny próg widoczności dla określenia jakości danych (wartości poniżej progu prezentowane są w kolorze szarym).</p> <p>Próg uzależniony jest od:</p> <ul style="list-style-type: none">• wybranego typu medium• kanału mediowego• audytu
Avg. daily RU (średnie dzienne RU)	średnia dzienna liczba realnych użytkowników dla wybranego węzła w zdefiniowanym okresie. Dla okresu większego niż 1 dzień podawana jest średnia arytmetyczna ze wszystkich wybranych dni.
Reach (Zasięg)	stosunek liczby osób w danej grupie celowej, które odwiedziły wybrany węzeł do liczby wszystkich osób w danej grupie celowej. Wskaźnik wyrażony w procentach.
Avg. daily reach (średni dzienny zasięg)	średni dzienny zasięg dla wybranego węzła w zdefiniowanym okresie. Dla okresu większego niż 1 dzień podawana jest średnia arytmetyczna ze wszystkich wybranych dni.
Audience composition (dopasowanie użytkowników)	udział osób z danej grupy celowej, które odwiedziły wybrany węzeł wśród wszystkich osób, które go odwiedziły. Wskaźnik wyrażony w procentach.

Audience share (udział użytkowników)	udział osób z danej grupy celowej, które odwiedziły wybrany węzeł wśród wszystkich osób w danej grupie celowej na wszystkich węzłach
Affinity index	stosunek wartości dopasowania osób w danej grupie celowej dla wybranego węzła do wartości dopasowania osób w danej grupie celowej w populacji. Wskaźnik wyrażony w procentach.
Affinity index (total population)	stosunek wartości dopasowania osób w danej grupie celowej dla wybranego węzła do wartości dopasowania osób w danej grupie celowej w całej populacji (zawiera również osoby niebędące użytkownikami Internetu). Wskaźnik wyrażony w procentach.

CZAS	
Time (czas)	łącny czas spędzony przez osoby z grupy celowej na danym węźle.
Share of time (udział czasu)	stosunek czasu spędzonego przez Realnych Użytkowników na wybranym węźle do całkowitego czasu spędzonego na wszystkich węzłach
Time composition (dopasowanie czasu)	udział czasu spędzonego przez osoby z danej grupy celowej na wybranym węźle w czasie spędzonym przez wszystkie osoby na tym węźle. Wskaźnik wyrażony w procentach
ATS (Average Time Spent)	średni czas spędzony na wybranym węźle przez wszystkie osoby odwiedzające ten węzeł z danej grupy celowej. Jest to iloraz sumy czasów realnych użytkowników i liczby tych użytkowników.
ATV (Średnia długość oglądania)	średni czas spędzony na wybranym węźle przez wszystkie osoby z danej grupy celowej. Jest to iloraz sumy czasów realnych użytkowników z badanej grupy celowej i liczby osób z populacji tej grupy.
AMR (Średni minutowy rating)	średnia liczba osób z danej grupy celowej odwiedzających wybrany węzeł w zdefiniowanym okresie. Wskaźnik wyrażony w tysiącach osób.
AMR % (średni minutowy rating %)	średni procent osób z danej grupy celowej odwiedzających wybrany węzeł w zdefiniowanym okresie czasu. Wskaźnik wyrażony w procentach.
Time per view (Średni czas trwania odsłony)	średni czas pomiędzy dwiema kolejnymi odsłonami wygenerowanymi przez osób w danej grupie celowej na wybranym węźle
Time per visit (średni czas trwania wizyty)	średni czas wszystkich wizyt na danym węźle liczony dla tzw. engaged-visits (wizyty trwające min. 2 sek z więcej niż jednym eventem - click lub page view)

WIZYTY I ODTWORZENIA/ODSŁONY	
Views (odtworzenia/odsłony)	liczba kontaktów wybranej grupy celowej z kanałem (Domeną/Serwisem – odsłona, Aplikacją – otwarcie nowego widoku, Stacją telewizyjną – zmiana stacji, Programem radiowym – zmiana kanału).
Visits (wizyty)	seria odsłon wygenerowana przez jedną osobę na wybranym węźle, pomiędzy którymi nie występuje przerwa dłuższa niż 30 minut
Views composition (dopasowanie odtworzeń/odsłon)	udział odsłon w danej grupie celowej wygenerowanych na wybranym węźle w ramach całkowitej liczby odsłon wygenerowanych na tym węźle
Views share (Udział odtworzeń/odsłon)	udział odsłon wygenerowanych na wybranym węźle w ramach całkowitej liczby odsłon wygenerowanych na wszystkich węzłach
Avg. view duration (średni czas trwania odsłony)	średni czas pomiędzy dwiema kolejnymi odsłonami wygenerowanymi przez użytkowników w danej grupie celowej na wybranym węźle, w zdefiniowanym okresie
Views per real user	średnia liczba odsłon na użytkownika
Visits per real user	średnia liczba wizyt na użytkownika

WSPÓŁGLĄDALNOŚĆ	
Duplication on all media (Współglądalność wszystkich kanałów mediowych/ węzłów)	liczba osób, które odwiedziły dany węzeł oraz każdy z pozostałych wybranych węzłów
Duplication on all media% (Współglądalność wszystkich kanałów mediowych/ węzłów %)	stosunek liczby osób, które odwiedziły wszystkie węzły do liczby osób, które odwiedziły wybrany węzeł. Wskaźnik wyrażony w procentach.
Duplication on any media (Współglądalność z dowolnym kanałem mediowym/ węzłem)	liczba osób, które odwiedziły dany węzeł oraz przynajmniej jeden z pozostałych wybranych węzłów
Duplication on any media% (Współglądalność z dowolnym kanałem mediowym/ węzłem %)	stosunek liczby osób, które odwiedziły co najmniej jeden z wybranych węzłów do liczby osób, które odwiedziły dany węzeł. Wskaźnik wyrażony w procentach.
Duplication	liczba osób w danej grupie celowej, które odwiedziły oba wybrane węzły
Max. Duplication (Maksymalna współglądalność)	liczba osób, które odwiedziły wybrany węzeł oraz co najmniej jeden z pozostałych wybranych węzłów.
Audience duplication H% (Współglądalność H%)	stosunek liczby osób, które odwiedziły węzły w wierszu i kolumnie do liczby osób, które odwiedziły węzeł wybrany w danym wierszu. Wyrażony w procentach
Audience duplication V% (Współglądalność V%)	stosunek liczby osób, które odwiedziły węzły w wierszu i kolumnie do liczby osób, które odwiedziły węzeł wybrany w danej kolumnie. Wskaźnik wyrażony w procentach