

Wskaźniki

WSKAŹNIK	DEFINICJA
USERS (UŻYTKOWNICY) Real users (Realni Użytkownicy)	<p>(Internet, Radio, TV) Jaka jest liczba osób odwiedzających wybrany kanał mediowy?</p> <p>(Outdoor) Jaka jest liczba osób, które znalazły się w promieniu nośnika reklamowego?</p> <p>Real Users wskazuje liczbę osób w danej grupie celowej, które były odbiorcami treści danego medium w zdefiniowanym okresie, a dokładniej:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Miały kontakt z treścią audio – Radio, TV • Wygenerowały co najmniej jedną odsłonę – Internet • Znalazły się w określonym promieniu nośnika reklamowego - Outdoor <p>Stosujemy 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 site-centric
Reach (Zasięg)	<p>Jaki procent populacji w badanym okresie miało kontakt z danym kanałem mediowym?</p> <p>(Internet, Radio, TV) Stosunek liczby osób w danej grupie celowej, które miały kontakt z wybranym kanałem mediowym do liczby wszystkich osób w danej grupie celowej.</p> <p>(Outdoor) Stosunek liczby osób w danej grupie celowej, które znalazły się w określonym promieniu nośnika reklamowego, do liczby wszystkich osób w danej grupie celowej.</p> <p>Wskaźnik wyrażony w procentach.</p>
Audience composition (dopasowanie użytkowników)	<p>Jaki jest udział grupy celowej w danym kanale mediowym w ogólnej widowni tego kanału mediowego?</p>

	<p>Udział osób z danej grupy celowej, które odwiedziły wybrany kanał mediowy wśród wszystkich osób, które go odwiedziły.</p> <p>Wskaźnik wyrażony w procentach.</p>
Audience share (udział użytkowników)	<p>Jaki procent aktywnych użytkowników w badanym okresie odwiedziło dany kanał mediowy?</p> <p>Udział osób z danej grupy celowej, które odwiedziły wybrany kanał mediowy wśród wszystkich osób w danej grupie celowej na wszystkich kanałach mediowych.</p>
Affinity index	<p>Jaki jest stosunek udziału grupy celowej w ogólnej widowni kanału mediowego do jej udziału w populacji?</p> <p>Stosunek wartości dopasowania osób w danej grupie celowej dla wybranego kanału mediowego do wartości dopasowania osób w danej grupie celowej w populacji.</p>
TIME (CZAS)	
Time (czas)	<p>Łączny czas spędzony przez osoby z grupy celowej na danym kanale mediowym.</p> <p>Bez wybrania wartości w filtrze Content type zostanie zaprezentowana suma czasów, jaką użytkownicy spędzili na konsumpcji treści audio + video + display.</p>
ATS (Average Time Spent)	<p>Średni czas, jaki realni użytkownicy spędzają na danym kanale mediowym.</p> <p>Jest to iloraz sumy czasów realnych użytkowników i liczby tych użytkowników.</p> <p>$ATS = \text{suma czasów} / RU$</p>
Share of time (udział czasu)	<p>Stosunek czasu spędzonego przez Realnych Użytkowników na wybranym kanale mediowym do całkowitego czasu spędzonego na wszystkich kanałach mediowych.</p>
Relative share of time (względny udział czasu)	<p>Stosunek czasu spędzonego przez użytkowników na danym kanale mediowym do czasu spędzonego przez nich na wszystkich kanałach mediowych wybranych do analizy.</p>
ATV (Średnia długość oglądania)	<p>Średni czas spędzony na wybranym kanale mediowym przez wszystkie osoby z danej grupy celowej (całej populacji lub populacji tej grupy).</p> <p>Jest to iloraz sumy czasów realnych użytkowników z badanej grupy celowej i liczby osób z populacji tej grupy i oznacza średni czas spędzony</p>

	<p>w grupie wszystkich a nie tylko użytkowników, którzy mieli kontakt z daną treścią.</p> <p>ATV = suma czasów / Populacja</p> <p>Populację opisujemy w polu „Target Group”.</p>
AMR (Średni rating)	<p>Średnia liczba osób z danej grupy celowej odwiedzających wybrany kanał mediowy w zdefiniowanym okresie.</p> <p>Wskaźnik wyrażony w tysiącach osób.</p>
AMR % (Średni minutowy rating %)	<p>Średni procent osób z danej grupy celowej odwiedzających wybrany kanał mediowy w zdefiniowanym okresie czasu.</p> <p>Wskaźnik wyrażony w procentach.</p>
Time composition (dopasowanie czasu)	<p>Udział czasu spędzonego przez osoby z danej grupy celowej na wybranym kanale mediowym w czasie spędzonym przez wszystkie osoby na tym kanale mediowym.</p> <p>Wskaźnik wyrażony w procentach.</p>
Time per view (Średni czas trwania odsłony)	<p>Średni czas na danym kanale mediowym przypadający na jedną odsłonę.</p> <p>Średni czas liczony jest pomiędzy dwiema kolejnymi odsłonami wygenerowanymi przez osoby w danej grupie celowej na wybranym kanale mediowym.</p>
Time per visit (średni czas trwania wizyty)	<p>Średni czas na danym kanale mediowym przypadający na jedną wizytę.</p>
VISITS&VIEWS (WIZYTY I ODTWORZENIA/ODSŁONY)	
Views (odtworzenia/odsłony)	<p>Liczba kontaktów wybranej grupy celowej z wybranym kanałem mediowym. Jako kontakt z treścią w poszczególnych kanałach mediowych rozumiemy:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet display (domena/serwis) – odsłona treści redakcyjnej (z wyłączeniem odsłon pochodzących z ruchu reklamowego), • Aplikacja – otwarcie nowego widoku, • Stacja telewizyjna – zmiana stacji, • Program radiowy – zmiana kanału, • Materiał audio/ wideo online – odtworzenie materiału audio/ wideo, • Stream commercial – odtworzenie treści reklamowej materiału audio/ wideo,

	<ul style="list-style-type: none"> • Steam editorial – odtworzenie treści redakcyjnej materiału audio/wideo.
Visits (wizyty)	Seria odsłon wygenerowana przez jedną osobę na wybranym kanale mediowym pomiędzy którymi nie występuje przerwa dłuższa niż 30 minut.
Visits composition (dopasowanie wizyt)	Udział wizyt wygenerowanych na wybranym kanale mediowym w danej grupie celowej w całkowitej liczbie wizyt wygenerowanych na tym kanale mediowym.
Views composition (dopasowanie odtworzeń/odsłon)	Udział odsłon wygenerowanych na wybranym kanale mediowym w danej grupie celowej w całkowitej liczbie odsłon wygenerowanych na tym kanale mediowym.
Views share (udział odtworzeni/odsłon)	Udział odsłon wygenerowanych na wybranym kanale mediowym w całkowitej liczbie odsłon wygenerowanych na wszystkich kanałach mediowych.
Views per real user	Średnia liczba odsłon na użytkownika
Visits per real user	Średnia liczba wizyt na użytkownika
Audit	Rodzaj danych użyty do obliczeń: „Yes” – oznacza, że wykorzystano dane site-centric i dane z panelu, „Mix”, że nie wszystkie kanały mediowe z agregatu/grupy oparte są o pomiar site-centric, „No” – użyto pomiaru user-centric, czyli wykorzystano dane z panelu.
DUPLICATION (WSPÓŁGLĄDALNOŚĆ)	
Duplication on all media (Współglądalność wszystkich kanałów mediowych)	Liczba osób, które odwiedziły dany kanał mediowy oraz każdy z pozostałych wybranych kanałów mediowych. Dostępne w widoku “My reports/Overview”.
Duplication on any media (Współglądalność z dowolnym kanałem mediowym)	Liczba osób, które odwiedziły dany kanał mediowy oraz przynajmniej jeden z pozostałych wybranych kanałów mediowych. Dostępne w widoku “My reports/Overview”.

<p>Duplication on all media% (Współoglądalność wszystkich kanałów mediowych %)</p>	<p>Stosunek liczby użytkowników w danej grupie celowej, którzy odwiedzili wszystkie wybrane kanały mediowe w określonym czasie do liczby użytkowników, którzy byli na wybranym kanale w tym czasie.</p> <p>Dostępne w widoku "My reports/Overview".</p>
<p>Duplication on any media% (Współoglądalność z dowolnym kanałem mediowym %)</p>	<p>Stosunek liczby użytkowników w danej grupie celowej, którzy odwiedzili dany kanał mediowy oraz przynajmniej jeden z pozostałych wybranych kanałów w określonym czasie do liczby użytkowników, którzy odwiedzili dany kanał w tym czasie.</p> <p>Dostępne w widoku "My reports/Overview".</p>
<p>Audience duplication H% (Współoglądalność H%)</p>	<p>Stosunek liczby użytkowników w danej grupie celowej, którzy odwiedzili w określonym czasie kanał mediowy wybrany w danej kolumnie do liczby użytkowników, którzy odwiedzili kanał mediowy wybrany w danym wierszu.</p> <p>Wskaźnik ten wyrażony jest w procentach.</p> <p>Dostępne w widoku "My reports/Duplication".</p>
<p>Audience duplication V% (Współoglądalność V%)</p>	<p>Stosunek liczby użytkowników w danej grupie celowej, którzy odwiedzili w określonym czasie kanał mediowy wybrany w danym wierszu do liczby użytkowników, którzy odwiedzili kanał mediowy wybrany w danej kolumnie w tym czasie.</p> <p>Wskaźnik ten wyrażony jest w procentach.</p> <p>Dostępne w widoku "My reports/Duplication".</p>
<p>Exclusive Real Users</p>	<p>Liczba osób w grupie odbiorców danego kanału mediowego, którzy nie są w grupie odbiorców innych wybranych do analizy kanałów mediowych.</p>
<p>Exclusive Real Users%</p>	<p>Procentowy udział odbiorców danego kanału mediowego, którzy nie są w grupie odbiorców innych wybranych do analizy kanałów mediowych.</p>
<p>Exclusive Reach</p>	<p>Udział Exclusive Real Users w wybranej grupie celowej</p>
<p>Exclusive Reach on selected media</p>	<p>Udział Exclusive Real Users w grupie odbiorców wszystkich wybranych do analizy kanałów mediowych.</p>