От Traffic к GRP

Шесть показателей, три формулы и один контекст для корректного сравнения

Traffic > Visibility > OTS / LTS > Audience > Reach / Freq. > GRP / TRP

01 ИСХОДНЫЙ ПОТОК

Traffic

Люди, автомобили или устройства рядом с локацией. Еще не аудитория рекламы.

Не означает контакт, просмотр или уникальных людей.

02 OPPORTUNITY TO SEE

OTS

Расчетное число потенциально видимых контактов. Один человек может создать несколько OTS.

5 контактов одного человека = 5 OTS, но Reach 1+ = 1.

03 LIKELIHOOD TO SEE

LTS

Уточнение OTS по параметрам видимости, движения и кампании. LTS не превышает OTS.

Visibility не равна attention или подтвержденному взгляду.

04 УНИКАЛЬНЫЙ ОХВАТ

Reach

Число или доля разных людей хотя бы с одним квалифицированным контактом.

Reach, % = Reach 1+ / Universe x 100

05 СРЕДНЯЯ ЧАСТОТА

Frequency

Среднее число контактов на одного человека внутри уже охваченной аудитории.

Frequency = контакты / Reach 1+

06 МЕДИАВЕС

GRP / TRP

GRP относится к общей выбранной аудитории, TRP - к заранее определенной целевой группе.

GRP = Reach, % x Frequency

ОДИН УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

1 000 000	600 000	300 000 / 30%	2	60
UNIVERSE	OTS	REACH	FREQUENCY	GRP

НЕ ПУТАТЬ

- OTS - не уникальные люди
- LTS - не подтвержденный взгляд
- Reach - не сумма экранов
- 100 GRP - не охват 100%
- Proof of Play - не measurement

УКАЗЫВАТЬ РЯДОМ С ЦИФРОЙ

- период и территорию
- Universe и фильтры
- базу OTS / LTS / Audience
- поверхность или кампанию
- правила дедупликации и проекции

100 GRP - РАЗНЫЕ ПРОФИЛИ

50% x 2 = 25% x 4 = 20% x 5

Один медиавес не означает одинаковый охват.

ДЕДУПЛИКАЦИЯ

100k + 80k - 50k = 130k

Пересечение увеличивает частоту, а не Reach.

Учебные числа не являются данными реальной кампании.