

РЕГИОН
МЕДИА

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОГО ОКРУЖЕНИЯ В КАТЕГОРИИ «ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ»

Июль – Сентябрь 2020

ОПИСАНИЕ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ

Регион:	Нижний Новгород
Товарная категория:	Юридические услуги
Регион:	Нижний Новгород
Период кампании:	Июль - Сентябрь 2020
Целевая аудитория:	Все 40+
Источник информации:	Mediascope
Проект:	TV Index
Метод измерения:	Электронный с использованием приборов-счетчиков TV-метров
Размер населения, тыс. чел.:	1192.98
Размер аудитории в городе, тыс. чел.:	630.79
Размер выборки, чел.:	170

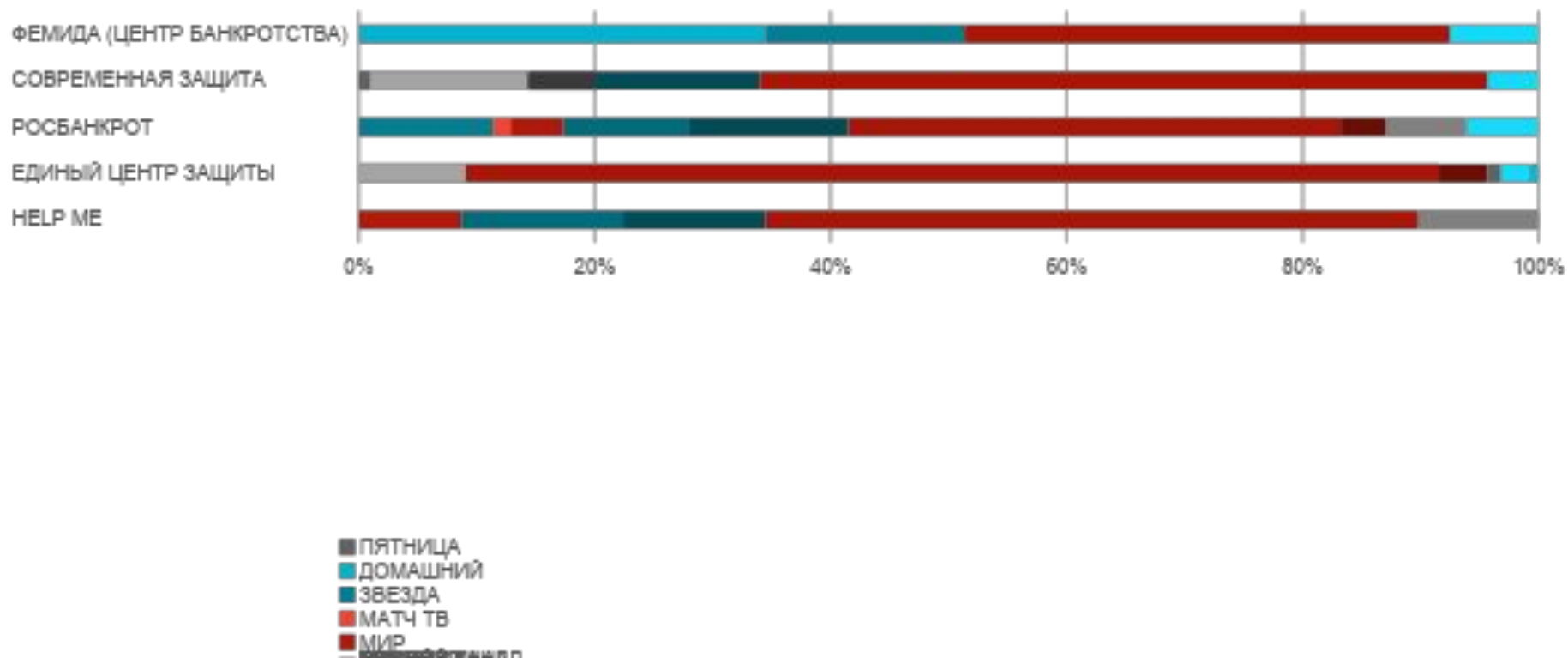
СВОДНЫЕ ДАННЫЕ ПО РЕКЛАМНЫМ КАМПАНИЯМ

	Quantity	Reg. TVR	Reg. GRP	Reg. Stand. TVR	OTS	Reach	Reach %	Frequen.	Frequency Distribution				Reg. Affinity
									1+	2+	3+	5+	
СОВРЕМЕННАЯ ЗАЩИТА	775	1415.59	1474.71	1213.26	9252	529.14	84.34	17.49	84.34	78.13	71.78	63.02	169.67
ЕДИНЫЙ ЦЕНТР ЗАЩИТЫ	560	977.89	1024.46	533.26	6416	474.74	75.81	13.51	75.81	64.6	55.58	39.5	171.87
HELP ME	1390	1551.88	1621.77	775.94	10175	493.36	78.63	20.62	78.63	73.97	66.85	57.75	180.22
РОСБАНКРОТ	2585	2009.94	2118.62	777.17	13259	548.98	87.72	24.15	87.72	83.62	77.72	65.78	174.28
ФЕМИДА (ЦЕНТР БАНКРОТСТВА)	151	169.27	179.21	112.85	1132	284.19	44.99	3.98	44.99	30.83	19.89	11.89	174.59

ГЛОССАРИЙ

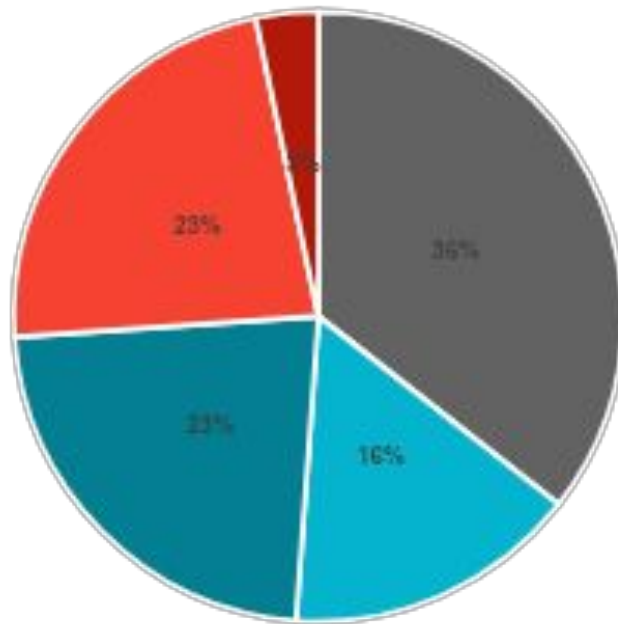
GRP	Суммарный рейтинг рекламной кампании	Сумма рейтингов всех выходов рекламных сообщений в рамках рекламной кампании
TVR	Рейтинг	% аудитории, видевшей эфирное событие (ролик, передачу, канал) по отношению к общей численности населения
Std.TVR	Приведенный 30-сек. рейтинг	Приведенный к стандартной 30-ти секундной длительности TVR
OTS	Количество контактов, тыс. раз	Сумма охватов целевой аудитории, где каждый телезритель учитывается столько раз, сколько раз он видел рекламный ролик
Reach	Охват в тыс. чел.	количество человек в целевой группе, смотревших эфирное событие не менее 1 минуты. Каждый человек учитывается только 1 раз
Reach, %	Охват, %	% человек в целевой группе, смотревших эфирное событие не менее 1 минуты. Каждый человек учитывается только 1 раз
Reach N+	Reach N+	Число человек, увидевших рекламное сообщение N раз и более
Reach N+ %	Reach N+%	% человек, увидевших рекламное сообщение N раз и более
Frequency	Частота контакта	Среднее количество контактов каждого телезрителя в выбранной целевой аудитории с анализируемыми эфирными событиями
Affinity	Индекс соответствия	Отношение рейтинга целевой аудитории к рейтингу базовой аудитории. Индекс соответствия показывает, насколько лучше (качественнее) целевая аудитория контактировала с событием, чем базовая. На практике хорошим Affinity принято значение, превышающее 120%

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАБРАННЫХ ПРИВЕДЕННЫХ ЦЕЛЕВЫХ РЕЙТИНГОВ ПО КАНАЛАМ

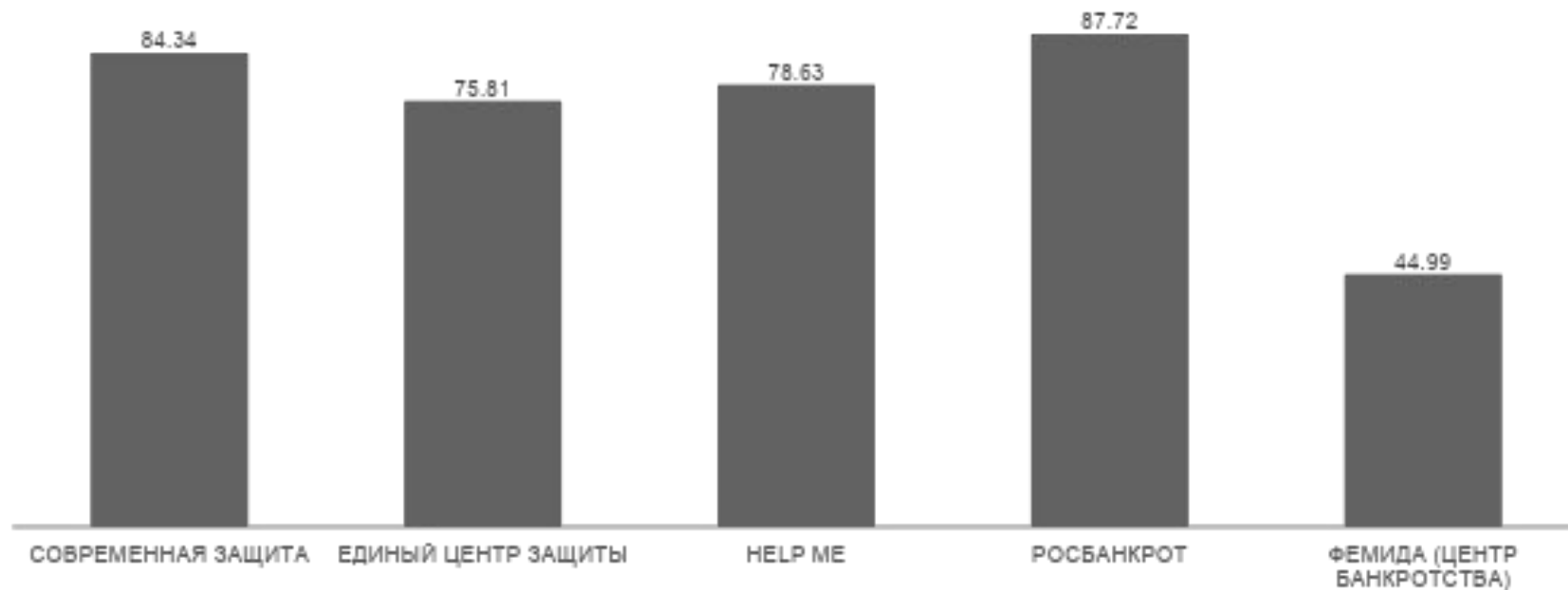


ДОЛЯ РЕКЛАМНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

■ СОВРЕМЕННАЯ ЗАЩИТА ■ ЕДИНЫЙ ЦЕНТР ЗАЩИТЫ ■ HELP ME ■ РОСБАНКРОТ ■ ФЕМИДА (ЦЕНТР БАНКРОТСТВА)



ОХВАТ АУДИТОРИИ В %



ОПИСАНИЕ ИСХОДНЫХ ДАННЫХ

Регион:	Нижний Новгород
Товарная категория:	Юридические услуги
Регион:	Нижний Новгород
Период кампании:	Июль - Сентябрь 2020
Целевая аудитория:	Женщины 40+
Источник информации:	Mediascope
Проект:	TV Index
Метод измерения:	Электронный с использованием приборов-счетчиков TV-метров
Размер населения, тыс. чел.:	1192.98
Размер аудитории в городе, тыс. чел.:	403.20
Размер выборки, чел.:	109

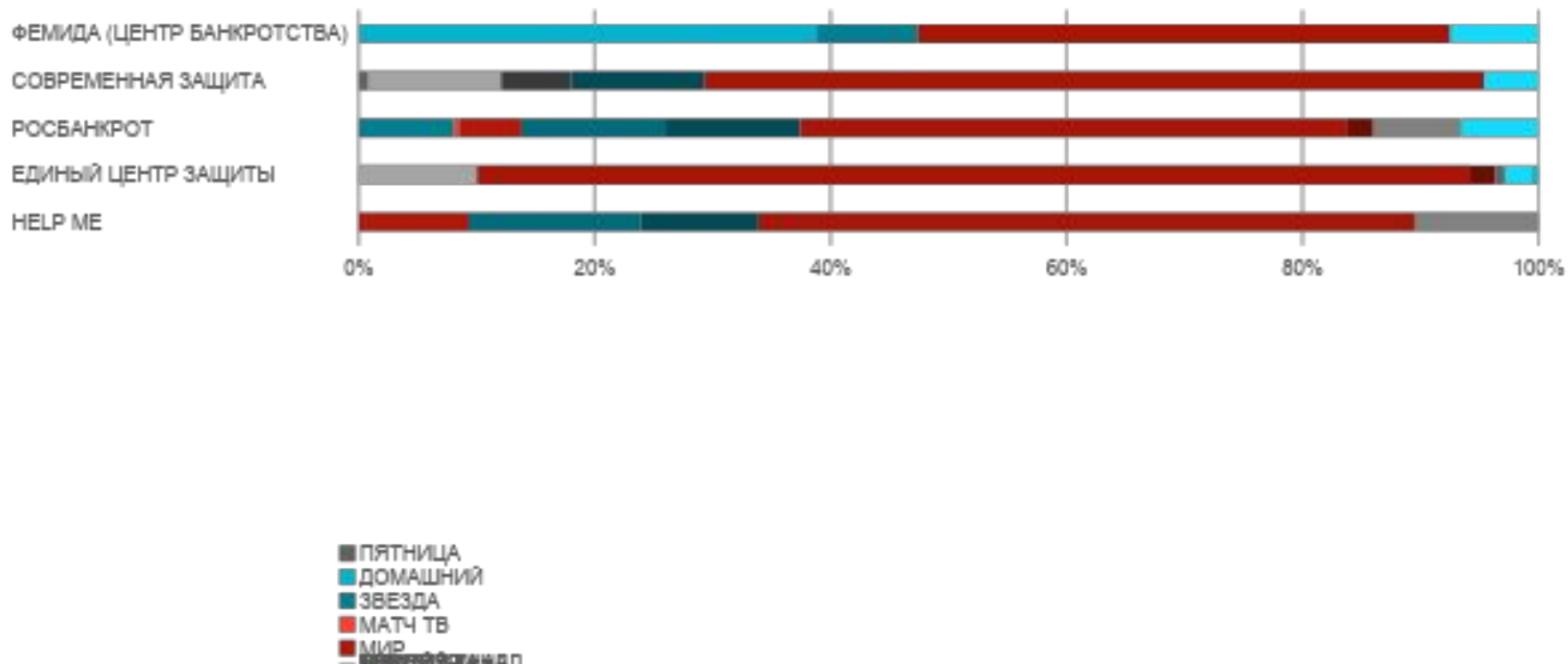
СВОДНЫЕ ДАННЫЕ ПО РЕКЛАМНЫМ КАМПАНИЯМ

	Quantity	Reg. TVR	Reg. GRP	Reg. Stand. TVR	OTS	Reach	Reach %	Frequen.	Frequency Distribution				Reg. Affinity
									1+	2+	3+	5+	
СОВРЕМЕННАЯ ЗАЩИТА	775	1686.68	1746.8	1465.23	7112	358.74	88.11	19.83	88.11	81.11	73.72	64.86	202.16
ЕДИНЫЙ ЦЕНТР ЗАЩИТЫ	560	1253.07	1299.76	682.88	5282	328.3	80.79	16.09	80.79	68.54	60.34	43.19	220.23
HELP ME	1390	1993.2	2070.51	996.6	8420	331.5	81.52	25.4	81.52	78.24	73.17	63.95	231.47
РОСБАНКРОТ	2585	2343.86	2445.59	894.73	9919	364.15	89.79	27.24	89.79	85.02	80.98	69.95	203.23
ФЕМИДА (ЦЕНТР БАНКРОТСТВА)	151	202.38	211.85	134.92	884	220.16	52.77	4.01	52.77	34.95	24.15	12.38	208.74

ГЛОССАРИЙ

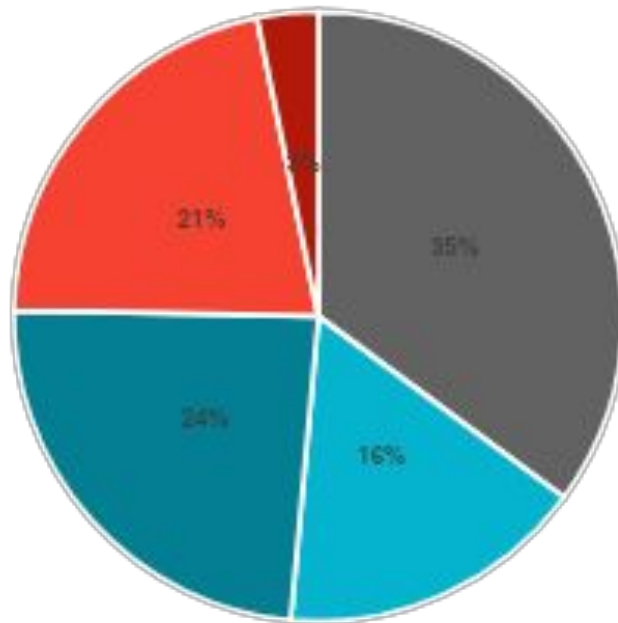
GRP	Суммарный рейтинг рекламной кампании	Сумма рейтингов всех выходов рекламных сообщений в рамках рекламной кампании
TVR	Рейтинг	% аудитории, видевшей эфирное событие (ролик, передачу, канал) по отношению к общей численности населения
Std.TVR	Приведенный 30-сек. рейтинг	Приведенный к стандартной 30-ти секундной длительности TVR
OTS	Количество контактов, тыс. раз	Сумма охватов целевой аудитории, где каждый телезритель учитывается столько раз, сколько раз он видел рекламный ролик
Reach	Охват в тыс. чел.	количество человек в целевой группе, смотревших эфирное событие не менее 1 минуты. Каждый человек учитывается только 1 раз
Reach, %	Охват, %	% человек в целевой группе, смотревших эфирное событие не менее 1 минуты. Каждый человек учитывается только 1 раз
Reach N+	Reach N+	Число человек, увидевших рекламное сообщение N раз и более
Reach N+ %	Reach N+%	% человек, увидевших рекламное сообщение N раз и более
Frequency	Частота контакта	Среднее количество контактов каждого телезрителя в выбранной целевой аудитории с анализируемыми эфирными событиями
Affinity	Индекс соответствия	Отношение рейтинга целевой аудитории к рейтингу базовой аудитории. Индекс соответствия показывает, насколько лучше (качественнее) целевая аудитория контактировала с событием, чем базовая. На практике хорошим Affinity принято значение, превышающее 120%

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАБРАННЫХ ПРИВЕДЕННЫХ ЦЕЛЕВЫХ РЕЙТИНГОВ ПО КАНАЛАМ

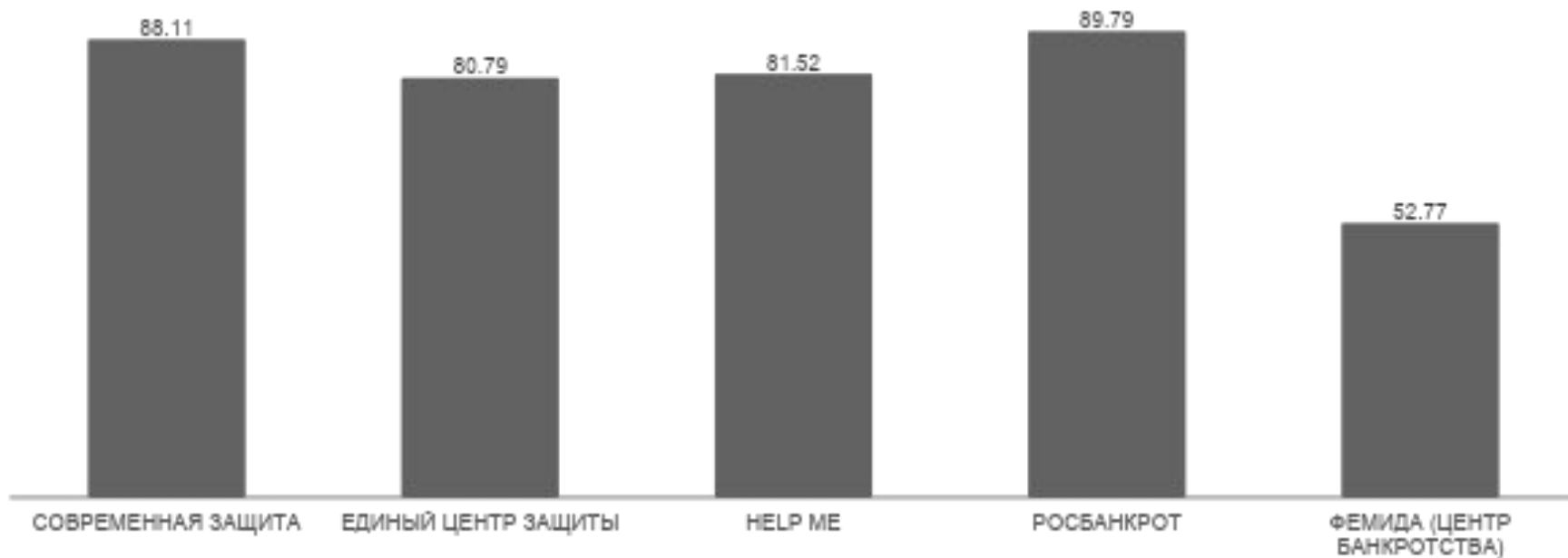


ДОЛЯ РЕКЛАМНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

■ СОВРЕМЕННАЯ ЗАЩИТА ■ ЕДИНЫЙ ЦЕНТР ЗАЩИТЫ ■ HELP ME ■ РОСБАНКРОТ ■ ФЕМИДА (ЦЕНТР БАНКРОТСТВА)



ОХВАТ АУДИТОРИИ В %



РЕГИОН
МЕДИА

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



info@r.media



www.r.media



[rmedia.official](https://www.facebook.com/rmedia.official)



vk.com/rmedia.official