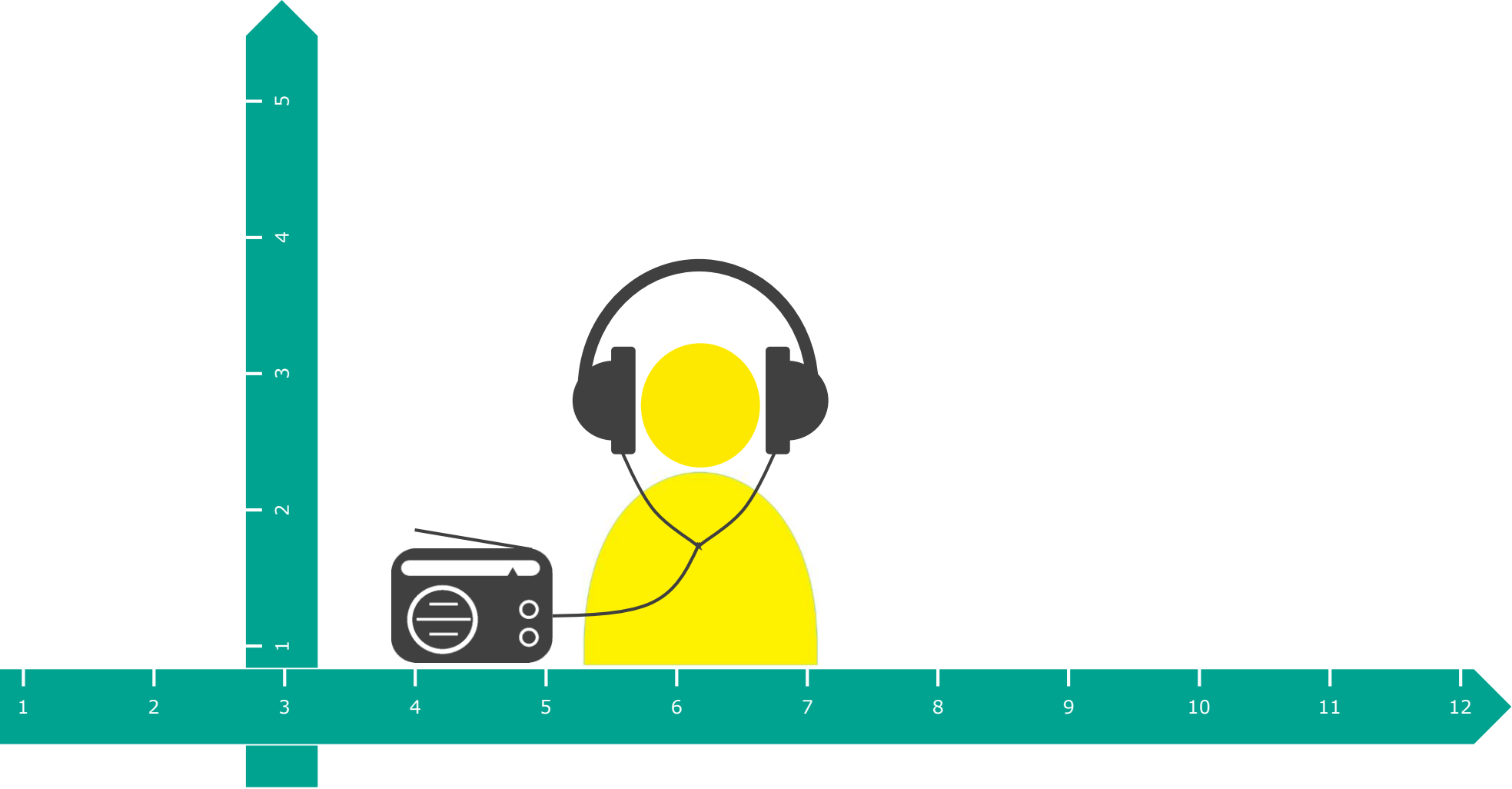


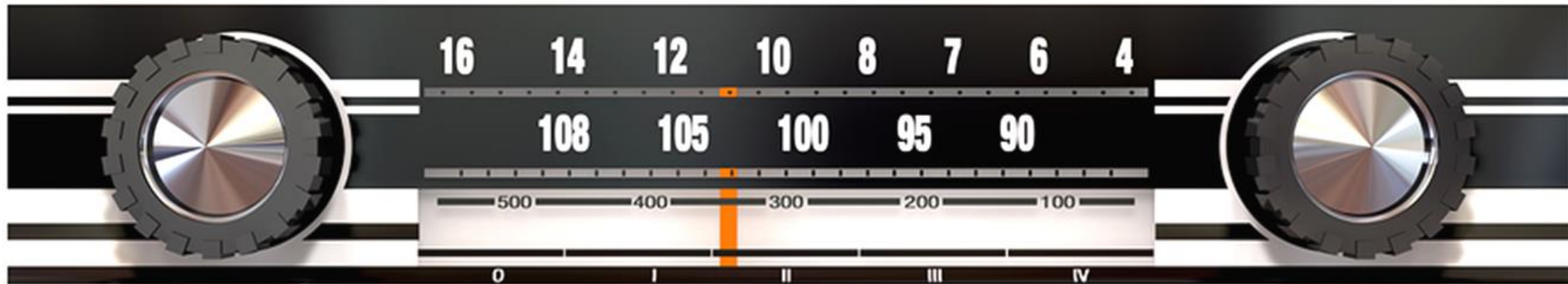
media research

Radio Index
измерение аудитории радио

Radio Index — измерение аудитории радио



Данные по национальным и локальным радиостанциям



Цели использования данных Radio Index

1

Анализ основных показателей радиослушания

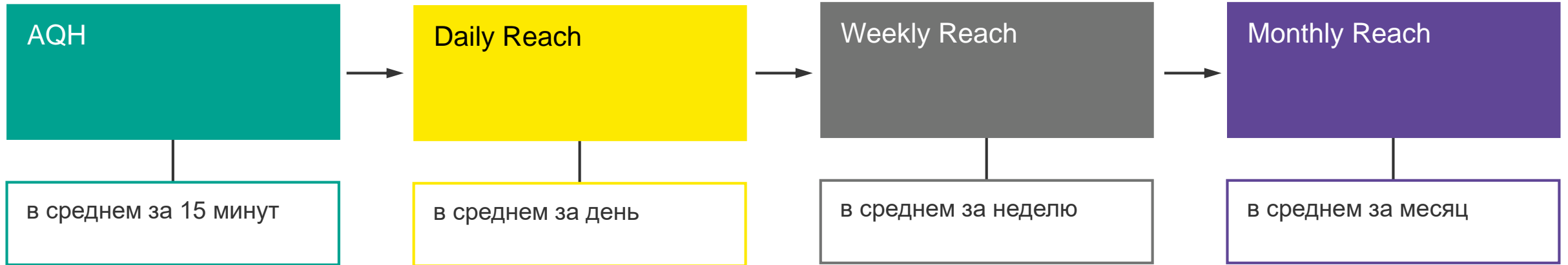
2

Портрет аудитории станций

3

Медиапланирование и программирование эфира

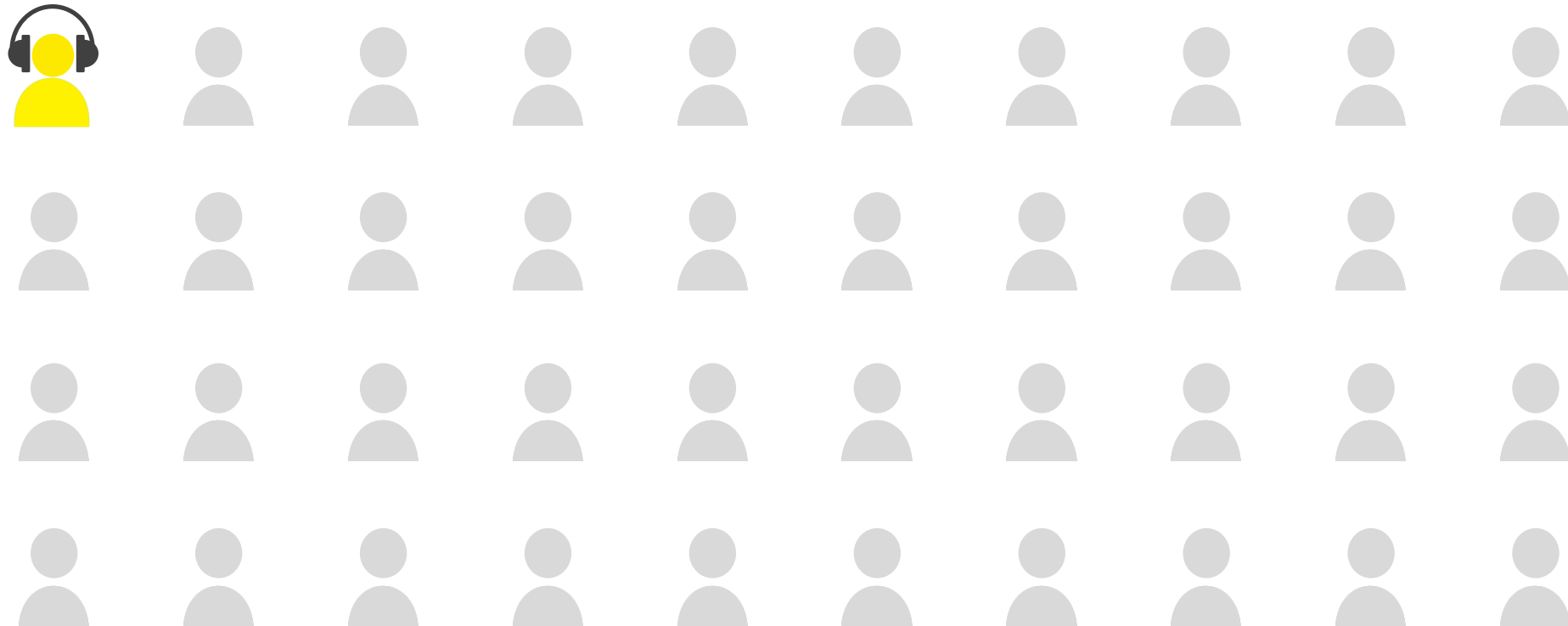
Объём аудитории радиостанций



Average Quarter Hour — объём аудитории за 15 минут

AQH

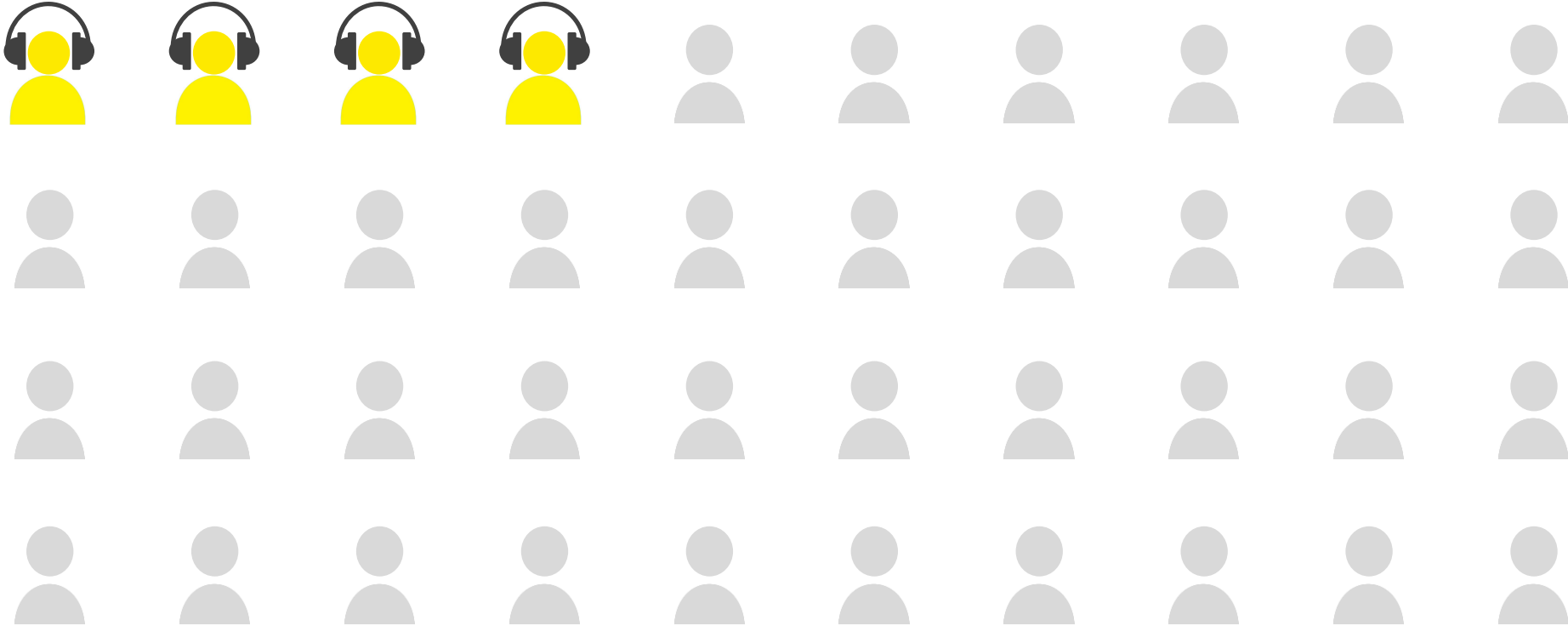
■ 0.4% населения слушают станцию «Х» в средний 15-ти минутный интервал



Daily Reach — объём аудитории за сутки

Daily Reach

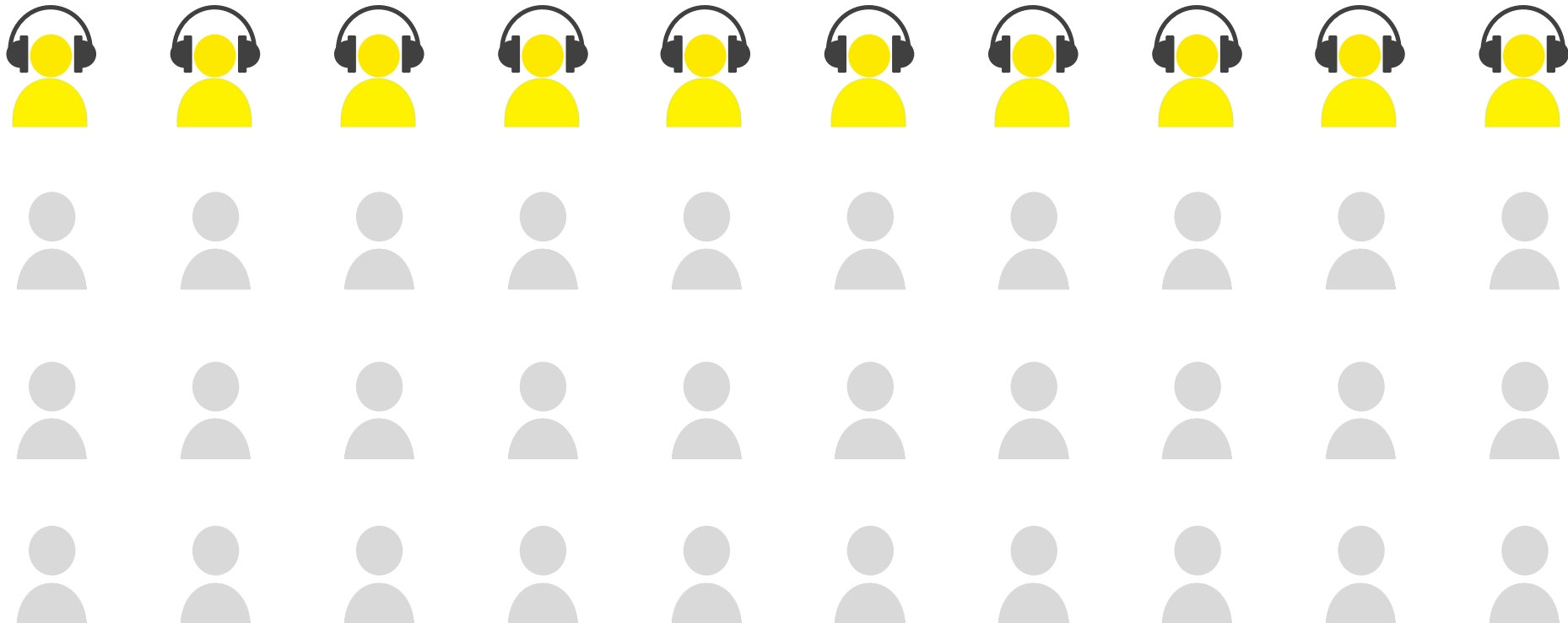
■ 9.5% населения слушают станцию «Х» хотя бы 5 минут в сутки



Weekly Reach — объем аудитории за неделю

Weekly Reach

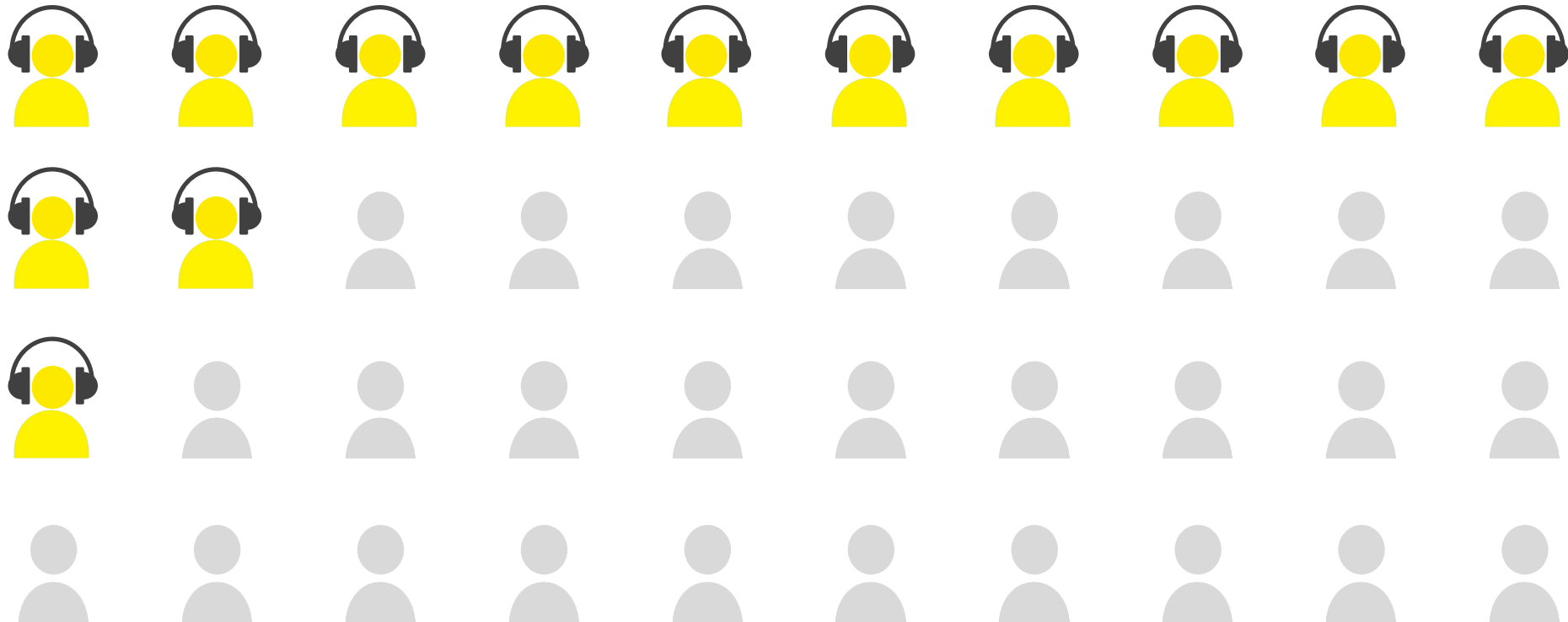
■ 24% населения слушают станцию «Х» хотя бы 5 минут в неделю



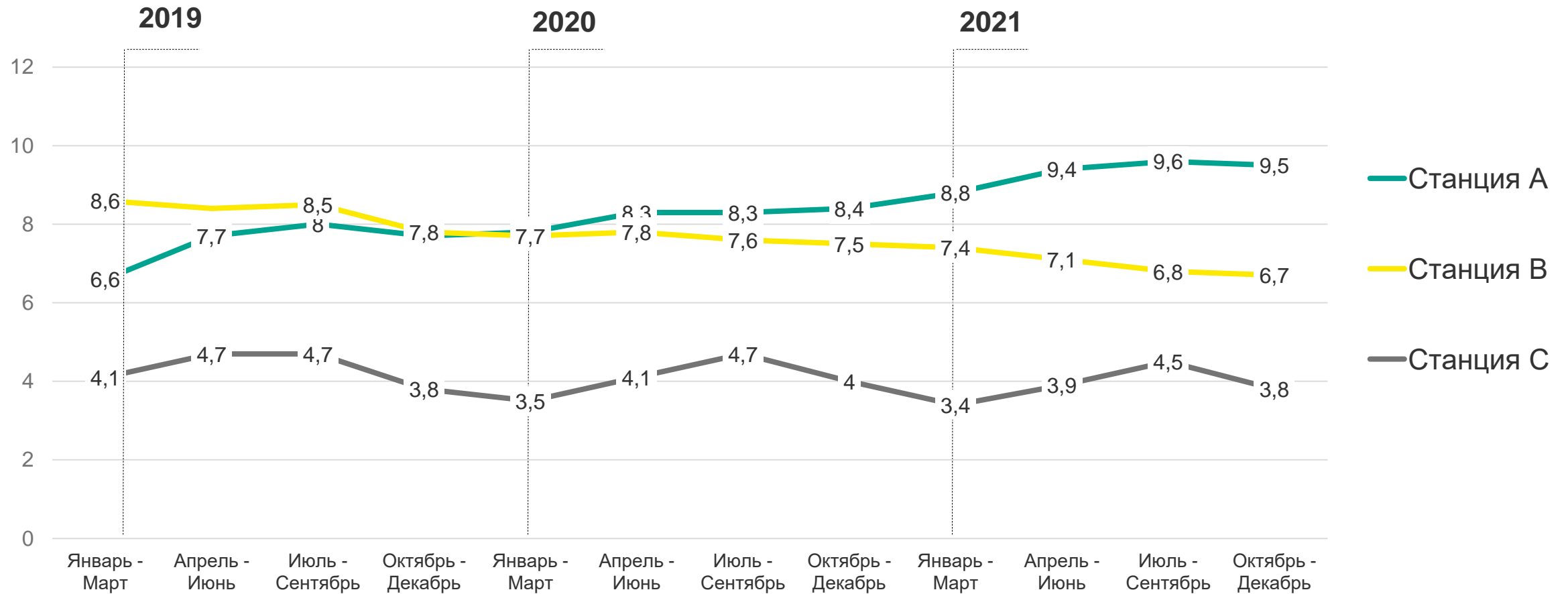
Monthly Reach — объем аудитории за месяц

Monthly Reach

■ 31% населения слушают станцию «Х» хотя бы 5 минут в месяц

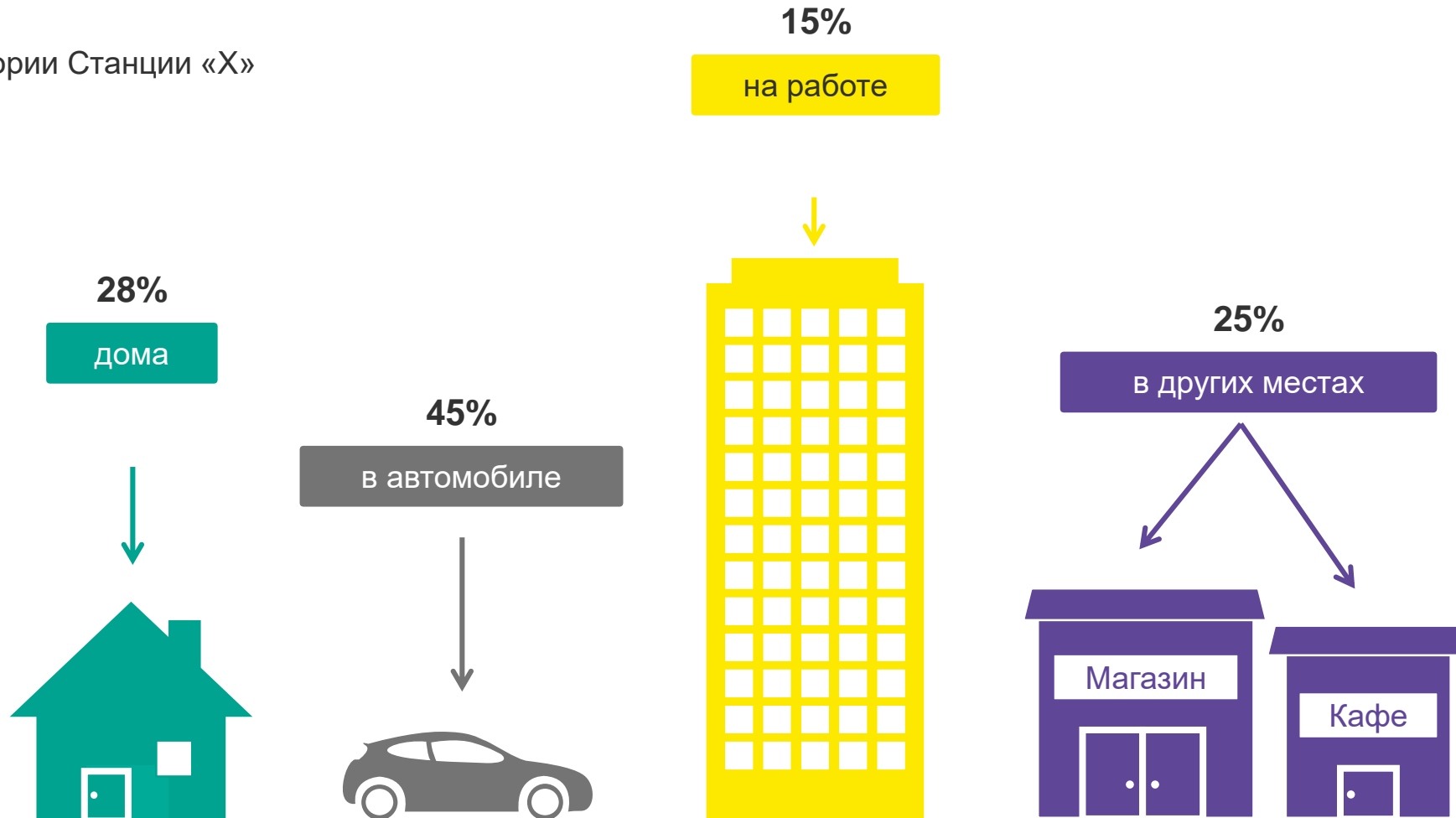


Динамика аудитории станций (Daily Reach)

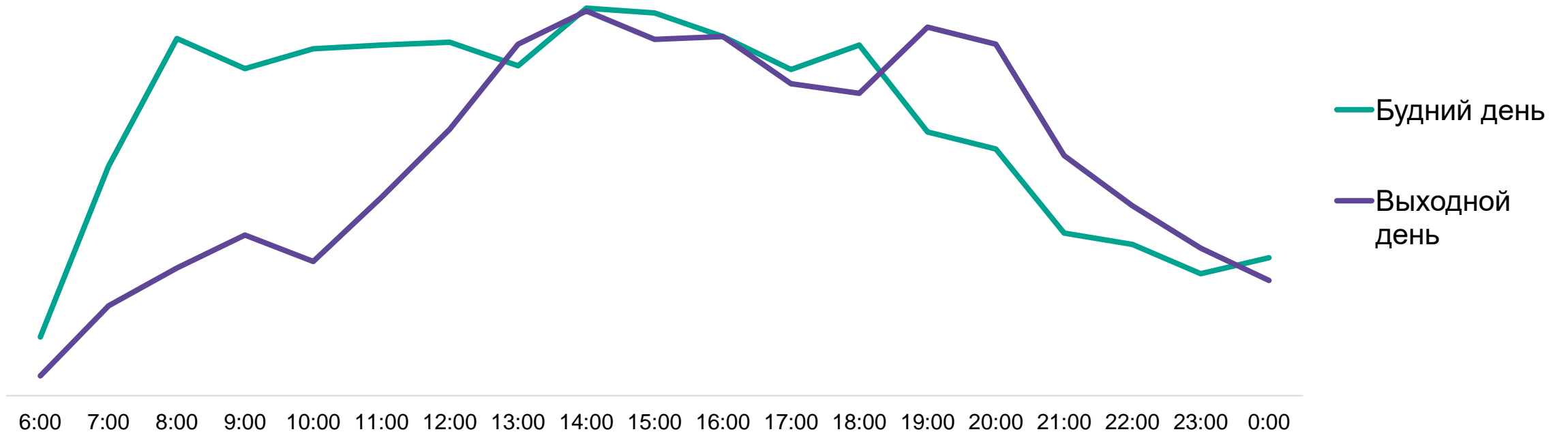


Места слушания

% в суточной аудитории Станции «Х»



Аудитория в течение дня. Станция "X"



Пересечение аудитории за сутки

Эксклюзивная аудитория
Станции «Х»

Эксклюзивная аудитория
Станции «У»



Пересечение
аудиторий

Пересечение аудиторий во временных интервалах

08:30 – 09:30

Эксклюзивная аудитория
Станции «Х»

17:30 – 18:30

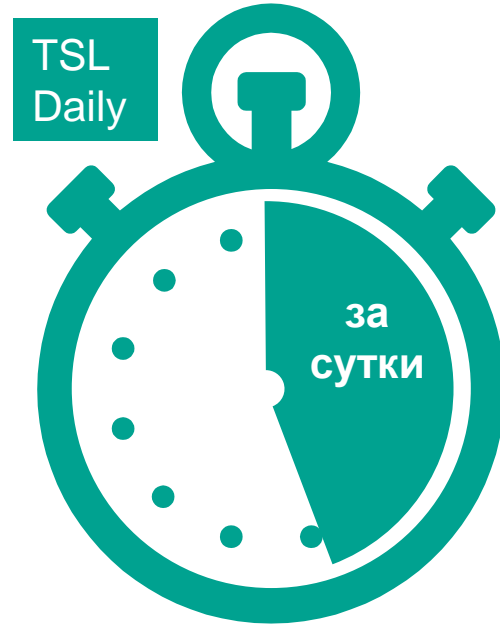
Эксклюзивная аудитория
Станции «У»



Пересечение
аудиторий

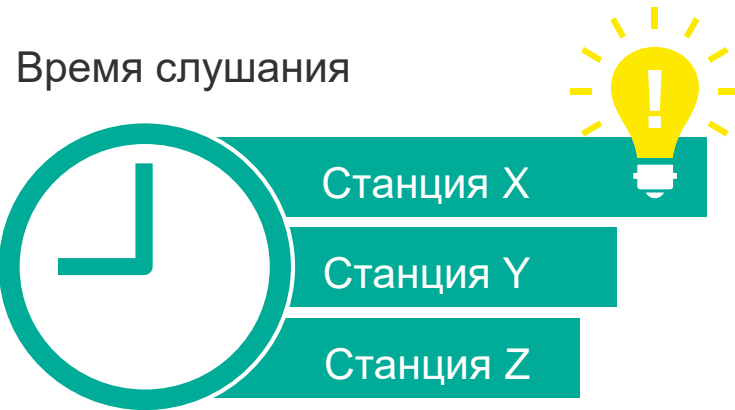
Time Spent Listening — продолжительность слушания в минутах

Станция «Х»



Core Daily — лояльная аудитория за сутки

Лояльные слушатели
Станции «X»



Лояльные слушатели
Станции «Y»



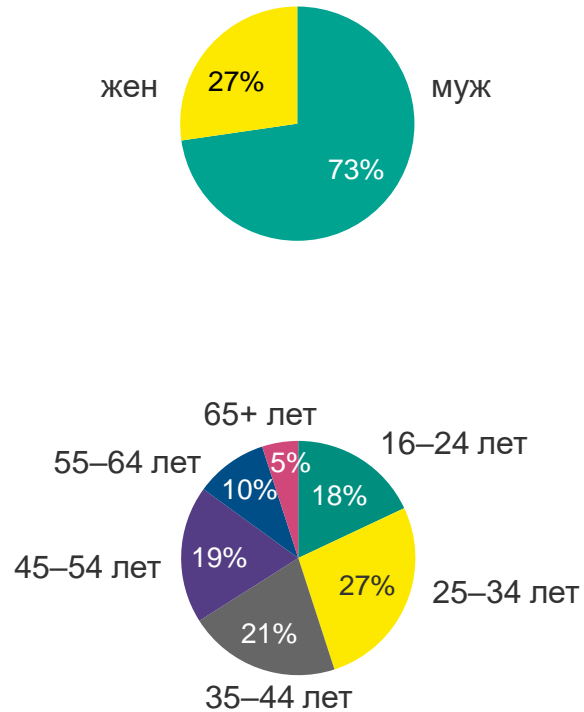
Социально-демографические характеристики

- пол
- возраст
- занятость
- образование
- семейное положение
- количество человек в семье
- наличие в семье детей
- социальный статус
- материальное положение
- финансовый статус
- доход

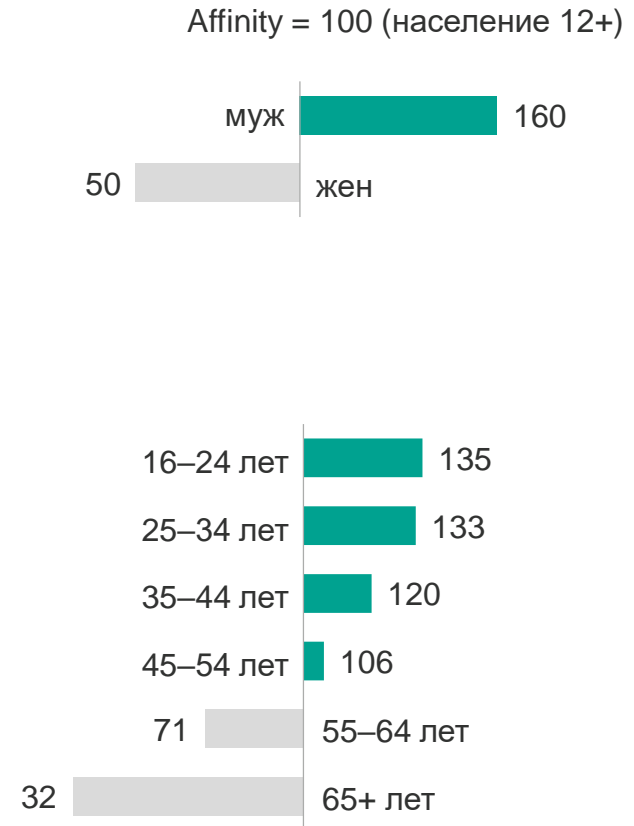


Демографический портрет аудитории Станции «Х»

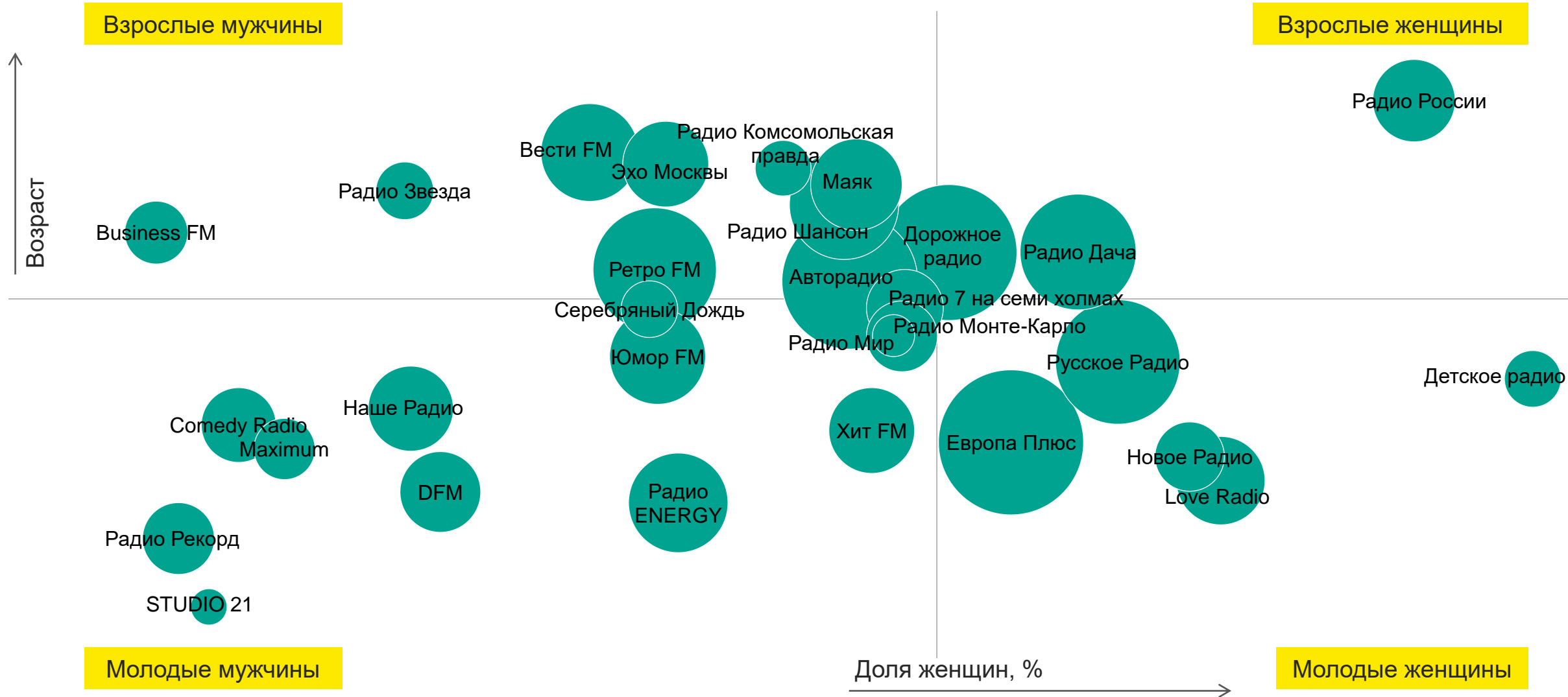
Доля в аудитории



Индекс соответствия целевой группе

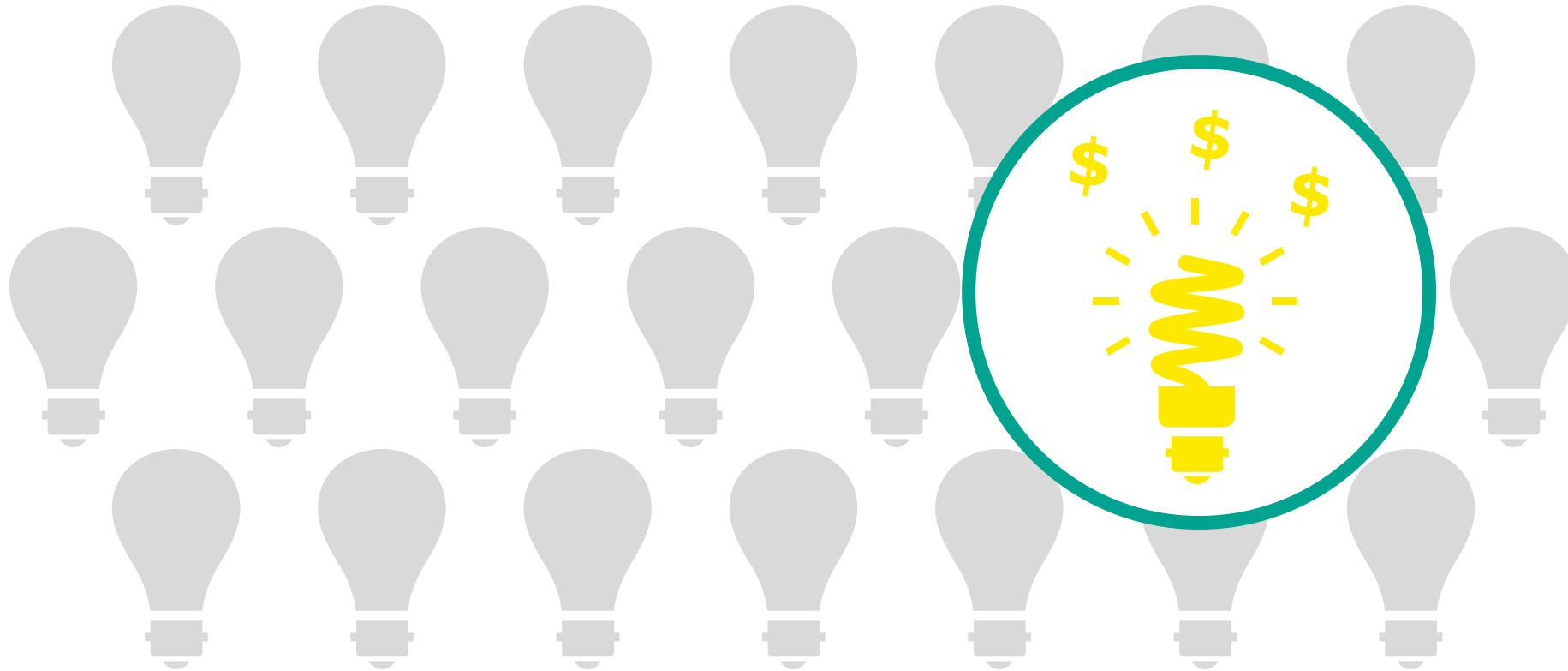


Распределение аудитории станций по полу и возрасту

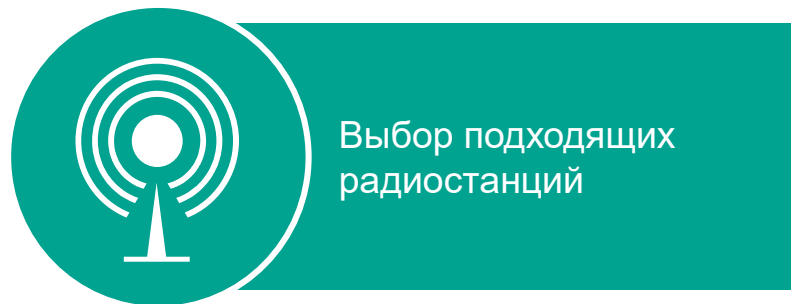


Radio Index, Россия, Июль – Декабрь 2021, 12+ лет.
 Размер круга пропорционален количеству слушателей радиостанции.
 Линии отображают средние значения по радио.

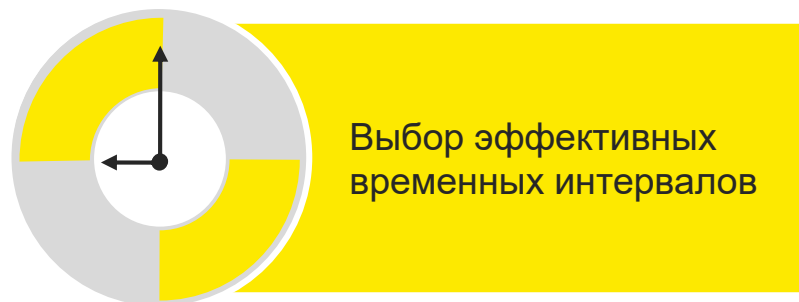
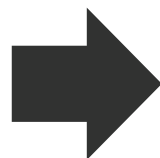
Цель медиапланирования на радио —
эффективное размещение рекламного бюджета



Составляющие медиапланирования



+



Пример медиаплана

Рекламные размещения

Целевая группа: мужчины, руководители, специалисты, владельцы импортного автомобиля

		Количество	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс	Total
Авторад ио	08:00-09:00	Ролик (30")	3							3
	09:00-10:00	Ролик (30")			2	1	2			5
	10:00-11:00	Ролик (30")					1		2	3
	11:00-12:00	Ролик (30")	1		1	1		1		4
	12:00-13:00	Ролик (30")	2	1	2					5
	13:00-14:00	Ролик (30")							2	2
	14:00-15:00	Ролик (30")	2	1				1		4
	15:00-16:00	Ролик (30")	2		1		1	1		5
	16:00-17:00	Ролик (30")	1	1				1		3
	17:00-18:00	Ролик (30")	1		1				2	4
	18:00-19:00	Ролик (30")	1	1		1	1			4
	19:00-20:00	Ролик (30")			2				1	3
20:00-21:00	Ролик (30")	2		2					4	
21:00-22:00	Ролик (30")									
Эхо Москвы	08:00-09:00	Ролик (30")		1			1			2
	09:00-10:00	Ролик (30")				1		2		3
	10:00-11:00	Ролик (30")							1	1
	11:00-12:00	Ролик (30")		1			1		1	3
	12:00-13:00	Ролик (30")		1						1
	13:00-14:00	Ролик (30")					2	1		3
	14:00-15:00	Ролик (30")			1	1		1		3
	15:00-16:00	Ролик (30")								
	16:00-17:00	Ролик (30")						1		1
	17:00-18:00	Ролик (30")		1		1	1		1	4
	18:00-19:00	Ролик (30")								
	19:00-20:00	Ролик (30")	1				2	1		4
20:00-21:00	Ролик (30")									
21:00-22:00	Ролик (30")									
Total			15	9	12	6	12	10	10	74

Результат медиаплана

Показатели рекламной кампании

Reach
охват в целевой группе (тыс. чел.) 3238.3 тыс.

Reach %
охват в целевой группе (%) 60.3%

Reach 3+
охват в целевой группе с частотой контакта 3+ (тыс. чел.) 2523.1 тыс.

Reach % 3+
охват в целевой группе с частотой контакта 3+ (%) 47.0%

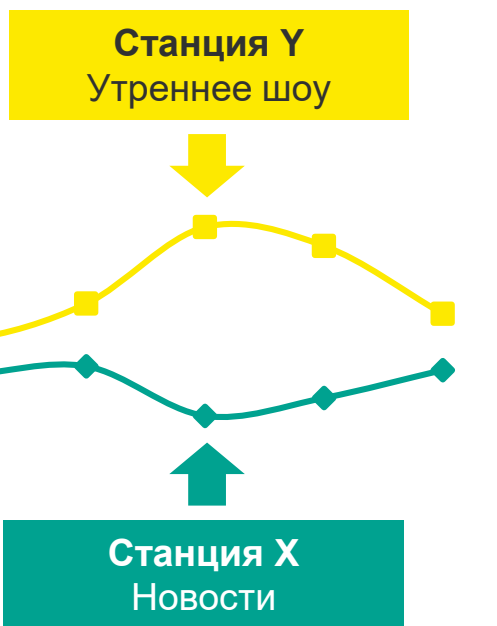
Frequency
средняя частота контакта с рекламой 15.2

CPT for Reach
стоимость достижения тысячи человек в целевой группе (руб.) 20874.4 руб.

Информация для программирования эфира



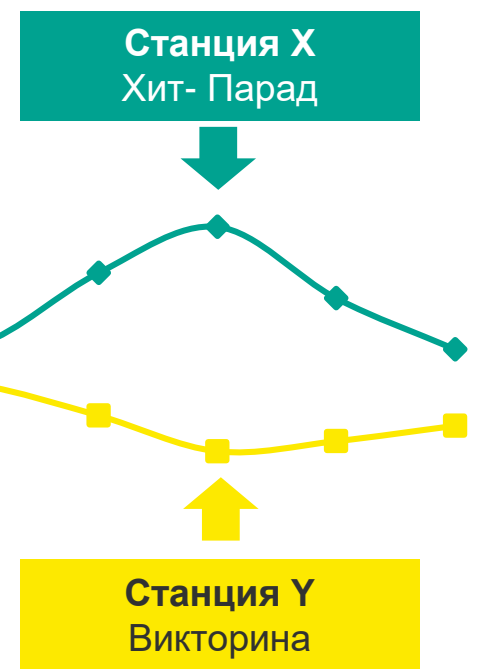
УТРО



9:30 9:45 10:00 10:15 10:30 10:45



ВЕЧЕР



19:30 19:45 20:00 20:15 20:30 20:45

media research

Технология проведения
Radio Index

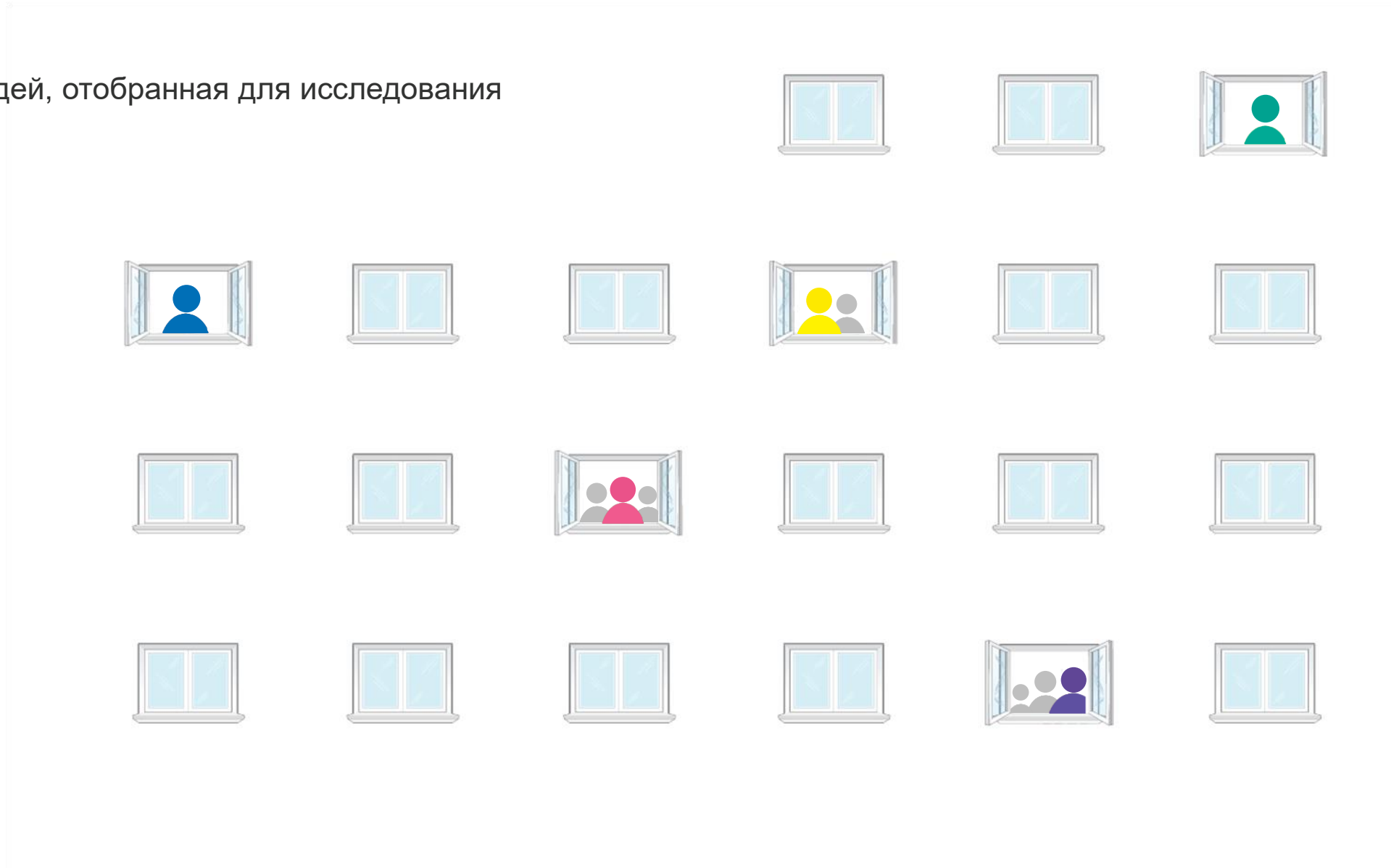
Генеральная совокупность

Всё население страны или города



Выборка

Часть людей, отобранная для исследования



Тип выборки

Случайная выборка

Случайный отбор респондентов для участия в исследовании

Обновляемая выборка

Каждую волну опрашиваются новые респонденты



Опрос во всех городах 100K+

166 городов в выборке

Репрезентация России (города 100K+)

Непрерывно идущее исследование



Метод сбора данных



Россия 100К+

5%



60%



35%

Формирование выборки

Городские телефоны

Отбор домохозяйства

- Случайный отбор номера
- 4 попытки дозвониться

Отбор респондента

- Критерий ближайшего дня рождения
- До 3 повторных звонков, если респондент отсутствует

Мобильные телефоны

Отбор респондента

- Случайный отбор номера
- До 4 попыток дозвониться, если номер занят или не отвечает
- До 3 повторных звонков, если респондент не может говорить

Онлайн анкета

Отбор респондента

- Случайный отбор респондентов из онлайн-панели
- Отправка приглашения на участие в проекте по e-mail

Система телефонных опросов

- 480 операторских рабочих мест в Туле, и Санкт-Петербурге
- работа в автоматизированной системе NIPO CATI
- унифицированная система автодозвона InVade Dialler
- инструктажи специалистами
- система контроля качества интервью



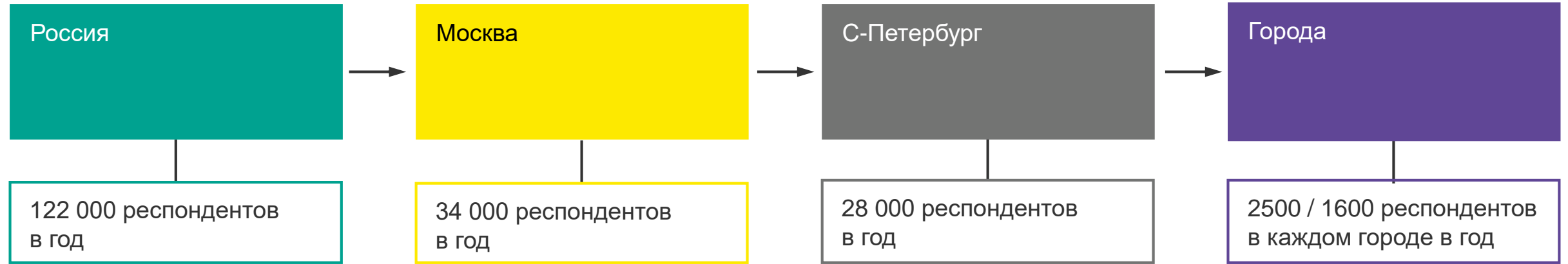
Метод Day-after-Recall

- Где и в какое время респондент был вчера
- Слушание радио в привязке к месту

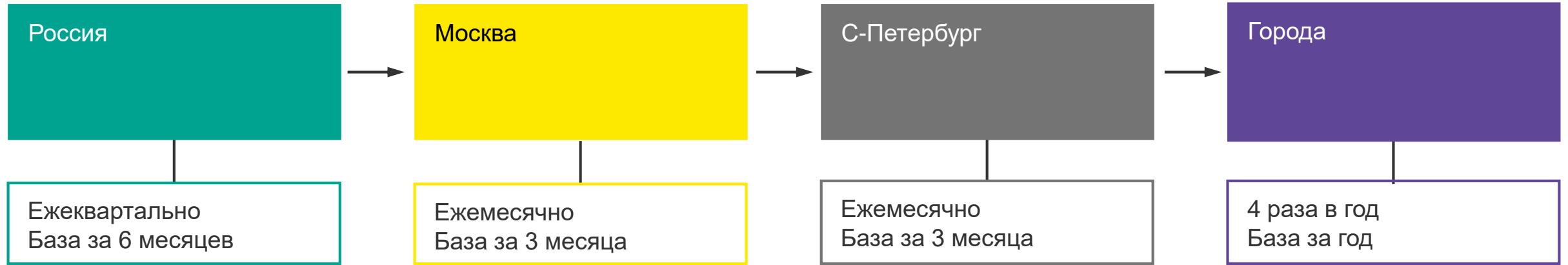


Структура проекта Radio Index

Генеральная совокупность: население 12+



Предоставление данных Radio Index



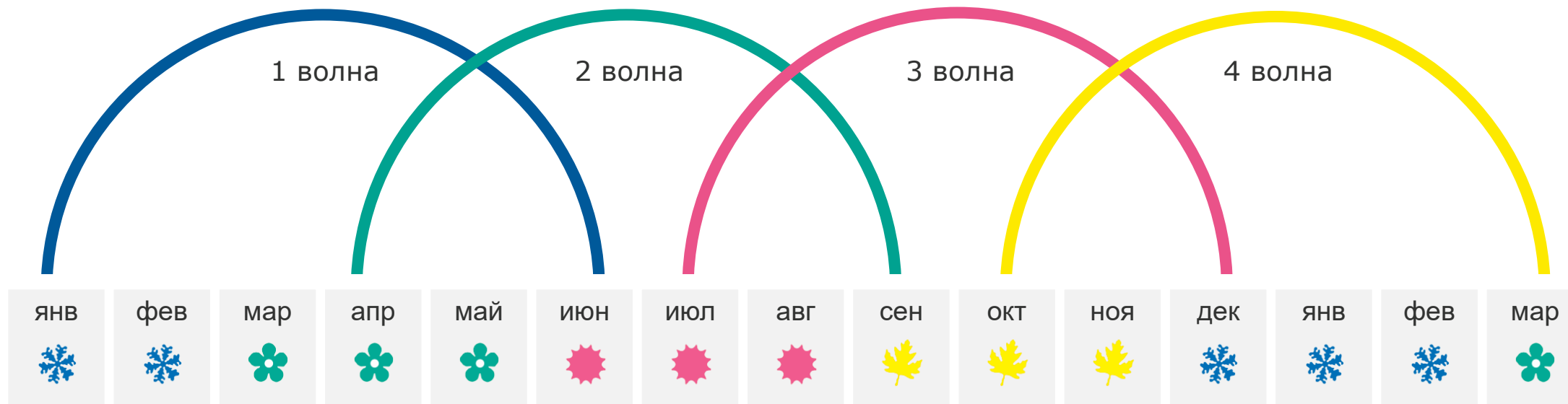
Отдельно репрезентируемые города Radio Index

- Воронеж
- Волгоград
- Екатеринбург
- Казань
- Краснодар
- Красноярск
- Москва
- Нижний Новгород
- Новосибирск
- Омск
- Пермь
- Ростов-на-Дону
- Самара
- Санкт-Петербург
- Саратов
- Сочи
- Тольятти
- Тюмень
- Уфа
- Хабаровск
- Челябинск

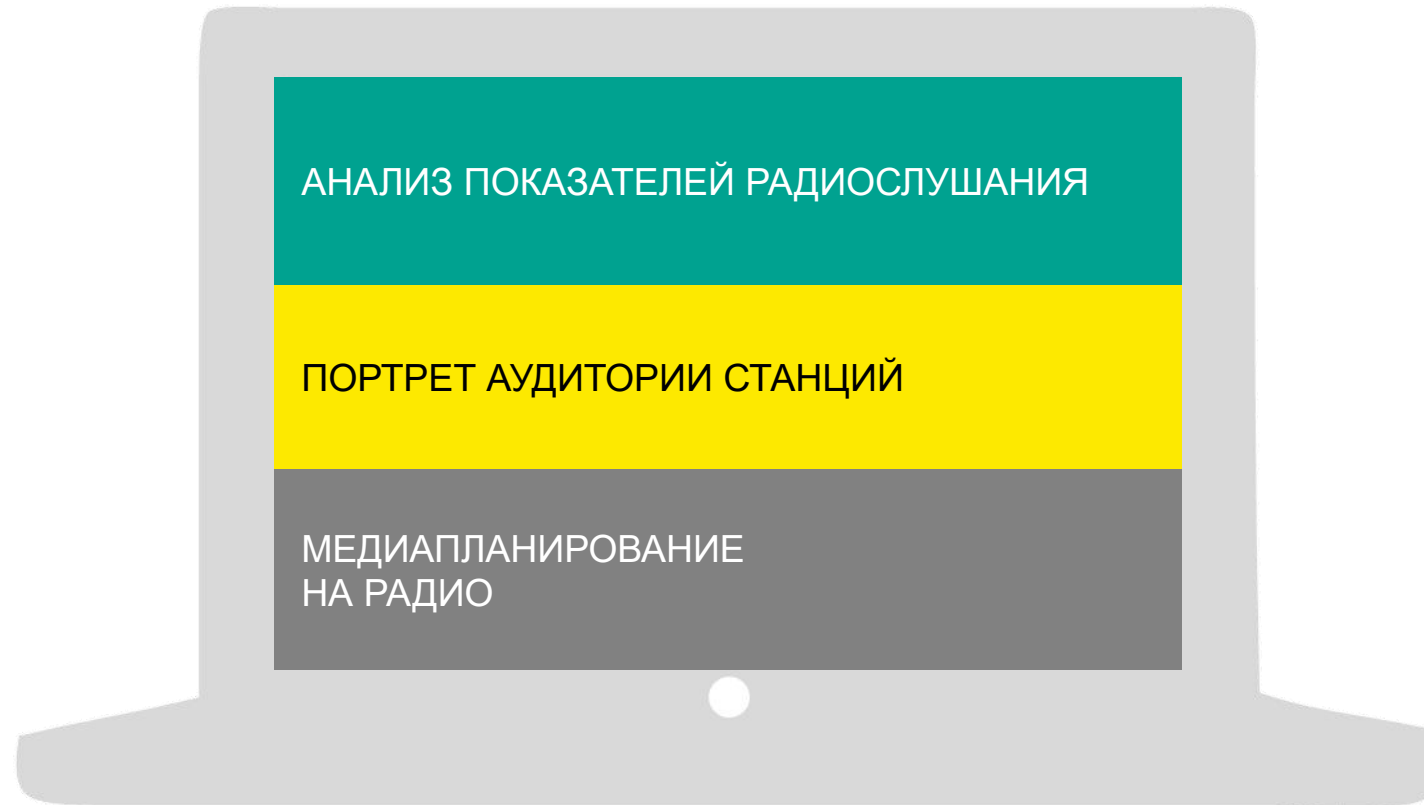


Роллинговая схема поставки данных Radio Index

На примере Radio Index – Россия



Базы данных для работы с данными



спасибо!