Traffic’ten GRP’ye

Doğru karşılaştırma için altı metrik, üç formül ve tek bir bağlam

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

01 HAM TRAFİK AKIŞI

Traffic

Lokasyon yakınındaki kişiler, araçlar veya cihazlar. Henüz reklam kitlesi değildir.

Temas, izlenme veya tekil kişi anlamına gelmez.

02 OPPORTUNITY TO SEE

OTS

Potansiyel olarak görülebilir temasların hesaplanan sayısıdır. Bir kişi birden fazla OTS oluşturabilir.

Bir kişinin 5 teması = 5 OTS, ancak Reach 1+ = 1.

03 LIKELIHOOD TO SEE

LTS

OTS’yi görünürlük, hareket ve kampanya parametrelerine göre iyileştirir. LTS, OTS’yi aşmaz.

Visibility, attention veya doğrulanmış bakış değildir.

04 TEKİL REACH

Reach

En az bir nitelikli teması bulunan farklı kişilerin sayısı veya payıdır.

Reach, % = Reach 1+ / Universe x 100

05 ORTALAMA FREQUENCY

Frequency

Erişilen kitlede kişi başına düşen ortalama temas sayısıdır.

Frequency = temaslar / Reach 1+

06 MEDYA AĞIRLIĞI

GRP / TRP

GRP genel seçili kitleye, TRP ise önceden tanımlanmış hedef kitleye göre hesaplanır.

GRP = Reach, % x Frequency

TEK EĞİTİM ÖRNEĞİ

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

KARIŞTIRMAYIN

- OTS - tekil kişiler değildir
- LTS - doğrulanmış bakış değildir
- Reach - ekranların toplamı değildir
- 100 GRP - %100 Reach değildir
- Proof of Play - measurement değildir

RAKAMLA BİRLİKTE BELİRTİN

- dönem ve coğrafya
- Universe ve filtreler
- OTS / LTS / Audience tabanı
- reklam yüzü veya kampanya
- deduplication ve projection kuralları

100 GRP - FARKLI PROFİLLER

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

Aynı medya ağırlığı aynı Reach anlamına gelmez.

DEDUPLICATION

100k + 80k - 50k = 130k

Örtüşme Frequency’yi artırır, Reach’i değil.

Eğitim amaçlı rakamlar gerçek kampanya verileri değildir.