

Television Audience Measurement



TNS je svetovým lídrom v oblasti poskytovania systémov merania sledovanosti televíznych staníc. Vo viacerých krajinách realizuje skupina TNS aj prieskumy zamerané na meranie počúvanosti rádii či čítanosti novín a časopisov.

Meranie sledovanosti televízií sa realizuje už takmer 40 rokov. Skupina TNS predstavila ako prvá moderný merací prístroj Peoplemeter, ktorý sa dnes používa aj ako všeobecný termín.

Meranie sledovanosti televízií prostredníctvom peoplemetrov

V súčasnosti realizuje meranie sledovanosti TV staníc celosvetová sieť Kantar Media (súčasťou ktorej je aj skupina TNS) vo viac ako 50 krajinách a viac ako 41 000 domácnostiach.

Schopnosť porozumieť správaniu sa divákov v rôznych médiách je dôležité pre vysielateľov televízneho signálu, zadávateľov reklamy, mediálnych plánovačov, poskytovateľov set top boxov a digitálnych televíznych operátorov.

Digitálne kanály a platformy sa neustále rozširujú a vytvárajú širšie možnosti

pre reklamu, čo prináša mnoho nových výziev v meraní sledovanosti.

Dnes viac ako kedykoľvek predtým potrebujú agentúry a prevádzkovatelia vysielania spoľahlivé informácie, pretože počet vysielaných programov a reklám neustále narastá.

Technológia Peoplemeter meria sledovacie návyky a poskytuje presné a spoľahlivé meranie sledovanosti a životného štýlu diváka televíznych staníc.

Odhady sledovanosti sa používajú pri tvorbe cien komerčného vysielacieho času a plánovanie televíznych reklamných kampaní. Prevádzkovatelia vysielania využívajú údaje o sledovanosti na vyhodnotenie úspešnosti programov a na prípravu návrhov budúcej programovej štruktúry.



Nové médiá

Počet kanálov a digitálnych platforiem neustále narastá, preto neustále vznikajú aj nové technológie a nástroje spolupracujúce s peplemetrami, ktoré umožňujú meranie a analýzu multimedialných zdrojov.

Medzi ne patrí systém RapidView, ktorý využíva meranie spätnej väzby (Return Path Data) z digitálnych set top boxov na zistenie informácií nielen o sledovaných programoch, ale aj o použití nahrávacieho tlačidla a EPG. Údaje o oneskorení sledovaní a služba video požičovňa sú dnes už samozrejmosťou.

Médiá sú dnes omnoho mobilnejšími, preto sa vo svete používa už viac ako 50 000 prenosných peplemetrov (PPM) na meranie sledovanosti všetkých médií, ktorým sú spotrebiteľia vystavení počas celého dňa prostredníctvom jediného zdroja. Tento zdroj umožňuje vytvorenie efektívneho chápania nákupných modelov.

V dnešných dňoch sa už meria aj divácka sledovanosť televízií cez internet, a to použitím zariadenia VirtualMeter.

Peplemetre na Slovensku

1. februára 2010 vstúpila do platnosti nová zmluva na projekt elektronického merania sledovanosti televízií prostredníctvom peplemetrov na Slovensku.

Zmluvu podpísala agentúra TNS Slovakia so spoločnosťou PMT. TNS Slovakia tak pokračuje v peplemetrovaní meraní sledovanosti televízií, ktoré na Slovensku realizuje už od roku 2004. Prieskum sa realizuje na reprezentatívnom paneli v počte 1200 domácností.

Meranie sledovanosti televízií na Slovensku sa realizuje prostredníctvom špičkových peplemetrov TARIS 5000. Monitorujú sa všetky televízne stanice, ktoré sú v dosahu na území Slovenskej republiky.

Audio Matching

Pri meraní sledovanosti televízií sa využíva technológia Audio Matching, ktorá umožňuje meranie digitálnej distribúcie televízneho signálu priamo ku koncovému užívateľovi, ako napr. DVB-T, DVB-S, DVB-C, IPVT.

Táto technológia meria aj počúvanosť rádií či sledovanosť internetového vysielania.

InfoSys+

InfoSys+ je komplexný analytický nástroj, ktorý slúži na spracovanie a doručenie dát o sledovanosti, ako aj na vypracovanie rýchlych a efektívnych detailných analýz o sledovanosti.

Dáta z peplemetrov sa prenášajú na centrálny server v noci a čísla o sledovanosti za predchádzajúci deň sú k dispozícii hneď nasledujúce ráno.

Televízne spoločnosti môžu dáta analyzovať v minútových intervaloch a využívať ich na komerčný predaj a programové plánovanie.

Prostredníctvom analytického nástroja InfoSys+ môžete:

- vytvárať analýzy sledovanosti, reklamných a doplnkových ukazovateľov
- vytvárať dátové podklady pre rozbor vhodnosti programov a štruktúr televíznych staníc
- plánovať mediálne kampane
- zisťovať postavenie na trhu konkurenčných televíznych spoločností

Oddelenie TV Audience Measurement (TAM) patrí od polovice roka 2010 aj do siete Kantar Media.

Part of the **KANTAR MEDIA** Network