



Scurtă descriere a serviciului Kantar Media Audiences în România începând cu data de 1 ianuarie 2012

Sondaje de Configurare

- Sondaj de configurare inițial și sondaje de configurare continue
- Furnizează estimări ale universului
- Monitorizează schimbările acestor universuri de-a lungul timpului – pentru a se asigura un eșantion reprezentativ la nivelul întregii populații
- Produce target-urile variabilelor de control ale panelului
- Furnizează un eșantion de gospodării din care panelul este recrutat
- Furnizează informații privind
 - variabile socio-demografice
 - obiceiuri de vizionare TV
- Univers: Indivizi 4+ în gospodării private cu cel puțin un televizor funcțional
- Gospodării Sondaj de Configurare: 13.200
- Raportare: trimestrială

Panel

- Calitatea panelului este baza pe care este construit un bun serviciu de măsurare a audienței TV
- Eșantion brut gospodării: 1,320
- Eșantion net gospodării: 1,200
- Panel negrupat cu o structură stratificată
- Reprezentativ pentru populație
- Panel în conformitate cu target-urile stabilite de Sondajul de Configurare
- Asigură faptul că sunt măsurate variatele obiceiuri de vizionare TV din întreaga țară
- Studii de coincidență: de două ori pe an pe câte jumătate de panel
- Recompense: sistem de acordare de puncte care permite achiziționarea de electrocasnice

- **Variabilele de control** sunt selectate pentru a asigura un panel reprezentativ geografic și în funcție de alte caracteristici care influențează vizionarea TV. La recrutarea inițială a panelului și la înlocuirea caselor care părăsesc panelul se urmărește ca structura acestuia pe variabilele de control să fie similară cu a populației de referință.
 - Selecția variabilelor de control s-a făcut în urma unei analize care are ca scop identificarea caracteristicilor care au influența cea mai mare asupra numărului de ore de vizionare TV din gospodărie.
 - Variabilele după care este controlat în prezent panelul sunt următoarele:
 - Regiunea



- Marimea localitatii
 - Marimea gospodariei
 - Numar de televizoare in gospodarie
 - Tip de receptie
 - Combinatia grupe de varsta - sex
 - Prezenta copiilor in gospodarie
- **Ponderarea**
 - Datele de audienta TV sint date ponderate. Ponderarea raspunde urmatoarelor necesitati:
 - 1. exprimarea valorilor de audienta in marime absoluta, extrapoland de la un esantion de cateva mii de persoane la un univers de circa 19 milioane.
 - 2. compensarea factorilor de disproportionalitate. Panelul are o structura disproportionala in functie de tipul de localitate, iar ponderarea reface profilul esantionului pentru a fi reprezentativ in raport cu universul de referinta.
 - 3. corectarea disproportionalitatii neplanificate. Desi panelul este controlat dupa o serie de caracteristici, panelul net zilnic va avea intotdeauna mici abateri de la structura ideala, iar ponderarea are rolul de a corecta si aceste disproportionalitati neintentionate.
 - Ponderarea se realizeaza la nivel de indivizi, zilnic, pe panelul net. Metoda de ponderare se numeste Rim Weighting. Aceasta metoda ajusteaza iterativ profilul esantionului, pe rand dupa fiecare demografica de ponderare, pana cand profilul ponderat al esantionului este suficient de apropiat de profilul universului. Rim Weighting are avantajul ca permite utilizarea unui numar relativ mare de variabile de ponderare.
 - Alegerea variabilelor de ponderare se face avand in vedere 2 criterii in principal. Se includ in ponderare demografice care reprezinta: 1) caracteristicile care influenteaza cel mai mult vizionarea TV, sau 2) cele mai importante categorii de raportare a datelor de audienta.
 - Variabilele de ponderare sint urmatoarele:
 - Regiunea
 - Marimea localitatii
 - Marimea gospodariei
 - Numar de televizoare in gospodarie
 - Tip de receptie
 - Combinatia grupe de varsta - sex
 - Prezenta copiilor in gospodarie

PeopleMeters și Metoda de recunoaștere a canalelor

- Toate televizoarele din gospodărie vor fi măsurate



- Înregistrarea datelor în gospodăriile din panel se va face cu ajutorul PeopleMeterelor Seria 5000 ce utilizează cea mai nouă și eficientă tehnică de detecție a canalului TV vizionat, tehnica AudioMatching, capabilă să măsoare orice număr de canale indiferent de platforma de transmisie și mediul de difuzare
- De la introducerea sa, Seria 5000 a fost folosită în peste 47,000 de gospodării (82,000 de PeopleMetele) în 24 de țări
- PeopleMetelele identifică și monitorizează toate echipamentele utilizate pentru vizionarea TV, înregistrează eșantioane audio ale semnalului și le transmite la sediul central
- La sediul Kantar Media Audiences se creează semnături de referință pentru toate canalele, se compară eșantioanele audio cu semnăturile de referință și se identifică canalul vizionat

Aplicația de analiză a datelor - InfoSys+

- InfoSys este utilizat în România din 1998 (550 de utilizatori)
 - Versiunea InfoSys+ a fost lansată în mai 2008
 - În prezent este utilizată în 26 de țări
 - Cu peste 9,000 de utilizatori în peste 800 de companii
-
- Kantar Media Audiences va monitoriza emisia pentru 58 de stații TV membre ARMA, va identifica și raporta detaliile referitoare la programele, spoturile și promoționalele difuzate pe aceste stații.
-
- Datele de audiență vor fi puse la dispoziția membrilor ARMA conform următorului program:
 - Datele de audiență până la orele 9:00 AM în fiecare zi; și
 - Datele de monitorizare în zilele lucrătoare până la orele 11:30 AM pentru ziua precedentă