



Anleitung «Digital GRP» Rechner

Diese Anleitung erläutert die Handhabung des „Digital GRP“ Rechners von adwebster und gibt Tipps für die Einstellungen sowie Hilfestellungen zum Buchungsprozess.

1 | Pflichtangaben

Um Reichweiten (GRPs) oder Budget-Werte zu erhalten, müssen zuerst folgende grundlegende Basiswerte definiert werden. Füllen Sie dazu die vorgegebenen Felder aus:

Berechnung	A	Budget berechnen <input type="button" value="v"/>	OTS (Capping)	E	<input type="text" value=""/>						
Zielgruppe	B	3+ <input type="button" value="v"/>	Split region (Als, %)	F	<table border="1"> <tr> <td>CH-DE</td> <td>CH-FR</td> <td>CH-IT</td> </tr> <tr> <td>75</td> <td>20</td> <td>5</td> </tr> </table>	CH-DE	CH-FR	CH-IT	75	20	5
CH-DE	CH-FR	CH-IT									
75	20	5									
Total GRP	C	<input type="text" value=""/>	OK - 100%								
Wochen	D	<input type="text" value=""/>	Korrekturfaktor	G	20 <input type="button" value="v"/>						

- A** **Berechnung:** Hier stehen zwei Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung, Je nachdem ob bei der Planung einer Kampagne ein bestimmter GRP-Wert bekannt ist oder dann eine bestimmte Budget-Grösse. Wählen Sie im Dropdown, ob Sie das Budget oder den GRP berechnen wollen.
- B** **Zielgruppe:** Sämtliche Hauptzielgruppen (aus dem TV-Bereich) stehen für die Berechnung eines „DigitalGRP`s“ zur Verfügung. Wählen Sie eine gewünschte Zielgruppe aus.
- C** **Total GRP:** Haben Sie bei Berechnung „GRP“ ausgewählt, kann an dieser Stelle der gewünschte (zu erzielende) GRP-Wert eingegeben werden. Haben Sie bei Berechnung „Budget“ ausgewählt, kann an dieser Stelle der geplante Budget-Betrag eingegeben werden.
- D** **Wochen:** Geben Sie hier eine bestimmte Anzahl Wochen ein. Anzahl Wochen steht für die Laufzeit einer Kampagne.
- E** **OTS (Capping):** Mit „OTS – Opportunity to see“ wird die Kontakthäufigkeit definiert. Bei einem OTS von 7 wird die Werbebotschaft (Video oder Banner) über die unter D definierte Anzahl Wochen (Beispiel: 4 Wochen) jedem Nutzer/User 7 Mal angezeigt.
- F** **Split Region:** Mittels „Split Region“ wird das Universum für die entsprechende Berechnung definiert. Adwebster verfügt über grosse Netzwerke sowohl in der Deutschschweiz (CH-de), wie auch in der italienischsprachigen Schweiz (CH-it) und der Romandie (CH-fr).
- G** **Korrekturfaktor:** Mittels dem Korrekturfaktor werden potentielle Streuverluste miteinbezogen in die Berechnung von digitalen Reichweiten. Bei generischen (breiten) Zielgruppen sollte dieser Korrekturfaktor klein, resp. 0 sein. Bei eingeschränkteren Zielgruppen (z.B. Frauen 15-49) steht dieser Korrekturfaktor in der Regel bei ca. 15%-20%.



Klicken Sie auf den Pfeil um die Berechnung zu starten.



2 | Resultate

Im mittleren Teil des Digital GRP-Rechners werden die Berechnungsergebnisse angezeigt.

Brutto Ad Impressions (Als)	A			
Netto Ad Impressions (Als)				
Unique Users (UUs)	B			
Netto-Reichweite	C			
GRP pro Woche	D			
Cost per Point (CPP) CHF	E			
CPM Zielgruppe CHF	F			
Regionen-Split				
		CH-DE	CH-FR	CH-IT
Ad Impressions (Als)	G			
CPM CHF	H			
Cost per Point (CPP) CHF	I			
Budget CHF	J			
CPM Total CHF	K			
Kosten N/N Total (CHF)				L

- A Ad Impressions:** An dieser Stelle werden die Brutto- sowie Nettowerbeeindrungen angezeigt. Diese korrespondieren mit dem eingegebenen Zielgruppen-Korrekturfaktor unter G.
- B Unique Users (UUs):** Die Anzahl an Unique Users, die mit der Kampagne erreicht werden.
- C Netto-Reichweite:** Die Netto-Reichweite in Prozent, die mit der Kampagne generiert wird.
- D GRP pro Woche:** Der GRP pro Woche, der über die Laufzeit der Kampagne generiert wird.



- E** **Cost per Point (CPP) CHF:** Der Cost per Point, der über die Sprachversionen zusammengefasst resultiert.
- F** **CPM Zielgruppe CHF:** Der CPM für die Zielgruppe, unter Berücksichtigung des Korrekturfaktors.
- G** **Ad Impressions:** Die Anzahl Werbeeinblendungen, die pro Region generiert werden.
- H** **CPM CHF:** Der effektive CPM (TKP) pro Sprachregion.
- I** **Cost per Point (CPP) CHF:** Der Cost per Point pro Sprachregion.
- J** **Budget CHF:** Das benötigte Budget pro Sprachregion.
- K** **CPM Total CHF:** Der effektive CPM der Kampagne, unter Berücksichtigung des Korrekturfaktors.
- L** **Kosten N/N Total (CHF):** Wenn Sie das Budget berechnet haben, erscheinen hier die Kosten der Kampagne als Netto/Netto Betrag.
GRP: Wenn Sie den GRP berechnet haben, erscheint hier der GRP für das eingeplante Budget.

Kontakt

adwebster AG
Geroldstrasse 31
8005 Zürich
Switzerland

info@adwebster.com
Tel +41 44 500 13 80