



TV 2
Generelt kampagneoplæg

20.01.2014



INTRO

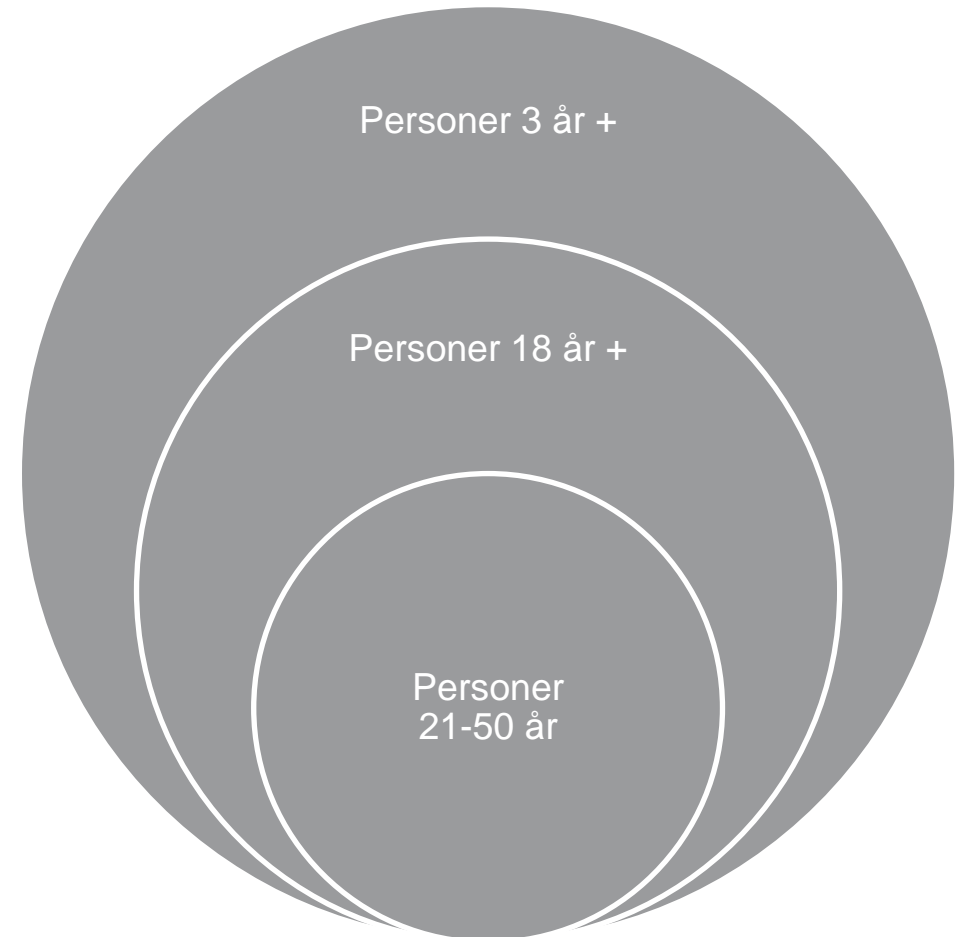
Dette dokument er lavet for at give en let forståelig indføring i TV mediets verden. Det indeholder en kort gennemgang af de mest almindelige fagtermer samt betydningen af dem, lidt om hvordan vi prissætter reklametid i TV 2's univers samt endelig et fiktivt oplæg på en TV kampagne.

Yderligere information kan findes på <http://tv2media.dk/>

FAGTERMER

Målgruppe

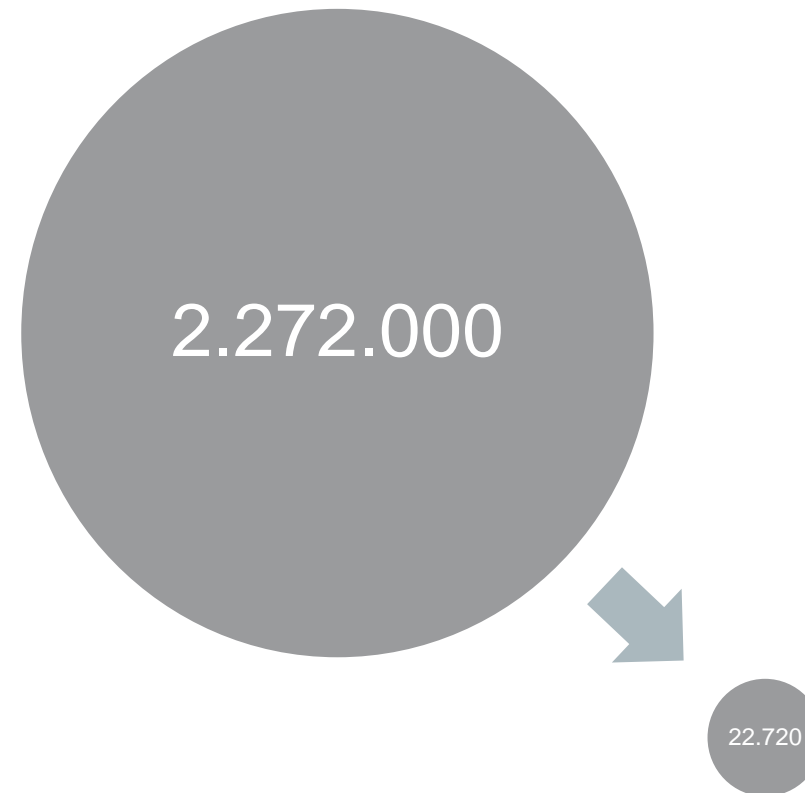
- / Målgruppe betegner den gruppe af personer en annoncør ønsker at ramme med sin kommunikation.
- / Målgrupper er oftest defineret på baggrund af alder, demografiske, holdnings- eller livsstilsvariable.



FAGTERMER

TRP

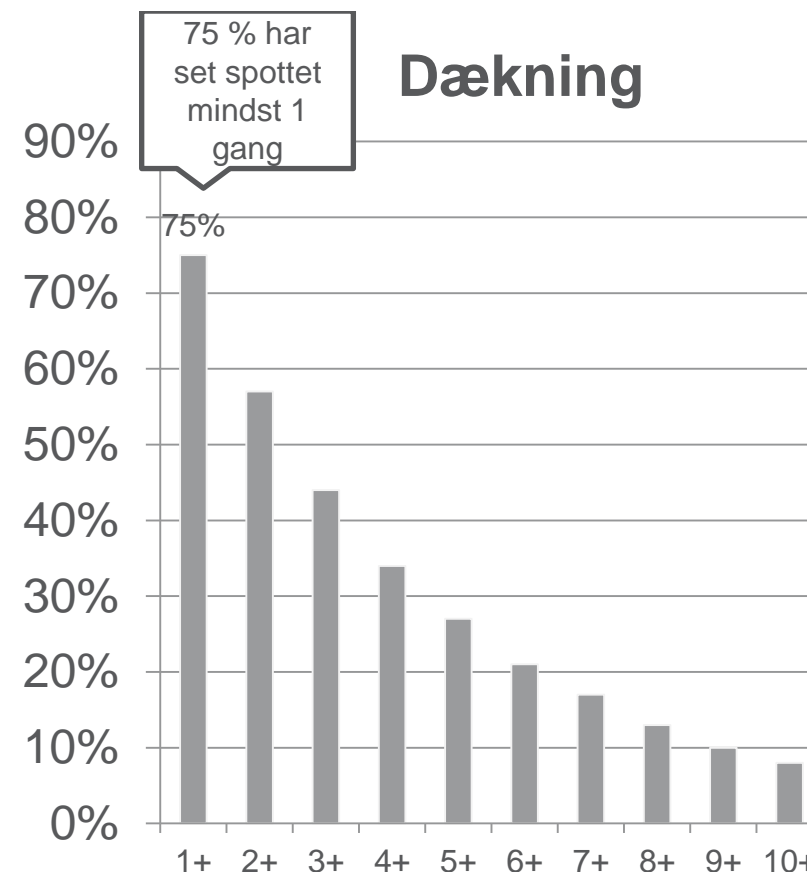
- / Engelsk forkortelse for **T**arget **R**ating **P**oint.
- / TRP betegner antallet af eksponeringer omregnet til procent af målgruppeuniverset.
- / Sagt på almindeligt dansk betyder det, at 1 TRP er det samme som 1 % af den målgruppe kunden har defineret overfor os.
- / Fx er der i målgruppen "Personer 21-50 år" 2.272.000 personer – 1 TRP i denne målgruppe er altså 22.720 personer.



FAGTERMER

Reach (Nettodækning)

- / Engelsk betegnelse for dækning.
- / Dækning beskriver, hvor mange personer der rammes af en given eksponering.
- / Dækning kan udtrykkes som bruttodækning eller nettodækning. I daglig tale anvendes dækning ofte i betydningen nettodækning.
- / *Nettodækning* betegner den andel af målgruppen, der eksponeres mindst én gang. Nettodækning kan udtrykkes i % eller ved antal af personer.
- / *Bruttodækning* udtrykker det akkumulerede antal eksponeringer i målgruppen som en kampagne har genereret.

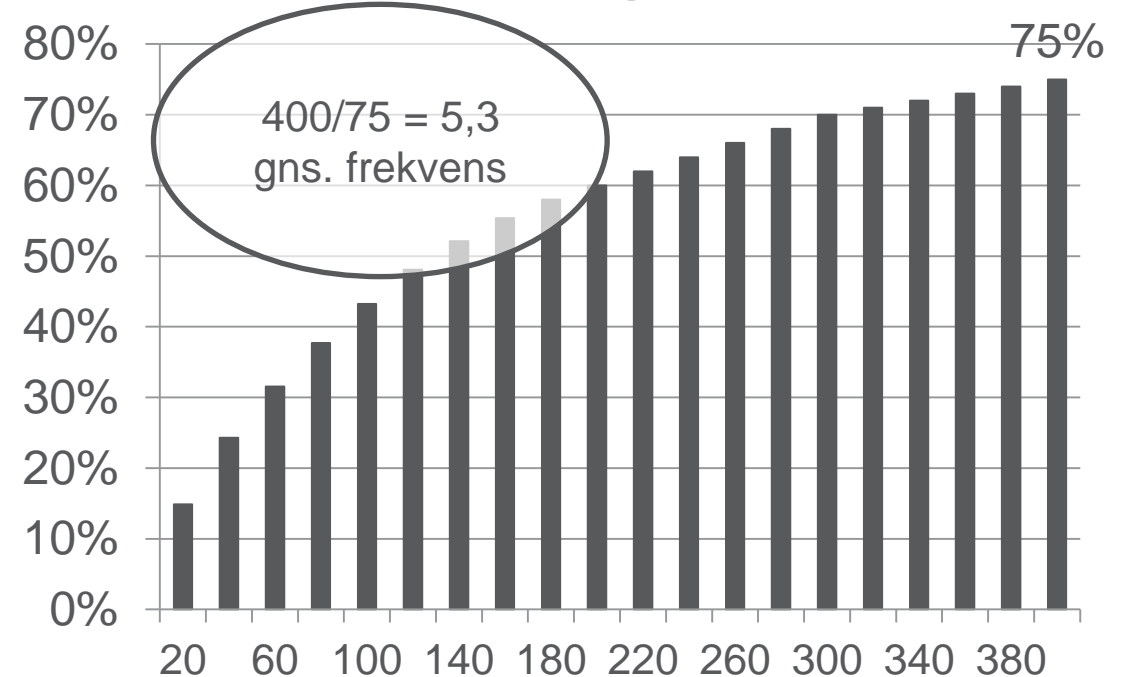


FAGTERMER

Gennemsnitlig frekvens

- / Gennemsnitlig frekvens betegner det gennemsnitlige antal gange en person i en given målgruppe bliver eksponeret for et spot i en given kampagne.
- / Gennemsnittet udregnes med udgangspunkt i den del af målgruppen, der har set minimum ét spot i kampagnen.
- / 400 TRP (bruttodækning), nettodækning 75% :
 $400 / 75 = 5,3$ frekvens

Nettodækning vs TRP



PRISSÆTNING

- / I mediebranchen er der forskellige måder at prissætte ydelser på. TV 2 afregner efter TRP, som er nærmere beskrevet ovenfor, eller efter antal spots hvis det ønskes. Du betaler i princippet for, hvor mange mennesker, der ser din reklame.
- / Nedenfor er der et fiktivt oplæg på en kampagne – altså et decideret tilbud på et typisk budget. Hvor mange spots (visninger) det vil give er meget svært at regne ud, da det selvfølgelig kommer an på, hvor mange seere, der er i de blokke, hvor reklamen bliver vist.
- / Når du booker en TV kampagne hos TV 2, får du typisk omkring 40 % af din kampagne vist i Prime-Time, som er fra kl. 18:00 til 22:45.

OPLÆG

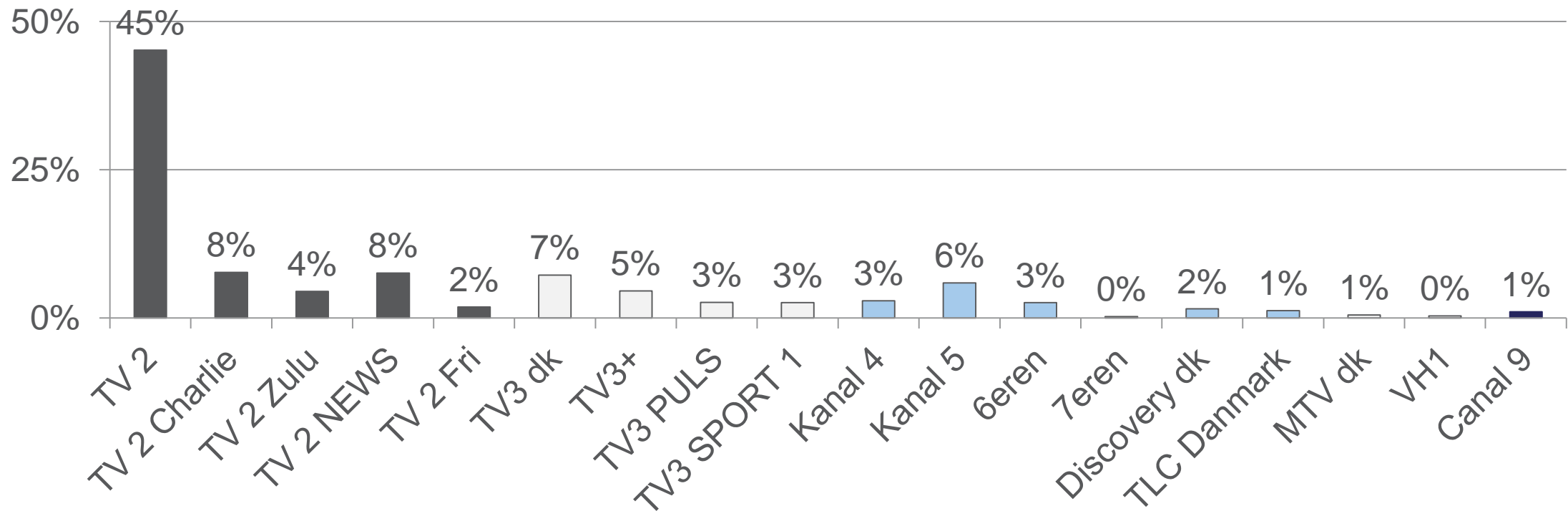
- / Øge salg og kendskab
- / TV-kampagne på TV 2 og TV 2's nichekanaler
- / Målgruppe: Personer 18 år +



ANDEL AF SENINGEN

Personer 18 år+

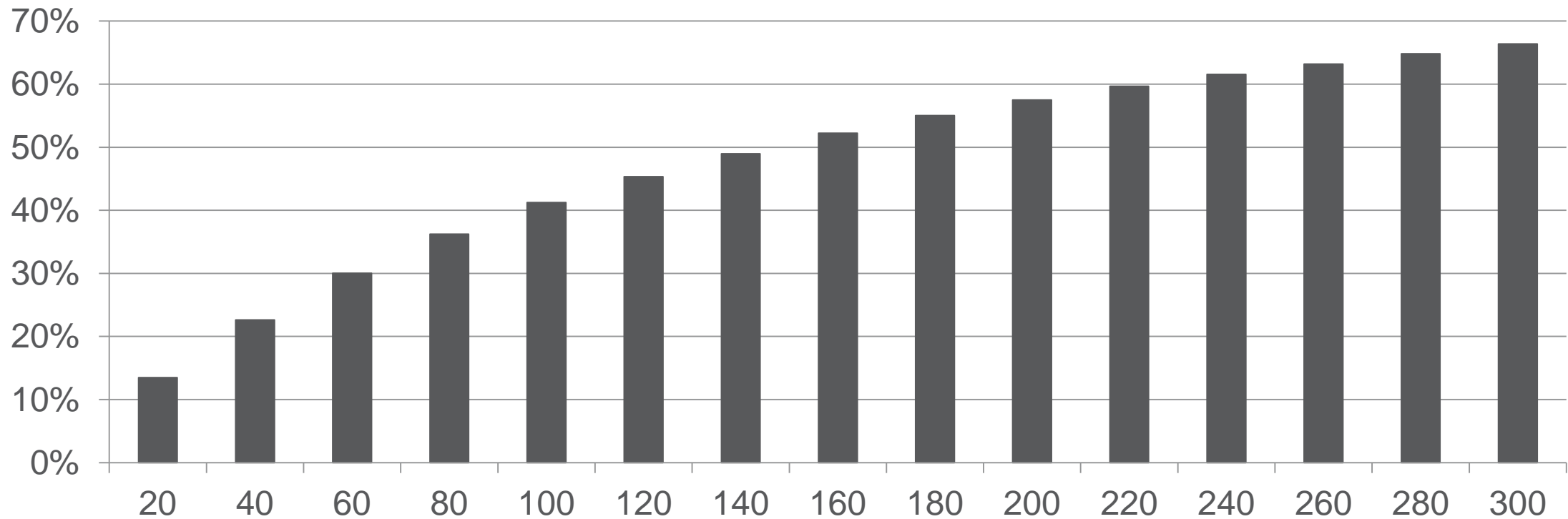
Andel af seningen



DÆKNINGSOPBYGNING

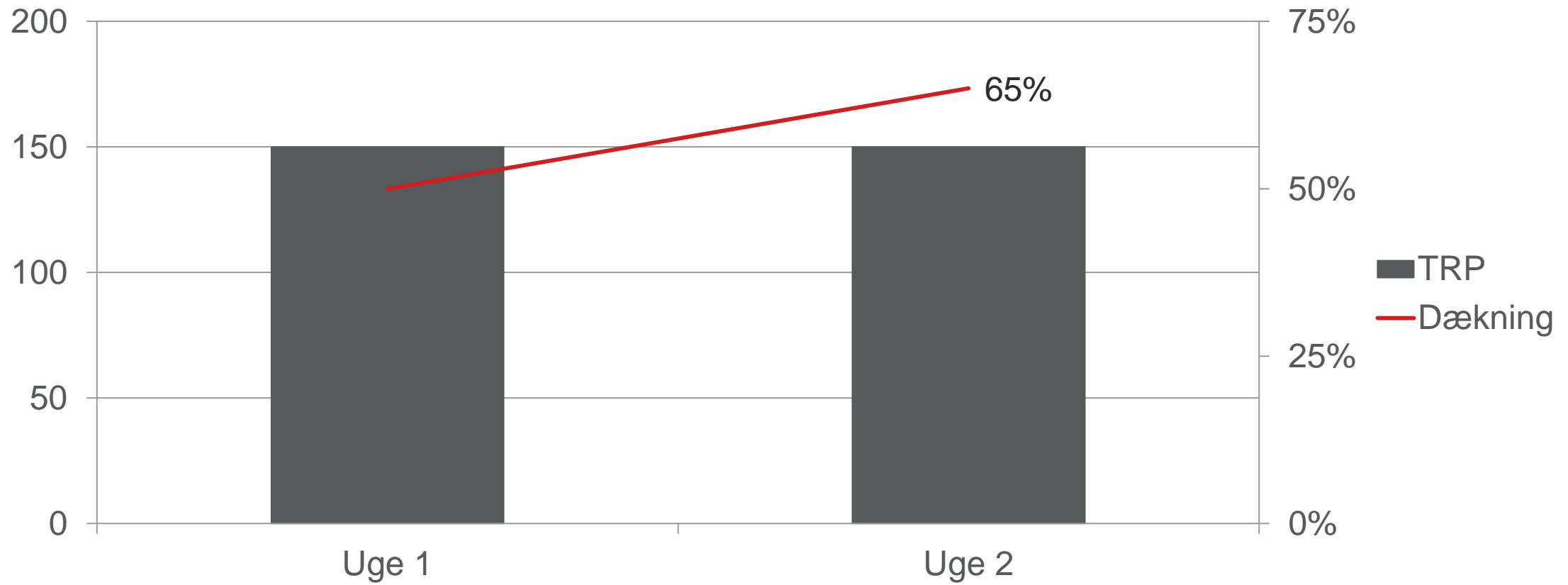
Personer 18+

Nettodækning



KAMPAGNEOPLÆG

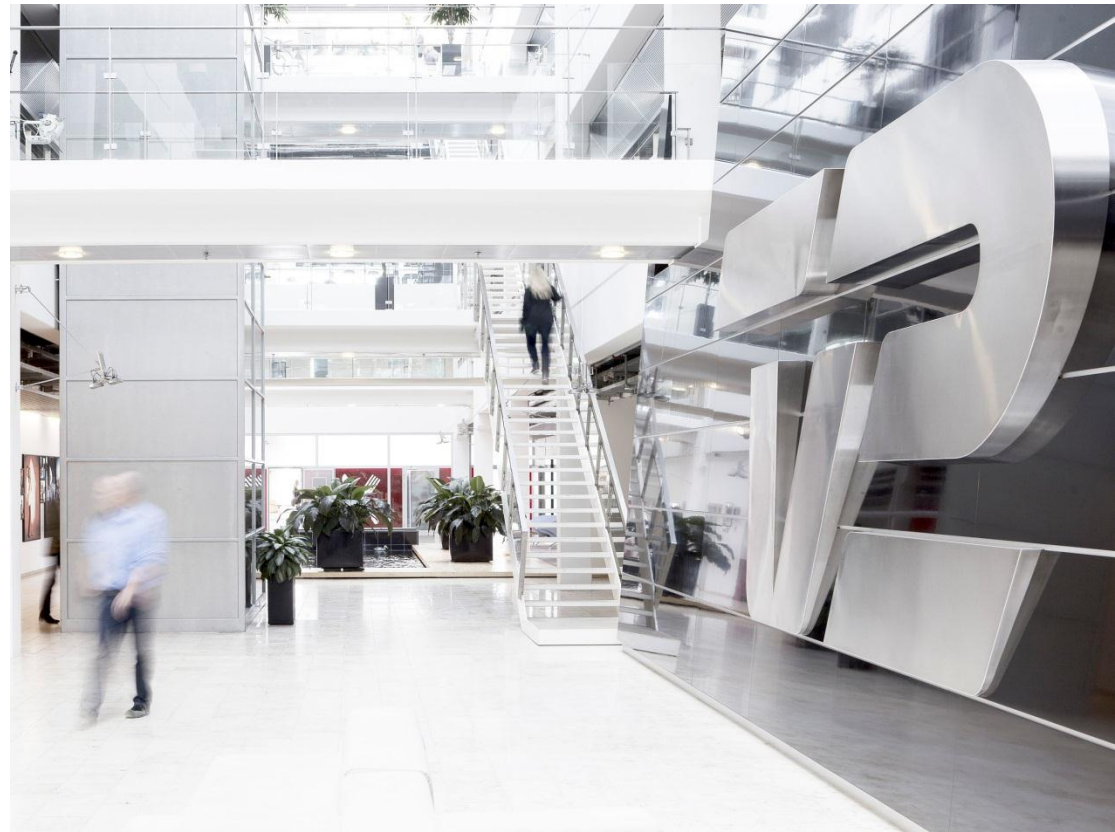
Personer 18 år +



KAMPAGNE ESTIMAT

Personer 18 år+

/ Kanaler	TV 2 & TV 2s nichekanaler
/ Spotlængde	30 sekunder
/ TRP	300
/ Dækning	65 % (est.)
/ Frekvens	4,6
/ Primetime	40 %
/ Nettokontakter	2.808.000
/ Bruttokontakter	12.960.000
/ Univers P 18+	4.320.000



PRISER

TV 2 kampagne

Lavsæson

/ Bruttopris	1.677.000
/ Rabat	57 %
/ Nettopris	725.000

Højsæson

/ Bruttopris	2.148.000
/ Rabat	34 %
/ Nettopris	1.425.000



V2