

BRAT

- Comunicarea Instrumentelor Structurale – principii și strategii-



Agenda



- Introducere
- Prezentare organizatie
 - Auditul tirajelor
 - SNA FOCUS
 - SATI
 - Monitorizarea investitiilor in publicitate (MIP)
 - Presa scrisa
 - Radio
 - Internet
 - Outdoor
- Intrebari si raspunsuri

BRAT - istoric

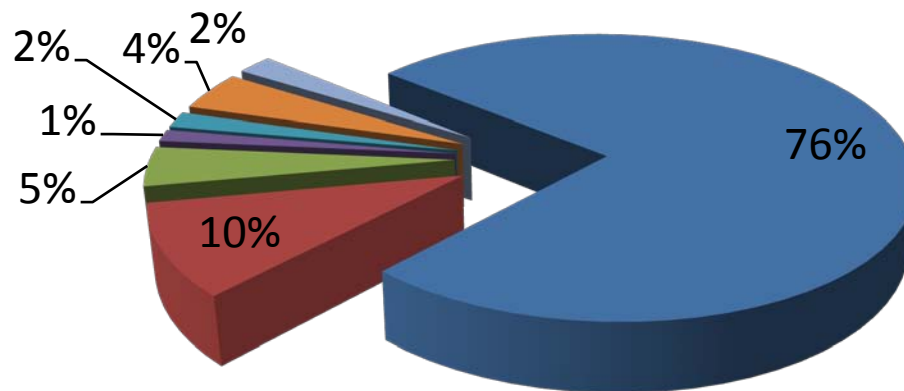


- Organizatie non profit a industriei de media si publicitate formata din:
 - editori de presa scrisa si/sau online
 - agentii de publicitate
 - clienti de publicitate
 - Statii radio
 - Companii de outdoor
- BRAT a fost infiintat in urma cu 14 ani, in februarie 1998, de catre 33 membri fondatori printr-un proiect al fundatiei Freedom House Romania
- Asociatie constituita in scopul verificarii independente si obiective a cifrelor de difuzare a diverselor produse media.

BRAT – membri



- In prezent BRAT are 228 de membri:
 - 173 editori de presa scrisa si/sau online
 - 23 agentii de publicitate
 - 3 clienti de publicitate
 - 4 companii ce detin statii radio
 - 10 companii de outdoor

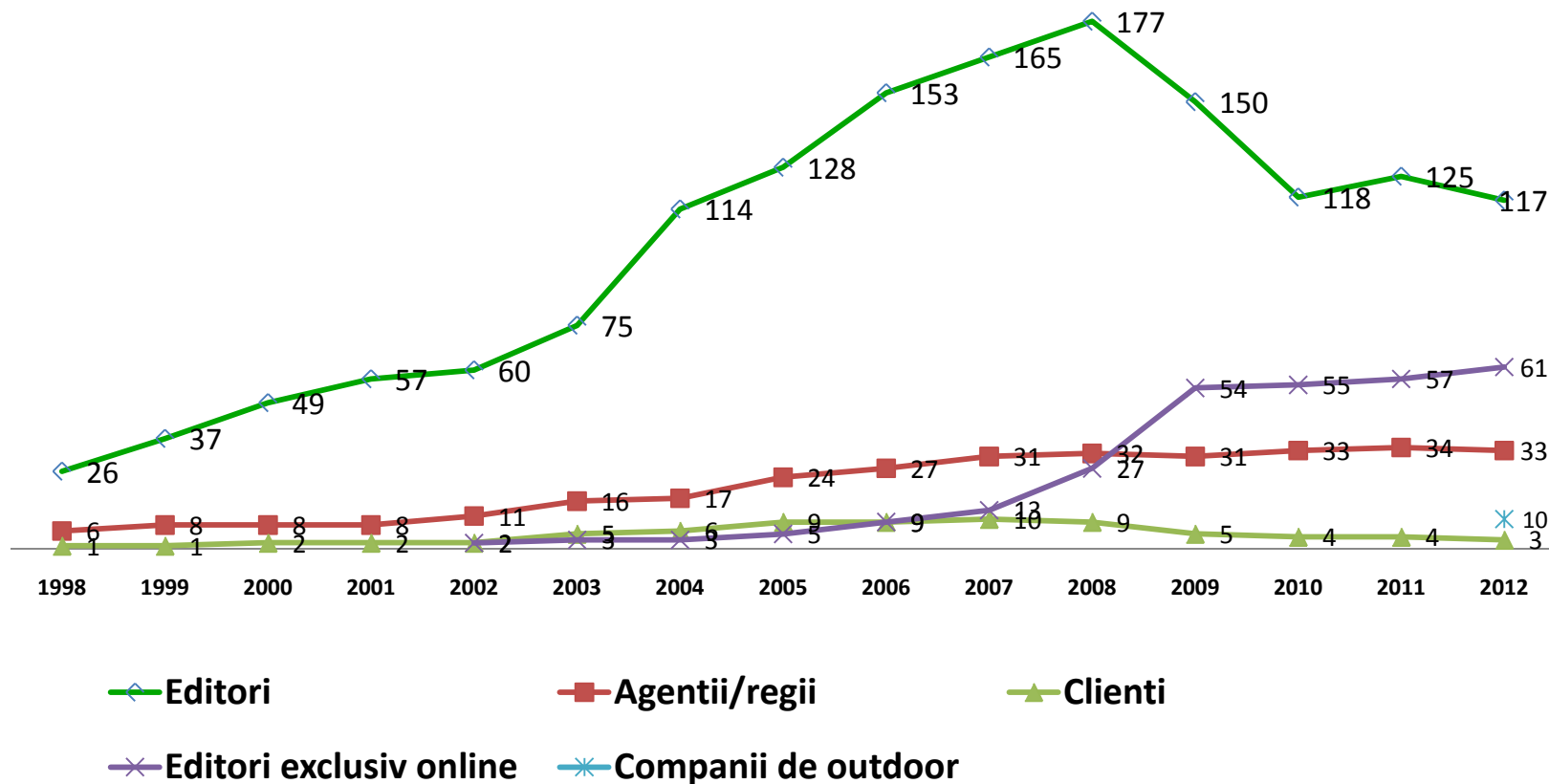


- editori de presa scrisa si/sau online
- agentii de publicitate
- regii de publicitate
- clienti de publicitate
- companii ce detin statii radio
- companii de outdoor
- terci interesati

BRAT - membri



Evolutia numarului de membri



BRAT - obiective



- stabileste metode si standarde privind modul de masurare al indicatorilor de performanta a produselor media
- deruleaza auditul tirajelor si studii de audienta in vederea masurarii performantelor produselor media
- sprijina industria de publicitate prin furnizarea rezultatelor studiilor sale si a monitorizarii investitiilor in publicitate

BRAT - activitati



- **Auditul Tirajelor** - auditarea cifrelor de difuzare a publicatiilor tiparite pe baza standardelor si metodologiilor stabilite de membrii asociatiei.
- **SNA FOCUS** - masoara audienta si profilele titlurilor din presa scrisa, consumul de produse și servicii (inclusiv mărci),
- **SATI** - masoara audienta, traficul si profilele sociodemografice ale site-urilor web.
- **MIP** - monitorizeaza investitiile in publicitate pentru presa scrisa, radio, internet si OOH.

Auditul tirajelor



- Auditul tirajelor reprezinta pentru piata de media si publicitate:
 - un instrument profesionist si independent pentru evaluarea performantelor publicatiilor in functie de tiraj;
 - standardul acceptat si utilizat de intreaga piata de publicitate in tranzactionarea spatiului publicitar;

Auditul tirajelor



- Auditul tirajelor asigura pentru piata de media si publicitate:
 - comparabilitatea datelor de difuzare pentru toate publicatiile, prin verificarea lor dupa aceleasi standarde si metodologii;
 - controlul direct al industriei de media si publicitate in metodologia si procesul de verificare a tirajelor

Auditul tirajelor



- Auditul tirajelor se realizeaza utilizand
 - Standarde si metodologii create si acceptate de industria de media si de publicitate;
 - Standarde si metodologii international recunoscute de IFABC (International Federation of Audit Bureaux of Circulation);
 - Standarde internationale de audit (printre care ISAE 3000).

Auditul tirajelor



- Principalii indicatori de performanta pentru analiza tirajului unei publicatii platite sunt:
 - **tirajul mediu brut pe ediție** – exprima numărul mediu de copii **tipărite** ale unei publicații pentru o anumita perioadă de timp.
 - **tirajul mediu vândut pe ediție** - exprimă numărul mediu de copii **vândute** ale unei publicații pentru o anumita perioadă de timp.
 - **tirajul mediu difuzat pe ediție** - exprimă numărul mediu de copii **difuzate** ale unei publicatii pentru o anumita perioada de timp

Auditul tirajelor



- Principalii indicatori de performanta pentru analiza tirajului unei publicatii gratuite sunt:
 - **tirajul mediu brut pe ediție** – exprima numărul mediu de copii **tipărite** ale unei publicații pentru o anumita perioadă de timp.
 - **tirajul mediu difuzat pe ediție** - exprimă numărul mediu de copii **difuzate** ale unei publicatii pentru o anumita perioada de timp

Auditul tirajelor



- In prezent beneficiaza de auditul tirajelor 210 publicatii:
 - 169 publicatii platite
 - 141 publicatii gratuite
- In functie de periodicitate publicatiile auditate se impart in:
 - 139 publicatii nationale
 - 13 Cotidiane nationale
 - 23 Saptamanale nationale
 - 103 Periodice
 - 81 publicatii regionale sau locale
 - 38 cotidiane
 - 13 sapamanale
 - 20 periodice

Auditul tirajelor



- Organizarea auditului de tiraje:
 - Auditul are loc anual pentru o perioada de 12 luni (aprilie - martie).
 - Dupa efectuarea primului audit al tirajelor, editorii pot depune declaratii de difuzare, care sunt publicate trimestrial.
 - Declaratiile de difuzare vor fi auditate. Diferente dintre cifrele declarate si rezultatul verificarilor trebuie sa se incadreze intr-o marja de 2% pentru tirajul brut si 10% pentru cel difuzat.
 - In cazul in care exista exceptii de la regula de mai sus, acestea sunt evidentiata pe site-ul BRAT, iar editorii sanctionati.

Auditul tirajelor



- Rezultatele complete si actualizate pentru toate publicatiile auditate este publica si poate fi consultata pe siteul BRAT:

<http://www.brat.ro/audit-tiraje/cifre-de-difuzare>

- www.brat.ro ofera o aplicatie cu ajutorul careia puteti face analize de tiraj cu datele disponibile (Comparatorul de cifre de difuzare):

<http://www.brat.ro/audit-tiraje/comparator-cifre-de-difuzare>

Exemplu de certificat



CERTIFICAT DE AUDIT

Numele editorului: SC RING MEDIA GROUP SRL
 Adresa: Sos. Vitan-Barzesti, 7D, sector 4
 Telefon/Fax: 021.311.11.24
 Titlul auditat: ring
 Frecvența de apariție: cotidian (exceptie sambata si duminica)
 Preț de copertă: gratuit

Departament publicitate: Alina Vilceloiu
 Adresa: Sos. Vitan-Barzesti, 7D, sector 4
 Telefon/Fax: 021.311.11.24

Data audit: 23 iunie 2010
 Perioadă verificată: iulie 2009 - martie 2010



Ziarul care te ajută să câștigi lupta cu timpul



membru al
 Federației Internaționale a
 Birourilor de Audit al Tirajelor



Perioada de audit	Număr de apariții	Tiraj brut	Copii gratuite							Total copii gratuite (4+5+6+7+8+9+10)	Media lunară a copiilor gratuite pe număr de apariție	Copii pentru care editorul obține foloase în bani, bunuri sau servicii	Retururi	Total difuzat (11+13)	Media lunară de copii difuzate pe număr de apariție
			Copii difuzate controlat - abonamente	Copii difuzate controlat - cu bucata	Copii difuzate împreună cu o publicație platită	Copii difuzate către puncte determinate de difuzare	Copii difuzate către puncte nedeterminate de difuzare	Copii difuzate la evenimente	Copii difuzate în bloc						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Aprilie 2009	21	2.100.000	0	4.200	0	81.000	2.014.800	0	0	2.100.000	100.000	0	0	2.100.000	100.000
Mai 2009	20	2.000.000	0	5.500	0	84.000	1.910.500	0	0	2.000.000	100.000	0	0	2.000.000	100.000
Iunie 2009	21	2.100.000	0	6.300	0	87.000	2.006.700	0	0	2.100.000	100.000	0	0	2.100.000	100.000
Iulie 2009	23	2.300.000	0	0	0	69.000	2.231.000	0	0	2.300.000	100.000	0	0	2.300.000	100.000
August 2009	21	2.100.000	0	0	0	63.000	2.037.000	0	0	2.100.000	100.000	0	0	2.100.000	100.000
Septembrie 2009	22	3.674.000	0	0	0	76.000	3.598.000	0	0	3.674.000	167.000	0	0	3.674.000	167.000
Octombrie 2009	22	3.755.400	0	0	0	68.500	3.686.900	0	0	3.755.400	170.700	0	0	3.755.400	170.700
Noiembrie 2009	21	3.592.000	0	0	0	63.000	3.529.000	0	0	3.592.000	171.048	0	0	3.592.000	171.048
Decembrie 2009	16	1.670.000	0	0	0	48.000	1.622.000	0	0	1.670.000	104.375	0	0	1.670.000	104.375
Januarie 2010	20	2.000.000	0	0	0	60.000	1.940.000	0	0	2.000.000	100.000	0	0	2.000.000	100.000
Februarie 2010	20	2.000.000	0	0	0	60.000	1.940.000	0	0	2.000.000	100.000	0	0	2.000.000	100.000
Martie 2010	23	2.300.000	0	0	0	69.000	2.231.000	0	0	2.300.000	100.000	0	0	2.300.000	100.000
Total	250	29.591.400	0	16.000	0	828.500	28.746.900	0	0	29.591.400	300.000	0	0	29.591.400	100.000

Media trim. Aprilie 09 - Iunie 09	100.000	0	258	0	4.065	95.677	0	0	100.000	100.000	0	0	100.000	100.000
Media trim. Iulie 09 - Septembrie 09	122.333	0	0	0	3.152	119.182	0	0	122.333	122.333	0	0	122.333	122.333
Media trim. Octombrie 09 - Decembrie 09	152.837	0	0	0	3.042	149.795	0	0	152.837	152.837	0	0	152.837	152.837
Media trim. Ianuarie 10 - Martie 10	100.000	0	0	0	3.000	97.000	0	0	100.000	100.000	0	0	100.000	100.000

Media anuala Aprilie 2008 - Martie 2009	96.418	-	-	-	-	-	-	-	-	96.418	96.418	-	0	96.418	96.418
Media anuala Aprilie 2009 - Martie 2010	118.366	0	64	0	3.314	114.988	0	0	118.366	118.366	0	0	118.366	118.366	

Emis de: SC RING MEDIA GROUP SRL

Auditat de: PricewaterhouseCoopers Audit SRL

Eliberat de BRAT Arina Greche

Data eliberării: 23.08.2010

Semnătura

Semnătura

Semnătura



SNA FOCUS



- SNA FOCUS este un sistem de cercetare media care ofera beneficiarilor urmatoarele tipuri de informatii:
 - rezultate de audienta pentru presa scrisa
 - rezultate despre consumul de produse si servicii (inclusiv marcile consumate), stilul de viata, profilele socio demografice

SNA FOCUS - avantaje



- Oferă pietii de media și publicitate rezultate de audiență măsurate după standardele și metodologiile selectate și acceptate de industrie, asigurându-se **comparabilitatea** datelor pentru publicațiile măsurate.
- Participarea editorilor, a agențiilor și a clienților de publicitate la realizarea SNA FOCUS precum și controlul exercitat de acestea pe parcursul desfășurării studiului, garantează **credibilitatea și independența rezultatelor**.
- Rezultatele de audiență SNA FOCUS reprezintă **etalonul** pieții de publicitate în tranzacționarea spațiului publicitar, pentru presa scrisă.

SNA FOCUS - avantaje



- Oferă informațiile necesare în realizarea planurilor media pentru presa scrisă și evaluarea lor pe grupuri tinta complexe.
- Rezultatele SNA FOCUS ajută la evaluarea performanțelor publicațiilor, cunoașterea profilului publicației și îmbunătățirea conținutului editorial.
- Rezultatele SNA FOCUS reprezintă un instrument util pentru stabilirea politicilor de marketing și vânzări.

SNA FOCUS - metodologie



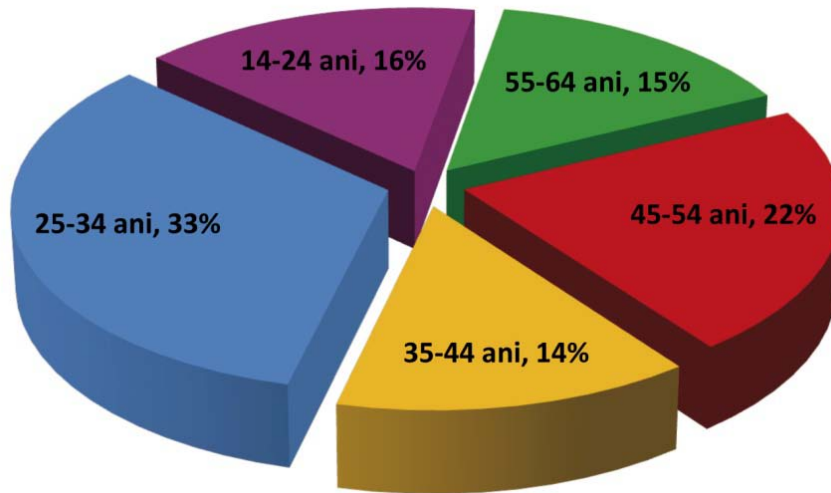
- studiu reprezentativ pentru populatia urbana, persoane intre 16 si 74 de ani (aprox. 9.704.416 de persoane confrom INSSE)
- esantion reprezentativ, 13.880 de persoane
- interviurile se realizeaza domiciliar, si presupun completarea a doua chestionare:
 - chestionarul SNA realizat fata in fata, prin metoda CAPI
 - chestionarul autocompletat, cu informatile de consum
- Pentru masurarea rezultatelor de audienta SNA FOCUS utilizeza **metoda “citirii recente”**, recunoscuta si utilizata la nivel international in realizarea acestui tip de studiu.

- **Principalii indicatori de performanta ai audientei presei scrise sunt :**
 - **numărul de cititori pe apariție** (CpA) - exprimă numărul de cititori în medie pe ediție ai unei publicații.
 - **profilul socio-demografic al cititorilor publicației** – prezintă informații de ordin socio-demografic (ex: sex, vârstă, educație, ocupație, venit, aria geografica, etc.)
- SNA FOCUS ofera aceste rezultate pentru aprox. **120 de publicatii (ziare si reviste).**

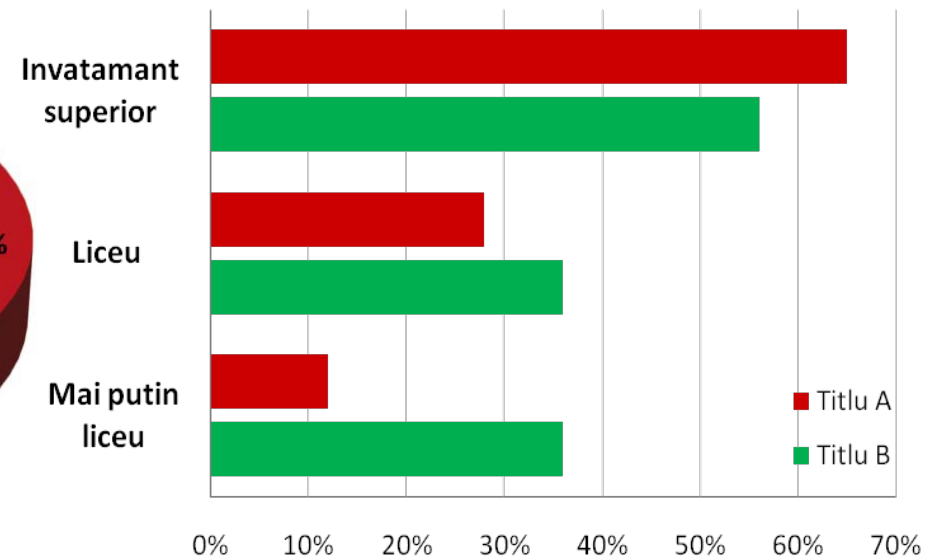
SNA FOCUS - analize



Profilul audientei unei publicatii
- varsta -



Comparatie profil 2 publicatii
- studii -



SNA FOCUS - analize



Exemplu de media plan pentru presa scrisa:

Structura media plan	Nr. insertii	Cost (RON)	Format	Rezultate media plan	
Titlu A	1	10.000	1/1	GRP	16,90%
Titlu B	2	8.000	1/1	Penetrare	14,60%
Titlu C	1	11.000	1/1	Nr. mediu de vizionari pe pers.	1,4
Titlu C	2	8.000	1/1		
Total insertii	6			Cost per 1000 GRP	3,136
Total cost ratecard		53.000		Penetrare 3+	2,1
				Penetrare 5+	0,6

- Lista completa si actualizata a publicatiilor ce beneficiaza de rezultate de audienta masurate de SNA FOCUS este publica si poate fi consultata pe www.brat.ro la <http://www.brat.ro/sna/livrari>

- **SATI** este un sistem de cercetare pentru mediul online care ofera pietii de media si publicitate urmatoarele informatii:
 - Rezultate de audienta pentru site-urile web
 - Profilul sociodemografic al audientei site-urilor
 - Rezultatele de trafic al site-urilor web

SATI - Avantaje



- Ofera pietei de media si publicitate rezultate de trafic si audienta masurate dupa standardele si metodologiile selectionate si acceptate de industrie, asigurându-se **comparabilitatea** rezultatelor websiteurilor masurate.
- Participarea editorilor, a agențiilor și a clienților de publicitate la realizarea SATI precum și controlul exercitat de acestia pe parcursul desfasurarii studiului garantează **credibilitatea si independenta** rezultatelor.

SATI - Avantaje



- Oferă informațiile necesare în realizarea **planurilor de media pentru siteurile web și evaluarea lor** pe grupuri țintă complexe.
- Rezultatele SATI ajută la evaluarea performanțelor siteurilor, cunoașterea profilului siteului și îmbunătățirea conținutului editorial.
- Rezultatele SATI reprezintă un instrument util pentru stabilirea politicilor de marketing și vânzări.

SATI - indicatori



- Principalii **indicatori de audienta** a unui site sunt:
 - **Numărul de vizitatori pe săptămâna** - număr mediu de persoane care au vizitat un site într-o săptămâna,
 - profilul socio-demografic al vizitatorilor websitului - prezintă informații de ordin socio-demografic (ex: sex, vârsta, educație, ocupație, venit, aria geografica, etc.)
- SATI ofera aceste rezultate pentru aprox. **200 de siteuri**.

SATI - indicatori

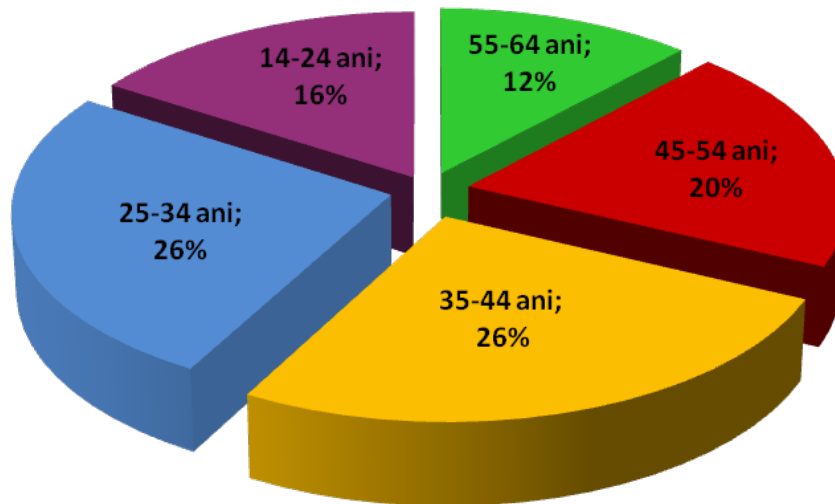


- Principalii **indicatori de trafic ai unui site web** sunt:
 - **Afisari** – exprima numărul de pagini web afișate la solicitarea unui vizitator.
 - **Vizita** – exprima o serie de una sau mai multe afișări ca rezultat al cererii unui vizitator.
 - **Cienti unici** – numărul de calculatoare/ browsere de pe care un site este accesat cel puțin o dată în perioada de raportare.
- SATI ofera aceste rezultate pentru aprox. **300 de siteuri**.

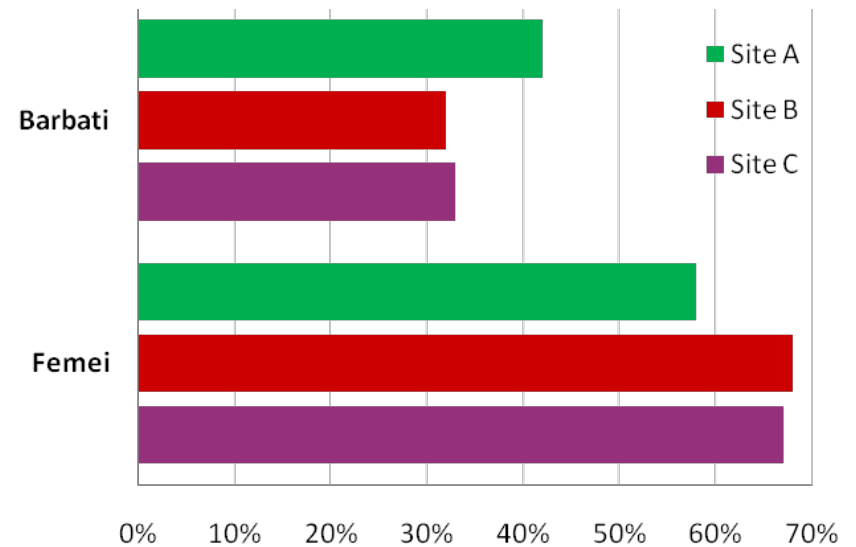
SATI – analize



Profilul audientei unui site
- varsta -



Comparatia profilului audientei a 3 siteuri
- sex -



SATI – analize



Exemplu de media plan pentru mediul online:

Structura media plan	Nr. insertii	Cost (RON)	CPM	Rezultate media plan	
Site 1	100.000	9.609	48	Penetrare	20,6%
Site 2	1.000.000	39.995	39	Nr. mediu de afisari pe pers.	1,3
Site 3	50.000	3.381	67		
Site 4	30.000	1.809	50	CP 100 Afisari	2,8
Total afisari	1.180.000			Penetrare 3+	1,7
Total cost ratecard		54.794		Penetrare 5+	2,1

- Rezultatele de trafic ale site-urilor web sunt publice pe www.brat.ro la adresa: <http://www.brat.ro/sati/rezultate>
- Rezultatele de audienta ale site-urilor web sunt publice pe www.brat.ro la adresa: <http://www.brat.ro/sati/audiente>

MIP



- MIP este studiu de monitorizare a investitiilor in publicitate.
- MIP ofera informatii detaliate cu privire la campaniile de publicitate desfasurate in presa scrisa, radio, online si OOH.
- MIP este realizat de catre BRAT utilizand standarde si metodologii create si acceptate de piata de media si publicitate.

MIP



BRAT monitorizeaza in prezent:



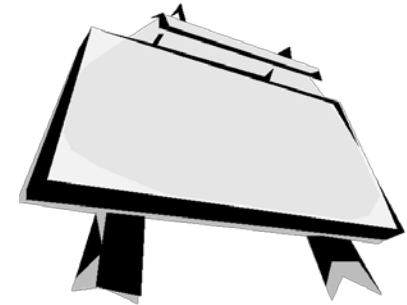
Presa scrisa



Radio



Online



OOH

MIP - Avantaje



- Oferă posibilitatea monitorizării **independente** a modului de desfășurare a campaniilor derulate pe oricare dintre cele 4 medii.
- Oferă rapoarte agregate pe toate mediile și acces la creativele campaniilor publicitare monitorizate.
- Oferă într-un mod profesionist și oficial **siguranta** implementării campaniilor publicitare comandate conform planului de media agreed de client.

MIP - rezultate



- Metodologia de realizare a MIP este adaptata fiecarui mediu si ofera posibilitatea livrarii urmatoarelor rezultate:
 - ✓ **numar de machete / spoturi / bannere / fete-suport**
 - ✓ **valoarea (rate-card) a investitiilor in publicitate**
 - ✓ Caracteristicile produsului media monitorizat (numele publicatiei/siteului, periodicitatea, editorul, etc)
 - ✓ Caracteristicile tehnice ale aparitiei mesajului (format, descriere, pozitionare, adresa, etc)
 - ✓ Caracteristicile marcii comunicata
 - ✓ Caracteristicile campaniei publicitare (numele campaniei, perioada de desfasurare, etc)
 - ✓ Toate creativele aferente campaniilor publicitare (machete print, spoturi radio, bannere online, imagini OOH)

MIP



- 257de publicatii – 13.400 de machete lunar – 25 mil. EUR ratecard lunar
- 8 statii radio – 43.500 de difuzari de spoturi publicitare lunar – 11.2 mil. EUR ratecard lunar
- 3.200 de site-uri web – 1.3 miliarde de afisari lunar – 15.5 mil. EUR ratecard lunar
- 17.600 fete suport decorate - 4.6 mil EUR ratecard lunar

MIP – exemple



Rapoarte

Rapoarte

Raportare

Rapoartele mele

Rapoarte recente

clienti_auto_radio_saptamanal
date_monitorizare_print_saptamanale
banci_clienti_produze_aprilie

Rapoarte standard

sectoare de activitate si tip de
publicitate ian 11 - mar 12 - 646.5 KB

Fisiere

Instructiuni utilizare modul de
raportare - 50.5 KB
Metodologia de realizare MIPO - 171.5
KB

Rezultate pentru perioada: 04/Iunie/2012 - 04/Iunie/2012 Exporta: [format xls](#) [Export format EXCEL](#)

NR.	ID INSERT	MARCA	NUME CAMPANIE
1	7817827	VODAFONE	VODAFONE - VODAFONE ADUCE ÎMPREUNA OAMENII CARE SA RAMANA IN FORMA - IUNIE 2012
2	7842816	VODAFONE	VODAFONE - VODAFONE ADUCE ÎMPREUNA OAMENII CARE SA RAMANA IN FORMA - IUNIE 2012
3	7842906	VODAFONE	VODAFONE - VODAFONE ADUCE ÎMPREUNA OAMENII CARE SA RAMANA IN FORMA - IUNIE 2012
4	7844747	VODAFONE	VODAFONE - VODAFONE ADUCE ÎMPREUNA OAMENII CARE SA RAMANA IN FORMA - IUNIE 2012
5	7842680	VODAFONE	VODAFONE - VODAFONE ADUCE ÎMPREUNA OAMENII CARE SA RAMANA IN FORMA - IUNIE 2012
6	7842936	VODAFONE	VODAFONE - VODAFONE PENTRU COPII. TOT TIMPUL
7	7844721	VODAFONE	VODAFONE - VODAFONE PENTRU COPII. TOT TIMPUL
TOTAL			



	POZE	PERIOADA (DATA DE APARITIE)	NUMAR INSERTURI	VALOARE LEI	VALOARE EUR
CHIAR		04.06.2012 - 04.06.2012	1	24.248	5.536
RENEAZA		04.06.2012 - 04.06.2012	1	23.214	5.300
RENEAZA		04.06.2012 - 04.06.2012	1	21.462	4.900
SI		04.06.2012 - 04.06.2012	1	34.602	7.900
NA		04.06.2012 - 04.06.2012	1	29.565	6.750
		04.06.2012 - 04.06.2012	1	23.871	5.450
		04.06.2012 - 04.06.2012	1	20.805	4.750
TOTAL			7	177.767	40.586

MIP – exemple



Rapoarte

Rapoarte

Raportare

Rapoartele mele

Rapoarte recente

[clienti_auto_radio_saptamanal](#)
[date_monitorizare_print_saptamanale](#)
[banci_clienti_produce_apriile](#)

Rapoarte standard

[sectoare_de_activitate_si_tip_de_publicitate_ian_11_mar_12_646.5_KB](#)

Fisiere

[Instructiuni_utilizare_modul_de_raportare_50.5_KB](#)
[Metodologia_de_realizare_MIPO_171.5_KB](#)

Rezultate pentru perioada: 04/Iunie/2012 - 10/Iunie/2012 Exporta: [format_xls](#) [Modifica parametri raportare](#)

[Salveaza raport nou](#) [Export format EXCEL](#)

text - +

NR.	ID INSERT	NUME CAMPANIE	BANNER	PERIOADA (DATA DE APARITIE)	AFISARI	VALOARE LEI	VALOARE EUR
1	7841558	BCR - CARDURI - 5X PUNCTE DE LOIALITATE - AUGUST 2011		04.06.2012 - 10.06.2012	1	0	0
2	7841559	BCR - CARDURI - 5X PUNCTE DE LOIALITATE - AUGUST 2011		04.06.2012 - 10.06.2012	1	0	0
3	8663181	BCR - CARDURI - DE CE SA TE BAZEZI PE NOROC CAND AI NEVOIE		04.06.2012 - 10.06.2012	6.485	328	63
4	10623116	BCR - CARDURI - DE CE SA TE BAZEZI PE NOROC CAND AI NEVOIE		04.06.2012 - 10.06.2012	5.802	0	0
5	11692982	BCR - CREDITE - ALEGE CREDITELE IPOTECARE DE EXCEPTIE CASA		04.06.2012 - 10.06.2012	41.828	2.081	393
6	11687359	BCR - CREDITE - ALEGE CREDITELE IPOTECARE DE EXCEPTIE CASA		04.06.2012 - 10.06.2012	6.395	356	70
7	7832291	BCR - CREDITE - ALEGE CREDITELE IPOTECARE DE EXCEPTIE CASA		04.06.2012 - 10.06.2012	13.117	634	119
8	11679537	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE		04.06.2012 - 10.06.2012	1	0	0
9	11683756	BCR - CREDITE - CU SMART BCR ITI REFINANTEZI TOATE CREDITELE		04.06.2012 - 10.06.2012	6.281	295	56
10	7837584	BCR - CREDITE - CU SMART BCR ITI REFINANTEZI TOATE CREDITELE		04.06.2012 - 10.06.2012	11.440	557	105
11	11690318	BCR - PENSII - ASIGURA-TE DE ACUM CA SI LA PENSIE AI UN CAMARAD. ALEGE FONDUL DE PENSII ADMINISTRATIV PRIVAT BCR, ADMINISTRAT DE BCR PENSII SAFFP SA, CAMARADUL TAU PE TERMEN LUNG. - MAI 2012		04.06.2012 - 10.06.2012	43.465	4.347	816

Message inhide

Folosește-ți cardul BCR la cumpărături. Acum ai de 5 ori mai multe puncte de loialitate.

MIP – exemple



Rapoarte

Rapoarte

Raportare

Rapoartele mele

Rapoarte recente

[clienti_auto_radio_saptamanal](#)
[date_monitorizare_print_saptamanale](#)
[banci_clienti_produce_aprilie](#)

Rapoarte standard

[sectoare de activitate si tip de publicitate ian 11 - mar 12 - 646.5 KB](#)

Fisiere

[Instruciuni utilizare modul de raportare - 50.5 KB](#)
[Metodologia de realizare MIPO - 171.5 KB](#)

Rezultate pentru perioada: 04/Iunie/2012 - 10/Iunie/2012 Exporta: [format_xls](#) [Modifica parametri raportare](#)

[Salveaza raport nou](#) [Export format EXCEL](#)

text - +

NR.	ID INSERT	NUME CAMPANIE	LOCALITATE	POZA	PERIOADA (DATA DE APARITIE)	NUMAR FATA-SUPPORT	VALOARE LEI	VALOARE EUR
1	6961983	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
2	6972816	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
3	6975852	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
4	6979537	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
5	7038724	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
6	7046015	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
7	7062992	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
8	10029241	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
9	10047198	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
10	7169127	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
11	10052359	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
12	6967679	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
13	6974493	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					
14	6978184	BCR - CREDITE - CREDITUL IN 3 ACTE DIVERS BCR. VINO CU CELE 3 ACTE IN MAXIM 5 ZILE SI PRIMESTI 200 LEI! - APRILIE 2012	BUCURESTI					



MIP – rezultate print



		TOTAL	
Sector de activitate	ECHIPAMENTE PENTRU CASA SI BIROU		
Grup de produse	COMUNICATII		
Produse	SERVICII DE COMUNICATII MOBILE		
Categorie client	SOCIETATI COMERCIALE DE INTERES REGIONAL SI NATIONAL		
Client	VODAFONE		
Model	VODAFONE ABONAMENT MEGA		
Submodel	VODAFONE ABONAMENT MEGA		
Categorie campanie	PREZENTARE CARACTERISTICI PRODUS/SERVICIU		
	VODAFONE - ABONAMENTELE VODAFONE. VEZI PE UNDE MERITA SA IESI. IN		
	FIECARE SEARA. LG OPTIMUS L3 - APRILIE 2012		
Nume campanie	AGENTIE DE PUBLICITATE		
Tip contractor	BV MCCANN ERICKSON SRL		
Nume contractor	RINGIER ROMANIA		
Grup editori	RINGIER ROMANIA		
Editor	RINGIER ROMANIA		
Grup publicatie	LIBERTATEA		
Publicatie	LIBERTATEA - EDITIE NATIONALA		
Periodicitate	COTIDIAN		
Arie de distributie	NATIONAL		
Categorie continut editorial gratuit/platit	TABLOIDE		
Tip de publicitate	PLATIT		
Format standard	PUB. STANDARD/BARTER		
Format	1/2 PAGINA		
Pozitionare in pagina	1/2 PAGINA REDACTIONALA (LUNI-JOI)		
Culoare	JOS		
Context	COLOR		
Categorie pagina	SPORT		
Perioada (data de aparitie)	PAGINA DREAPTA		
Numar inserturi	07.05.2012 - 13.05.2012	1	1
Poza	deschide poza		
Valoare LEI		21462	21462
Valoare EUR		4900	4900
Nr. pagini publicitate		0.5	0.5
Data start campanie	06.04.2012		
Data sfarsit campanie	07.05.2012		

MIP – rezultate radio



Sector de activitate	ECHIPAMENTE PENTRU CASA SI BIROU
Grup de produse	COMUNICATII
Produse	SERVICII DE COMUNICATII MOBILE
Categorie client	SOCIETATI COMERCIALE DE INTERES REGIONAL SI NATIONAL
Client	VODAFONE
Model	VODAFONE
Submodel	VODAFONE
Categorie campanie	PROMOTII PRET / VOLUM
Nume campanie	VODAFONE - PREPAY EXTRAOPTIUNEA TOTAL 5, APLICATIA SHAZAM - APRILIE 2012
Editor	SBS BROADCASTING MEDIA
Statie radio	KISS FM
Tip de spot	CLASSIC
Format spot	20
Mod de difuzare spot	NORMAL
Arie difuzare	LOCALA
Perioada (data de aparitie)	07.05.2012 - 13.05.2012
Numar difuzari	1
Spot audio	download spot
Valoare LEI	1383
Valoare EUR	316
Data start campanie	06.04.2012
Data sfarsit campanie	07.05.2012
Zi saptamana	LUNI
Data start spot	07/05/2012
Ora start spot	09:57:35
Data stop spot	07/05/2012
Ora stop spot	09:57:54
Poz. in calup	11
Poz. calup in zi	18
Total calupuri din zi	42
Total spoturi din calup	13

STIU, LUIGI IONESCU, LALELE LALELE, CASTIGA-TI STATUTUL DE MAESTRU IN MUZICA, REINCARCI CU DOAR 6 EURO/CREDIT SI AI NET INCLUS SA FOLOSESTI GRATUIT APLICATIA SHAZAM, MII DE MINUTE IN RETEA SI CELE MAI MULTE MINUTE NATIONALE SI INTERNATIONALE DETALII IN MAGAZINE, VODAFONE

Descriere spot
Durata spot

MIP – Rezultate online



Sector de activitate	ECHIPAMENTE PENTRU CASA SI BIROU
Grup de produse	COMUNICATII
Produse	SERVICII DE INTERNET
Categorii client	SOCIETATI COMERCIALE DE INTERES REGIONAL SI NATIONAL
Client	VODAFONE
Marca	VODAFONE INTERNET
Model	VODAFONE INTERNET
Submodel	VODAFONE INTERNET
Categorii campanie	IMAGINE PRODUS/SERVICIU/COMPANIE
Nume campanie	VODAFONE INTERNET - OFERTE DE SUCCES VALABILE DOAR IN JUDETUL TAU - SUCEAVA - SFATUL DE SUCCES
Grup editori	TINE-TI INTERNETUL DESCHIS NON-STOP - APRILIE 2012
Editor	MEDIAFAX
Site web	MEDIAFAX GRUP
Categorii continut site	GANDUL.INFO
Format banner	STIRI GENERALE
Proprietati format	728X90
Proprietati targetare	NONE
Afisari	NONE
Denumire banner	110148
Perioada (data de aparitie)	VODAFONE - OFERTE DE SUCCES VALABILE DOAR IN JUDETUL TAU - SUCEAVA 728X90 - 18.04.2012
Banner	01.05.2012 - 13.05.2012
Desc. format	deschide banner
Denumire format	LEADERBOARD
Valoare LEI	VODAFONE - OFERTE DE SUCCES VALABILE DOAR IN JUDETUL TAU - SUCEAVA 728X90 - 18.04.2012
Valoare EUR	3525
Data start campanie	806
Data sfarsit campanie	18.04.2012
Zi saptamana	17.05.2012
	MARTI

MIP – Rezultate OOH



Sector de activitate	MATERIALE DE CONSTRUCTII, DISPOZITIVE ELECTRICE/COMBUSTIBIL
Grup de produse	ALTE MATERIALE DE CONSTRUCTII
Produse	MAGAZINE SI DISTRIBUTORI DE MATERIALE DE CONSTRUCTII
Categorie client	SOCIETATI COMERCIALE DE INTERES REGIONAL SI NATIONAL
Client	DEDEMAN
Marca	DEDEMAN
Model	DEDEMAN
Submodel	DEDEMAN
Categorie campanie	IMAGINE PRODUS/SERVICIU/COMPANIE
Nume campanie	DEDEMAN - AI UN CHIP CA DE PAPUSA, ASA CA-TI DAU IN DAR O USA - OCTOMBRIE 2012
Tip contractor	CLIENT DIRECT
Nume contractor	
Grup editori	EPAMEDIA
Editor	EPAMEDIA
Tip de publicitate	PUB. STANDARD/BARTER
Format OOH	BACKLIT
ID fata	500621101B
ID Locatie	500621101
Inaltime	3.00
Baza	4.00
Iluminat	DA
Judet	MARAMURES
Localitate	BAIA MARE
Data comandata start	20.06.2012
Data comandata stop	02.12.2012
Numar fata-suport	1
Poza OOH	deschide poza
Poza OOH verificare BRAT	deschide poza
Valoare LEI	71
Valoare EUR	16
Curs	4,5
Zi saptamana	LUNI

MIP – Early warning



- Serviciul consta in semnalarea lansarii unei campanii de publicitate sau a unui nou mesaj publicitar intr-un termen cat mai scurt de la lansarea acesteia si este disponibil pentru presa scrisa, radio si online.
- Serviciul pune **zilnic** la dispozitia utilizatorilor rezultate de monitorizare **complete si verificate pentru**:
 - presa scrisa – toate campaniile lansate in ziua curenta
 - online – toate campaniile lansate in ziua anterioara
 - radio – toate campaniile lansate in ziua anterioara

MIP – Early warning



Mediu	Ora de livrare	Descriere
Presă Scrisă	Ora 14:00	Campanii lansate în cotidiene din ziua curentă. Campanii lansate în periodicele ce au apărut în urmă cu 1 – 3 zile.
Online	Ora 12:00	Campanii lansate pe orice site web, în ziua anterioară.
Radio	Ora 14:00	Campanii lansate pe orice stație radio, în ziua anterioară.

MIP – Early warning



Client	Marca	Nume campanie	Afisari	Banner	Valoare LEI	Valoare EUR
ANCHOR MALL GROUP	DENIM FEST	DENIM FEST - 18-20 MAI, JEANS LA SUPER OFERTE. VINO SA-TI GASESTI PERECHEA. PLAZA ROMANIA. - MAI 2012	1617	deschide banner	129	30
BAUMAX ROMANIA	BAUMAX	BAUMAX - BAUMAX 35 DE ANI APRILIE 2012 - APRILIE 2012	7697	deschide banner	463	106
BERGENBIER	BECKS	BECKS - TU CE TIP DE FAN ESTI. ALEGE STILUL CARE TI SE POTRIVESTE SI CASTIGA BILETE LA ROCK IN PARK CU BECKS. - MAI 2012	3016	deschide banner	310	71
BIOGENIS	BIOGENIS	BIOGENIS - PRIMA ALEGERE PENTRU CELULE STEM RECOLTATE LA NASTERE - APRILIE 2012	121	deschide banner	6	1
DEBENHAMS	DEBENHAMS	DEBENHAMS - 30 LA SUTA PENTRU ORICE PRODUS, IN PERIOADA 17-20 MAI. - MAI 2012	9475	deschide banner	711	162
IMPACT DEVELOPER	CARTIERUL EUROPA	CARTIERUL EUROPA - VILE DE PROBA INCHIRIEZI ACUM CUMPERI AVANTAJOS LA ANUL - MAI 2012	5837	deschide banner	292	67
MINI PRIX	MINI PRIX	MINI PRIX - VOTEAZA-TI JUDETUL SI IN WKND-UL 26-27 MAI POTI AVEA 30 LA SUTA REDUCERE PE WWW.MINIPRIX.RO - MAI 2012	5079	deschide banner	233	53
NEW YORKER	NEW YORKER	NEW YORKER - MAREA DESCHIDERE, TARGU MURES. VINERI, 25 MAI, PROMENADA MALL. - MAI 2012	2163	deschide banner	88	20
ORANGE	ORANGE	ORANGE - BLACKBERRY PENTRU FIECARE. INTERNET NELIMITAT SI BBM CU NOILE OPTIUNI BLACKBERRY. TU PE CARE IL ALEGI. - MAI 2012	1509482	deschide banner	73096	16703
PDL ORADEA	PDL ORADEA	PDL ORADEA - RADU TIRLE PRESEDINTE CONTINUAM SCHIMBAREA IN BINE MIHAI GROZA PRIMAR DIN RESPECT PENTRU ORADENI - MAI 2012	751	deschide banner	38	9
PRODEXIM MARATON	PRODEXIM MARATON	PRODEXIM MARATON - PRODEXIM MARATON PANTOFI SI GENTI DIN PIELE NATURALA PRET DE PRODUCATOR - MAI 2012	11589	deschide banner	579	132
SAMSUNG	SAMSUNG HOPE FOR YOUTH	SAMSUNG HOPE FOR YOUTH - TRENDS OF TOMORROW - SAMSUNG TE AJUTA SA ITI CONSTRUIESTI UN PLAN DE CARIERA DE SUCCES. CASTIGA. P 1- 5000EUR PREMIU PE ECHIPA, P 2 - 3000EUR PREMIU PE ECHIPA, P3 - 3 SAMSUNG	69446	deschide banner	3217	735

Intrebari



Contact



BRAT

Adresa: Calea Grivitei, Nr 6, et 3, Sector 1, Bucuresti

Tel fix: 021 311 77 40/41

Arina Ureche

Director General

arina@brat.ro

0722 755 220

Constantin Popa

Director Audit si Monitorizare

Constantin_popa@brat.ro

0722 755 227