

INFORMATIONSVERANSTALTUNG – EVO AD

30.06.2022

AGFS: Werner Amacher, Olivier Schmid



ARBEITSGEMEINSCHAFT
FERNSEHWERBUNG SCHWEIZ AG

1. Projektstand
2. Fragen und Antworten
3. Ad-hoc Fragen

PROJEKTSTAND

- Viele Fragen zum Tool und auch zu Prozessen
- Aufgrund der vielen Fragen haben wir den Aufbau der Basisprognose Teil 2 auf einen späteren Zeitpunkt verschoben
- Fehler in Version 4504: Beim Import von Kampagnen ab Buchungstools werden in gewissen Fällen Buchungen verdoppelt oder sogar Blöcke hinzugefügt
- Termine für Datenversand Buchungseröffnung 2023 noch nicht fix
- In der Lizenzverwaltung eingetragene Kontaktpersonen sind nicht aktuell. Bitte prüfen
- Neue Währung steht vor der Tür
- Neue Version 4563 erhalten. Tests bisher positiv

- Tests bisher positiv
- Termin Freitagnachmittag, 01. Juli 2022

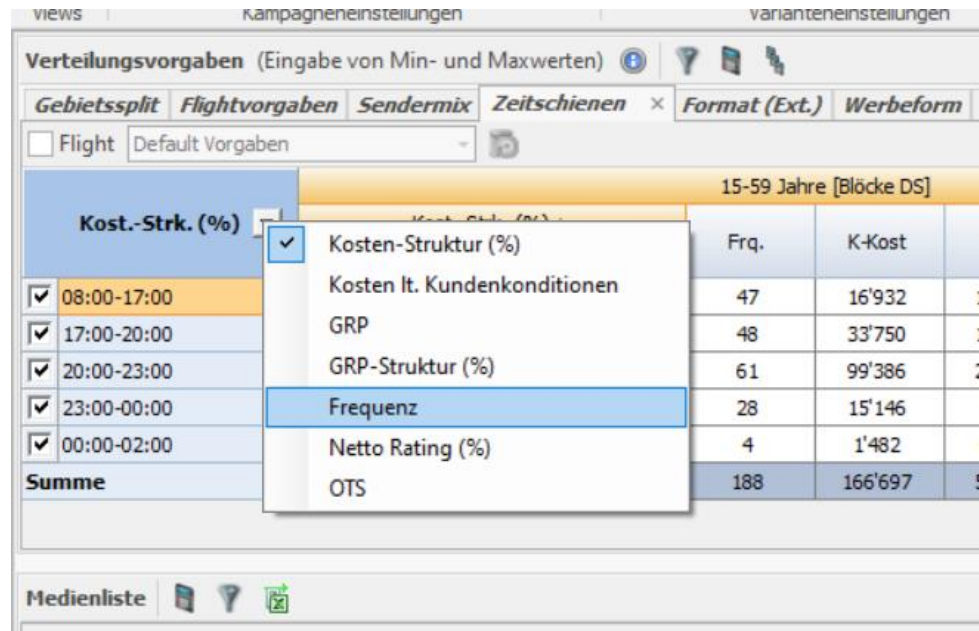
Inhalt:

- RCS Module
 - Overnight Datenaktualisierung
 - Reporter Datenbank
- Werbeformen-Gruppen (ähnlich Sendergruppen)
- Beibehalten gebuchter Blöcke beim Planerzeugen (da gibt es noch einige Fragezeichen)
- In der Medienliste gibt es die Möglichkeit „Nicht verfügbare“-Blöcke auszublenden
- GRP Zieldefinition beim Erstellen einer Kampagnen
- Im Konditionsbaustein steht ein 3. Rabattelement zur Verfügung

- In ExPost-Planungen werden im AdHoc-Baustein die Werbeformen für Ausschlüsse geprüft
- Der im Baustein hinterlegte Kampagnenzeitraum wird aktualisiert
- Auftragsformen
 - Der Auswahldialog wird mit den Default-Auftragsformen gefüllt
 - Importierte Auftragsformen werden in Reports berücksichtigt.
- Einige Sender, wie z.B. M1, Tele 1, TVO werden nicht mehr angezeigt
- In den Verteilungstabellen wurden die Felder ‚Genre nachher‘ und ‚Titel vorher‘ ergänzt
- Das Fact ‚Kumuliertes Netto-Rating‘ war doppelt vorhanden. Ein Fact wurde in ‚Netto-Rating‘ umbenannt.
- Beim xml-Import vom Mediafocus Daten bleiben die ursprünglichen Kostenfelder erhalten

FRAGEN UND ANTWORTEN

Gibt es "Anzahl von Werbeblöcken" als Fact im Verteilungsmatrix in der Planung, um eine Überbelegung bei der Planung zu vermeiden?



The screenshot shows a software interface with a tabbed menu at the top: 'Gebietssplit', 'Flightvorgaben', 'Sendermix', 'Zeitschienen', 'Format (Ext.)', and 'Werbeform'. The 'Flightvorgaben' tab is active. Below it, there's a section for '15-59 Jahre [Blöcke DS]'. A table is displayed with columns 'Frq.', 'K-Kost', and a third column. A dropdown menu is open over the table, showing options: 'Kosten-Struktur (%)', 'Kosten lt. Kundenkonditionen', 'GRP', 'GRP-Struktur (%)', 'Frequenz' (highlighted), 'Netto Rating (%)', and 'OTS'. The table data is as follows:

	Frq.	K-Kost	
08:00-17:00	47	16'932	1:
17:00-20:00	48	33'750	1:
20:00-23:00	61	99'386	2:
23:00-00:00	28	15'146	5:
00:00-02:00	4	1'482	0:
Summe	188	166'697	5:

Antwort:

Ja, im Dropdown wo auch Kosten oder GRP gewählt werden kann...

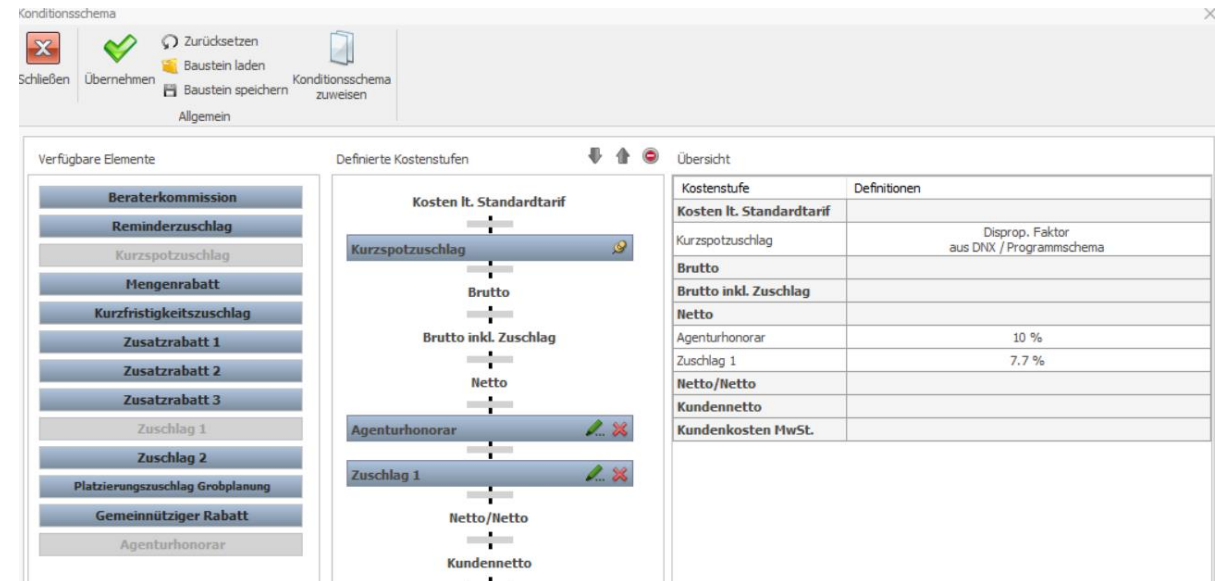
Gibt es die Kostenstufen "Kundennetto" und "Kundennetto MwSt." für Kostenberechnung/Planung, sodass man eine Kostenstufe inkl. Honorar hat. Aktuell ist nur: "Brutto", "Netto" und "Netto/Netto" vorhanden.

Auftragsform

☒ keine Einschränkung
☐ nur ausgewählte Elemente anzeigen

Auftragsform

☐ Paid
☐ Freespace
☐ LK
☐ Spezial



Antwort:

Nein, es gibt drei Stufen: Brutto / Netto und Netto-Netto mit Paid oder NonPaid. Zudem kann mit den Auftragsformen in den Reports detailliert gearbeitet werden. Kann aber mit den Kundenkonditionen umgangen werden... = Honorar & MwSt

Was bedeutet "Werbung CH ohne Angebot"?

Antwort:

Werbeblöcke welche (noch) nicht im Angebot enthalten sind z.B. nach Import ab Buchungssystem oder nicht korrekt codierte Werbeblöcke.

Beides wird so oder so mit den laufenden Updates korrigiert werden.

Wie kann einfach die Inflation aus den Daten gezogen werden?

Antwort: Viele Wege führen nach Rom...

ExAnte = Planung / Medienliste / Vollbelegung / Ergebnisse/Reports
oder
Planung / Marktbaustein / Excel

ExPost = Kontrolle / Recherche / Ergebnisse/Reports

Gibt es die Möglichkeit Frequenzen manuell in der Verteilungsmatrix zu planen?

Antwort:

Nein – dagegen kann in der Medienliste manuell geplant werden. Einzeln mit der Vergabe einer 1 in der Spalte Frequenz. Mehrfachauswahl mit CTRL- oder SHIFT-Taste.

Woher kommt der Aufschlag von Netto zu Netto-Netto auf gewissen Sendern?

o)	TKP	CPP	Brutto (Paid)	Netto (Paid)	Netto/Netto (Paid)	
	106.34	1'860.22	33'333.20	25'639.90	26'112.70	-472.80
	40.19	703.08	117'836.88	38'886.17	38'886.17	0.00
	56.29	984.74	143'716.65	47'426.49	47'426.49	0.00
	83.83	1'466.38	98'447.37	32'487.63	32'487.63	0.00
	70.19	1'227.88	46'130.60	35'483.66	36'969.59	-1'485.94
	28.37	496.22	27'099.66	8'942.89	8'942.89	0.00
	35.66	623.87	14'248.92	4'702.14	4'702.14	0.00
	42.50	743.50	14'079.24	4'646.15	4'646.15	0.00
	44.48	778.11	27'819.96	8'345.99	8'345.99	0.00
	89.54	1'566.35	4'618.95	4'618.95	4'618.95	0.00
	56.61	990.18	527'331.43	211'179.97	213'138.70	-1'958.73

Antwort:

Preise in EvoAd kommen je nach Stand aus unterschiedlichen Quellen:

- . Planung = aus dem Angebot (Basisprognose) = Können via Konditionenbaustein angepasst werden
- . Planung mit Verfügbarkeiten = dito
- . Planung nach Abruf Buchungen = unveränderbar aus Buchungssystemen, mit/ohne Konditionen
- . Tracking/Kontrolle = unveränderbar aus Buchungssystemen, mit Konditionen

Marktdefinition funktioniert nicht, solange man die Stunde 00-01 Uhr nicht ausschliesst?

Antwort:

Funktioniert bei uns, siehe Inflation / Marktdefinition

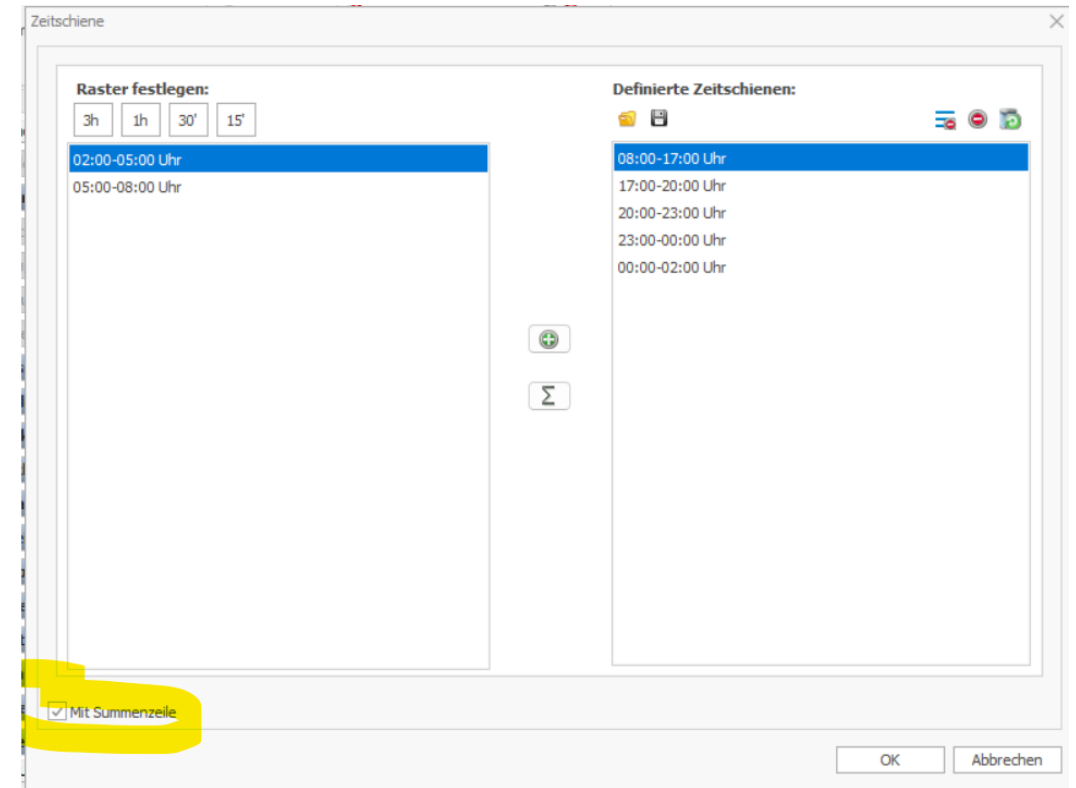
Generell: Bei solchen Meldungen ist es hilfreich, wenn die Kampagne exportiert und mit geschickt wird, ansonsten kann so ein Fehler kaum nachgebaut werden...

Anzeige in der Spalte GRP-Struktur % macht keinen Sinn.

Zielgruppe: 30-49 Jahre männlich		Gebiet: Suisse Romande (SR)			
		Freq.	GRP	GRP-Strk. (%)	Brutto inkl. ZS (All-In)
RTS 1	09:00-17:00	13	9.540	61.356	1'540.00
	17:00-19:00	21	15.126	96.658	4'381.96
	19:00-23:00	21	32.014	81.614	18'186.74
	23:00-23:30	5	2.904	100.000	935.11
RTS 2	09:00-17:00	26	6.009	38.644	952.38
	17:00-19:00	1	0.523	3.342	91.63
	19:00-23:00	20	7.212	18.386	2'768.70
	23:00-23:30	5	2.904	100.000	935.11
Summe	09:00-17:00	39	15.549	100.000	2'492.38
	17:00-19:00	22	15.649	100.000	4'473.59
	19:00-23:00	41	39.226	100.000	20'955.44
	23:00-23:30	5	2.904	100.000	935.11

Antwort:

Bei der Erstellung des Reports darauf achten, dass auf der zweiten Ebene (Zeitschiene) «Mit Summenzeile» angewählt wird. Damit wird die GRP-Struktur in % auf den Sender bezogen angezeigt = 100% pro Sender. Auf der ersten Ebene (Sender) sorgt für das Summer über alle Sender.



Werbeinseltabelle: gibt es eine Option «alle Werbeblöcke fixieren»?

Antwort:

Um viele Blöcke auf einmal zu fixieren muss zuerst die Gruppierung mit Drag&Drop aufgehoben werden. Anschliessend den ersten Block in der Spalte fixiert anklicken und nach unten scrollen und wieder in die Spalte Fixiert klicken.

Es kann auch direkt in der Spalte mit der Maus markiert werden und mittels Klick ins oberste Kästchen fixiert werden.

In EvoAd werden Verfügbarkeiten gezeigt, welche in publiplan nicht verfügbar sind?

RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	17:00	So		Formule 1: p. course ...	Série	
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	17:35	So	1	Série	Série	611.12
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	18:25	So		Série	Sport Dimanche	
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	19:22	So		Météo	19h30	
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	20:05	So		Météo	Mise au point	
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	21:00	So		Mise au point	Série US	
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	21:45	So		Série US	Série US	
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	22:30	So	1	Série US	Série prestige	741.82
RTS 1	KW 35 / 2022	04.09.2022	23:20	So		Série prestige	Série prestige	

✓	35	So	04.09.2022	17:00:00	17:00:00		10	146.67		0	0	0	0	0	0	0	0
✓	35	So	04.09.2022	17:35:00	17:35:00		12	183.34		1	0	0	1	1	1	1	0
✓	35	So	04.09.2022	18:25:00	18:25:00		12	183.34		2	0	0	0	0	0	0	0
⚠	35	So	04.09.2022	19:10:00	19:10:00		25	1'265.01		0	0	0	0	0	0	0	0
✓	35	So	04.09.2022	19:22:00	19:22:00		28	1'815.02		0	0	0	0	0	0	0	0
⚠	35	So	04.09.2022	20:00:00	20:00:00		39	3'831.70		3	0	0	0	0	0	0	0
✓	35	So	04.09.2022	20:05:00	20:05:00		35	3'098.36		0	0	0	0	0	0	0	0
✓	35	So	04.09.2022	21:00:00	21:00:00		29	1'998.35		1	0	0	0	0	0	0	0
✓	35	So	04.09.2022	21:45:00	21:45:00		25	1'265.01		0	0	0	0	0	0	0	0
⚠	35	So	04.09.2022	22:30:00	22:30:00		23	898.34		2	0	0	1	1	1	1	0
⚠	35	So	04.09.2022	23:20:00	23:20:00		15	293.34		0	0	0	0	0	0	0	0

Antwort:

Es werden nicht ganz alle Restriktionen welche auf den Wellen eröffnet sind abgefragt...

Planung: Vorgaben werden nicht erfüllt, Budget wird nicht ganz ausgegeben

In der Planung, nur auf Standard Werbeformen wird das Budget nicht zu 100% verteilt und auch der Sendersplit nicht korrekt abgebildet. Erst wenn SoWeFo dazukommen, klappt es!
Gemäss Vollbelegung ist aber genug GRP z.B. bei Kabel eins vorhanden...

Antwort:

Vorgehen vorbildlich: Vorgaben korrekt hinterlegt, check Angebot mit Vollbelegung.

Weiter Kontrollmöglichkeiten = Filter in Verteilungstabellen & Medienliste.

Achtung auf Filter in Strategie = GRP nicht < 0.25 GRP

Kost.-Strk. (%) ▾		Kost.-Strk. (%) ↓				Frq.	K-Kost	Gesamtergebnis (Deutschschweiz (DS))	
		Min. (%)	Max. (%)	Ist	15-49 Jahre				
☒	SRF 1	4.000	5.000	5.683	6	14'250.00	Budget	300'000.00	
☒	SRF zwei	4.000	5.000	5.803	14	14'549.70	Kosten	250'730.10	
☒	RTL CH	9.000	10.000	11.946	26	29'952.30	Saldo	49'269.90	
☒	RTLZWEI CH	9.000	10.000	11.791	29	29'564.40	Frq.	274	
☒	VOX CH	9.000	10.000	11.916	36	29'876.70	GRP	117.494	
☒	NITRO CH	4.000	5.000	5.321	14	13'341.00	Cpp	2'133.99	
☒	ntv CH	4.000	5.000	0.906	4	2'272.20	KTS (Tsd.)	2'811.83	
☒	TLC CH	4.000	5.000	5.886	30	14'757.60	Kum. Netto Rating (%)	28.138	
☒	ProSieben CH	9.000	10.000	11.962	34	29'992.50	OTS	4.2	
☒	SAT 1 CH	4.000	5.000	5.935	20	14'881.80	Affinität (%)	75.597	
☒	Kabel Eins CH	4.000	5.000	1.895	8	4'751.40	Brutto (All-In)	250'730.10	
☒	Sixx CH	4.000	5.000	5.865	14	14'705.70	Brutto (Paid)	250'730.10	
☒	3+	4.000	5.000	1.639	8	4'108.80	Netto/Netto (Paid)	250'730.10	
☒	4+	4.000	5.000	5.898	8	14'787.90	Brutto (NonPaid)	0.00	
☒	TV24	4.000	5.000	5.707	15	14'308.50	Netto/Netto (NonPaid)	0.00	
☒	TV25	4.000	5.000	1.846	8	4'629.60			
Summe		84.000	100.000	100.000	274	250'730.10	3.900		

FRAGERUNDE

VIELEN DANK!