

Инструкция
по работе программного обеспечения
«ТВ Дашборд»

Оглавление

Термины и сокращения	3
Роли пользователей и права доступа.....	3
Вход в систему	4
Описание основных элементов пользовательского интерфейса	4
Секция «Авторизация»	7
Раздел «Пользователи»	7
Раздел «Роли»	10
Секция «Справочники»	13
Раздел «Клиенты»	13
Раздел «Рекламные бренды»	14
Раздел «Правила наименования»	16
Раздел «ЦА».....	18
Раздел «Каналы».....	20
Раздел «Мин. пороги»	22
Раздел «Наценка на хронометраж».....	22
Секция «Загрузка показателей»	24
Раздел «Медиапланы».....	24
Секция «Дашборд».....	26
Общая информация	26
Раздел «GRP».....	27
Раздел «TRP»	32
Раздел «Все города»	36
Приложение	39

Термины и сокращения

Медиабаер – специалист по планированию и размещению рекламных материалов в СМИ, менеджер по закупке рекламы.

Медиаплан (МП) – документ, в котором определены плановые показатели, бюджет и месяц проведения рекламной кампании.

РК – рекламная кампания.

ЦА – целевая аудитория.

Palomars – система мониторинга телесмотрения, аккумулирующая данные о поведении аудитории телезрителей и позволяющая строить прогнозы на основе этих данных.

ВИМБ – автоматизированная система размещения рекламных роликов в эфире телеканалов.

Роли пользователей и права доступа

В системе предусмотрены следующие роли:

- Разработчик
- Администратор
- Сотрудник ТВ Баинга
- Представитель клиента

Разработчик – пользователь с полным набором прав доступа; технический специалист, который имеет доступ ко всему функционалу системы.

Администратор – пользователь с расширенными правами доступа. Администратор создает учетные записи пользователей.

Сотрудник ТВ Баинга – роль для медиабаера, пользователя, который загружает в систему плановые показатели РК и осуществляет мониторинг хода РК.

Представитель клиента – маркетолог на стороне рекламодателя, ответственный за продвижение бренда. Осуществляет мониторинг хода РК.

Список ролей с указанием доступного функционала представлен в таблице 1.

Таблица 1. Матрица ролей

	Справочники	Дашборд	План	Пользователи	Роли	Примечание
Разработчик	Просмотр, управление	+	+	Просмотр, управление	Просмотр, управление	Полный доступ ко всему функционалу системы
Администратор	Просмотр, управление	+	+	Просмотр, управление	Просмотр, управление	Недоступно управление учетными записями пользователей

						с ролью «Разработчик»
Сотрудник ТВ Баинга	Просмотр	+	+	–	–	
Представитель клиента	–	+	–	–	–	

Вход в систему

Для входа в систему необходимо перейти на страницу авторизации (см. рисунок 1), ввести аутентификационные данные (логин и пароль), выданные администратором системы, нажать кнопку «Войти».

Рисунок 1 – форма авторизации

При необходимости восстановления пароля нужно обратиться к администратору.

Описание основных элементов пользовательского интерфейса

В левой части экрана расположено главное меню, список пунктов которого зависит от роли пользователя. Меню для пользователей с ролями Разработчик и Администратор показано на рисунке 2, для роли Сотрудник ТВ Баинга – на рисунке 3, для роли Представитель клиента - на рисунке 4.

Главное меню состоит из четырех секций:

- Дашборд
- Загрузка показателей
- Авторизация (только для ролей Разработчик и Администратор)
- Справочники

Секция «Дашборд» объединяет ссылки на три раздела:

- GRP
- TRP
- Все города

Секция «Загрузка показателей» включает в себя один раздел «Медиапланы».

Секция «Авторизация» включает в себя разделы «Пользователи» и «Роли».

Секция «Справочники» группирует ссылки на разделы, позволяющие просматривать и редактировать следующие справочники:

- Клиенты
- Рекламные бренды
- Правила наименования
- ЦА
- Каналы
- Мин. пороги
- Наценки на хронометраж

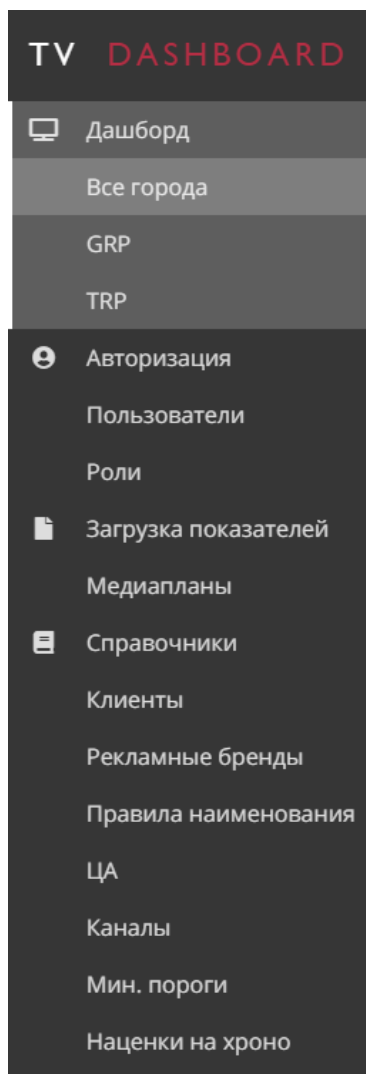


Рисунок 2 – главное меню для ролей Разработчик и Администратор

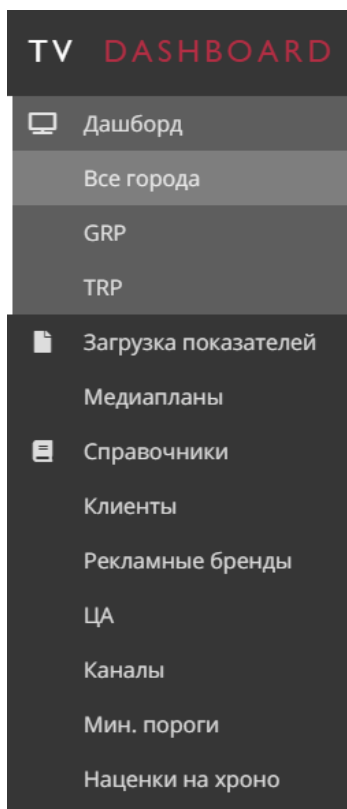


Рисунок 3 – главное меню для роли Сотрудник ТВ Баинга

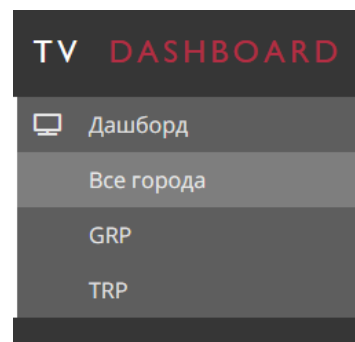


Рисунок 4 – главное меню для роли Представитель клиента

При необходимости пользователь может сменить язык интерфейса на английский, воспользовавшись переключателем в левом нижнем углу экрана (см. рисунок 5).

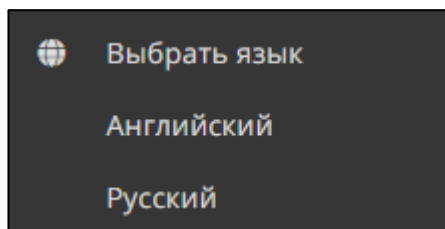


Рисунок 5 – выбор языка интерфейса

В правом верхнем углу экрана расположена кнопка выхода из текущей учетной записи (см. рисунок 6).

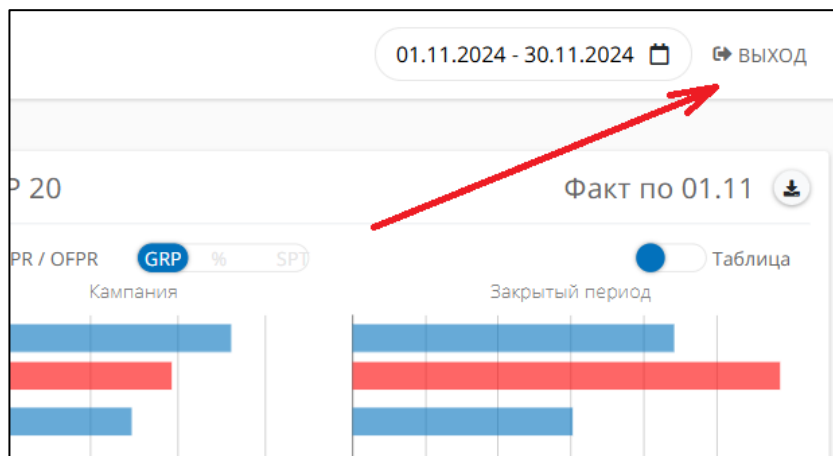


Рисунок 6 – кнопка выхода из учетной записи

Секция «Авторизация»

Раздел «Пользователи»

Данный раздел содержит информацию о пользователях, зарегистрированных в системе, позволяет редактировать учетные записи пользователей и добавлять новые, а также управлять доступом на основе ролевой модели (см. рисунок 7).

<input type="checkbox"/>	Имя	Фамилия	Логин	E-mail	Телефон	Роль	Создано	Обновлено
<input type="checkbox"/>	Иван	Иванов	admin	ivanov@demo.com	-	Администратор	04.11.2024, 17:09	04.11.2024, 18:07
<input type="checkbox"/>	Ольга	Петрова	tv_buyer1	petrova@demo.com	-	Сотрудник ТВ Баинга	04.11.2024, 17:12	04.11.2024, 18:07
<input type="checkbox"/>	Елена	Сидорова	tv_buyer2	sidорова@demo.com	-	Сотрудник ТВ Баинга	04.11.2024, 17:13	04.11.2024, 18:03
<input type="checkbox"/>	Надежда	Михайлова	client_automagnat	client_automagnat@demo.com	-	Представитель клиента	04.11.2024, 17:50	04.11.2024, 17:51
<input type="checkbox"/>	Владимир	Лазарев	client_mebel	client_mebel@demo.com	-	Представитель клиента	04.11.2024, 17:51	04.11.2024, 17:51
<input type="checkbox"/>	Дмитрий	Тихонов	client_apteka	client_apteka@demo.com	-	Представитель клиента	04.11.2024, 17:52	04.11.2024, 17:52

Рисунок 7 – список пользователей

Для создания учетной записи пользователя необходимо заполнить следующие поля (см. рисунок 8):

- Имя
- Фамилия
- E-mail
- Телефон
- Логин
- Пароль

Из выпадающего списка необходимо выбрать роль, которая будет присвоена пользователю. Также нужно указать, к каким клиентам пользователь может иметь доступ: отметить чекбокс «Доступ ко всем клиентам» или выбрать клиентов из списка.

Добавить пользователя ×

Имя *

Фамилия *

E-mail *

Телефон *

Логин *

Пароль *

Роль *

Доступ ко всем клиентам

Клиент

Рисунок 8 – форма создания пользователя

При необходимости можно отредактировать данные пользователя (см. рисунок 9), а также заблокировать его учетную запись, отметив чекбокс «Заблокирован» (см. рисунок 10).

<input type="checkbox"/>	Имя	Фамилия	Логин
<input type="checkbox"/>	🔒 -	Супер Администратор	root
<input type="checkbox"/>	🔒 Иван	Иванов	admin
<input checked="" type="checkbox"/>	Изменить льга	Петрова	tv_buyer1
<input type="checkbox"/>	🔒 Елена	Сидорова	tv_buyer2

Рисунок 9 – редактирование пользователя

Изменить пользователя

Имя *
Ольга

Фамилия *
Петрова

E-mail *
petrova@demo.com

Телефон *
-

Логин *
tv_buyer1

Роль *
ТВ Баинг

Доступ ко всем клиентам

Клиент

АвтоМагнат Аптека 24

Лучший Парфюм

Заблокирован

СОХРАНИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ

Рисунок 10 – форма редактирования пользователя

Изменение паролей учетных записей доступно пользователям с ролью Администратор или Разработчик (см. рисунки 11 и 12).

<input type="checkbox"/>		Иван	Иванов
<input type="checkbox"/>			Петрова
<input type="checkbox"/>		Елена	Сидорова

Рисунок 11 – изменение пароля пользователя

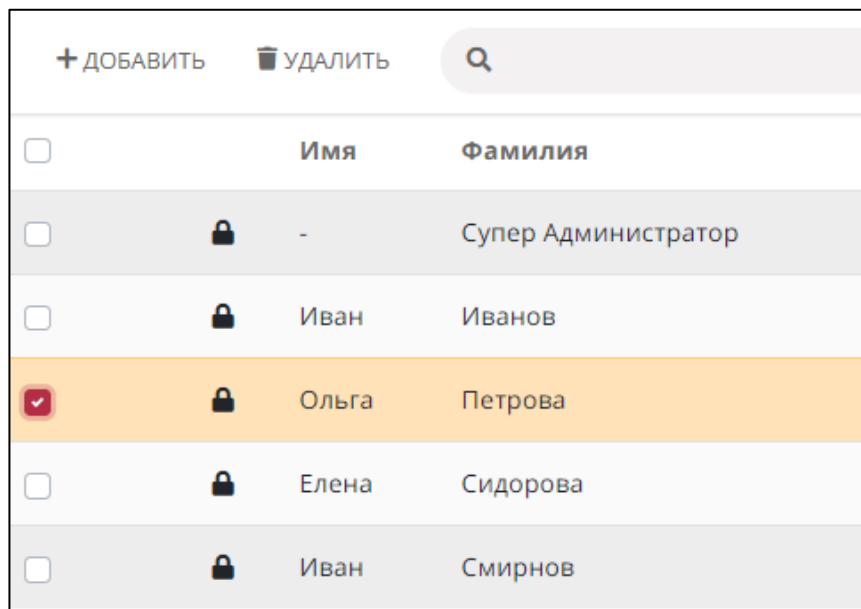
Изменить пароль

Пароль *

ИЗМЕНИТЬ

Рисунок 12 – изменение пароля пользователя

Для удаления пользователя необходимо отметить соответствующий ему чекбокс и нажать кнопку «Удалить» (см. рисунок 13).

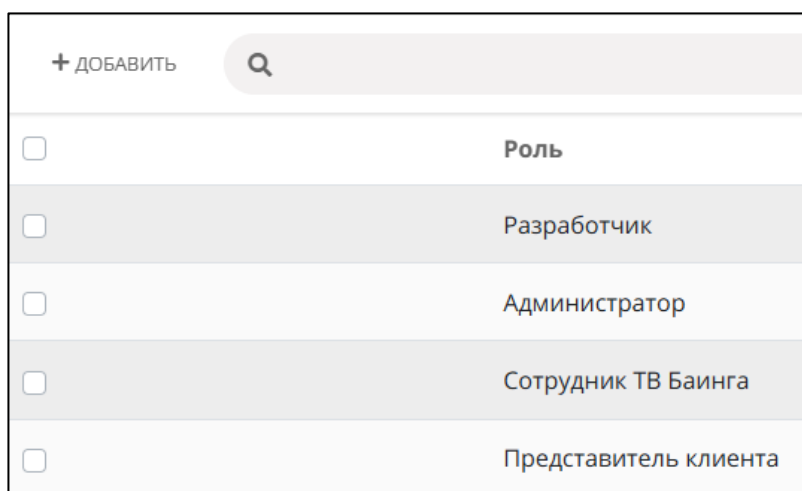


<input type="checkbox"/>		Имя	Фамилия
<input type="checkbox"/>	🔒	-	Супер Администратор
<input type="checkbox"/>	🔒	Иван	Иванов
<input checked="" type="checkbox"/>	🔒	Ольга	Петрова
<input type="checkbox"/>	🔒	Елена	Сидорова
<input type="checkbox"/>	🔒	Иван	Смирнов

Рисунок 13 – удаление пользователя

Раздел «Роли»

Пользователям с ролями Разработчик и Администратор доступна возможность управления ролевой моделью доступа к функционалу системы. В разделе «Роли» перечислены роли пользователей, имеющиеся в системе (см. рисунок 14).



<input type="checkbox"/>	Роль
<input type="checkbox"/>	Разработчик
<input type="checkbox"/>	Администратор
<input type="checkbox"/>	Сотрудник ТВ Баинга
<input type="checkbox"/>	Представитель клиента

Рисунок 14 – список ролей

Для добавления новой роли необходимо ввести ее название и выбрать из списка доступы (разрешения), соответствующие данной роли (см. рисунок 15). При изменении роли необходимо заполнить те же поля (см. рисунок 16).

В системе определены следующие доступы:

- Пользователи – просмотр (просмотр списка пользователей)
- Пользователи – управление (создание, редактирование, удаление, блокировка пользователей)
- Роли – просмотр (просмотр списка ролей)

- Роли – управление (создание, редактирование, удаление ролей)
- VIMB – просмотр (просмотр справочников)
- VIMB – управление (редактирование справочников)
- Рекламные бренды – управление (редактирование брендов и правил наименования)
- План – просмотр (доступ к просмотру списка загруженных медиапланов)
- План – управление (загрузка файла с медиапланом)
- График – доступ (базовый доступ к разделу «Дашборд», появляется секция в боковом меню)
- График – доступ – показывать раздел GRP (отвечает за пункт «GRP» в боковом меню)
- График – доступ – показывать раздел TRP (отвечает за пункт «TRP» в боковом меню)
- График – доступ – показывать раздел Все города (отвечает за пункт «Все города» в боковом меню)
- График – данные – видит баинговые данные (при наличии этого разрешения пользователи с этой ролью будут видеть на графиках закупочные показатели; при отсутствии разрешения - клиентские)
- График – данные – видит данные в разрезе fix / float (отвечает за отображение в интерфейсе в разделе «GRP» круговой диаграммы с типом размещения)

Добавить роль

Роль *

Тестовая роль

Доступы

- Роли - просмотр
- Роли - управление
- Пользователи - просмотр
- Пользователи - управление
- VIMB - просмотр
- VIMB - управление справочниками
- План - просмотр
- План - управление
- График - доступ

СОЗДАТЬ

Рисунок 15 – форма создания роли пользователя

Изменить роль

Роль *

Сотрудник ТВ Баинга

Доступы

- Роли - просмотр
- Роли - управление
- Пользователи - просмотр
- Пользователи - управление
- VIMB - просмотр
- VIMB - управление справочниками
- План - просмотр
- План - управление
- График - доступ

СОХРАНИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ

Рисунок 16 – форма редактирования роли

Для удаления роли необходимо отметить соответствующий ей чекбокс и нажать кнопку «Удалить» (см. рисунок 17).

+ ДОБАВИТЬ УДАЛИТЬ 🔍

<input type="checkbox"/>	Роль
<input type="checkbox"/>	Разработчик
<input checked="" type="checkbox"/>	Администратор
<input type="checkbox"/>	ТВ Баинг

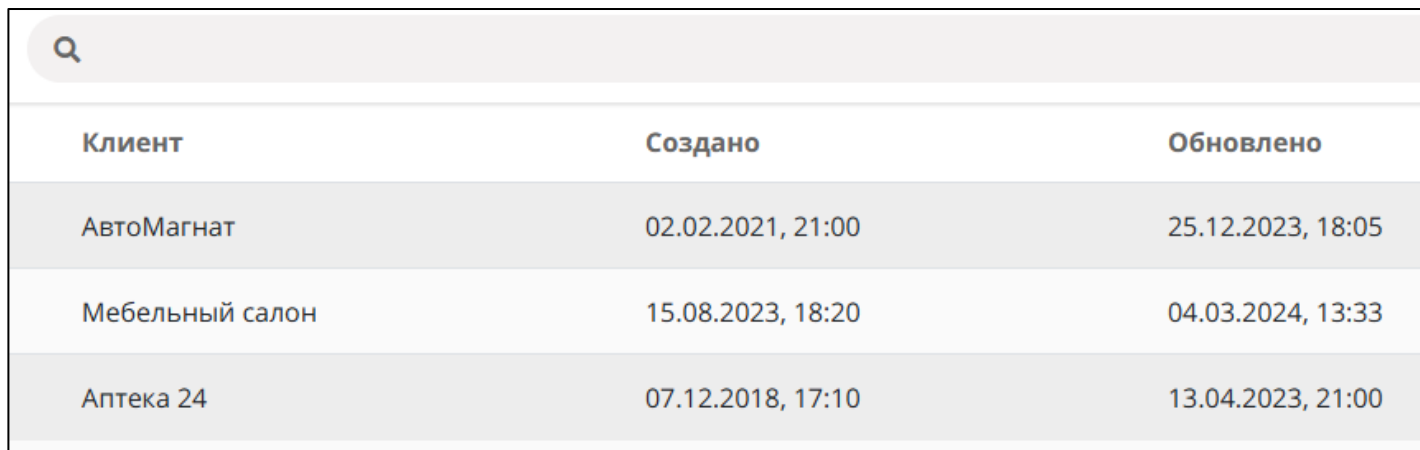
Рисунок 17 – удаление роли

Секция «Справочники»

Раздел «Клиенты»

Раздел содержит сведения о клиентах, с которыми взаимодействует медиабаер при планировании и проведении РК. Клиенты создаются автоматически при синхронизации системы с программатиком ВИМБ.

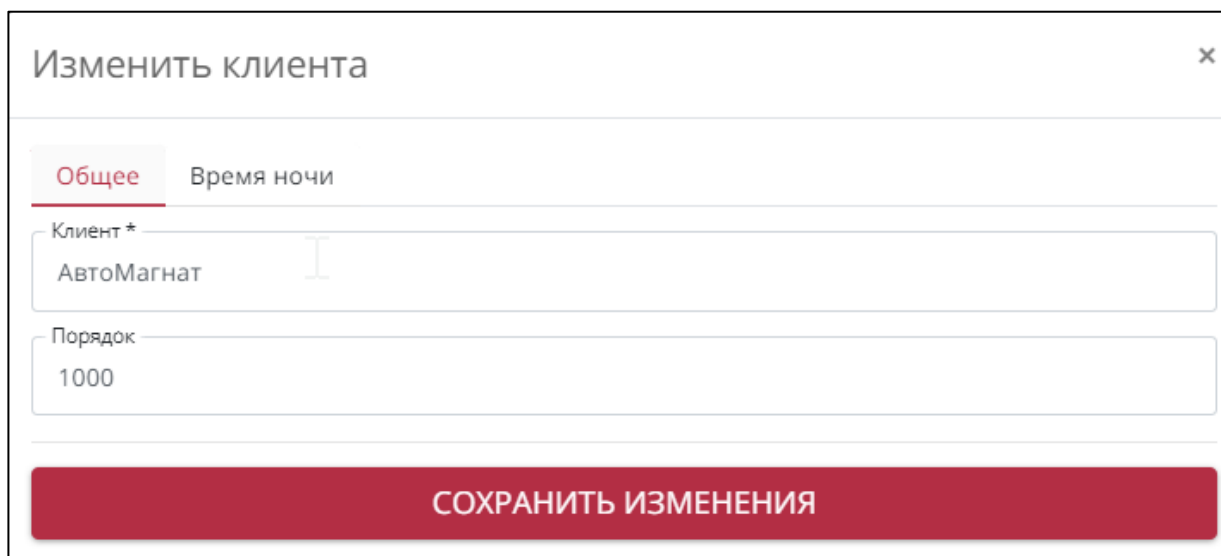
В списке клиентов (см. рисунок 18) отображаются только те клиенты, к которым текущий пользователь имеет доступ.



Клиент	Создано	Обновлено
АвтоМагнат	02.02.2021, 21:00	25.12.2023, 18:05
Мебельный салон	15.08.2023, 18:20	04.03.2024, 13:33
Аптека 24	07.12.2018, 17:10	13.04.2023, 21:00

Рисунок 18 – список клиентов

Пользователи с ролью Администратор или Разработчик могут отредактировать карточку клиента: переименовать его, задать порядок сортировки для вывода клиента в списке (см. рисунок 18), а также указать, какие часы являются для клиента ночными, что необходимо для формирования отчетов о ходе РК (см. рисунок 19).



Изменить клиента

Общее Время ночи

Клиент *
АвтоМагнат

Порядок
1000

СОХРАНИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ

Рисунок 19 – форма редактирования клиента (вкладка «Общее»)

Изменить клиента

Общее **Время ночи**

Добавить год +

2019

+

По умолчанию 01:00 06:00

2020

+

По умолчанию 01:00 06:00

СОХРАНИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ

Рисунок 20 – форма редактирования клиента (вкладка «Время ночи»)

Раздел «Рекламные бренды»

В данном разделе выводятся бренды, участвующие в РК, с указанием того, какому клиенту они относятся (см. рисунок 21).

+ ДОБАВИТЬ <input type="text"/>				
<input type="checkbox"/>	Название	Клиент	Создано	Обновлено
<input type="checkbox"/>	Жаропонижающее	Аптека 24	01.02.2021, 19:34	01.02.2021, 19:34
<input type="checkbox"/>	WMB X5	АвтоМагнат	03.02.2021, 20:11	25.12.2023, 18:02
<input type="checkbox"/>	WaltzWagen Lopo	АвтоМагнат	24.12.2021, 13:13	25.12.2023, 18:02
<input type="checkbox"/>	Витамины	Аптека 24	18.01.2022, 13:32	13.12.2022, 17:43
<input type="checkbox"/>	Диваны и кресла	Мебельный салон	18.08.2023, 15:06	30.05.2024, 19:32

Рисунок 21 – список рекламных брендов

Для создания рекламного бренда нужно нажать на кнопку «Добавить» и заполнить соответствующую форму. На вкладке «Основное» необходимо указать название бренда, выбрать из списка клиента, к которому относится данный бренд (см. рисунок 22).

Рисунок 22 – форма создания рекламного бренда (вкладка «Основное»)

На вкладке «ЦА» нужно выбрать из списка целевую аудиторию бренда с привязкой к конкретному году (см. рисунок 23).

Рисунок 23 – форма создания рекламного бренда (вкладка «ЦА»)

При наличии нескольких ЦА необходимо отметить, какую из них следует считать основной (см. рисунок 24).

Рисунок 24 – указание основной ЦА для бренда

Форма изменения рекламного бренда аналогична форме добавления (см. рисунок 25).

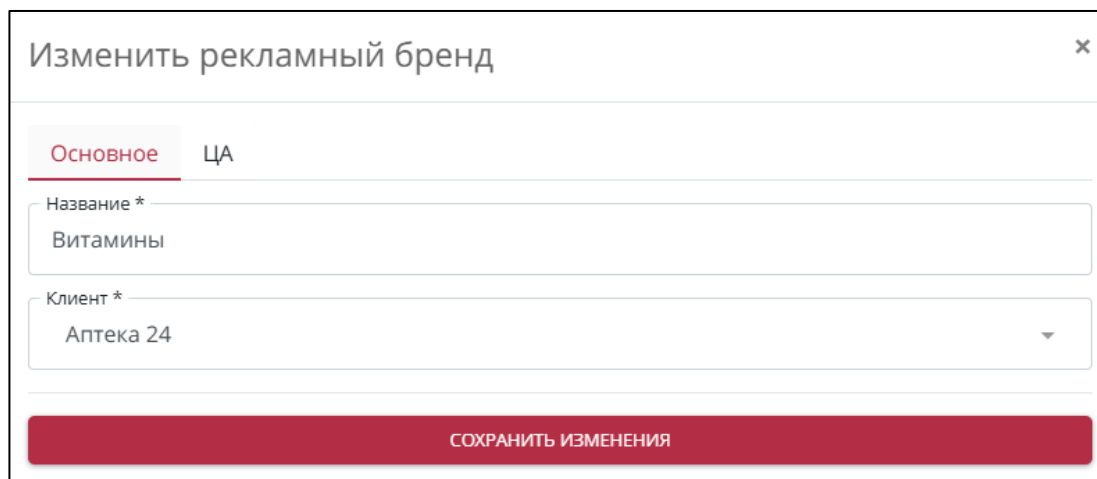


Рисунок 25 – форма редактирования рекламного бренда

Раздел «Правила наименования»

При синхронизации системы с ВИМБ необходимо определять соответствие медиапланов упомянутым выше рекламным брендам. Правила, задающие механизм определения бренда по атрибутам медиаплана, перечислены в данном разделе.

Для просмотра списка правил необходимо выбрать клиента из выпадающего списка (см. рисунок 26).

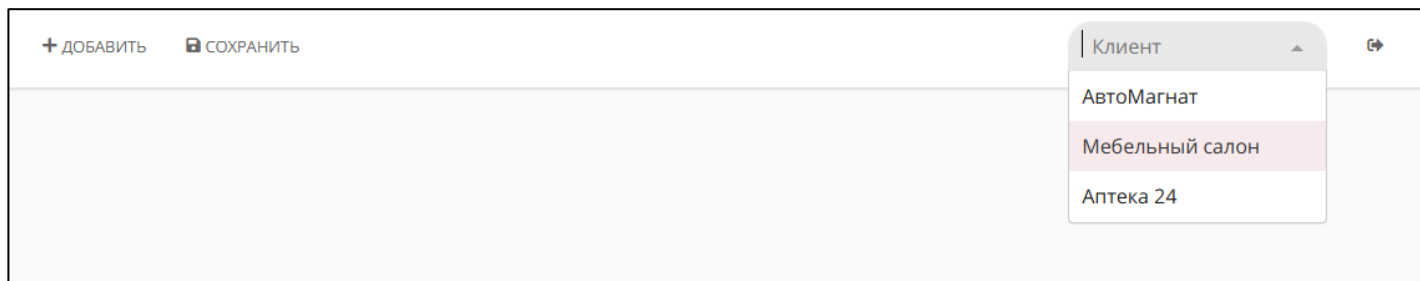


Рисунок 26 – раздел «Правила наименования»

Каждому рекламному бренду соответствует правило, записанное с помощью специальных символов (см. рисунок 27).

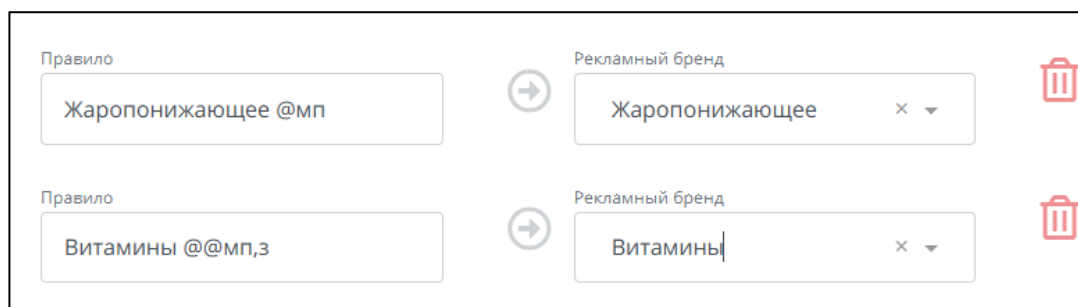


Рисунок 27 – форма редактирования правила наименования

Символы, используемые для описания правил, перечислены в таблице 2.

Таблица 2. Специальные символы для правил наименования

Символ	Обозначение	Возможные значения
*	все что угодно	
—	любые символы между правой и левой частью	
[]	полное совпадение	
##	направление	нац рег
@@	места для поиска	мп - название медиаплана з - название заказа тб - название товарного бренда фб - название финансового бренда
\$\$	период	Примеры: 01.23-12.23 - с января 2023 по декабрь 2023 (включительно) ...-06.23 - все до июня 2023 (включительно) 07.23-... - все с июля 2023 (включительно)

Примеры правил:

- Жаропонижающее ##нац
- WaltzWagen \$\$01.21-...
- Тарифы _14-24
- WMB @@фб
- [Витамины] ##рег

Для создания нового правила необходимо нажать кнопку «Добавить», заполнить поле «Правило», выбрать рекламный бренд из выпадающего списка и нажать кнопку «Сохранить» (см. рисунок 28).

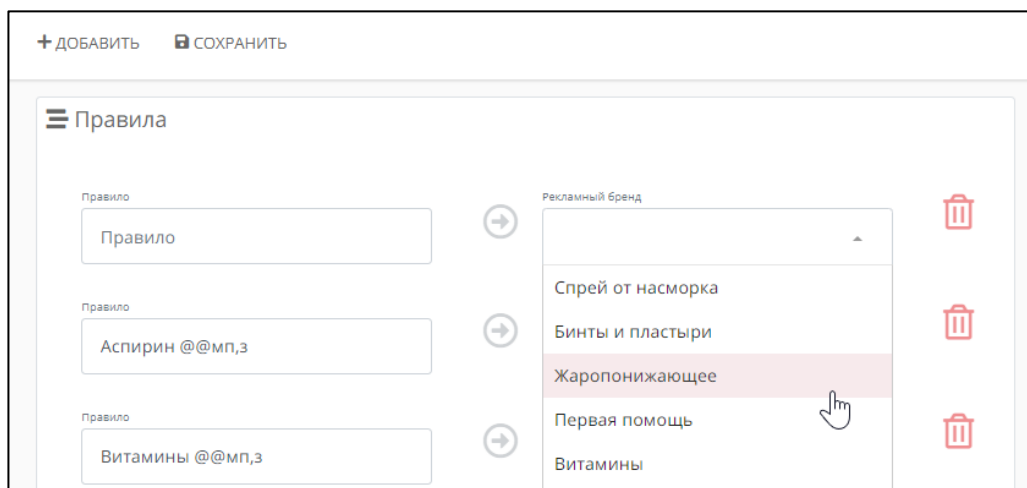


Рисунок 28 – добавление правила наименования

Раздел «ЦА»

Данный раздел позволяет просмотреть и отредактировать список целевых аудиторий (см. рисунок 29).

Название	Привязанные ЦА	Создано	Обновлено
All 10-45	Palomars факт: All 10-45 (БА НАЦ+РЕГ ЦА) VIMB: все 10-45	05.04.2023, 23:14	05.04.2023, 23:14
All 11-34	Palomars факт: All 11-34 (БА НАЦ+РЕГ ЦА) VIMB: -	07.05.2023, 19:17	14.05.2023, 19:17
All 12-34	Palomars факт: All 12-34 (НАЦ ЦА) VIMB: -	02.05.2023, 23:26	02.05.2023, 23:26
All 14-24	Palomars факт: All 14-24 (НАЦ ЦА) VIMB: -	08.04.2023, 14:32	08.04.2023, 14:32

Рисунок 29 – список целевых аудиторий

Форма добавления ЦА содержит следующие поля (см. рисунок 30):

- ЦА* - наименование целевой аудитории (обязательное поле)
- ЦА (Palomars факт): можно выбрать из списка соответствующую ЦА в базе Palomars. Заполнение данного поля не является обязательным, но без этого невозможна выгрузка фактических данных по данной ЦА из Palomars.
- ЦА (VIMB) – поле, служащее для указания соответствующей ЦА в ВИМБ (необязательно).
- Порядок – целое число для порядка сортировки ЦА в списке (необязательно).

Добавить ЦА

ЦА *

Мужчины 45+

ЦА (Palomars факт)

М 45+ (НАЦ ЦА)

ЦА (VIMB)

Порядок

СОЗДАТЬ

Рисунок 30 – форма создания ЦА

Форма редактирования ЦА аналогична форме добавления (см. рисунок 31).

Изменить ЦА

ЦА *

All 11-34

ЦА (Palomars факт)

All 11-34 (БА | НАЦ+РЕГ ЦА)

ЦА (VIMB)

Порядок

1000

СОХРАНИТЬ ИЗМЕНЕНИЯ

Рисунок 31 – форма редактирования ЦА

В системе реализован функционал расчета прогнозных значений affinity и TRP по конкретной ЦА для выбранного периода. Для генерации excel-документа необходимо выбрать канал, ЦА, а также обозначить период (см. рисунок 32).

Скачать прогноз ×

Каналы *

ЦА *

Месяц *

От *

До *

СКАЧАТЬ

Рисунок 32 – форма настроек выгрузки прогноза

Раздел «Каналы»

Данный раздел содержит информацию о телеканалах (см. рисунок 33).

Канал	Направление
Первый	Нац
Солнце	Нац
ТВЗ	Нац
Пятница	Нац

Рисунок 33 – список телеканалов

Новые телеканалы добавляются автоматически при синхронизации с программатиком ВИМБ. Можно вручную задать тип телеканала (рейтинговый / минутный), а также указать, измеряется ли на нем прайм (см. рисунок 34).

Изменить каналы ×

Название
Первый

+

Год *
2024

Тип канала *
Рейтинговый ▾ 🗑️

Прайм измеряется *
Да ▾

Год *
2023

Тип канала *
Рейтинговый ▾ 🗑️

Прайм измеряется *
Да ▾

Год *
2022

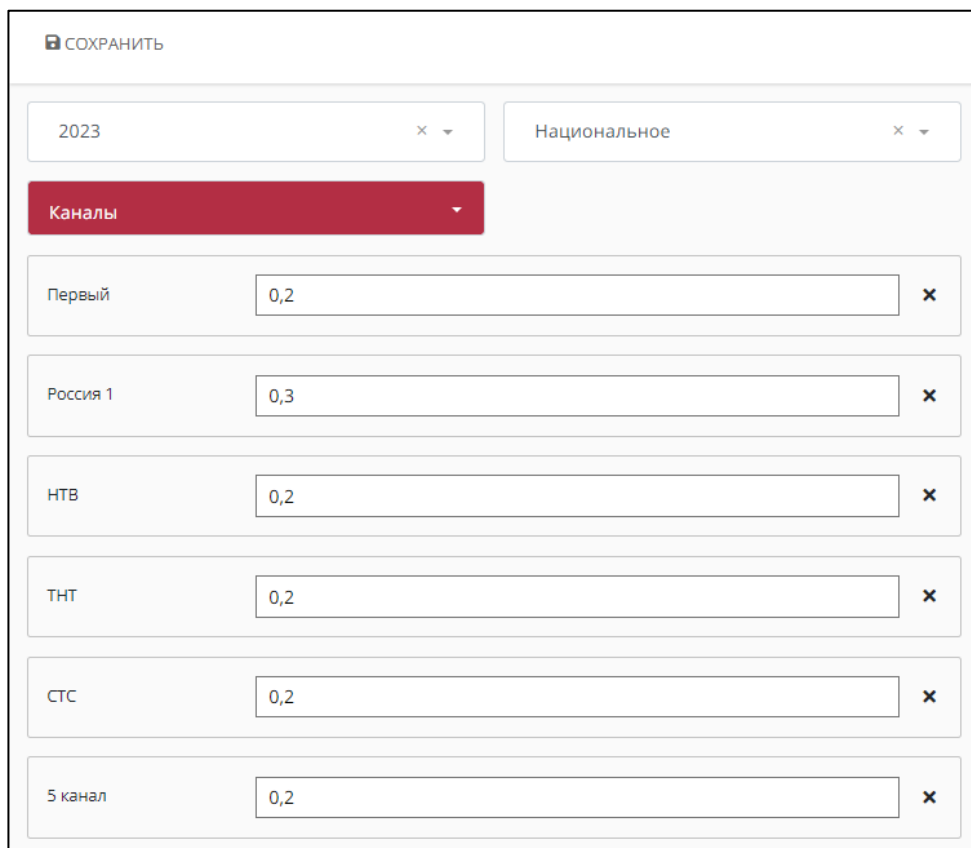
Тип канала *
Рейтинговый ▾ 🗑️

Прайм измеряется *
Да ▾

Рисунок 34 – форма редактирования информации о телеканале

Раздел «Мин. пороги»

Данный раздел позволяет указать минимальный объем закупки (в GRP20) для различных телеканалов. Минимальные пороги используются системой для расчета актуального бюджета РК (см. рисунок 35).



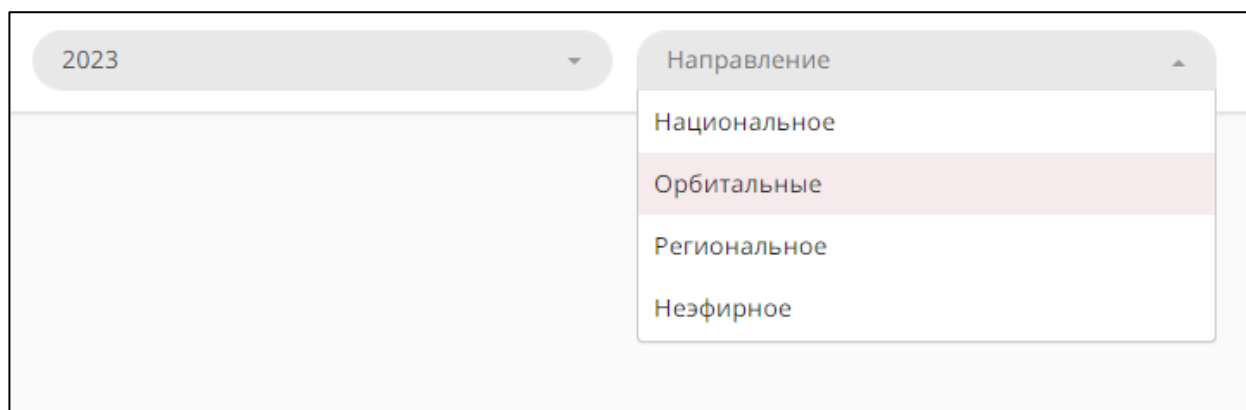
The screenshot shows a web interface for setting minimum thresholds. At the top, there is a 'СОХРАНИТЬ' (Save) button. Below it are two dropdown menus: the first is set to '2023' and the second to 'Национальное'. A red dropdown menu labeled 'Каналы' (Channels) is open, showing a list of channels with input fields for their minimum GRP20 values. Each input field has a small 'x' icon to its right.

Канал	Минимальный объем закупки (GRP20)
Первый	0,2
Россия 1	0,3
НТВ	0,2
ТНТ	0,2
СТС	0,2
5 канал	0,2

Рисунок 35 – форма редактирования минимальных порогов

Раздел «Наценка на хронометраж»

Раздел содержит сведения о зависимости стоимости размещения рекламного ролика в эфире телеканала от хронометража рекламных роликов на различных телеканалах. Данные сведения используются системой для расчета бюджетов РК. Для просмотра необходимо выбрать год и направление телеканала (см. рисунок 36).



The screenshot shows a web interface for the 'Markup on airtime' section. It features a dropdown menu for the year, currently set to '2023'. To its right is another dropdown menu labeled 'Направление' (Direction), which is open and shows four options: 'Национальное', 'Орбитальные', 'Региональное', and 'Неэфирное'. The 'Орбитальные' option is highlighted with a light red background.

Рисунок 36 – раздел «Наценка на хронометраж»

На появившейся форме можно задать значения наценок для различной длительности рекламных роликов (см. рисунок 37).

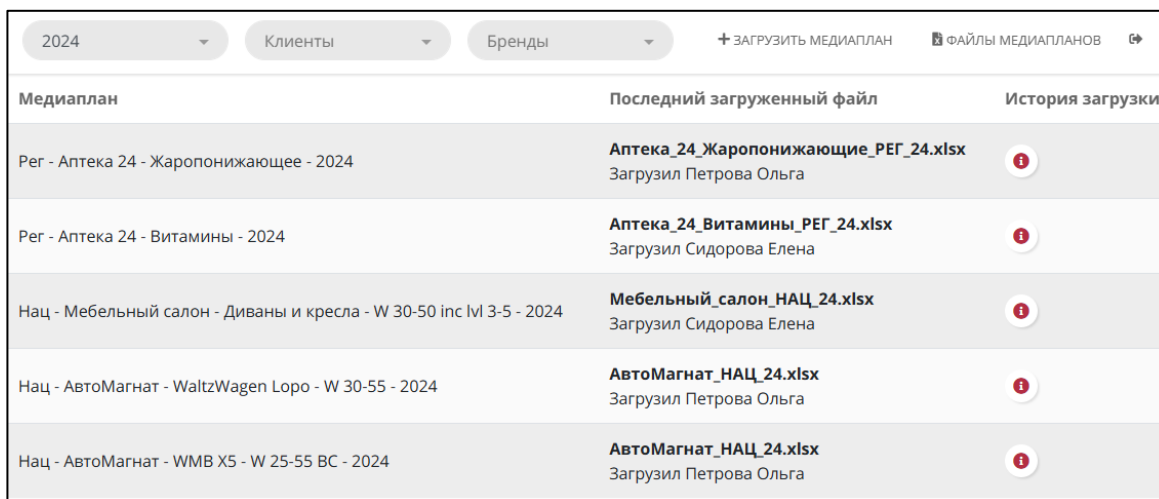
СОХРАНИТЬ		+
Хронометраж	Наценка	
5	110 %	×
Хронометраж	Наценка	
10	105 %	×
Хронометраж	Наценка	
15	103 %	×
Хронометраж	Наценка	
20	100 %	×
Хронометраж	Наценка	
25	99 %	×
Хронометраж	Наценка	
30	98 %	×

Рисунок 37 – форма редактирования наценок на хронометраж

Секция «Загрузка показателей»

Раздел «Медиапланы»

Раздел предназначен для загрузки файлов с медиапланами (см рисунок 38), плановые данные из которых в дальнейшем будут отображаться на графиках.



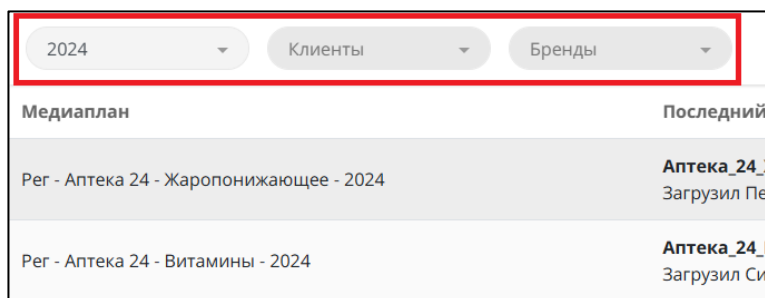
Медиаплан	Последний загруженный файл	История загрузки
Рег - Аптека 24 - Жаропонижающее - 2024	Аптека_24_Жаропонижающие_РЕГ_24.xlsx Загрузил Петрова Ольга	
Рег - Аптека 24 - Витамины - 2024	Аптека_24_Витамины_РЕГ_24.xlsx Загрузил Сидорова Елена	
Нац - Мебельный салон - Диваны и кресла - W 30-50 inc lvi 3-5 - 2024	Мебельный_салон_НАЦ_24.xlsx Загрузил Сидорова Елена	
Нац - АвтоМагнат - WaltzWagen Lopo - W 30-55 - 2024	АвтоМагнат_НАЦ_24.xlsx Загрузил Петрова Ольга	
Нац - АвтоМагнат - WMB X5 - W 25-55 BC - 2024	АвтоМагнат_НАЦ_24.xlsx Загрузил Петрова Ольга	

Рисунок 38 – раздел «Медиапланы»

В основной части экрана располагается таблица с брендами, по которым были загружены файлы с медиапланами.

Над списком располагается набор фильтров (см рисунок 39):

- по году;
- по клиенту;
- по бренду.



Медиаплан	Последний з
Рег - Аптека 24 - Жаропонижающее - 2024	Аптека_24_Ж Загрузил Пет
Рег - Аптека 24 - Витамины - 2024	Аптека_24_В Загрузил Сид

Рисунок 39 – фильтры списка загруженных медиапланов

Также над списком есть кнопка «Загрузить медиаплан», которая открывает диалоговое окно для загрузки файла (см. рисунок 40). В данном окне пользователь может поменять период, данные которого будут взяты из файла, а также прикрепить сам файл. По умолчанию период равен текущему году. Файл должен быть по форме одного из пяти шаблонов (см. приложения 1-5 к данному документу).

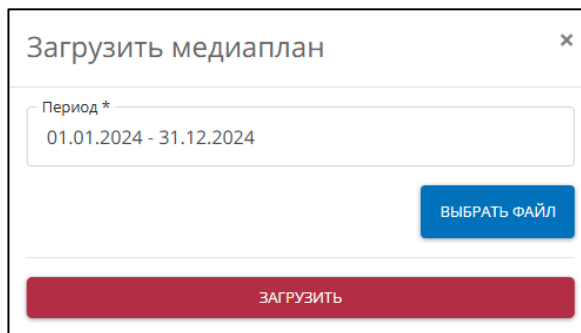


Рисунок 40 – диалоговое окно для загрузки файла с медиапланом

После загрузки файла пользователем система в фоновом режиме обработает файл и на электронную почту отправит письмо с результатами работы. В случае успешной обработки данные из файла в течение нескольких минут попадут на графики в разделе «Дашборд».

В правой части каждой строки таблицы есть кнопка для перехода в историю загруженных файлов по этому бренду, а над всей таблицей есть кнопка «Файлы медиапланов» (см. рисунок 41) для перехода к полной истории по всем брендам (см. рисунок 42).

Медиаплан	Последний загруженный файл	История загрузки
Рег - Аптека 24 - Жаропонижающее - 2024	Аптека_24_Жаропонижающие_PEG_24.xlsx Загрузил Петрова Ольга	
Рег - Аптека 24 - Витамины - 2024	Аптека_24_Витамины_PEG_24.xlsx Загрузил Сидорова Елена	
Нац - Мебельный салон - Диваны и кресла - W 30-50 inc lvi 3-5 - 2024	Мебельный_салон_НАЦ_24.xlsx Загрузил Сидорова Елена	
Нац - АвтоМагнат - WaltzWagen Lopo - W 30-55 - 2024	АвтоМагнат_НАЦ_24.xlsx Загрузил Петрова Ольга	
Нац - АвтоМагнат - WMB X5 - W 25-55 BC - 2024	АвтоМагнат_НАЦ_24.xlsx Загрузил Петрова Ольга	

Рисунок 41 – кнопки для перехода в историю загруженных файлов

Статус файла	Имя файла	Период	Загружено пользователем	Создано	Обновлено	
Завершено	Аптека_24_Жаропонижающие_PEG_24.xlsx	01.01.2024 - 31.12.2024	Петрова Ольга	03.11.2024, 16:59	03.11.2024, 17:32	
Завершено	Аптека_24_Жаропонижающие_PEG_24.xlsx	01.01.2024 - 31.12.2024	Сидорова Елена	03.11.2024, 15:33	03.11.2024, 15:38	
Завершено	Аптека_24_Жаропонижающие_PEG_24.xlsx	01.01.2024 - 31.12.2024	Сидорова Елена	03.11.2024, 14:44	03.11.2024, 15:14	

Рисунок 42 – история загруженных файлов

В истории видно статус обработки загруженного файла, его имя, период и имя пользователя, загрузившего файл. В конце каждой строки есть кнопка для скачивания исходного файла. В левом верхнем углу есть кнопка со стрелкой назад, которая возвращает пользователя на предыдущий экран.

Секция «Дашборд»

Общая информация

Расписание обновления данных на графиках

Плановые данные обновляются в течение нескольких минут после загрузки корректного файла с медиапланом в одном из поддерживаемых системой шаблоном.

Прогнозные и фактические данные обновляются каждую ночь во время проведения общей синхронизации данных:

- фактические данные обновляются за период от «сегодня минус 3 дня» до «сегодня минус 10 дней», используя рейтинги из Palomars
- прогнозные данные обновляются за период от «сегодня минус 2 дня» до «конец текущего года», используя рейтинги из ВИМБ

Тип телеканала

Графики не позволяют одновременно выводить данные по рейтинговым и минутным телеканалам, так как часть показателей присуща только тому или иному типу телеканала. В силу этого ограничения пользователю необходимо выбирать в фильтрах не только сам город, но и тип телеканала. К примеру, если бренд размещался в Москве и на рейтинговых, и на минутных телеканалах, то в выпадающем списке городов Москва будет представлена двумя отдельными строками «Москва (GRP)» и «Москва (MIN)», где GRP – обозначение рейтинговых каналов, а MIN - минутных.

Раздел «GRP»

Раздел предназначен для просмотра баинговых показателей рекламной кампании, как суммарных, так и в детализации по телеканалам, типам размещения и времени суток.

При входе в раздел пользователю необходимо выбрать:

- Клиент (если пользователю доступно больше одного клиента; в противном случае выпадающий список не отображается)
- Бренд
- Город + тип телеканала (рейтинговый и минутные телеканалы отображаются по-разному)
- Период (по умолчанию текущий календарный месяц)

Пользователь может также включить режим «SFIX + FIX» (вкл / выкл) в верхней панели, который заставит систему считать SFIX и FIX вместе как фиксированное размещение.

Графики показывают данные в разрезе план и факт/прогноз, источники которых указаны в таблице 2.

Таблица 2 – Источники данных для графиков

Тип данных	Источник
План	Загружаемые в систему файлы с медиапланами
Прогноз	Рейтинг блоков из ВИМБ
Факт	Рейтинг блоков из базы Palomars

Показатели на рейтинговом телеканале (см. рисунок 43):

- GRP
- GRP 20
- Качество размещения
- Средний хронометраж
- Ночь
- Средний CPP BA

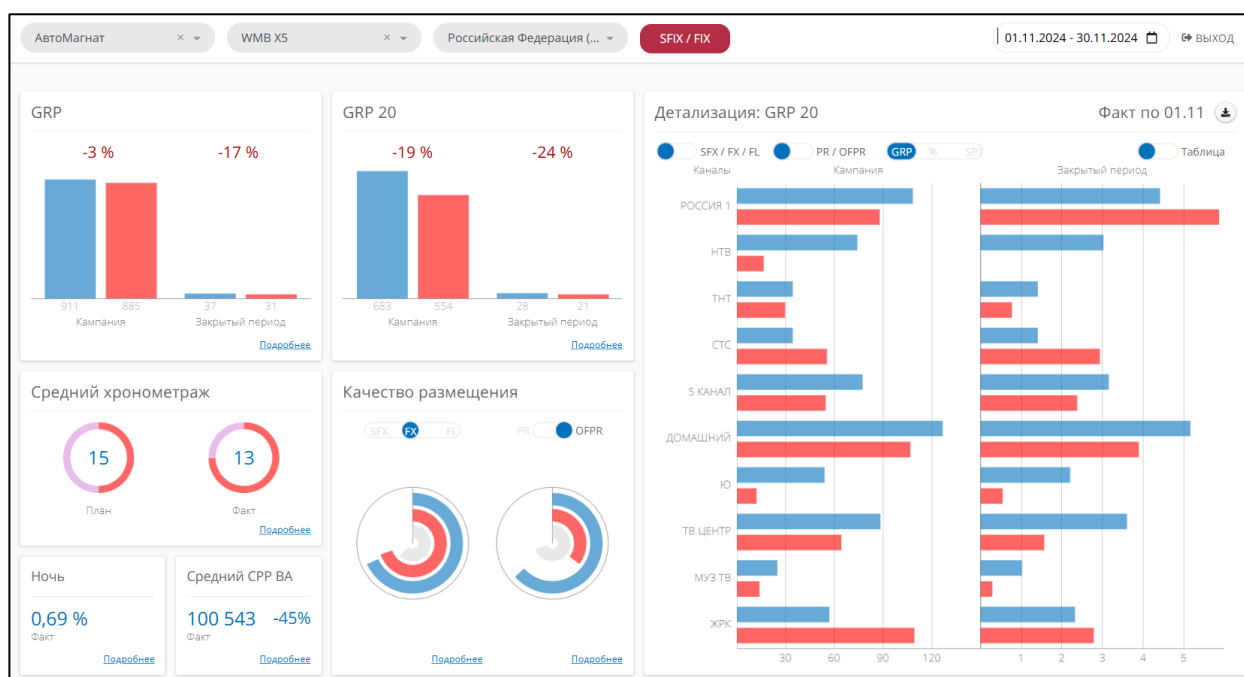


Рисунок 43 – раздел GRP (для рейтингового телеканала)

Показатели на минутном телеканале (см. рисунок 44):

- Выходы
- Минуты
- Качество размещения
- Средний хронометраж
- Ночь
- Средний CPM

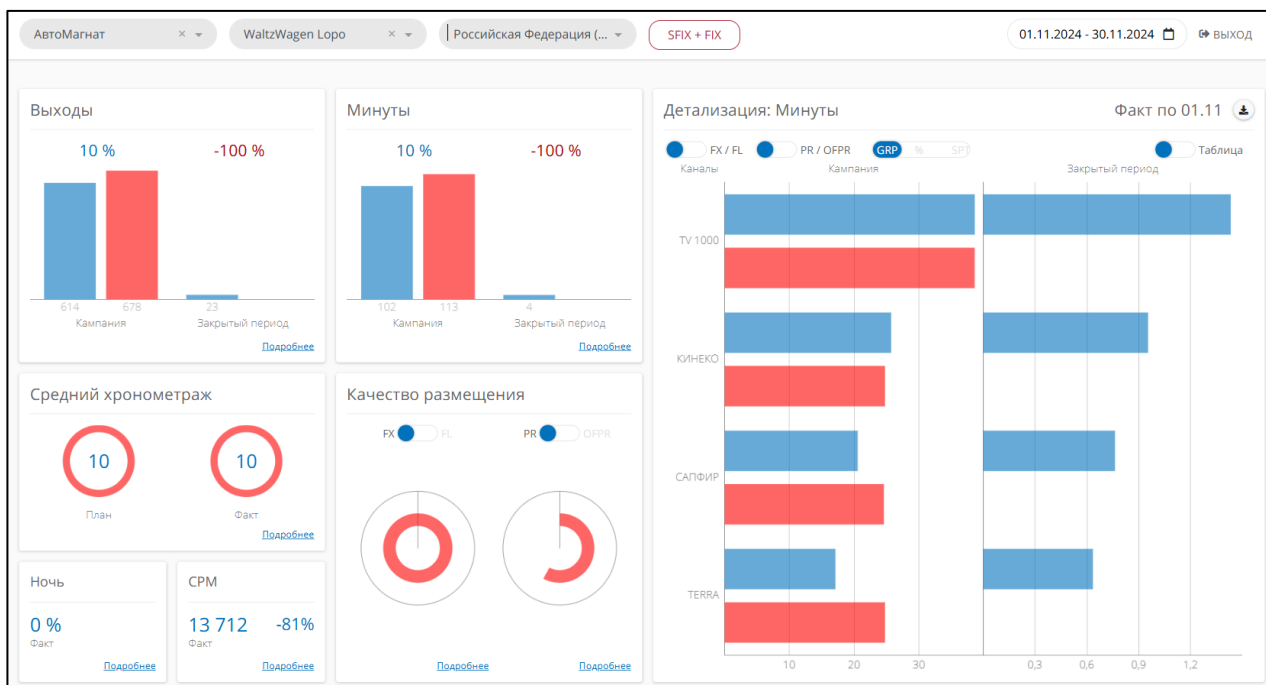


Рисунок 44 – раздел GRP (для минутного телеканала)

Показатели «GRP» и «GRP 20» (см. рисунок 45) отображаются в виде столбчатых диаграмм. Данные делятся на два периода:

- Кампания (используется весь период, указанный в фильтре);
- Закрытый период (используется нижняя граница периода из фильтра, верхняя граница ограничена датой «сегодня минус 3 дня», когда становится доступен факт).

Каждый из периодов в свою очередь поделен на два столбца: план (синий) и факт/прогноз (красный). Над столбцами выводится относительная дельта между фактом и планом в процентах.

При наведении мышки на столбец можно увидеть значения, которые лежат в основе диаграммы.

В правой нижней части диаграммы доступна ссылка «Подробнее», которая открывает детализацию этого показателя по телеканалам.

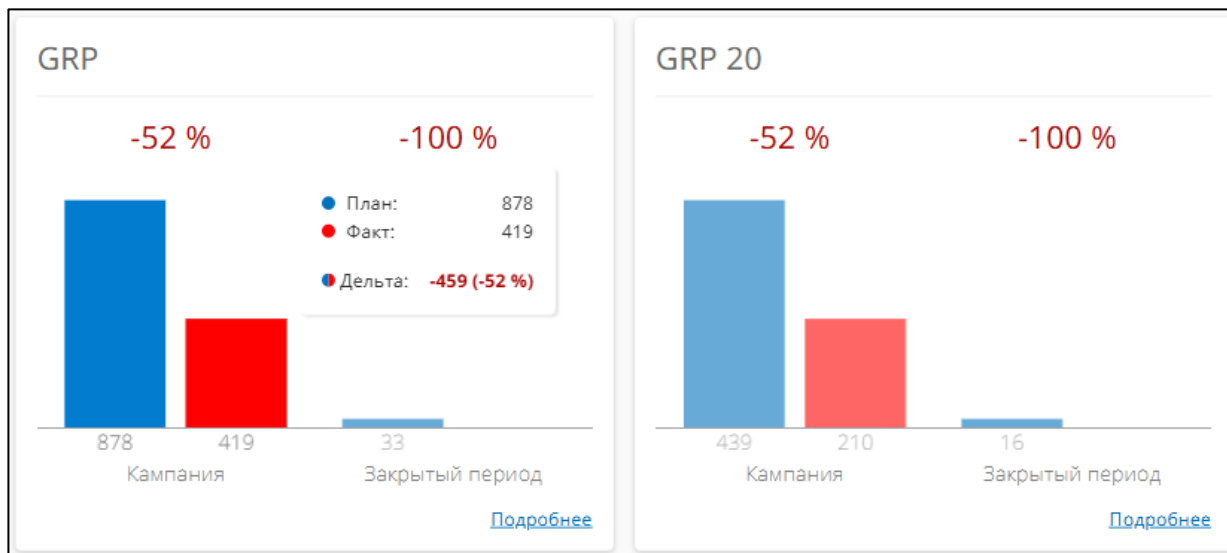


Рисунок 45 – показатели «GRP» и «GRP 20»

На минутных телеканалах на том же самом месте выводятся два других показателя: «Выходы» и «Минуты» (см. рисунок 46).

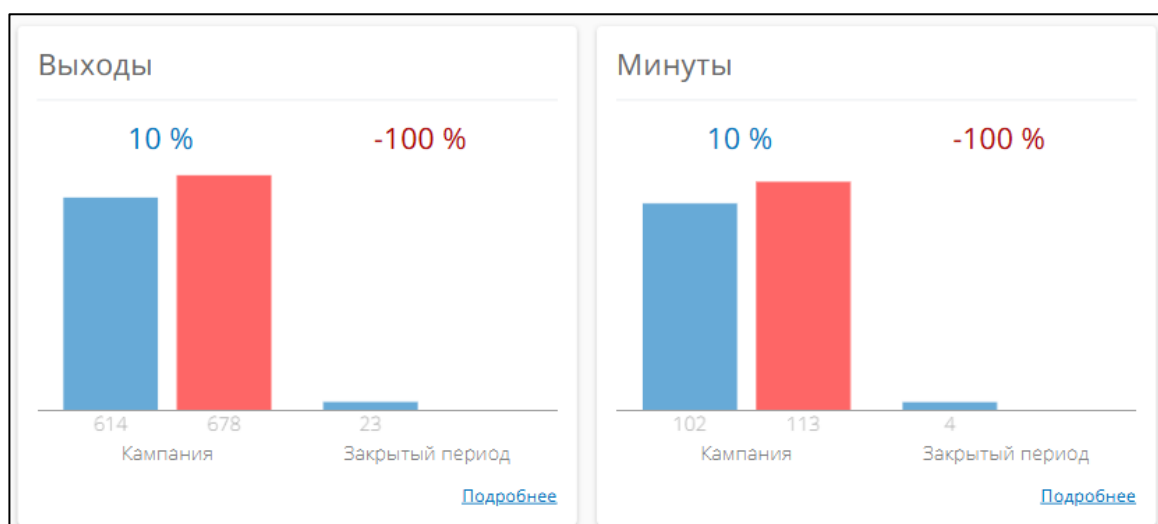


Рисунок 46 – показатели «Выходы» и «Минуты»

Показатель «Качество размещения» выполнен в виде двух круговых диаграмм (см рисунок 47). Первая диаграмма показывает выполнение показателей рекламной кампании с точки зрения типов размещения (Super Fix / Fix / Float). Вторая диаграмма – с точки зрения времени суток (prime / offprime).

Над каждой из диаграмм пользователю доступны переключатели для отображения того или иного типа размещения или времени суток на соответствующей диаграмме.

Каждая диаграмма состоит из трех линий:

- План (синяя)
- Префакт на кампанию (красная)
- Префакт на закрытый период (серая)

Префакт – это другое название для данных «факт+прогноз».

При наведении мыши на одну из диаграмм выводятся значения, соответствующие своим линиям.

Внимание. При включенном режиме «SFIX + FIX» в верхней панели дашборда, данные SFIX и FIX начинают считаться вместе как FIX.

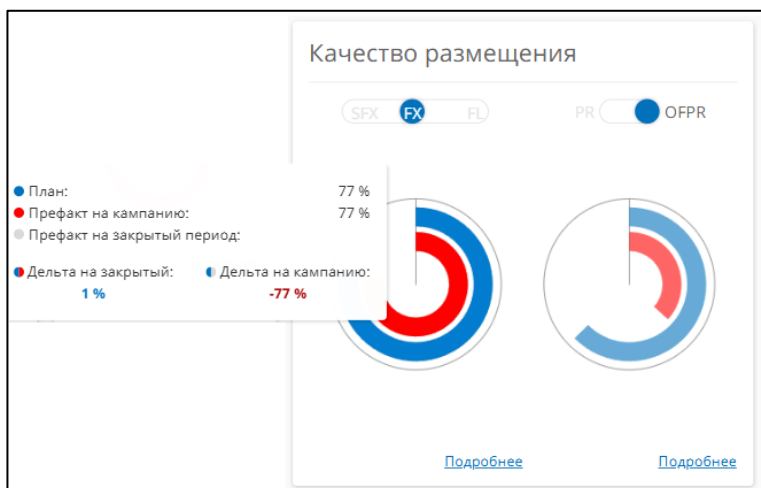


Рисунок 47 – показатель «Качество размещения»

Показатель «Средний хронометраж» выполнен в виде двух кольцевых диаграмм (см рисунок 48). Первая диаграмма показывает плановое распределение между хронометражами, вторая – фактическое/прогнозное. При наведении мыши показывается объем в GRP20 соответствующего хронометража и его доля от общего объема. В центре каждой диаграммы выводится значение среднего хронометража всей постановки.

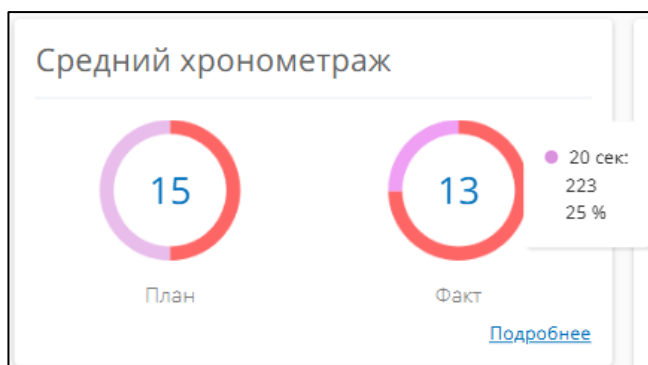


Рисунок 48 – показатель «Средний хронометраж»

Показатель «Ночь» обозначает фактическую долю ночных выходов относительно всей постановки (см. рисунок 49). Доля рассчитывается на основе GRP20.

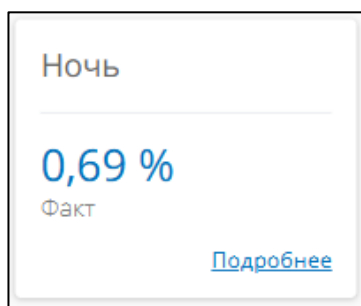


Рисунок 49 – показатель «Ночь»

В блоке «Средний CPP ВА» выводится средняя цена по баинговым рейтингам (см. рисунок 50).

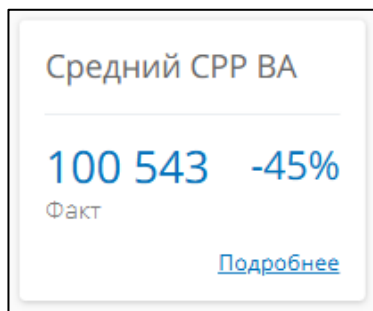


Рисунок 50 – показатель «Средний CPP ВА»

Любой показатель на дашборде можно просмотреть в детализации по телеканалам, используя ссылку «Подробнее». По умолчанию система показывает детальную информацию GRP20.

Детальная информация может быть представлена в виде графиков (см. рисунок 50) или в виде таблицы (см. рисунок 51). Переключение отображения осуществляется через управляющий элемент в правом верхнем углу, подписанный как «Таблица».

Как графики, так и таблица выводит информацию в разрезе периодов: кампания и закрытый период.

На каждом из периодов выводятся поканальная информация: плановая (синяя) и фактическая/прогнозная (красная).

В верхней части блока детализации присутствуют два переключателя, оба отвечающих за дополнительное дробление данных:

- «SFX / FX / FL» – по типам размещения (Super Fix / Fix / Float)
- «PR / OFPR» – по времени суток (prime / offprime)

Тройной переключатель «GRP / % / SPT» позволяет пользователю увидеть значения в виде:

- GRP – реальные плановые и фактические/прогнозные значения. Режим по умолчанию.
- % - план принимается за 100%, факт выводится в виде доли от плана.
- SPT – суммарная постановка принимается за 100%. По каждому телеканалу отображается доля этого телеканала в общей постановке, отдельно для плана и отдельно для факта/прогноза.

В правом верхнем углу блока детализации выводятся:

- Дата, на которую доступен факт (обычно это «сегодня минус 3 дня»). Является верхней границей закрытого периода.
- Кнопка для скачивания Excel-файла со значениями, которые лежат в основе отображаемых графиков.



Рисунок 50 – детальная информация по показателю «GRP 20» в виде графиков

Канал	Кампания	Закрытый период
РОССИЯ 1	109 88	4 6
НТВ	75 17	3 0
ТНТ	35 30	1 1
СТС	35 56	1 3
5 КАНАЛ	78 55	3 2
ДОМАШНИЙ	127 107	5 4
Ю	54 13	2 1
ТВ ЦЕНТР	89 65	4 2
МУЗ ТВ	25 14	1 0
ЖРК	57 110	2 3

Рисунок 51 – детальная информация по показателю «GRP 20» в виде таблицы

Раздел «TRP»

Раздел предназначен для просмотра целевых показателей рекламной кампании, как суммарных, так и в детализации по телеканалам, типам размещения и времени суток (см. рисунок 52). Этот раздел доступен только для просмотра рейтинговых телеканалов.

В этом разделе пользователю помимо стандартных фильтров по клиенту, бренду и городу необходимо также выбрать целевую аудиторию.

Показатели:

- TRP
- TRP 20
- Средний аффинити
- Средний хронометраж
- Выходы
- Средний CPP TA
- Целевые рейтинги понедельно

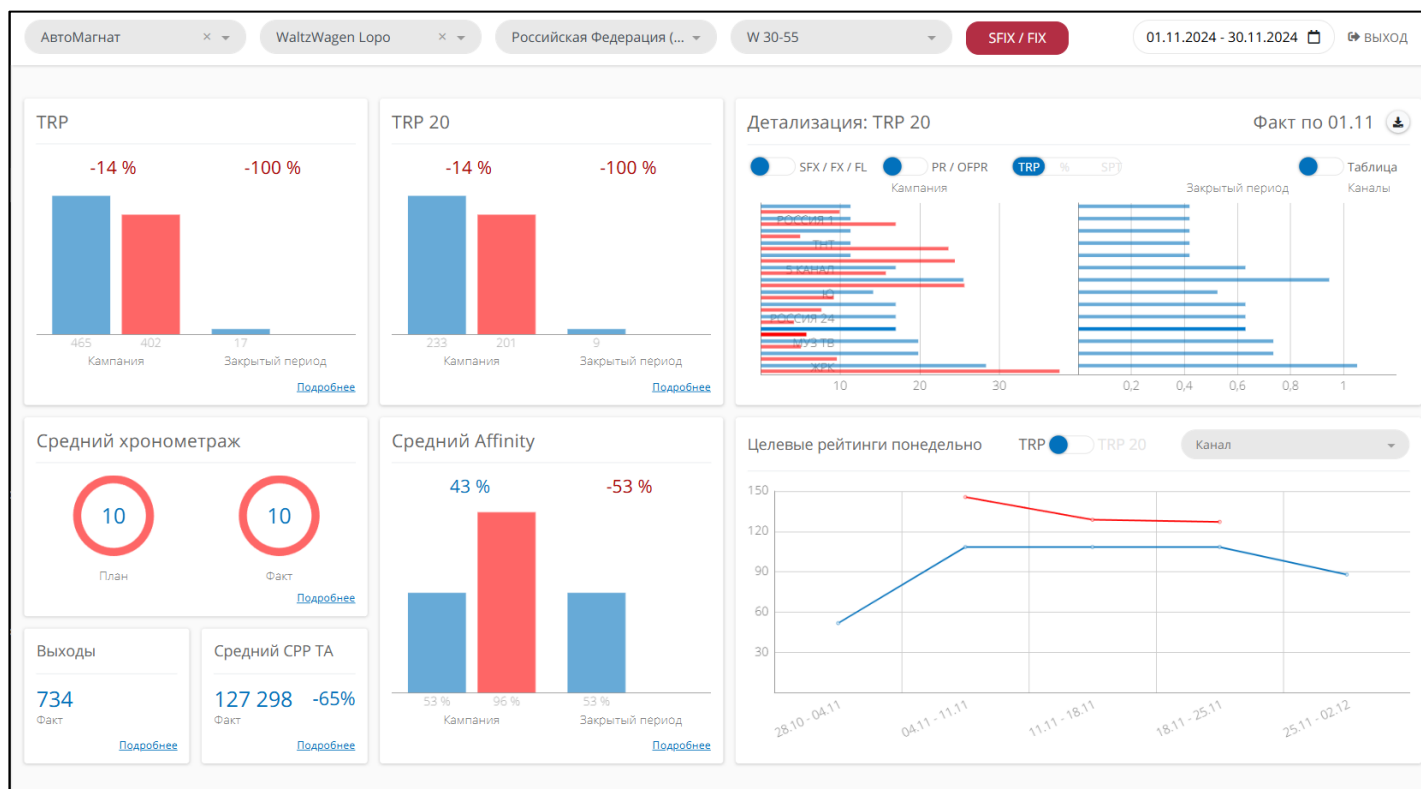


Рисунок 52 – раздел «TRP»

Показатели «TRP» и «TRP 20» (см. рисунок 53), а также показатель «Средний Affinity» (см. рисунок 54) отображаются в виде столбчатых диаграмм. Данные делятся на два периода:

- Кампания (используется весь период, указанный в фильтре).
- Закрытый период (используется нижняя граница периода из фильтра, верхняя граница ограничена датой «сегодня минус 3 дня», когда становится доступен факт).

Каждый из периодов в свою очередь поделен на два столбца: план (синий) и факт/прогноз (красный). Над столбцами выводится относительная дельта между фактом и планом в процентах.

При наведении мышки на столбец можно увидеть значения, которые лежат в основе диаграммы.

В правой нижней части диаграммы доступна ссылка «Подробнее», которая открывает детализацию этого показателя по телеканалам.

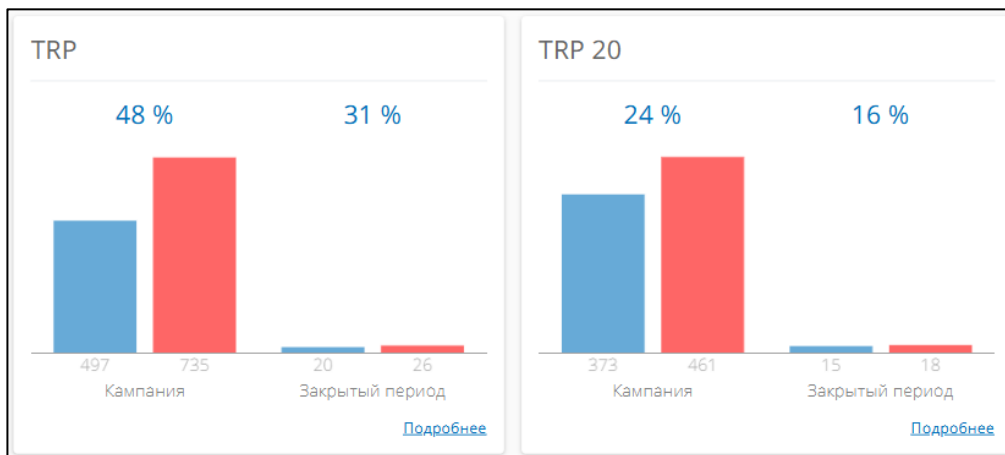


Рисунок 53 – показатели «TRP» и «TRP 20»

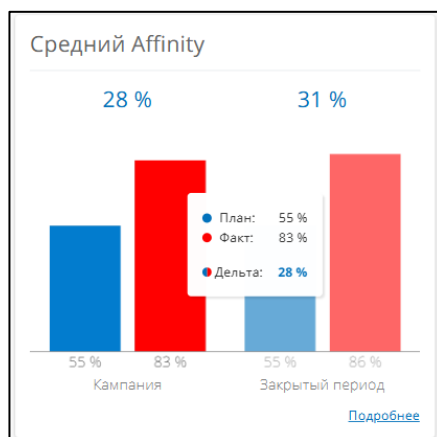


Рисунок 54 – показатель «Средний Affinity»

Показатель «Средний хронометраж» дублирует информацию из раздела «GRP».

Показатель «Выходы» обозначает общее количество спотов во всей постановки (см. рисунок 55).

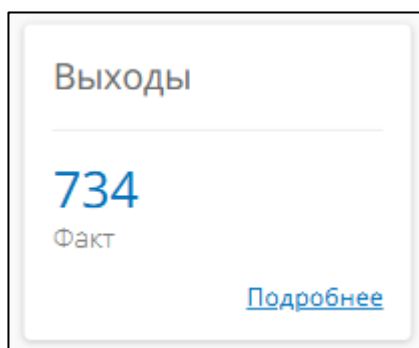


Рисунок 55 – показатель «Выходы»

В блоке «Средний CPP TA» выводится средняя цена по целевым рейтингам (см. рисунок 56).

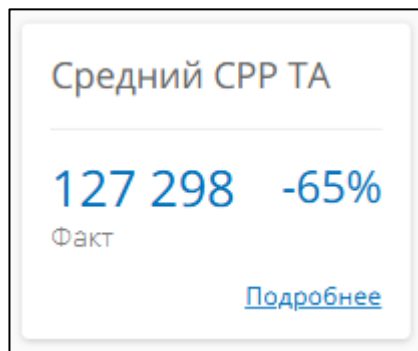


Рисунок 56 – показатель «Средний CPP ВА»

В правой нижней части раздела «TRP» отображается показатель «Целевые рейтинги понедельно» (см. рисунок 57). Данный график отображает суммарные объемы целевых рейтингов на каждой из недель.

Синий линией отображаются плановые значения, красной – фактические/прогнозные.

Пользователь может изменять отображаемые рейтинги переключателем «TRP / TRP 20» над графиком: неприведенные или приведенные.

В правом верхнем углу блока находится фильтр по телеканалу. Если в нем ничего не выбрано, то выводятся суммарная информация по всем телеканалам. Если же выбран какой-то один телеканал, то на графике показывается статистика только по нему.

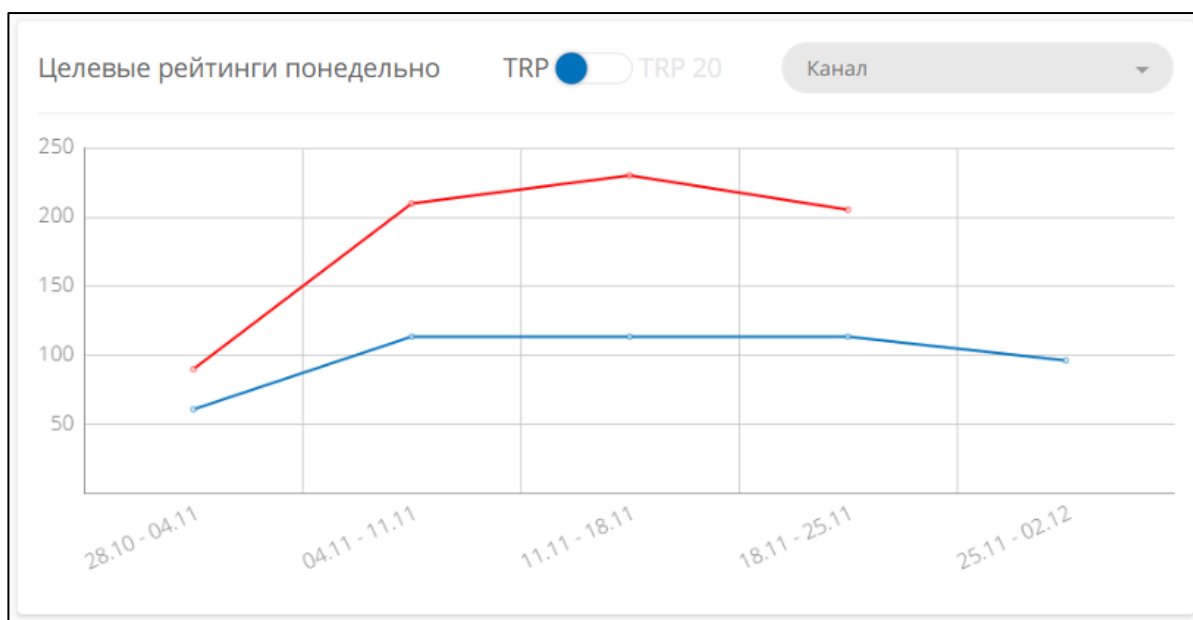


Рисунок 57 – показатель «Целевые рейтинги понедельно»

В правой нижней части раздела «TRP» отображается детальная информация по телеканалам выбранного показателя (см. рисунок 58). По умолчанию выводится TRP 20. Принцип работы блока идентичен аналогичному блоку в разделе «GRP».

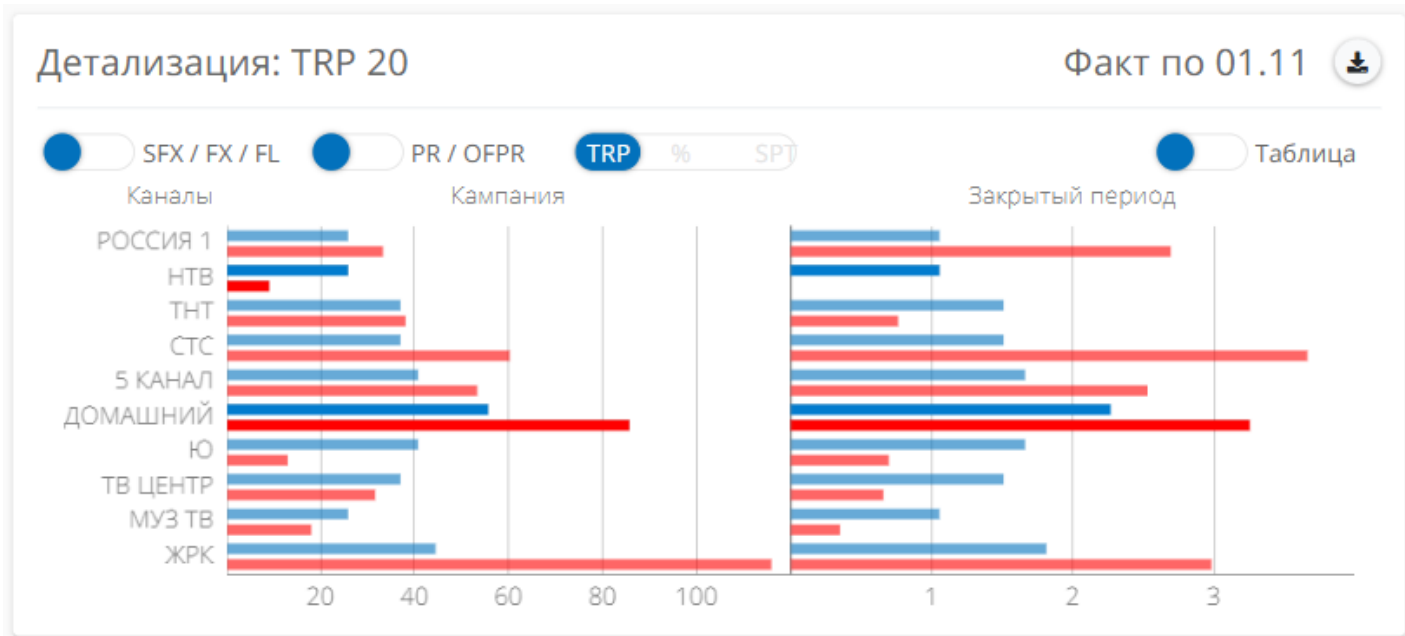


Рисунок 58 – блок «Детализация» в разделе «TRP»

Раздел «Все города»

Раздел предназначен для просмотра байнговых и целевых показателей рекламной кампании в разрезе городов и типов телеканалов (см. рисунок 59).

В верхней панели размещаются фильтры по клиенту, бренду, городу, а также указание периода. Принцип работы кнопки «SFIX + FIX» см. в документации к разделу «GRP».

Показатели по каждому городу отображаются в виде столбчатых диаграмм. Данные делятся на два периода:

- Кампания (используется весь период, указанный в фильтре).
- Закрытый период (используется нижняя граница периода из фильтра, верхняя граница ограничена датой «сегодня минус 3 дня», когда становится доступен факт).

Каждый из периодов в свою очередь поделен на два столбца: план (синий) и факт/прогноз (красный). Над столбцами выводится относительная дельта между фактом и планом в процентах.

В правом верхнем углу каждого блока с диаграммой выводится плашка красного или синего цвета. Красный цвет – означает рейтинговые телеканалы, синий – минутные телеканалы. Внутри плашки выводится название активного показателя.

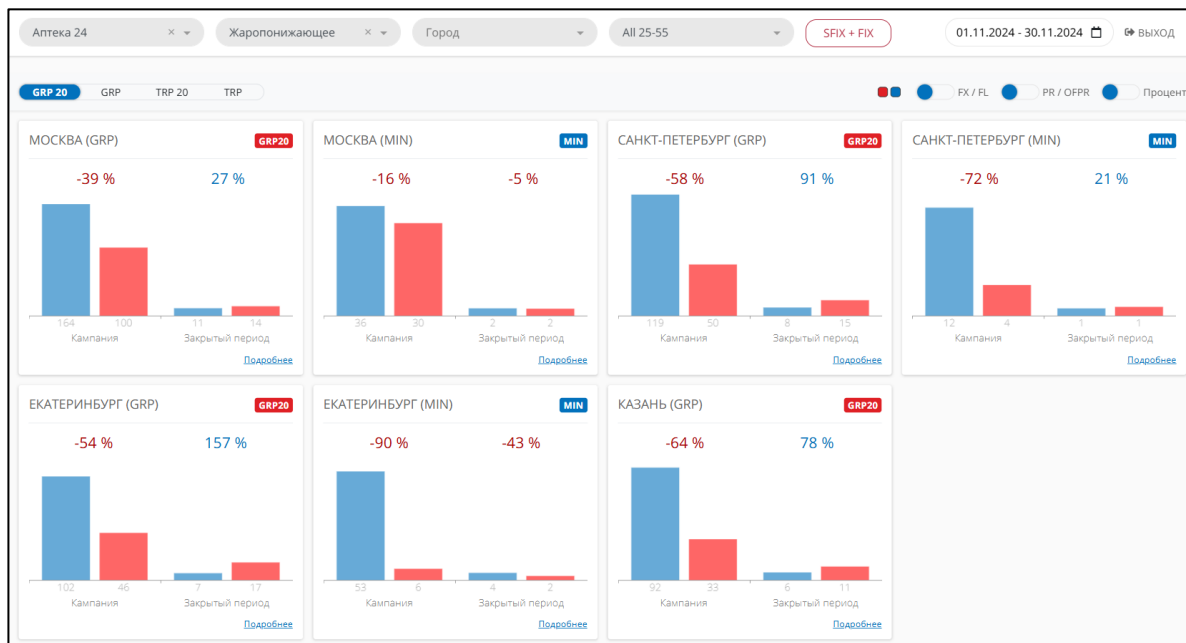


Рисунок 59 – раздел «Все города»

Над графиками в левой части экрана размещается переключатель для выбора активного показателя (см. рисунок 60). По умолчанию выбран пункт «GRP 20». В зависимости от типа телеканала каждое состояние переключателя выводит на графиках разные показатели (см. таблицу 3).

Таблица 3 – активные показатели в разделе «Все города»

Состояние переключателя	Показатель на рейтинговых телеканалах	Показатель на минутных телеканалах
GRP 20	GRP 20	Минуты
GRP	GRP	Количество выходов
TRP 20	TRP 20	-
TRP	TRP	-

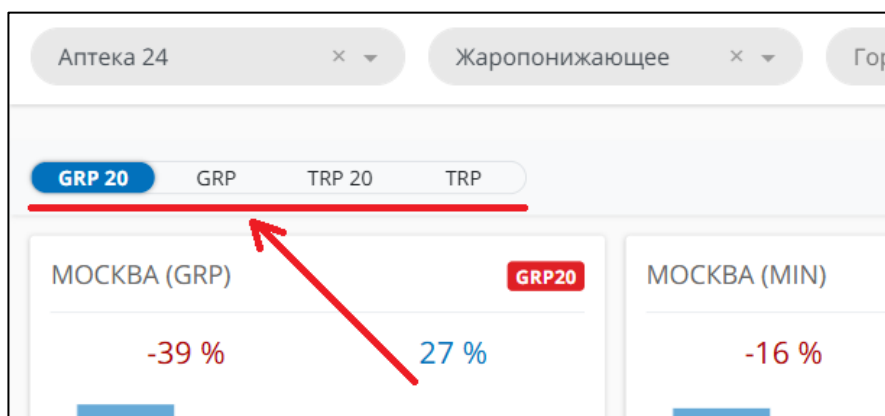


Рисунок 60 – переключатель для выбора активного показателя

Над графиками в правой части экрана размещаются переключатели, отвечающие за деление данных по типам размещений и времени суток (см. рисунок 61). При включении одной или сразу двух настроек, столбцы на графиках станут состоять из нескольких кубиков разных оттенков синего и красного цветов. При наведении мышки на столбец пользователь может увидеть разбивку данных по качеству.

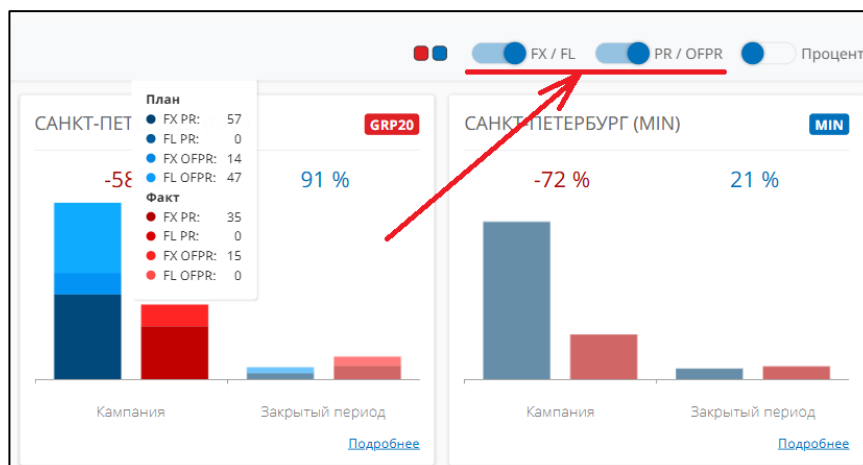


Рисунок 61 – переключатели для деления столбцов по типу размещения и времени суток

В той же части экрана размещается фильтр по типу телеканала (см. рисунок 62). Фильтр выполнен в виде цветных кубиков, которые можно включать/выключать. Красный цвет – рейтинговые телеканалы, синий – минутные телеканалы.

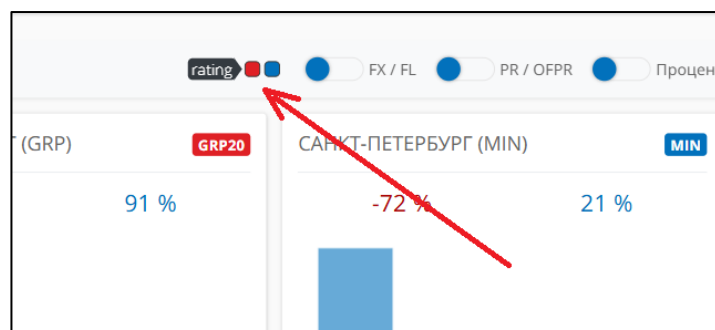


Рисунок 62 – фильтр по типу телеканала

Рядом с вышеназванными также находится переключатель «Процент» (см. рисунок 63), который позволяет включить режим просмотра данных на графиках, где суммарный план в городе считается за 100%, а факт высчитывается относительно плана.

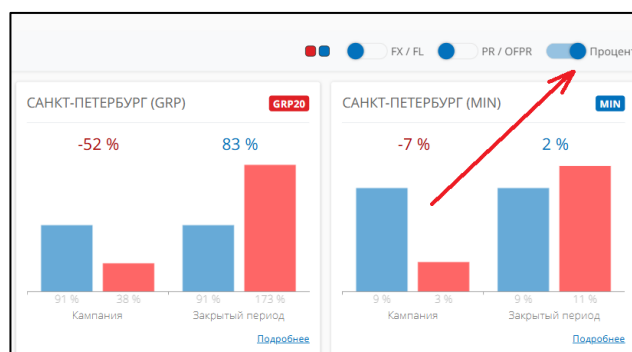


Рисунок 63 – режим просмотра от 100%

Приложение

1. Шаблон медиаплана НАЦ ТВ 1 2024. Xlsx-файл
2. Шаблон медиаплана НАЦ ТВ 1.3 2024 мультибренд. Xlsx-файл
3. Шаблон медиаплана НАЦ ТВ 2 2024. Xlsx-файл
4. Шаблон медиаплана НАЦ ТВ 2.4 2024 мультибренд. Xlsx-файл
5. Шаблон медиаплана РЕГ ТВ 2024. Xlsx-файл