

SPR+ Studio Basic Merkblatt

In diesem Merkblatt werden die wichtigsten Abläufe und Informationen zur Nutzung des SPR+ Expert Moduls ‚Studio Basic‘ zusammengefasst.

1. Nützliche Links

- Kostenfreie Studio Basic Registrierung <http://lizenzen.spr-plus.ch>
- SPR+ Expert starten <https://expert.spr-plus.ch>
- SPR+ Expert Online Hilfe <https://expert-online.spr-plus.ch/elearning/help.aspx>
- SPR+ Homepage www.spr-plus.ch

2. Ablauf Kampagnenempfehlung → Grobplanung

1. Auf der Startmaske die Schaltfläche Studio drücken.....
2. Register Planungskriterien
 - a. Zielgruppe / Kampagnendauer und Format angeben
 - b. Budget und / oder Leistungsvorgaben setzen
 - c. Kontaktklasse wählen
3. Register Zielgebiete
 - a. Gewünschten Zielgebiete auswählen
4. Register Empfehlung
 - a. Empfehlung berechnen.....
 - b. Empfehlung analysieren, Kriterien ändern. Grafiken zur Universums- und Zielgebietsleistung, dem Kostensplitt und dem Kosten/Nutzen pro Agglo konsultieren



Empfehlung berechnen

3. Hilfe zur Interpretation der Studio Empfehlung

Zielgebiete	Regler	OK	Flächen	Kosten in 1'000 ^A	RW %	RW in 1'000	Potential in 1'000	Ø-PK	Σ-PK in 1'000	TKP	GRP	CPP
Kosten												
Summe aller Zielgebiete			45	25	60	551	919	6	3'175	8	346	72
Agglomeration Zürich			45	25	60	551	919	6	3'175	8	346	72

- A** Flächenanzahl (Empfehlung gemäss definierten Vorgaben)
- B** Bruttokosten in 1'000
- C** Reichweite in % berechnet gemäss der definierten Kontaktklasse
- D** Reichweite in 1'000 der Zielgruppe ($E \times C / 100$)
- E** Potential der Zielgruppe (Anzahl Personen in 1'000)
- F** Durchschnittliche Plakatkontakte = **OTS** (Opportunity to see) = Der OTS ist die durchschnittliche Kontaktsomme der Personen, welche in die Reichweite gemäss der gewählten Kontaktklasse fallen.
- G** Summe der gewichteten Plakatkontakte ($D \times F$)*; von Personen der Zielgruppe, die in die Reichweite gemäss der gewählten Kontaktklasse fallen.
- H** **TKP** (Tausend-Kontakte-Preis) = Preis für 1'000 gewichtete Plakatkontakte ($B \times 1'000 / G$)
- I** **GRP** (Gross Rating Points) = Werbedruck ($C \times F$)*
- J** **CPP** (Costs per point) ($B \times 1'000 / I$)

* Bei Berechnungen mit dem gerundeten OTS (Ø-PK) können Rundungsdifferenzen entstehen.

4. Erklärung einiger wichtiger Begriffe

- Kontaktklasse** Die Kontaktklasse definiert jeweils das Minimum der zu erreichenden Kontaktsomme einer Einzelperson, für deren Berücksichtigung in der Reichweitenberechnung. Wählt man zum Beispiel eine Kontaktklasse 5+ so fallen nur noch Personen in die Reichweite, deren aufsummierte gewichtete Plakatkontakte (fraktionale Plakatkontakte: $0 < PK \leq 1$) in der Summe 5 oder mehr ergeben.
- SPR+ Plakatkontakt** Der Plakatkontakt ist die gewichtete Passage einer Person durch den Beachtungsraum einer Plakatfläche.
- Reichweite** Die Reichweite ist abhängig von der gewählten Kontaktklasse. Beispiel: Bei Kontaktklasse 5+ fallen alle diejenigen Personen in die Reichweite, deren aufsummierte gewichtete Plakatkontakte mit den Flächen der zufälligen Kampagnenstichprobe in der Summe insgesamt 5 oder mehr ergeben.