

Como avaliar

Campanhas multi-projectos

versão 5.0

Junho de 2004



Este pequeno guia mostra-lhe os passos fundamentais a percorrer para trabalhar no módulo de Campanhas.

Poderá encontrar algumas diferenças entre os ecrãs apresentados e a sua versão de Marksel, porque algumas das características apresentadas podem variar ligeiramente de país para país.

Objectivo:

- Mostrar o funcionamento do módulo de Campanhas, através da avaliação de uma campanha com 4 projectos diferentes, de vários meios

Seleção do Estudo

O módulo de *Campanhas* permite definir e avaliar uma campanha composta por 2 ou mais planos. Esses planos podem ser de um mesmo estudo, de estudos diferentes do mesmo meio (exemplo: Bareme Imprensa e Quadros Médios e Superiores), ou até de meios diferentes (exemplo: Bareme Rádio e Bareme-Imprensa).

Para que seja avaliado um plano de *Campanha*, são necessárias as seguintes condições:

- Os meios pretendidos têm que ter informação no Marksel
- Os vários projectos têm que partilhar um mesmo alvo.¹

Dado que os projectos de Campanha podem resultar do conjunto de vários projectos que utilizam dados de amostras independentes, a avaliação de uma Campanha analisará um grupo limitado de indicadores globais:

- Inserções
- Custo
- GRPs
- CPM
- CPP

Estes indicadores são apresentados para:

- total da campanha
- para cada meio

Propriedades de Campanha

O ecrã de "Propriedades de uma Campanha" é muito semelhante ao ecrã de "Propriedades de um Projecto", permitindo incluir várias informações genéricas sobre o projecto. Distingue-se deste por definir qual o **alvo comum** aos vários projectos a associar à Campanha

Projecto	Meio	Estudo	Data
Campanha Meio-Rádio	Rádio	BR - Bareme R...	2004.04.1
Campanha Meio-Internet	NP - NetPanel	NP - NetPanel	2004.04.1
Campanha Meio-Imprensa (2)	Imprensa	BI - Bareme Imp...	2004.04.1
Campanha Meio-Imprensa (1)	Imprensa	BI - Bareme Imp...	2004.04.1

Para cada projecto a inserir, escolhe-se o estudo, na barra à esquerda e, na respectiva lista de projectos, clica-se no projecto pretendido.

¹ Recordemos que o Marksel permite definir um alvo para mais que um estudo.

Avaliação da Campanha multi-projecto

Depois de terminada a definição da *Campanha*, esta pode ser avaliada no módulo de "Avaliação", tal como um plano existente num qualquer projecto.

Nome	Pond.	Alvo (000)	Alvo (%)	Casos	N. Ins.	Custo	Cob.	Cob. Pond.	NMC	GRPs	CPM	CPP
<i>Projectos</i>												
Campanha Meio-Imprensa (1)	100	1905.4	22.9	2731.0	92	273712.4	81.0		7.8	630.0	22.8	434.5
Campanha Meio-Imprensa (2)	100	1905.4	22.9	2731.0	34	78773.8	69.8		3.5	242.3	17.1	325.2
Campanha Meio-Internet	100	3654.0	38.6	1251.0	2973	29730.0	2.4		7.1	16.6	49.0	1792.0
Campanha Meio-Rádio	100	1851.7	22.3	1683.0	220	65541.0	36.4		16.9	614.2	5.8	106.7
<i>Meio</i>												
Imprensa	-	-	-	-	126	352486.2 (78.7%)	-	-	-	872.3	21.2	404.1
NP - NetPanel	-	-	-	-	2973	29730.0 (6.6%)	-	-	-	16.6	49.0	1792.0
Rádio	-	-	-	-	220	65541.0 (14.6%)	-	-	-	614.2	5.8	106.7

N. Ins.	Custo	GRPs	CPM	CPP
3319	447757.2	1503.1	15.7	297.9

De notar, como se refere anteriormente, que um projecto de *Campanha* pode constituir-se de vários projectos que utilizam dados de amostras independentes. Por isso, a avaliação de uma *Campanha* analisará um grupo limitado de indicadores globais:

- Inserções
- Custo
- GRPs
- CPM
- CPP

Estes indicadores são apresentados para:

- o total da campanha,
- cada projectos
- cada meio.

O exemplo ilustrado inclui dois projectos de imprensa, pelo que os resultados da linha do meio "Imprensa" (linha de fundo amarelo) representa a súpula desses dois projectos.

Os dados de avaliação de cada projecto são mais completos, aresentando também os resultados de Cobertura e Frequência de Contactos (NMC).