

Como usar...

audiências NetPanel

no **MARKSEL**

Versão beta do *NetPanel para Marksel* - Junho de 2003



Este documento serve de apoio aos utilizadores do estudo NetPanel no Marksel. Aborda as principais características que distinguem este meio e estudo, dos já existentes no Marksel. Os conceitos que permanecem com as mesmas definições dispensam ser abordados.

O meio Internet levou ao estabelecimento de novos processos de tratamento da informação e novas definições para os conceitos disponíveis na análise de audiências e no planeamento de campanhas.

Normalmente, os conceitos de audiência têm uma ligação estreita ao conceito de inserção publicitária no meio em causa, dado que o conhecimento do potencial de comunicação publicitária é essencial para os vários públicos utilizadores de informação de audiências.

Unidade de inserção publicitária: paginas visualizadas.

O meio Internet não é excepção a esta característica, pelo que é necessário ter em conta que a aquisição de espaço publicitário é, aqui, feita através da compra de um número determinado de visitas às páginas¹.

Desta forma, os conceitos de audiências utilizados no NetPanel, têm em conta estas características.

1. Critérios de suportes

O NetPanel classifica os suportes de publicidade da Internet através das seguintes classificações (ver www.e-netpanel.com).

Tipos de Suportes NetPanel		No Marksel
PROP	Propriedades (<i>Properties</i>)	-
TLD	Domínios de Topo (<i>Top Level Domains</i>)	-
SLD	Domínio simples (<i>Single Level Domain</i>)	-
DOM	Domínio (<i>Domain</i>)	-
SITE	Sítio (<i>Site</i>)	●

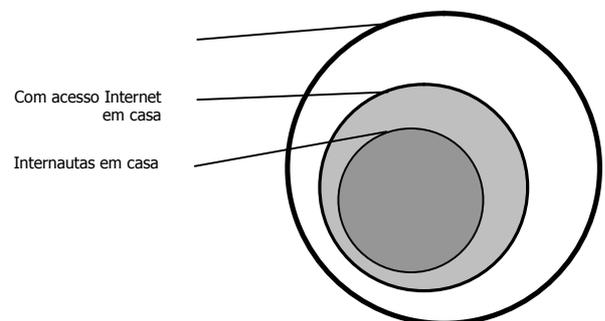
Nesta versão beta do *NetPanel para Marksel* foram considerados apenas os suportes da última categoria (*sites*), que respondessem aos seguintes critérios na respectiva vaga:

- 100 000 páginas visitadas
- 30 casos na vaga

Universos de análise

Os dados do *Netpanel para Marksel* podem ser analisados nos seguintes Universos:

- **Universo Total**
inclui todos os indivíduos a partir dos 4 anos
- **Com acesso em casa**
Sub-conjunto do Universo Total que tem acesso à Internet, no lar onde residem
- **Internautas em casa**
Sub-conjunto do universo anterior, que inclui apenas os indivíduos que acedem à Internet em casa



Universo e Sub-Universos de análise no NetPanel

Propriedades	Dados	Universo	Alvos	Curvas	Tabelas
Acesso Internet no Lar		<input type="radio"/> Universo Total	<input checked="" type="radio"/> Com acesso	<input type="radio"/> Internautas	
Região		<input checked="" type="checkbox"/> Grande Lisboa	<input checked="" type="checkbox"/> Grande Porto	<input checked="" type="checkbox"/> Litoral Norte	

Ecrã de selecção de Universo num projecto NetPanel em Marksel

2. Particularidades no Planeamento

Limite máximo de inserções

Dado que as inserções representam, directamente, o número de milhares de páginas visitadas pretendidas, torna-se necessário ter em conta o número máximo de visualizações que um suporte tem, durante um determinado período de tempo.

Exemplo: se, durante uma vaga (que corresponde a um período de um mês) um site obteve 10 000 (000) visualizações, esse será o limite de contactos (Cobertura Máxima) convencionado para trabalho no Marksel.

Como consequência, esse será também o limite de contactos possíveis de planificar para o futuro, pelo que o Marksel não aceitará 12 000 (000) inserções.

¹ Este conceito é similar ao sistema de compra de televisão, onde é possível a aquisição com contactos (numa base percentual do alvo). Esta capacidade deriva, essencialmente, do facto de, para ambos os meios, existem meios tecnológicos de acompanhamento através de audimetria, baseada em painéis.

Perante esta situação, o Marksel verifica se o utilizador insere uma quantidade de visualizações superior ao máximo, avisando quando tal acontece.

Esta detecção é exercida nos módulos de *Avaliação* e de *Optimização*. Neste último, o Marksel não atribuirá mais inserções a um suporte, a partir do momento em que seja atingida a sua saturação, mesmo que não tenha(m) sido atingido(s) o(s) limite(s) estabelecidos pelo utilizador e o suporte apresente competitividade face aos restantes.

3. Conceitos de audiência

Inserção publicitária

Uma inserção num plano de NetPanel, corresponde à compra de 1000 visitas a páginas em harmonia com a unidade habitual de compra de publicidade na Internet.

Cobertura Média

Cobertura² conseguida com 100 000 visitas (que correspondem a 100 inserções no plano).

A unidade de compra de publicidade na Internet (1000 visualizações de página) representa, normalmente, valores de audiência de difícil representação numérica, por serem percentualmente muito baixos. Por isso, convencionou-se apresentar a *Cobertura Média* como a Cobertura de 100 000 contactos.

Como consequência, na Avaliação, atingir a Cobertura equivalente à *Cobertura Média* implica 100 inserções num suporte. É por essa razão que ao adicionar-se um suporte ao plano, aparece por defeito com 100 inserções (100 x 1000 visitas) e não 1, como é usual noutros meios estudos.

Cobertura Máxima

Corresponde ao número de *Visitantes Únicos*, num dado período de tempo. Nesta versão do NetPanel para Marksel, corresponde ao período de um mês.

CPP e CPM

$CPM_{netpanel} = (\text{custo de 100 000 inserções}) / (\text{Cobertura Média em milhares} * NMC)$

Esta fórmula não é diferente da utilizada para os meios que têm o indicador *Audiência Média*, mas nestes, a *Audiência Média* (indivíduos contactados por uma inserção) é **igual** ao número de contactos³, pelo que $NMC=1$, logo é neutro e desprezado.

No *Netpanel para Marksel*, a *Cobertura Média* (indivíduos contactados por 100 000 visitas) é, geralmente **inferior** ao número de contactos⁴, dadas as repetições em alguns dos visitantes, pelo que $NMC \geq 1$. Logo, contribui para o cálculo.

4. Ficheiros de audiências

No Marksel estão disponíveis ficheiros mensais de dados do painel. A dimensão amostral de cada ficheiro/vaga depende da dimensão do painel, em cada momento. Nos primeiros meses de 2003, a amostra de cada vaga é de aproximadamente 4000 indivíduos.

² Na generalidade dos meios, o conceito de audiência média não contabiliza repetições de contacto, pelo que uma única inserção num plano gera $MNC/OTS=1$.

No NetPanel, o conceito equivalente, **Cobertura Média, representa uma cobertura**, ou seja um conjunto de pessoas com 1 **ou mais** contactos, pelo que 1 inserção num plano gera um $NMC/OTS \geq 1$.

³ Porque se convencionou que cada inserção gera um contacto por pessoa contactada

⁴ Porque as 100 000 visualizações podem gerar mais que um contacto por pessoa contactada.