

Tisková mediální kampaň

Vyhodnocení

	Termín	Cena (Kč)		Hodnota kampaň	Nadstandardní úspora (sleva)				Net Reach (CS) %	Frekvence (CS)	CPT GRP (CS)	
		Reálná	Dosažená		Plánovaná		Realizovaná				Dosažený Kč	Reálný Kč
					Kč	%	Kč	%				
Tisk – I	03-04/2008	7 025 792	5 858 010	7 274 302	1 167 782	16,6	1 416 292	19,5	72,85	5,77	485,6	603,1
Tisk – II	10-11/2008	3 786 400	3 080 000	4 180 240	706 400	18,7	1 100 240	26,3	69,00	6,92	476,4	646,6
Celkem		10 812 192	8 938 010	11 454 542	1 874 182	17,3	2 516 532	22,0				

Použité výrazy

Afinita ukazatel vhodnosti média pro oslovení dané cílové skupiny (sledovanost příslušného média cílovou skupinou v poměru k jeho sledovanosti celkovou populací)

Net Reach čistý zásah - počet příslušníků cílové skupiny, kteří shlédli alespoň jednou spot, inzerát

G.R.P. celkový počet vjemů (počet shlédnutí spotu, inzerátu)

Frekvence průměrný počet shlédnutíspotu jedním příslušníkem cílové skupiny

C.P.T. množství vynaložených finančních prostředků na oslovení 1 tis. příslušníků cílové skupiny

00.00.0000

AB Mediall, s.r.o.