

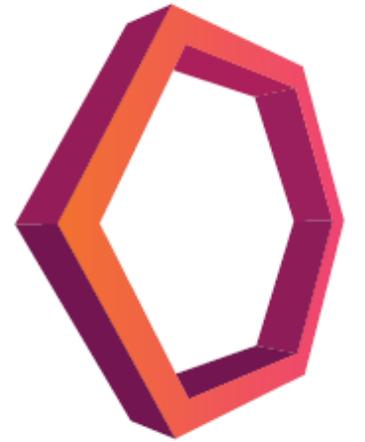
# VAR

VIDEO ADVERTISING REACH



# VAR

VIDEO ADVERTISING REACH





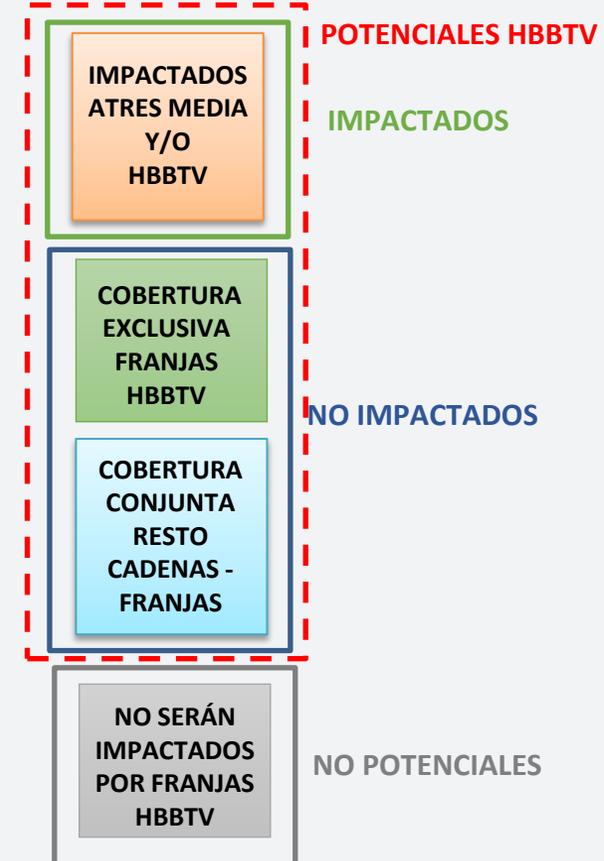
## Planteamiento Digital Skin - HBBTV

Las campañas online 'Digital Skin / HBBTV' se basan en la identificación de los individuos que han estado expuestos a la campaña a través de TV en los canales de Atresmedia. La identificación de los impactados en TV se hace por la medición oficial de Kantar. Se identifican a los individuos expuestos a la campaña de TV lineal y a los expuestos a la campaña segmentada por HBBTV.

### Tipos de impactos:

- Impactados:** Impresiones/UU que se lanzan sobre dispositivos que han sido expuestos a la publicidad anteriormente (bien sea a través de la campaña lineal o a través de la campaña segmentada por HBBTV).
  - Consumidores exclusivos de Franjas emisión HBBTV:** Individuos que sólo recibirán impactos en las franjas de HBBTV.
  - Consumidores conjuntos con el resto de Cadenas/Franjas:** Individuos que pueden recibir impactos en el resto de cadenas y franjas.

Además, existe un tercer grupo que son los **No potenciales**, que son aquellos que por la planificación de la campaña no recibirán impactos de HBBTV, pero pueden llegar a recibirlos por la campaña convencional.





- + Nueva Post Digital Skin
- < Todas mis Post Digital Skin



# Planteamiento Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

## NO POTENCIALES

NO SERÁN IMPACTADOS POR FRANJAS HBBTV

### Individuos identificados como No Potenciales

- Este grupo está formado por individuos que no forman parte de la cobertura potencial de las franjas en las que se emite la publicidad segmentada por HBBTV.

## POTENCIALES HBBTV

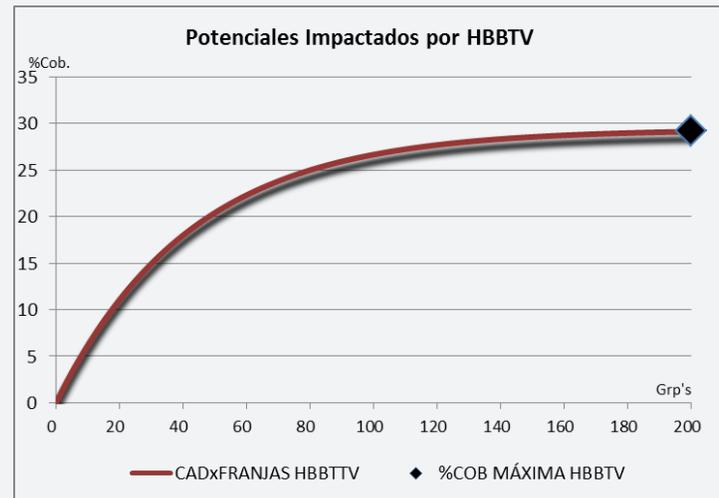
IMPACTADOS ATRES MEDIA Y/O HBBTV

COBERTURA EXCLUSIVA FRANJAS HBBTV

COBERTURA CONJUNTA RESTO CADENAS - FRANJAS

### Potenciales HBBTV:

- Lo forma el grupo de personas que puede llegar a ser impactado por la publicidad emitida en las franjas en las que se emite la publicidad segmentada por HBBTV.



Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



+ Nueva Post Digital Skin

< Todas mis Post Digital Skin

Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



## Planteamiento Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

NO POTENCIALES

NO SERÁN  
IMPACTADOS  
POR FRANJAS  
HBBTV

POTENCIALES HBBTV

IMPACTADOS  
ATRES MEDIA  
Y/O  
HBBTV

COBERTURA  
EXCLUSIVA  
FRANJAS  
HBBTV

COBERTURA  
CONJUNTA  
RESTO  
CADENAS -  
FRANJAS

### Ejemplo de cálculo:

Se supone una campaña que se lanza en HBBTV en las franjas de 20:30 a 22:30 en Antena 3 y La Sexta a lo largo de toda la semana.

La campaña en emisión en TV convencional cuenta con planificación en toda la parrilla en las cadenas de AtresMedia y en las cadenas de Mediaset.

- La cobertura potencial de la campaña es del 83.5%.
- La cobertura potencial de HBBTV es del 29.4%.
- La cobertura no potencial de HBBTV es del 70.6%.

Según la distribución de la presión de la campaña:

- La cobertura potencial de la campaña sin las franjas de emisión en HBBTV del 72.5%.
- La cobertura exclusiva de HBBTV es del 11.0% (Cob total campaña - Cob sin franjas HBBTV).
- La cobertura conjunta de HBBTV con el resto de Cadenas y Franjas es del 18.4%.



Post-Digital Skin

+ Nueva Post Digital Skin

< Todas mis Post Digital Skin

Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



## Cálculos Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

### IMPACTADOS

IMPACTADOS  
ATRES MEDIA  
Y/O  
HBBTV

#### Individuos identificados como Impactados:

- Las impresiones/UU lanzadas sobre este grupo no incrementan cobertura y sólo computan como grp's (aumentan frecuencia).

### NO IMPACTADOS

COBERTURA  
EXCLUSIVA  
FRANJAS  
HBBTV

COBERTURA  
CONJUNTA  
RESTO  
CADENAS -  
FRANJAS

#### Individuos identificados como No Impactados - Cobertura Franjas HBBTV

- Este grupo está formado por individuos que son susceptibles de ser impactados en las franjas de emisión de la publicidad segmentada por HBBTV y no han sido impactados previamente por la campaña.

El cálculo de Cobertura de la campaña segmentada por HBBTV cumple que:

- Su Cobertura máxima es el máximo de personas que se puede impactar en las Franjas de emisión HBBTV.
- Su Cobertura potencial real en el momento de emisión es su Cobertura máxima menos la Cobertura de las Franjas HBBTV impactada previamente.
- La Cobertura generada por la segmentación No Impactados está condicionada por la publicidad que se emita posteriormente a la emisión en HBBTV.



Post-Digital Skin



## Cálculos Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

### NO IMPACTADOS

COBERTURA  
EXCLUSIVA  
FRANJAS  
HBBTV

COBERTURA  
CONJUNTA  
RESTO  
CADENAS -  
FRANJAS

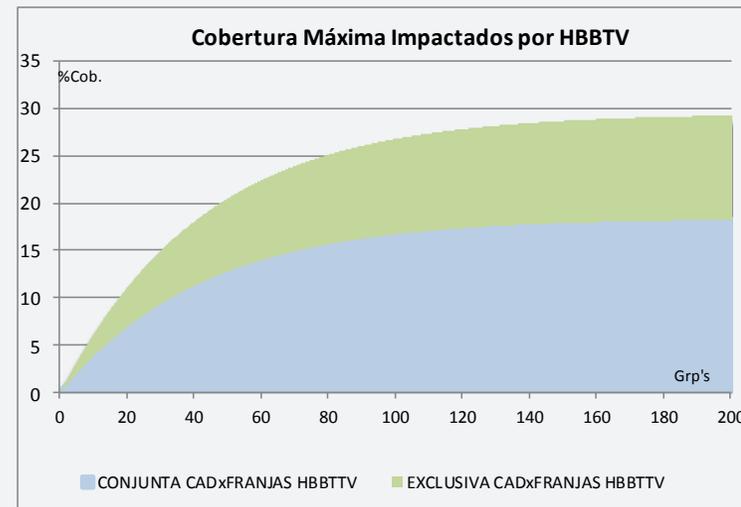
El cálculo de Cobertura de la campaña segmentada por HBBTV cumple que:

1. Su Cobertura máxima es el máximo de personas que se pueden impactar en las Franjas de emisión HBBTV.

Dentro de este grupo se puede diferenciar entre:

- Individuos que sólo recibirán impactos en las franjas de HBBTV.
- Individuos que también pueden recibir impactos en el resto de cadenas y franjas.

El peso de cada grupo dependerá de la planificación por cadenas y franjas de la campaña en el TTV.



Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



Post-Digital Skin



## Cálculos Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

### NO IMPACTADOS

COBERTURA  
EXCLUSIVA  
FRANJAS  
HBBTV

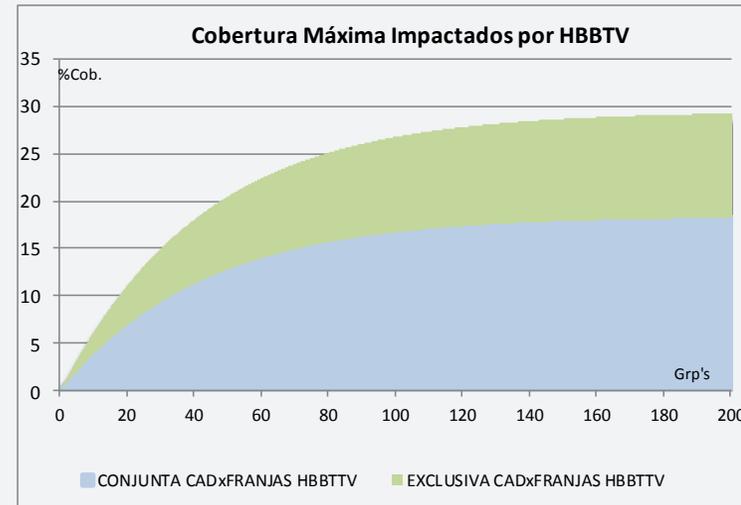
COBERTURA  
CONJUNTA  
RESTO  
CADENAS -  
FRANJAS

El cálculo de Cobertura de la campaña segmentada por HBBTV cumple que:

1. Su Cobertura máxima es el máximo de personas que se pueden impactar en las Franjas de emisión HBBTV.

### Ejemplo de cálculo:

- La cobertura máxima de HBBTV es del 29.4%.
- La cobertura máxima exclusiva de HBBTV es del 11.0%.
- La cobertura máxima conjunta de HBBTV con el resto de Cadenas y Franjas es del 18.4%.



Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



Post-Digital Skin



## Cálculos Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

### NO IMPACTADOS

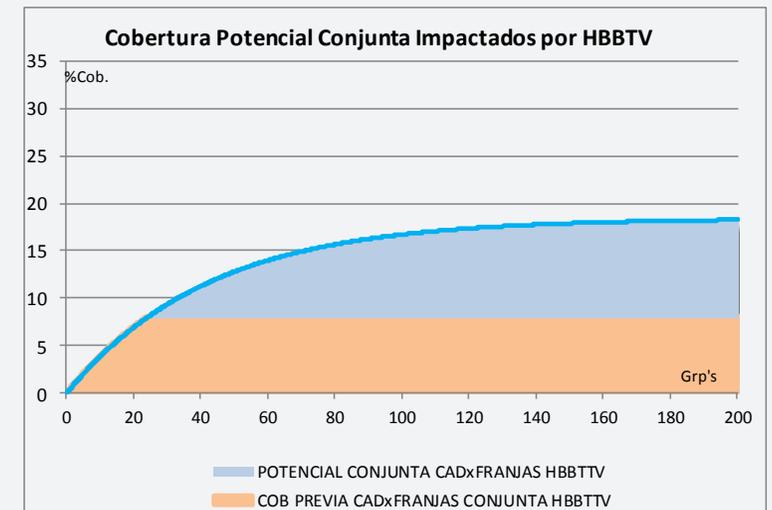
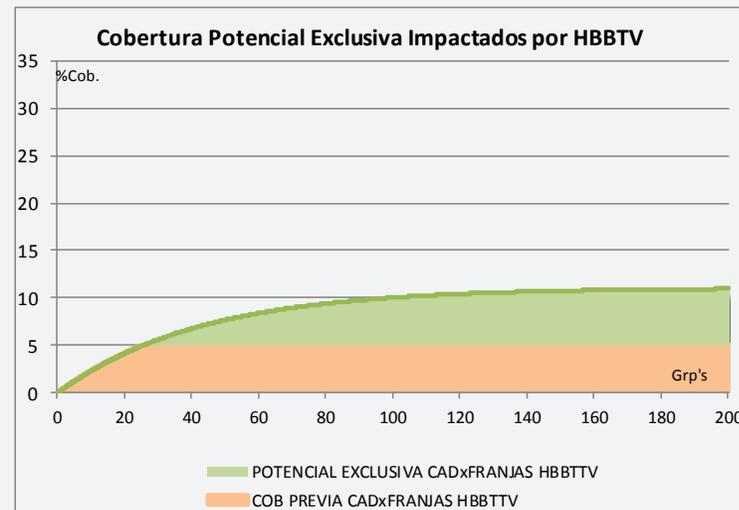
COBERTURA EXCLUSIVA FRANJAS HBBTV

COBERTURA CONJUNTA RESTO CADENAS - FRANJAS

El cálculo de Cobertura de la campaña segmentada por HBBTV cumple que:

2. Su Cobertura Potencial Real en el momento de emisión es su Cobertura máxima menos la Cobertura de las Franjas HBBTV en las que se emite impactada previamente.

Al aplicarse la segmentación de no impactados, la cobertura potencial real de los impactados por la emisión segmentada en HBBTV se reduce en la medida en que los individuos han sido impactados por la campaña.



Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



Post-Digital Skin



# Cálculos Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

## NO IMPACTADOS

COBERTURA EXCLUSIVA FRANJAS HBBTV

COBERTURA CONJUNTA RESTO CADENAS - FRANJAS

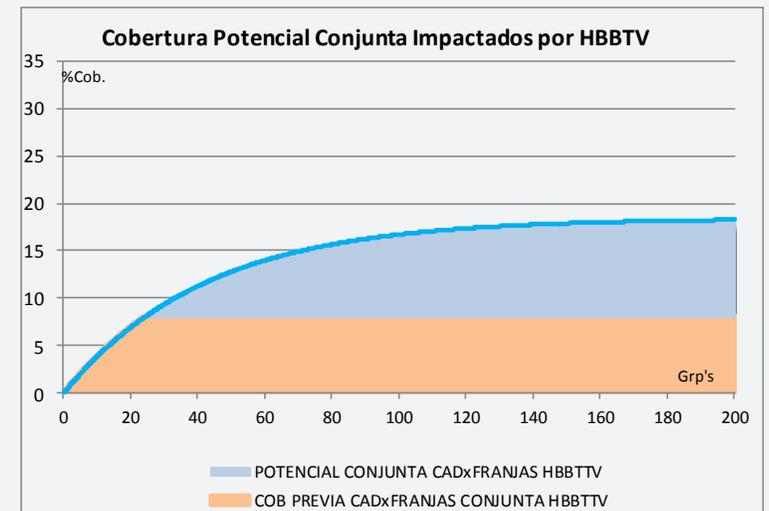
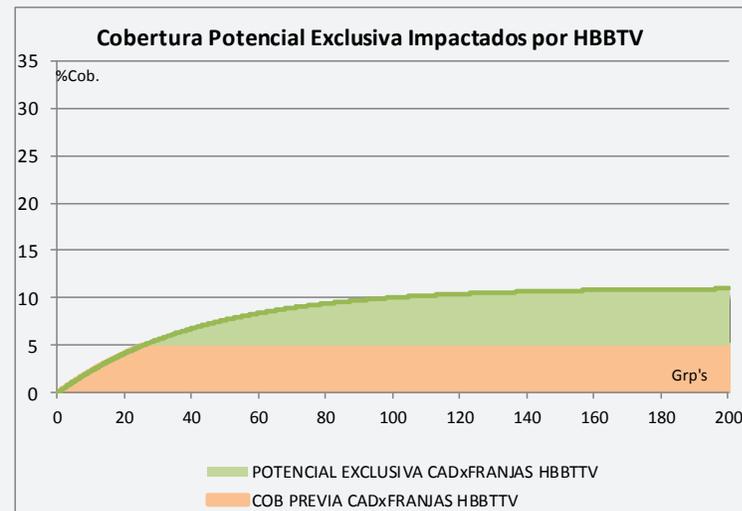
El cálculo de Cobertura de la campaña segmentada por HBBTV cumple que:

2. Su Cobertura Potencial Real en el momento de emisión es su Cobertura máxima menos la Cobertura de las Franjas HBBTV en las que se emite impactada previamente.

### Ejemplo de cálculo:

Al lanzamiento de la publicidad en HBBTV la Cob. previa exclusiva es del 5.0% y del 8.0% en la conjunta.

- Cobertura Potencial Real Exclusiva HBBTV es del 6.0% (11.0% - 5.0%).
- Cobertura Potencial Real Conjunta HBBTV es del 10.4% (18.4% - 8.0%).



Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



- + Nueva Post Digital Skin
- < Todas mis Post Digital Skin



# Cálculos Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

## NO IMPACTADOS

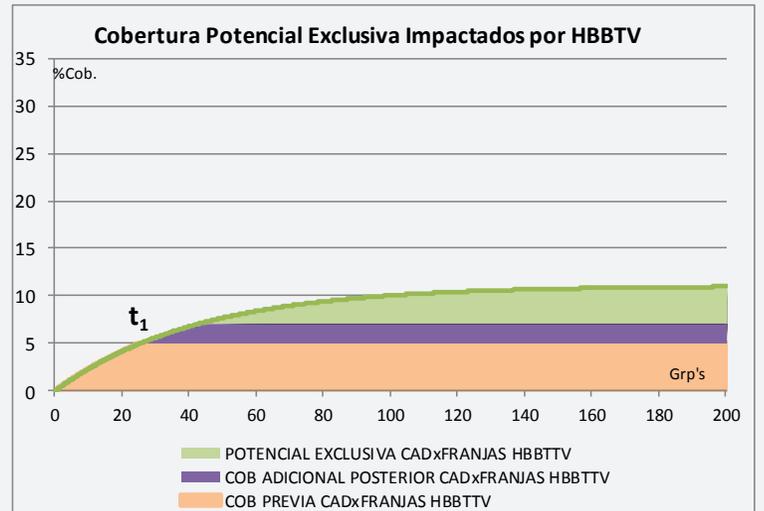
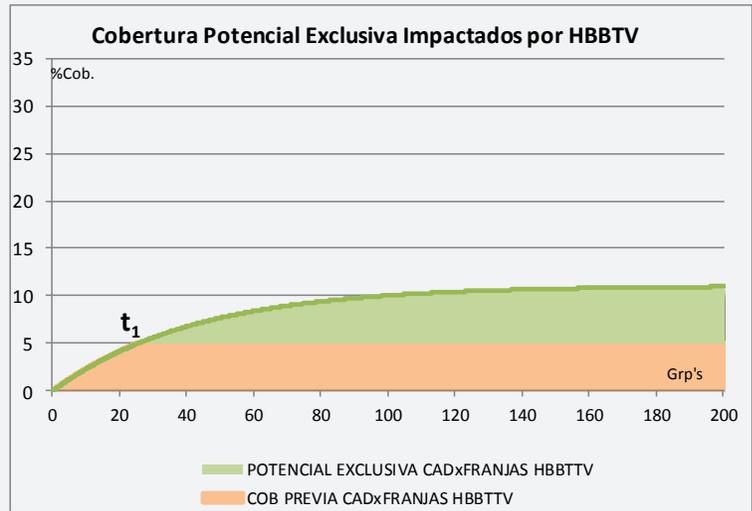


El cálculo de Cobertura de la campaña segmentada por HBBTV cumple que:

- La Cobertura generada por la segmentación No Impactados está condicionada por la publicidad que se emita posteriormente a la emisión en HBBTV.

Considerando  $t_1$  como el momento de la emisión de las impresiones a no impactados en HBBTV, se calcula la Cobertura Adicional Posterior generada por la publicidad emitida después de  $t_1$  y su proporcionalidad respecto a la cobertura potencial real. Con estas proporcionalidades se calcula:

$$\% \text{Prob. impactados HBBTV en } t_1 \text{ lo sean posteriormente} = (\text{Cobertura Adicional Posterior} / \text{Cobertura Potencial Real}) \text{ en } t_1$$



Fuentes:

AVC KANTAR comScore

© tres14 Research S.L



- + Nueva Post Digital Skin
- < Todas mis Post Digital Skin



# Cálculos Digital Skin - HBBTV

Para el cálculo de la cobertura total de las campañas con 'Digital Skin - HBBTV' se sigue el siguiente planteamiento:

## NO IMPACTADOS

COBERTURA EXCLUSIVA FRANJAS HBBTV

COBERTURA CONJUNTA RESTO CADENAS - FRANJAS

El cálculo de Cobertura de la campaña segmentada por HBBTV cumple que:

- La Cobertura generada por la segmentación No Impactados está condicionada por la publicidad que se emita posteriormente a la emisión en HBBTV.

### Ejemplo de cálculo:

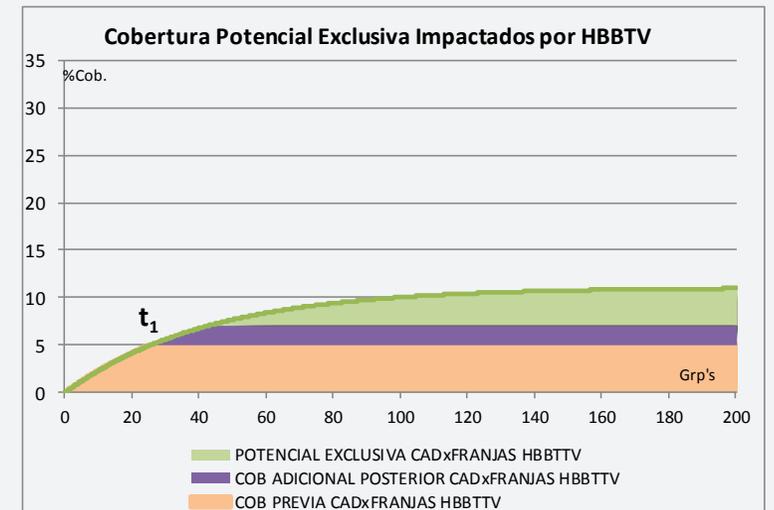
Tras la emisión de HBBTV en  $t_1$  se ha aumentado la Cobertura Exclusiva HBBTV en 2 puntos.

- Cobertura Potencial Real Exclusiva HBBTV = 6.0%.
- Cobertura Adicional Posterior Exclusiva HBBTV = 2.0%.
- %Prob. impactados HBBTV en  $t_1$  lo sean posteriormente =  $2.0\% / 6.0\% = 33.3\%$

### Aplicación sobre el resultado de la emisión:

Suponiendo que en  $t_1$  se ha generado 1 punto de cobertura en HBBTV sobre no impactados en el segmento de Cobertura Exclusiva HBBTV:

- 0.33 puntos de Cobertura serán impactados posteriormente por la campaña en TV conv.
- 0.66 puntos serán de Cobertura adicional generada por la emisión en HBBTV



Fuentes:



# VIDEO ADVERTISING REACH

