



# OUTDOOR IMPACT

CAFAS-mediasuunnittelusofta  
Pikaohje



# Sisältö

Asennus ja päivitys	s.3-5
Cafasin työkalupakki	s.6-9
➤ Analyysi	s.7
➤ Kampanjasuunnittelu	s.8
➤ Yhteenveto	s.9
Terminologiaa	s.10
Tulosten esitysmuoto	s.11-13
Muita käyttövinkkejä	s.14-16



## Asennus & päivitys

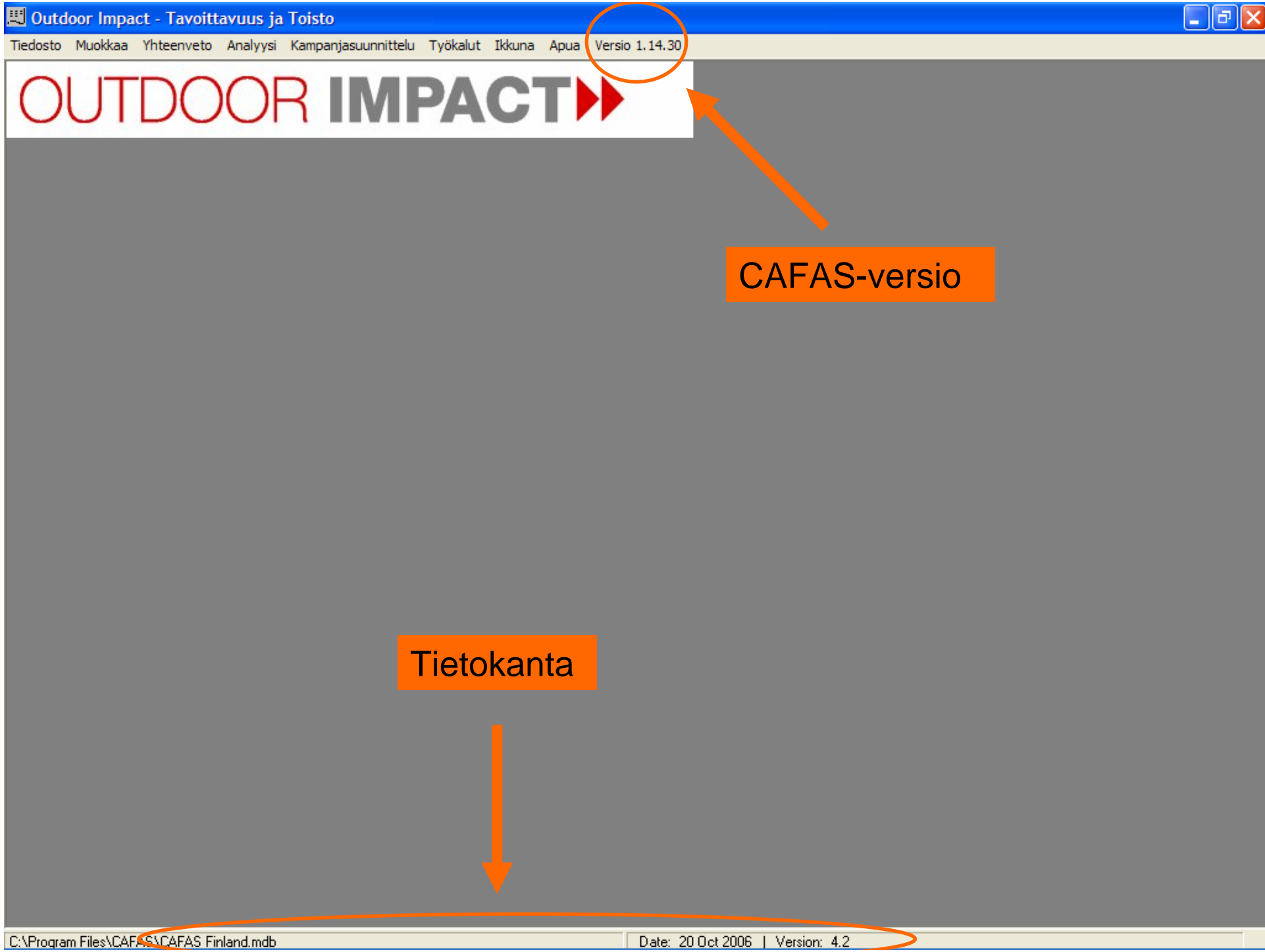
Tietokoneeseesi on asennettu CAFAS-työkalu, joka koostuu kolmesta osasta:

- *CAFAS-softa:*           *.exe –tiedosto*
- *Tietokanta:*           *.mdb-tiedosto*
- *Sarjapaketit:*       *txt-tiedostokansio*

Tietokanta päivitetään muutaman kuukauden välein, päivitetty versio löytyy Outdoor Impactin internetsivuilta. Käytössä olevan tietokannan nimi ja versio näkyy screenin alareunassa.

Jos et ole muistanut päivittää uusinta tietokantaa, CAFAS ilmoittaa siitä, kun käynnistät sen.

CAFAS-softaan tulee päivityksiä tarpeen mukaan, mikäli siis softaan tulee uusia toiminnallisuuksia tai softaa kehitetään muutoin. Näistä softamuutoksista ilmoitetaan pääkäyttäjille/yhteyshenkilöille sähköpostitse sekä liiton internetsivuilla. Käytössäsi olevan version numero näkyy screenin oikeassa yläkulmassa.



Versio 1.14.30

OUTDOOR IMPACT

CAFAS-versio

Tietokanta

C:\Program Files\CAFAS\CAFAS Finland.mdb | Date: 20 Oct 2006 | Version: 4.2

Outdoor Impact - Tavoittavuus ja Toisto

Tiedosto Muokkaa Yhteenveto Analyysi Kampanjasuunnittelu Valinnat Ikkuna Apua Versio 1.14.30

CAFAS

# OUTDOOR IMPACT

## Kampanjan tunnusluvut

Päivää   Kohderyhmä  Kuukausi  N+

Sarjapakettien vakiopituudet käytössä

Katunäkyvyys	Asemanäkyvyys	Kauppapaikkanäkyvyys	Liikennevälinenäkyvyys	Kokonaisnäkyvyys	CPT(N)	Luokittelemattomat pinnat			
Tiedostot	Kampanjan pinnat	Pinnan Suunta	Liikenne	OTC	VAC	Valaistut	Valaisemattomat	Kadunvarsialue	Jalankulkualue

### Lisää Kampanjan Tiedosto

Kohde:

- CLC.Tram-LNG1.14.vrk.txt
- ClearChannel\_BB\_C-series\_28\_vrk.txt
- JCD\_abr\_ss\_7pv.txt
- JCD\_CL\_cty2\_21pv.txt

Tiedostonimi:

Tiedostotyyppi:

**Sarjapaketit**



# CAFASin työkalupakki



## Yhteenveto (Digest):

- Tilastoyhteenveto ulkomainosmarkkinoista:
  - välineet ja pintamäärät yhtiöittäin, alueittain
  - liikennemäärä/OTC/VAC -viikkokeskiarvot

## Analyysi (Analysis):

- Tunnusluvut valmiille sarjoille/paketeille ja niiden yhdistelmille

## Kampanjasuunnittelu (Campaign Planner):

- Kampanjan luonnosteluvaihe: "sarjavapaa / mediayhtiövapaa" suunnittelu



## Yhteenveto



### Tilastoyhteenveto ulkomainosmarkkinoista Suomessa:

- Ol:ssa mukana olevat ulkomainosvälineet
- Pintamäärät yhtiöittäin
- Pintamäärät alueittain
- Keskimääräiset liikennemäärät, OTC:t ja VAC:t yhtiöittäin, alueittain
- Apuväline myös ”share-of-voicen” laskemiseen (esim. mikä on kampanjan pintamäärän osuus ko. välineen kokonaispintamäärästä alueittain).



# Analyysi



## Analyysi:

- Tunnusluvut valmiille sarjoille/paketeille ja niiden yhdistelmille.
- Valitaan haluttu sarja/paketti sarjatiedostokansiosta, jotka on toimitettu käyttäjille ja jotka löytyvät myös Outdoor Impactin internetsivuilta.
- Mikäli mediayhtiö tarjoaa esim. räätälöityä sarjapakettia, voit pyytää mediaa lähettämään ko. paketin txt-tiedosto meilillä. Valitse tämä txt-tiedosto ja analysoi tunnusluvut.
- Tavoittavuustunnuslukujen (peitto, toisto, kontaktit, GRP, CPT) lisäksi Analyysistä saat tietoa paketin pintojen sijainnista ja muista ominaisuuksista.
- Kampanjan hinta on lisättävä CPT-välilehdelle, minkä jälkeen CAFAS laskee cpt:t.





# Kampanjasuunnittelu



## Kampanjasuunnittelu:

- Kampanjan ”luonnostelu”:
  - Kampanjan tavoitteisiin tarvittavan kampanjakoon hahmottaminen: mitä peitto- ja toistotasoa haetaan? -> Kuinka iso paketti (=pintamäärä) tarvitaan halutun tavoittavuustason saavuttamiseksi?
  - ”Mediayhtiö-/sarjavapaa” suunnittelu: ei olla suunnittelussa sidottuja valmiisiin paketteihin/sarjoihin.
- Suunnittelu tapahtuu pintamäärien avulla: määritellään haluttu pintamäärä eri alueittain
- Suunnittelun apuna pintamäärä voidaan automaattisesti jakaa maantieteellisesti joko a.) aikuisväestön jakauman tai 2.) share-of-voicen mukaan.
- Ei kerro välttämättä mediayhtiön tarjoaman ”vakiopakettin” tavoittavuudesta, käyttää ko. välineen/yhtiön pintojen keskiarvoista tavoittavuutta
- Voidaan peilata keskiarvoihin perustuvan paketin tunnuslukuja mediayhtiön tarjoaman vastaavanlaajuisen kokonaisuuden / sarjan tai paketin lukuihin.
- *Toistaiseksi voit ajaa tunnuslukuja vain samanpituisista osista muodostuville kokonaisuuksille: esim. 14 pvän pilarikampanjan ja 7 pvän eurosized-kampanjan muodostamalle kokonaisuudelle ei vielä saada lukuja.*

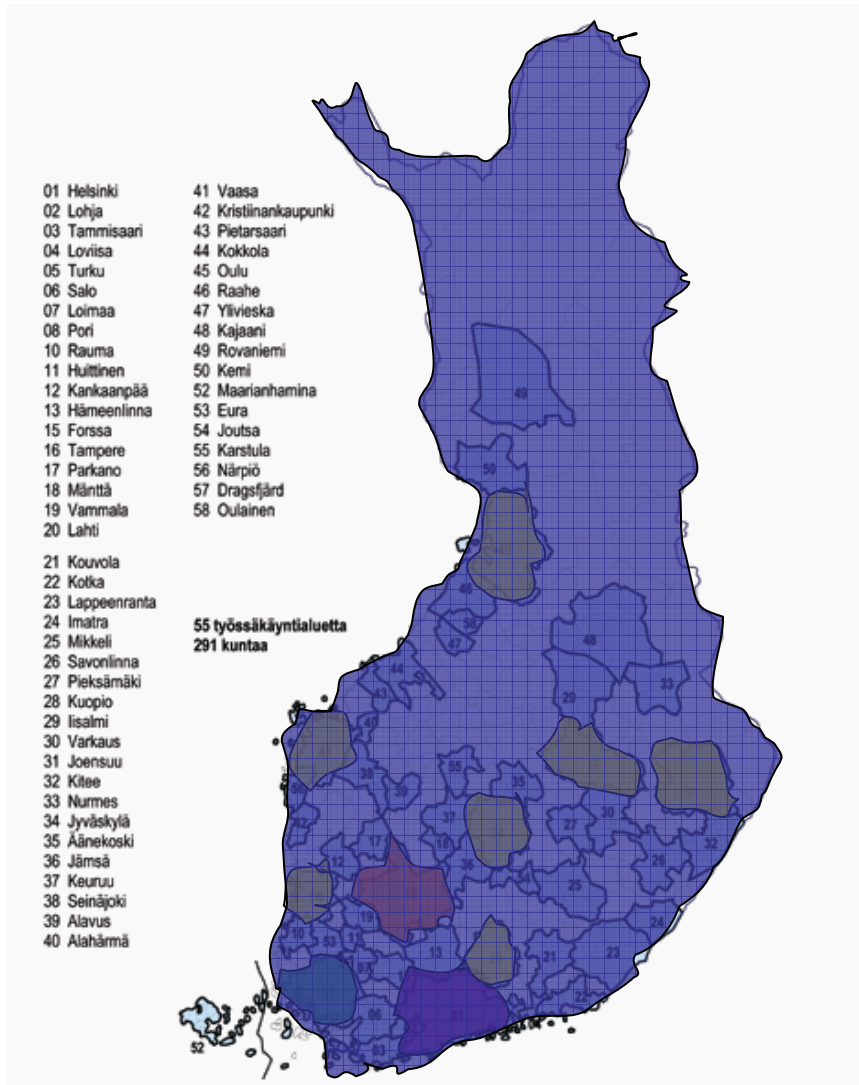


# Terminologiaa

<u>Suomi</u>	<u>Englanti</u>	<u>Selitys</u>
Kohderyhmän koko	Social group	Valitun kohderyhmän koko manner-Suomessa (suomea puhuvat).
VAC peitto %	VAC cover %	Kampanja-aikana vähintään kerran kontaktissa olevan väestömäärän suhde valitun kohderyhmän kokoon. (VAC = visibility adjusted contact)
VAC netto	Population covered	VAC nettokontaktit: sellaisten kohderyhmään kuuluvien henkilöiden määrä, joka on kampanjan aikana katsekontaktissa vähintään kerran.
VAC totaali	VA contacts	VAC totaali kontaktit kohderyhmässä: katsekontaktien yhteenlaskettu kokonaismäärä kampanjan aikana.
VAC toisto	VA average frequency	VAC toisto: tavoitetun kohderyhmän keskimääräiset VAC-kontaktit eli kuinka monta kertaa keskimäärin kampanjan nähneet ovat katsekontaktissa kampanjan pintoihin.
VAC GRP	GRP	Gross rating points. "Kokonaistunnusluku" kampanjan kontakteille (bruttopeitto kohderyhmässä). Laskentakaava VAC-peitto% x VAC-toisto.
CPT	CPT	CPT = cost per thousand. Tuhannen kontaktin hinta euroissa laskettuna joko nettokontakteista CPT(N) tai totaalikontakteista CPT(T).



# Tulosten esitysmuoto



Tulokset esitetään CAFASissa alueittain, joiden takana on Tilastokeskuksen virallinen työssäkäyntialueluokitus

Työssäkäyntialueet – Tilastokeskuksen työssäkäyntialueluokittelu v 2005.

- 1.) Helsingin työssäkäyntialue
- 2.) Tampereen työssäkäyntialue
- 3.) Turun työssäkäyntialue
- 4.) Muut suuret ta:t eli yli 100.000 asukkaan työssäkäyntialueet
- 5.) Pienet työssäkäyntialueet + maaseutu
- 6.) Totaali



# Tulosten esitysmuoto

*Tuloksia voidaan tarkastella myös ympäristötyypeittäin:*

- *Voit siis tarkastella Analyysissä sarjan/paketin tuloksia eri ympäristötyypeittäin*
- *Vastaavasti voit myös Kampanjasuunnittelussa suunnitella kampanjan ottamalla huomioon pintojen ympäristön*

## **Katunäkyvyys – roadside:**

Yleiset tiet ja kadut

## **Asemanäkyvyys – travel:**

Paikat, joissa liikkumisen pääasiallinen tarkoitus on matkustaminen (metroasemat, rautatieasemat, bussiasemat)

## **Kauppapaikkanäkyvyys – retail:**

Kauppakeskukset, supermarket-alueet, kävelykadut yms.

## **Liikennevälinenäkyvyys – transport:**

Bussien ja raitiovaunujen ulkopinnat

## **Kokonaisnäkyvyys – combined total:**

Tulokset kokonaisuudessaan

## Kampanjan tunnusluvut

Päivää   Kohderyhmä  Kuukausi  N+  Sarjapakettien vakioipituudet käytössä

Tiedostot	Kampanjan pinnat	Pinnan Suunta	Liikenne	OTC	VAC	Valaistut	Luokittelemattomat	Kadunvarsialue	Jalankulkualue
Katunäkyvyys	Asemanäkyvyys	Kauppapaikkanäkyvyys	Liikennevälinenäkyvyys			<b>Kokonaisnäkyvyys</b>		CPT(N)	Luokittelemattomat pinnat

	Kohderyh- män koko	VAC peitto %	VAC netto	VAC toisto	VAC totaali	VAC GRP	CPT(N)	Pinnat
Helsingin alue	1 056 000	94,2	995 000	22,7	22 557 000	2 136		544
Tampereen alue	285 000	62,9	179 000	18,0	3 227 000	1 133		118
Turun alue	254 000	61,6	156 000	14,6	2 290 000	902		89
> 100K alueet	762 000	57,5	438 000	10,1	4 431 000	581		221
< 100K alueet + maas	1 653 000							
<b>Yhteensä</b>	<b>4 010 000</b>	<b>44,1</b>	<b>1 768 000</b>	<b>18,4</b>	<b>32 506 000</b>	<b>811</b>		<b>972</b>

Tuloksissa mukana vain täysin luokitellut pinnat

Virhemarginaali +/- 2%

Sarja/ paketti

CLC.Tram-LNG1.14.vrk.txt  
JCD\_abr\_ss\_7pv.txt



## Muita käytännön vinkkejä:

Valittavanasasi on kohtuullisen iso määrä erilaisia kohderyhmiä, joista voit valita kampanjaasi sopivan ja saat tulokset tässä kohderyhmässä. (Pilottiversiossa ikä+sukupuolitaustat saatavilla!)

Tulokset esitetään kuukausikohtaisesti. Voit valita suunnittelemasi kampanjan ajankohdan sekä Analyysissä että Kampanjasuunnittelussa.

Voit tarkastella Kampanjasuunnittelussa ei-valtakunnallisten kampanjoiden tunnuslukuja "vaikutusalueella". Valittavana on joko Hki+Tku+Tre tai suurkaupunkinäkökulma. Tämä toiminto tulossa myös Analyysiin.

Saat CPT:t mukaan tuloksiin kirjoittamalla kampanjahinnan CPT-välilehdelle.

Voit vaihtaa kieltä englanniksi tai suomeksi.

Voit suunnitella Kampanjasuunnittelussa monivälinekampanjan valitsemalla "eri kokoja" –toiminnon.

Voit tarkastella tuloksia myös "tehokkaan toiston" näkökulmasta eli katsoa tuloksia esim. N3+ tasolta = vähintään kolme kertaa kampanjan nähneet.

Voit tarkastella Analyysissä sarjan/paketin pintojen taustatietoja: minkälaisella alueella pinnat sijaitsevat, pintojen valaistustilanne, pintojen suunnat, keskimääräinen viikoittainen liikennemäärä, OTC ja VAC sarjan pinnalle.

## Kampanjan tunnusluvut

Päivää   Kohderyhmä  Kuukausi  N+  Sarjapakettien vakiopituudet käytössä

Katunäkyvyys	Asemanäkyvyys	Kauppapaikkanäkyvyys	Liikennevälinenäkyvyys	Kokonaisnäkyvyys	CPT(M)	Luokittelemattomat pinnat			
Tiedostot	Kampanjan pinnat	Pinnan Suunta	Liikenne	OTC	VAC	Valaistut	Valaisemattomat	<b>Kadunvarsialue</b>	Jalankulkualue

	Ostosalue	Teollisuusalue	Toimistoalue	Asuinalue	Harvaan asuttu	Kaikki
Clear Channel						
JCDecaux	253	31	117	352	15	768
Kaikki	253	31	117	352	15	768

Luokitellut Kadunvarsipinnat

Sarja/ paketti  
CLC.Tram-LNG1.14.vrk.txt  
JCD\_abr\_ss\_7pv.txt

## Kampanjan tunnusluvut

Päivää   Kohderyhmä  Kuukausi  N+

Sarjapakettien vakiopituudet käytössä

Katunäkyvyys	Asemanäkyvyys	Kauppapaikkanäkyvyys	Liikennevälinenäkyvyys	Kokonaisnäkyvyys	CPT(N)	Luokittelemattomat pinnat			
Tiedostot	Kampanjan pinnat	Pinnan Suunta	Liikenne	OTC	VAC	Valaistut	Valaisemattomat	Kadunvarsialue	<b>Jalankulkualue</b>

	Ostoskesku:	Ostosalue	Pääostosk:	Ostoskatu	Päärautatie:	Paikallisjuna	Linja-autoas	Huoltoasem.	Vapaa-ajan	Ostoskeskul	Paikoitusalu	K
Clear Channel												
JCDecaux	2	7	8	8	25	15	28		1	2		3
Kaikki	2	7	8	8	25	15	28		1	2		3

Luokitellut Ei-Kadunvarsipinnat

Sarja/ paketti

CLC.Tram-LNG1.14.vrk.txt  
JCD\_abr\_ss\_7pv.txt