



STICHTING KIJKONDERZOEK

SKO

PLANNING

BAS DE VOS

DIRECTEUR SKO

#SKO2015 -> VOOR VRAGEN AAN DE SPREKERS

WAT GAAN WE OOK AL WEER DOEN?

- Vanaf september 2015 moeten we dagelijks Online Kijkcijfers kunnen rapporteren over het kijkgedrag gisteren en van afgelopen week. Deze relateren dan in eerste instantie aan broadcast programma's
- Vanaf september moet het mogelijk zijn minimaal op weekniveau uitspraken te doen over bereik/contacten voor online campagnes op relevante commerciële doelgroepen!

WAT GAAN WE OOK AL WEER DOEN?

- Tegelijkertijd introduceren we per september rapportages over het “gebruiksmoment”.
 - Wat was het bereik van alle beschikbare online NPO content afgelopen week?
 - Hoeveel minuten werd er gekeken naar Sanoma content in september in de doelgroep 20-34 jaar?
 - Wat was het bereik van het online genre “sport” in de doelgroep mannen 25-54?

WAT GAAN WE OOK AL WEER DOEN?

- Vanaf december moet er een crossplatform kijkcijfer beschikbaar zijn:
Offline en Online

	aantal kijkers TV	uitgesteld TV	linear Online	uitgesteld Online	Totaal
GTST:	1.000.000	150.000	15.000	120.000	1.285.000

	Bereik TV	Bereik uitgesteld TV	Bereik linear TV Online	Bereik Online	Totaal
Merk X	72%	2%	1%	6%	80%



STICHTING K



WAT BETEKENT DAT VOOR DE MARKT?

Er is nog veel werk te doen!

- Project moet nog live uiteraard!
- Definiëren nieuwe rapportage-eenheden / rapportagevormen / regels.....
- Overeenstemming over “kijkcijfer” 2.0
- Inrichten softwaresystemen
- Uitleg – uitleg – uitleg – uitleg

SKO komt naar je toe deze zomer; meldt je/je organisatie aan voor de roadshow!

DANK VOOR DE AANDACHT!

