

TV LINEÆRT

UNIVERS	TVOV-universet omfatter alle personer 10-79 år i Norge uavhengig av tilgang til TV-apparat. Pr. 01.01.2021 er dette 4 532 000.
MÅLGRUPPE	Personer inndelt etter diverse kjennetegn, for eksempel kjønn og alder.
MÅLGRUPPE-INDEKS	Brukes på TV for å beskrive om målgruppen er over- eller underrepresentert i forhold til alle seere. Summen av alle seere har en indeks på 100.
BRUTTODEKNING	Sum av alle eksponeringer, dvs. antall ganger reklamen din har blitt sett (hver person kan dog registreres flere ganger).
NETTODEKNING	Antall unike seere som har sett reklamen minst én gang.
FREKVENNS/SNITTFREKVENNS	Antall ganger hver seer i gjennomsnitt har sett en reklamefilm.
EKSPONERING	Et seertilfelle defineres som en eksponering.
RATING	Et ratingpoeng er 1 % seeroppslutning av kanalens mulige seere (univers). Vi sier at et program med 1% seeroppslutning har en rating på 1. 1 % er dermed 45 320 (pr. 01.01.2021).

GRP	Gross rating point, tilsvarer 1 % av nasjonalt univers. Et uttrykk for antall bruttoeksponeringer (nettodekning x frekvens).
TRP	Target rating point, tilsvarer 1% av en spesifikk målgruppe.
CPP	Cost per point, prisen for en GRP eller TRP.
CPT	Cost per thousand er prisen for tusen seere/eksponeringer lineært.
SPOT	En reklamevisning i en reklamesending på TV.
SPOTPRIS	Prisen på en spot vil avhenge av ratingen i det aktuelle minuttet spoten vises.
KONSOLIDERT 7 DAGER	Seing som er sett i ordinær visning, samt seing som sees i opptak samme dag eller inntil 7 dager etter ordinær visning.
POWERBREAKS	Høyeffektive reklameblokker av inntil ett minutt varighet.
TOP & TAIL	To reklameinnslag med beslektet kreativt innhold som sendes i samme reklamepause, minimum adskilt av en annen reklamespot.

ONLINE VIDEO

CPM (COST PER MILLE)	CPM er prisen for tusen eksponeringer digitalt.
UNIKE BRUKERE	Unike IP adresser som besøker våre plattformer.
VIDEO VIEWABILITY	50% av annonsen må være i skjermbildet i minst 2 sekunder for at den skal telle som «viewable». Gjennomsnittlig viewability på Dplay er 99,44 %
VIEW THROUGH RATE (VTR)	Prosentvis hvor mange annonser som er sett i sin helhet. Gjennomsnittlig VTR på Dplay er 98,19 %.
AUDIBLE AND VISIBLE ON COMPLETE (AVOC)	Prosentvis hvor mange av annonsene som spilles med lyd og er viewable hele veien gjennom. AVOC er 93,43% på Dplay.
BRAND SAFE	Brand safety handler om hvor trygt miljøet annonsene eksponeres i er. Dplay er 100% safe.

*alle metrics er hentet fra MOAT, ett verdensledende annonseverifikasjonssystem.