

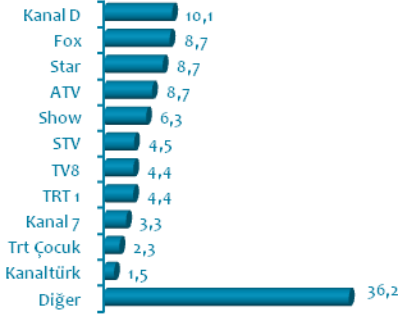


# HAFTALIK VOLTAJ

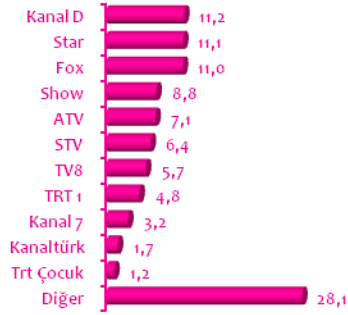
12 – 18 Ocak 2015

## TV İzlenme Payları (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

Tüm Gün - 02:00-25:59



Prime Time- 18:00-23:59



## TV İlk 10 Reklamveren (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

No	Reklamveren	GRP	30* GRP	SOV
1	Benckiser	1.290	1.252	5%
2	Unilever	1.430	1.189	5%
3	Ülker	1.523	949	4%
4	Avea	532	911	4%
5	Coca Cola	1.221	790	3%
6	Türkcell	902	758	3%
7	ETİ	887	727	3%
8	Şahin Sucukları	841	704	3%
9	Frito Lay	767	687	3%
10	P&G	855	671	3%
	Diğer	23.276	17.063	66%
	<b>Toplam</b>	<b>33.525</b>	<b>25.702</b>	<b>100%</b>

## TV İlk 10 Program (Hedef Kitle: Tüm Kişiler)

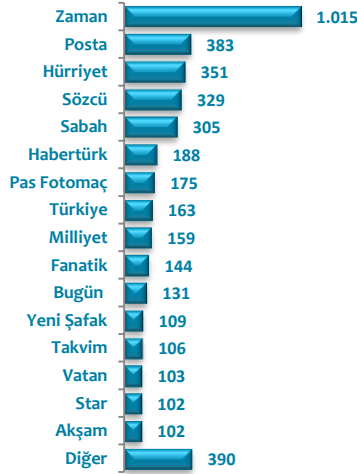
No	Kanal	Gün	Program	Rating	Share
1	Fox	Cuma	Karagül	12%	24%
2	Star	Pazartesi	Paramparça	11%	24%
3	Kn1 D	Perşembe	Kurtlar Vadisi Pusu	9%	18%
4	Star	Salı	Kaderimin Yazıldığı Gün	9%	19%
5	Fox	Cumartesi	Kiraz Mevsimi	8%	17%
6	Fox	Pazar	O Hayat Benim	8%	17%
7	Atv	Pazartesi	Karadayı	7%	15%
8	Stv	Pazar	Küçük Gelin	7%	15%
9	Kn1 D	Salı	Küçük Ağa	7%	15%
10	Fox	Perşembe	Kocanın Ailesi	7%	15%

## ReklamaBak! En çok hatırlanıp aynı zamanda beğenilen reklamlar

08 Aralık - 11 Ocak Dönemi	Hatırlanma	30* GRP (tüm kişiler)	* Beğeni Etkileşimli Reklam Anımsama Endeksi
1. ANADOLU HAYAT- Bana Amca Dediler	5,6	1017	113
2. ANADOLU HAYAT- Bana Teyze Dediler	5,2	1017	108
3. ÜLKER-Mutlu Et Mutlu Ol-70. Yıl	4,1	182	115
4. VODAFONE-BKM Mutfak-Kardan Adam	3,9	1112	64

\* Listeye giremeyen kampanyalar istatistiki olarak raporlanabilir bazın altında kaldığından dolayı tabloda yer almamıştır.  
\*\* Endeks 100'ün üzerinde ise reklam ortalamasının üzerinde performans göstermiş demektir.

## Gazete Net Satışlar ('000)



## Haberler

### E-ticarette artık TV reklamlarının etkisi de ölçülebilir

Dijital pazarlama optimizasyonu şirketi Metrics34, e-ticaret şirketlerinin televizyon reklamlarının getirilerini ölçmelerini sağlayan TV Takibi uygulamasını kullanıma sundu. Metrics34'ün Almanya merkezli iş ortağı IntelliAd tarafından geliştirilen ve Türkiye'de ilk kez sunulan uygulama sayesinde, e-ticaret siteleri TV'de yayınlanan reklamlarının verimliliğini ölçebiliyorlar.

Konu ile ilgili bilgi veren Metrics34 Yönetim Kurulu Başkanı Levent Karaçam, son dönemde e-ticaret sitelerinin reklam mcrası olarak televizyondan yoğun biçimde yararlandıklarına dikkat çekti.

TV-Takibi'nin e-ticaret sitelerine sağladığı en önemli avantajın ölçümlene olduğunu belirten Karaçam, "Yeni hizmetimiz, yayınlanan TV reklamlarının e-ticaret sitelerine ne derece fayda sağladığını, tıpkı dijital ortamda yürütülen pazarlama faaliyetlerine ilişkin ölçümlerde olduğu gibi açıkça ortaya koyuyor. Örneğin, yayınlanan reklam spotlarından zaman bazında hangilerinin daha çok ürün satılmasını sağladığı gibi veriler, e-ticaret sitesinin gelecekteki TV reklam kampanyalarını da daha sağlıklı bir biçimde planlamasında önemli rol oynuyor" dedi.

Reklam spotlarının istenilen zaman aralıklarında yayınlanması için medya planının oluşturulmasında TV-Takibi'nden yararlandığını kaydeden Karaçam, "Böylece reklamlar için en iyi yerleştirme ve doğal olarak da en iyi geri dönüş sağlanmış oluyor. Her e-ticaret şirketinin hedef kitlesi farklı olduğu gibi, hedeflenen kesimlerin TV izleme alışkanlıkları da farklılık gösteriyor. TV-Takibi aracımız sayesinde, reklam yayınlandığı anda e-ticaret şirketinin sitesi dahil tüm dijital pazarlama kanallarında gerçekleşen tüm aktiviteler mercek altına alınıyor." diye konuştu.

## Gazete İlk 10 Reklamveren (StxCm)

No	Reklamveren	StxCm	SOV
1	A101	19.521	3%
2	Teknosa	18.995	3%
3	Vatan Bilgisayar	14.315	2%
4	ETS	13.635	2%
5	Bireks	12.843	2%
6	Turkcell	12.407	2%
7	BİM	12.397	2%
8	Migros	8.614	1%
9	Carrefoursa	8.069	1%
10	Gold Bilgisayar	7.146	1%
	Diğer	597.231	82%
	<b>Toplam</b>	<b>725.171</b>	<b>100%</b>

## Sinema İlk 5 Film (09 - 15 Ocak 2015)

No	Film	Haftalık İzleyici Sayısı	Toplam İzleyici Sayısı	Yayın Haftası
1	Mucize	776.507	1.754.358	2
2	Bana Masal Anlatma	313.586	313.586	1
3	Son Umud	198.370	1.038.330	3
4	Yusuf & Yusuf	161.516	611.848	3
5	Hobbit: Beş Ordunun Savaşı	103.688	1.588.745	4