

Projekto įgyvendinimo rodikliai

#1

Klipų kiekis

Kadangi pirkimas paremtas klipų kiekiu, tai yra vienas svarbiausių rodiklių, kuriuos reikia sekti

#2

TRP reitingai

Tikslinės auditorijos reitingus (TRP) rekomenduojame sekti, nes nuo jų priklauso koks auditorijos pasiekiamumas yra sugeneruojamas kampanijoje

#3

Suminis pasiekiamumas

Kadangi kampanijos pagrindinis tikslas yra 90% tikslinės auditorijos pasiekiamumas, rekomenduojame sekti TG auditorijos pasiekiamumą kiekvieną mėnesį ir jį vertinti, kaip suminį visos kampanijos metu

Projekto įgyvendinimo rodiklius rekomenduojame sekti kas mėnesį – kampanijos ataskaitos šiems rodikliams sekti teiksime kiekvieną mėnesį