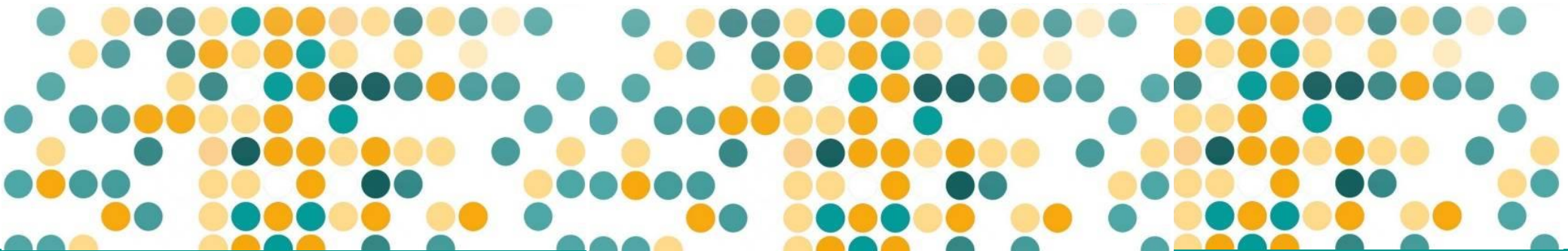


RADIO XPERT

Neue Features

Release 6.2 / März 2017



Einleitung Neue Features Version 6.2



Mit dem Programm-Update 6.2 stellen wir Ihnen eine RadioXpert-Version zur Verfügung, die einige neue Features liefert.

Die Neuerungen werden Ihnen möglicherweise nicht alle sofort ins Auge springen, aber jedes einzelne Feature kann Ihnen die Orientierung im Programm und das Handling im Radioplanungsalltag erleichtern.

Auf den nachfolgenden Seiten haben wir diese näher beschrieben.

Melden Sie sich bitte jederzeit bei uns, wenn Sie Fragen haben. Wir helfen Ihnen gerne.

Weiterhin viel Freude mit dem Tool
wünscht Ihre RadioXpert-Anbietergemeinschaft



1. Einstellungen / Mehr Nachkommastellen für Rabatte	05
2. Medienübersicht / DAB+ Sender	06
3. Planung / Skonto und Mittlervergütung pro Sender	07
4. Planung / Automatische NT-Vergabe erweitert	08
5. Planung / Zusätzliche Facts im Gesamtergebnis	09
6. Planung / Aufsplittung der Differenzkosten	10
7. Planung / Anzeige der Sendersummen	11
8. Planung / Anzeige der Summe der selektierten Zellen	12
9. Planung / Festpreis pro Tarifspalte	13
10. Streuplan / Automatische Streuplangenerierung	14
11. Streuplan / Zusätzliche Kostenfacts	15
12. Kostenplan / Deutlichere Reminder-Kennzeichnung	16
13. Output / Option zur automatischen Berechnung	17
14. Output / Formatierung von Sendersummen	18
15. Plananalysen / Sendergruppierung nach Vermarktern	19



16. Targeting / Targeting-/FC-Spalte automatisch einblenden	21
17. Targeting / Targetingeditor	22
18. Streuplan / Kennzeichnung Targeting und FC	23
19. Output / Export des Splits nach Gattungen	24
20. Allgemein / Sendergruppen	25
21. Kombizusammensetzung für Online-Audioangebote	26
22. Neues Fact „ Vollbelegung Kontakte in Tsd.“	27

1. Einstellungen / Mehr Nachkommastellen für Rabatte



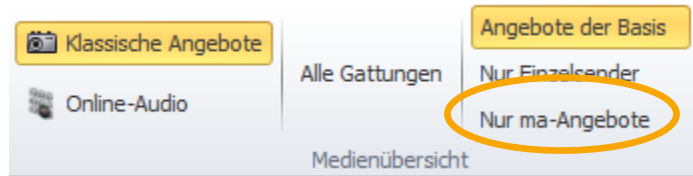
Für die Anzeige der Anzahl Nachkommastellen bei Rabatten wird eine **zusätzliche** Einstellmöglichkeit implementiert. Damit ist es dann möglich bis zu 5 Nachkommastellen für die Anzeige und Eingabe von Rabatte zu definieren. Die Grundeinstellung ist eine Nachkommastelle.

Anzeige	
	Nachkommastellen
Prozente	1
Plankosten €	1
Tarif/Spotpreise €	2
▶ Rabatt	5
TKP €	2

2. Medienübersicht / DAB+ Sender



Eine Auswahl an DAB+ Sendern steht für Budgetplanungen (ohne Leistungswerte) zur Verfügung. Zum Anzeigen der Sender muss in der Medienübersicht „Nur ma-Angebote“ ausgeschaltet sein.



	Angebot	▲	Einheit	Kern-ZG	Musikformat	Reichweiten
-	Bayern Audio					
	<i>hitradio.rt1 südschwaben</i>		<i>D-STD</i>	<i>25 - 60 Jahre</i>	<i>MOR</i>	<i>Nein</i>
	<i>KULTRADIO (DAB+)</i>		<i>D-STD</i>	<i>25 - 59 Jahre</i>	<i>Oldie based AC</i>	<i>Nein</i>
	<i>Pirate Gong (DAB+)</i>		<i>D-STD</i>	<i>14 - 29 Jahre</i>	<i>Rock</i>	<i>Nein</i>
	<i>PN Eins Dance (DAB+)</i>		<i>D-STD</i>	<i>14 - 29 Jahre</i>	<i>Dance/Hit orienta</i>	<i>Nein</i>
	<i>pure fm (DAB+)</i>		<i>D-STD</i>	<i>18 - 38 Jahre</i>	<i>Elektronische Mus</i>	<i>Nein</i>
	<i>Radio 2DAY</i>		<i>D-STD</i>	<i>25 - 45 Jahre</i>	<i>k.A.</i>	<i>Nein</i>
	<i>Radio 8</i>		<i>D-STD</i>	<i>30 - 49 Jahre</i>	<i>AC / MOR</i>	<i>Nein</i>
	<i>Radio Alpenwelle</i>		<i>D-STD</i>	<i>25 - 49 Jahre</i>	<i>AC und Euro AC</i>	<i>Nein</i>
	<i>RADIO AUGSBURG (DAB+)</i>		<i>D-STD</i>	<i>ab 29 Jahre</i>	<i>70er bis heute / r.</i>	<i>Nein</i>

3. Planung / Skonto und Mittlervergütung pro Sender



Der Rabatteditor wird um zwei neue Spalten erweitert, in denen Skonto und Mittlervergütung (in Prozent) individuell je Sender vergeben werden können.

Die Definitionsmöglichkeiten in den Kundenkonditionen bleiben erhalten und greifen dann, wenn keine abweichende Definition im Rabattbaustein hinterlegt ist.

	Tarif-Rabatt	Rabatt %	Zusatzrabatt 1 %	Zusatzrabatt 2 %	Übertrag in Sek./€	Einheit	Skonto %	Mittlervergütung %	NT % on top	NT % integriert
AS&S Radio Deutschland-Kombi	Nein	0	0	0					0	0
RMS SUPER KOMBI	Nein	0	0	0					0	0

4. Planung / Automatische NT-Vergabe erweitert



Der Algorithmus zur automatischen Naturalrabattverteilung wird erweitert, so dass auch individuelle Tarife und Auf- und Abschläge in den beiden Verteilungsmethoden (on top/integriert) berücksichtigt werden.

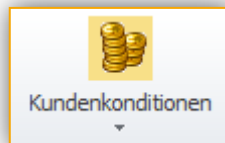
5. Planung / Zusätzliche Facts im Gesamtergebnis



Neben der Ausweismöglichkeit des Brutto- und Netto-TKPs kann ab sofort auch der **Netto/Netto-TKP** und der **TKP analog Kostenart** dargestellt werden.

ERGEBNISSE ZIELGRUPPE	
Netto-RW %	66,1
Netto-RW Tsd.	45.963
Ø-Kontakte	4,5
Kontakte Tsd.	206.634
GRP	297
Brutto-TKP €	2,36
TKP analog Kundenpreis €	1,77
Netto-TKP €	2,12
Netto/Netto-TKP €	1,80

Der **TKP analog Kostenart** korrespondiert hierbei mit der unter „Kundenkonditionen“ eingestellten Kostenart.



Anzeige der Kostenart

Brutto
 Netto
 Netto/Netto

ind. Mwst.

Netto/Netto/Netto
 Kundenpreis

Brutto bezahlt €
- Rabatt
- Mittlervergütung
+ Mwst.
- Skonto
+ Honorar
= Gesamtpreis

6. Planung / Aufsplittung der Differenzkosten



Im Gesamtergebnis, im Mediensplit (ma-Ergebnis nach Gattungen bei der ma Audio) und im Kostenplan werden zusätzlich zu „Differenz Gesamt“ folgende zusätzliche Kostenfacts implementiert:

- Differenz aus individuellen Tarifen
- Differenz aus Aufschlägen
- Differenz aus Abschlägen
- Differenz aus NT (z.B. durch Naturalrabattvergabe)

Bei der Berücksichtigung von mehreren außertariflichen Planungs-Facts ist es hiermit besser möglich die Gesamt-Differenz nachzuvollziehen.

	Plan 1
PLANDATEN	
Brutto Tarif €	883.866,0
Brutto bezahlt €	830.147,4
Differenz Gesamt	-53.718,6
Differenz aus NT	-22.050,0
Differenz aus Ind. Tarif	-31.200,0
Differenz aus Aufschlag	1.830,0
Differenz aus Abschlag	-2.298,6
Net/Net/Net €	653.599,0
ma-Brutto €	830.147,4
Spotlänge	30s
Frequenzen	21

7. Planung / Anzeige der Sendersummen



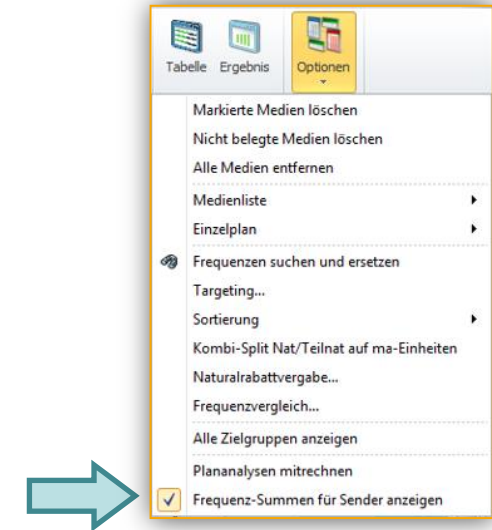
Die Anzeige der Summenzeilen (Ein-/ Ausblenden) für Sender kann optional über einen Menüpunkt unter Optionen gesteuert werden.

Entweder:

Frequenzen		Mo-Fr
		30
		Freq
National/Teilnational Audio		
- AS&S Radio Deutschland-Kombi		10
AS&S Radio Deutschland-Kombi	07-08	2
AS&S Radio Deutschland-Kombi	09-10	2
AS&S Radio Deutschland-Kombi	11-12	2
AS&S Radio Deutschland-Kombi	13-14	2
AS&S Radio Deutschland-Kombi	16-17	2
RMS SUPER KOMBI		
- RMS SUPER KOMBI		10
RMS SUPER KOMBI	07-08	2
RMS SUPER KOMBI	09-10	2
RMS SUPER KOMBI	11-12	2
RMS SUPER KOMBI	13-14	2
RMS SUPER KOMBI	16-17	2

Oder:

Frequenzen			Mo-Fr
			30
			Freq
National/Teilnational Audio			
AS&S Radio Deutschland-Kombi	07-08	2	
AS&S Radio Deutschland-Kombi	09-10	2	
AS&S Radio Deutschland-Kombi	11-12	2	
AS&S Radio Deutschland-Kombi	13-14	2	
AS&S Radio Deutschland-Kombi	16-17	2	
RMS SUPER KOMBI	07-08	2	
RMS SUPER KOMBI	09-10	2	
RMS SUPER KOMBI	11-12	2	
RMS SUPER KOMBI	13-14	2	
RMS SUPER KOMBI	16-17	2	



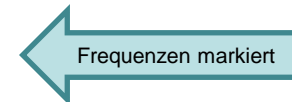
8. Planung / Anzeige der Summe der selektierten Zellen



In der Statuszeile wird analog Excel die Summe aller markierten Zellen des Planeditors ausgegeben. Die Summenbildung und Anzeige wird für Frequenzen und Kosten implementiert.

Schleswig-Holstein Audio			
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	06-07		
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	07-08		
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	08-09	2	
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	09-10	2	
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	10-11	2	
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	11-12	2	
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	12-13	2	
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	13-14	2	
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	14-15		
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	15-16		
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	16-17		
MACH 3 Kombi Schleswig-Holste	17-18		
Hamburg Audio			
Hamburg-Kombi	06-07		
Hamburg-Kombi	07-08	2	
Hamburg-Kombi	08-09	2	
Frequenzen		28	
Kontakte in Tsd.		39,1	
Brutto bezahlt T€			
Net/Net/Net T€		32,6	0

Summe Frequenzen: 12



9. Planung / Festpreis pro Tarifspalte



Analog zum Festpreis pro Plan kann im Formate/Tarife-Editor pro Tarifspalte ein Festpreis hinterlegt werden. Damit können z.B. Festpreise kombiniert mit Tarifpreisen innerhalb eines Plans verwendet werden.

Die Ausweisung der Kosten folgt dabei denselben Regeln wie bei Verwendung eines Festpreises pro Plan, d.h. bei Verwendung eines Festpreises wird die Anzeige der zugehörigen Kosten auf einzelnen Medien (Kostenplan, Streuplan, ...) unterdrückt.

	1
Mediengattung:	Klassische Angebote
Wochentag:	Mo-Fr
Benutzername:	
Spotlänge	30
Kennung:	
Festpreis (€)	20.000

10. Streuplan / Automatische Streuplangenerierung



Beim Import von EDI-/ASCII-Dateien wird automatisch ein Streuplan erzeugt.

In der Vergangenheit musste nach dem Import manuell zwischen Planung und Streuplan gewechselt werden, um den Streuplan anzeigen zu lassen.

The screenshot shows a software interface with two main sections: 'Import-Auswahl' and 'Zusatz-Optionen'. In the 'Import-Auswahl' section, 'Alle Termine importieren in:' has 'Neuer Plan' selected. Below it, 'Plan:' is set to 'Plan 1' and 'Format:' is a dropdown. In the 'Zusatz-Optionen' section, 'Termin aufsplitten:' has 'keine Aufspaltung' selected. 'Zeitraum:' is set to '26.09.2012' bis '26.09.2012'. The 'Wochentage' table has all days checked. At the bottom, 'Preise importieren' and 'Streuplan generieren' are both checked. The 'Streuplan generieren' checkbox is circled in yellow. A 'Vorschau' button is visible at the bottom right.

Import-Auswahl		Zusatz-Optionen								
Alle Termine importieren in:		Termin aufsplitten:								
<input checked="" type="radio"/> Neuer Plan	<input type="text" value="Plan 1"/>	<input checked="" type="radio"/> keine Aufspaltung	<input type="checkbox"/> Zeitraum: 26.09.2012 bis 26.09.2012							
<input type="radio"/> Vorhandener Plan		<input type="radio"/> nach Monaten								
Plan: <input type="text" value="Plan 1"/>		<input type="radio"/> nach Kalenderwochen								
Format: <input type="text"/>		Wochentage								
		Alle	Mo-Fr	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Preise importieren		<input checked="" type="checkbox"/> Streuplan generieren								
Protokoll										
										<input type="button" value="Vorschau"/>

11. Streuplan / Zusätzliche Kostenfacts



Auch die Factauswahl im Streuplan hat zwei neue Kostenfacts

- Kundenpreis (analog der in der Planung unter „Kostenart“ eingestellten Abrechnungsart)
- Differenz Gesamt (Brutto Tarif vs. Brutto Bezahlt)

Dialog Formate/Tarife

Anzeige der Kostenart

Brutto
 Netto
 Netto/Netto
 ind. Mwst.

Brutto bezahlt €
 - Rabatt
 - Mittlervergütung
 + Mwst.

Streuplan

Sender	Einheit	Tage	Format	KW 10							
				Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	
				06.	07.	08.	09.	10.	11.	12.	
National/Teilnational Audio											
- AS&S Radio Deutschland-Kombi				2	1						
	06-07	Mo-Fr	30	1	1						
	06-07	Mo-Fr	30 (O)	1							
- RMS SUPER KOMBI				2	1						
	06-07	Mo-Fr	30	1	1						
	06-07	Mo-Fr	30 (O)	1							
Summe				4	2		6				
Freq.				Tag		KW					
Brutto bezahlt €						142.800					
Brutto Tarif €						214.200					
Differenz Gesamt						-71.400					
Netto/Netto €						163.863					
Netto-RW %						33,6					
σ-Kontakte						2,8					
GRP						93					

12. Kostenplan / Deutlichere Reminder-Kennzeichnung



Im Kostenplan sind die Einzelschaltungen eines „Reminders“ deutlicher gekennzeichnet.

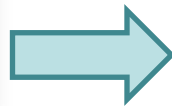
Die Spotlänge für den Hauptspot ist mit „H“ und die Spotlängen der Reminder sind mit R1, R2, ... gekennzeichnet. Die Nummerierung und Sortierung im Kostenplan orientiert sich dabei an der Reihenfolge im Formate-/Tarife-Dialog für die Definition der Spotlängen.

Dialog Formate/Tarife

Eingabe der Spotlänge

Bitte wählen Sie die Spotlängen aus:

	Spotlänge
Hauptspot	30
Reminder 1	7
Reminder 2	5



Kostenplan

Angebot	Δ	Tarif-Rabatt	Einheit	Tage	Spotlänge
Gesamt					
National/Teilnational Audio					
AS&S Radio Deutschland-Kombi		Nein			
AS&S Radio Deutschland-Kombi		Nein	06-07 (H)	Mo-Fr	30
AS&S Radio Deutschland-Kombi		Nein	06-07 (R1)	Mo-Fr	7
AS&S Radio Deutschland-Kombi		Nein	06-07 (R2)	Mo-Fr	5
RMS SUPER KOMBI		Nein			
RMS SUPER KOMBI		Nein	06-07 (H)	Mo-Fr	30
RMS SUPER KOMBI		Nein	06-07 (R1)	Mo-Fr	7
RMS SUPER KOMBI		Nein	06-07 (R2)	Mo-Fr	5

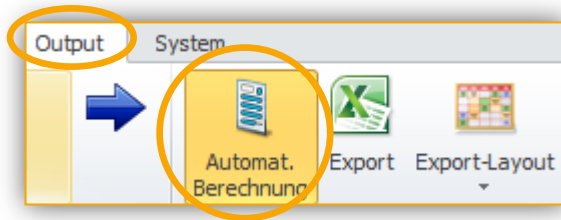
13. Output / Option zur automatischen Berechnung



Bei der Definition des Gesamtoutputs wird eine Option für eine automatische Berechnung aller zu exportierenden Tabellen vor dem Export implementiert. Die Option ist standardmäßig aktiviert und kann vom Anwender über die Menüleiste im Output gesteuert werden. Bisher musste der Planer daran denken vor Output „Rechnen“ zu starten.

Die vorgenommene Einstellung wird mit der Kampagne gespeichert.

Dialog Output

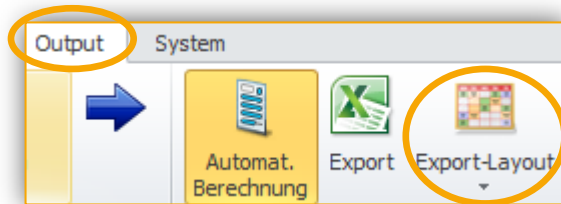


14. Output / Formatierung von Sendersummen



Im Exportlayout wurde eine Möglichkeit für die individuelle Formatierung der Summenzeilen für Sender implementiert. Diese Einstellung wird für den Export aus den Registerkarten Planung, Kostenplan und Streuplan berücksichtigt.

Dialog Output



Tabellenformat

Senderüberschrift

Tabelle

Senderüberschrift

Sender	Kosten	NRW Tsd.	NRW %	TKP
AS&S Radio Deutschland-Kor	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
RMS SUPER KOMBI	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
Hessen				
Senderüberschrift	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx

15. Plananalysen / Sendergruppierung nach Vermarktern



Für die Darstellung der Kosten pro Vermarkter werden zwei Standard-Bausteine bereitgestellt, die die Ermittlung der „Vermarkter-Kosten nach Sendergruppen“ vereinfachen.

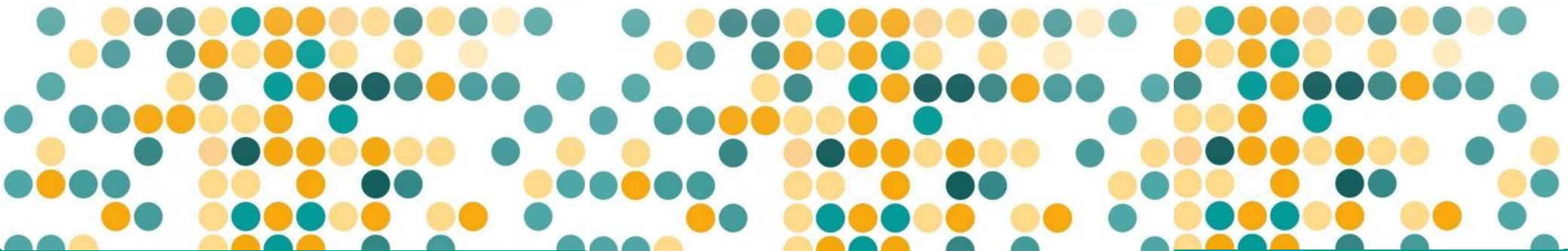
Diese Bausteine werden in den Plananalysen mit „Hinzufügen“ ausgewählt.

Es wird immer der aktuelle ma-Audio-Baustein und der aktuelle ma-Radio-Baustein angeboten.

RADIO XPERT

Neue Features ma Audio

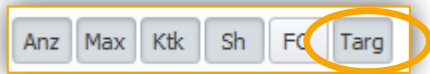
Release 6.2 / März 2017



16. Targeting / Targeting-/FC-Spalte automatisch einblenden



Bei jedem Wechsel in die Planung und bei Änderung des Targetings und/oder des Frequency Cappings wird die zugehörige Tarifspalte im Planeditor je nach Definition automatisch ein- bzw. ausgeblendet. Eine manuelle Anpassung der Anzeige durch den Anwender kann weiterhin über den entsprechenden Button erfolgen.



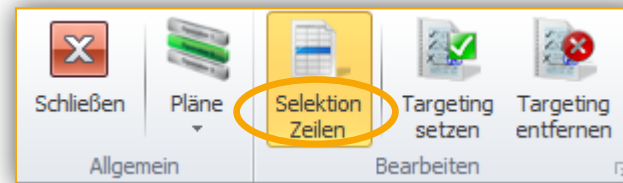
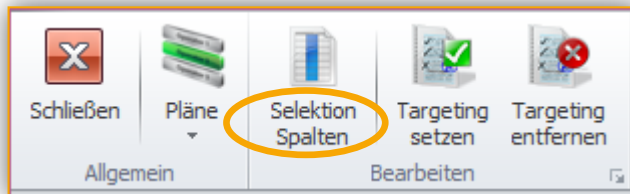
17. Targeting / Targetingeditor



Targetingeditor

Im Targeting-Dialog für Online-Audioangebote wurden folgende zusätzliche Definitionsmöglichkeiten implementiert:

- Auswahl/Löschen des Targetings für den gesamten Plan
- Auswahl/Löschen des Targetings für alle selektierten Zellen/Zeilen.



Zur Auswahl stehen die Selektionsebenen „Spalten“ und „Zeilen“ in Korrespondenz mit den Funktionen „Targeting setzen“ und „Targeting löschen“.

Damit können sehr einfach größere Bereiche (z.B. mehrere Medien) gleichzeitig an- bzw. abgewählt werden.

18. Streuplan / Kennzeichnung Targeting und FC



Ist für Online-Audioangebote Targeting bzw. Frequency Capping definiert, erhalten die entsprechenden Medien im Streuplan eine zusätzliche Kennzeichnung. Je nach Verwendung wird „T“ (Targeting) und/oder „FC“ (Freq. Capping) an die Formatangabe angefügt.

Sender	Einheit	Tage	Format
National/Teilnational Audio			
ENERGY GenreChannels	Woche	Mo-So	In-Stream bis 30 Sekunden (FC)
RMS ONLINE AUDIO	Woche	Mo-So	In-Stream bis 30 Sekunden (T)

19. Output / Export des Splits nach Gattungen



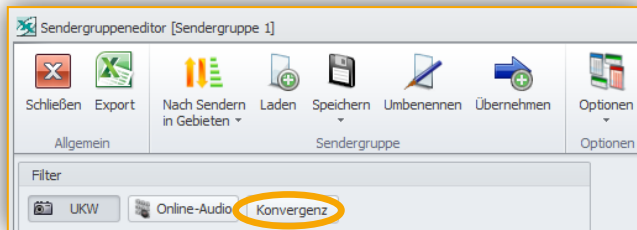
Die Definition des Gesamtoutputs für die Registerkarte Planung wurde um eine Option für den Export des Mediensplits erweitert.



20. Allgemein / Sendergruppen



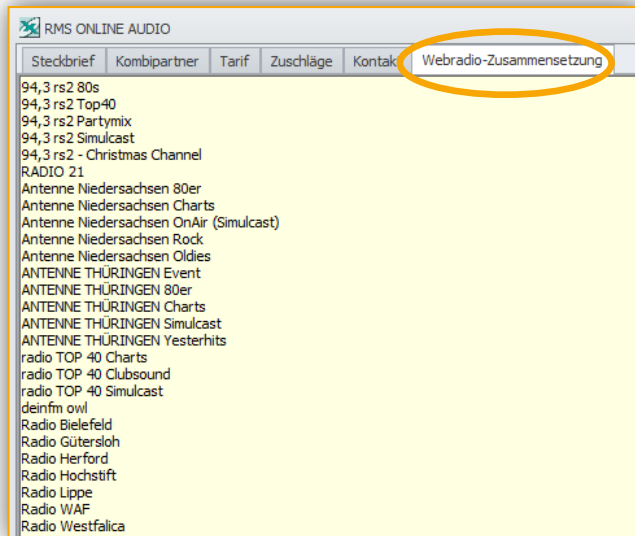
Der Sendergruppeneditor wurde um eine Option zur Filterung von Konvergenzangeboten erweitert.



21. Kombizusammensetzung für Online-Audioangebote



Die Kombizusammensetzung für Online-Audio wurde in den Senderinformationen als eigene Registerkarte aufgenommen.



22. Neues Fact „Vollbelegung Kontakte in Tsd.“



In der Senderauswahl gibt es für Online-Audio-Angebote und Konvergenz-Angebote einen neuen Wert für die maximale Gesamtkontaktzahl, unabhängig vom eingestellten Spotformat (Pre-/In-Stream). Hier werden die maximalen PreStream und InStream-Kontakte addiert.

Dieser Gesamtwert stellt eine Information dar; es handelt sich nicht um eine Belegungseinheit, die geplant und gebucht werden kann.

Sollte nur eins der Spotformate buchbar sein, wird auch nur die Kontaktmenge der jeweilig buchbaren Werbeform in dem neuen Fact „Vollbelegung Kontakte in Tsd.“ abgebildet.



Für Fragen, Anregungen und weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

RMS Radio Marketing Service

Moorfuhrtweg 17

22301 Hamburg

Tel.: 040 / 23 890 - 233

Fax: 040 / 23 890 - 290

media@rms.de

www.rms.de

ARD-Werbung SALES & SERVICES

Bertramstraße 8 / D-Bau

60320 Frankfurt / M.

Tel.: 069 / 15 424 - 225

Fax: 069 / 15 424 – 7 225

mediaservice@ard-werbung.de

www.ard-werbung.de

DAP GmbH

Gärtnerweg 4-8

60322 Frankfurt / M.

Tel.: 069 / 95 95 3 - 222

Fax: 069 / 95 95 3 - 210

www.dap-systems.de

<http://www.radioXpert.de>

HOTLINE: Tel.: 069 / 95 95 3 – 222
support@dap-systems.de