

MEDIENDB

wemf  
remp

# MedienDB PROFESSIONAL

Wegleitung zur Datennutzung  
(Erweiterungen Juli 2020)

Zürich, 2.7.2020, Roger Lang

## Übersicht

- Produktionsplan Seiten 3 - 9
- Verbesserte Konnektivität mit Studien und Statistiken Seiten 10 - 11
- Individuelle Mitteilung des Absenders für Buchungsdaten Seiten 12 - 13
- Individuelle Buchungsempfänger pro Titel Seiten 14 - 15
- Kalender mit wählbaren Plankosten Seiten 16 - 17

# MedienDB PROFESSIONAL



## Produktionsplan

Es können Produktionspläne für die geplanten Anzeigenschaltungen erstellt und als Excel exportiert werden. Produktionspläne reduzieren den Aufwand auf ein Minimum und machen Print noch schneller planbar.

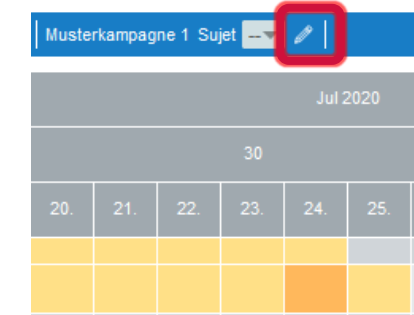
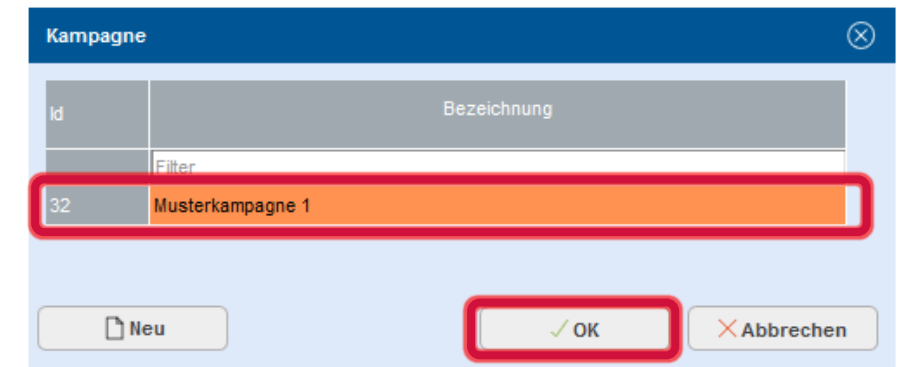
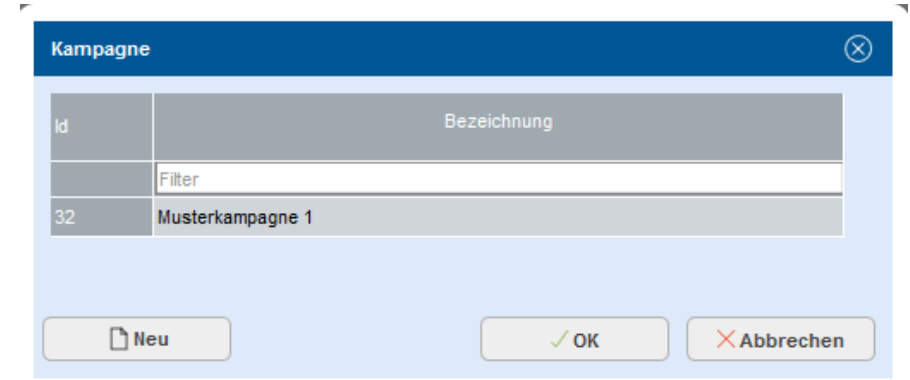
1. Als erster Schritt können Sie die Anzeigensujets, die Sie planen und buchen wollen, definieren und auf dem Belegungskalender zuweisen. Klicken Sie dafür auf «Keine Kampagne gewählt».
2. Schreiben Sie im Dialog den Namen der Kampagne in das oberste Feld. Markieren Sie die dazugehörige Firma und klicken Sie dann auf «Speichern».



The image shows a dialog box titled 'Kampagne'. The dialog has a text input field at the top containing 'Musterkampagne 1', which is highlighted with a red box. Below the input field is a table with columns 'Id', 'Firma', 'Kundennummer', and 'Kontakt'. The table has two rows of data: 'Musterfirma A' with '234567' and 'Petra Musterfrau', and 'Musterfirma B'. The first row is highlighted in orange. At the bottom of the dialog are three buttons: 'Speichern', 'OK', and 'Abbrechen'.

Id	Firma	Kundennummer	Kontakt
	Filter	Filter	Filter
26	Musterfirma A	234567	Petra Musterfrau
48	Musterfirma B		

3. Ergebnis. Die Kampagne wurde gespeichert.
4. Markieren Sie die Kampagne und klicken Sie auf «OK».
5. Die Kampagne wurde gewählt. Klicken Sie nun auf den Stift, um die Anzeigensujets zu definieren.



- Wählen Sie einen Buchstaben von A-Z. Schreiben Sie den Namen in das Feld und klicken Sie dann auf «Speichern».
- Klicken Sie auf «Neu», um ein weiteres Sujet zu definieren. Wiederholen Sie die unter 6. beschriebenen Schritte, bis alle Sujets gespeichert sind.
- Ergebnis. Die erstellten Sujets werden aufgelistet. Schliessen Sie den Dialog oben rechts, um die Sujets auf dem Kalender zu verteilen.

Sujet

A | Apfel

Speichern

Sujet

Id	Bezeichnung	Beschreibung
	Filter	Filter
101	A	Apfel

Neu OK Abbrechen

Sujet

Id	Bezeichnung	Beschreibung
	Filter	Filter
101	A	Apfel
102	B	Birne
103	C	Traube

Neu OK Abbrechen

9. Wählen Sie die Sujets nacheinander aus und verteilen Sie alle geplanten Einschaltungen (Frequenzen) auf dem Kalender.

Die Anzahl der verteilten Einschaltungen (Frequenzen) muss zwingend der Kostenberechnung entsprechen.

10. Ergebnis.

11. Wechseln Sie zum neuen Reiter «Produktionsplan».

Musterkampagne 1										
Sujet										
32										
31.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

Musterkampagne 1												
Sujet C												
32												
31.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
A			B									C
A					B						C	
A							B					

Titelansicht | Kostenberechnung | Buchungsdaten | **Produktionsplan**

Layout <Standard> | Excel

Schaltungen | Planungszeitraum

12. Individualisieren Sie bei Bedarf das Layout des Produktionsplanes.

Inserenten, Auftraggeber sowie individuelle Buchungsempfänger müssen vorgängig unter «Buchungsdaten» definiert werden. Die Kampagne und dazugehörige Firma werden jeweils in der «Kostenberechnung» definiert.

The screenshot shows the 'Produktionsplan' interface with the 'Buchungsdaten' tab selected. A red box highlights the 'Buchungsdaten' section, which includes fields for 'Inserent', 'Auftraggeber', 'Kampagne', 'Anweisung 1', and 'Anweisung 2'. The 'Auftraggeber' field is highlighted with a red box and a red arrow pointing to the text: 'Agentur 1A; Herr Roland Muster; Mediaplanung; Musterstrasse 44; Musterstadt; Muster 000 00 00; roland.muster@agentur.ch'. The 'Inserent' field is highlighted with a red box and contains the text: 'Musterfirma A; Frau Petra Musterfrau; Kommunikation; Musterstrasse 88; Postfach; Mu 00; Fax +00 000 00 00; petra.musterfrau@firma.ch'. Below this is a table with the following data:

WEMF-ID	Publikationsname	Publikationssprache	Sujet	Inserat Formate Breite x Höhe in mm (Satzspiegel)
Filter	Filter	Filter	Filter	Filter
7767	20 Minuten Basel	D	A Apfel	210 x 280
7767	20 Minuten Basel	D	B Birne	210 x 280
7767	20 Minuten Basel	D	C Traube	210 x 280

13. Definieren Sie im Dialogfeld ein bis zwei Anweisungen. Klicken Sie auf «Speichern».

The screenshot shows the 'Anweisung 1' dialog box. It has a title bar with a close button. The main area contains two text input fields: 'Farbverbindliches Proof' and 'Per Post bis am x.x.xxxx |an.....'. At the bottom, there are three buttons: 'Speichern' (highlighted with a red box), 'OK', and 'Abbrechen'.



14. Markieren Sie die Anweisung und klicken Sie auf «OK».

Es stehen immer alle gespeicherten Anweisungen zur Auswahl.

id	Bezeichnung
8	Farbverbindliches Proof

Filter

Neu OK Abbrechen

15. Ergebnis. Die vollständigen Absenderdaten inkl. den Anweisungen werden angezeigt.

Layout <Standard> | Excel

Schaltungen	Planungszeitraum
Inserent	Musterfirma A; Frau Petra Musterfrau; Kommunikation; Musterstrasse 100; Fax +00 000 00 00; petra.musterfrau@firma.ch
Auftraggeber	Agentur 1A; Herr Roland Muster; Mediaplanung; Musterstrasse 4000 00 00; roland.muster@agentur.ch
Kampagne	Musterkampagne 1
Anweisung 1	Per Post bis am x.x.xxxx an .....
Anweisung 2	< fakultativ >

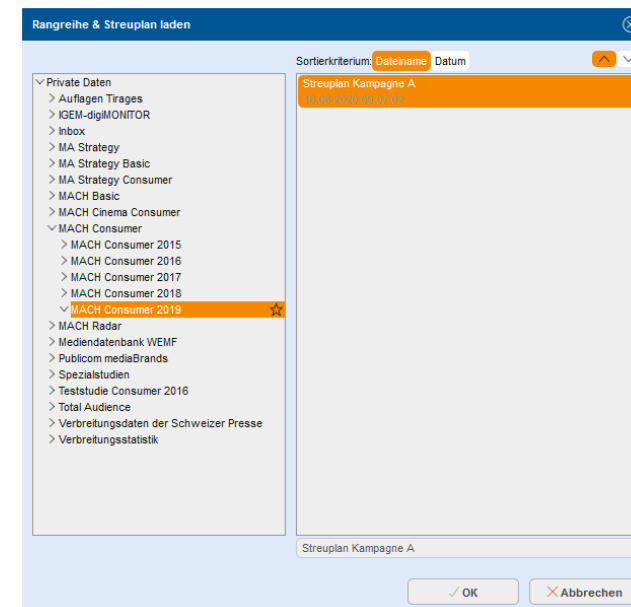
16. Der Produktionsplan kann als Excel exportiert und vom Postfach des Anwenders versendet werden.

## Verbesserte Konnektivität mit Studien und Statistiken

In NEXT>LEVEL erstellte Titellisten und Streupläne lassen sich zwischen WEMF-Studien und -Statistiken uneingeschränkt in alle Richtungen übernehmen und weiterverarbeiten.

Die Konnektivität betrifft Rangreihen und Streupläne aus den MACH-Studien, Kostenberechnungen aus der MedienDB und Medienlisten aus der Verbreitungsstatistik PRO oder aus dem Auflagenbulletin. Dadurch erhöht sich die Effizienz bei der Kampagnenplanung und der Komfort, weil Medienlisten nur noch einmal definiert und gespeichert werden müssen.

1. Klicken Sie auf das «Laden»-Dropdown-Menü im entsprechenden Datensatz und wählen Sie aus zwischen:
  - «Rangreihe / Streuplan» für den Import aus den MACH-Studien oder
  - «Verbreitungsstatistik» für den Import aus der Verbreitungsstatistik PRO oder
  - «Auflagen / Tirages» für den Import aus dem Auflagenbulletin oder
  - «Kostenberechnung» für den Import aus der MedienDB PROFESSIONAL
2. Wählen Sie im entsprechenden Verzeichnis die zuvor gespeicherte Rangreihe, den Streuplan oder die Medienliste aus und klicken Sie auf «OK» um den Import für die Weiterverarbeitung abzuschliessen.



Individuelle Mitteilung des Absenders für Buchungsdaten

# Individuelle Mitteilung des Absenders für Buchungsdaten

Individuelle Mitteilungen an den Buchungsempfänger unterstützen eine zielgerichtete Auftragsabwicklung.

1. Klicken Sie auf den Stift neben «Mitteilung des Absenders», um den Text für die Übermittlung per E-Mail zu erfassen.

Diese Mitteilung erhalten sämtliche Titel, welche bei der geplanten Kampagne berücksichtigt werden.

Wemf-ID	Medientitel	Tarif	Buchungsempfänger	Buchungsempfänger individuell (cc)
8'160	20 Minuten GES	1/1 Seite 4c	Tamedia AG - 20 Minuten	keine Angabe
8'642	Neue Zürcher Zeitung, Schweizer Ausgabe	1/1 Seite 4c	Neue Zürcher Zeitung AG	keine Angabe
1'885	Schweizer Illustrierte	1/1 Seite 4c	Admeira AG	keine Angabe

2. Befolgen Sie die unter Produktionsplan angegebenen Schritte 13. bis 15.: Texte eingeben, Speichern, Anweisung auswählen, auf «OK» klicken.

**Mitteilung des Absenders** ✕

Bestätigen Sie die Anfrage

Die Anfrage muss bis X.X.XXXX um 17 Uhr per Mail an "Mailadresse" bestätigt werden.

13

Speichern
OK
Abbrechen

## Individuelle Buchungsempfänger pro Titel

# Individuelle Buchungsempfänger pro Titel

Diese Funktion ermöglicht eine personalisierte Buchungsempfangssteuerung.

1. Klicken Sie bei «Buchungsempfänger individuell» in die gewünschte Zeile, um pro Titel einen individuellen Empfänger zu definieren.

Der individuelle Buchungsempfänger erhält per Mail alle definierten Angaben zum entsprechenden Titel.

Wemf-D	Mediantitel	Tarif	Buchungsempfänger	Buchungsempfänger individuell (cc)
		Filter	Filter	Filter
8'160	20 Minuten GES	1/1 Seite 4c	Tamedia AG - 20 Minuten	keine Angabe
8'642	Neue Zürcher Zeitung, Schweizer Ausgabe	1/1 Seite 4c	Neue Zürcher Zeitung AG	keine Angabe
1'885	Schweizer Illustrierte	1/1 Seite 4c	Admeira AG	keine Angabe

2. Befolgen Sie die unter Produktionsplan angegebenen Schritte 13. bis 15.: E-Mail-Adresse und Details eingeben, Speichern, Anweisung auswählen, auf «OK» klicken.

**Buchungsempfänger individuell (cc)** ✕

Speichern

Details

## Kalender mit wählbaren Plankosten



Im Belegungskalender lassen sich die Kosten aus der Kostenberechnung individuell pro Kampagne anzeigen und auswählen. Das vereinfacht die Kostenübersicht und -planung.

1. Klicken Sie im Kalender in den Spaltenkopf mit den «Kosten».

Kostenberechnung | Buchungsdaten | Produktionsplan

Laden | Speichern | Layout <Open Layout> | Excel | Rabatte importieren | Rabatte exp

Löschen | Teilausgaben anzeigen | Kostenberechnung | Streuplan | Planungszeitraum | PZ 1/1 Seite 4c | TZ

Schaltungen (CHF 278'430.00) Jul 2020

Wemf-ID	Medientitel	Freq.	Tarif	Kosten Netto 3	30.	31.
8'160	20 Minuten GES	3/3	1/1 Seite 4c	141'000.00		A
8'642	Neue Zürcher Zeitung, Schweizer Ausgabe	3/3	1/1 Seite 4c	58'500.00		A
1'885	Schweizer Illustrierte	3/3	1/1 Seite 4c	78'930.00		A

2. Wählen Sie die gewünschten Plankosten aus. Die gewählten Plankosten werden im Kalender angezeigt.

Kostenberechnung | Buchungsdaten | Produktionsplan

Laden | Speichern | Layout <Open Layout> | Excel | Rabatte importieren | Rabatte exportieren

Löschen | Teilausgaben anzeigen | Kostenberechnung | Streuplan | Planungszeitraum | PZ 1/1 Seite 4c | TZ 1/1 Seite 4c | Muster

Schaltungen (CHF 278'430.00) Jul 2020

Wemf-ID	Medientitel	Freq.	Tarif	Kosten Netto 3 (Netto 2 inkl. Zu-/ Abschläge Netto) CHF	30.	31.
8'160	20 Minuten GES	3/3	1/1 Seite 4c			A
8'642	Neue Zürcher Zeitung, Schweizer Ausgabe	3/3	1/1 Seite 4c			A
1'885	Schweizer Illustrierte	3/3	1/1 Seite 4c			A
<b>Total</b>		<b>9/9</b>				

Kosten Netto 2 (x Einschaltungen) CHF  
 Kosten Brutto 3 (Brutto 2 + Zuschläge) CHF  
 Kosten Brutto 4 (Brutto 3 abzüglich Rabatt) CHF  
 Kosten Netto 1 (Brutto 4 inkl. nicht rabattberechtigte Zu-/ Abschläge) CHF  
 Kosten Netto 2 (Netto 1 abzüglich Kommissionen) CHF  
 Kosten Netto 3 (Netto 2 inkl. Zu-/ Abschläge Netto) CHF  
 Kosten Netto 4 (Netto 3 inkl. MWST)