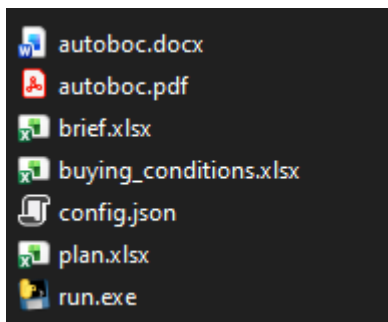


# AUTOBOC

## Smernice za korišćenje

U folderu autoboc se nalaze: **autoboc.docx**, **autoboc.pdf** (uputstva za upotrebu), **brief.xlsx**, **buying\_conditions.xlsx**, **plan.xlsx** i **run.exe**. Postoji i konfiguracioni fajl **config.json**, koji nije potrebno menjati. U narednom tekstu će biti redom obrađeni koraci potrebni za „puštanje“ programa, počev od opisa i načina popunjavanja brief.xlsx.



### Fajl brief.xlsx

U okviru **brief.xlsx**, potrebno je uneti tražene podatke prema kojima će program da „izbocka“ plan. Bitna stavka je da ne bi smelo da se skraćuje broj kolona i da se na taj način menja izgled ovog fajla, jer u suprotnom ovaj program neće raditi.

Redosled koraka:

1. Uneti period trajanja kampanje kao i spotove (period aktivnosti spotova kao i **SOV** koliko je koji spot procentualno zastupljen u mesecu).
2. U glavnoj tabeli za TV kanale je potrebno uneti tražene podatke po svakoj od televizija:
  - a. **EUR** – budžet u eurima;
  - b. **DIN** – automatski se računa na osnovu **EUR** i **Exchange rate**;
  - c. **SOI** – automatski se računa na osnovu ukupnog budžeta i budžeta po TV;
  - d. **Buying TG** – informativnog karaktera – ne utiče na rad programa;
  - e. **30” CPP** – cena prema klijentu;
  - f. **Season coef.** – sezonski koeficijent;
  - g. **Program coef.** – programski koeficijent;
  - h. **Copy coef.** – koeficijent skaliranja prema dužini spota;
  - i. **GRP** – ciljni GRP, može se izostaviti;
  - j. **SOV** – automatski se računa udeo budžeta za televiziju;
  - k. **AFF** – ciljni affinity;
  - l. **TRP** – ciljni TRP, ako je izostavljen GRP i on će biti ignorisan;
  - m. **Pause start** – početak taktičke pauze – mora biti validan datum;

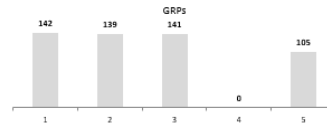
- n. **Pause end** – kraj taktičke pauze – mora biti validan datum  
(nije dozvoljeno da je dat početak bez kraja ili kraj bez početka).

Specijalno se vrednost **GRP** može izostaviti, kao što je rečeno, a u tom slučaju se program **Autoboc** oslanja na ciljni **AFF** i sam zaključuje koliki je optimalan odgovarajući **GRP** i **TRP**.

Advertiser	Berlin-Chemie
Division	/
Brand	Flavamed
Campaign	Flavamed

UNOSI MEDIA PLANNER  
NE DIRATI (FORMULE POSTAVLJENE)

START DATE	1-Jan	4
END DATE	31-Jan	6
BUDGET EUR	26,883	
Exchange rate	117.0000	
BUDGET DIN	3,145,319	
PLANNING TARGET	M 45-65	
WEEKS	5	



TVC SIGN	TVC NAME	Duration	SOV	TVC start date	TVC end date
TVC A	MEZ.Soy.yes	25	80%	1-Jan	18-Jan
TVC B	MEZ.Soy.yes	20	20%	26-Jan	31-Jan

TV station	EUR	DIN	SOI	Buying TG	30" CPP	Season coef.	Program coef.	Copp coef.	GRP	SOV	AFF	TRP	Pause start date	Pause end date
Pink Cable Model2	150	17,550	1%	Total	47.90	0.90	1.00	0.80		0%	1.00			
RTS 1	13,286	1,554,459	49%	Total	80.96	0.90	1.29	0.88	161	32%	0.86	138		
PINK	10,654	1,246,549	40%	Total	49.51	0.90	1.15	0.80	274	54%	0.95	260		
Star Channel	178	20,828	1%	Total	64.13	0.85	1.00	0.88	3	1%	1.65	5		
Star Movies	120	14,015	0%	Total	64.13	0.85	1.00	0.88	2	0%	1.40	3		
Star Crime	79	9,281	0%	Total	64.13	0.85	1.00	0.88	1	0%	1.61	2		
Star Life	146	17,037	1%	Total	64.13	0.85	1.00	0.88	3	1%	1.30	5		
24 Kitchen	41	4,761	0%	Total	64.13	0.85	1.00	0.88	1	0%	1.50	1		
N1	674	78,876	3%	Total (mch)	50.16	0.95	1.00	0.80	17	3%	1.06	18		
Viasat Kino	116	13,588	0%	Total (mch)	50.16	0.95	1.00	0.80	3	1%	1.17	4		
Divia - Universal	67	7,827	0%	Total (mch)	50.16	0.95	1.00	0.80	2	0%	1.70	3		
Discovery ID	120	13,985	0%	Total (mch)	50.16	0.95	1.00	0.80	3	1%	3.60	11		
TLC	72	8,402	0%	Total (mch)	50.16	0.95	1.00	0.80	2	0%	1.40	3		
Cinestar	93	10,852	0%	Total (mch)	50.16	0.95	1.00	0.80	2	0%	1.10	3		
HGTV	59	6,886	0%	Total (mch)	50.16	0.95	1.00	0.80	2	0%	3.00	5		
Vesti	87	10,229	0%	Total	47.90	0.90	1.04	0.80	3	1%	1.22	3		
Pink Romance	50	5,843	0%	Total	47.90	0.90	1.04	0.80	1	0%	1.80	2		
Pink Movies	45	5,226	0%	Total	47.90	0.90	1.04	0.80	1	0%	1.30	1		
Pink Premium	91	10,675	0%	Total	47.90	0.90	1.04	0.80	2	0%	1.10	2		
Pink Thriller	106	12,397	0%	Total	47.90	0.90	1.04	0.80	3	1%	1.20	3		
Kurir TV	545	63,777	2%	Total	44.10	0.90	1.00	0.94	14	3%	0.82	11		
Una TV	105	12,277	0%	Total	35.00	0.90	1.00	0.94	3	1%	1.30	4		
<b>Totals</b>	<b>26,883</b>	<b>3,145,319</b>	<b>100.0%</b>						<b>503</b>	<b>100%</b>	<b>0.97</b>	<b>489</b>		

Day part	
Prime Time	55%
NPT	45%

Premium positions	
First, Second	12%
Penultimate, Last	12%

ISO week	1	2	3	4	5
GRPs	142	139	141	0	105
TVC sec	25	25	25	1	20

Reach	
1+	58.90%
2+	42.30%
3+	32.30%

TV show parameters	
Max airings in 3 days	2

ISO week budget spending	
Overspend	30%
Underspend	20%

- Tabela **Day part** služi kako bi se programu zadali procentualni odnos PT/NPT tokom kampanje. Njihov zbir mora biti 100%.
- U maloj tabeli pod naslovom **TV show parameters** nalazi se polje pod nazivom **Max airings in 3 days** u koje se unosi maksimalan broj emitovanja jedne emisije u tri dana. Ova tabela je uneta iz razloga kako se ne bi svaki dan ponavljalo neko emitovanje tokom kampanje za koje program proceni da je povoljno da „izbocka“ (primer ovoga je Beogradska Hronika, emituje se u PT, a nema koeficijent pa je samim tim vrlo pogodna za „bockanje“).
- Pretposlednja tabela koju treba popuniti je pod naslovom **ISO week** i nju je potrebno popuniti podacima potrošnje **GRP**-jeva po ISO nedeljama. Ako nije unapred poznat broj **GRP**-jeva (npr. koristi se ranije pomenuti mehanizam automatskog određivanja na osnovu ciljnog **AFF**), onda će program iskoristiti samo relativne odnose zadate datim **GRP**-jevima.

6. Poslednja tabela **ISO week budget spending** sadrži dva parametra **Overspend** i **Underspend** koji se zadaju u procentima i predstavljaju toleranciju u potrošnji iznad ili ispod planiranog budžeta. Npr., ako je **Overspend** 30%, to znači da se u bilo kojoj od ISO nedelja može potrošiti do 30% više od planiranog budžeta.

### Fajl **buying\_conditions.xlsx**

Unosimo **CPP** po kanalima za određenog klijenta, kao i sezonske koeficijente po grupacijama na mesečnom nivou (od **SCOEF1** do **SCOEF12**).

Ako se prave planovi za više različitih klijenata, obavezno proveriti da li je aktivni **buying\_conditions.xlsx** koji se nalazi u radnom folderu onaj koji je zaista za klijenta koji se trenutno radi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	TV	RTS1	RTS2	PINK	HAPPY	PINK CABLE	DISNEY	N1	CAS	KURIR TV
2	NPT									
3	PT									
4	SCOEF1									
5	SCOEF2									
6	SCOEF3									
7	SCOEF4									
8	SCOEF5									
9	SCOEF6									
10	SCOEF7									
11	SCOEF8									
12	SCOEF9									
13	SCOEF10									
14	SCOEF11									
15	SCOEF12									

### Fajl **plan.xlsx**

Ovaj fajl predstavlja naš „neizbockani“ plan koji smo ubacili u ovaj folder. Naš plan bi trebalo da se sastoji od unetih rejtinga, sređenih programskih šema, nameštenih datuma (start/end kampanje).

Ono što je bitno napomenuti jeste da trenutno ne postoji mogućnost „bockanja“ kanala koji idu na paket uz pomoć ovog programa već to mora da se uradi ručno (ukoliko ne postoje parametri koji mogu da se unesu u **brief.xlsx**).

Nakon završetka rada programa, što će biti kasnije bolje objašnjeno, formiraće se novi fajl **plan\_out.xlsx** sa „izbockanim“ ćelijama tako da **plan.xlsx** treba uvek održavati praznim („neizbockanim“).

Struktura planova (zasebnih listova – sheets) mora biti identična kao u primeru koji je dat, jer u suprotnom program neće raditi. Dakle, nacionalne televizije se nalaze u jednom listu pod nazivom **Nacionalne TV**, kablovske Pink televizije su u listu **Pink Cable**, **Disney** kanali prate istu strukturu kao i **Pink Cable** i nalaze takođe u jedinstvenom **Disney** listu. Svi ostali kanali imaju svoje zasebne listove, po televiziji, npr. TLC, CineStar, HGTV, itd. Ovi nazivi moraju biti isti kao u **brief.xlsx** fajlu.

Dalje, ne smeju se uklanjati kolone ili menjati njihov redosled. Što se tiče redova, tj. broja emitovanja, on je proizvoljan i program to ne prejudicira. Naziv praznog plana mora biti isključivo plan.xlsx pošto ga program prema tom nazivu pronalazi, tako da ako npr. imamo plan „DMP RS Prostamol Uno – April 2025.xlsx“, potrebno ga je preimenovati u **plan.xlsx**.

Podržano je i „bockanje“ planova po **modelu 2** za **Pink Cable** i postupak je dosta sličan kao da se radi o pojedinačnoj televiziji, sa tom razlikom da se u gornjem delu lista (sheet) koji se odnosi na model 2 označi karakterima + da li se neka od Pink Cable televizija uvrštava u model 2 ili ne. Podrazumevano je da se uvrštava. Primer je dat na slici ispod.

KLIJENT: Berlin Chemie  
KAMPANJA: Espumisan  
CILJNA GRUPA: F 30-50  
TVC A: Bloatist 30"  
TVC B: Bloatist 20"

- + Red TV
- + PINK Action
- + PINK Premium
- + VESTI
- + PINK Comedy
- + PINK Thriller
- + PINK Film
- + PINK Movies
- + PINK SFF
- + PINK Western
- + PINK Romance
- + PINK Crime & Mystery
- + PINK Classic
- + PINK Serije
- + PINK Horror
- + Narodna TV

TVS	PINK CABLE MODEL2	Dan	Pozicija	Peri od dan a TV	CPP	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
						pet	sub	ned	pon	uto	sre	čet	pet	sub	ned	pon
PINK CABLE MODEL2	07:00 - 08:00	1,2,3,4,5,6,7	Seca	NPT	45.61											
PINK CABLE MODEL2	08:00 - 09:00	1,2,3,4,5,6,7	Seca	NPT	45.61											
PINK CABLE MODEL2	09:00 - 10:00	1,2,3,4,5,6,7	Seca	NPT	45.61											
PINK CABLE MODEL2	10:00 - 11:00	1,2,3,4,5,6,7	Seca	NPT	45.61											
PINK CABLE MODEL2	11:00 - 12:00	1,2,3,4,5,6,7	Seca	NPT	45.61											
PINK CABLE MODEL2	12:00 - 13:00	1,2,3,4,5,6,7	Seca	NPT	45.61											

Bitno je da se poštuje ispravno imenovanje lista (sheet-a) kao i naziva TV stanice (TVS) za model 2, a to je „PINK CABLE MODEL2“ (malim ili velikim slovima). Isti ovaj naziv se mora koristiti i u briefu.

## Izvršni program run.exe

Nakon što smo sredili sve ranije pomenute ulazne fajlove, kliknemo na fajl **run.exe**. Otvori se crni prozor u kome se ispisuje šta se trenutno dešava. Nakon što se završi proces učitavanja i „bockanja“ emitovanja crni ekran će se zatvoriti sam. Prilikom rada programa na crnom ekranu će biti prikazan poput ovog sa slike ispod.

```
pinkcablemodel2 Success
rts1 Success
pink Success
starchannel Success
starmovies Success
starcrime Success
starlife Success
24kitchen Success
n1 Success
viasatkino Success
discoveryid Success
tlc Success
cinestar Success
hgtv Failed
```

Prikazuje se za svaku televiziju (ili pink cable model 2 kao grupu televizija) da li je „bockanje“ izvršeno uspešno ili ne.

Dodatna objašnjenja u vezi izvršavanja „bockanja“ po televizijama i modelu 2 se nalaze u izlaznom fajlu koji ima prefiks **res\_**, npr. **res\_2026\_01\_22\_13\_04\_58.txt**. Primer izgleda tog fajla je kao na slici koja sledi.

TV: pinkcablemodel2	Status: Optimal	Obj: 163.88	Buy budget: 131.00	Sell budget: 147.96	Margin: 16.96	PT grps diff: 0.02	Daily diff: 1.00	Max grps per show: 0.48
TV: rts1	Status: Optimal	Obj: 11642.70	Buy budget: 11308.78	Sell budget: 13046.35	Margin: 1737.57	PT grps diff: 0.03	Daily diff: 6.00	Max grps per show: 24.29
TV: pink	Status: Optimal	Obj: 37699.99	Buy budget: 8981.57	Sell budget: 10849.43	Margin: 1867.86	PT grps diff: 28.44	Daily diff: 4.00	Max grps per show: 24.31
TV: starchannel	Status: Optimal	Obj: 185.38	Buy budget: 171.58	Sell budget: 178.44	Margin: 6.86	PT grps diff: 0.01	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.78
TV: starmovies	Status: Optimal	Obj: 120.37	Buy budget: 113.47	Sell budget: 118.00	Margin: 4.54	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.39
TV: starcrime	Status: Optimal	Obj: 113.47	Buy budget: 76.57	Sell budget: 79.63	Margin: 3.06	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 3.00	Max grps per show: 0.39
TV: starlife	Status: Optimal	Obj: 142.37	Buy budget: 138.37	Sell budget: 143.91	Margin: 5.53	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.40
TV: 24kitchen	Status: Optimal	Obj: 43.57	Buy budget: 39.67	Sell budget: 41.25	Margin: 1.59	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.09
TV: n1	Status: Optimal	Obj: 2566.55	Buy budget: 668.05	Sell budget: 683.86	Margin: 15.81	PT grps diff: 1.74	Daily diff: 11.00	Max grps per show: 5.05
TV: viasatkino	Status: Optimal	Obj: 109.06	Buy budget: 106.56	Sell budget: 115.14	Margin: 8.58	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.15
TV: discoveryid	Status: Optimal	Obj: 110.73	Buy budget: 109.03	Sell budget: 117.81	Margin: 8.78	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.12
TV: tlc	Status: Optimal	Obj: 68.98	Buy budget: 65.28	Sell budget: 70.53	Margin: 5.26	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.12
TV: cinestar	Status: Optimal	Obj: 87.59	Buy budget: 85.39	Sell budget: 92.27	Margin: 6.88	PT grps diff: 0.00	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 0.12
TV: hgtv	Status: Infeasible	Obj: 4828.87	Buy budget: 53.38	Sell budget: 57.68	Margin: 4.30	PT grps diff: 4.74	Daily diff: 0.00	Max grps per show: 3.61

U njemu se nalaze informacije o dostignutim ciljevima, npr.:

- Buy budget – dostignut kupovni budžet prema dobavljaču, tj. televiziji.
- Sell budget – dostignut prodajni budžet prema klijentu.
- Margin – razlika između prodajnog i kupovnog budžeta, tj. profit.
- PT grps diff – ispunjenost uslova odnosa PT/NPT, npr. ako je 0, to znači da je potpuno postignut odnos, a npr. 0.03 znači da je ciljni PT udeo premašen za 3%, npr. dostignut je odnos PT od 47% umesto ciljnjog 50%.
- Daily diff – ova metrika predstavlja sumu dnevnih oscilacija u broju emitovanja na nivou televizije. Npr. ako je svaki dan bilo isto emitovanja 5, 5, 5, 5, 5 onda je ova

vrednost 0, a ako je npr. bila 5, 4, 6, 4, 5 onda je ova vrednost 6, jer imamo apsolutne razlike između uzastopnih dana ( $1+2+2+1=6$ ).

- Max grps per show – je metrika koja predstavlja najveći broj GRP-jeva dodeljen nekoj emisiji u okviru TV programske šeme. Ako je ova vrednost velika, to ukazuje da je program previše forsirao neku konkretnu emisiju i to ne mora nužno predstavljati problem, ali program pokušava da ublaži, tj. umanjiti taj efekat što je više moguće.

Ako je sve prošlo kako treba, nakon toga se u istom folderu pojavi fajl **plan\_out.xlsx** koji je popunjen „izbockanim“ emitovanjima. Nakon toga proveriti da li su svi parametri uneti dobro i da li je program „izbockao“ po našoj želji. Ukoliko postoje mala odstupanja, može se doraditi „ručno“.

U nekim situacijama može se desiti da program nije uspeo da izvrši „bockanje“ i da plan\_out.xlsx nije formiran ili se u folderu nalazi neka ranija verzija (proveriti datum modifikacije). Ovo upućuje na to da je došlo do određenih problema, o kojima se korisnik može informisati u **log.txt** fajlu koji u sebi sadrži i datum i vreme nastanka, npr. **log\_2026\_01\_22\_13\_04\_58.txt**.

#### **Bitne napomene i razlozi neuspeha rada programa**

- Jako bitna stvar je da ovaj program ne može da funkcioniše kada se radi na sopstvenom računaru, već samo sa firminog računara (može od kuće specijalno ako se nekako pristupi firminom računaru preko UltraViewer-a ili slično).
- Takođe, prilikom rada programa ne sme biti otvoren **plan\_out.xlsx** iz prethodnog izvršavanja. Fajlovi **brief.xlsx** i **plan.xlsx** mogu biti otvoreni tokom rada programa.

Program nekada neće uspeti da izvrši „bockanje“ za neku televiziju, a slede neki od potencijalnih razloga, što se može videti i u log fajlu:

1. Ciljni **GRP** i **TRP** nisu dostižni — pokušaj da pokreneš plan bez ciljanog **GRP**-a;
2. Ciljni **AFF** nije realan, npr. pokušavaš da postigneš visoki **AFF** iako većina TV emisija ima niski - pogledaj i njihovu raspodelu po **PT/NPT**;
3. U praznom planu (**plan.xlsx**) već imaš unapred izabrane spotove koji ometaju dostizanje ciljeva;
4. Parametar maksimalnog broja emitovanja u 3 dana je previše restriktivan - to može biti slučaj za neke TV stanice;
5. Budžet za TV je ispod cene jednog **GRP**-a;
6. Budžeti po ISO nedeljama su previše ograničeni, to može biti problem kada su budžeti niski.