

MEDIENDB

wemf
remp

DBmédias PROFESSIONAL

Manuel d'utilisation des données
(extensions juillet 2020)

Zurich, le 2.7.2020, Roger Lang

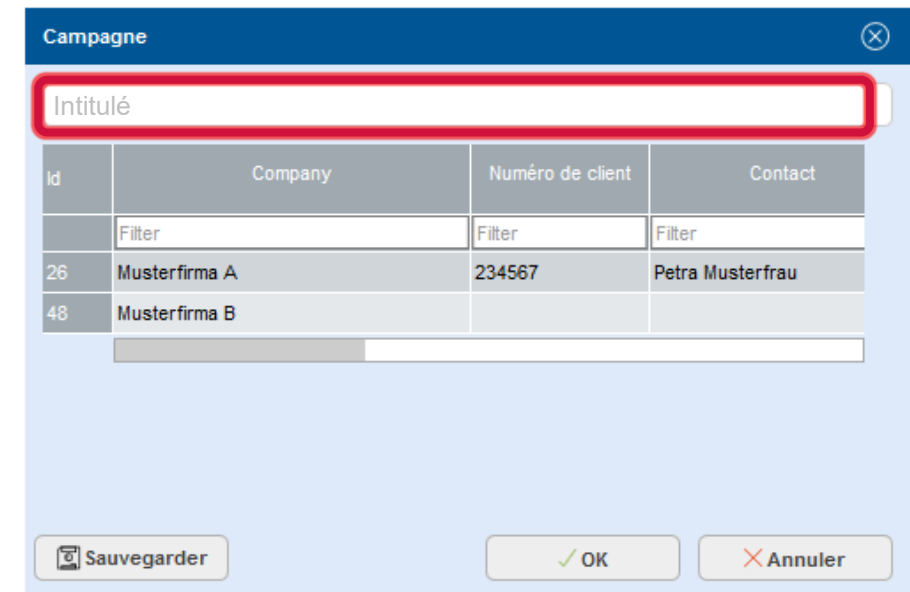
Sommaire

- Plan de production Pages 3–9
- Amélioration des passerelles vers les études et les statistiques Pages 10–11
- Message personnel de l'expéditeur concernant les données de la commande Pages 12–13
- Destinataire personnalisé de la commande par titre Pages 14–15
- Calendrier avec possibilité de sélection des coûts de plan Pages 16–17

Plan de production

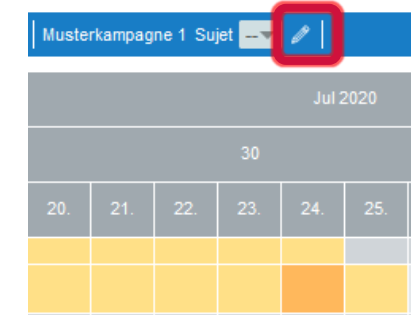
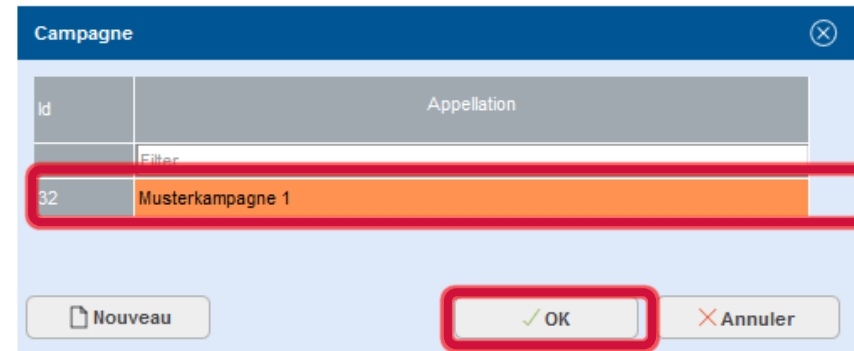
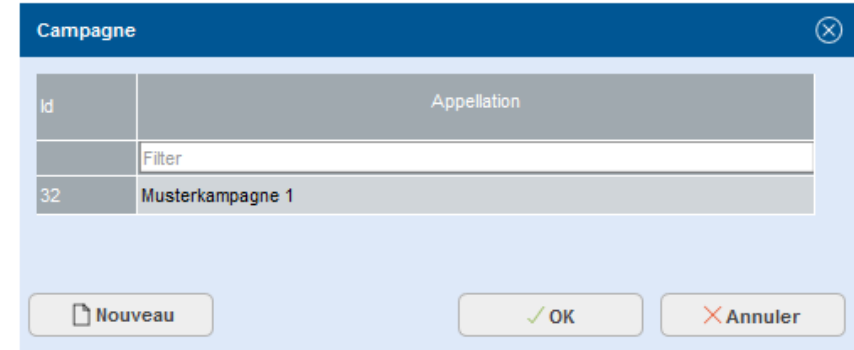
Vous pouvez réaliser des plans de production pour les insertions prévues et les exporter vers Excel. Les plans de production ramènent le travail à un minimum et rendent les campagnes presse encore plus rapidement planifiables.

1. Dans un premier temps, vous pouvez définir les sujets d'annonces que vous souhaitez planifier et commander et les inscrire au calendrier des insertions. Pour ce faire, cliquez sur «Aucune campagne sélectionnée».
2. Inscrivez dans le champ supérieur de la fenêtre de dialogue l'intitulé de la campagne. Sélectionnez l'entreprise qui lui est associée et cliquez ensuite sur «Sauvegarder».

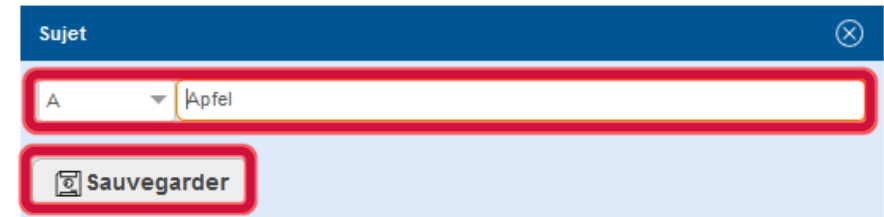


| Id | Company | Numéro de client | Contact |
|----|---------------|------------------|------------------|
| | Filter | Filter | Filter |
| 26 | Musterfirma A | 234567 | Petra Musterfrau |
| 48 | Musterfirma B | | |

3. Résultat. La campagne a été sauvegardée.
4. Sélectionnez la campagne et cliquez sur «OK».
5. La campagne a été sélectionnée. Cliquez maintenant sur le crayon pour définir le sujet de l'annonce.



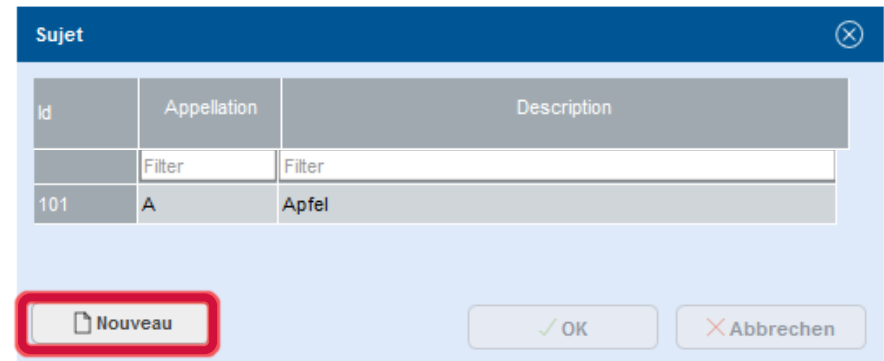
6. Sélectionnez une lettre entre A et Z, inscrivez l'intitulé dans le champ prévu et cliquez ensuite sur «Sauvegarder».
7. Cliquez sur «Nouveau» pour définir un nouveau sujet.
Répétez les étapes expliquées à l'étape 6 jusqu'à sauvegarde de tous les sujets.
8. Résultat. Les sujets générés sont listés. Cliquez dans le coin supérieur droit pour fermer la fenêtre de dialogue et répartir les sujets dans le calendrier.



Sujet

A | Apfel

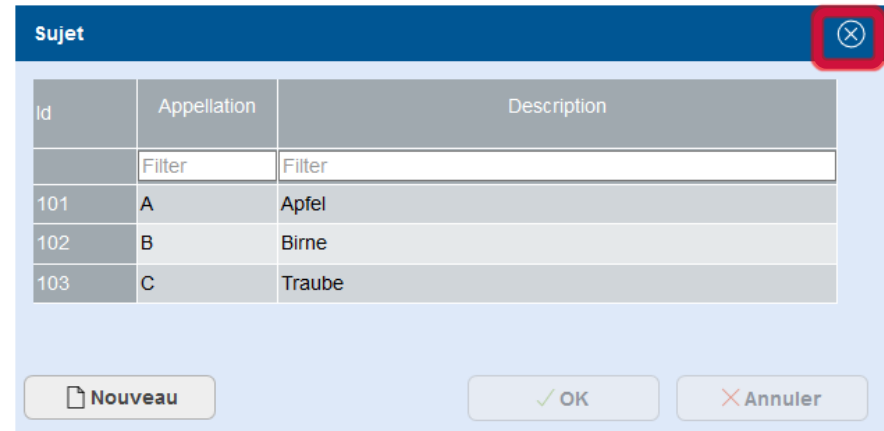
Sauvegarder



Sujet

| Id | Appellation | Description |
|-----|-------------|-------------|
| | Filter | Filter |
| 101 | A | Apfel |

Nouveau OK Abbrechen



Sujet

| Id | Appellation | Description |
|-----|-------------|-------------|
| | Filter | Filter |
| 101 | A | Apfel |
| 102 | B | Birne |
| 103 | C | Traube |

Nouveau OK Annuler

9. Sélectionnez les sujets l'un après l'autre et répartissez toutes les insertions prévues (fréquences) dans le calendrier.

Le nombre d'insertions réparties (fréquences) doit impérativement correspondre au calcul du coût.

10. Résultat.

11. Passez au nouvel onglet «Plan de production».

| 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 | | | | | |

Vue du titre | Calcul du coût | Données de commande | **Plan de production**

Présentation 1 <Standard> | Excel

Insertions | Période de planification

12. Si besoin, vous pouvez personnaliser la présentation du plan de production.

Les annonceurs, donneurs d'ordre et destinataires personnalisés des commandes doivent être préalablement définis dans les «Données de commande». La campagne et l'entreprise qui lui sont associées doivent être définies dans «Calcul du coût».

The screenshot shows the 'Plan de production' interface. At the top, there are tabs for 'Calcul du coût', 'Données de commande', and 'Plan de production'. Below the tabs, there are options for 'Présentation 1 <Standard>' and 'Excel'. The main area is divided into sections: 'Insertions', 'Période de planification', and a table of publications. The 'Données de commande' section is highlighted with a red box and contains the following information:

- Annonceur: Musterfirma A; Madame Petra Musterfrau; Kommunikation; Musterstrasse 88; Postfach; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 000 00 00; Fax +00 000 00 00; petra.musterfrau@firma.ch
- Client: Agentur-Konzern 1; Madame Anna Muster; Controlling; Musterstrasse 99; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 00 000 00 00; Fax +00 00 000 00 00; vorname.name@agentur-Konzern1.ch
- Campagne: Musterkampagne 1
- Instruction 1: Per Post bis am x.x.xxxx an
- Instruction 2: < facultatif >

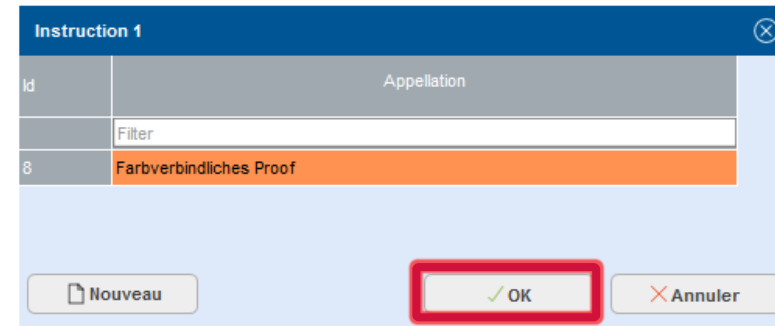
| ID REMP | Nom de publication | Langue de publication | Sujet | undefined | undefined |
|---------|----------------------|-----------------------|----------|-----------|-----------|
| Filter | Filter | Filter | Filter | Filter | Filter |
| 531 | Basler Zeitung N | D | A Apfel | 296 x 440 | |
| 531 | Basler Zeitung N | D | B Birne | 296 x 440 | |
| 531 | Basler Zeitung N | D | C Traube | 296 x 440 | |
| 1719 | Bote der Urschweiz N | D | A Apfel | 291 x 440 | |
| 1719 | Bote der Urschweiz N | D | B Birne | 291 x 440 | |
| 1719 | Bote der Urschweiz N | D | C Traube | 291 x 440 | |
| 5815 | Luzerner Zeitung | D | A Apfel | 291 x 440 | |
| 5815 | Luzerner Zeitung | D | B Birne | 291 x 440 | |
| 5815 | Luzerner Zeitung | D | C Traube | 291 x 440 | |

13. Définissez dans le champ de dialogue jusqu'à deux instructions. Cliquez ensuite sur «Sauvegarder».

The screenshot shows the 'Instruction 1' dialog box. It has a title bar with a close button (X). The main area contains two text input fields: 'Intitulé' and 'Instruction'. At the bottom, there are three buttons: 'Sauvegarder' (highlighted with a red box), 'OK', and 'Annuler'.

14. Sélectionnez l'instruction et cliquez sur «OK».

Toutes les instructions sauvegardées sont toujours disponibles à la sélection.



15. Résultat. Les données complètes concernant l'expéditeur s'affichent, instructions incluses.

Présentation 1 <Standard> | Excel

| Insertions Période de planification | |
|---------------------------------------|---|
| Annonceur | Musterfirma A; Madame Petra Musterfrau; Kommunikatio 000 00 00; Fax +00 000 00 00; petra.musterfrau@firma. |
| Client | Agentur-Konzern 1; Madame Anna Muster; Controlling; I Fax +00 00 000 00 00; vorname.name@agentur-Konzer |
| Campagne | Musterkampagne 1 |
| Instruction 1 | Per Post bis am x.x.xxxx an |
| Instruction 2 | <facultatif> |

14. Le plan de production peut être exporté vers Excel et envoyé depuis la boîte mail de l'utilisateur.

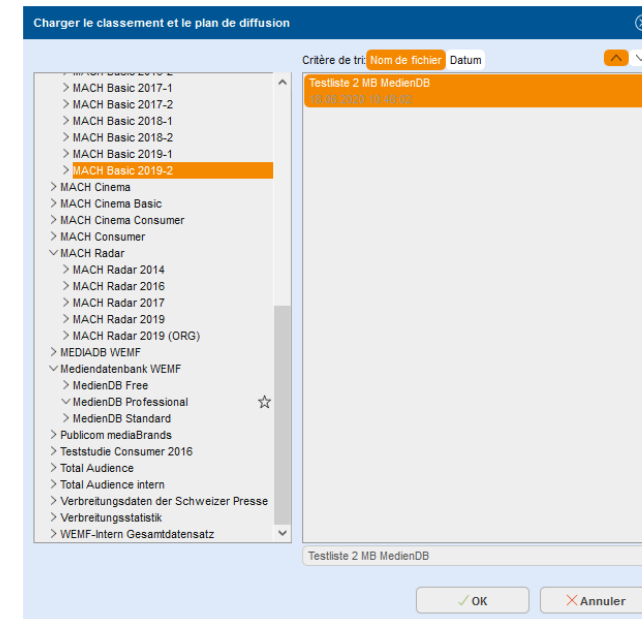
Amélioration des passerelles vers les études et les statistiques

Amélioration des passerelles vers les études et les statistiques

Les listes de titres et plans de diffusion réalisés dans NEXT>LEVEL peuvent être échangés dans toutes les directions et sans restriction entre les études et les statistiques REMP afin d'en poursuivre le traitement informatique.

Cette perméabilité vaut pour les séries de classement et les plans de diffusion issus des études MACH, les calculs de coûts issus de la BDMédias et les listes de médias issues des statistiques de diffusion PRO ou du bulletin des tirages. Cela permet une planification média plus efficiente et davantage de confort étant donné que les listes de médias n'ont plus besoin d'être définies et sauvegardées qu'une seule fois.

1. Cliquez sur le menu déroulant «Charger» dans le jeu de données correspondant et sélectionnez parmi:
 - «Série de classement / plan de diffusion» pour importer depuis les études MACH ou
 - «Statistiques de diffusion» pour importer depuis les statistiques de diffusion PRO ou
 - «Auflagen/Tirages» pour importer depuis le bulletin des tirages ou
 - «Calcul du coût» pour importer depuis la BDMédias PROFESSIONAL
1. Sélectionnez dans le répertoire correspondant la série de classement, le plan de diffusion ou la liste de médias préalablement sauvegardée et cliquez sur «OK» pour clore l'importation ou la session de traitement des données.



Message personnel de l'expéditeur concernant les données de la commande

Message personnel de l'expéditeur concernant les données de la commande

Les messages personnels au destinataire de la commande facilitent une exécution ciblée de celle-ci .

1. Cliquez sur le crayon à droite de «Message de l'expéditeur» et saisissez le texte à transmettre par courriel.

Tous les titres pris en compte pour la campagne concernée recevront ce message.

| re | Calcul du coût | Données de commande | Plan de production |
|---|---|---------------------|--------------------|
| Charger Sauvegarder Présentation 1 <Standard> Excel PDF XML E-Mail | | | |
| Effacer Editions partielle montrer Calcul du coût Période de planification | | | |
| Annonceur | Musterfirma A; Madame Petra Musterfrau; Kommunikation; Musterstrasse 88; Postfach; Musterstadt; Musterland; 000 00 00; Fax +00 000 00 00; petra.musterfrau@firma.ch | | |
| CC E-Mail données de commande | Agentur-Abteilung 1AA; Madame Sandra Muster; Printplanung; Musterstrasse 25; Musterstadt; Musterland; 100 00; Fax +00 00 000 00 00; sandra.muster@agenturabteilung.ch | | |
| Client | Agentur-Konzern 1; Madame Anna Muster; Controlling; Musterstrasse 99; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 00 00 00 00 00 00; vorname.name@agentur-konzern1.ch | | |
| Débiteur (payeur) | Musterkonzern A; Monsieur Hans Muster; Kommunikation; Musterstrasse 99; Postfach; Musterstadt; Musterland; 00 000 00 00; Fax +00 00 000 00 00; hans.muster@konzern.ch | | |
| Destinataire des factures | Agentur 1A; Monsieur Roland Muster; Mediaplanung; Musterstrasse 44; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 00 00 00 00 00; roland.muster@agentur.ch | | |
| Campagne | Musterkampagne 1 | | |
| Information sur la campagne | <facultatif> | | |
| Message de l'expéditeur | <facultatif> | | |

2. Suivez les instructions des étapes 13 à 15 du chapitre «Plan de production»: saisie des textes, sauvegarde, sélection de l'instruction, clic sur «OK».

Message de l'expéditeur
✕

Sauvegarder

✓ OK

✕ Annuler

Destinataire personnalisé de la commande par titre

Destinataire personnalisé de la commande par titre

Cette fonction permet de personnaliser la réception des commandes.

1. Dans «Destinataire personnalisé de la commande», cliquez sur la ligne souhaitée pour définir, pour chaque titre, un destinataire précis.

Le destinataire personnalisé de la commande reçoit par courriel l'ensemble des indications définies pour le titre concerné.

| ✕ Effacer Edtions partielle montrer Calcul du coût Période de planification | | | | |
|---|--|--|--|--|
| Annonceur | Musterfirma A; Madame Petra Musterfrau; Kommunikation; Musterstrasse 88; Postfach; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 00 00 00; Fax +00 000 00 00; petra.musterfrau@firma.ch | | | |
| CC E-Mail données de commande | Agentur-Abteilung 1AA; Madame Sandra Muster; Printplanung; Musterstrasse 25; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 00 00 00; Fax +00 00 000 00 00; sandra.muster@agenturabteilung.ch | | | |
| Client | Agentur-Konzern 1; Madame Anna Muster; Controlling; Musterstrasse 99; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 00 000 00 00; Fax +00 00 000 00 00; vorname.name@agentur-Konzern1.ch | | | |
| Débiteur (payeur) | Musterkonzern A; Monsieur Hans Muster; Kommunktikation; Musterstrasse 99; Postfach; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 00 000 00 00; Fax +00 00 000 00 00; hans.muster@konzern.ch | | | |
| Destinataire des factures | Agentur 1A; Monsieur Roland Muster; Mediaplanning; Musterstrasse 44; Musterstadt; Musterland; Tél. +00 000 00 00; Fax +00 000 00 00; roland.muster@agentur.ch | | | |
| Campagne | Musterkampagne 1 | | | |
| Information sur la campagne | ✎ <facultatif> | | | |
| Message de l'envoyeur | Bestätigen Sie die Anfrage | | | |

| Wemf-ID | Titre du média | Tarif | Destinataire de commande | Destinataire de commande (cc) |
|---------|--------------------------|-----------------|--|-------------------------------|
| | | Filter | Filter | Filter |
| 531 | Basler Zeitung N | 1/1 page quadri | Tamedia AG - BaZ | keine Angabe |
| 1197 | Freiburger Nachrichten N | 1/1 page quadri | Freiburger Nachrichten AG - Freiburger | keine Angabe |

2. Suivez les instructions des étapes 13 à 15 du chapitre «Plan de production»: saisie de l'adresse courriel et des détails, sauvegarde, sélection de l'instruction, clic sur «OK».

Destinataire personnalisé de commande (cc) ✕

Sauvegarder

En détail

Calendrier avec possibilité de sélection des coûts de plan

Calendrier avec possibilité de sélection des coûts de plan

Le calendrier des insertions permet d'afficher pour chaque campagne les coûts résultants du calcul et de les sélectionner. Cela facilite le récapitulatif et la planification des coûts.

1. Cliquez dans le calendrier sur la tête de la colonne «Coût».

| Calcul du coût | | | | Données de commande | | Plan de production | | |
|---|--------------------------|-------|-----------------|---------------------|-----|--------------------|-----|----------|
| Charger <Plan de diffusion> Sauvegarder Présentation 1 <Open Layout> Excel Importer | | | | | | | | |
| Effacer Editions partielle montrer Calcul du coût Période de planification PGP 1/1 page quadri PQ 1/1 page quadri | | | | | | | | |
| Insertions (CHF 305'362.00) | | | | | | | | Jul 2020 |
| | | | | | | | | 31 |
| Wemf-ID | Titre du média | Fréq. | Tarif | Coût net 3 | 29. | 30. | 31. | |
| | Basler Zeitung N | 3/3 | 1/1 page quadri | 56'367.00 | A | | B | |
| 97 | Freiburger Nachrichten N | 0/3 | 1/1 page quadri | 14'925.00 | | | | |
| 31 | Luzerner Zeitung GES | 3/3 | 1/1 page quadri | 62'700.00 | A | B | | |

2. Sélectionnez les coûts de plan désirés. Les coûts de plan sélectionnés s'affichent alors dans le calendrier.

| Calcul du coût | | | | Données de commande | | Plan de production | | |
|--|--------------------------|-------|-----------------|--|-----|--------------------|--|--|
| Charger <Plan de diffusion> Sauvegarder Présentation 1 <Open Layout> Excel Importer des rabais Exporter | | | | | | | | |
| Effacer Editions partielle montrer Calcul du coût Période de planification PGP 1/1 page quadri PQ 1/1 page quadri Musterkampagne 1 Suj | | | | | | | | |
| Insertions (CHF 305'362.00) | | | | | | | | |
| Wemf-ID | Titre du média | Fréq. | Tarif | Coût net 3 (coût net 2 y c. suppléments/déductions net) CHF | 29. | 30. | | |
| 531 | Basler Zeitung N | 3/3 | 1/1 page quadri | Coût brut 2 (x insertions) CHF | A | | | |
| 1'197 | Freiburger Nachrichten N | 0/3 | 1/1 page quadri | Coût brut 3 (coût brut 2 + suppléments) CHF | | | | |
| 1'691 | Luzerner Zeitung GES | 3/3 | 1/1 page quadri | Coût brut 4 (coût brut 3 moins rabais) CHF | A | B | | |
| 1'719 | Bote der Urschweiz N | 0/3 | 1/1 page quadri | Coût net 1 (coût brut 4 y c. suppléments/déductions sans rabais) CHF | | | | |
| 5'815 | Luzerner Zeitung | 0/3 | 1/1 page quadri | Coût net 2 (coût net 1 moins commissions) CHF | | | | |
| 7'391 | Nidwaldner Zeitung | 0/3 | 1/1 page quadri | Coût net 3 (coût net 2 y c. suppléments/déductions net) CHF | | | | |
| 1'696 | Obwaldner Zeitung | 0/3 | 1/1 page quadri | Coût net 4 (coût net 3 y c. TVA) | | | | |