

WFA/WARC , , .

```
가
             15 common agency TV buying crimes
                                                                      가
                                                                  (Not bothering to report)
                                                                                      가
                  16가
                                                                      가
                                                                                             가
                                                 (media auditing)
                                               가
                                                                                          가
                                        가
      가
      \mathsf{TV}
                                                                  (Planning to Buy Badly)
          가
                            1
           가
                           가
                 가
                       70
                                                                  가
      1 3
                      가
     가
                                                  가
                                                          16가
                    (Timing)
      가
               가
-가 ,
                                                                  (Setting soft buying targets)
```

가 (Underspecified) 가 가 가 가 가 (Falsified transmission times) 가 가 가 가 ) (excessive weight) 가 가 가 (Bad Targeting) 가 (Actual Deceit) 가 )가 가 (Overspecified) 가 niche marketing  $\mathsf{TV}$ 가 (Distorted regional performance) (rate card system)  $\mathsf{TV}$ 가 가 가



```
(Net TV Ratings)
                                                                                       (core area)
                       가
                                      (Channel 4 Delivery)
                                                                                . (
                                                                                    .)
                                                                                         CPT
                                        , TV
                                                                                                           TV
                                                                                    \mathsf{TV}
                                                                                       CPT가
(Selective Reporting)
                                                                                              (Reporting part-
                                                                            area ratings as a whole ratings)
                                                가
                                                                                      (TVS,HTV,Central and
                                                                            Yorkshire)
                               (Inflating Audience Delivery)
            (Weekly Weights)
                                                                                                         CPM
                \mathsf{TV}
   (Network)
                               가
                                                                                                         가
                                        가
                                                                            (Creative Accounting)
                                                                                             CPT
                                                                                                          가
                                                                                             가
                                      (Manipulating gross and net ratings)
                                          \mathsf{TV}
                                                  (Gross TV Ratings)
                                                                                               가
                                                                                             가
                                           가
                                                                            (Man ipul at ing time - lengths
                                                                            and money)
                                                       (core area)
           (Daypart control)
                                                                              CPM
                     가
                                                   100%,
                                                                                                          CPM
                                      50%
                                          100%,
                                                           33.3%
```

(Split month/split area pricing) 가,가 3 ( 가 12 가 가 가 가 (Station price) 15%, 가 12 가 가 가 가 가 가 가 가  $\mathsf{TV}$ 가 가 가 가 가 가 (Weighting station price across months) 가 (Station Price) 가 가 가 30 (TV Rating) 가 15% 가 2.5~3% 가CPT 가 (local 가 advertisers) 가 가 가 가 가 .)