

Affinità	$\frac{\text{Penetrazione in \% del target} \times 100}{\text{Penetrazione in \% del target di riferimento}}$
Costi per GRP/Cost per Point (CPP)	$\frac{\text{Costi di diffusione}}{\text{GRP}}$
GRP/Penetrazione lorda (in %)	$\text{Penetrazione netta (in \%)} \times \text{OTS}$
oppure	$\frac{\text{Somma dei contatti} \times 100}{\text{Potenziale del target}}$
Media dei contatti (OTS)	$\frac{\text{GRP}}{\text{Penetrazione netta (in \%)}}}$
Prezzo per mille contatti (PMC)	$\frac{\text{Costi di diffusione} \times 1000}{\text{Somma dei contatti}}$
oppure	$\frac{\text{Costi di diffusione}}{\text{Rating in migliaia}}$
Prezzo per mille spettatori (PMS)	$\frac{\text{Costi di diffusione} \times 1000}{\text{Penetrazione netta (assoluta)}}$
Quota di mercato	$\frac{\text{Fatturato dell'azienda} \times 100}{\text{Giro d'affari complessivo del mercato}}$
Somma dei contatti (= Penetrazione lorda assoluta)	$\frac{\text{GRP} \times \text{Potenziale del target}}{100}$
Tasso netto di penetrazione (in %)	$\frac{\text{GRP}}{\text{Media dei contatti (OTS)}}$