



Powiat Olsztyński

ANALIZA MEDIALNA | styczeń-grudzień 2020

WSTĘP

Przeprowadzone badanie dotyczy obecności medialnej Powiatu Olsztyńskiego w okresie od stycznia do grudnia 2020 roku. Analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych, najważniejszych mediów społecznościowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych. Odnotowane publikacje podzielono ze względu na: rodzaj medium (na internet, prasę, radio, telewizję) oraz profil medium (na media specjalistyczne, regionalne, ogólnoinformacyjne i ekonomiczne). Zgromadzony materiał przeanalizowano z pomocą technik służących badaniu efektywności działań PR. W tym celu użyto wskaźników: dotarcia, zasięgu przekazu do odbiorcy oraz szacunkowego ekwiwalentu reklamowego.



METODOLOGIA

- **Zasięg** - wskaźnik obrazujący potencjalną liczbę czytelników lub widzów danego medium. Odnosi się do całości tytułu prasowego, portalu internetowego i stacji RTV. Jest oparty na danych o nakładzie tytułu prasowego, oglądalności/słuchalności mediów RTV, średniej miesięcznej liczbie unikalnych użytkowników portalu internetowego.
- **Dotarcie** - wskaźnik pozwalający na oszacowanie realnej liczby kontaktów z pojedynczą publikacją. Dotarcie jest przypisane do konkretnej publikacji. Różni się od Zasięgu wprowadzeniem zmiennych odnoszących się do realnych zachowań odbiorców – sposobów i częstotliwości korzystania z kanałów przekazu.
- **Ekwiwalent reklamowy (AVE)** – wycena danego przekazu określana w pieniądzu (w złotych). Polega na szacowaniu wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odston, liczby unikatowych użytkowników, czy czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie trzeba byłoby wydać, gdyby dany materiał był reklamą.

W wycenie **szacunkowej** określa się cenę całej publikacji.

Ze względu na zakres tematyczny zgromadzone źródła informacji medialnych podzielono na **cztery profile**:

- **Media specjalistyczne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne podejmujące tematy związane z wybraną dziedziną. Mediami specjalistycznymi są: „Personel i Zarządzanie”, www.moto.pl, TVN Turbo itp.
- **Media regionalne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne prowadzące swoją działalność na określonym terenie i skierowane do społeczności lokalnych. Zwykle są to media ogólnoinformacyjne związane z konkretnym województwem.
- **Media Ogólnoinformacyjne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne o zasięgu ogólnopolskim, publikujące najważniejsze wiadomości z różnych dziedzin. Mediami ogólnoinformacyjnymi są: „Rzeczpospolita”, www.wp.pl, Program III Polskiego Radia itp.
- **Media ekonomiczne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne zajmujące się tematyką związaną z finansami, ekonomią i biznesem. Mediami ekonomicznymi są: „Parkiet”, www.money.pl, Polsat Biznes itp.

ROZDZIAŁ 1

Podsumowanie przekazu medialnego

Rozdział zawiera podsumowanie obecności Powiatu Olsztyńskiego w przekazie medialnym.

PRZEKAZ W MEDIACH TRADYCYJNYCH

8 673

LICZBA PUBLIKACJI
(prasa, www, rtv)

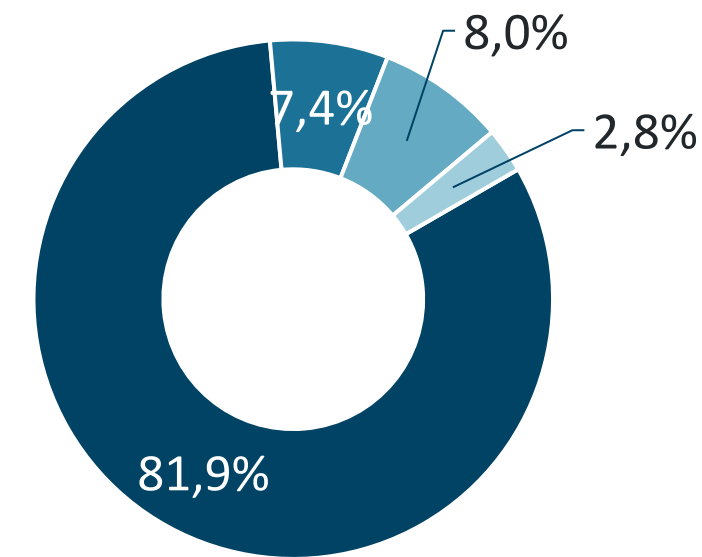
1 163 753 682

ZASIĘG PRZEKAZU
(prasa, www, rtv)

18 601 920 zł

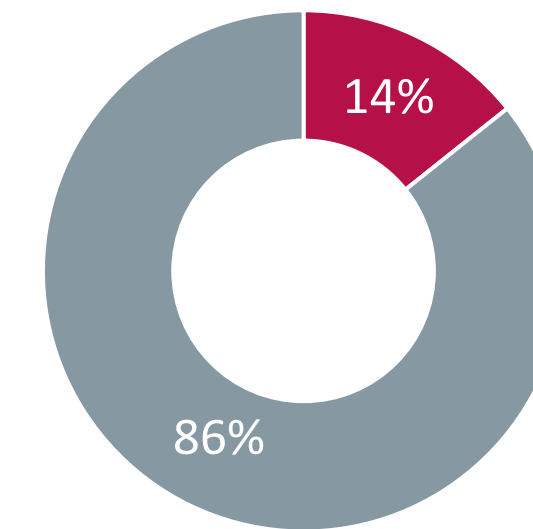
EKWIWALENT SZACUNKOWY
(prasa, www, rtv)

Medium



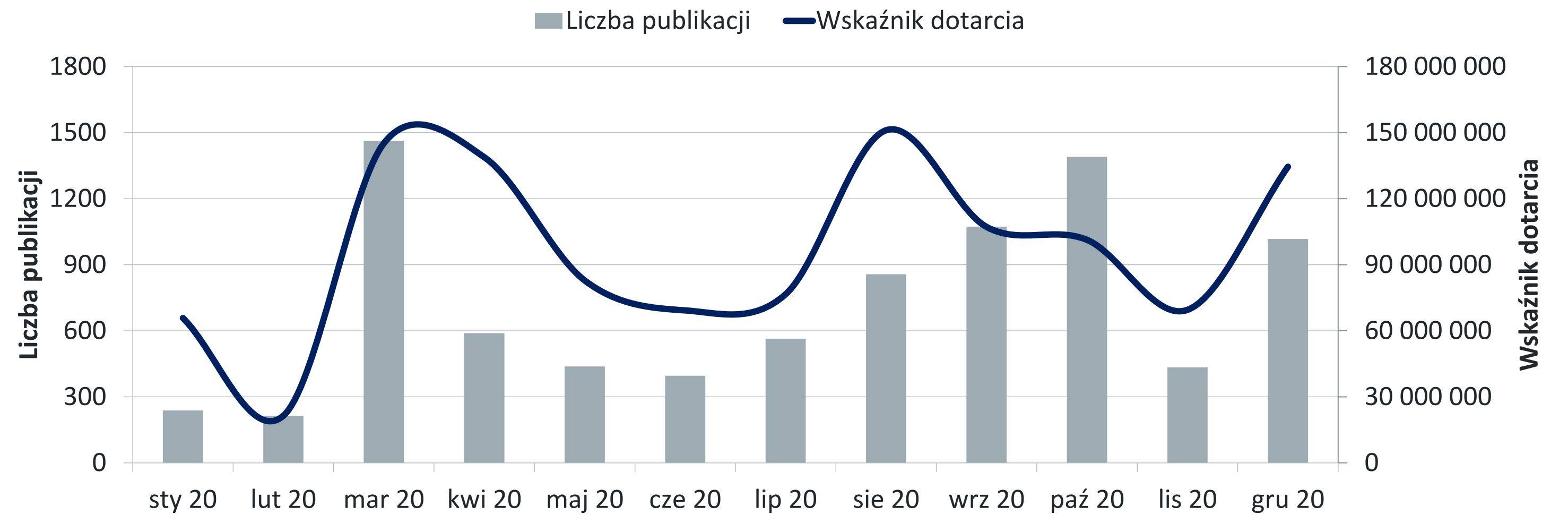
■ Internet ■ Prasa ■ Radio ■ Telewizja

Zasięg



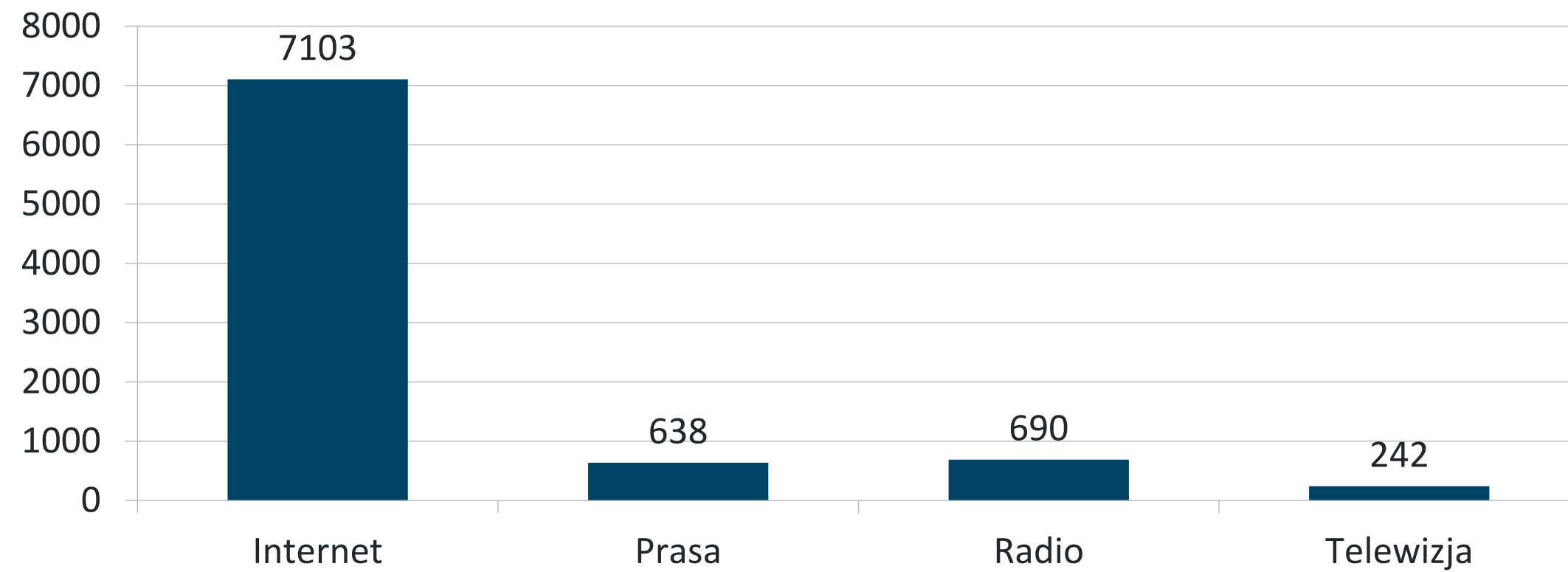
■ Ogólnopolskie ■ Regionalne

Liczba publikacji w analizowanym okresie oraz ich dotarcie do odbiorcy

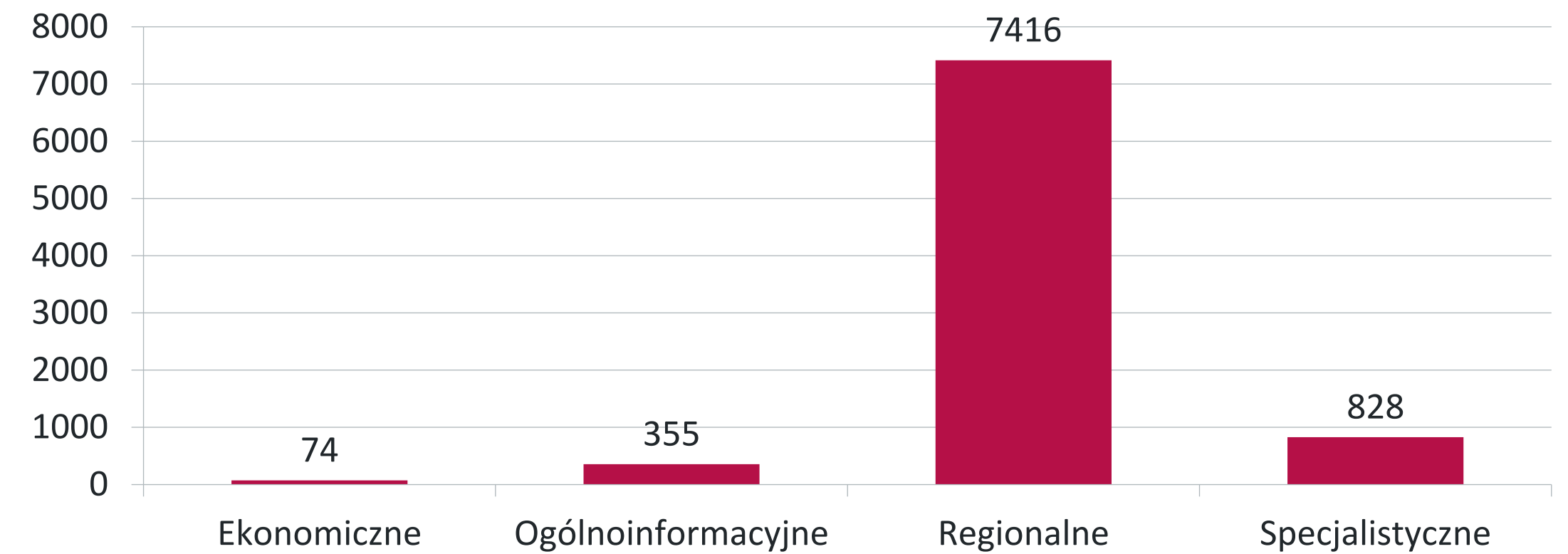


RODZAJ, PROFIL MEDIUM, DOTARCIE PUBLIKACJI

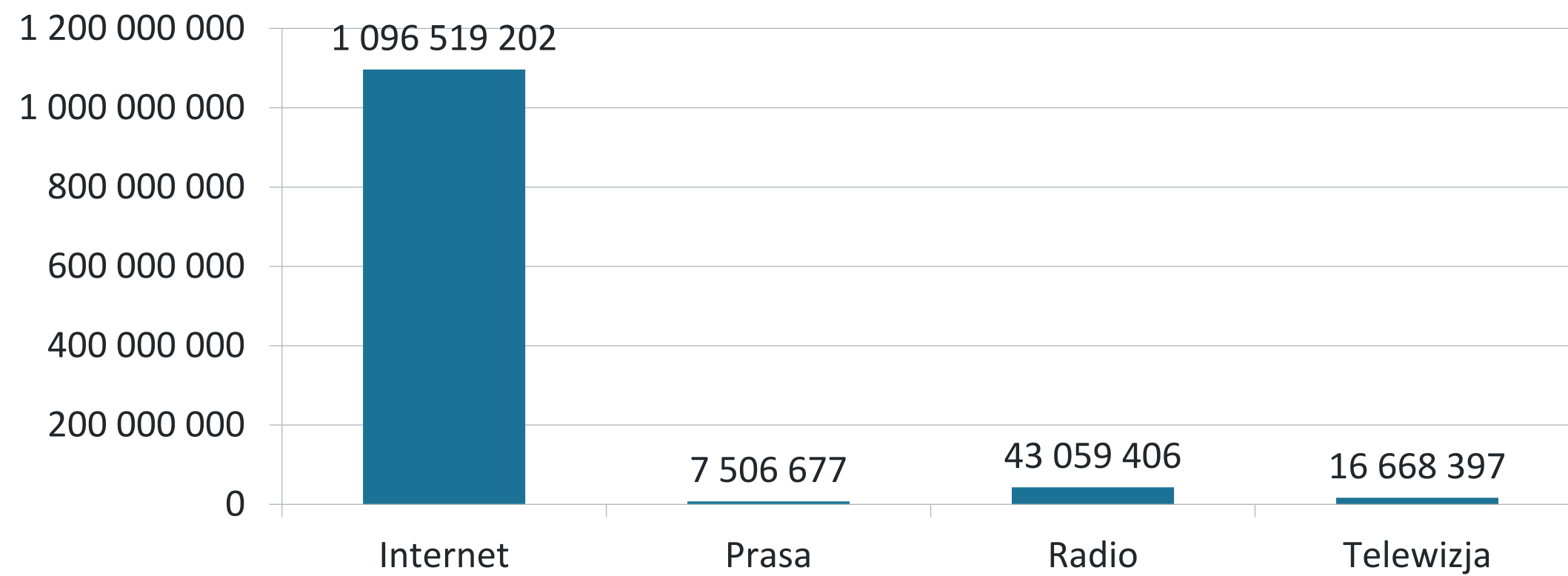
Liczba publikacji według rodzaju medium



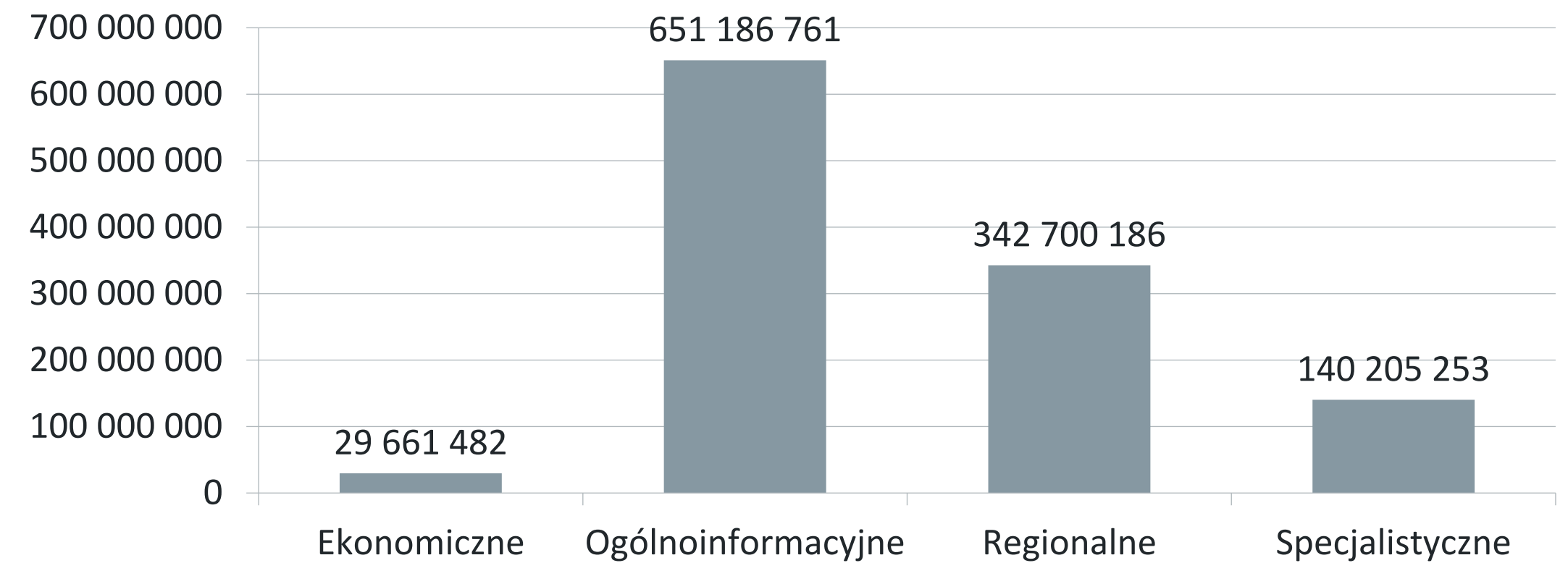
Liczba publikacji według profilu medium



Dotarcie publikacji według rodzaju medium

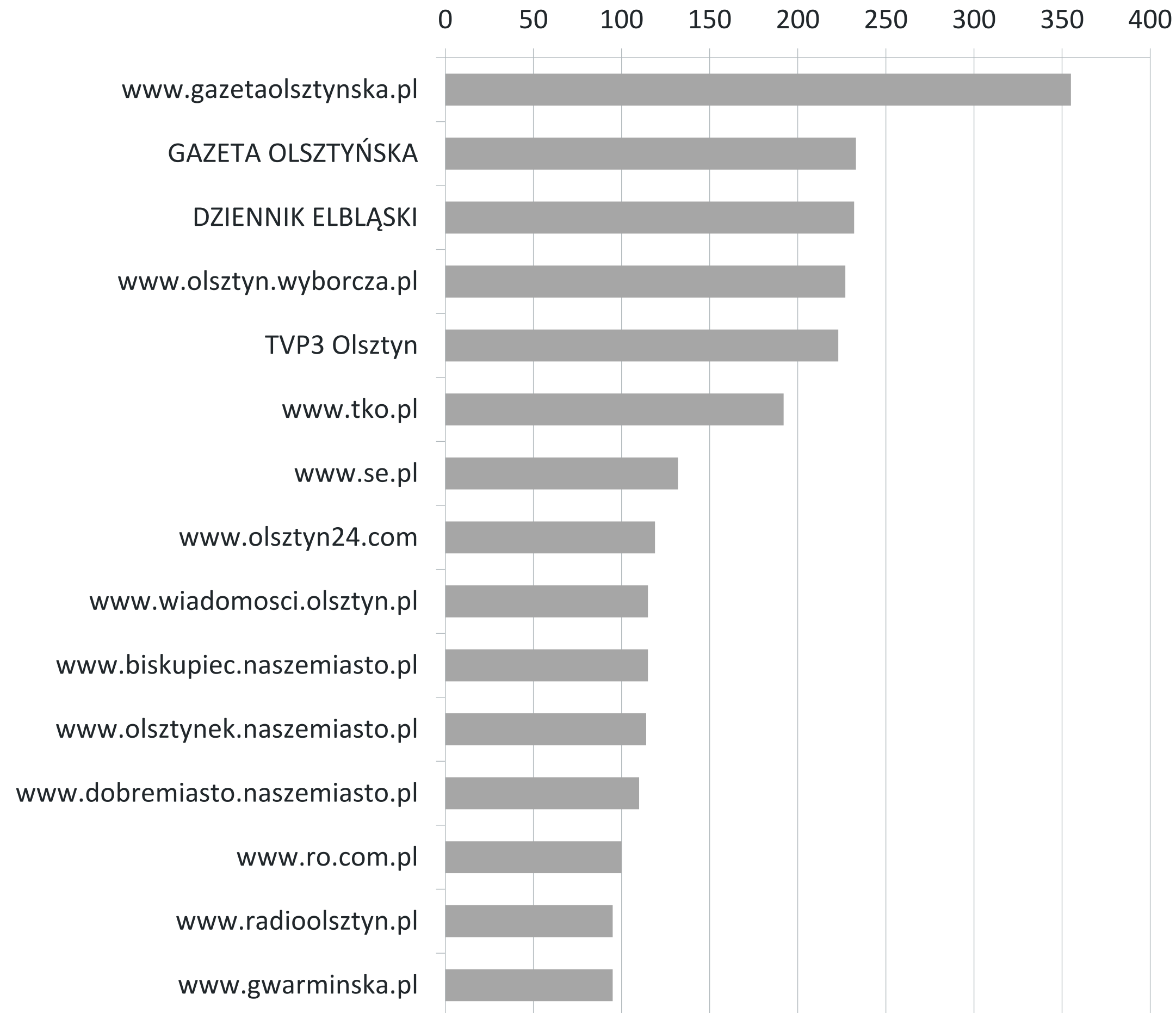


Dotarcie publikacji według profilu medium

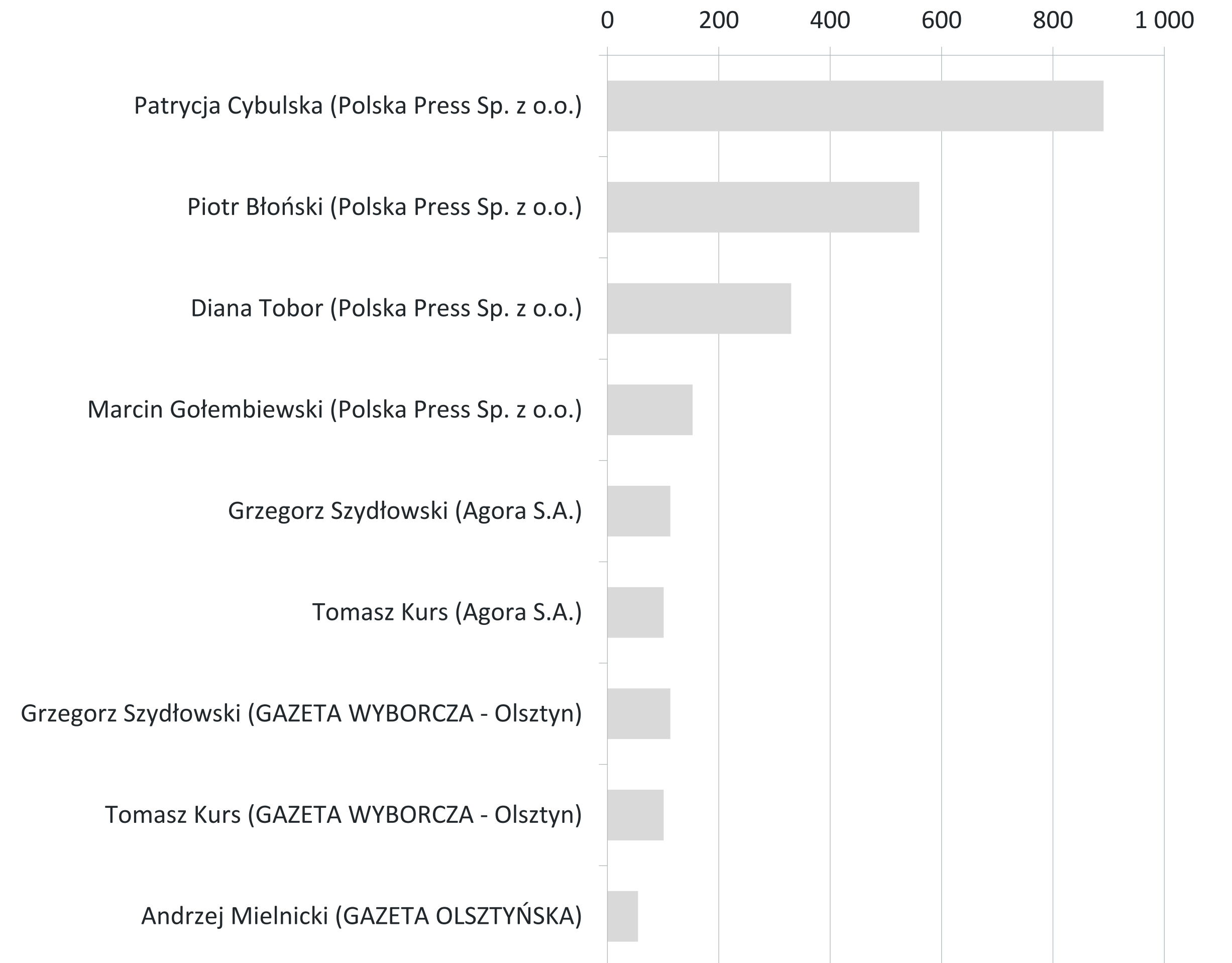


NAJAKTYWNIJSZ MEDIA I DZIENNIKARZE

Media z największą liczbą publikacji

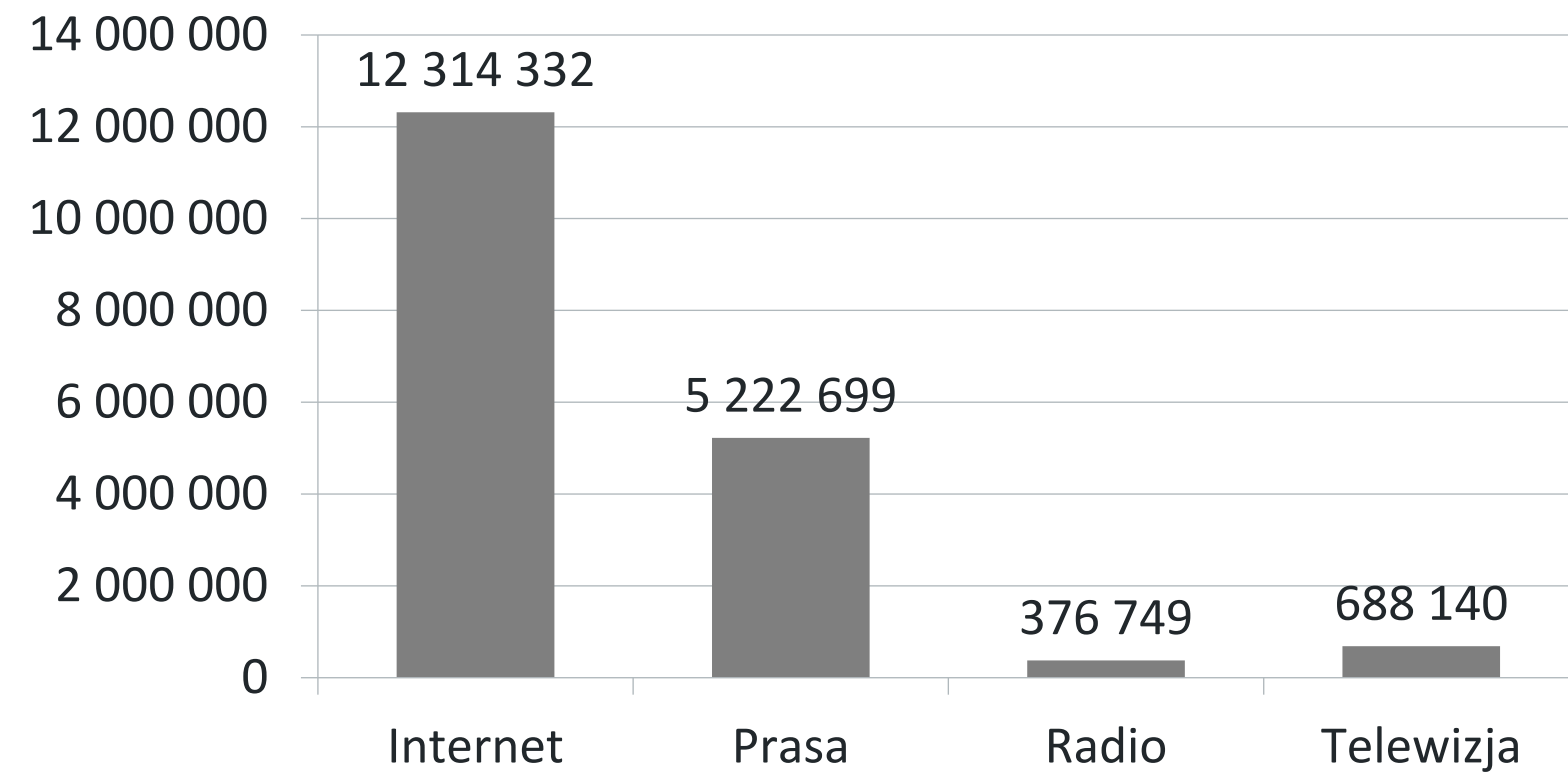


Autorzy z największą liczbą publikacji

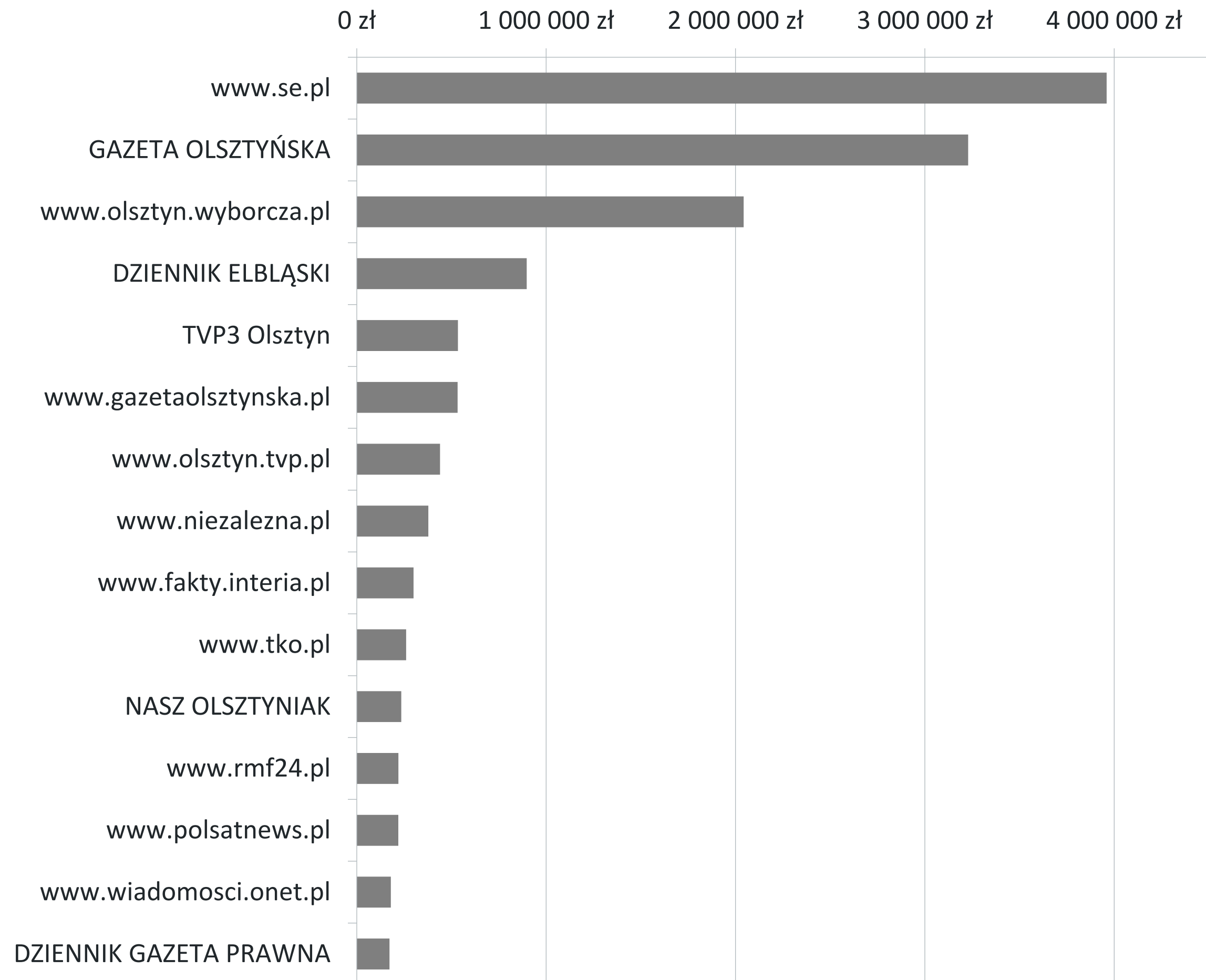


EKWIWALENT REKLAMOWY SZACUNKOWY

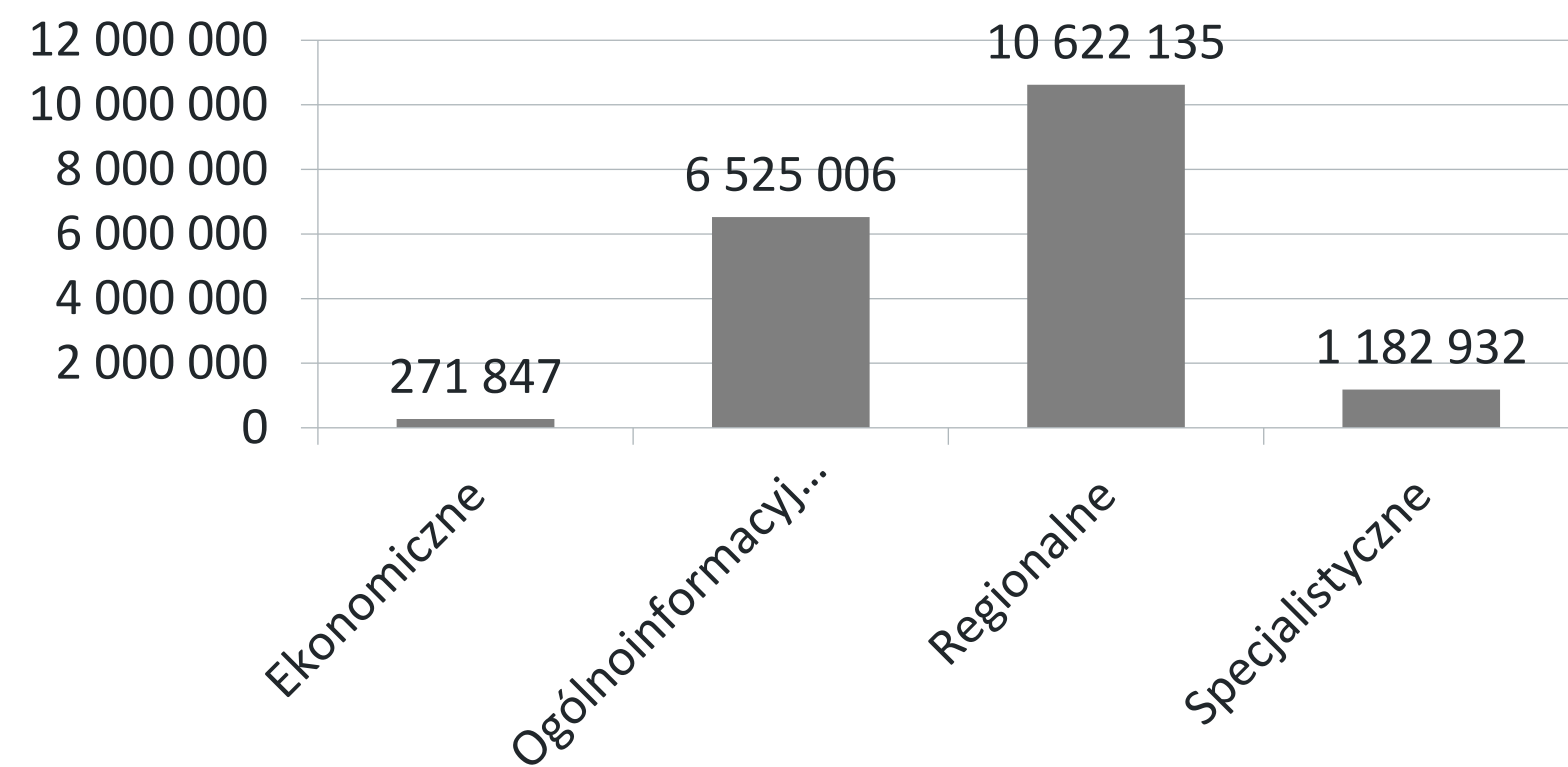
AVE szacunkowe według rodzaju medium



AVE szacunkowe według mediów - najbardziej wartościowe tytuły



AVE szacunkowe według profilu medium



PRZEKAZ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

1 901

LICZBA WPISÓW

Podział wg kanałów social media



1 789



111



14

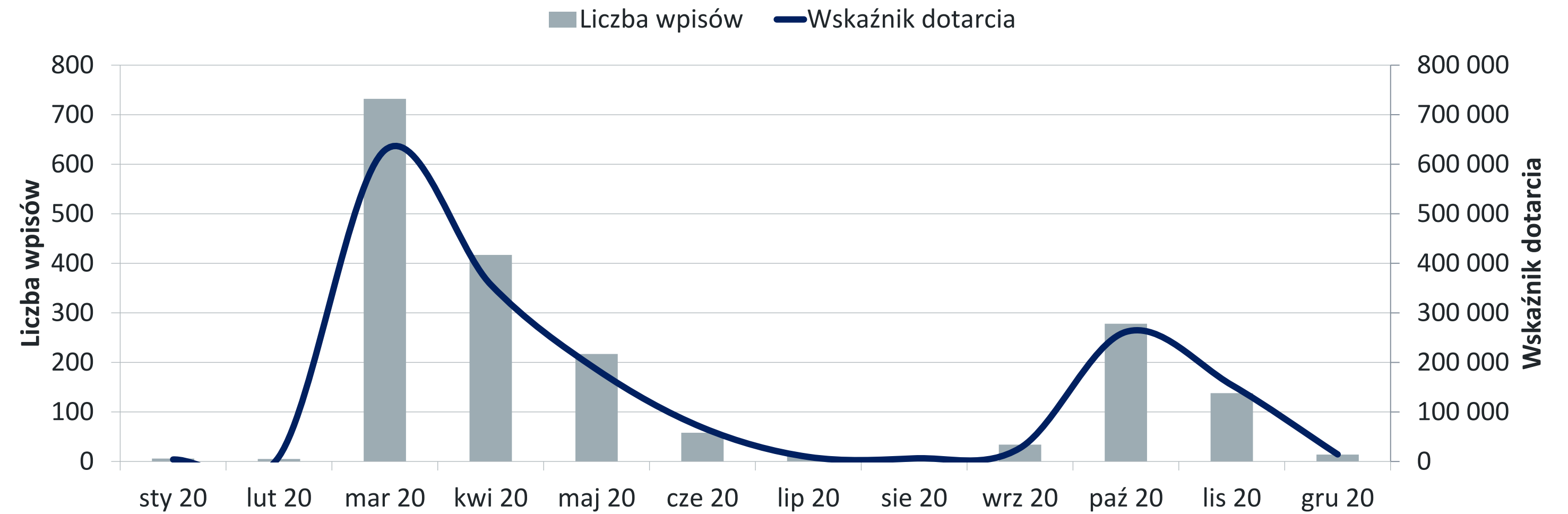
1 729 983

ZASIĘG PRZEKAZU

154 315 zł

EKWIWALENT SZACUNKOWY

Liczba wpisów w analizowanym okresie oraz ich dotarcie do odbiorcy



PRESS SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o. | ul. Marcelińska 14, 60-801 Poznań | tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115

Warszawa | Warta Tower, ul. Chmielna 85/87, 00-805 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20 biuro@psmm.pl | www.psmm.pl