

PGE Ekstraliga

analiza ekspozycji sponsora tytularnego
PGE Polskiej Grupy Energetycznej

01.05-31.05.2025





SPIS TREŚCI

- 3. MAPA MEDIALNA
- 4. LICZBA PUBLIKACJI
- 5. ANALIZY PRZEKROJOWE
- 6. ZASIĘG PUBLIKACJI
- 7. EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI
- 8. ANALIZA SOCIAL MEDIA
- 9. ZAANGAŻOWANIE SOCIAL MEDIA
- 10. TOP MEDIA
- 11. TOP AUTORZY
- 12. TOP PUBLIKACJE
- RODZAJ ORAZ NOŚNIKI EKSPozyCJI
- 15. ANALIZA MIEJSCA EKSPozyCJI
- 16. MAPA MEDIALNA – RODZAJ EKSPozyCJI
- 17. ANALIZA RODZAJU NOŚNIKÓW
- 18. EKSPozyCJA PGE W MATERIAŁACH WIDEO
- 19. EKSPozyCJA PGE W MEDIACH BRANŻOWYCH
- 20. EKSPozyCJA PGE W POZOSTAŁYCH MEDIACH
- PGE EKSTRALIGA W PRZEKAZACH O ŻUŻLU
- 22. UDZIAŁ PGE EKSTRALIGI W PRZEKAZACH O ŻUŻLU
- 23. METODOLOGIA BADANIA



MAPA MEDIALNA

PGE pełni rolę sponsora tytularnego PGE Ekstraligi – uznawanej za najlepszą ligę żużlową na świecie. Żużel to sport o ogromnej popularności w Polsce, a wsparcie PGE znacząco wpływa na wzrost jego prestiżu oraz poziomu rywalizacji sportowej. Mapa medialna jest podsumowaniem ekspozycji Polskiej Grupy Energetycznej w przekazach mediowych dotyczących PGE Ekstraligi w maju 2025 r. Analizie została poddana treść przekazów oraz ekspozycja wizualna CI (Corporate Identity).



8 242

LICZBA PUBLIKACJI



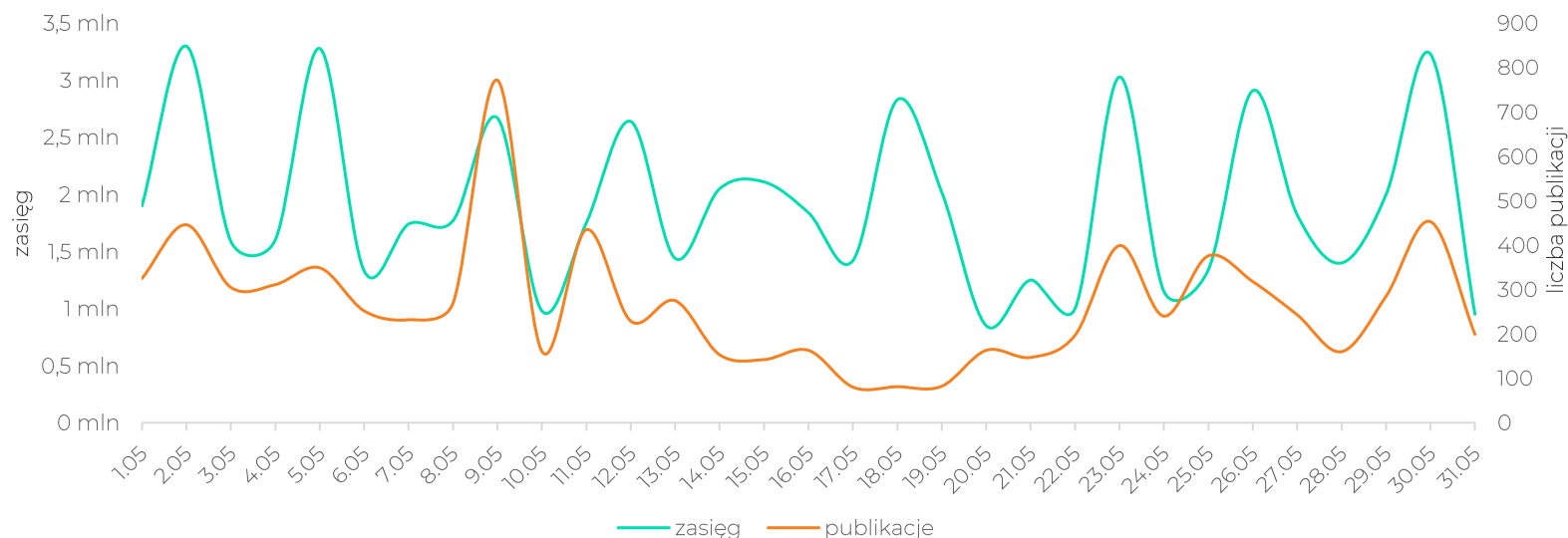
59,2 mln

ZASIĘG



39,8 mln

EKWIWALENT REKLAMOWY



KLUCZOWE WNIOSKI

- ✓ W analizowanym okresie najwyższy wzrost liczby publikacji odnotowano 9 maja.
- ✓ Publikacje o najwyższym zasięgu ukazały się 2 maja. W tym czasie do najszerzego grona odbiorców mogły dotrzeć przekazy z **Przeglądu Sportowego** dotyczące **4. rundy PGE Ekstraligi**.
- ✓ Wzrost ekwiwalentu reklamowego przypadł na 4 maja. Źródłem o najwyższej wartości był **CANAL+ Sport**.
- ✓ W maju w mediach odnotowano 33 984 publikacje o żużlu. PGE Ekstraliga eksponowana była w 8 242 przekazach. Oznacza to, że marka PGE dzięki sponsoringowi PGE Ekstraligi obecna była w 24% publikacjach o żużlu.



LICZBA PUBLIKACJI

8 242 PUBLIKACJI W ANALIZOWANYCH MEDIACH

198



PRASA

177



TELEWIZJA

201



RADIO

4 074



PORTALE

11

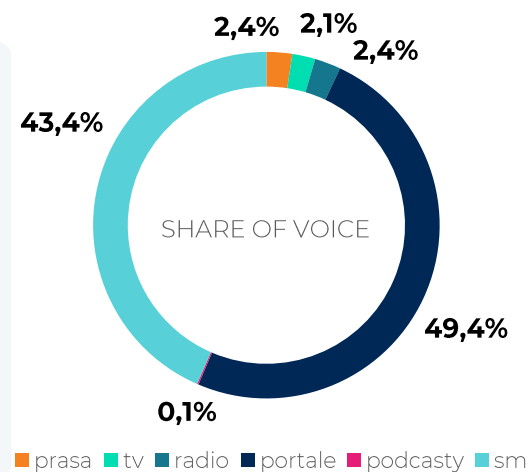


PODCASTY

3 581



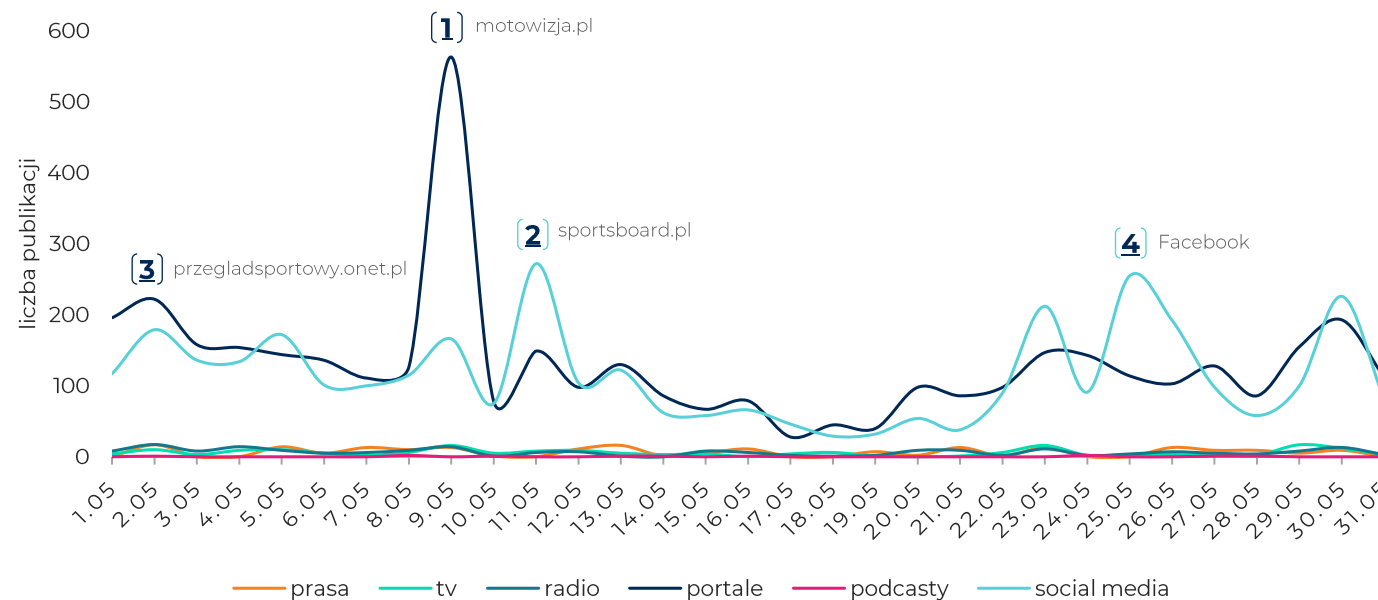
SOCIAL MEDIA



W maju liczba publikacji eksponujących PGE Ekstraligę wyniosła 8 242. Maksymalna liczba publikacji (772) przypadła na 9 maja. Dominującym medium były portale (4074 publikacje, co stanowi 49,4% ogółu materiałów).

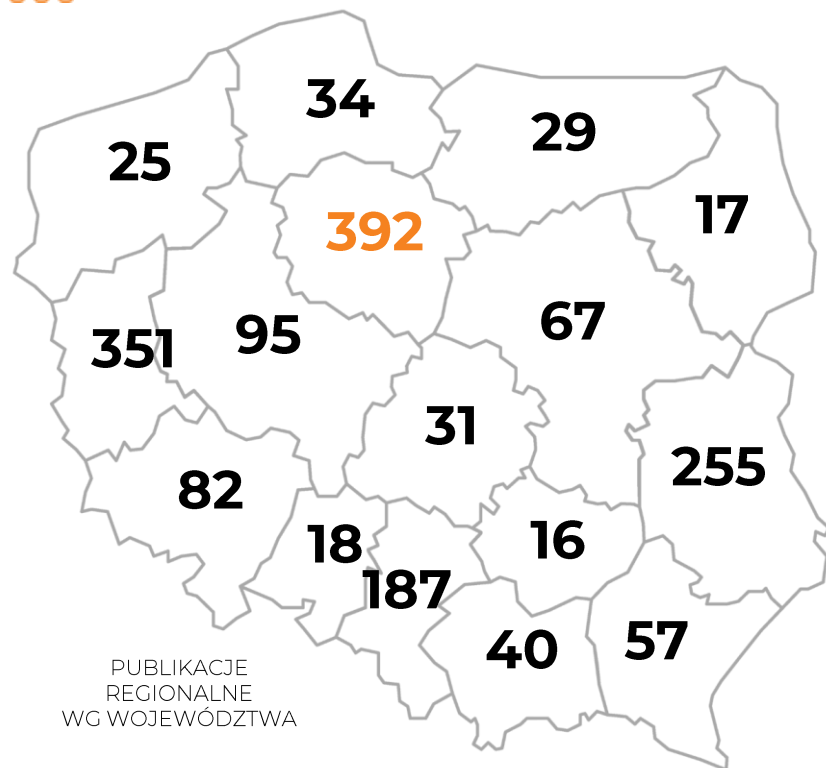
PIKI KOMUNIKACYJNE

- [1]** Portale zapowiedziały finał Srebrnego Kasku w Świętochłowicach. Informowano, że Motowizja pokazała na żywo rywalizację czołowych polskich żużlowców do lat 21. Tak znaczny wzrost publikacji jest zasługą lokalnych (kilkuset) stron portalu dlawas.info.
motowizja.pl - 09.05.2025
- [2]** V kolejka PGE Ekstraligi i mecz Włókniarz Częstochowa – ROW Rybnik (11.05.2025) wywołały ożywioną dyskusję na forum sportsboard.pl, gdzie kibice licznie komentowali przebieg spotkania.
sportsboard.pl - 11.05.2025
- [3]** Media relacjonowały jednostronne starcie w PGE Ekstralidze, w którym Orlen Oil Motor Lublin pewnie pokonał beniaminka z Rybnika 63:27. Mistrzowie Polski dominowali od początku, a pierwszy ligowy punkt zdobył Bartosz Jaworski.
porzegladsportowy.onet.pl - 02.05.2025
- [4]** Media społecznościowe podsumowały mecz Włókniarz Częstochowa - Falubaz Zielona Góra. Znakomite występy zaliczyli Przemysław Pawlicki i Leon Madsen.
[Facebook](https://facebook) - 26.05.2025

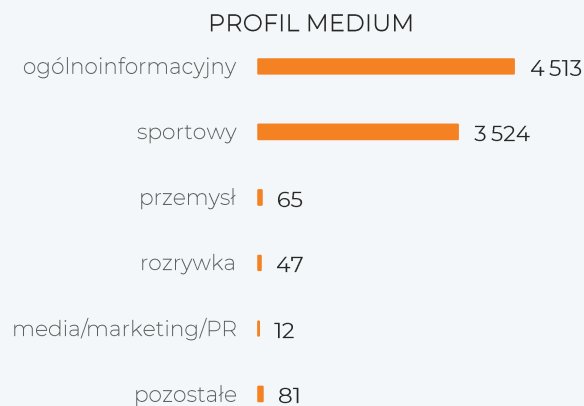
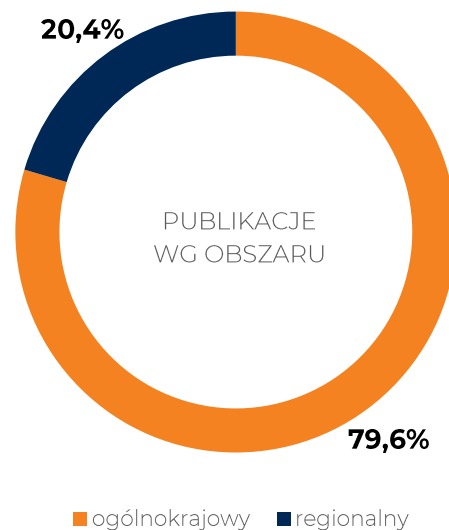




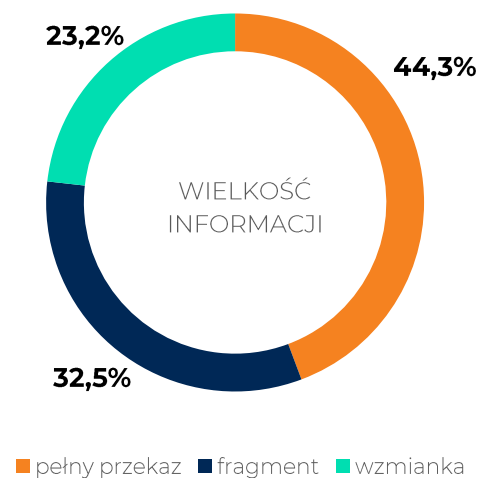
ANALIZY PRZEKROJOWE



W maju przekazy eksponujące PGE Ekstraligę najczęściej pojawiały się w mediach o **profilu ogólnoinformacyjnym** (4 513 publikacji, co stanowi 54,8% wszystkich materiałów) i zasięgu **ogólnokrajowym** (6 558 publikacji, co stanowi 79,6%). Najwięcej publikacji o **obszarze regionalnym** (392) ukazało się w województwie kujawsko-pomorskim.



- ✓ Spośród mediów ogólnokrajowych najbardziej zasięgowym źródłem był onet.pl. Portal zamieszczał m.in. podsumowania meczów PGE Ekstraligi.
- ✓ W mediach o profilu sportowym najwyższy zasięg osiągnął z kolei przegladsportowy.onet.pl. W źródłach z kategorii ogólnoinformacyjnej ważnym źródłem był TVN, a o profilu rozrywka - To & Owo.
- ✓ Przekazy, które w całości dotyczyły rozgrywek PGE Ekstraligi pojawiły się między innymi na kanałach: CANAL+ Sport, CANAL+ Sport 4 oraz Eleven Sports 1. Wielkość informacji została określona jako pełny przekaz.



*wskaźnik szacowany w prasie i portalach



ZASIĘG PUBLIKACJI

59,2 mln KONTAKTÓW Z PRZEKAZEM

1,85 TYLE RAZY STATYSTYCZNA OSOBA W WIEKU OD 15 ROKU ŻYCIA MOGŁA MIEĆ KONTAKT Z INFORMACJĄ

15 mln 8,09 mln 3,19 mln 25,5 mln 983 7,4 mln



PRASA



TELEWIZJA



RADIO



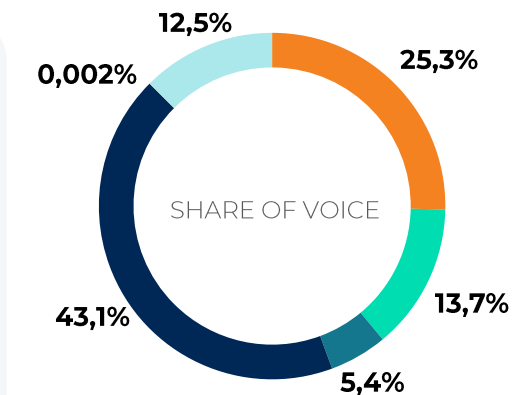
PORTALE



PODCASTY



SOCIAL MEDIA

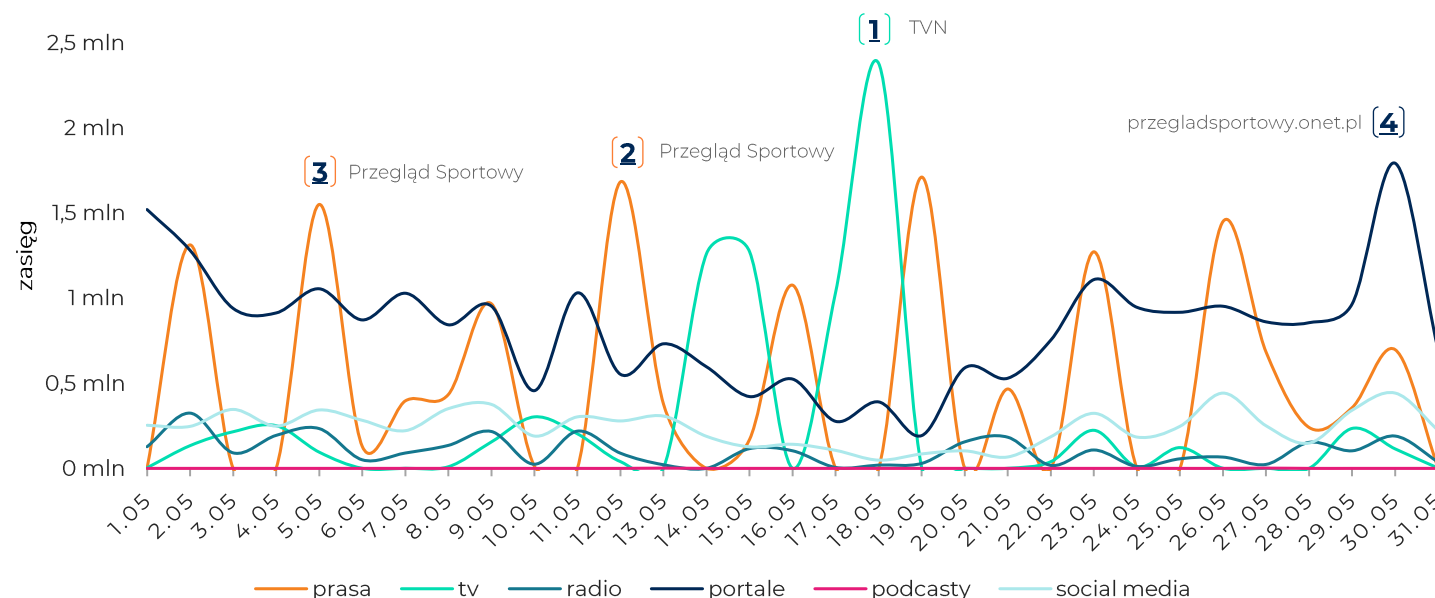


prasa tv radio portale podcasty sm

W maju liczba potencjalnych kontaktów z publikacjami wyniosła 59,2 mln. Największy zasięg (25,5 mln kontaktów) osiągnęły publikacje na portalach (43,1% całkowitej wartości), a szczyt zasięgu przypadł na 2 maja.

PIKI KOMUNIKACYJNE

- [1] Telewizja zapowiadała wielkie wydarzenie w Warszawie, Grand Prix w żużlu na Stadionie Narodowym. Ponad 50 tysięcy ludzi kibicowało najlepszym żużlowcom świata. Logo PGE Ekstraligi eksponowane było na trybunach podczas startu zmagowań. [TVN](#) - 17.05.2025
- [2] Publikacje w prasie informowały o wynikach bieżących rozgrywek żużlowych, w których Sparta rozbiła we Wrocławiu Stal Gorzów Wielkopolski. [Przegląd Sportowy](#) - 12.05.2025
- [3] Przegląd Sportowy przekazał wyniki po trzech kolejkach PGE Ekstraligi. Bayersystem GKM Grudziądz i Orlen Oil Motor zebrały komplet zwycięstw. [Przegląd Sportowy](#) - 05.05.2025
- [4] Pod koniec maja portale skupiły się na 7. kolejce PGE Ekstraligi. Informowały m.in. o nierozegranym meczu we Wrocławiu w związku z nieregulaminowym torem (decyzja sędziego Michała Sasienia). [przegladsportowy.onet.pl](#) - 30.05.2025





EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI (ZŁ)

39,8 mln AVE (ZŁ) PUBLIKACJI

3,36 mln



PRASA

11,7 mln



TELEWIZJA

238 tys.



RADIO

22,5 mln



PORTALE

3 370

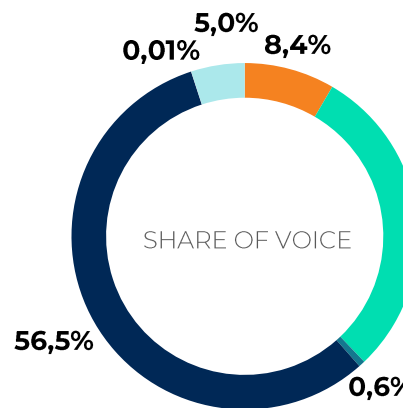


PODCASTY

1,99 mln



SOCIAL MEDIA



prasa tv radio portale podcasty sm

W maju ekwiwalent reklamowy publikacji wyniósł 39,8 mln zł. Największe AVE (4,9 mln zł) wygenerowały materiały z 4 maja, natomiast rodzajem medium o największej łącznej wartości reklamowej były portale (22,5 mln zł, 56,5% całkowitego AVE).

PIKI KOMUNIKACYJNE

[1] Derby Ziemi Lubuskiej, znane również jako starcie pomiędzy Stalą Gorzów a Falubazem Zielona Góra, to jedno z najgorętszych i najbardziej wyczekiwanych wydarzeń sezonu żużlowego w Polsce. Relacje z tego meczu wygenerowały najwyższe AVE dnia 4 maja.

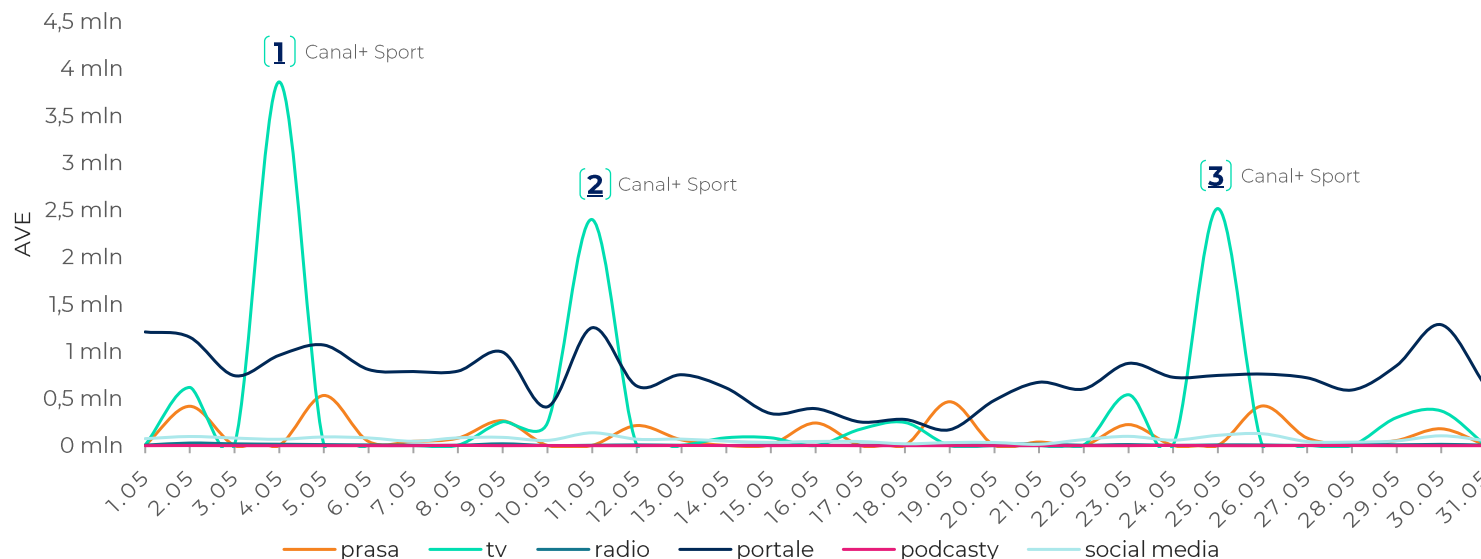
[Canal+ Sport](#) - 04.05.2025

[2] Mecz żużlowy pomiędzy KRONO-PLAST WŁÓKNIARZ Częstochowa a INNPRO ROW Rybnik, rozgrywany 11 maja, był pełen emocji i zaskoczeń. Częstochowa pokazała świetną formę w 13. biegu, wygrywając go 5:1, co ostatecznie przyniosło im zwycięstwo w meczu.

[Canal+ Sport](#) - 11.05.2025

[3] Duże emocje w meczu 6 kolejki PGE Ekstraligi w Częstochowie. Po zaciętym i stojącym na wysokim poziomie spotkaniu Krono-Plast Włókniarz przegrał ze Stelmet Falubazem Zielona Góra 42:48. Goście od początku prezentowali się nieco lepiej i potwierdzili, że kryzys z początku sezonu mają już za sobą.

[Canal+ Sport](#) - 25.05.2025





3 581

LICZBA PUBLIKACJI



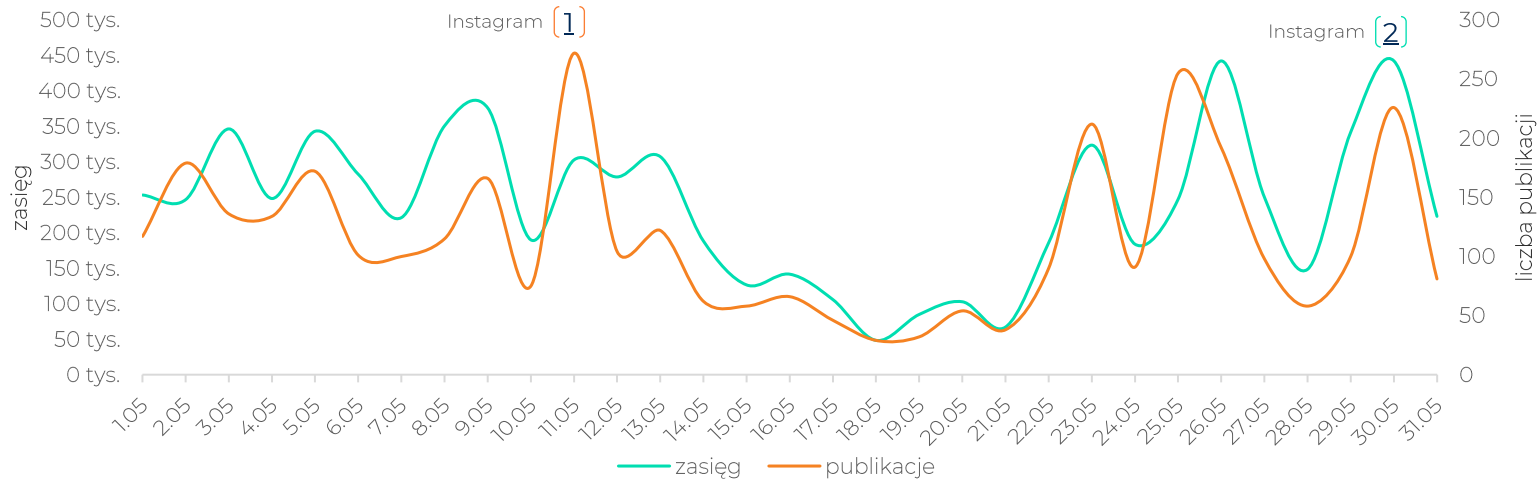
7,4 mln

ZASIĘG



1,99 mln

EKWIWALENT
REKLAMOWY



[1] WP na Facebooku informowało o kolejnych meczach PGE Ekstraligi. Pojawiły się zapowiedzi 5. rundy.

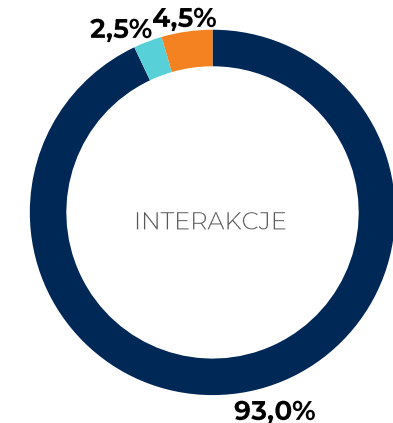
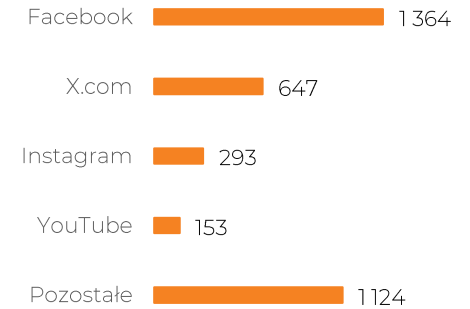
[Żużel - WP SportoweFakty](#) – 11.05.2025

[2] Bartosz Zmarzlik (@zmarzlik95) opublikował posty dotyczące swoich występów w barwach drużyny Orlen Oil Motor Lublin.

[zmarzlik95](#) – 29.05.2025

W maju liczba postów w mediach społecznościowych wyniosła 3 581 i wygenerowała zasięgi rzędu 7,4 mln o łącznym AVE 1,99 mln zł. Największą część publikacji w mediach społecznościowych stanowiły posty z Facebooka (38% wszystkich materiałów w social mediach).

LICZBA POSTÓW W KANAŁACH SOME



■ polubienia ■ udostępnienia ■ komentarze



ZAANGAŻOWANIE SOCIAL MEDIA



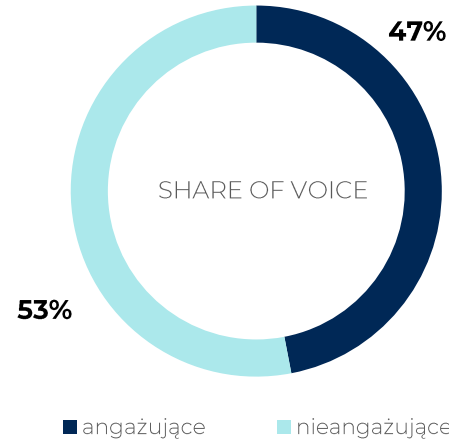
195 tys.

INTERAKCJE



0,25 %

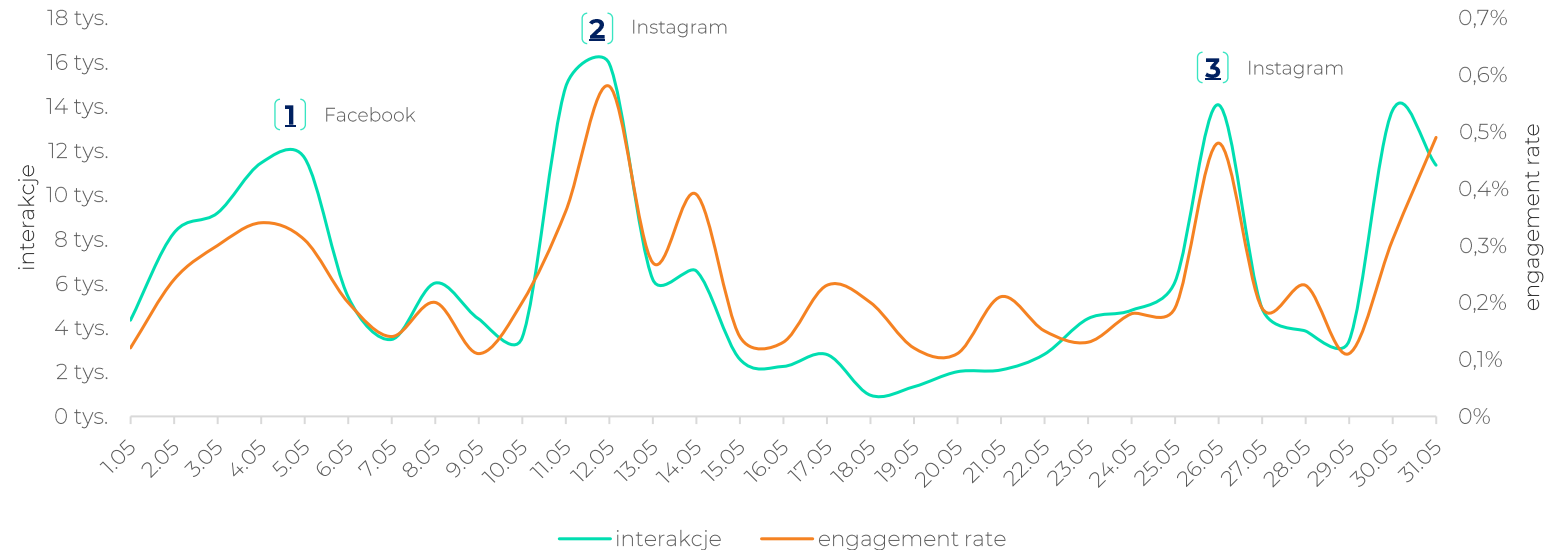
ENGAGEMENT RATE



- ✓ W maju łączna liczba interakcji wyniosła 195 tys.
- ✓ Wskaźnik engagement rate osiągnął w analizowanym okresie poziom 0,25%.
- ✓ Wpisy angażujące (47%) to te, które odnotowały interakcje: polubienia, udostępnienia lub komentarze.

PIKI KOMUNIKACYJNE

- [1]** Derby dla gorzowian!
#GORZIE | #PGEekstraliga | #speedway | #sport | #żużel
[Speedway Ekstraliga](#) | 126 tys. obserwujących | 815 polubień | 04.05.2025
- [2]** Mamy to!
#falubaz #zielonagóra #pgeekstraliga #tylkofalubaz #żużel #speedway
[falubazzg](#) | 41 tys. obserwujących | 4161 polubień | 11.05.2025
- [3]** #CZEZIE | Blisko... bardzo blisko...
#KSF25 #TylkoFalubaz #PGEekstraliga #Stelmet
[falubazzg](#) | 41 tys. obserwujących | 1882 polubień | 25.05.2025

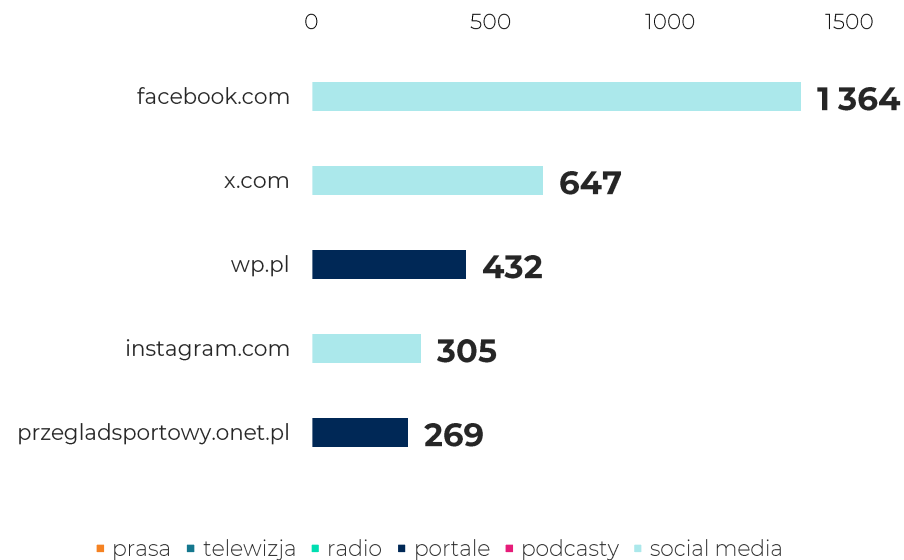


! TOP MEDIA

W zestawieniu przedstawiono media będące źródłem największej liczby publikacji eksponujących PGE Polską Grupę Energetyczną w przekazach dotyczących PGE Ekstraligi. Dla każdego medium określono liczbę materiałów, ich łączne zasięgi oraz wartość AVE. Wykres przedstawia 5 źródeł (ze wszystkich mediów) z najwyższą liczbą publikacji.

			
 prasa	publikacje	zasięg	AVE
Tygodnik Żużlowy	27	810 tys.	33,5 tys. zł
Przegląd Sportowy	18	5,17 mln	1,31 mln zł
Gazeta Lubuska	17	510 tys.	107 tys. zł
 telewizja	publikacje	zasięg	AVE
Eleven Sports 1	42	726 tys.	2,05 mln zł
TV Toruń	39	82,2 tys.	12,9 tys. zł
TVP3 Gorzów Wielkopolski	33	39,8 tys.	19,1 tys. zł
 radio	publikacje	zasięg	AVE
PR PIK Bydgoszcz	87	1,42 mln	29,8 tys. zł
PR Lublin	31	336 tys.	63,9 tys. zł
Radio Eska Żary	15	63 tys.	6 187 zł
 portale	publikacje	zasięg	AVE
wp.pl	432	9,18 mln	3,88 mln zł
przegladsportowy.onet.pl	269	10,78 mln	10,76 mln zł
speedwaynews.pl	242	327,96 tys.	504,9 tys. zł

TOP 5 MEDIA



			
 podcasty	publikacje	zasięg	AVE
spotify.com	9	90	2 700 zł
podkasty.info	2	893	670 zł
 social media	publikacje	zasięg	AVE
facebook.com	1 364	2,11 mln	793 tys. zł
x.com	647	1,74 mln	40,7 tys. zł
instagram.com	305	2,6 mln	148 tys. zł

TOP AUTORZY

W zestawieniu przedstawiono autorów najwyższej liczby publikacji eksponujących PGE Polską Grupę Energetyczną w przekazach dotyczących PGE Ekstraligi. Dla każdego autora określono liczbę materiałów oraz źródła, dla których publikowali. Wykres przedstawia 5 autorów z najwyższą liczbą publikacji (były to głównie profile własne klubów PGE Ekstraligi).



PRASA

autor	źródło	publikacje
Joachim Przybył	Nowości Dziennik Toruński oraz 2 inne	19
Magdalena Zimna	Nowości Dziennik Toruński oraz 2 inne	15
Filip Ogórek	Wspólnota Łęczyńska oraz 2 inne	9



TELEWIZJA

autor	źródło	publikacje
Maciej Pieszczyński	TVP3 Bydgoszcz	2



RADIO

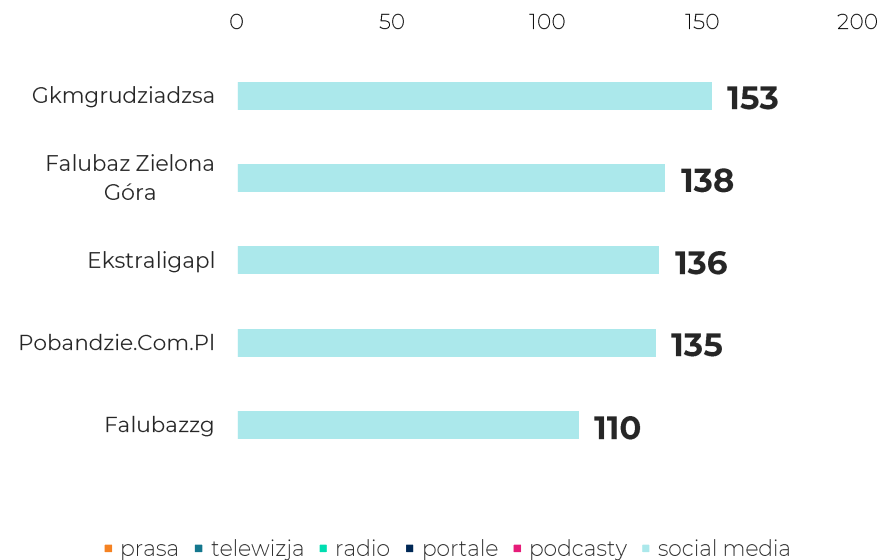
autor	źródło	publikacje
Adam Rozwałka	PR Lublin	8
Paweł Górski	Radio Zachód	2
Adam Malecki	PR3	1



PORTALE

autor	źródło	publikacje
Tomasz Janiszewski	wp.pl	64
Rafał Drabiniok	speedwaynews.pl	58
Konrad Cinkowski	wp.pl	57

TOP 5 AUTORÓW



PODCASTY

autor	źródło	publikacje
Park Maszyn	spotify.com	9
Pięć Jeden	podkasty.info	2



SOCIAL MEDIA

autor	źródło	publikacje
Gkmgrudziadzsa	x.com oraz 1 inne	153
Falubaz Zielona Góra	tiktok.com oraz 1 inne	138
Ekstraligapl	x.com	136



TOP PUBLIKACJE

Wskazano najciekawsze publikacje o najwyższym zasięgu lub AVE z analizowanego okresu.



Data: 04-05-2025
Źródło: Canal+ Sport
Zasięg: 32 943
AVE: 1 622 333 zł



Data: 11-05-2025
Źródło: Canal+ Sport 4
Zasięg: 3 880
AVE: 59 360 zł



TOP PUBLIKACJE

Wskazano najciekawsze publikacje o najwyższym zasięgu lub AVE z analizowanego okresu.

Jeden mecz w 2. Ekstralidze, ale za to jaki. Wszystko możliwe

Przed nami kolejne spotkanie na zapleczu PGE Ekstraligi. W ramach trzeciej kolejki Metalkas 2. Ekstraligi w sobotę Texom Stal Rzeszów zmierzy się z Moonfin Malesa Ostrów Wlkp. Obie drużyny po emocjonujących starciach nie mają jeszcze na swoim koncie żadnego zwycięstwa. To jednak w sobotę się zmieni.



Jan Stepiczew

3 maja 2025, 09:00



David Bellego w meczu z Bydgoszczą (Fotograf: Michał Szmyd / newspix.pl)

Data: 03-05-2025

Źródło: przegladsportowy.onet.pl

Zasięg: 35 171

AVE: 40 000 zł



Po 4. kolejce PGE Ekstraligi: Emocje w derbach. Przyjemski odjeżdża

Tegoroczna Majówka była pod znakiem żuźla! W PGE Ekstralidze odbyła się 4. kolejka, a w niemieckim Landshut ruszył cykl Grand Prix. Jakie były wyniki? Sprawdźcie naszą relację!

Autor: Marcin Karwot

Przeczytasz w 5 min · Published on 05.05.2025 · 6:59 UTC+2

Zapisz ☆

Data: 05-05-2025

Źródło: redbull.com

Zasięg: 92 775

AVE: 60 000 zł

Rodzaj oraz nośniki ekspozycji



ANALIZA MIEJSCA EKSPOZYCJI

Ekspozycja sponsora została zbadana w dwóch warstwach przekazów mediowych: treść/fonia oraz CI (Corporate Identity - grafiki / filmy).

LICZBA PUBLIKACJI

ZASIĘG

EKWIWALENT REKLAMOWY

treść / fonia

4 970

39 mln

19,9 mln

treść / fonia + CI

1 886

16,2 mln

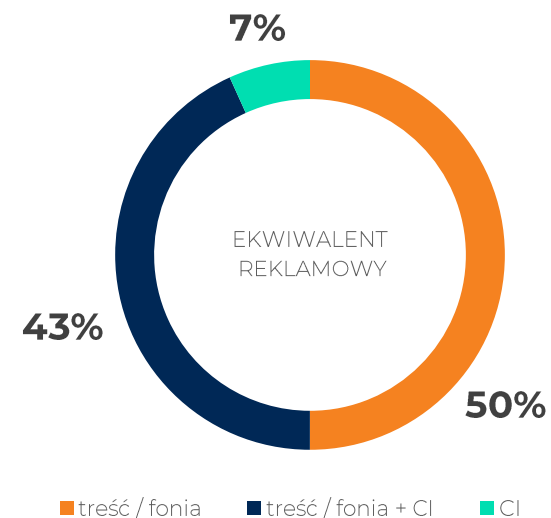
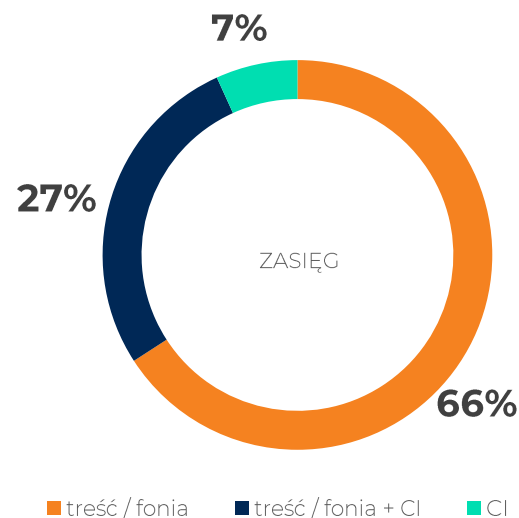
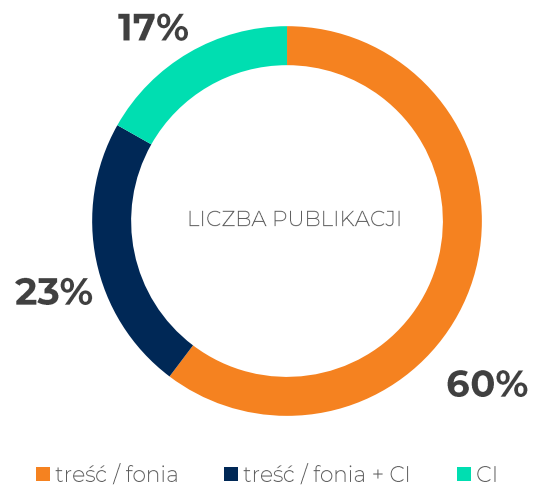
17,2 mln

CI

1 386

4,02 mln

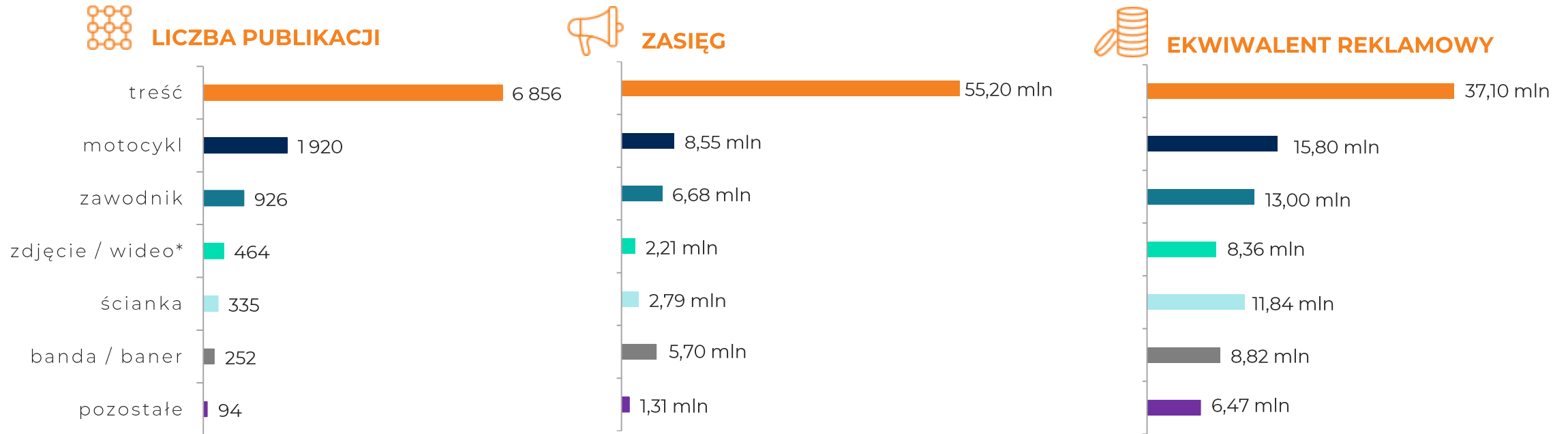
2,69 mln





MAPA MEDIALNA – RODZAJ EKSPOZYCJI

Mapa medialna przedstawia rodzaje ekspozycji PGE Polskiej Grupy Energetycznej w kontekście żużla. W jednym przekazie mediowym mógł znaleźć się więcej niż jeden typ ekspozycji.



KLUCZOWE WNIOSKI

- ✓ W analizowanym okresie **najwyższą liczbę publikacji** odnotowano dla publikacji, które eksponowały PGE w **treści przekazu**. Zasięg publikacji osiągnął 55,2 mln potencjalnych kontaktów, a ekwiwalent reklamowy wyniósł 37,1 mln zł.
- ✓ Drugą pod względem liczby publikacji była **ekspozycja CI**, która występowała na **motocyklach zawodników**. Publikacje zawierające ten nośnik ekspozycji wygenerowały zasięg 8,55 mln oraz ekwiwalent reklamowy w wysokości 15,8 mln zł.
- ✓ Ostatnie miejsce na podium zajęła **ekspozycja graficzna na strojach zawodników**. Publikacje na ten temat mogły dotrzeć do 6,68 mln potencjalnych kontaktów. Wysokość AVE przekazów wyniosła 13 mln zł.

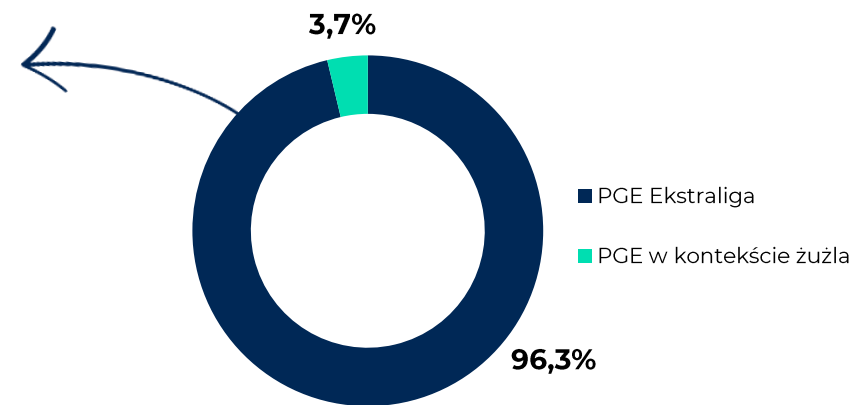


ANALIZA RODZAJU NOŚNIKÓW*

	liczba publikacji	zasięg	AVE [zł]
treść	6 856	55,2 mln	37,1 mln
motocykl	1 920	8,55 mln	15,8 mln
zawodnik	926	6,68 mln	13 mln
zdjęcie / wideo	464	2,21 mln	8,36 mln
ścianka	335	2,79 mln	11,8 mln
banda / baner	252	5,7 mln	8,82 mln
pozostałe	94	1,31 mln	6,47 mln

*w jednym przekazie mediowym mógł znaleźć się więcej niż jeden typ ekspozycji

Tabela przedstawia liczbę publikacji, zasięg i AVE rodzaju ekspozycji we wszystkich mediach w maju 2025. Top 3 rodzaje nośników graficznych zostały oznaczone w tabeli kolorem pomarańczowym.



W analizowanym okresie w 96,3% materiałów z ekspozycją w treści pojawiła się pełna nazwa ligi „PGE Ekstraliga”. Pozostałe 3,7% przekazów zawierało ekspozycję PGE w kontekście PGE Ekstraligi, bez wzmianki o oficjalnej nazwie ekstraligi żużlowej.

KLUCZOWE WNIOSKI

- ✓ W maju PGE w warstwie graficznej najczęściej była eksponowana na **motocyklach zawodników** (1 920), **strojach zawodników** (926) oraz jako logo na **zdjęciach / filmach wideo****.
- ✓ Analizując zasięg publikacji, który wygenerowały poszczególne rodzaje ekspozycji w warstwie graficznej, w top3 znalazły się: **motocykl** (8,55 mln), **zawodnik** (6,68 mln) oraz **banda / baner** (5,7 mln).
- ✓ Pod względem ekwiwalentu reklamowego, najbardziej wartościowe typy nośników w warstwie graficznej zawierały ekspozycję PGE na **motocyklu** (15,8 mln zł AVE), na **strojach zawodników** 13 mln zł oraz na **ściance** – 11,8 mln zł.



EKSPOZYCJA PGE W MATERIAŁACH WIDEO



TVP Info



TVP3 Lublin



TVP3 Gorzów



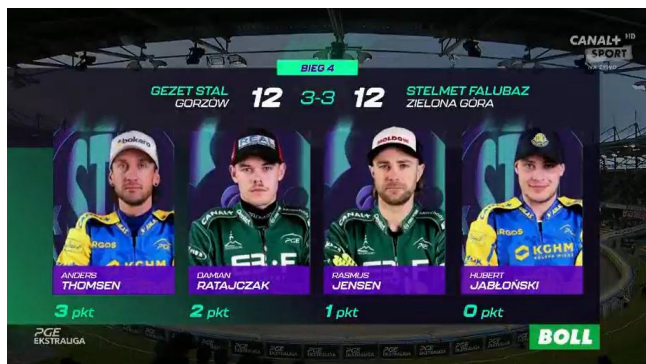
CANAL+ Sport

Przykładowe materiały wideo przedstawiające badanie ekspozycji PGE w materiałach wideo dostępne:

https://drive.google.com/drive/folders/1AJgF0RRpxkbg0LSw4fv_W2_jS8zFkbnS



EKSPOZYCJA PGE W MEDIACH BRANŻOWYCH



Canal+ Sport



Canal+ Sport 4



Eleven Sports 1



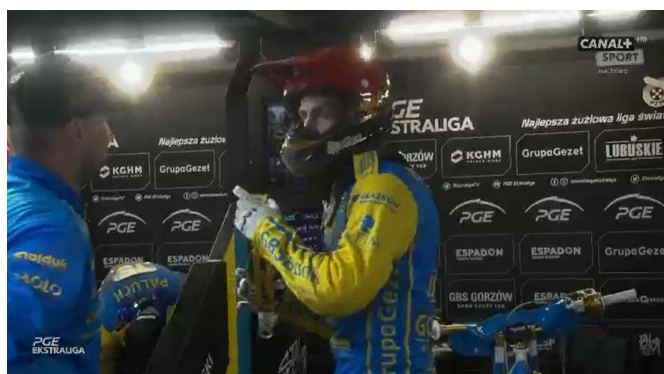
Canal+ Sport



Canal+ Sport 4



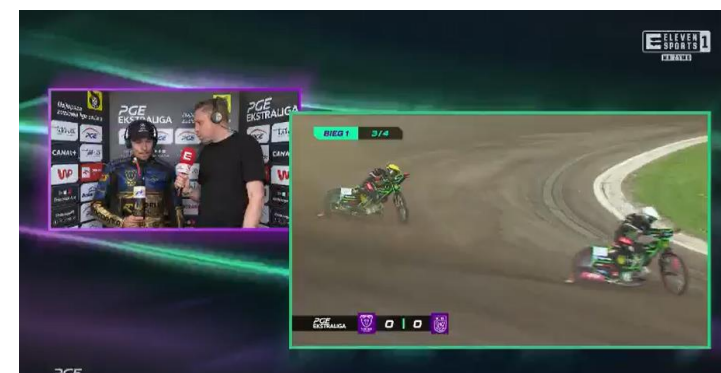
Eleven Sports 1



Canal+ Sport



Canal+ Sport 4



Eleven Sports 1



EKSPOZYCJA PGE W POZOSTAŁYCH MEDIACH



sport.interia.pl



nowosci.com.pl



Facebook



Facebook



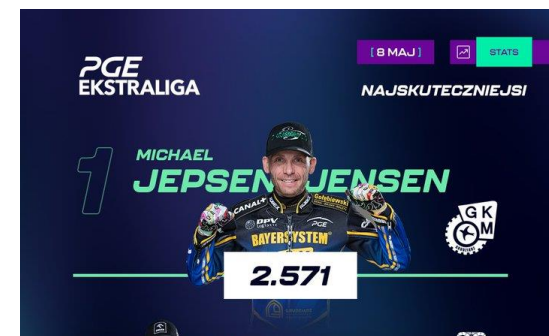
sportowefakty.wp.pl



rmf24.pl



X



X



sport.tvp.pl



sport.interia.pl



Instagram



Instagram

PGE Ekstraliga w przekazach o zużyciu

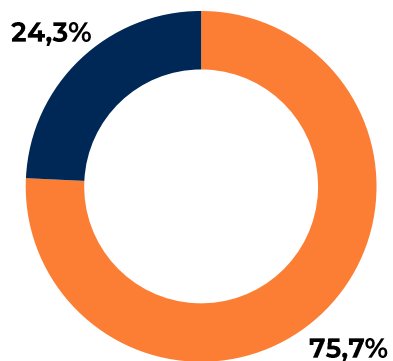


UDZIAŁ PGE EKSTRALIGI W PRZEKAZACH O ŻUŻLU

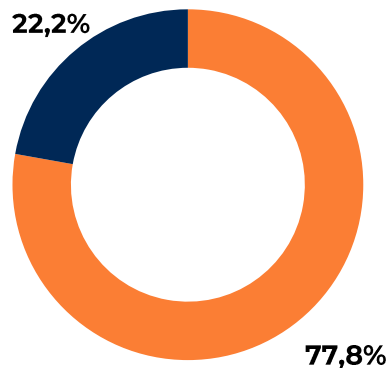
Slajd jest podsumowaniem obecności PGE Ekstraligi we wszystkich przekazach o żużlu w maju 2025 r.



LICZBA PUBLIKACJI



ZASIĘG

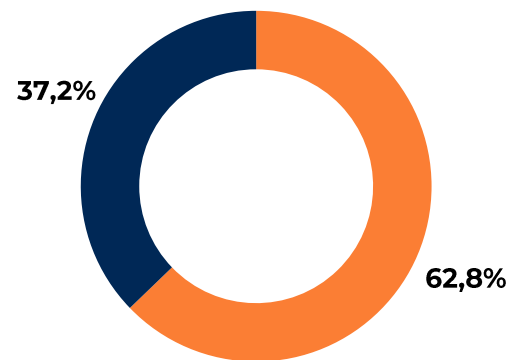


■ sport żużlowy w Polsce

■ sport żużlowy w Polsce & PGE*



EKWIWALENT REKLAMOWY



KLUCZOWE WNIOSKI

- ✓ W maju opublikowano w mediach 33,9 tys. przekazów o żużlu. 8,2 tys. publikacji zawierało ekspozycję PGE Ekstraligi (24,3% wszystkich przekazów), a 25,7 tys. publikacji wygenerowały pozostałe przekazy (75,7%).
- ✓ Zasięg wszystkich przekazów informujących o żużlu w maju wyniósł 266,8 mln. 59,2 mln zasięgu osiągnęły przekazy, które eksponowały PGE Ekstraligę (22,2%), a pozostałe publikacje - 208 mln (77,8%).
- ✓ Publikacje o żużlu wygenerowały łącznie 106,9 mln zł ekwiwalentu reklamowego. Ekspozycja PGE Ekstraligi odpowiadała za 37,2% wartości wszystkich przekazów (39,8 mln zł), a pozostałe publikacje - 62,8% (67,1 mln zł).

TYP MEDIUM

W raporcie stosujemy podział mediów na **prasę, radio i tv, portale internetowe oraz social media**.

Social media obejmują następujące kanały: Facebook; Twitter; serwisy foto, w tym Instagram; serwisy wideo, w tym YouTube; komentarze do publikacji; blogi; fora.

WIELKOŚĆ INFORMACJI

Publikacje w prasie, radiu, telewizji i na portalach internetowych, w zależności od wielkości materiału, w którym przywoływane jest monitorowane hasło, klasyfikujemy jako:

cały materiał, gdy cała albo prawie cała publikacja dotyczy kontekstowo wybranego hasła;

fragment materiału, gdy publikacja porusza wiele zagadnień, a informacje na temat monitorowanego hasła stanowią tylko jedną z jej części składowych, wyraźnie jednak wyodrębniających się;

wzmiankę, gdy w publikacji pada newralgiczne hasło, ale jej tematyka nie jest z nim bezpośrednio związana.

ZASIĘG

Zasięg informuje o liczbie potencjalnych kontaktów z przekazem mediowym. Wskaźnik jest opracowany na podstawie oglądalności i słuchalności programów radiowo-telewizyjnych, czytelnictwa prasy, średniej liczby odsłon materiałów internetowych z uwzględnieniem współczynnika ekspozycji nazw własnych w treści oraz organicznych zasięgów kanałów mediów społecznościowych.

Zasięg w serwisach internetowych oznacza liczbę potencjalnych kontaktów z materiałem. Wartość pojedynczej publikacji to wypadkowa średniej miesięcznej liczby odsłon domeny i współczynnika ekspozycji nazw własnych w treści. Materiały znajdujące się na stronie głównej generują wyższą średnią odsłon, dlatego finalna liczba kontaktów z ich przekazem zawsze jest wyższa w porównaniu do pozostałych artykułów serwisu.

Zasięg w prasie oznacza średnią liczbę czytelników, którzy zetknęli się z przeciętnym wydaniem pisma. Wartość wskaźnika określana jest na podstawie ogólnopolskich badań czytelnictwa prasy (PBC). W przypadku tytułów nieobjętych badaniem zasięg wyliczany jest na podstawie uśrednionej wartości nakładu z okresu 12 miesięcy.

Zasięg w radiu i telewizji oznacza średnią liczbę słuchaczy i widzów. Wskaźnik szacowany jest na podstawie danych telemetrycznych, które dla każdej stacji wskazują uśrednioną kwartalną liczbę odbiorców w podziale na dni powszednie i weekendy, oraz w piętnastominutowych interwałach.

EKWIWALENT REKLAMOWY (AVE)

Ekwiwalent reklamowy (AVE) wyraża pieniężną wartość publikacji z danego medium. Wskaźnik szacuje się poprzez porównanie zmonitorowanej informacji z kosztem reklamowym materiału o takiej samej powierzchni.

AVE w internecie obrazuje ilość pieniędzy, jaką należałoby wydać na materiał w portalu lub social mediach, gdyby był opublikowany w ramach usługi reklamowej. Wskaźnik jest szacowany na podstawie cenników artykułów natywnych lub sponsorowanych portali o profilach ogólnoinformacyjnych i specjalistycznych oraz średnich kosztów publikacji sponsorowanych w mediach społecznościowych. Wartość AVE materiałów ze stron głównych zawsze jest wyższa w porównaniu do pozostałych artykułów z uwagi na różnice w cennikach reklamowych.

AVE w prasie obrazuje ilość pieniędzy, jaką należałoby wydać na reklamę o tej samej powierzchni, wyliczanej w centymetrach kwadratowych i na podstawie cenników reklamowych poszczególnych gazet.

AVE w radiu i telewizji obrazuje ilość pieniędzy, jaką należałoby wydać na spot reklamowy o tej samej długości, co czas ekspozycji zmonitorowanej informacji w danym programie i czasie antenowym. Estymacja prowadzona jest według cenników reklamowych poszczególnych stacji.

W przypadku monitoringu reklam w prasie, radiu i telewizji w ramach usługi Admonit jest to koszt emisji według cennika danego medium.

ENGAGEMENT RATE

Wskaźnik informuje o relacji liczby interakcji wywołanych przez wpisy dotyczące monitorowanego hasła i liczby fanów stron, na których były one publikowane. Wskaźnik osiąga wartość 100%, gdy sumy interakcji i fanów równoważą się, a więc gdy statystycznie każdy subskrybent zareagował w jeden sposób na pojedynczą publikację.

O mediach wiemy wszystko.



(+48 22) 378 37 50



imm@imm.com.pl



imm.com.pl

MONITORUJ NAS W SOCIAL MEDIACH

