



MKS WICHER KOBYŁKA

analiza obecności w mediach
1 stycznia - 31 grudnia 2025 r.





SPIS TREŚCI

WICHER KOBYŁKA

3. MAPA MEDIALNA
4. LICZBA PUBLIKACJI
5. ANALIZY PRZEKROJOWE
6. ZASIĘG PUBLIKACJI
7. EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI
8. ANALIZA SOCIAL MEDIA
9. TOP MEDIA
10. TOP AUTORZY
11. TOP PUBLIKACJE

ANALIZA PORÓWNAWCZA

13. MAPA MEDIALNA
14. LICZBA PUBLIKACJI
15. ANALIZY PRZEKROJOWE
16. ZASIĘG PUBLIKACJI
17. EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI
18. ANALIZA SOCIAL MEDIA
19. TOP MEDIA I TOP AUTORZY
20. METODOLOGIA



MAPA MEDIALNA

Mapa medialna jest podsumowaniem obecności publikacji dotyczących klubu Wicher Kobyłka w mediach w 2025 roku. Klub został założony w 1926 roku i obecnie występuje w V lidze mazowieckiej. W kontekście piłki nożnej, oprócz drużyny seniorskiej prowadzi również szkolenie dzieci i młodzieży w ramach sekcji młodzieżowych.



1 790

LICZBA PUBLIKACJI



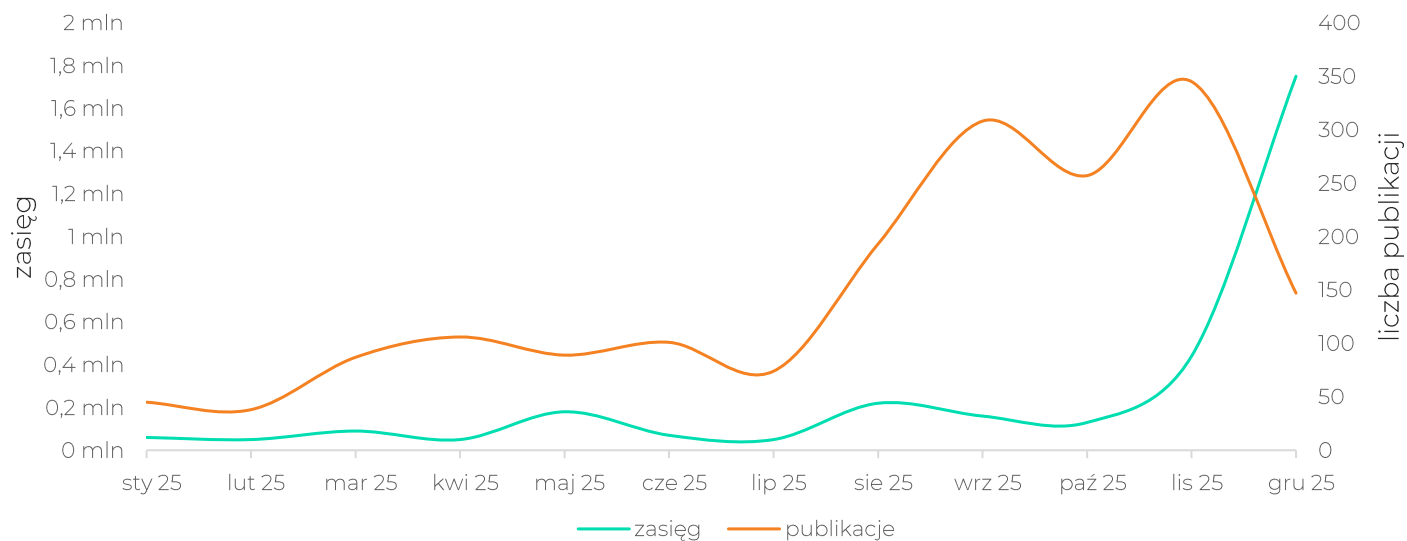
3,25 mln

ZASIĘG



5,27 mln

EKWIWALENT REKLAMOWY



KLUCZOWE WĄTKI

- ✓ W analizowanym okresie najwyższy wzrost liczby publikacji odnotowano w listopadzie.
- ✓ Publikacje o najwyższym zasięgu ukazały się w grudniu. W tym czasie do najszerszego grona odbiorców mogły dotrzeć przekazy z Gazety Wyborczej.
- ✓ Wzrost ekwiwalentu reklamowego przypadł na grudzień. Źródłem o najwyższej wartości okazał się Canal+ Sport.



LICZBA PUBLIKACJI

1 790

PUBLIKACJI W ANALIZOWANYCH MEDIACH

18



PRASA

12



TELEWIZJA

4



RADIO

181



PORTALE

0

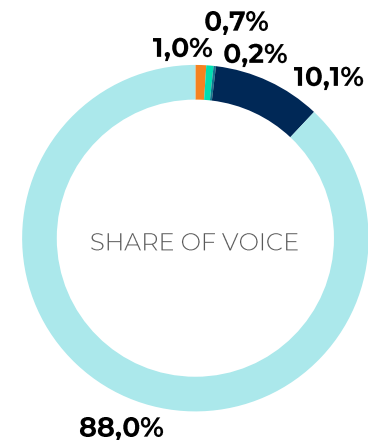


PODCASTY

1 575



SOCIAL MEDIA

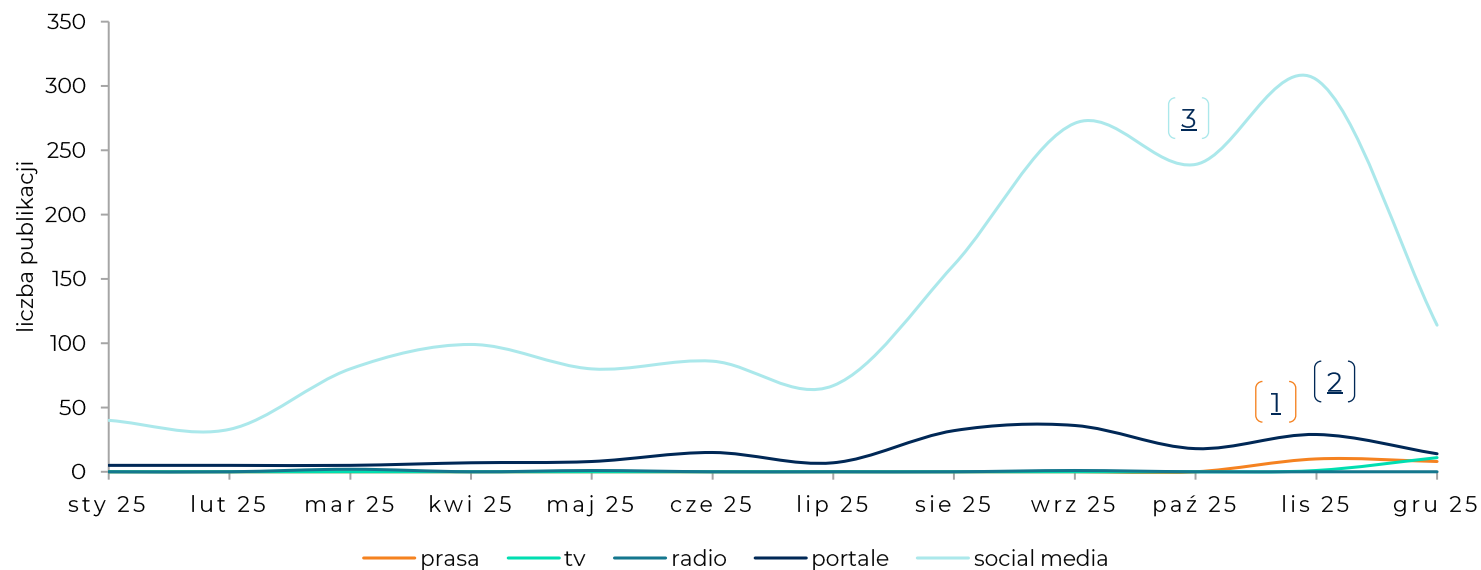


prasa tv radio portale sm

W 2025 roku liczba publikacji dotyczących klubu Wicher Kobyłka wyniosła 1790. Maksymalna liczba publikacji (345) przypadła na listopad. Dominującym medium w tym okresie były social media (1 575 publikacji, co stanowi 88% ogółu materiałów).

PIKI KOMUNIKACYJNE

- [1] Najwyższa liczba przekazów ukazała się 7 listopada. W prasie „Wieści Podwarszawskie” opisano mecz który miał miejsce 25 października. Po blisko trzech dekadach do kalendarza rozgrywek wróciły derby powiatu wołomińskiego pomiędzy Wichrem Kobyłka a Huraganem Wołomin. Derby wygrał Wicher Kobyłka z punktacją 2:0.
- [2] Kolejny pik komunikacyjny przypadł na 17 listopada. Na portalu sport.fakt.pl pokazał się wywiad z Piotrem Branickim. Opowiadał o swojej karierze piłkarskiej. Zaznaczono, że jego obecnym, 23 klubem w karierze jest Wicher Kobyłka.
- [3] Trzecia najwyższa aktywność mediów odnotowana została 6 października. Informowano o wygranej drugiej drużyny Wichru Kobyłka z KS Tornado II Dobczyn. Zwycięska drużyna od początku narzucała tempo spotkania i wygrała z gospodarzami aż 11:3.

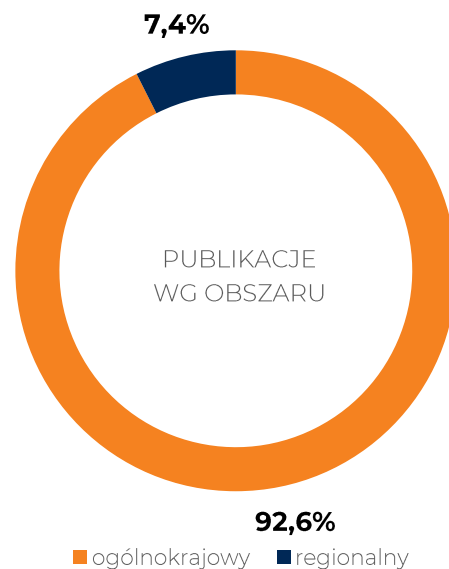




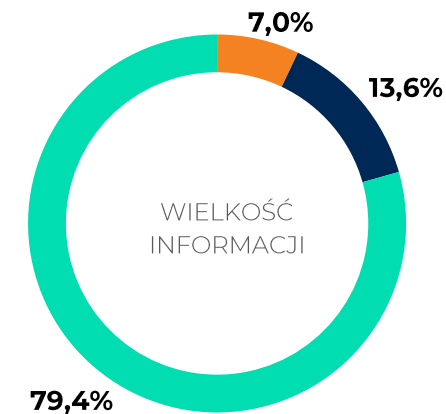
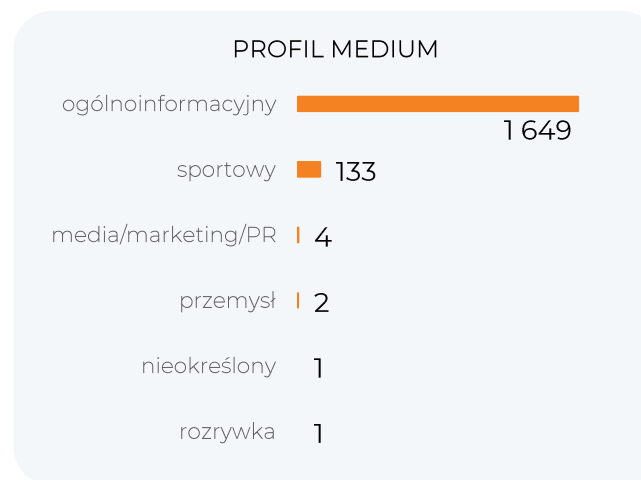
ANALIZY PRZEKROJOWE



W analizowanym okresie informacje dotyczące klubu Wicher Kobyłka najczęściej pojawiały się w mediach o profilu ogólnoinformacyjnym (1 649 publikacji, co stanowi 92,1% wszystkich materiałów) i zasięgu ogólnokrajowym (1 657 publikacji, co stanowi 92,6%). Najwięcej publikacji o obszarze regionalnym (118) ukazało się w województwie mazowieckim.



- ✓ Najbardziej zasięgowym źródłem w analizowanym okresie dla klubu Wicher Kobyłka był Przegląd Sportowy, który publikował w mediach ogólnokrajowych.
- ✓ W mediach o profilu sportowym najwyższy zasięg osiągnął również Przegląd Sportowy. W źródłach z kategorii ogólnoinformacyjnych ważnym źródłem była Gazeta Wyborcza.
- ✓ Publikacja, w której w dużej mierze wspomniano o Wicherze Kobyłka, ukazała się w gazecie „Wieści Podwarszawskie”.



*wskaźnik szacowany w prasie i portalach



ZASIĘG PUBLIKACJI

3,25 mln KONTAKTÓW Z PRZEKAZEM

1,26 mln 133 tys. 77 tys. 1,29 mln 0 489 tys.



PRASA



TELEWIZJA



RADIO



PORTALE



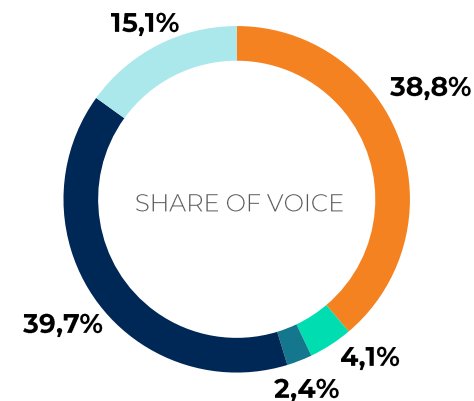
PODCASTY



SOCIAL MEDIA

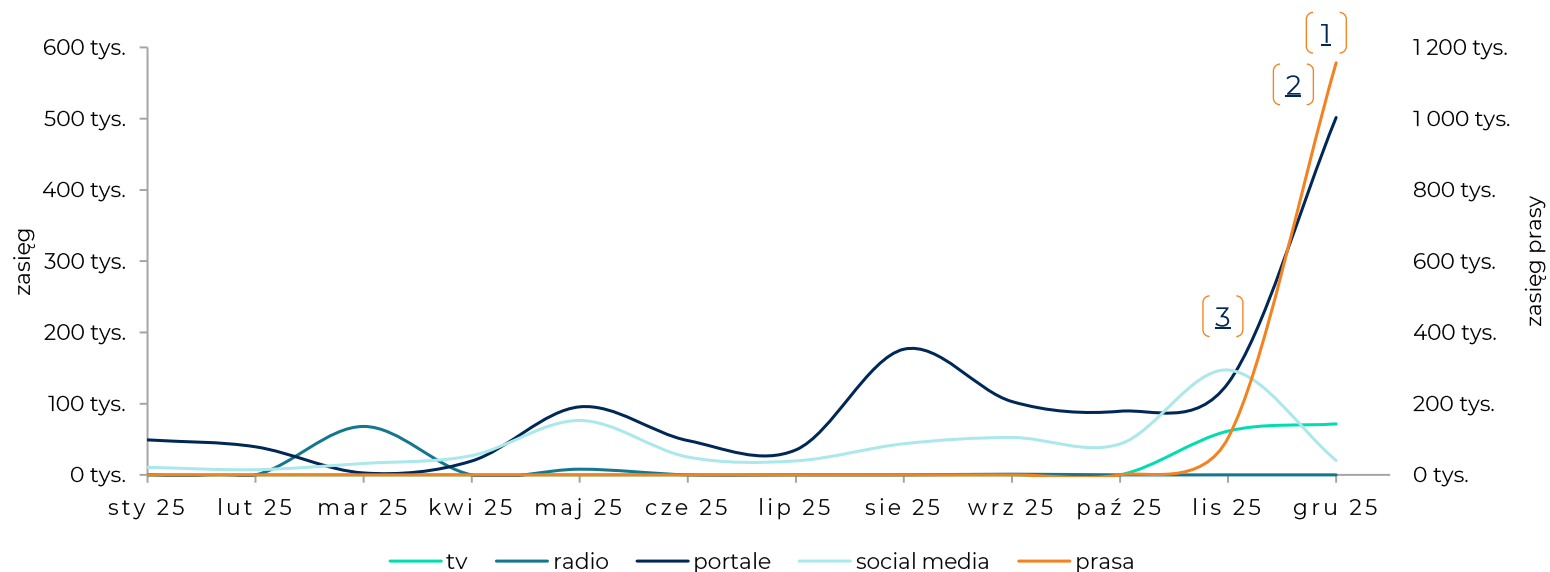
PIKI KOMUNIKACYJNE

- Publikacje o najwyższym łącznym zasięgu ukazały się 22 grudnia. Zasięgowe media opisywały historię Marka Papszuna, przy czym wspominały, że grał w różnych podwarszawskich klubach, w tym Wicher Kobyłka.
- Kolejny pik zasięgu publikacji przypadł na 1 grudnia. Przegląd Sportowy opublikował wywiad z Andrzejem Sikorskim, również w wywiadzie wspomniano o historii kariery Marka Papszuna w klubie Wicher Kobyłka.
- Trzeci najwyższy zasięg mediów odnotowany został 7 listopada. W prasie „Wieści Podwarszawskie” opisano mecz który miał miejsce 25 października. Po blisko trzech dekadach do kalendarza rozgrywek wróciły derby powiatu wołomińskiego pomiędzy Wichrem Kobyłka a Huraganem Wołomin. Derby wygrał Wicher Kobyłka z punktacją 2:0.



W 2025 roku liczba potencjalnych kontaktów z publikacjami wyniosła 3,25 mln. Największy zasięg (1,29 mln kontaktów) osiągnęły publikacje na portalach (39,7% całkowitej wartości), a szczyt zasięgu przypadł na grudzień.

prasa tv radio portale sm





EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI (zł)

5,27 mln AVE (zł) PUBLIKACJI

259 tys.



PRASA

4,2 mln



TELEWIZJA

5 566



RADIO

656 tys.



PORTALE

0

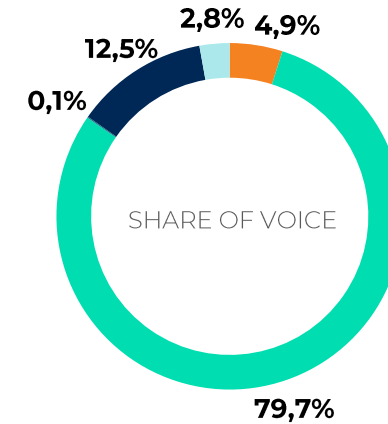


PODCASTY

148 tys.



SOCIAL MEDIA

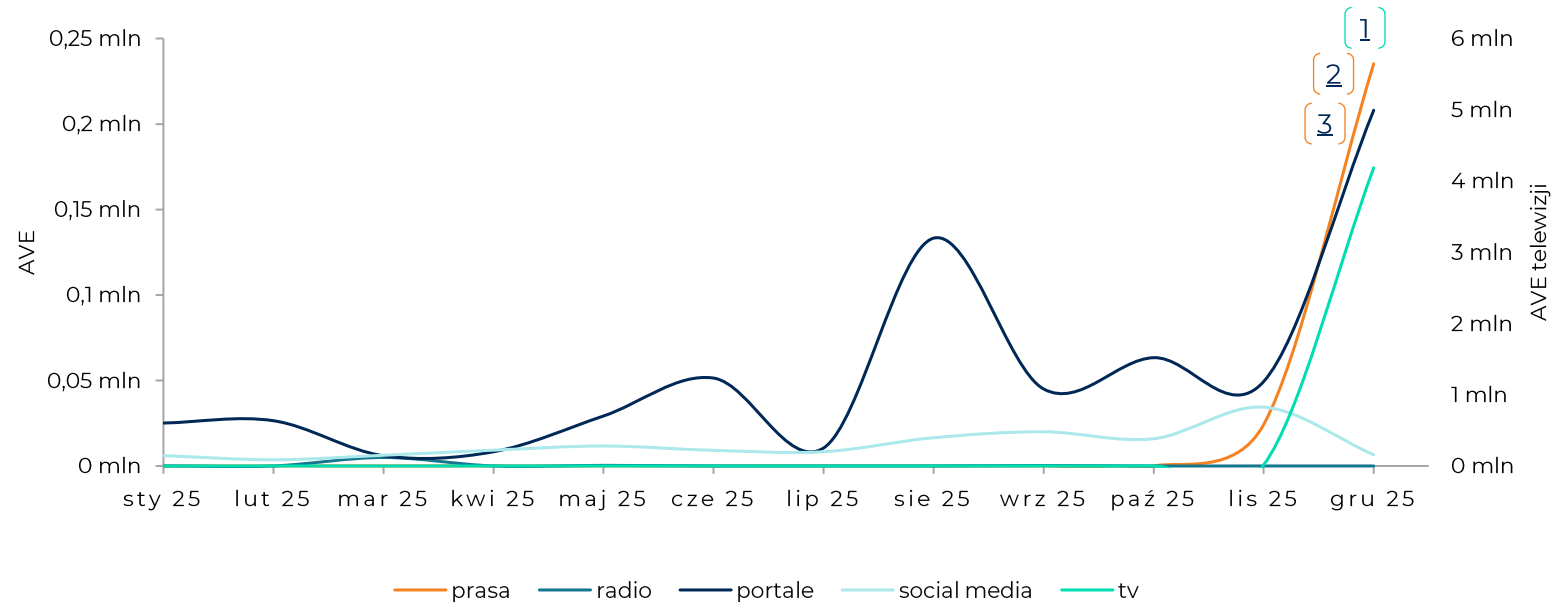


W 2025 roku ekwiwalent reklamowy publikacji wyniósł 5,27 mln zł. Największe AVE (4,63 mln zł) wygenerowały materiały z grudnia, natomiast medium o największej łącznej wartości reklamowej była telewizja (4,2 mln zł, 79,7% całkowitego AVE).

prasa tv radio portale sm

PIKI KOMUNIKACYJNE

- [1] Publikacje, które wygenerowały najwyższy ekwiwalent reklamowy ukazały się 14 grudnia. W programie „Wysoki pressing” w Canal+ rozmówcy wspominają o Janie Ziółkowskim i o tym, że grał w klubie Wicher Kobyłka.
- [2] Kolejny wzrost AVE przypadł na 15 grudnia. W artykule prasowym który skupiał się na Marku Papszunie, wspomniano, że był wychowankiem klubu Wicher Kobyłka.
- [3] Publikacje o najwyższym łącznym zasięgu ukazały się 22 grudnia. Zasięgowe media opisywały historię Marka Papszuna, przy czym wspominały, że grał w różnych podwarszawskich klubach, w tym Wicher Kobyłka.





ANALIZA SOCIAL MEDIA



1 575

LICZBA PUBLIKACJI



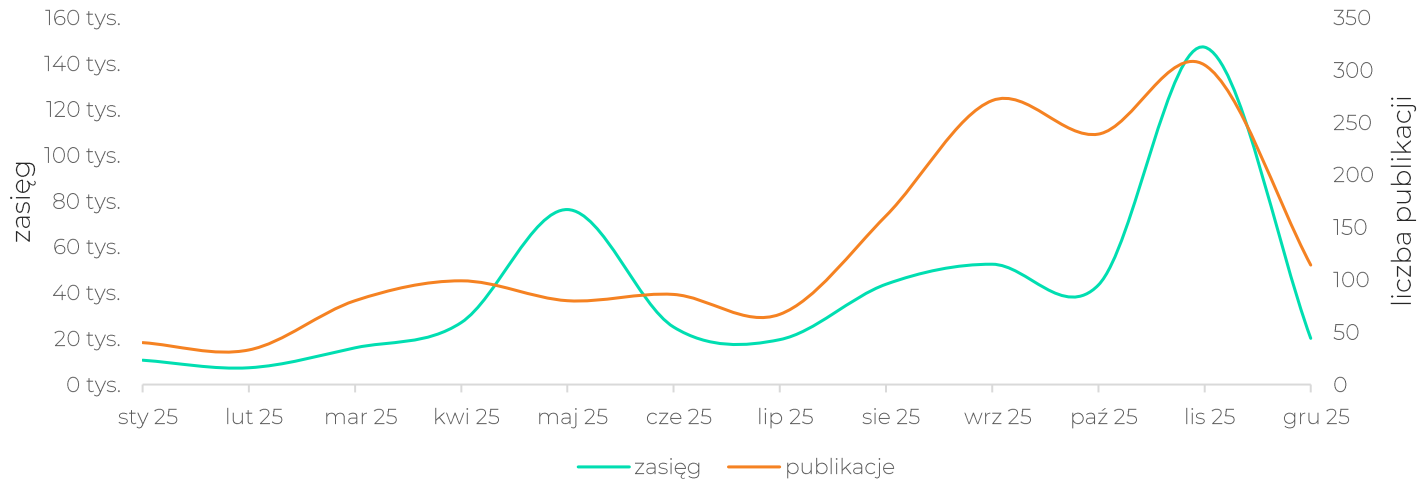
489 tys.

ZASIĘG



148 tys.

EKWIWALENT
REKLAMOWY

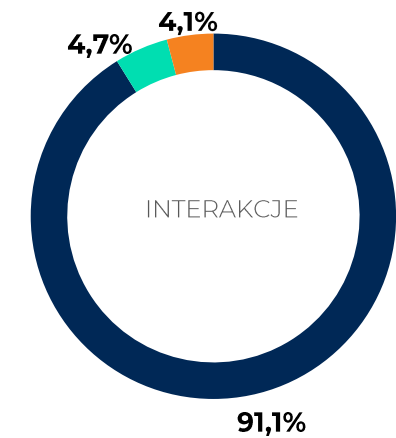
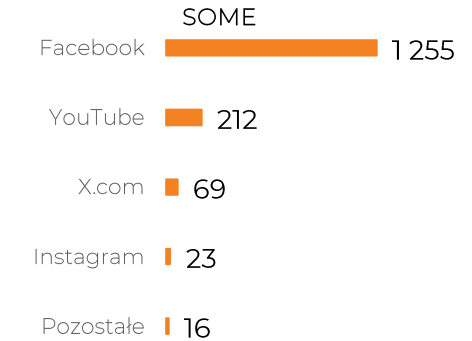


✓ Post, który wygenerował najwyższy zasięg pojawił się na Instagramie. Profil Polscy.Kibice zamieścił post: „Wicher Kobyłka z takim transparentem!”

✓ Najwyższą liczbę interakcji, czyli sumę polubień, udostępnień i komentarzy, otrzymał wpis autorstwa Polscy.Kibice na Instagramie. Łączna suma interakcji wyniosła 883.

W roku 2025 liczba postów o klubie Wicher Kobyłka w mediach społecznościowych wyniosła 1 575 i wygenerowała zasięgi rzędu 489 tys. o łącznym AVE 148 tys. Największą część publikacji w mediach społecznościowych stanowiły wpisy na Facebooku (80% wszystkich materiałów w social mediach).

LICZBA POSTÓW W KANAŁACH



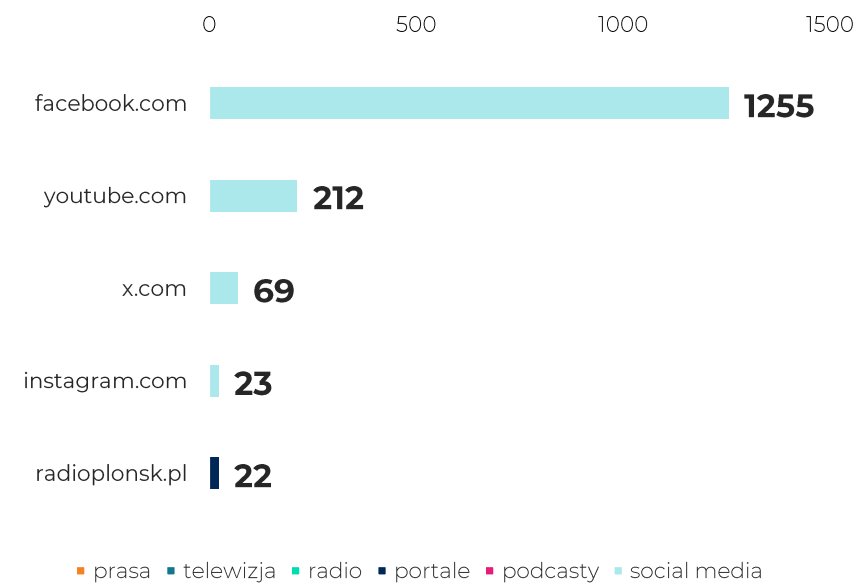
■ polubienia ■ udostępnienia ■ komentarze

! TOP MEDIA

W zestawieniu przedstawiono media będące źródłem największej liczby publikacji związanych z klubem Wicher Kobyłka. Dla każdego medium określono liczbę materiałów, ich łączne zasięgi oraz wartość AVE. Wykres przedstawia 5 źródeł z najwyższą liczbą publikacji.

			
 prasa	publikacje	zasięg	AVE
Więści Podwarszawskie	7	105 tys.	23,1 tys. zł
Tygodnik Płocki	5	30 tys.	8 368 zł
Przegląd Sportowy	2	574 tys.	150 tys. zł
 telewizja	publikacje	zasięg	AVE
Canal+ Sport 3	6	22 tys.	2,13 mln zł
Canal+ Sport	5	49,6 tys.	2,06 mln zł
Wydarzenia 24	1	61,5 tys.	15 tys. zł
 radio	publikacje	zasięg	AVE
Radio Eska Rock	1	39 tys.	2 480 zł
Radio Eska Rock Warszawa	1	29 tys.	2 480 zł
PR Białystok	1	8 000	345 zł
 portale	publikacje	zasięg	AVE
radioplonsk.pl	22	44,9 tys.	17,6 tys. zł
moja-ostroleka.pl	13	48,7 tys.	22,2 tys. zł
ostroleka.pl	13	5 620	7 230 zł

TOP 5 MEDIA



			
 social media	publikacje	zasięg	AVE
facebook.com	1255	288 tys.	108 tys. zł
youtube.com	212	100 tys.	20,1 tys. zł
x.com	69	19,8 tys.	670 zł

TOP AUTORZY

W zestawieniu przedstawiono autorów największej liczby publikacji związanych z klubem Wicher Kobyłka. Dla każdego autora określono liczbę materiałów. Wykres przedstawia 5 autorów z najwyższą liczbą publikacji.



PRASA

autor	źródło	publikacje
Maciej Frydrych	Przegląd Sportowy	2
Wołowski Dariusz	Gazeta Wyborcza	1
Waldemar Niedźwiecki	Słowo Sportowe	1



PORTALE

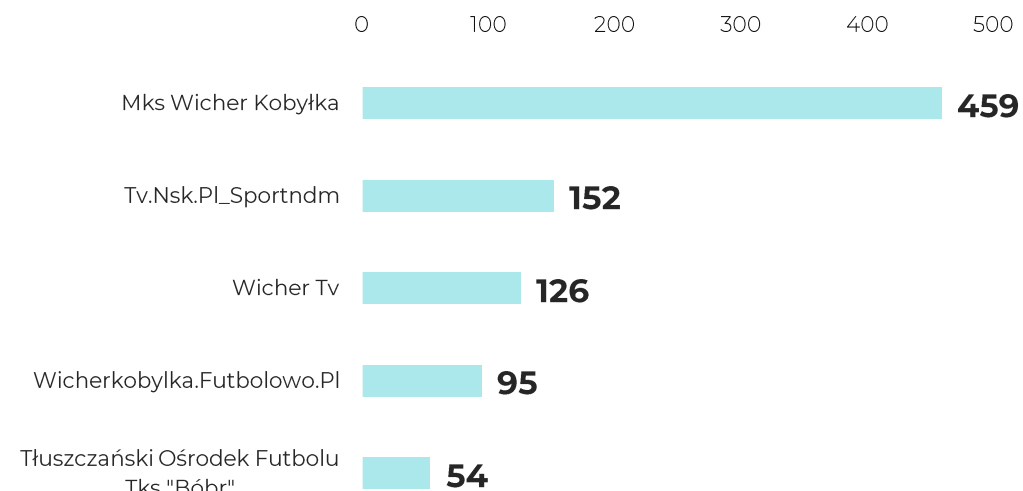
autor	źródło	publikacje
Artur Kołodziejczyk	radioplonsk.pl	12
Paweł Wiewiórkowski	radioplonsk.pl	7
Maciej Ziółkowski	legia.net	6



SOCIAL MEDIA

autor	źródło	publikacje
Mks Wicher Kobyłka	facebook.com	459
Tv.Nsk.PL_Sportndm	youtube.com	152
Wicher Tv	facebook.com oraz 1 inne	126

TOP 5 AUTORÓW



■ prasa ■ telewizja ■ radio ■ portale ■ podcasty ■ social media



TOP PUBLIKACJE

Polak bohaterem transferowego hitu. Niesłychane jak do tego doszło

Piotr Jawor
9 sierpnia 2025 07:26

Lubię to 1,1 tys. Udostępnij

Jeśli nie stanie się nic niespodziewanego, to Jan Ziółkowski wkrótce przejdzie z Legii Warszawa do AS Roma. Na jego transfer liczą też działacze Wichra Kobyłka, gdzie zaczynał grać w piłkę. - Od samego początku było widać, że Janek coś w sobie ma - mówi Interii Paweł Stańczuk, pierwszy trener 20-letniego obrońcy. Okazuje się jednak, że utalentowany defensor kiedyś chciał być siatkarzem, a piłkarskie nagrody zgarniał... stojąc w bramce.



Data: 09-08-2025

Źródło: sport.interia.pl

ZASIĘG: 14 664

AVE: 27 300 zł



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

Wicher wieje mocniej niż Huragan

W sobotę, 25 października, kibice piłki nożnej z Kobyłki, Wołomina i okolic byli świadkami wydarzenia, na które czekali od lat. Po blisko trzech dekadach do kalendarza rozgrywek wróciły derby powiatu wołomińskiego pomiędzy Wichrem Kobyłka a Huraganem Wołomin. Spotkanie XII kolejki Decathlon V ligi grupy I nie zawiodło oczekiwań - emocji nie brakowało, a komplet punktów pozostał w Kobyłce.

Wyniki ostatniej kolejki:
Broń Radom 3-2 Żabkowia Żabki,
Marcovia Marki 1-0 KS Łomianki,
Wicher Kobyłka 2-0 Huragan
Wołomin,
Orły Zielonka 0-4 Delta War-
szawa,
Legionovia II Legionowo 2-1 Żab-
kowia II Żabki,
Mazur Radzymin 3-3 Polonia III

dziesięć minut później - po dośro-
dowaniu Artura Baraukowi, gło-
wą uderzał Bartosz Januszewski,
jednak futbolówka trafiała prosto
w ręce bramkarza Huraganu,
Mateusza Bąja. Tuż przed przerwą
gospodarze mieli najlepszą okazję
do objęcia prowadzenia - po dłu-
gim podaniu Anusiewicza, piłka
trafiła do Januszewskiego, który

potowski zagnął do swojego kolegi
w pole karne, a ten mocnym strza-
łem prawą nogą pokonał Mateusza
Bąja - 2:0.
W końcówce Skotnicki mógł
podwyższyć rezultat, jednak zbyt
mocno wypuścił sobie piłkę w sy-
tuacji sam na sam. Goście odpo-
wiedzieli jedynie niecelnym rzutem
wolnym w dolizowanym czasie gry.



Walka w polu karnym była zawsze bardzo mocna

Data: 29-10-2025

Źródło: Wieści Podwarszawskie

ZASIĘG: 15 000

AVE: 1 814 zł

Data: 29-10-2025

Źródło: Wieści Podwarszawskie

ZASIĘG: 15 000

AVE: 4 320 zł

Zawodnicy Wichru Kobyłka z medalami

Hała 100-lecia Cracovii w Krakowie była areną emocjonujących finałów Mistrzostw Polski Teqball 2025, które odbyły się w miniony czwartek i piątek. Najlepsi zawodnicy z całego kraju rywalizowali nie tylko o medale, ale również o prawo reprezentowania Polski na nadchodzących Mistrzostwach Świata w Rumunii. Wśród wyróżnionych nie zabrakło przedstawicieli MKS Wicher Kobyłka, którzy udowodnili swoją klasę na krajowej scenie.

Do największych sukcesów klubu należy zaliczyć brązowy medal Piotra Pinkiewicza i Patryka Kamińskiego w deblu mężczyzn. Również w mikście duet Agnieszka Żmudzka i Piotr Pinkiewicz stanął na najniższym stopniu podium, prezentując wysoką formę i determinację. Agnieszka Żmudzka dołożyła do tego indywidualny sukces, zdobywając trzecie

Na podium znalazł się również były zawodnik Akademii Wichru - Stefan Orłowski, który wywalczył srebrny medal w deblu mężczyzn oraz brąz w singlu. Dla klubu to powód do dumy i dowód na skuteczne szkolenie młodych talentów. W singla liczyłem na nieco wyższy wynik, trafieniem na najcięższego przeciwnika, co mnie oczywiście nie tłumaczy,

spotkanie finałowe w debla, ja w parze z Bartłojem Franczkiem kontra Marek Pokwap i Adrian Duszak. Mecz był bardzo zacięty, gdyż zakończył się dopiero w 3 secie bardzo bliskim wynikiem na korzyść rywali. Mimo że zagrałismy bardzo dobrze, nasi opoenenci okazali się lepsi" - podsumował Stefan Orłowski.
Po turnieju Piotr Pinkiewicz

Na szczególne wyróżnienie zasługuje Agnieszka Żmudzka - jej brązowy medal w singlu to efekt konsekwencji i ogromnej pracy. Gratuluję także Dawidowi Sieczko za świetny występ w singlu mężczyzn i walkę do końca."

W barwach Wichru wystąpiła również Natalia Cieślńska (zawodniczka Widzewa Łódź), która w singlu zajęła



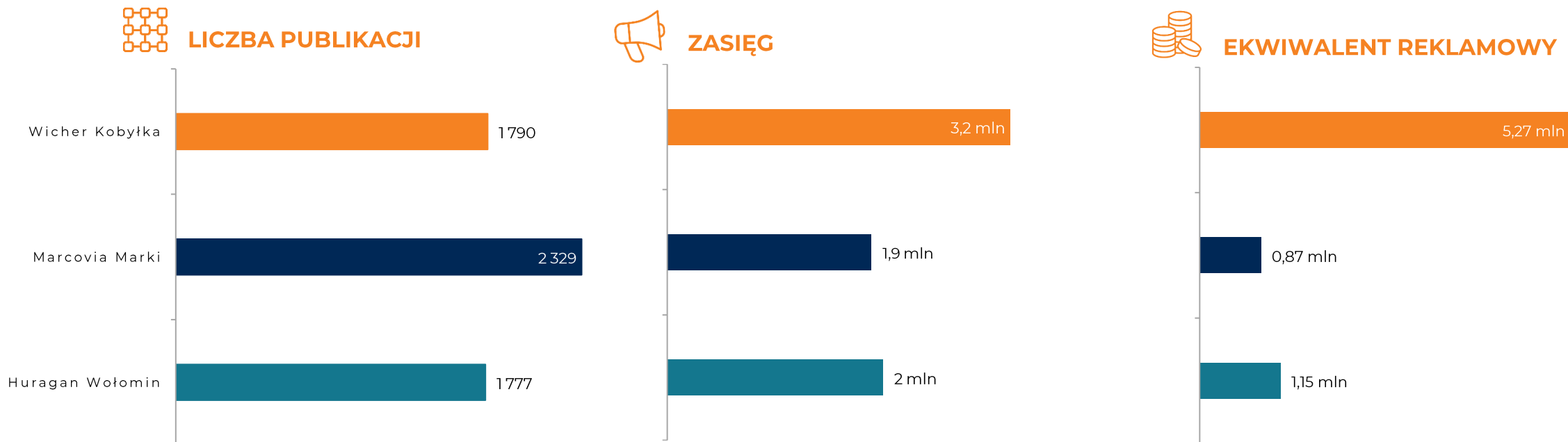
analiza porównawcza

MKS Wicher Kobyłka
Marcovia Marki
PWKS Huragan Wołomin



MAPA MEDIALNA

Mapa medialna jest podsumowaniem obecności publikacji dotyczących klubów Wicher Kobyłka, Marcovia Marki i Huragan Wołomin w mediach w 2025 roku.



KLUCZOWE WĄTKI

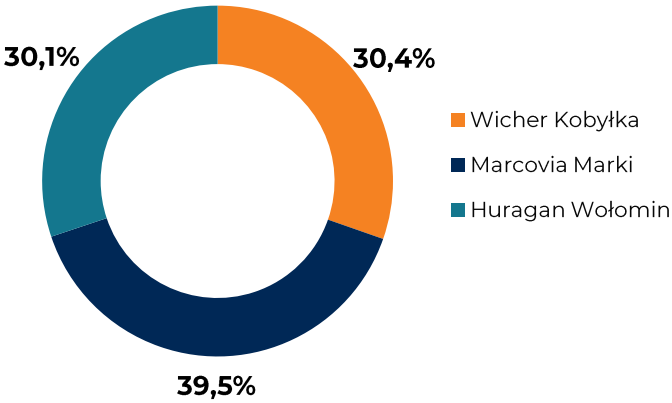
- ✓ W analizowanym okresie najwyższą liczbę publikacji odnotowano dla Marcovia Marki. Zasięg publikacji osiągnął 1,9 mln potencjalnych kontaktów, a ekwiwalent reklamowy wyniósł 0,87 mln zł.
- ✓ Drugi pod względem liczby publikacji był klub Wicher Kobyłka. Publikacje wzmiankujące analizowane zagadnienie wygenerowały 3,2 mln oraz ekwiwalent reklamowy o wysokości 5,27 tys. zł.
- ✓ Ostatnie miejsce na podium zajął Huragan Wołomin. Publikacje na ten temat mogły dotrzeć do 2 mln potencjalnych kontaktów. Wysokość AVE przekazów wyniosła 1,15 mln zł.



LICZBA PUBLIKACJI

W analizowanym okresie najwyższą **liczbę publikacji** (2 329) wygenerował Marcovia Marki.

	 prasa	 tv	 radio	 portale	 social media	SUMA
Wicher Kobyłka	18	12	4	181	1 575	1 790
Marcovia Marki	100	0	1	286	1 942	2 329
Huragan Wołomin	107	2	4	219	1 445	1 777



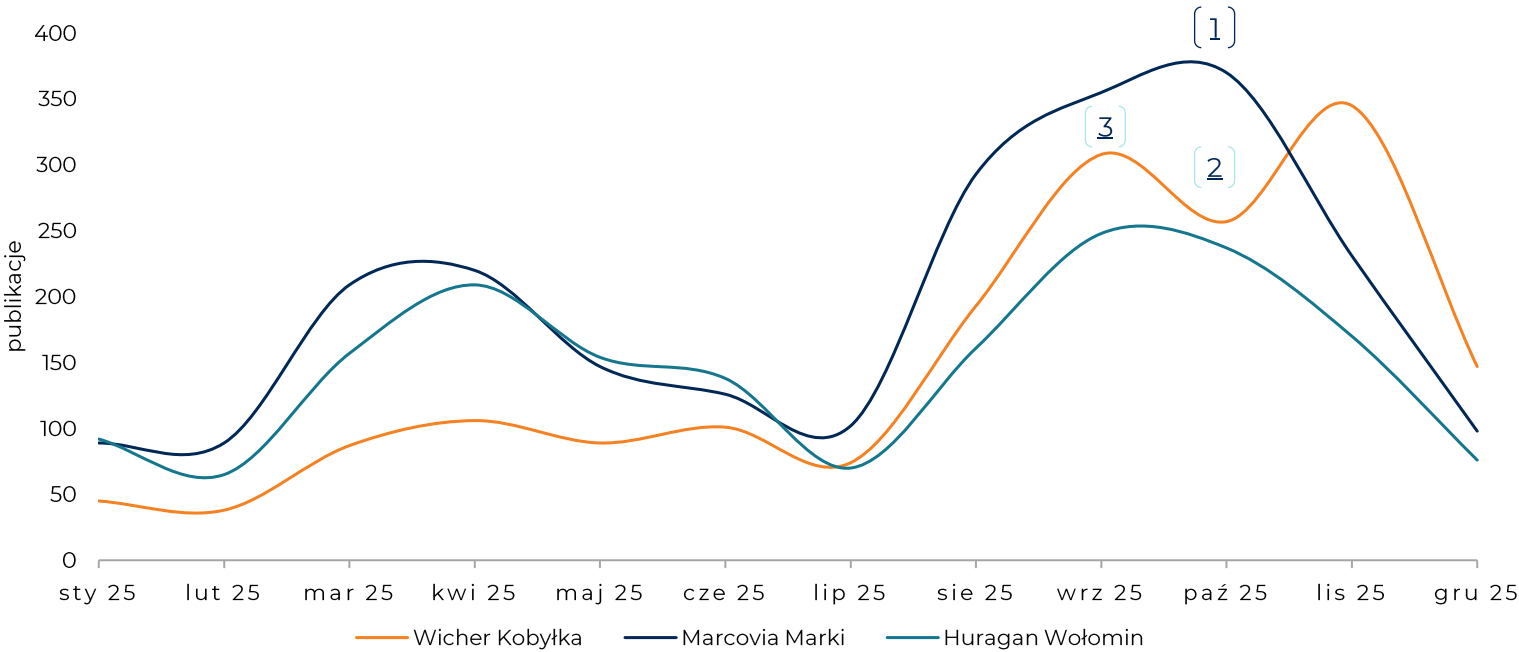
PIKI KOMUNIKACYJNE

- 1

Najwyższa liczba przekazów ukazała się 15 października. Informowano o meczu KS Legionovia Domino Computer Legionowo - MKS Marcovia Marki. Wydarzeniu towarzyszył rodzinny piknik sportowy z licznymi atrakcjami.
- 2

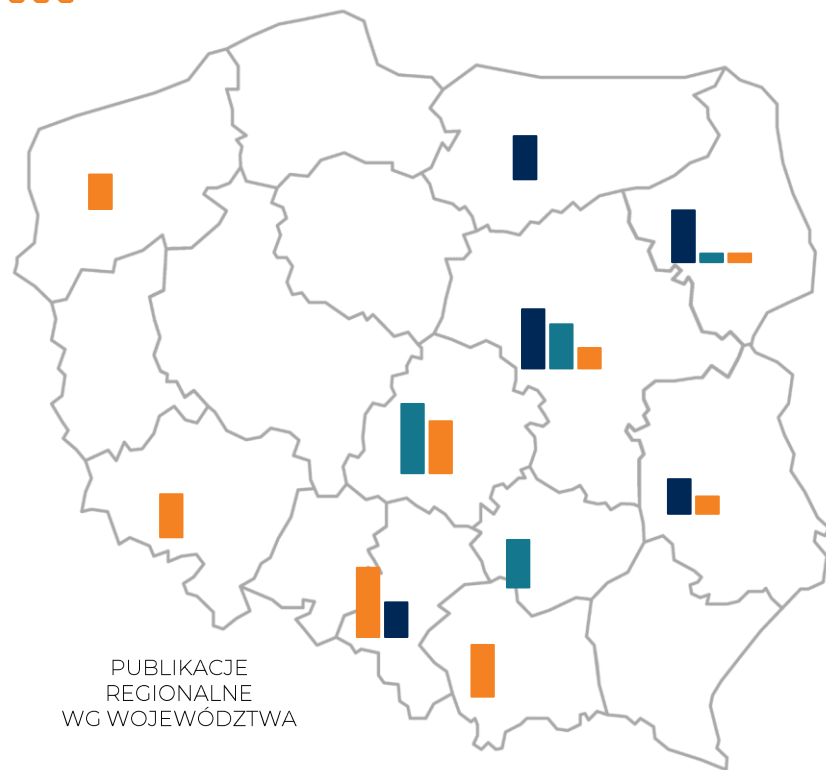
Trzecia najwyższa aktywność mediów odnotowana została 6 października. Informowano o wygranej drugiej drużyny Wichru Kobyłka z KS Tornado II Dobczyn. Zwycięska drużyna od początku narzucała tempo spotkania i wygrała z gospodarzami aż 11:3.
- 3

Trzecia najwyższa aktywność mediów odnotowana została 21 września. Informowano o turnieju API CUP rocznika 2017, w którym pierwszym triumfátorem został Wicher Kobyłka.

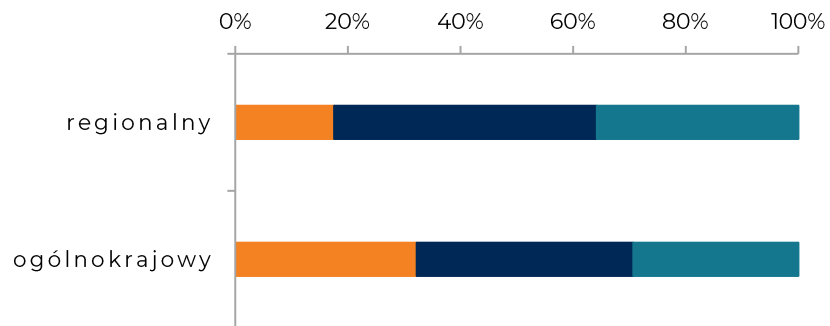




ANALIZY PRZEKROJOWE

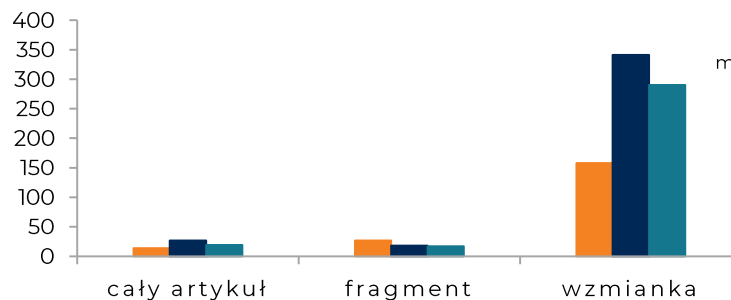


W analizowanym okresie najwyższą liczbę publikacji w mediach o profilu ogólnoinformacyjnym wygenerował Marcovia Marki. Najwięcej przekazów o obszarze regionalnym 342 ukazało się w województwie mazowieckim, gdzie najczęściej pisano również o klubie Marcovia Marki. W analizowanym okresie najwięcej pełnych przekazów także dotyczyło tego klubu.

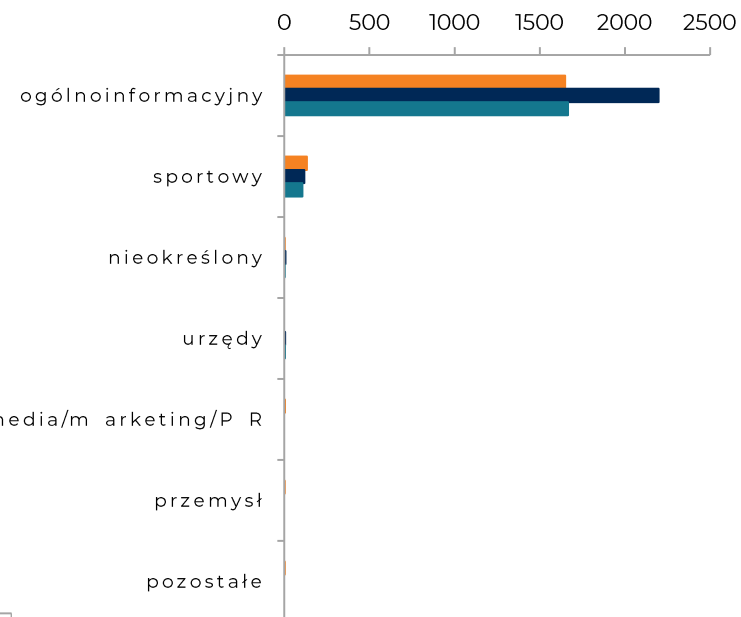


Wicher Kobyłka Marcovia Marki Huragan Wołomin

publikacje wg wielkości informacji N=911*



- ✓ Najbardziej zasięgowym źródłem w analizowanym okresie był Przegląd Sportowy, który publikował w mediach o zasięgu ogólnokrajowym. Publikacje najczęściej wzmiankowały o Wicher Kobyłka.
- ✓ Najwyższą liczbę publikacji w mediach o profilu sportowym osiągnął również Wicher Kobyłka.

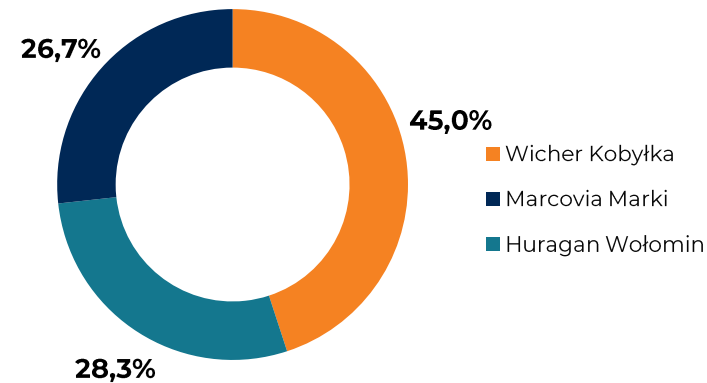




ZASIĘG PUBLIKACJI

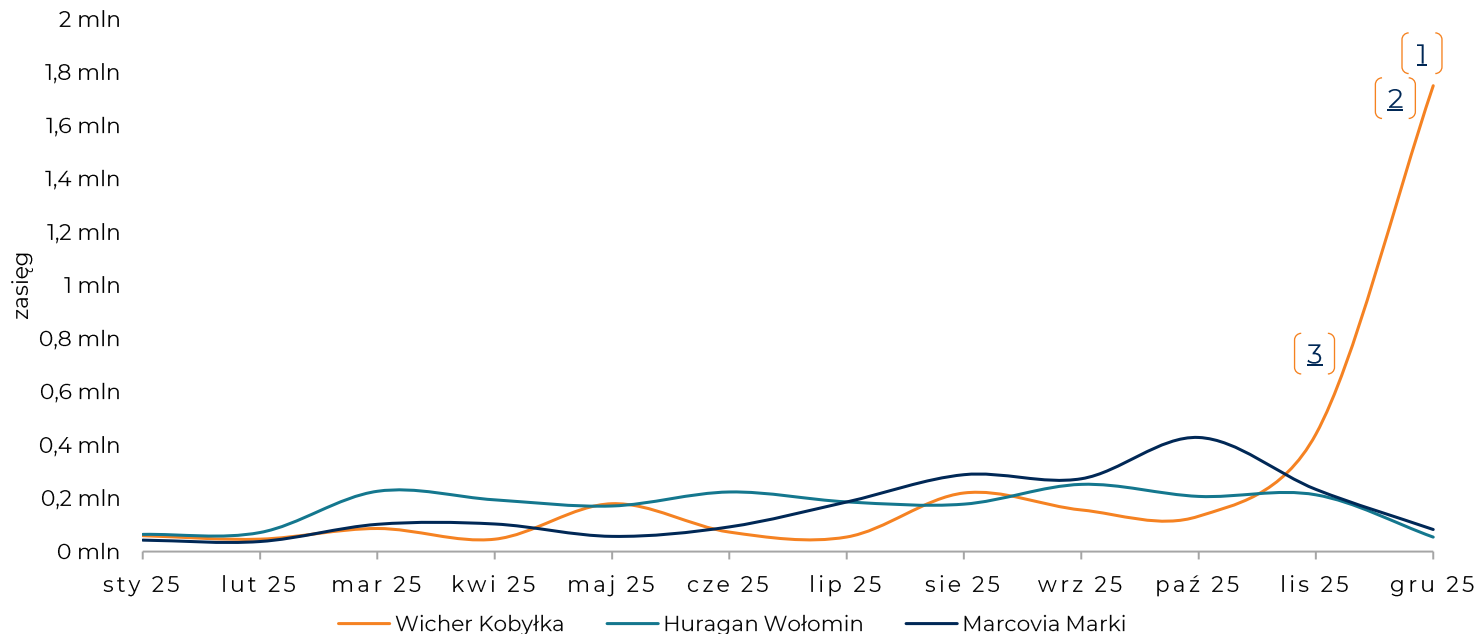
W analizowanym okresie najwyższy zasięg (3,25 mln) osiągnął Wicher Kobyłka.

	 prasa	 tv	 radio	 portale	 social media	SUMA
Wicher Kobyłka	1,26 mln	133 tys.	77 tys.	1,29 mln	489 tys.	3,25 mln
Huragan Wołomin	1,17 mln	53,3 tys.	77 tys.	447 tys.	300 tys.	2,04 mln
Marcovia Marki	906 tys.	0	11 tys.	502 tys.	511 tys.	1,93 mln



PIKI KOMUNIKACYJNE

- Publikacje o najwyższym łącznym zasięgu ukazały się 22 grudnia. Zasięgowe media opisywały historię Marka Papszuna, przy czym wspominały, że grał w różnych podwarszawskich klubach, w tym Wicher Kobyłka.
- Kolejny pik zasięgu publikacji przypadł na 1 grudnia. Przegląd Sportowy opublikował wywiad z Andrzejem Sikorskim, również w wywiadzie wspomniano o historii kariery Marka Papszuna w klubie Wicher Kobyłka.
- Trzeci najwyższy zasięg mediów odnotowany został 7 listopada. W prasie „Więści Podwarszawskie” opisano mecz który miał miejsce 25 października. Po blisko trzech dekadach do kalendarza rozgrywek wróciły derby powiatu wołomińskiego pomiędzy Wichrem Kobyłka a Huraganem Wołomin. Derby wygrał Wicher Kobyłka z punktacją 2:0.

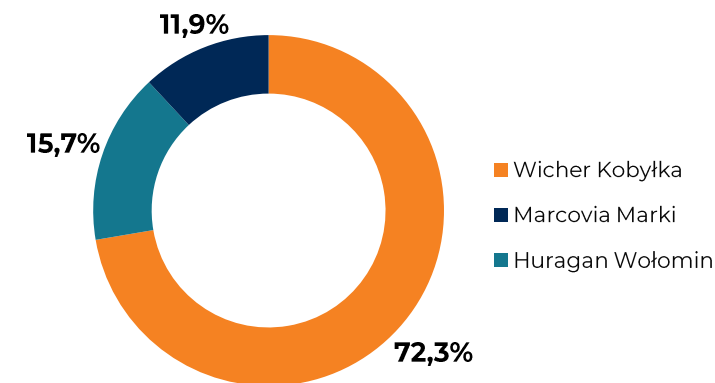




EKWIWALENT REKLAMOWY PUBLIKACJI (zł)

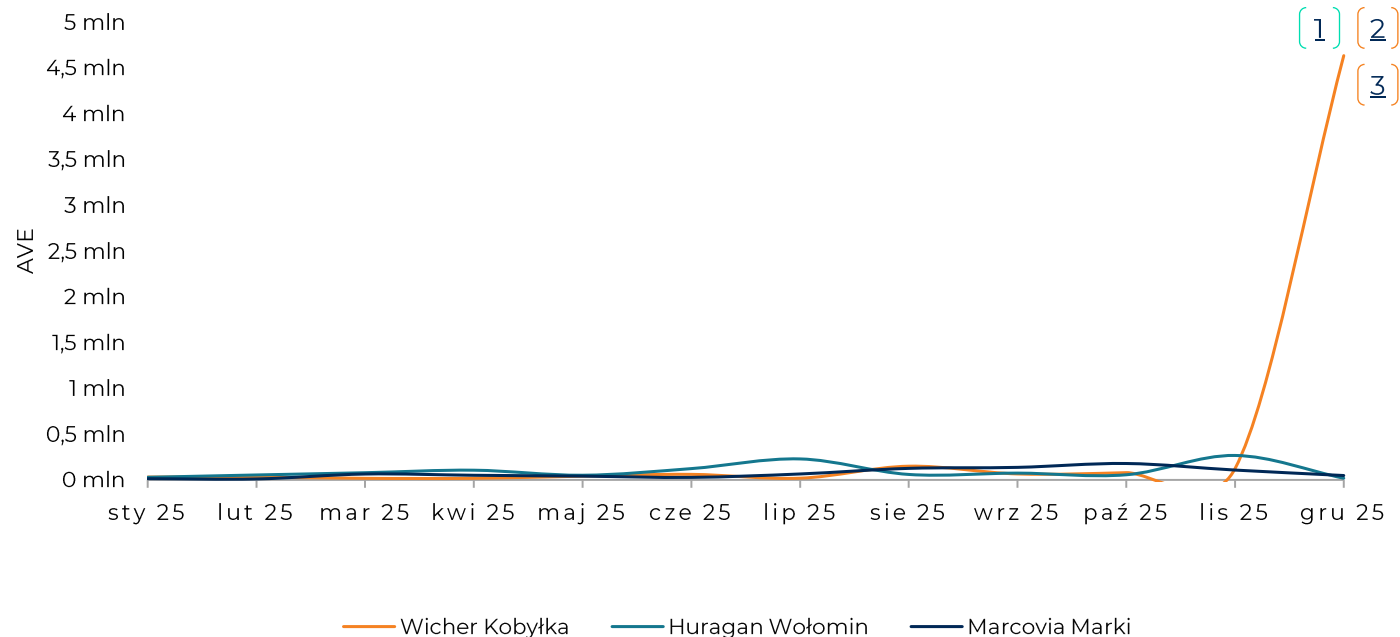
	 prasa	 tv	 radio	 portale	 social media	SUMA
Wicher Kobyłka	259 tys.	4,2 mln	5 566	656 tys.	148 tys.	5,27 mln
Huragan Wołomin	434 tys.	216 tys.	5 921	390 tys.	100 tys.	1,15 mln
Marcovia Marki	248 tys.	0	3 196	460 tys.	158 tys.	870 tys.

W analizowanym okresie najwyższy ekwiwalent reklamowy (5,27 mln) osiągnął Wicher Kobyłka.



PIKI KOMUNIKACYJNE

- Publikacje, które wygenerowały najwyższy ekwiwalent reklamowy ukazały się 14 grudnia. W programie „Wysoki pressing” w Canal+ rozmówcy wspominają o Janie Ziółkowskim i o tym, że grał w klubie Wicher Kobyłka.
- Kolejny wzrost AVE przypadł na 15 grudnia. W artykule prasowym który skupiał się na Marku Papszunie, wspomniano, że był wychowankiem klubu Wicher Kobyłka.
- Trzeci, najwyższy łączny ekwiwalent reklamowy odnotowany został 22 grudnia. Topowe media opisywały historię Marka Papszuna, przy czym wspominały, że grał w różnych podwarszawskich klubach, w tym Wicher Kobyłka.

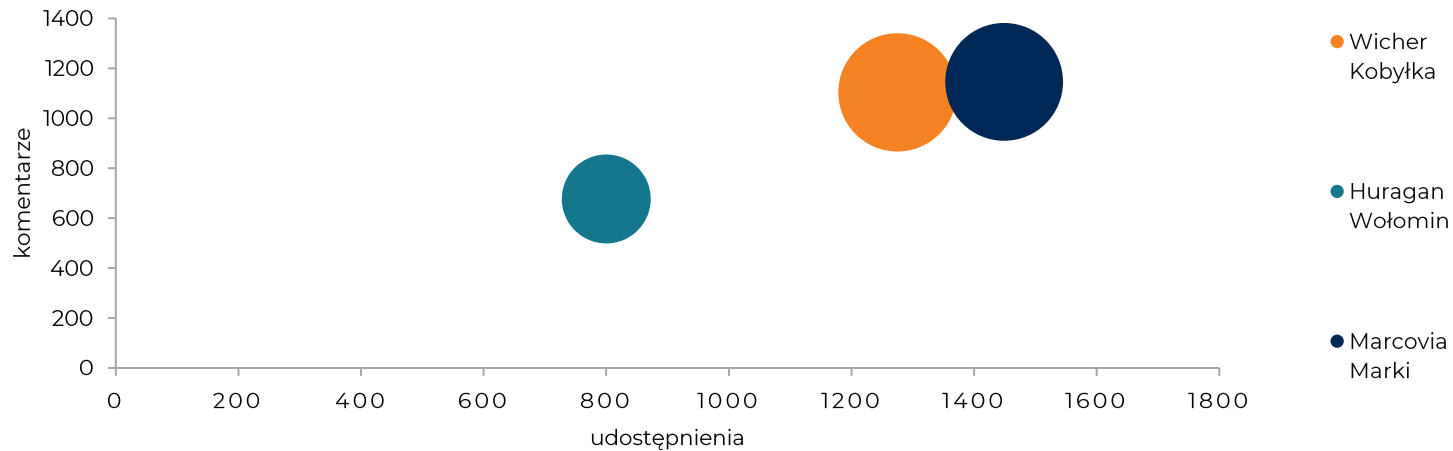




ANALIZA SOCIAL MEDIA

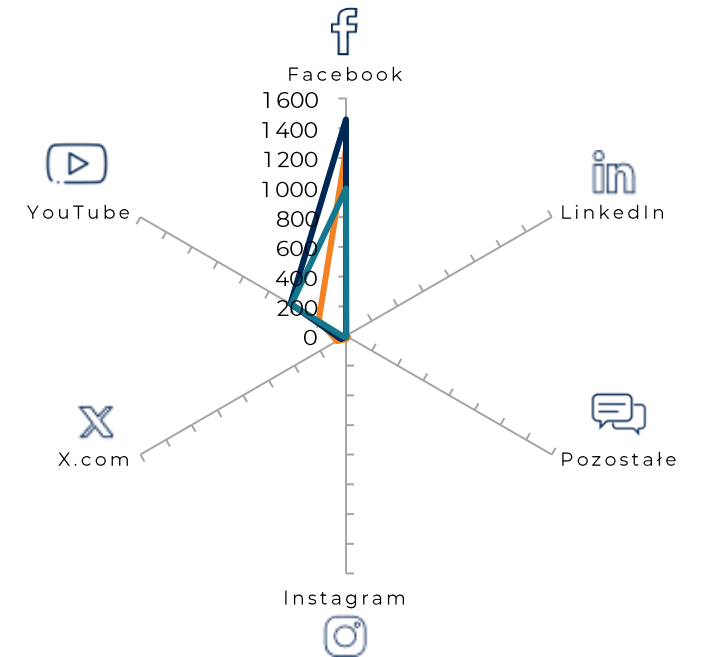
	polubienia	udostępnienia	komentarze	fani	engagement rate
Wicher Kobyłka	24,5 tys.	1 275	1 104	8,93 mln	0,3%
Huragan Wołomin	13,8 tys.	800	677	7,53 mln	0,2%
Marcovia Marki	24,3 tys.	1 449	1 146	11,6 mln	0,2%

- ✓ Najwyższą liczbę interakcji, czyli sumę polubień, udostępnień i komentarzy, otrzymał wpis autorstwa Polscy.Kibice na Instagramie. Łączna suma interakcji wyniosła 883.



W 2025 roku liczba postów w mediach społecznościowych wyniosła 4 962 i wygenerowała zasięgi rzędu 1,3 mln o łącznym AVE 406 tys.. Największą część publikacji w mediach społecznościowych stanowiły wpisy na Facebooku (75% wszystkich materiałów w social mediach).

LICZBA POSTÓW W KANAŁACH SOME



TOP MEDIA

W zestawieniu przedstawiono media będące źródłem największej liczby publikacji związanych z analizowanymi zagadnieniami. Dla każdego medium określono liczbę materiałów, ich łączne zasięgi oraz wartość AVE.



Marcovia Marki	publikacje	zasięg	AVE
facebook.com	1459	386 tys.	144 tys. zł
youtube.com	432	58,1 tys.	11,6 tys. zł
sportsiedlce.pl	54	13,6 tys.	54 tys. zł
x.com	41	63,4 tys.	1 539 zł
marki.pl	37	36,5 tys.	52,9 tys. zł

Wicher Kobyłka	publikacje	zasięg	AVE
facebook.com	1255	288 tys.	108 tys. zł
youtube.com	212	100 tys.	20,1 tys. zł
x.com	69	19,8 tys.	670 zł
instagram.com	23	64,9 tys.	3 705 zł
radioplonsk.pl	22	44,9 tys.	17,6 tys. zł

Huragan Wołomin	publikacje	zasięg	AVE
facebook.com	993	234 tys.	88 tys. zł
youtube.com	426	59,3 tys.	11,9 tys. zł
Wieści Podwarszawskie	37	555 tys.	141 tys. zł
Tygodnik Płocki	36	216 tys.	49,2 tys. zł
moja-ostroleka.pl	32	64,9 tys.	51,1 tys. zł

TOP AUTORZY

W zestawieniu przedstawiono autorów będących źródłem największej liczby publikacji związanych z analizowanymi zagadnieniami. Dla każdego autora określono liczbę materiałów oraz źródła, w których publikował.

Marcovia Marki	źródło	publikacje
Marcovia Marki	facebook.com	536
Tv.Nsk.PL_Sportndm	youtube.com	418
Akademia Piłkarska Marcovia - Marki	facebook.com	317
Sierpecka Piłka	facebook.com	65
Tłuszczński Ośrodek Futbolu Tks "Bóbr"	facebook.com	31

Wicher Kobyłka	źródło	publikacje
Mks Wicher Kobyłka	facebook.com	459
Tv.Nsk.PL_Sportndm	youtube.com	152
Wicher Tv	facebook.com oraz 1 inne	126
Wicherkobylka.Futbolowo.PL	facebook.com	95
Tłuszczński Ośrodek Futbolu Tks "Bóbr"	facebook.com	54

Huragan Wołomin	źródło	publikacje
Tv.Nsk.PL_Sportndm	youtube.com	417
Akademia Piłkarska Huragan Wołomin	facebook.com	390
Ośrodek Sportu i Rekreacji Huragan Wołomin	facebook.com	93
Sierpecka Piłka	facebook.com	61
Tłuszczński Ośrodek Futbolu Tks "Bóbr"	facebook.com	46

TYP MEDIUM

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

Social media obejmują następujące kanały: Facebook; X; 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



RAPORT PRZYGOTOWAŁ

JAN LITKOWSKI

SPECJALISTA W DZIALE ANALIZ PRZEKAZÓW MEDIOWYCH