**БАҚ талдауы**

Медиа аналитика БАҚ пен әлеуметтік медиа мазмұнындағы коммуникациялық өрісті бағалау және талдау үшін қажетті құралдардың тұтас кешені болып табылады. Ол мүмкіндік береді:

байланыс тиімділігін арттыру және оңтайлы PR стратегиясын әзірлеу үшін жан-жақты деректерді жинау;

мақсатты аудиторияны тартуды, олардың компания оқиғаларын қабылдауын, компанияның БАҚ-та қатысу дәрежесін және қалаған медиа имиджінің шынайыға сәйкестігін бағалау;

қоғаммен байланыс бөлімінің тиімділігін анықтау;

бәсекелестердің коммуникациялық әрекеттеріне қатысты «барлау» жүргізу.

PR News – өлшеу, медиа мониторингі және медиа талдау саласындағы екі халықаралық қауымдастықтың мүшесі болып табылатын ресейлік нарықтағы жалғыз компания: FIBEP және AMEC. Сондықтан біздің барлық жұмысымыз қабылданған халықаралық стандарттарға негізделген.

Шетелдік тәжірибені ескере отырып, біз БАҚ мониторингі мен талдаудың өз жүйесін құрдық. Аналитикалық медиа зерттеулерін жүргізу үшін біз оны серіктес электрондық дерекқорлармен, автоматты аналитикалық бағдарламалармен және қол әдістерімен бірге қолданамыз. Біз әрбір клиент үшін оның тапсырмасына, бюджетіне және қызмет көрсету уақытына байланысты нақты құралдарды жеке таңдау

PR News келесі медиа-аналитикалық қызметтерді ұсынады:

 Бәсекелестік өріс – медиа-аналитика негізінде бәсекелестердің коммуникациялық әрекеттерінің салыстырмалы талдауы. Біз БАҚ-та клиенттің бәсекелестері туралы кез келген ескертулерді жинаймыз, трендтер мен мүмкіндіктерді талдаймыз және күшті және әлсіз жақтарын анықтаймыз. Құрал «басқалардың қателерінен сабақ алуға», бәсекелестерден ерекшеленуге және жеке бірегейлігіңізді анықтауға көмектеседі.

Компанияның медиа имиджі – бұл медиа ортада қалыптасқан ұйым немесе бренд бейнесі. Бұқаралық ақпарат құралдарының имиджін талдау клиенттің БАҚ-та болуының сапасын бағалауға, оның PR бөлімінің қаншалықты тиімді жұмыс істегенін және қалыптасқан имиджде нені өзгертуге болатынын және нені өзгерту керектігін түсінуге көмектеседі.

Медиа орта – бұл мүдделі тараптардың картасы, одан компания немесе бренд медиа кеңістігінде қандай мүдделі тараптармен аталғаны туралы ақпаратты алуға болады. Осылайша сіз әлеуетті серіктестерді таба аласыз және мүдделі тараптардың зерттеу нысанына қалай қатысы барын бағалай аласыз.

Ақпараттық тәуекелді талдау қазіргі дағдарысты қадағалау емес, бұрын болған келеңсіз жағдайларды бағалау болып табылады. Мұндай талдау келешекте келеңсіздіктерді сапалы өңдеу, тәуекелдерді сауатты басқару және медиа саласындағы жағдайды бақылау үшін қажет.

Әлеуметтік медиа аудиті - бұл негізгі трендтер мен беделді тәуекелдерді қадағалау, өнімді/брендті жылжыту және PR және маркетингтік науқандарды қорытындылау, әлеуметтік желілерде дауыстық мазмұнды құру үшін қолайлы орындарды, блогерлерді табуға арналған құрал.

PR науқанын бағалау – бұл науқанның тиімділігін анықтауға және алға қойылған мақсаттарға қол жеткізілгенін түсінуге көмектесетін зерттеу: іс-шара арқылы спикерді алға жылжыту, аудиторияға негізгі хабарламаларды жеткізу, бренд туралы хабардарлықты арттыру, интернет ресурстарында көбірек атауға қол жеткізу, т.б.

БАҚ мәліметтер базасы

PR News қажетті сегменттегі баспасөзді талдай отырып, 67 000-нан астам негізгі дереккөздерді қамтитын ең үлкен медиа базамен жұмыс істейді - федералды, аймақтық және шетелдік. Баспасөзді тақырыптық талдауға арналған ақпараттық базадағы хабарламалардың күнделікті көлемі жарты миллионға жетеді. Бізде тек ашық емес, сонымен қатар жабық көздерге де қол жеткізе аламыз.

PR News медиа-аналитикасының артықшылықтары

Бүгінгі таңда PR News агенттігі коммуникациялық зерттеулер саласында жетекші орынға ие. 15 жылдан астам уақыт бойы біз медиа саласындағы ағымдағы тенденциялар мен ақпараттық-сараптамалық әрекеттерді бақылап келеміз, медиа-аналитика, коммуникациялық зерттеулер, БАҚ мониторингі және кеңес беру қызметтерін ұсынып келеміз.

 Кез келген БАҚ және басқа медиа-аналитикалық қызметтерді ұсыну нәтижесінде клиент құрғақ сандарды ғана емес, компанияның ақпараттық саясатын жүргізу бойынша практикалық ұсыныстардың, түсініктердің және қорытындылардың тұтас картасын алады. Бұл сізге тұрақты негізде KPI мониторингін жүргізуге, коммуникациялық стратегияға мақсатты түзетулер енгізуге, қателерді болдырмауға және болашақта бюджетті интеллектуалды оңтайландыруға мүмкіндік береді.

PR News ұсынатын қызметтің жоғары деңгейі – көп жылғы еңбектің, оңтайлы шешімдерді іздеудің, өзін-өзі жетілдіру мен өзін-өзі дамытудың нәтижесі. Біз әрқашан заманауи және тиімді тенденцияларды қадағалап, оларды өз зерттеулерімізде қолданамыз. Сонымен қатар, табысқа жетудің тағы бір маңызды критерийі - бұл жеке көзқарас - әрбір клиент үшін біз өз жұмыс жоспарымызды және негізгі көрсеткіштер тізімін жасаймыз.

Медиа аналитика туралы танымал сұрақтар

– БАҚ-тағы медиа-аналитика дегеніміз не? Анықтама.

Медиа аналитика – ақпарат көздері – теледидар, газет, журнал, әлеуметтік медиа (әлеуметтік желі мазмұнын жариялау) және т.б. арқылы БАҚ саласында ұсынылған деректерді жүйелі түрде жинау және өңдеу. Ол сандық және сапалық іздеуді, ақпараттық хабарламалар мен брендті көрсететін материалдарды талдау мен бағалауды, баспасөз басылымдарының мазмұнын талдауды, фоно-семантикалық талдауды және клиенттің мақсаттары мен міндеттеріне байланысты басқа да түрлерін қамтиды.

– БАҚ сараптамасын жүргізу қанша тұрады?

Нақты жауап болуы мүмкін емес, бұқаралық ақпарат құралдарындағы жарияланымдар бойынша зерттеулерді ұйымдастыру және жүргізу қызметтері жеке. Соңғы баға бірқатар факторларға байланысты: материалдың көлемі мен жасы, медиа-ресурстың түрі, қолмен өңдеу қажеттілігі, медиа саласындағы белсенділік және басқалар. Біздің мониторинг және талдау департаменті жаңалықтарды талдау немесе ұйымдық есеп беру болсын, сіздің міндеттеріңізге мақсаттарды белгілеу кезінде мұны ескереді және біз нақты баға бойынша келіссөздер жүргіземіз. Мысалы, компанияның медиа имиджін құру бағасы 50 000-360 000 рубль, бәсекелестік өрісті талдау үшін 60 000 - 390 000 аралығында болады. Коммерциялық ұсынысты веб-сайтта өтініш формасын толтыру, байланыс нөміріне қоңырау шалу немесе Мәскеудегі компанияның кеңсесінде тікелей алуға болады.