



# *Meridian* – media evaluation

Analize medijskih objava, savjetovanje i edukacija

2009.

## O tvrtci

**Meridian** se bavi izradom analiza medijskih objava za klijente (PR agencije, urede za odnose s javnošću, pojedince) na mjesečnoj, kvartalnoj ili godišnjoj bazi. Uz to se bavi izradom po mjeri napravljenih (tailor made) evaluacija za pojedine projekte.

## Analize

U središtu analiza su objave u tiskanom, elektronskim i internet medijima. Analizama objava agencijama i uredima za odnose s javnošću nudi se snažan alat za poboljšanje odnosa s pojedinim medijima i novinarima te procjenu mišljenja javnosti o imidžu klijenta. Osim toga, analize služe za donošenje i/ili prilagođavanje niza strateških odluka.

Analize se izrađuju na temelju clippinga i sadrže kvantitativne i kvalitativne pokazatelje. Među njima su grafički prikazi s komentarima prema medijima, datumima, autorima, temama, publicitetu i raznim drugim pokazateljima. Analize uključuju ocjene pojedinih i ukupnog broja objava u promatranom razdoblju.

Izrađuju se na mjesečnoj i kvartalnoj bazi, a predaju se u digitalnom ili tiskanom obliku, već prema preferenciji klijenta.

Analitički pregledi u digitalnom ili tiskanom obliku sadrže niz različitih podataka o člancima, medijima u kojima su objavljeni, autorima ... Podaci su varijabilni, a vrsta i broj parametara uključenih u analizu ovisi o trenutnim željama i potrebama klijenta.

## Analiza medijskih objava može uključivati :

1. Kvantitativna analiza – broj objava, datum objava, površina objava, autor, frekvencija autorskih objava...
2. Kvalitativna analiza – analiza vrijednosti objava u praćenim medijima prema površini, vrijednosnoj strukturi (pozitivno, negativno, neutralno), uspješnosti plasmana poruka, te prema **MERISCORE™** vrijednosnoj skali za određivanje PR vrijednosti objava
3. Tematska analiza – tematska obrada sadržaja objavljenih članaka u praćenom vremenskom periodu sa preporukama i komentarima važnim za daljnji tijek PR akcija.
4. Statistička obrada medija. Određivanje doseg prema ciljnim skupinama.
5. Mogućnost dobivanja MS Excel dokumenta sa unosom svih članaka i osnovnim podacima o objavi. (bez komercijalne i PR vrijednosti po pojedinačnim člancima)

## Dostava

Dostava se obavlja najkasnije do 15-og u mjesecu po završetku mjeseca za koji se radi analiza. Ukoliko se zaključni datum dostave poklapa sa neradnim danom (subota, nedjelja, praznik), dostava se obavlja do podneva prvog slijedećeg radnog dana.

Sve periodike i vrste analiza, te uvjeti njihove dostave utvrđuju se s klijentom prema njegovim željama i preferencijama.

Hitne analize dostavljaju se u najkraćem mogućem roku koji se također utvrđuje prema dogovoru s klijentom.

Client	Siječanj	Veljača	Ožujak	Travanj	Svibanj	Lipanj	Srpanj	Kolovoz	TOTAL	Share of voice
CLIENT	363	223	398	316	223	255	329	225	2,332	18.00%
CLIENT2	268	297	350	300	295	279	279	264	2,332	18.00%
CLIENT3	270	286	422	326	279	325	284	164	2,356	18.18%
CLIENT4	168	213	213	265	218	216	256	203	1,752	13.52%
CLIENT5	325	500	482	367	398	340	365	341	3,118	24.07%
CLIENT6	109	132	153	131	123	137	154	127	1,066	8.23%
									12,956	

## Cijena izrade analiza – Publicity report – na osnovu ugovora na 6 ili 12 mjeseci

Broj članaka u analizi	Dnevna dostava Clippinga Cijena po obrađenom članku – (osim za analize do 50 članaka)	Tjedna dostava clippinga Cijena po obrađenom članku (osim za analize do 50 članaka)	Mjesečna (bulk) dostava clippinga Cijena po obrađenom članku (osim za analize do 50 članaka)
Do 50 članaka – jedinstvena cijena	700,00		
50-100	13,00 kn	14,00 kn	15,00 kn
100-200			
200-300			
Više od 300	Za analize veće od 300 članaka izrađujemo posebne ponude po narudžbi		

## Posebni slučajevi/Izvanredne narudžbe

Cijena izrade analiza bez ugovora – hitne analize, analize po potrebi (eventi, krizne situacije i sl.)

Broj članaka u analizi	Cijena izrade analize po članku (uključuje izradu Executive summary-a (MS Word ili MS Powerpoint))
Do 50 - jedinstvena fiksna cijena	1.000,00 kn
51-100	17,50 kn
101-150	18,00 kn
151-200	18,50 kn
201-250	Po dogovoru
Više od 250	

Sve navedene cijene su bez uračunatog PDV-a.

Nenajavljene analize sa hitnim rokom izrade – osnovna cijena po članku uvećana za 35%.

Prijevod analiza radimo na upit i prema dogovoru.

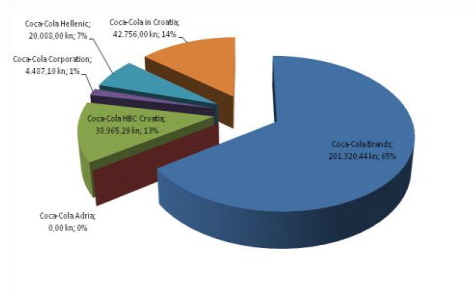
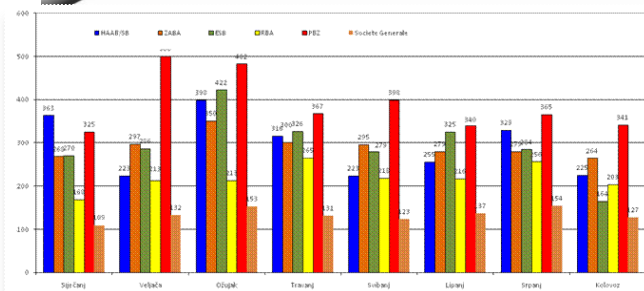
Prijevod analiza i lektura izvornog govornika naplaćuju se dodatno.

Dostava tekstova na kojim se vrši analiza obaveza je klijenta.

Svi tekstovi koji se dostave za naknadni unos u završeni analizu (analiza kod koje se već pristupilo izradi izvještaja) naplaćuju se dodatno po fiksnoj cijeni izrade male analize (700,00 kn + PDV).

Cijena ispisa i uveza – 200,00 kn

Dostava tekstova na kojima se vrši analiza obaveza je klijenta.



## Besplatno pružamo slijedeće usluge :

Izrada prezentacija rezultata analiza u MS Powerpoint ili MS Word aplikaciji.

Posredovanje i kompletna usluga u naručivanju clippinga u agenciji za praćenje medijskih objava po izboru klijenta.

\*

Za informacije o kvartalnim, polugodišnjim i godišnjim analizama molimo nazovite nas na broju telefona ili e-mailom radi dogovora.

## Posebne usluge na zahtjev klijenta :

Izrada bookova medijskih objava.

Tisak bookova medijskih objava i analitičkih izvještaja.

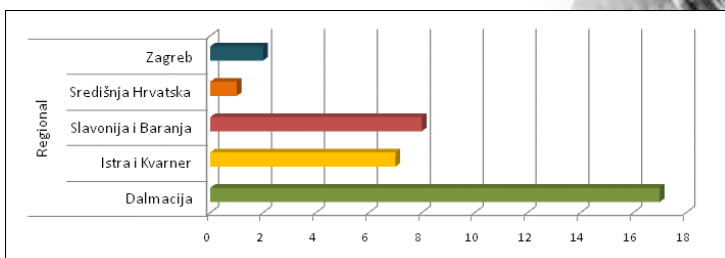
## Dodatne informacije

Sve analize prilagođene su standardima propisanim od strane međunarodnih strukovnih tijela (IPRA, IPR, PRSA). Meridian ne preporuča uporabu AVE metode već kao zamjenu nudi OTS (ili na traženje klijenta kombinaciju dviju metoda).

AVE metoda se koristi na zahtjev klijenta i prema važećim cjenicima svakog pojedinog medija.

## Referentna lista

- ACI marina
  - Audi Hrvatska (P.Z. Auto)
  - Carlsberg Hrvatska
  - Coca-Cola Adria
  - Croatia
  - Croatia osiguranje
  - Erste& Steiermaerksiche S Leasing
  - FINA
  - Grad Poreč
  - Grad Pula
  - Grawe osiguranje
  - GIU Prommins
  - H1 Portus
  - Heineken/Karlovačka pivovara
  - Hewlett-Packard Hrvatska
  - Hrvatski odbojkaški savez
  - Hrvatski streličarski savez
  - HVB Splitska banka
  - Hypo-Alpe-Adria Bank
  - Hypo Leasing Kroatien
  - Jack Daniels
  - L'Oreal Zagreb
  - Luka Rijeka
  - Matica Hrvatska
  - Odašiljači i veze
  - Oracle Hrvatska
  - Petrač
  - Privredna banka Zagreb
  - Projekt Anuga
  - Projekt Poduzetna Hrvatska
  - The Regent Esplanade Zagreb
  - Roland Berger
  - Vindija
  - Volksbank
  - alPheRa
  - Abrakadabra
  - Akter Public
  - Media Val
  - Madison consulting
  - Millenium promocija
  - McCann Erickson
  - Manjgura
  - Multisport
- Pro bono :  
Prijatelji životinja  
Hrvatski Hyundai klub  
www.tvorovi.com



## ZAŠTO EVALUACIJA MEDIJSKIH OBJAVA?

U svijetu povećane menadžerske odgovornosti, razvoja novih medija i zahtjeva dioničara učinkovita poslovna komunikacija je neophodna. Jedan od izazova je i demonstracija učinkovitosti, te kvalitetno izvješćivanje donositelja poslovnih odluka.

Dobar menadžment zahtijeva dobru evaluaciju i još bolje izvješćivanje.

Pouzdana profesionalno rasuđivanje komunikatora, temeljeno na jasnim ciljevima sada može biti podržano kvalitetnom evaluacijom medijskih objava, profila, napretkom i učincima komunikacijskih kanala u odgovarajućim intervalima.

Korištenjem novih metoda resursi mogu biti kvalitetnije raspoređeni kako bi se postigao što je moguće bolji učinak za uspjeh kompanije i njezinu kompetitivnost na sve zahtjevnijem tržištu.

## ZAŠTO EVALUACIJA MEDIJSKIH OBJAVA?

- pomaže Vam kod planiranja, postavljanja i nadzora ciljeva
- ukazuje Vam na Vaše prednosti i slabosti
- dokazuje vrijednost i efikasnost Vaših medijskih napora
- uspoređuje Vaše rezultate sa rezultatima Vaše konkurencije
- omogućava Vašem timu jednostavnije odobravanje budžeta bazirano na dokazu Vaše uspješnosti
- ukazuje Vam na koje medije morate fokusirati svoje napore
- ukazuje Vam u čemu je Vaša konkurencija bolja/lošija od Vas

*"You have to learn the rules of the game and then You have to play better than anyone else."*

Albert Einstein

