



adv mr
smart market research

ADV Mediascan

Juni 2010

1. Achtergrond & behoefte

Ik ben benieuwd welke media het vaakst over mijn organisatie publiceren

Wat vinden mijn leden / klanten van de manier waarop mijn organisatie in het nieuws komt?

Komt mijn organisatie (vaak) op niet commerciële wijze in het nieuws?

Ik wil graag meer inzicht in hoe positief of negatief mijn organisatie in het nieuws komt



Ik zie af en toe wel wat krantenkoppen, reacties op forums of Twitterberichten langskomen, maar weet niet precies hoe de beeldvorming van mijn organisatie verloopt

Ik ben benieuwd hoeveel media-aandacht de activiteiten of persberichten van mijn organisatie genereren

Ik wil het persbeleid van mijn organisatie professionaliseren



2. Oplossing: ADV Mediascan

ADV beantwoordt al deze vragen voor u met de ADV Mediascan. Dit is een **continue monitoring tool**, waarmee alle mogelijke media gescand kunnen worden, zoals online, rtv, kranten en social media. Met de Mediascan worden **iedere maand** onder andere de volgende vragen voor u beantwoord:

- ◆ Hoe vaak komt *organisatie X* via de verschillende media in het nieuws?
- ◆ Op welke wijze komt *organisatie X* in het nieuws?
 - ◆ *Positief vs. negatief*
 - ◆ *Proactief vs. reactief*
- ◆ Met welke onderwerpen komt *organisatie X* in het nieuws? (Top 20)
- ◆ Wat zijn de belangrijkste bronnen van berichtgeving over *organisatie X*?
- ◆ Welke onderdelen van *organisatie X* komen het meest in het nieuws?



3. Meerwaarde

- ◆ 1. Inzicht in situatie: Een helder overzicht van met welke onderwerpen, in welke media en op welke wijze *organisatie X* in de media verschijnt.
- ◆ 2. Koppeling persbeleid: Van alle persinspanningen is in de Mediascan terug te zien wat deze opgeleverd hebben.
- ◆ 3. Sturing: Aan de hand van deze data kunnen beslissingen op het gebied van persbeleid genomen worden. Bijvoorbeeld: Er naar streven om organisatie X meer proactief in het nieuws te krijgen, of meer publicaties over organisatie Y op nu.nl en in de volkskrant te genereren.
- ◆ 4. Resultaat: Door continue monitoring worden de resultaten van de sturingsactiviteiten ook op lange termijn zichtbaar.



4. Opties

- ◆ De opties in de Mediascan zijn bijna eindeloos:
 - ◆ (Combinatie van) **verschillende media** scannen: Online, kranten, rtv, social media.
 - ◆ **Concurrenten** meenemen in analyse.
 - ◆ Inzoomen op **verschillende bedrijfsonderdelen / suborganisaties / personen**. Per onderdeel kan een fact-sheet gemaakt worden met de belangrijkste informatie.
 - ◆ **Opinie**: Een aantal berichten waarmee *organisatie X* in het nieuws is geweest, voorleggen aan 100 mensen om te vragen wat hun mening over deze berichten is en hoe dit hun beeld van *organisatie X* beïnvloedt.
 - ◆ Weergeven **top 5 belangrijkste onderwerpen** in verschillende media:
 - ◆ Wat haalt de kranten?
 - ◆ Waar wordt over gepraat? (*discussiefora, social media*)
 - ◆ Koppeling met **mediabereikonderzoek**: Onderzoek via welke media u uw (potentiële) leden kunt bereiken. Maandelijks wordt dit gekoppeld met de media waarin u daadwerkelijk verschenen bent. Dit biedt u een wereld van inzicht.

ADV Market Research B.V.

Willem Arntszlaan 115c

3734 EE Den Dolder

Tel: +31 (0)30 6910943

Fax: +31 (0)30 6910875

K.v.K. Utrecht 30.12.91.44

www.adv-mr.com