

TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH

Raport medialny

I-VII 2015

METODOLOGIA

Przeprowadzone badanie dotyczy obecności medialnej TOP 10 blogów modowych męskich wg rankingu miesięcznika „Press”.

Analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln źródeł internetowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych.

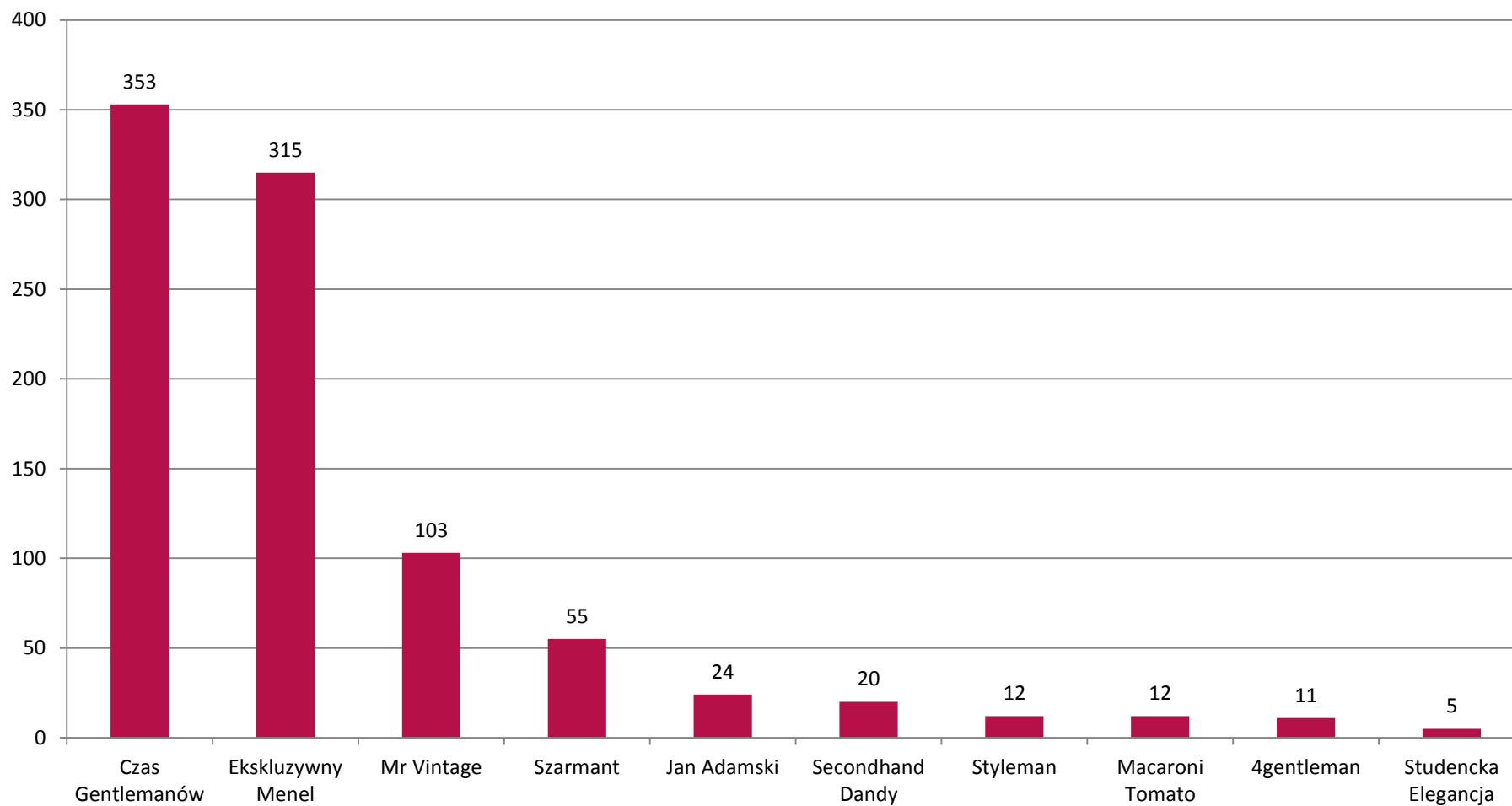
Metoda: ilościowa analiza danych

Lista blogów poddanych analizie (w kolejności alfabetycznej):

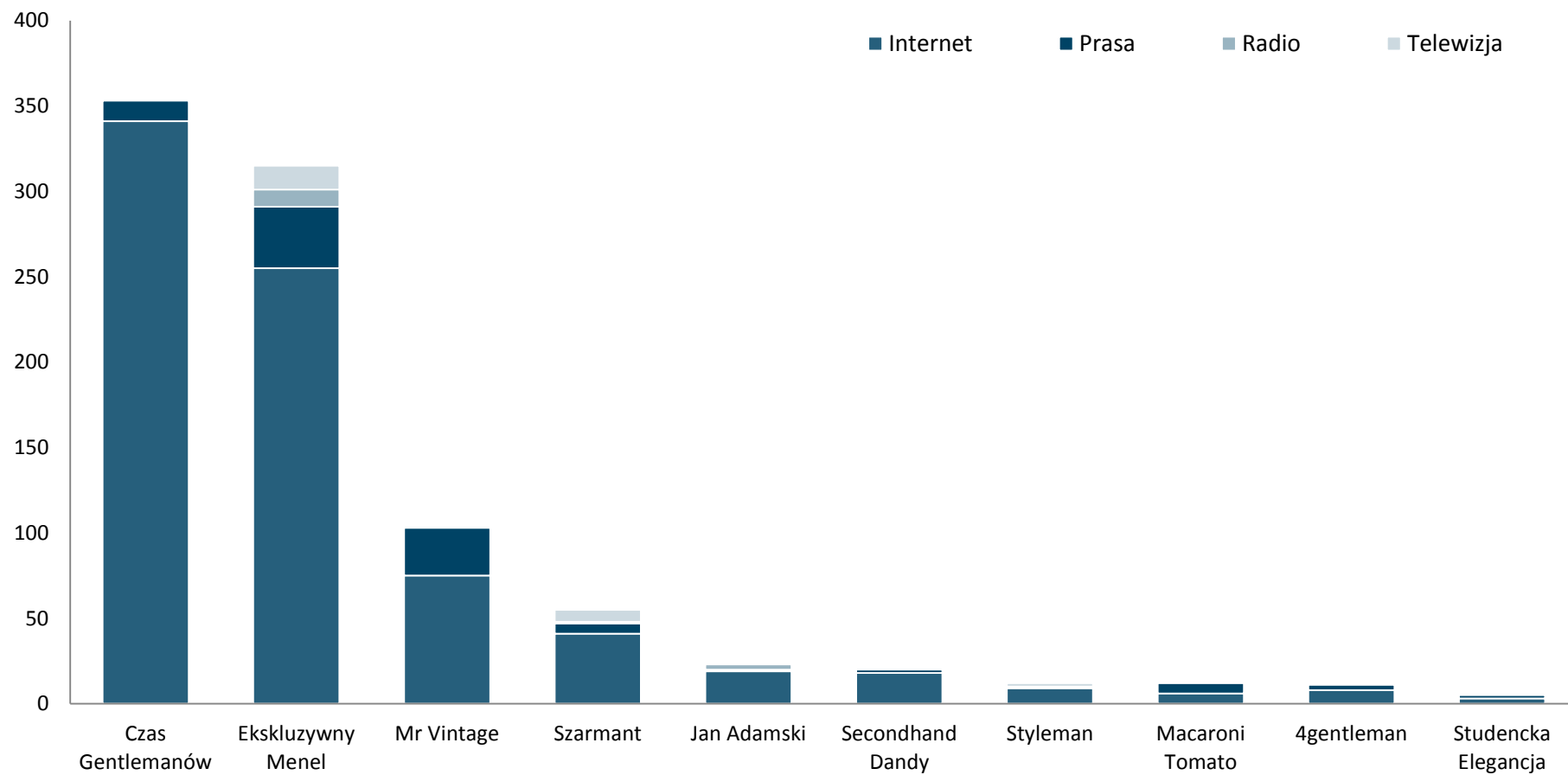
1. 4gentelman (4gentelman.pl)
2. Czas Gentlemanów (czasgentelmanow.pl)
3. Ekskluzywny Menel (ekskluzywnymenel.com)
4. Jan Adamski (janadamski.eu)
5. Macaroni Tomato (macaronitomato.com/themagazine)
6. Mr Vintage (mrvintage.pl)
7. Secondhand Dandy (secondhanddandy.pl)
8. Studencka Elegancja (studenckaelegancja.pl)
9. Styleman (styleman.blog.pl)
10. Szarmant (szarmant.pl)

PODSUMOWANIE DANYCH

SUMA INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH WE WSZYSTKICH MEDIACH



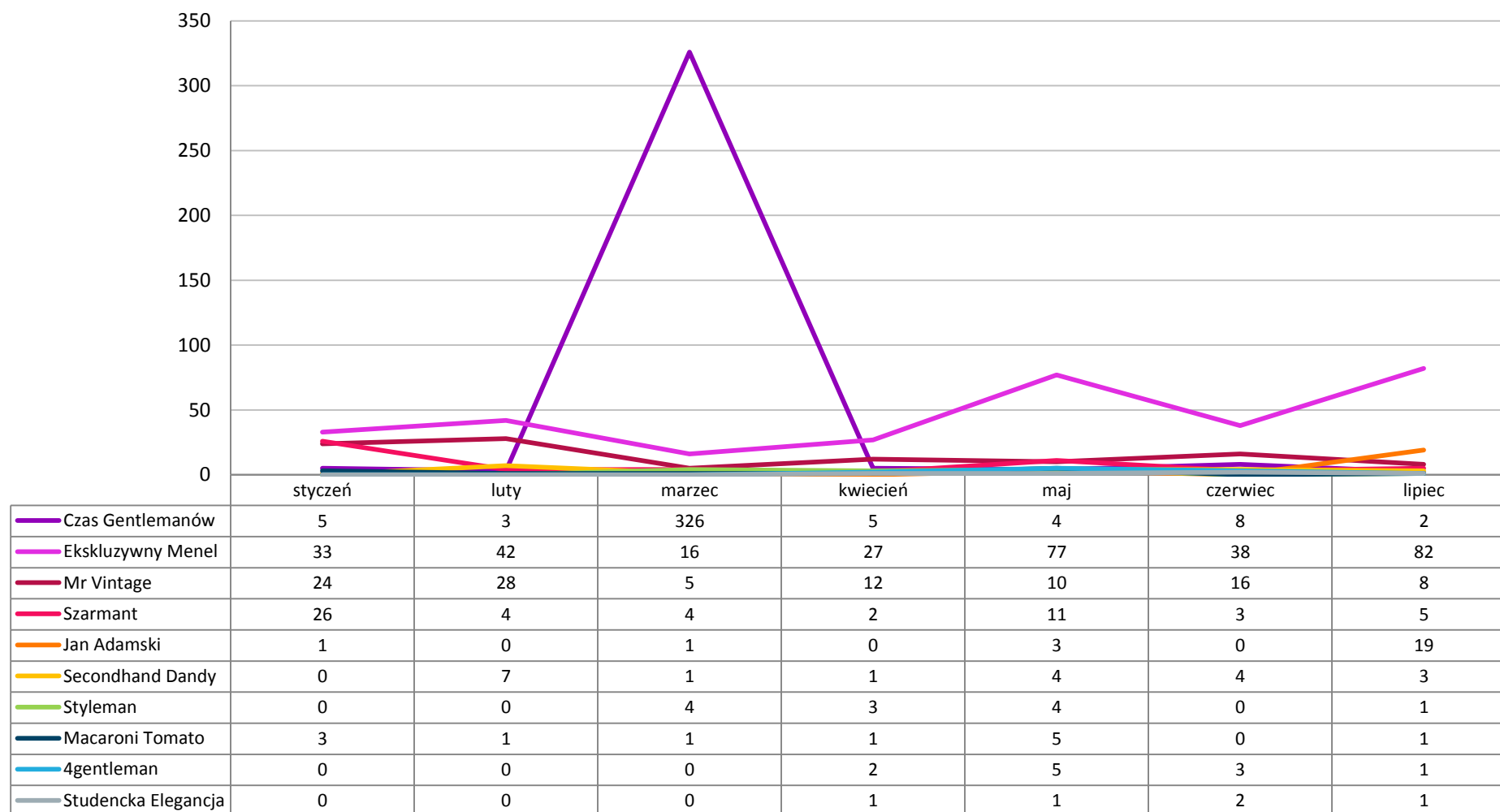
LICZBA INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH W PODZIALE NA MEDIA



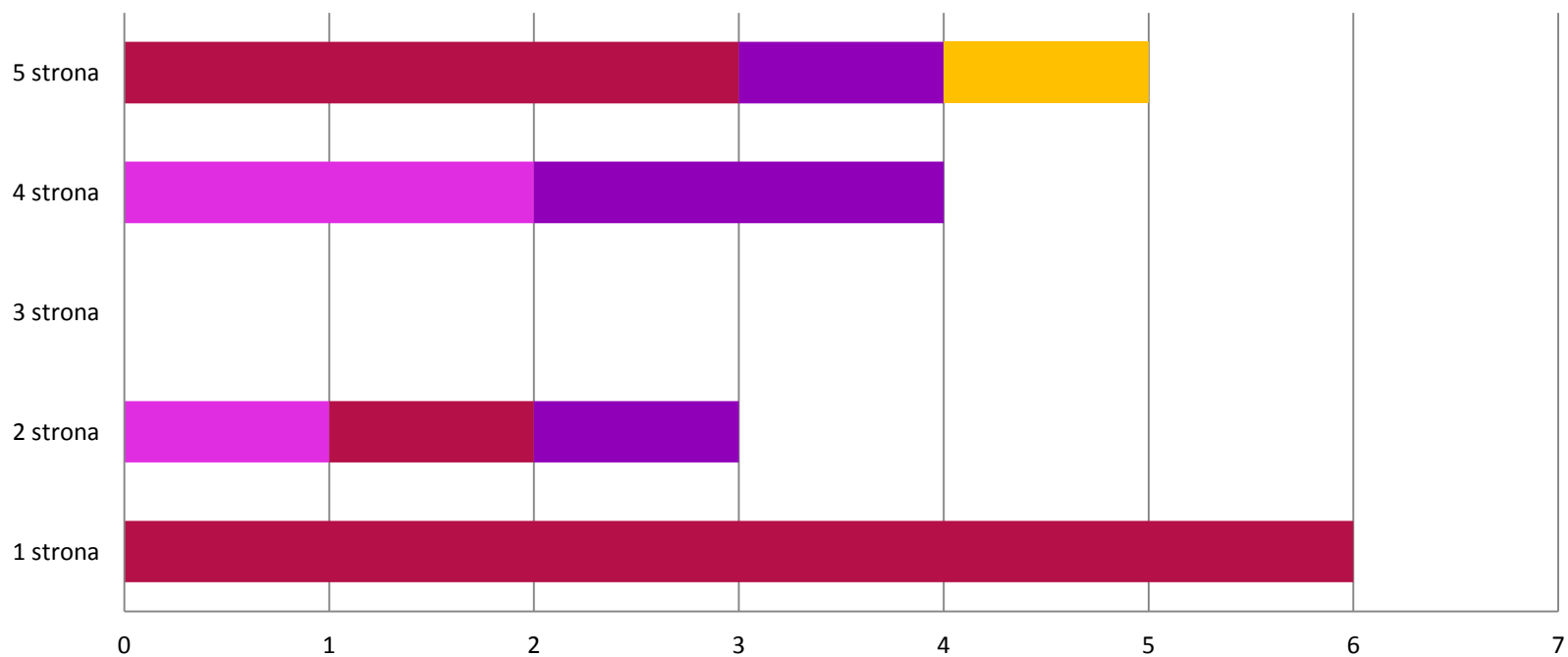
LICZBA INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH W PODZIALE NA MEDIA

	Internet	Prasa	Radio	Telewizja
Czas Gentlemanów	341	12	-	-
Ekskluzywny Menel	255	36	10	14
Mr Vintage	75	28	-	-
Szarmant	41	6	1	7
Jan Adamski	19	1	3	1
Secondhand Dandy	18	2	-	-
Styleman	9	1	-	2
Macaroni Tomato	6	6	-	-
4gentleman	8	3	-	-
Studencka Elegancja	3	2	-	-

SUMA INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH NA PRZESTRZENI STYCZEŃ - LIPIEC 2015 R.

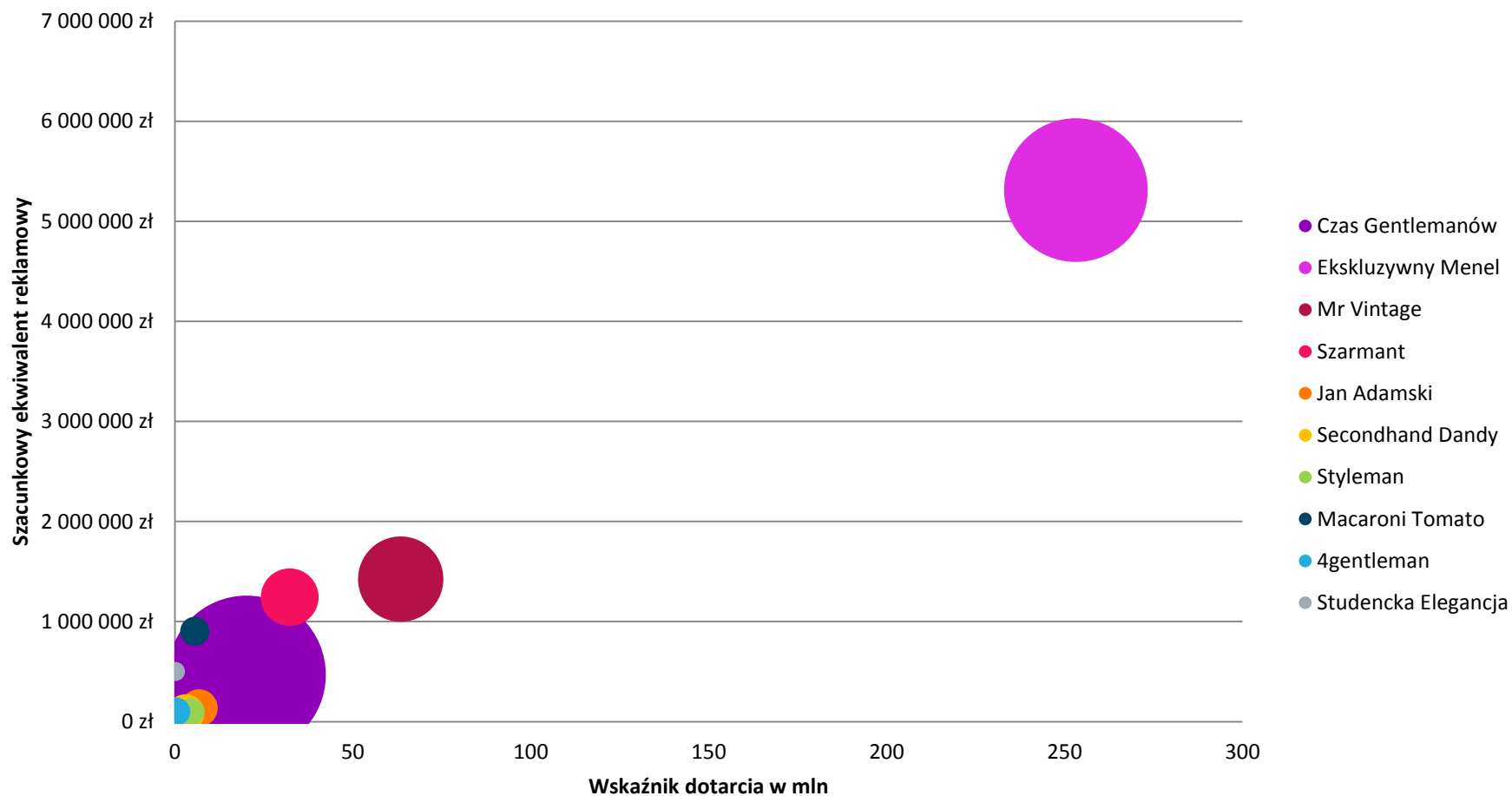


LICZBA UNIKALNYCH INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH – PIERWSZYCH PIĘĆ STRON GAZET

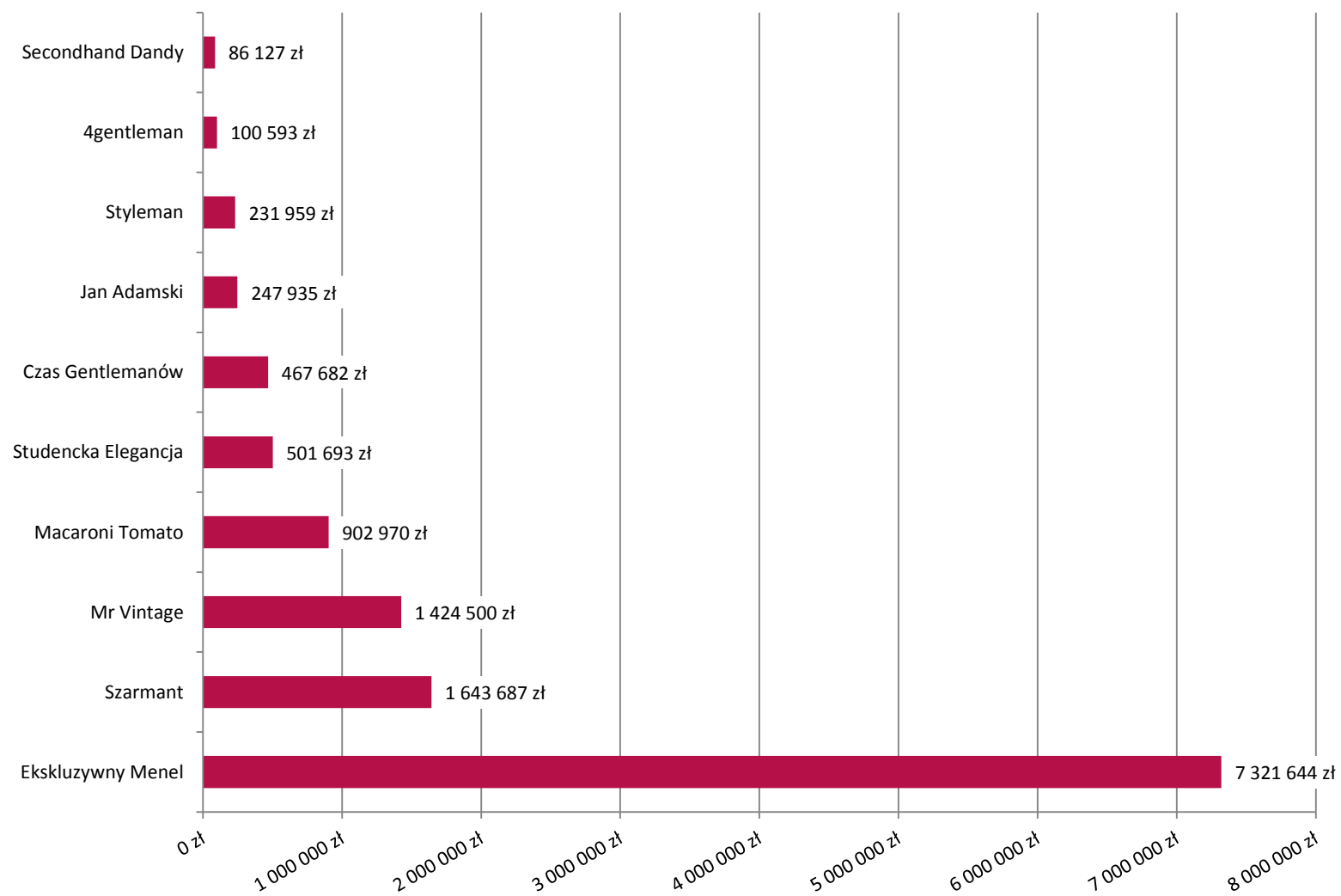


	1 strona	2 strona	3 strona	4 strona	5 strona
■ Ekskluzywny Menel	0	1	0	2	0
■ Mr Vintage	6	1	0	0	3
■ Czas Gentlemanów	0	1	0	2	1
■ Secondhand Dandy	0	0	0	0	1

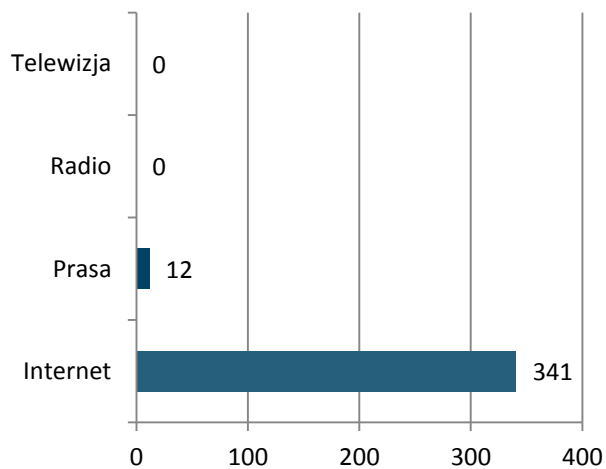
MAPA BENCHMARKINGOWA TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH (WSKAŹNIK DOTARCIA, AVE, SUMA INFORMACJI; PRASA, INTERNET)



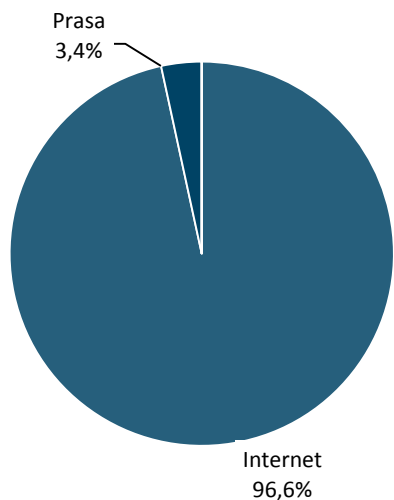
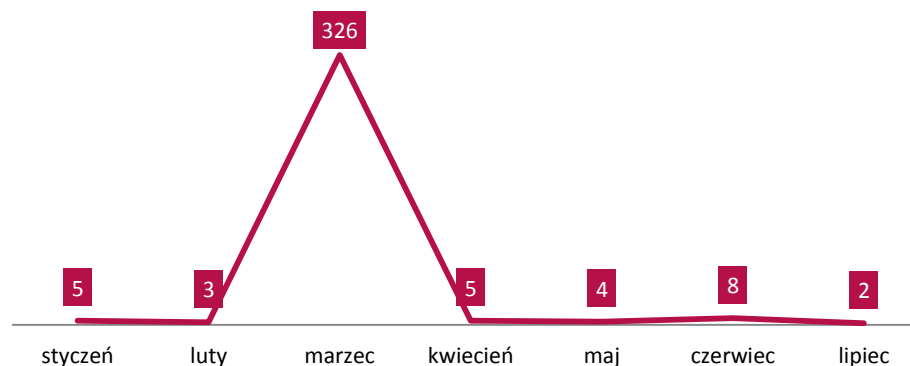
WARTOŚĆ EKWIWALENTU REKLAMOWEGO TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH (WSZYSTKIE MEDIA)



Czas Gentlemanów – 353 informacje

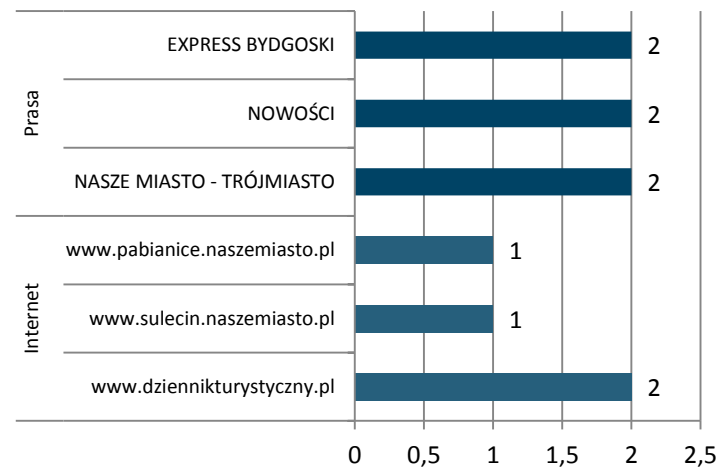


Liczba informacji w poszczególnych mediach



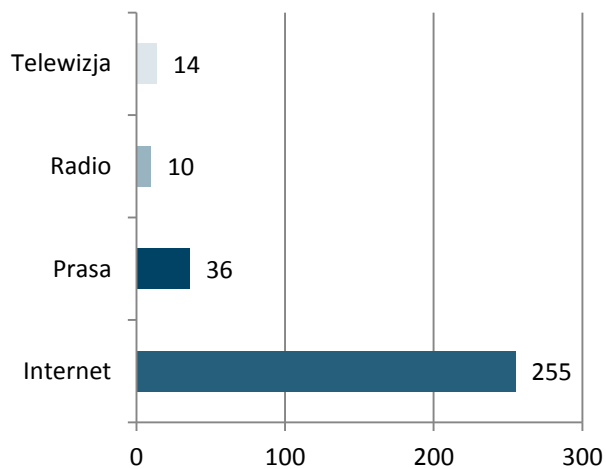
Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

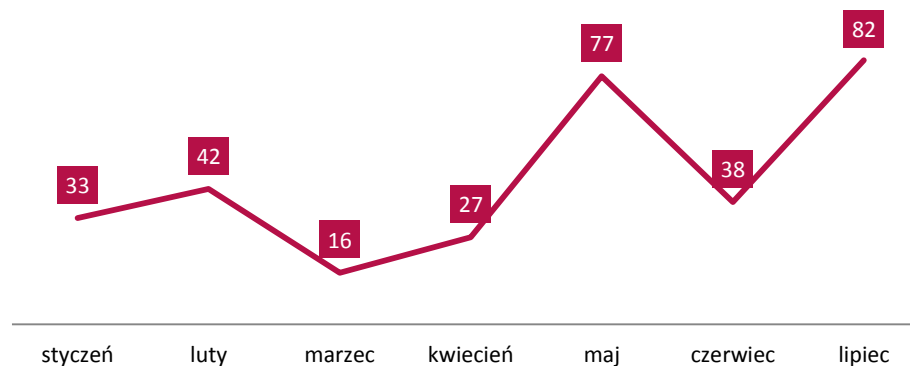


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

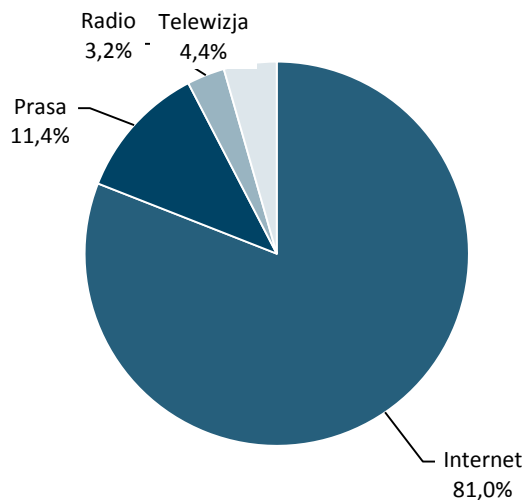
Ekskluzywny Menel – 315 informacji



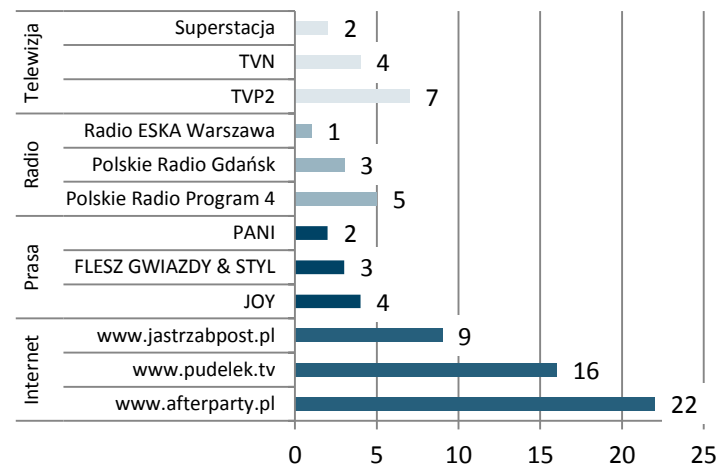
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

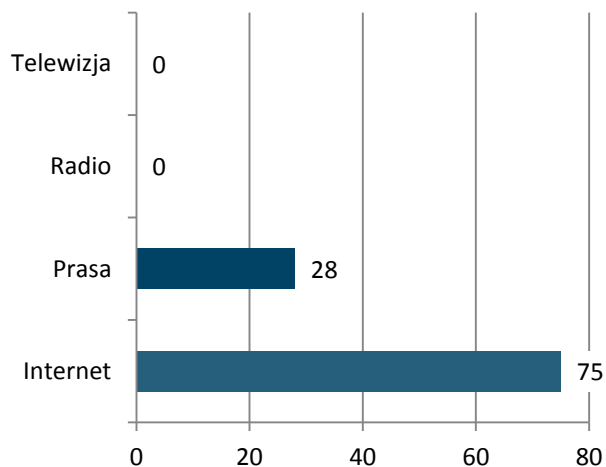


Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

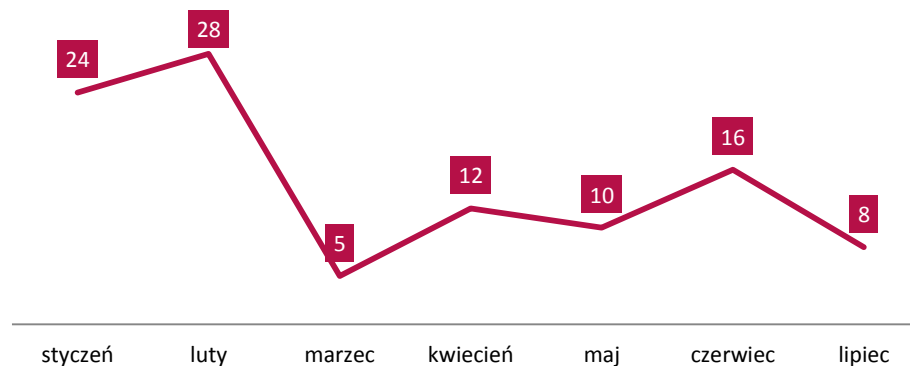


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

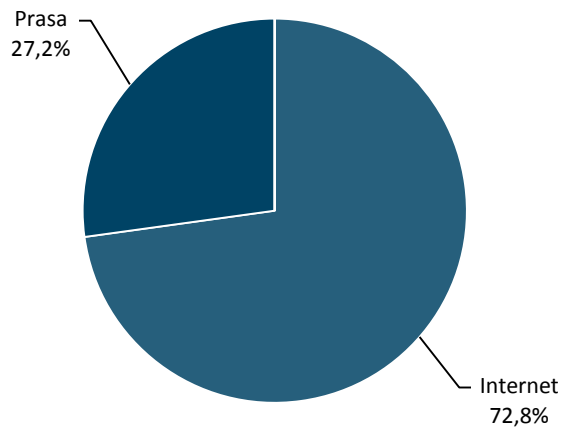
Mr Vintage – 103 informacje



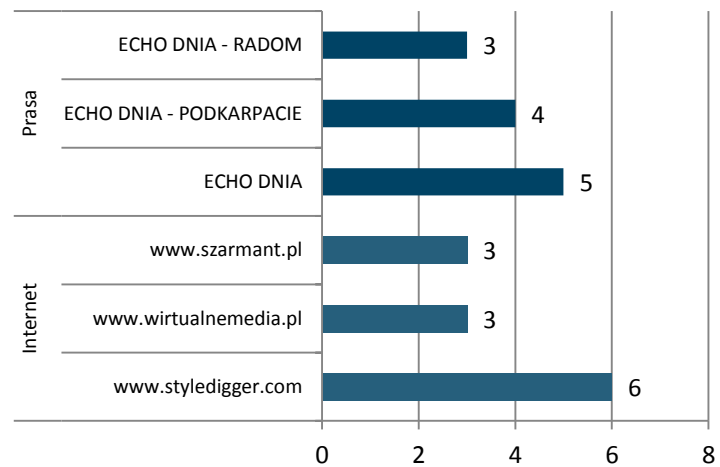
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

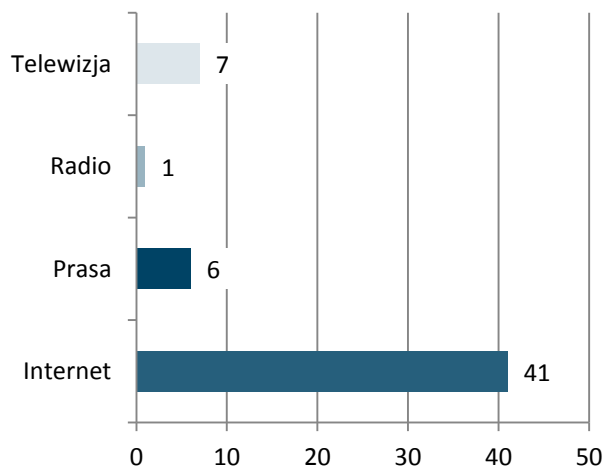


Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

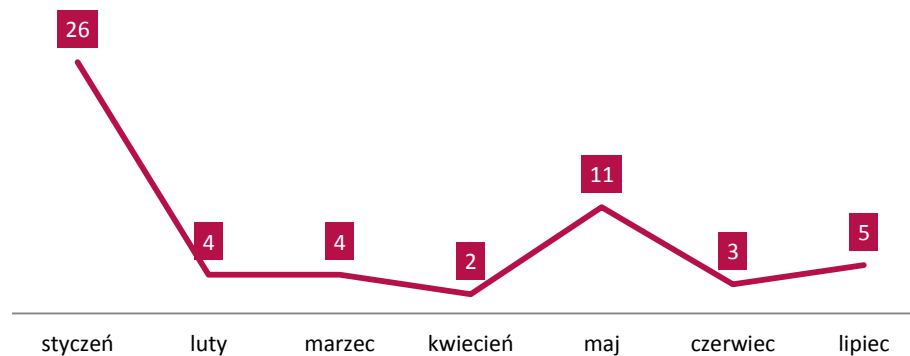


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

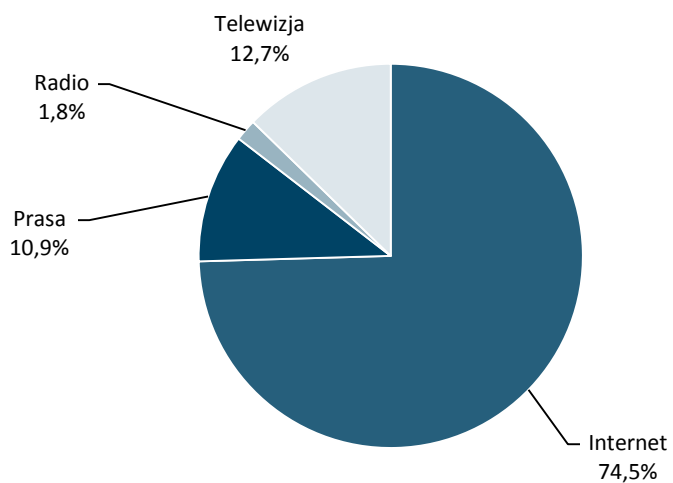
Szarmant – 55 informacji



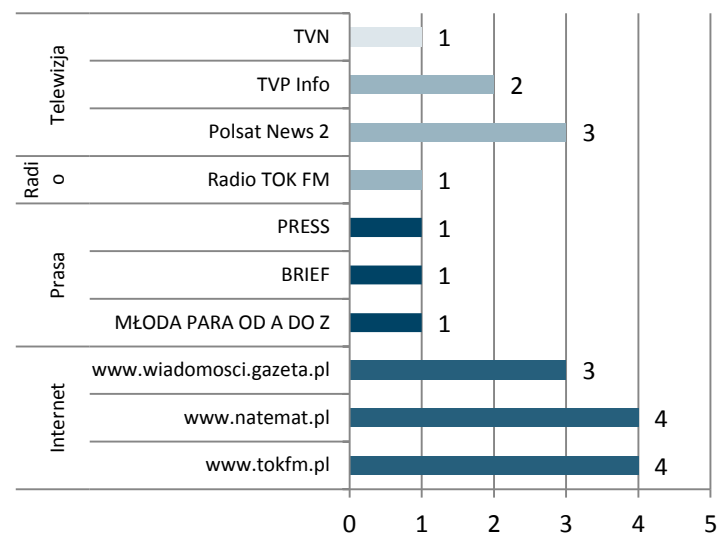
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

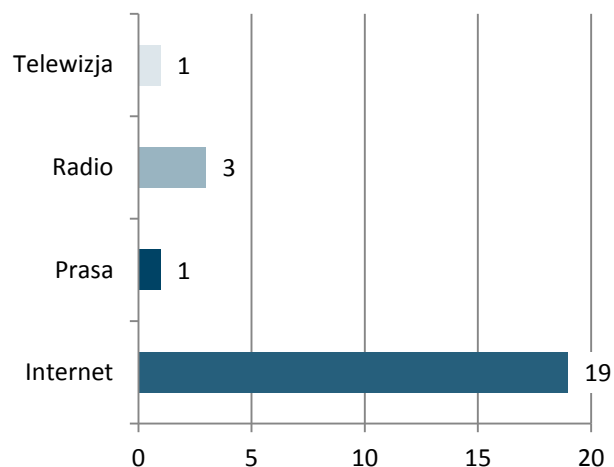


Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

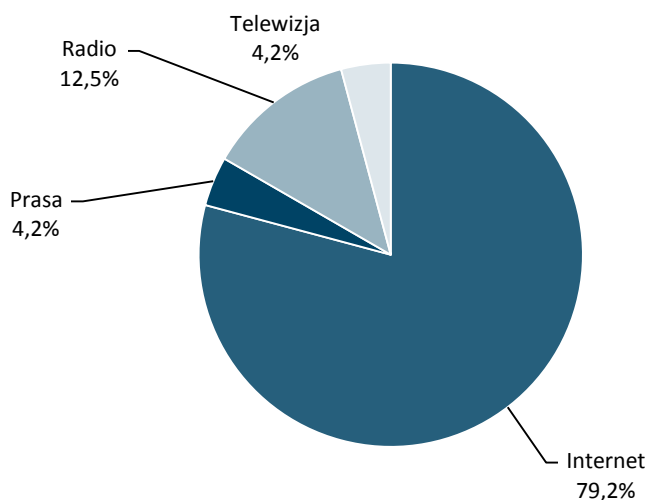


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

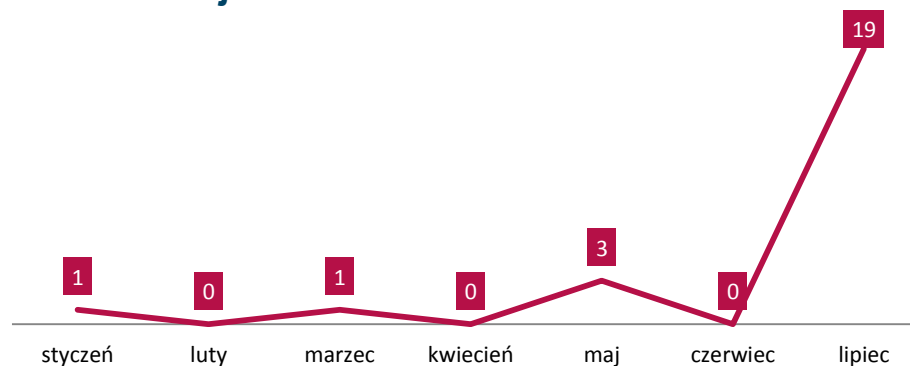
Jan Adamski – 24 informacje



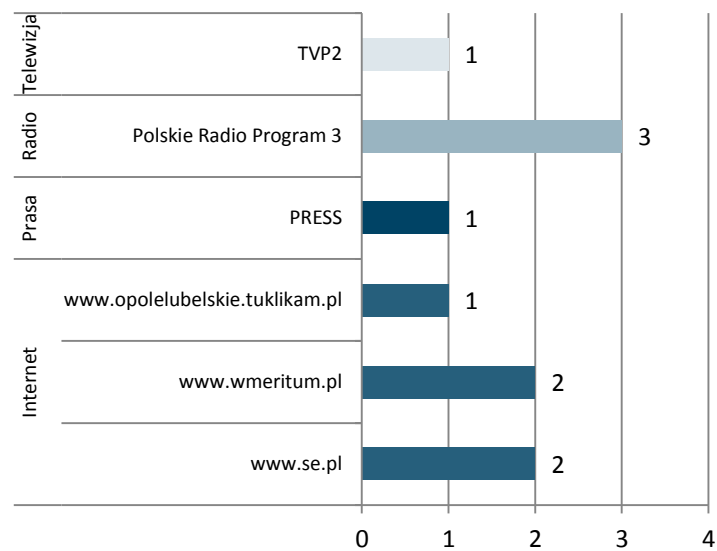
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

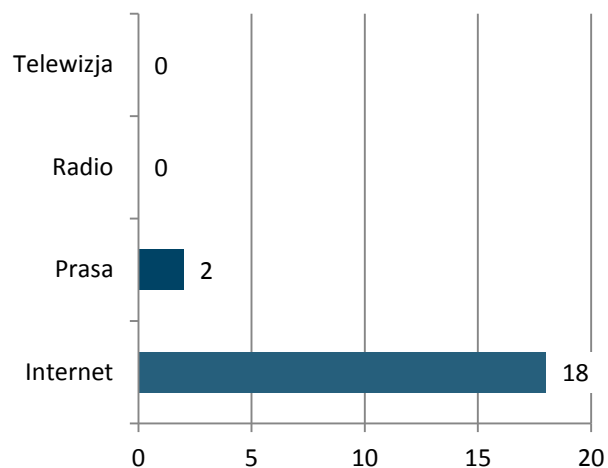


Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

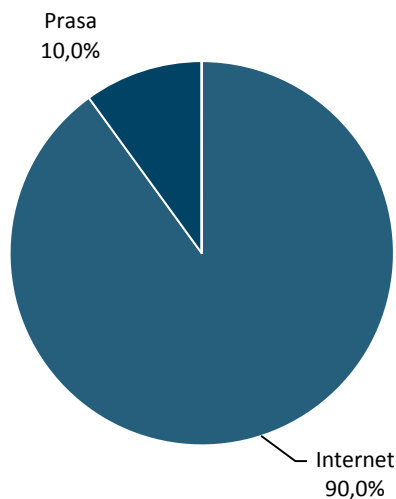


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

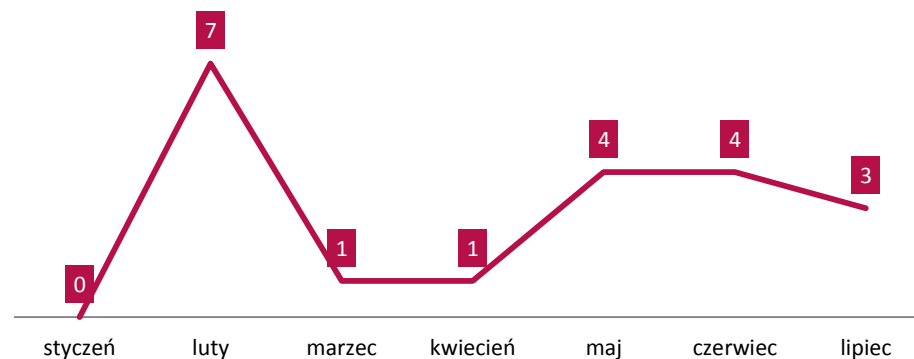
Secondhand Dandy – 20 informacji



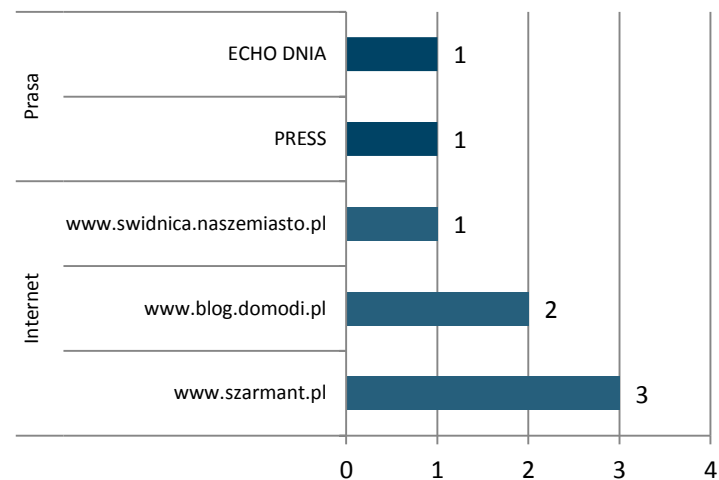
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

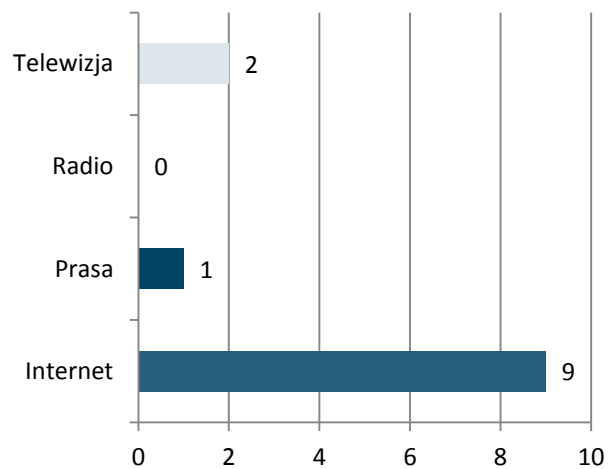


Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

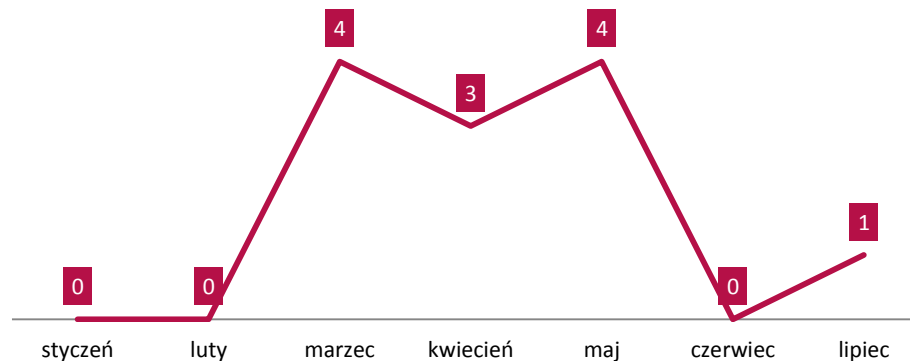


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

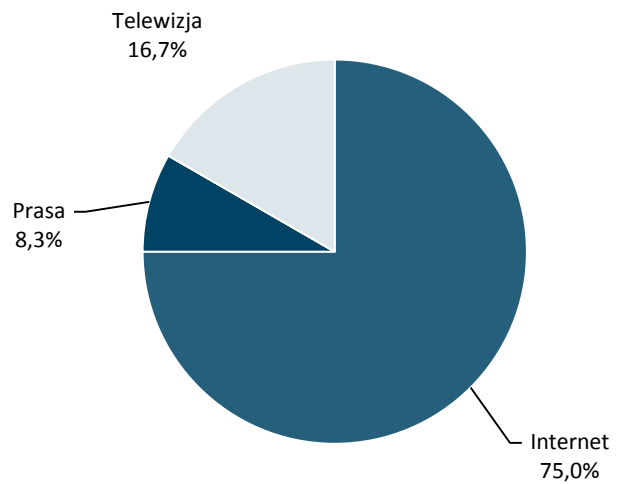
Styleman – 12 informacji



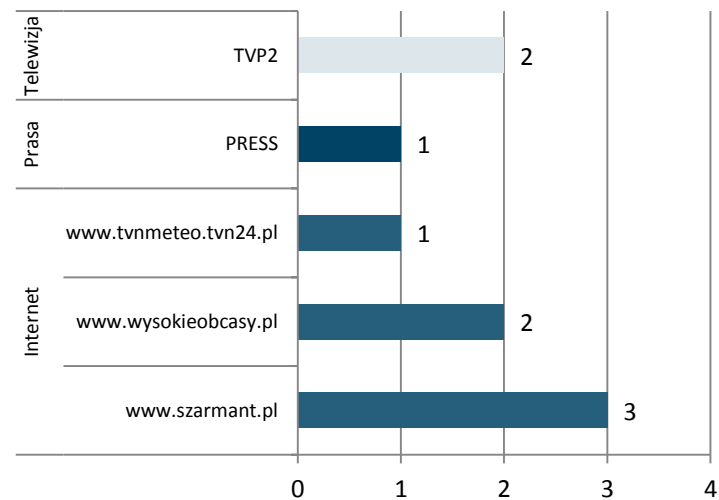
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

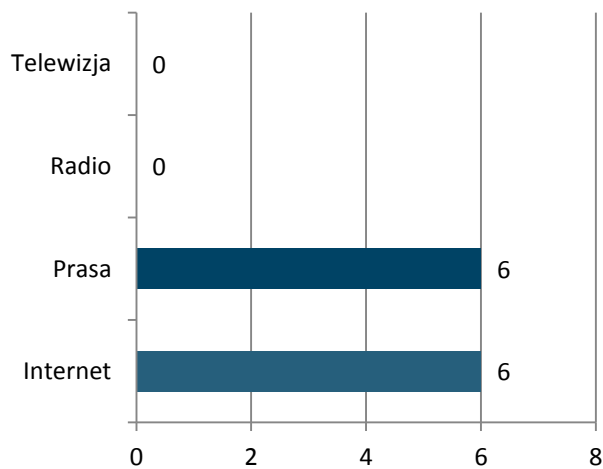


Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

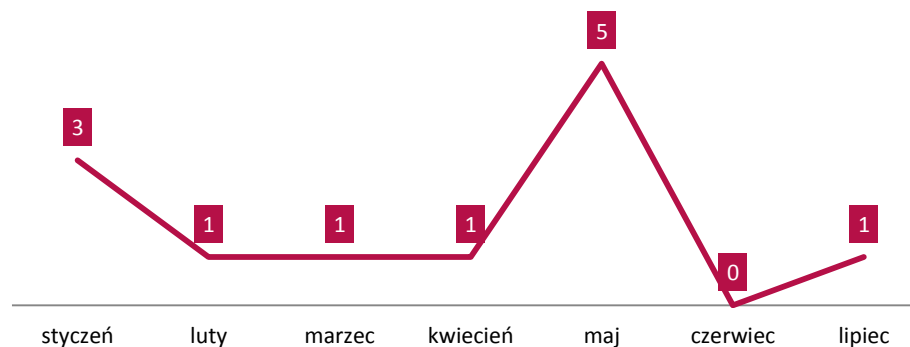


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

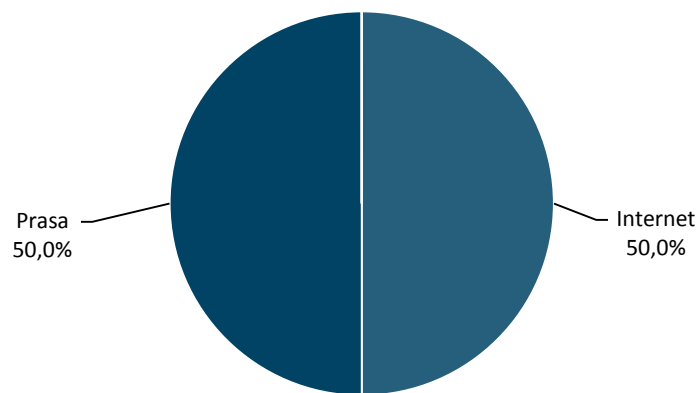
Macaroni Tomato – 12 informacji



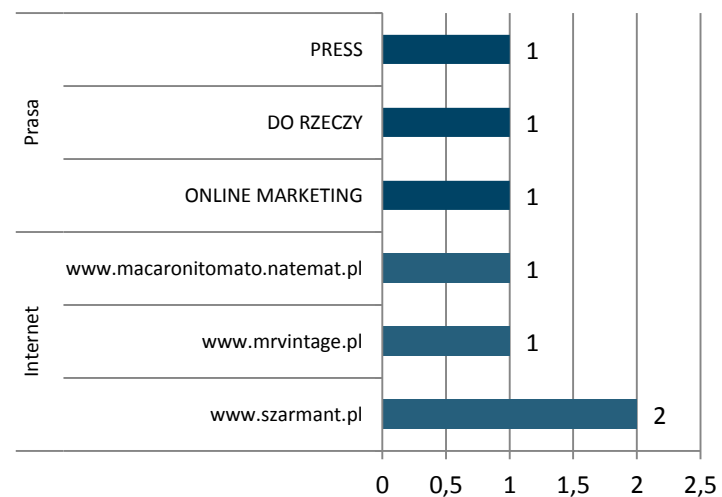
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

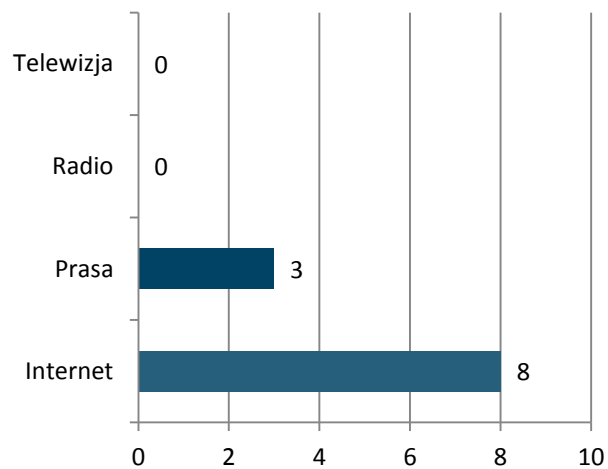


Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

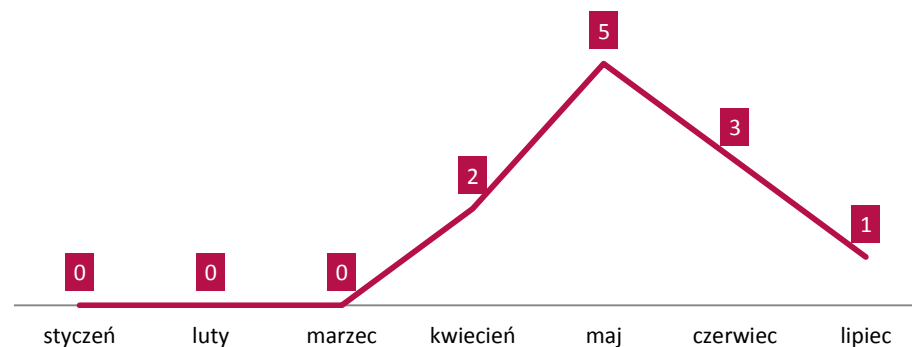


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

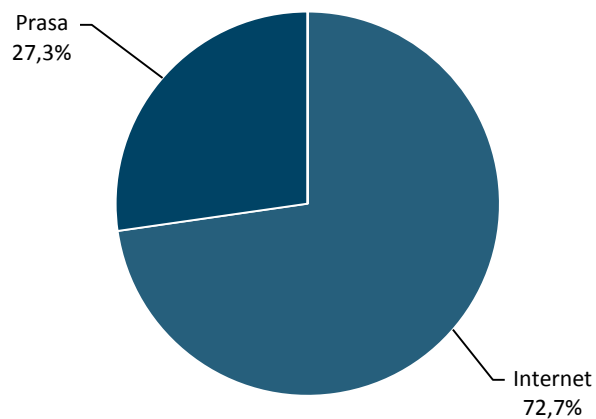
4gentleman – 11 informacji



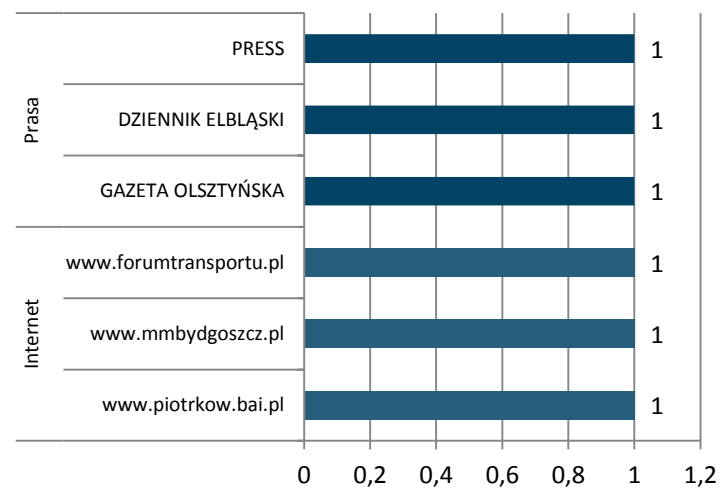
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu

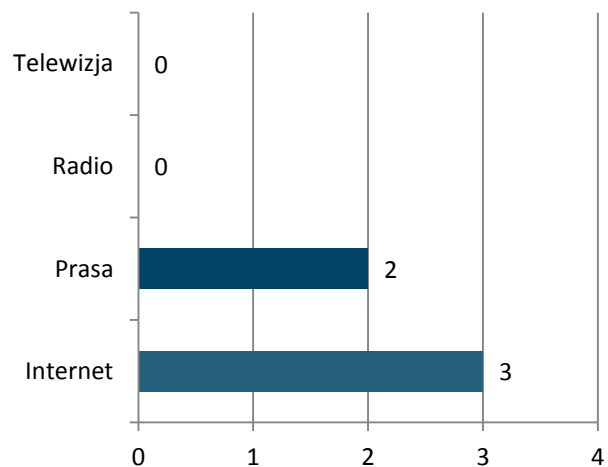


Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach

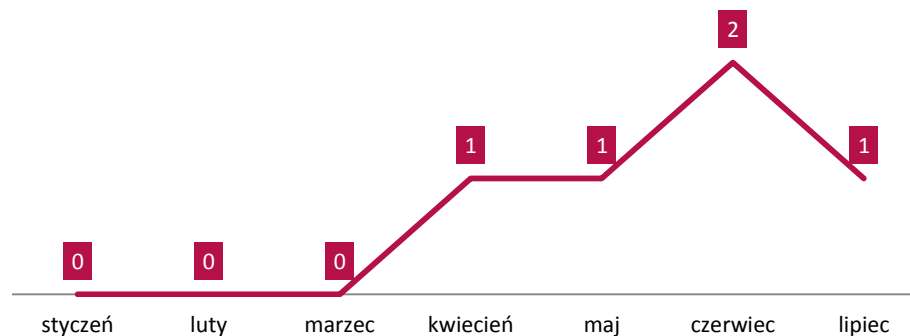


Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

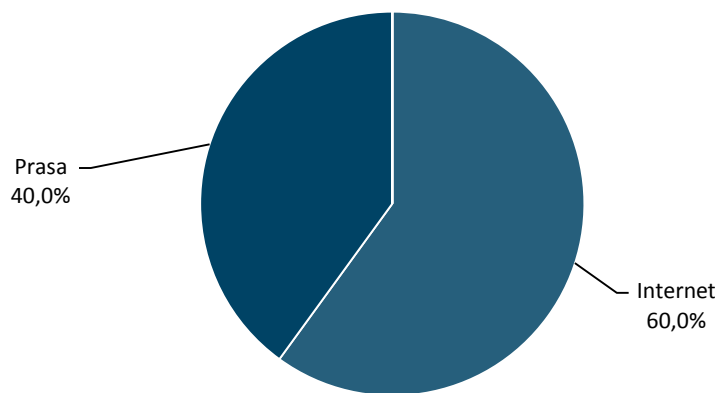
Studencka Elegancja – 5 informacji



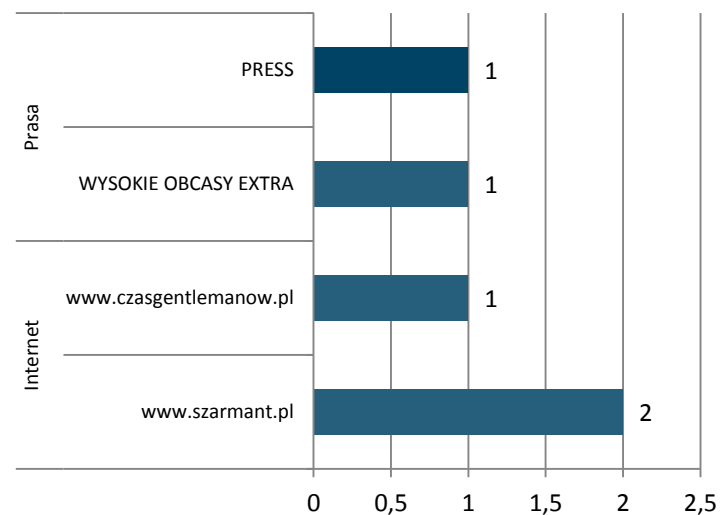
Liczba informacji w poszczególnych mediach



Suma informacji na przestrzeni analizowanego okresu



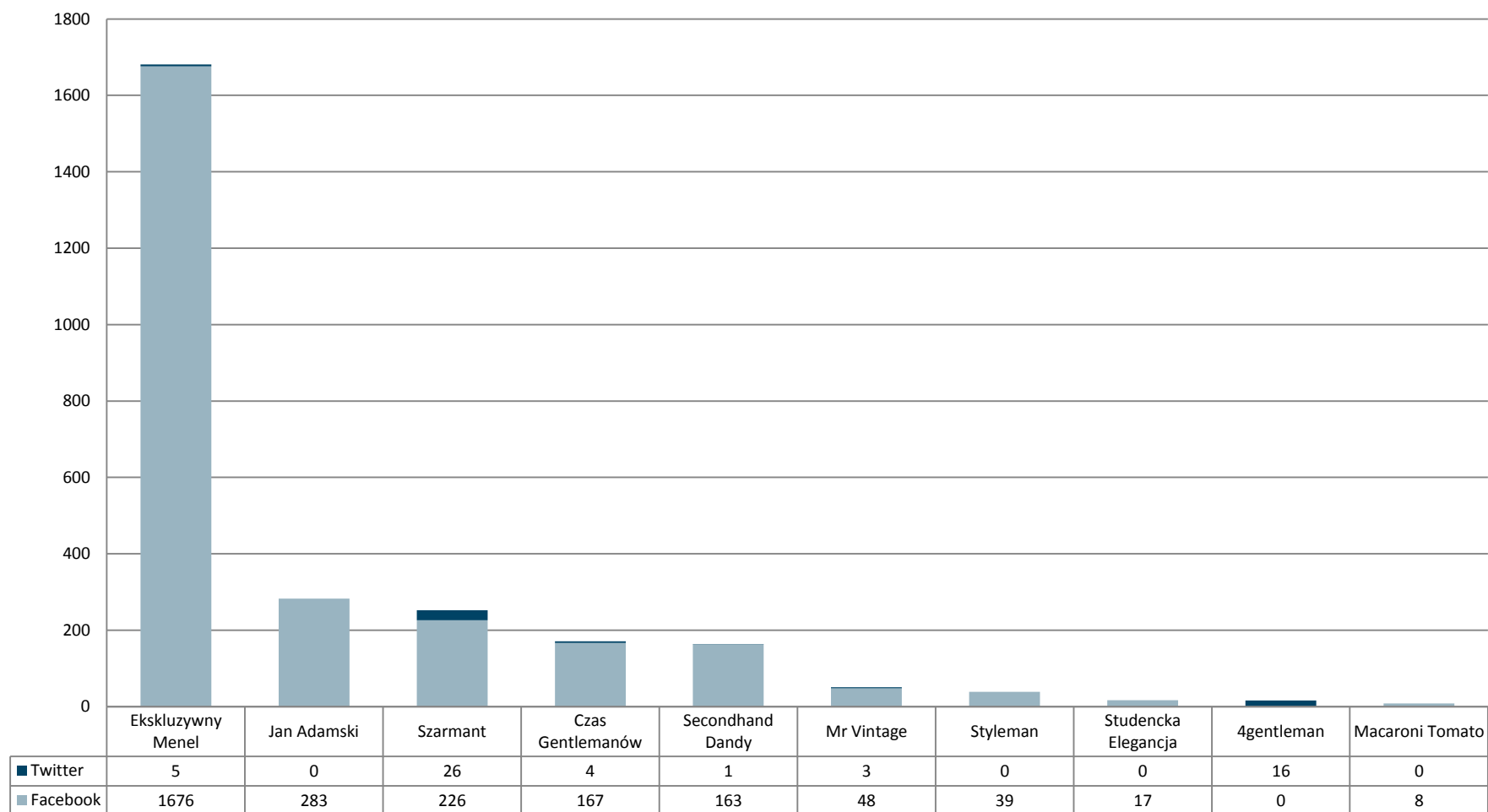
Udział procentowy informacji w poszczególnych mediach



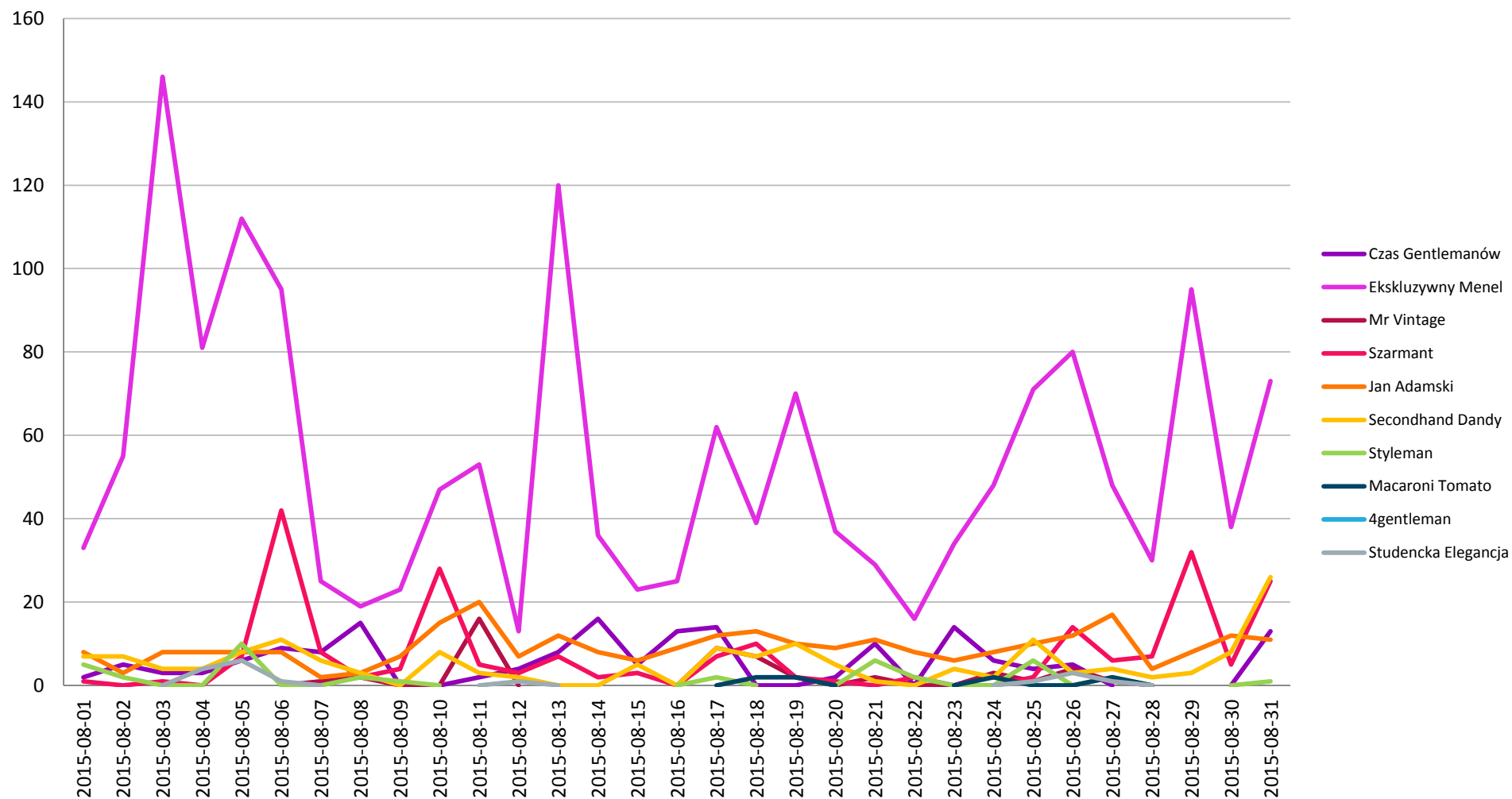
Trzy najpopularniejsze źródła informacji w podziale na media

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE (SIERPIEŃ 2015)

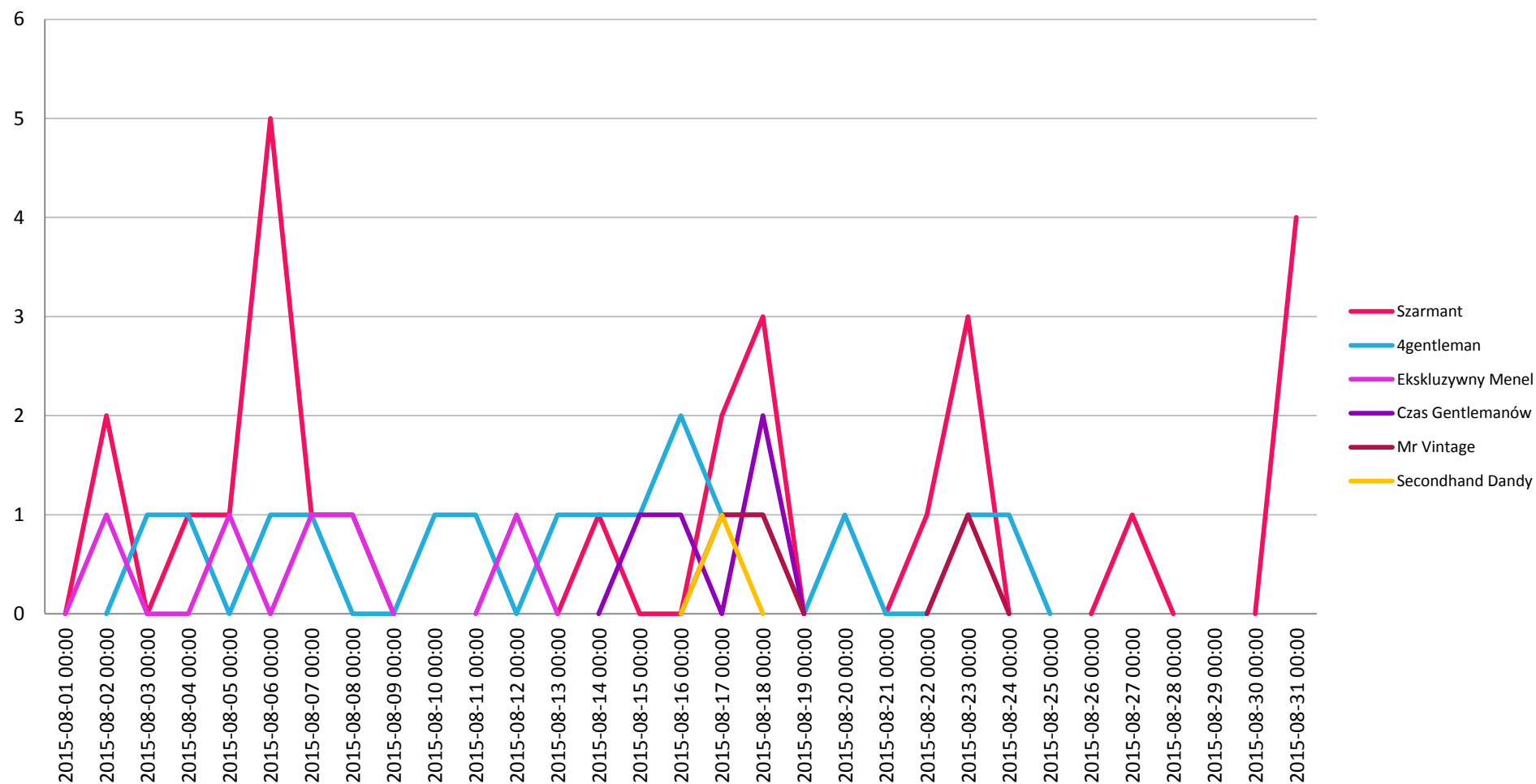
LICZBA INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – SIERPIEŃ 2015



LICZBA INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH W SIERPNIU 2015 r. - FACEBOOK



LICZBA INFORMACJI NA TEMAT TOP 10 BLOGÓW MODOWYCH MĘSKICH W SIERPNIU 2015 r. - TWITTER





PRESS SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o. | ul. Marcelesińska 14, 60-801 Poznań | tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115
Oddział Warszawa | ul. Polna 40, 00-635 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20
biuro@psmm.pl | **www.psmm.pl**

