



**PRESS
SERVICE**
monitoring mediów

RYNEK IT W MEDIACH
maj 2013

Spis treści

Wstęp	3
Rozdział I – Korporacje IT	5
Rozdział II – Mobilne systemy operacyjne.....	14
Rozdział III – Przeglądarki desktopowe	16

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w maju 2013 roku, a traktujących na temat korporacji IT, mobilnych systemów operacyjnych oraz przeglądarek desktopowych, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Artykuły poddane analizie pochodzą z monitoringu ponad 5 mln źródeł internetowych – portali branżowych, forów internetowych i social media.

Informacje pochodzące z portali zostały podzielone według rozmiarów, a kryteria wielkości tekstów przedstawiają się następująco: wzmianka - teksty najkrótsze jedno lub kilkudzaniowe, notka – publikacja nieprzekraczająca pół strony formatu A4, artykuł – publikacja przekraczająca objętość pół strony formatu A4, a także te publikacje, które prezentowane były na jednej lub więcej kolumnach.

Ze względu na wydziwki przekazywanych informacji, materiały z portali internetowych (z wyjątkiem forów i serwisów społecznościowych) zostały podzielone na neutralne, pozytywne i negatywne. Jako neutralne traktowano wszystkie te publikacje, które pozbawione były wszelkich dodatkowych komentarzy i ocen, a tym samym stanowiły jedynie źródło obiektywnych faktów i danych. Za publikacje o charakterze pozytywnym uznawano te, które przedstawiały zagadnienie w korzystnym świetle. Natomiast jako negatywne uznawano wszelkie materiały przekazujące informacje czy też opinie autorów, które nie sprzyjają tworzeniu dobrego wizerunku medialnego.

Źródłem danych do analizy poza materiałami pochodzącymi z monitoringu powyższych mediów były cenniki reklamowe tytułów prasowych oraz poszczególnych portali internetowych i stacji telewizyjnych. Obliczanie wartości ekwiwalentu reklamowego odbyło się poprzez zmierzenie powierzchni zamieszczonych artykułów (w przypadku prasy i internetu) oraz przemnożenie ich przez pozycje cennikowe związane z umiejscowieniem analizowanego materiału.

Raport składa się z trzech podstawowych części:

▣ Rozdział I – Korporacje IT

Statystyka medialna dotycząca korporacji IT, które znalazły się w pierwszej setce listy Fortune 2013 w kategoriach: Computers Office Equipment, Computer Software, Internet Services and Retailing oraz Information Technology Services.

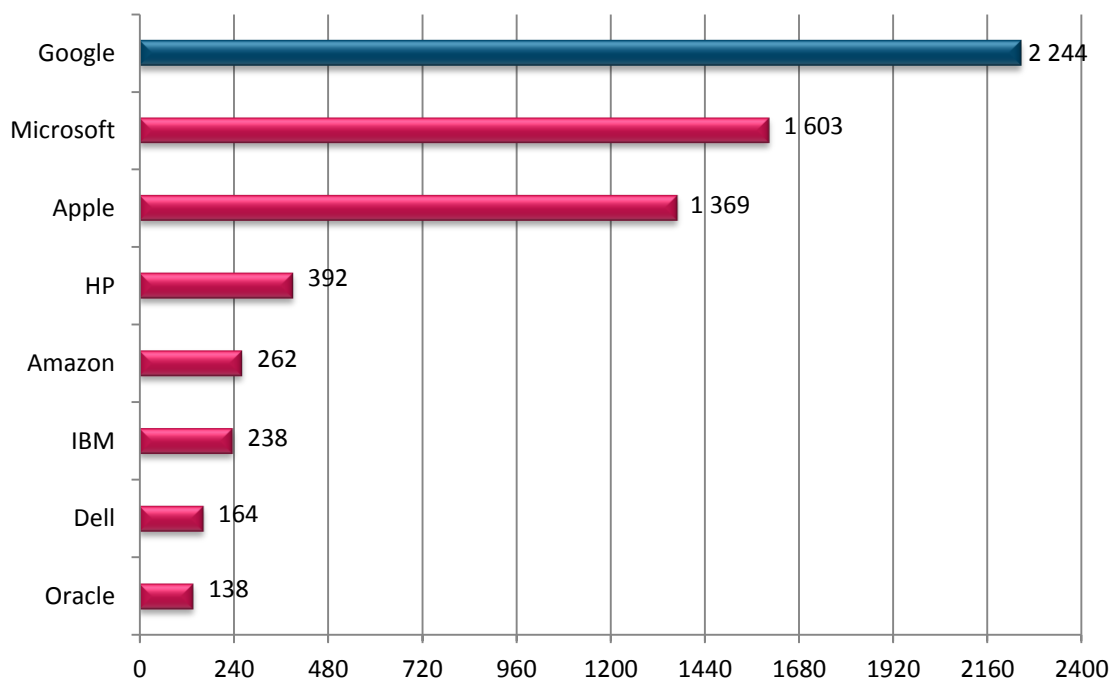
▣ Rozdział II – Mobilne systemy operacyjne

Statystyka medialna dotycząca mobilnych systemów operacyjnych wybranych na podstawie udziału w rynku w I Q 2013 według badań IDC.

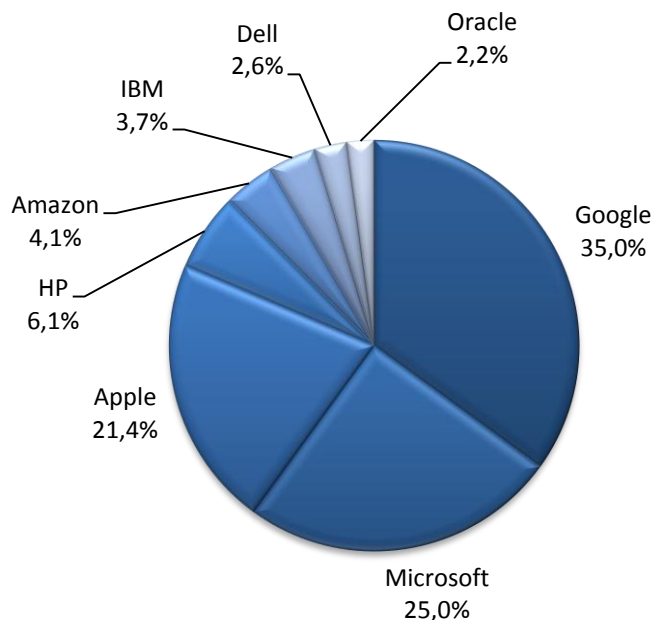
▣ Rozdział III – Przeglądarki

Statystyka medialna dotycząca przeglądarek desktopowych wybranych na podstawie udziału w rynku według badań StatCounter (dane za marzec 2013)

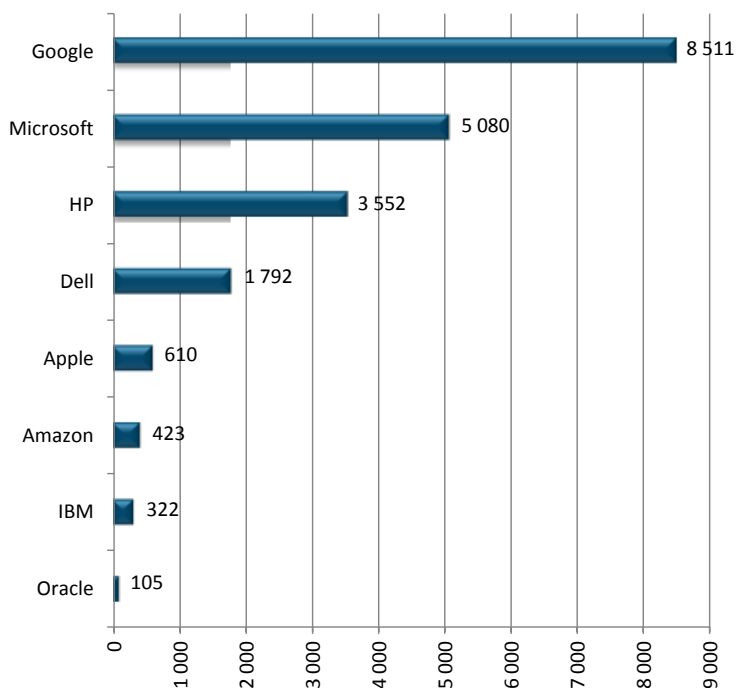
Rozdział I – Korporacje IT



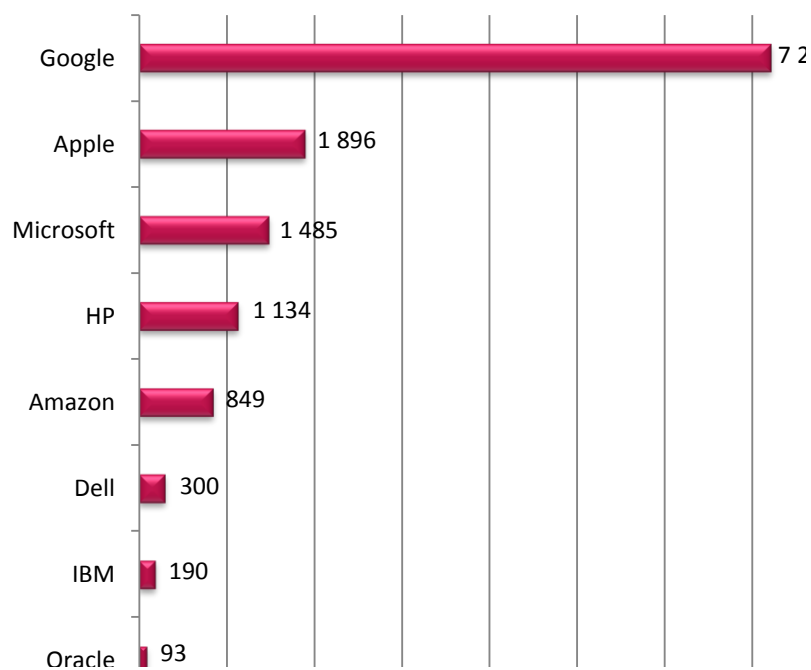
Wykres 1. Liczba informacji na temat korporacji IT – branżowe portale internetowe



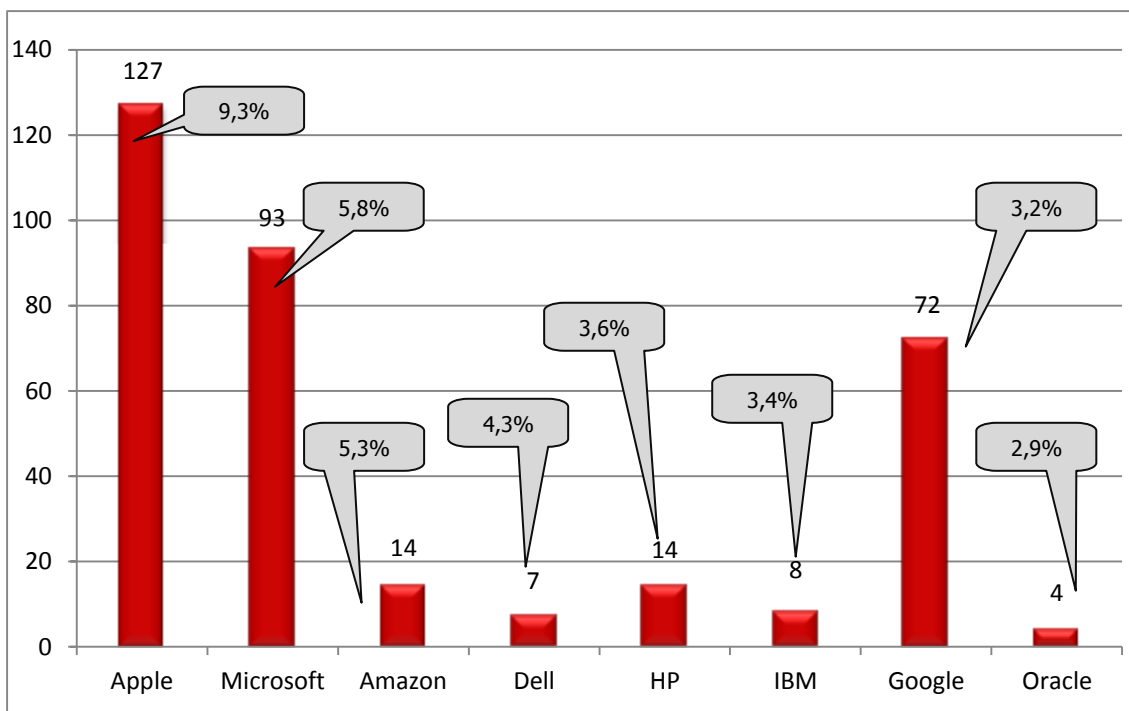
Wykres 2. Udział procentowy informacji na temat korporacji IT – branżowe portale internetowe



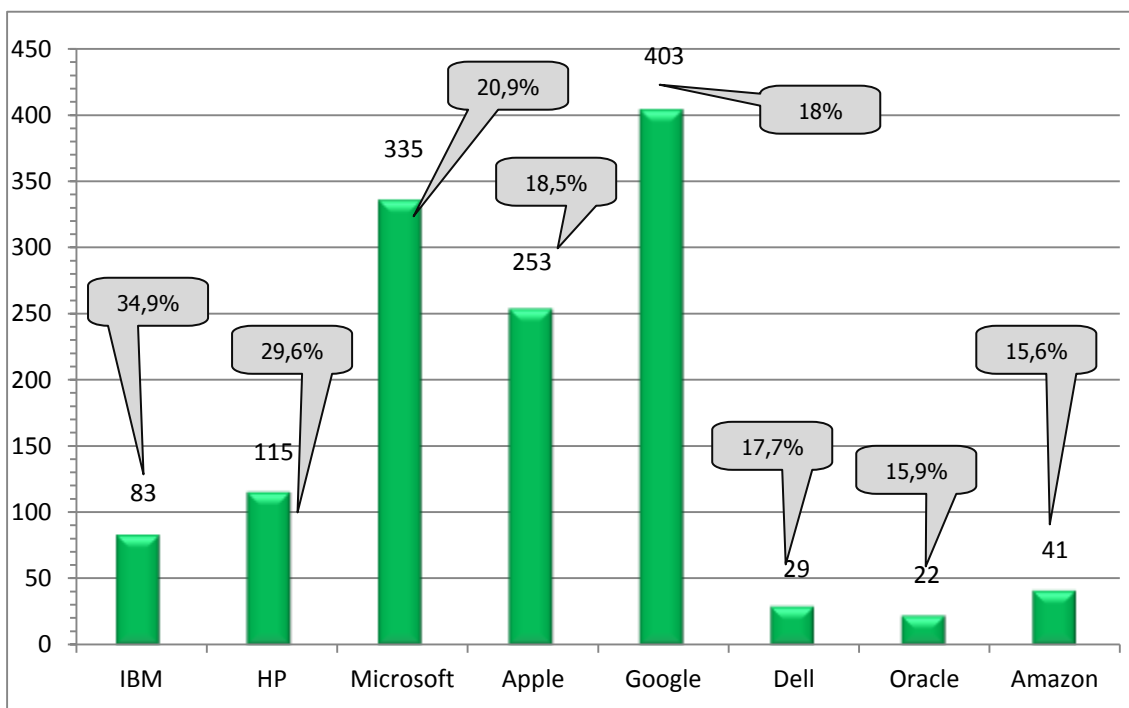
Wykresy 3. Liczba informacji na temat korporacji IT – fora internetowe



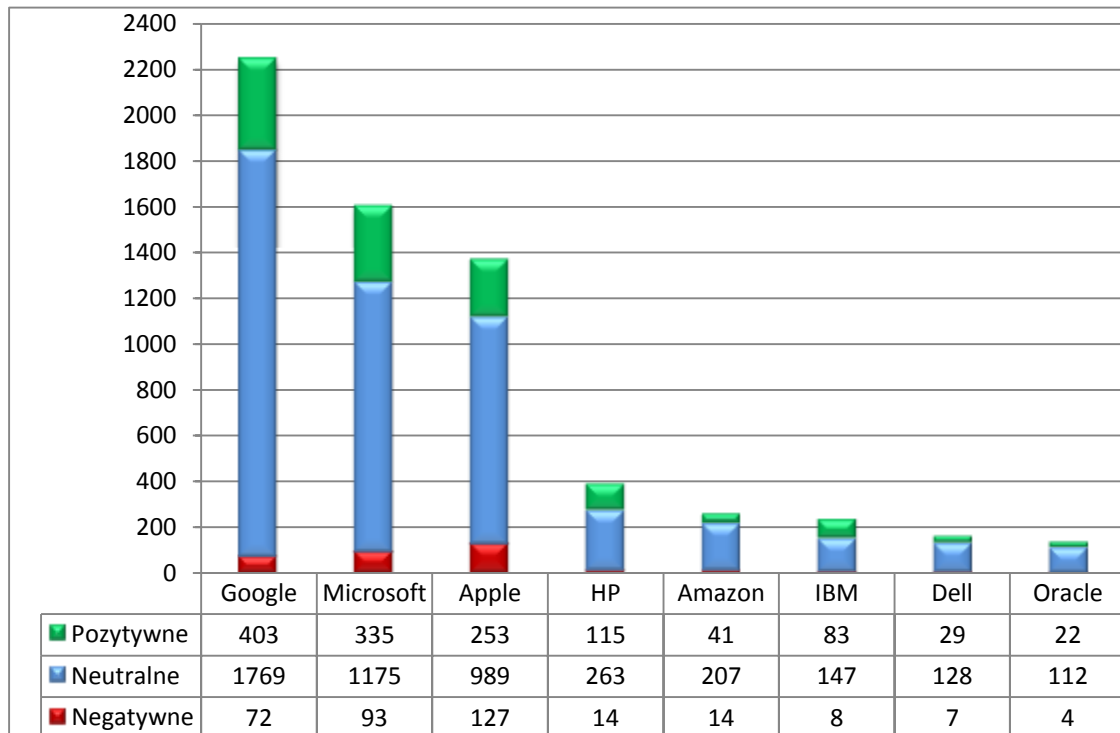
Wykresy 4. Liczba informacji na temat korporacji IT – social media



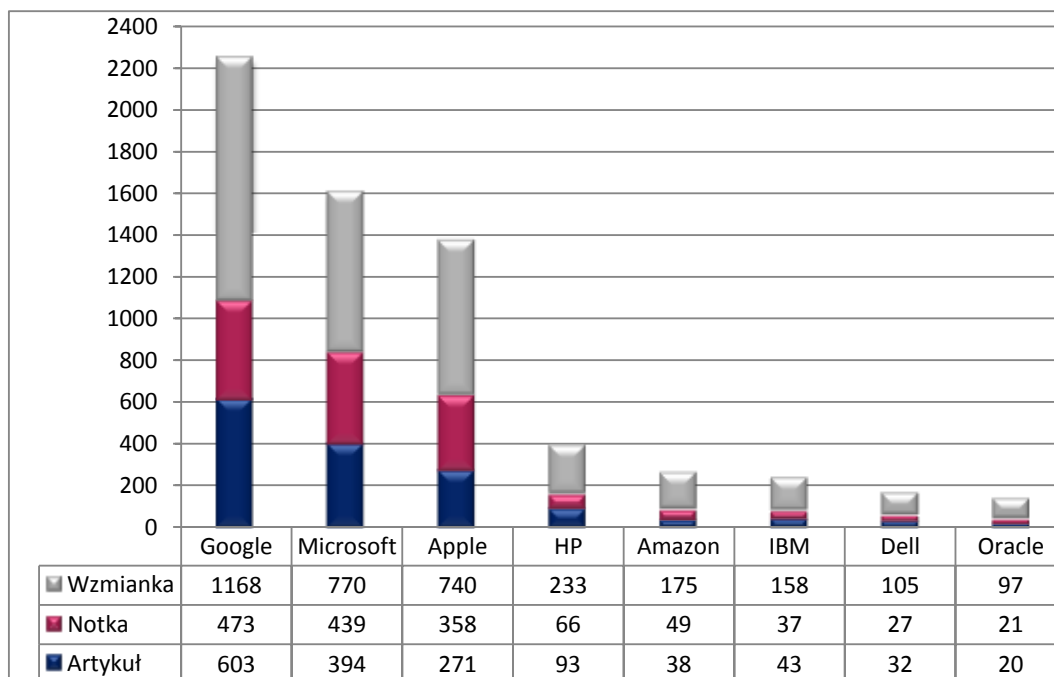
Wykres 5. Liczba informacji negatywnych na temat korporacji IT wraz z udziałem procentowym w całości przekazu na temat podmiotu – branżowe portale internetowe



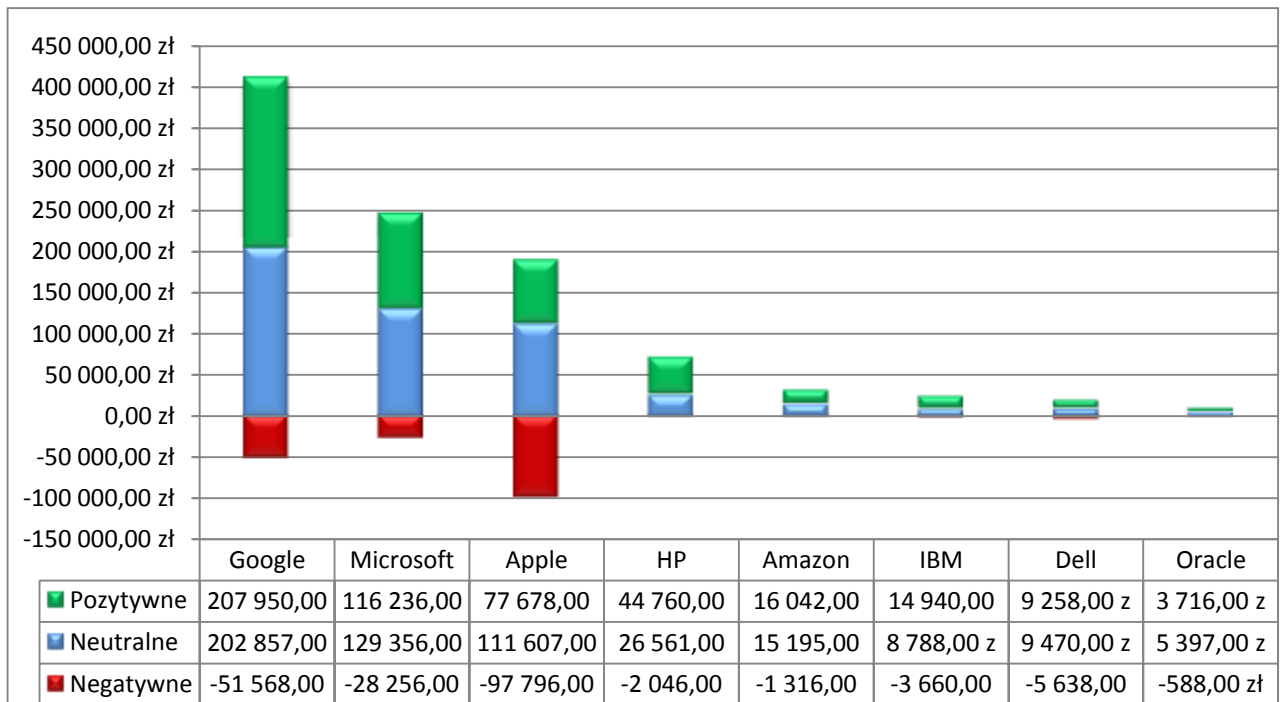
Wykres 6. Liczba informacji pozytywnych na temat korporacji IT wraz z udziałem procentowym w całości przekazu na temat podmiotu – branżowe portale internetowe



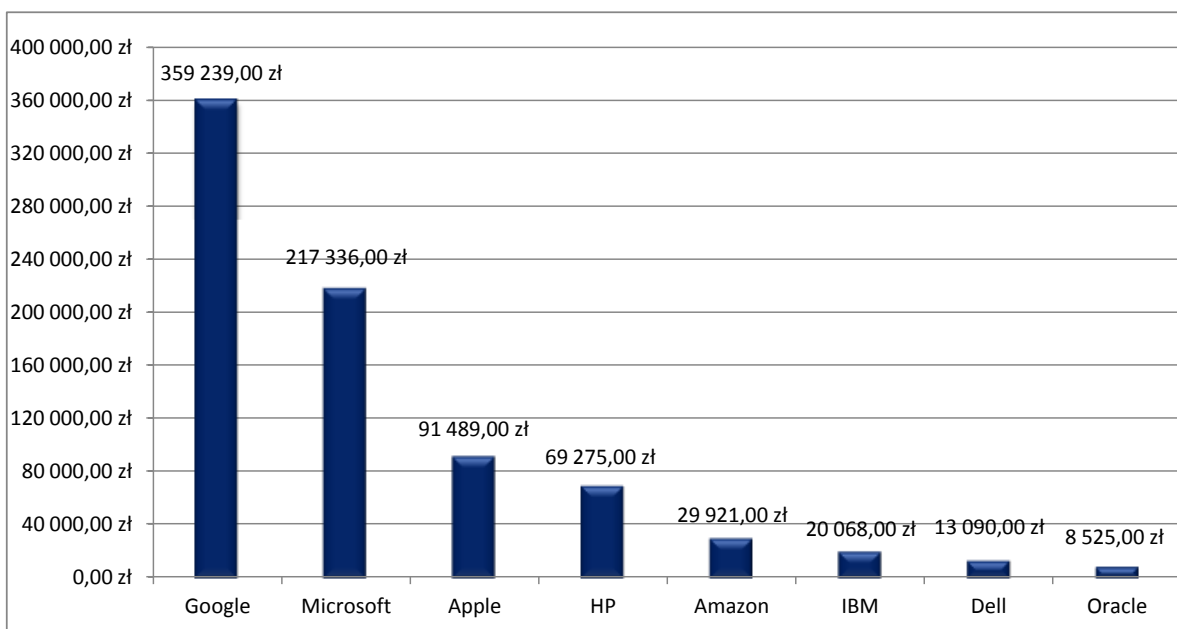
Wykres 7. Liczba informacji na temat korporacji IT z uwzględnieniem wydźwięku – branżowe portale internetowe



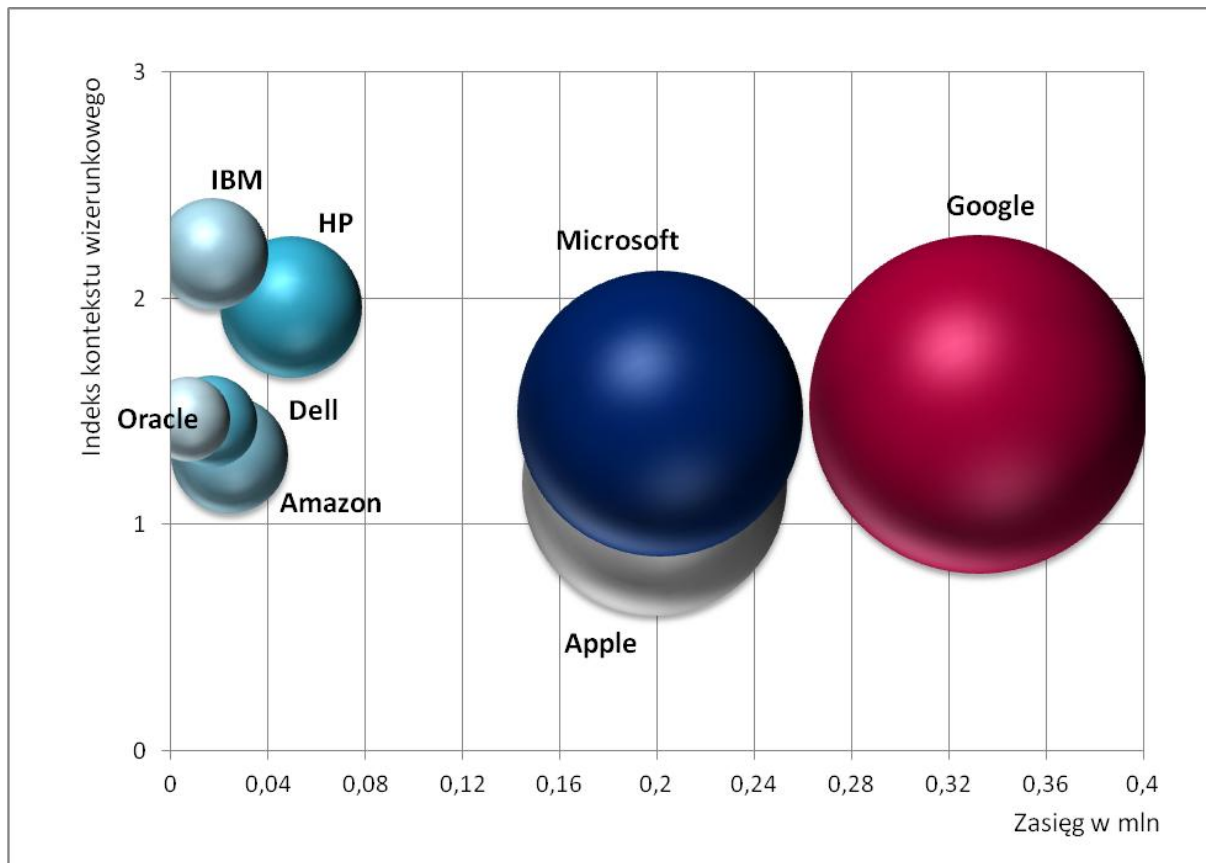
Wykres 8. Liczba informacji na temat korporacji IT z uwzględnieniem rozmiaru informacji – branżowe portale internetowe



Wykres 9. Ekwivalent reklamowy zweryfikowany z wydźwiękiem informacji na temat korporacji IT w podziale na publikacje pozytywne, neutralne i negatywne – branżowe portale internetowe



Wykres 10. Suma ekwiwalentu reklamowego zweryfikowanego z wydźwiękiem informacji na temat korporacji IT – branżowe portale internetowe



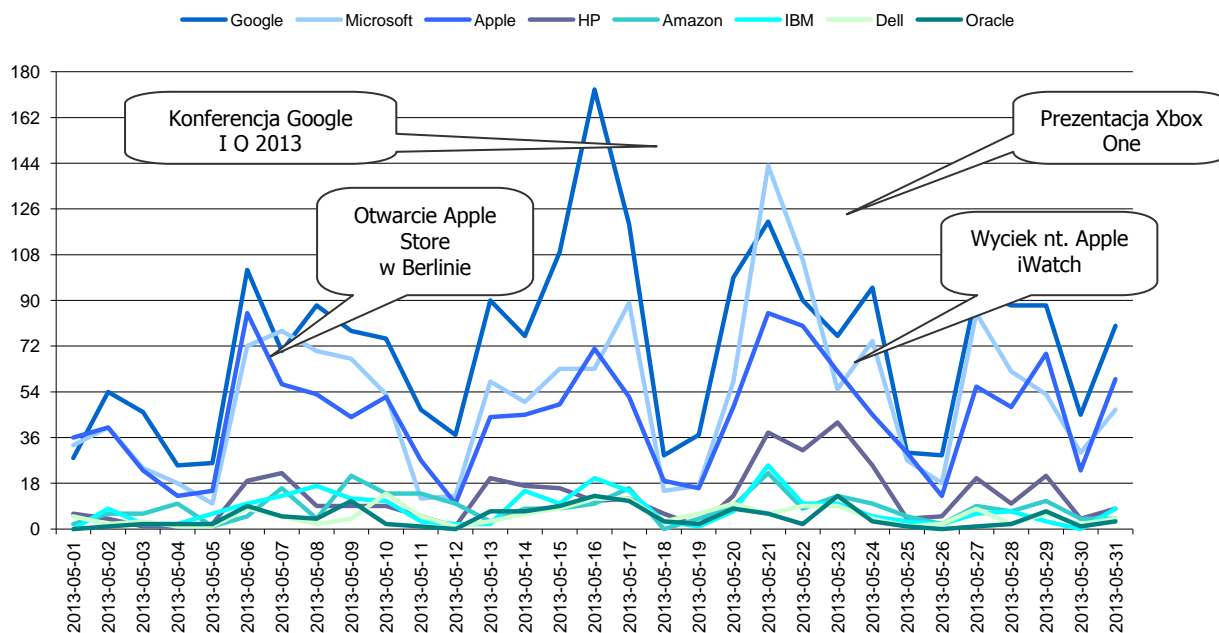
Wykres 11. Mapa benchmarkingowa korporacji IT – branżowe portale internetowe

Favorability - indeks kontekstu wizerunkowego. Wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału negatywnego) do 5 (dla materiału pozytywnego). Wartość 1 przyjmują informacje o wydźwięku neutralnym.

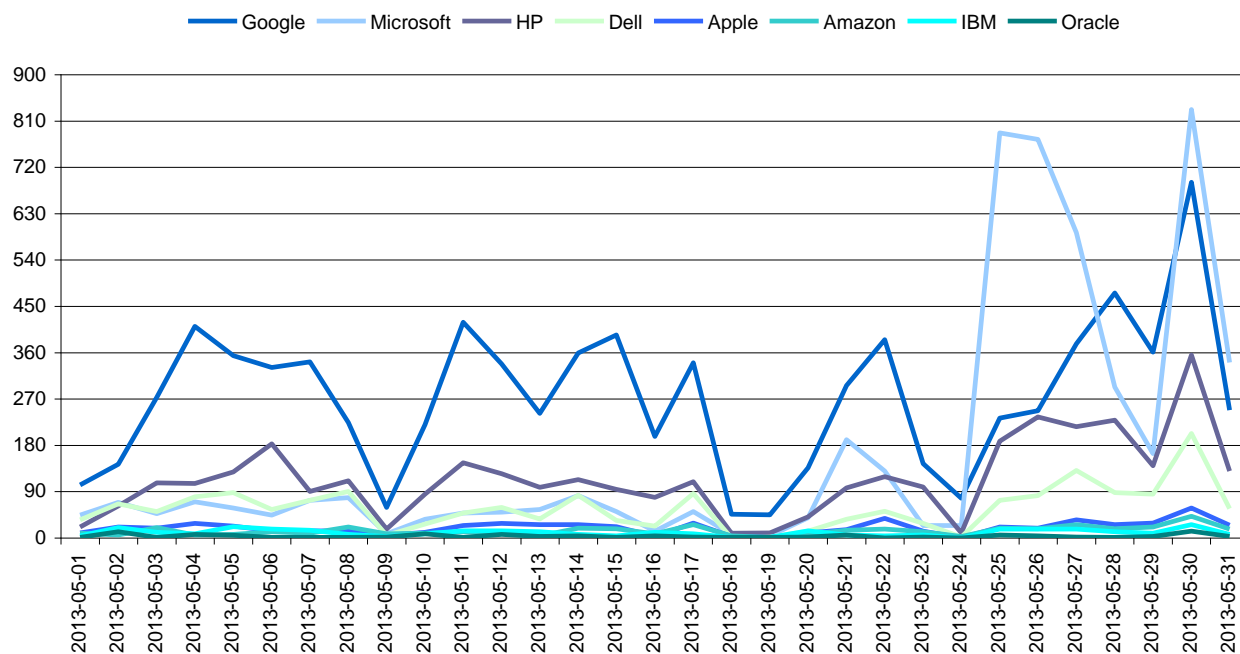
Range - zasięg informacji wyrażony w potencjalnej liczbie kontaktów z czytelnikami (w mln).

Wielkość kuli - oznacza liczbę publikacji.

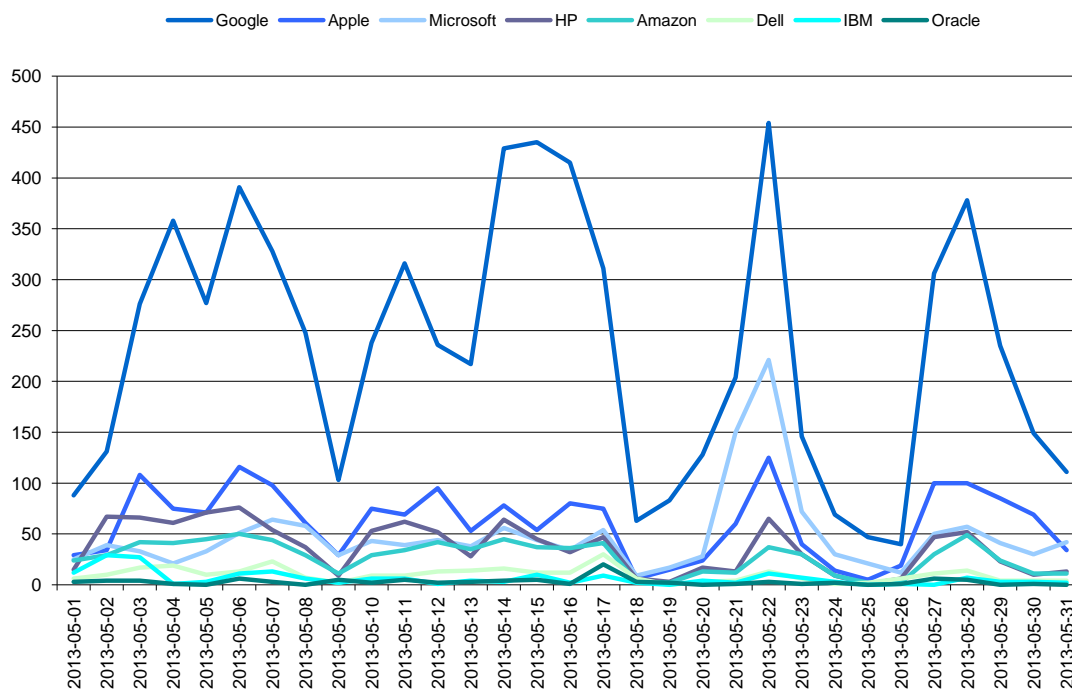
Położenie kuli ukazuje zarówno średni wydźwięk przekazów medialnych, a także ich zasięg, osiągnięty za sprawą danej liczby publikacji. Najlepsza pozycja na wykresie to prawy górny róg (oznacza, że pozytywne informacje miały bardzo duży zasięg), najgorsza pozycja to prawy dolny róg (negatywny przekaz, który dotarł do bardzo szerokiego grona odbiorców).



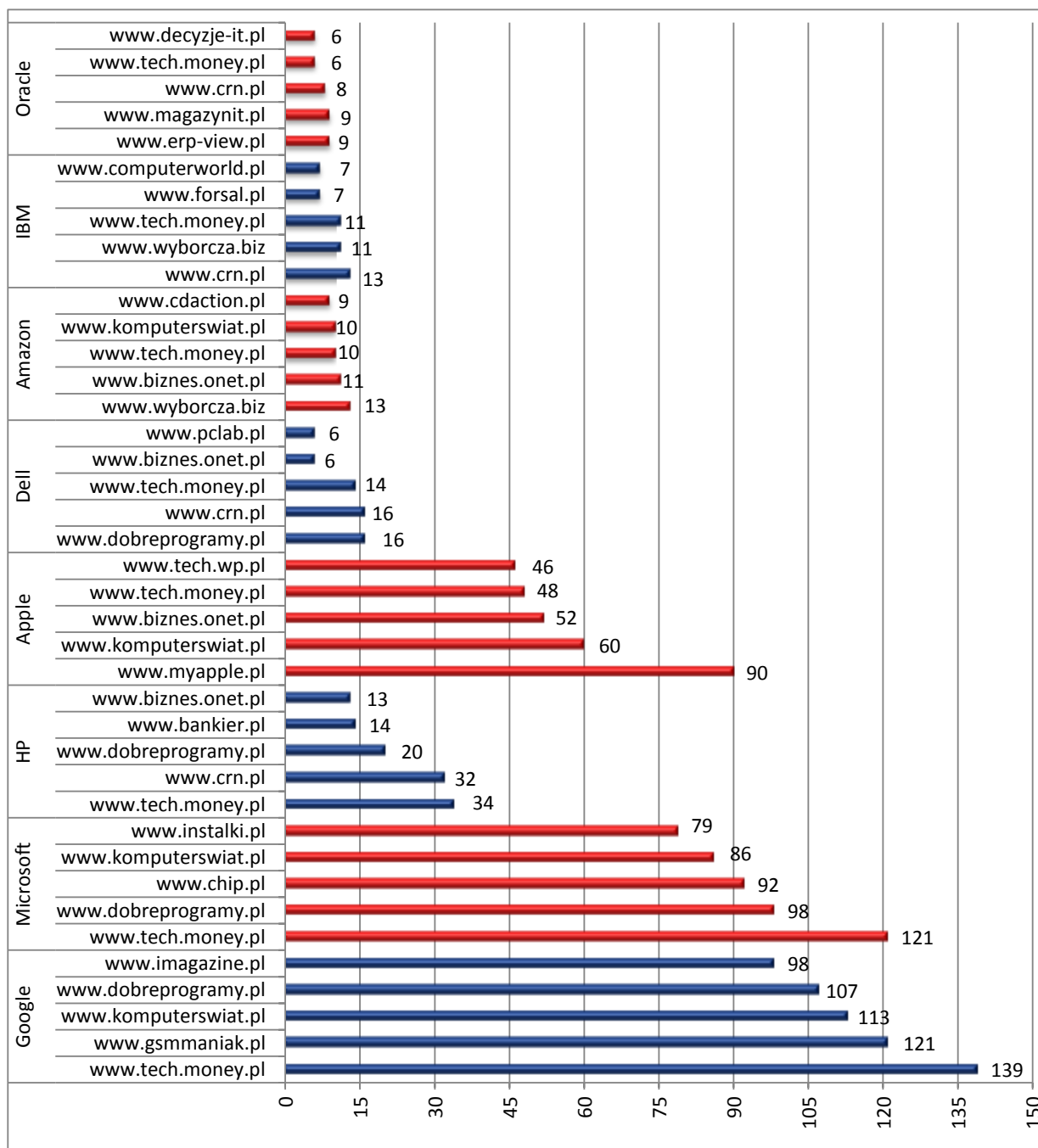
Wykres 12. Liczba informacji na temat korporacji IT na przestrzeni analizowanego miesiąca – branżowe portale internetowe



Wykres 13. Liczba informacji na temat korporacji IT na przestrzeni analizowanego miesiąca - fora internetowe

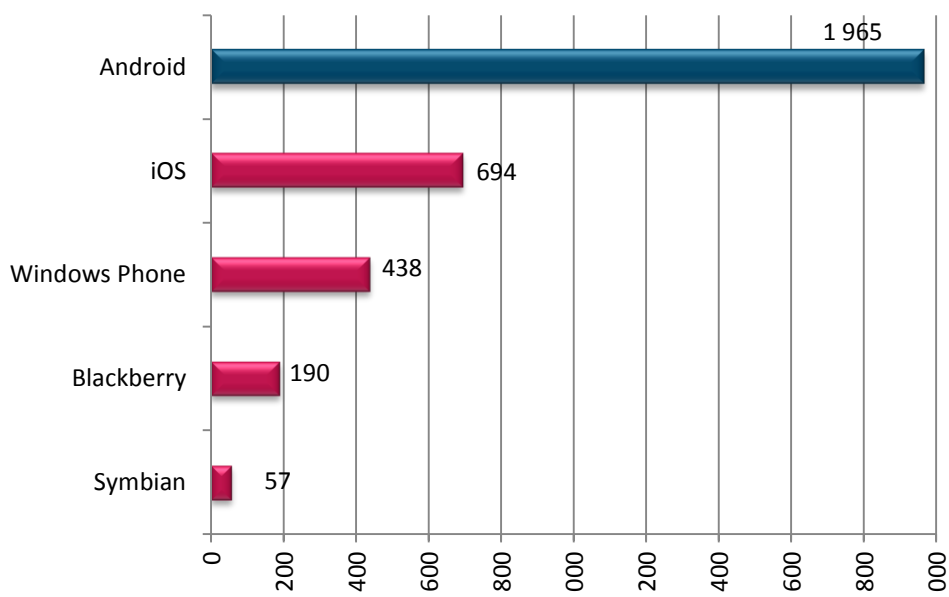


Wykres 14. Liczba informacji na temat korporacji IT na przestrzeni analizowanego miesiąca - social media

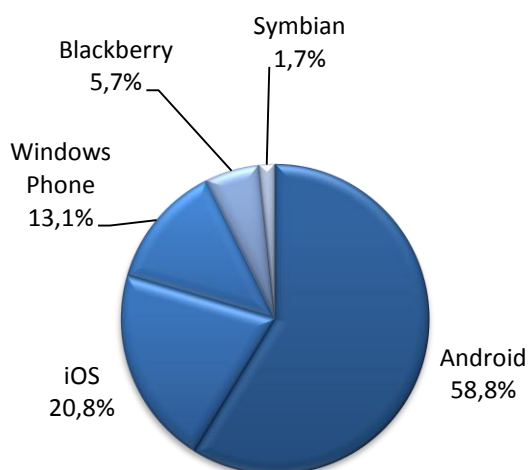


Wykres 15. Liczba informacji na temat korporacji IT w najaktywniejszych branżowych portalach internetowych

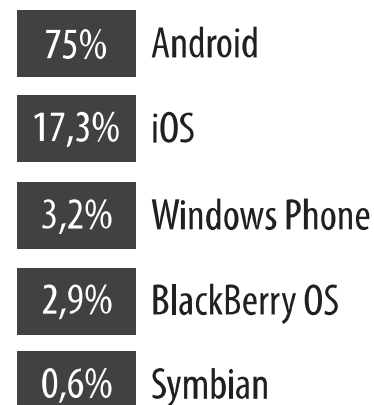
Rozdział II – Mobilne systemy operacyjne



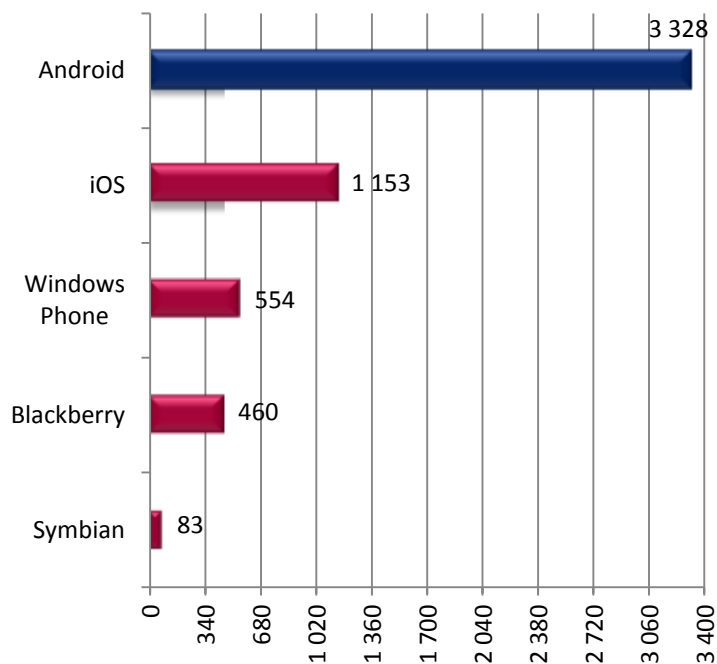
Wykres 16. Liczba informacji na temat mobilnych systemów operacyjnych w internecie – branżowe portale internetowe



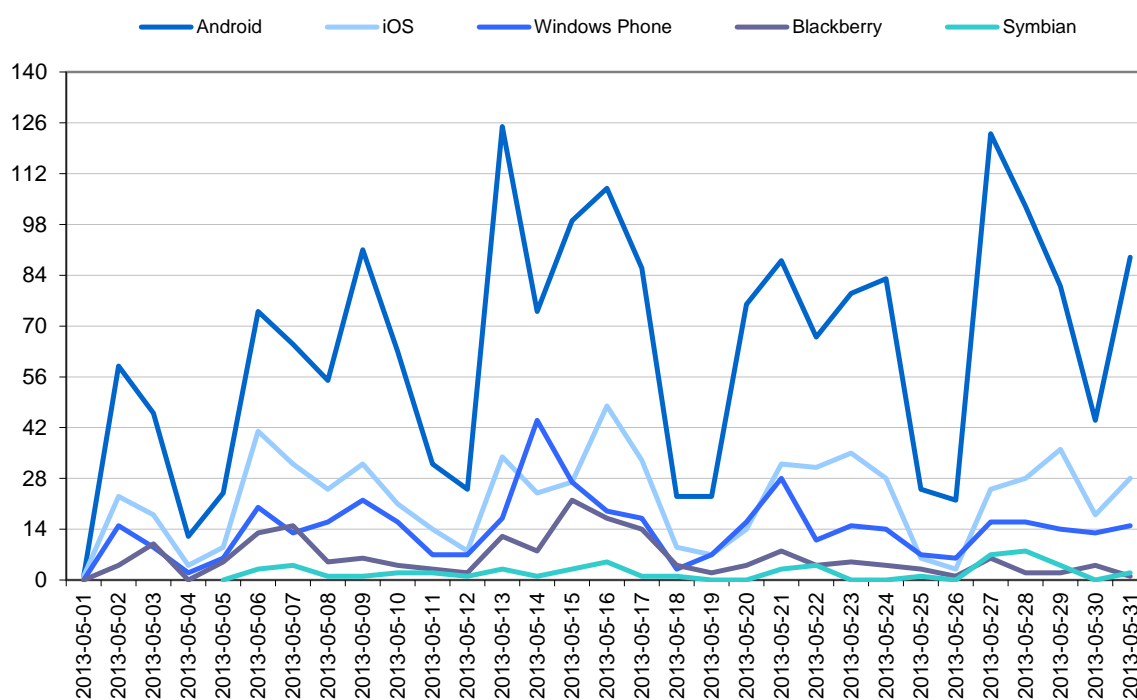
1Q 2013 - udział w rynku



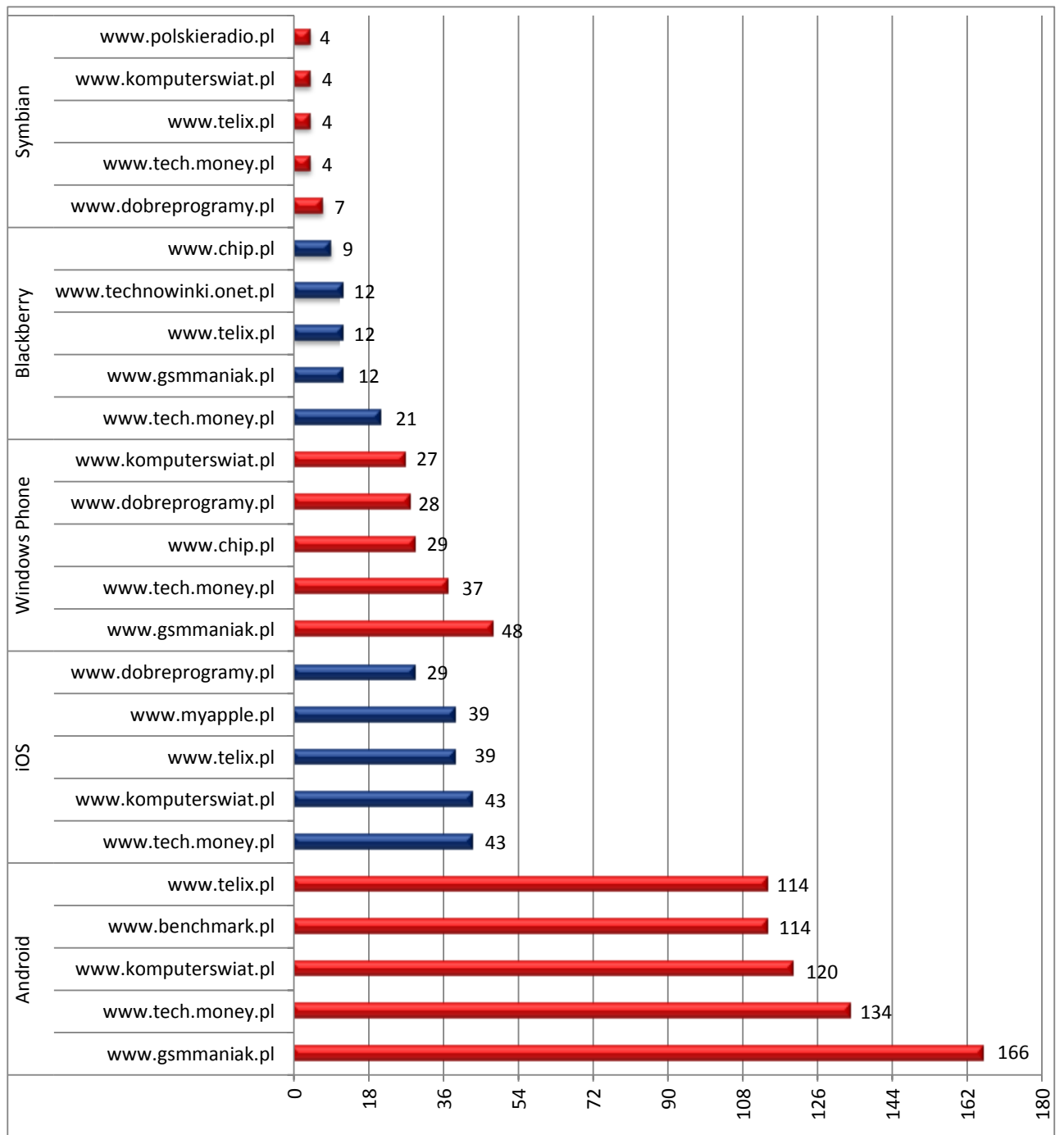
Wykres 17. Udział procentowy informacji na temat mobilnych systemów operacyjnych w internecie – branżowe portale internetowe



Wykres 18. Liczba informacji na temat mobilnych systemów operacyjnych – social media

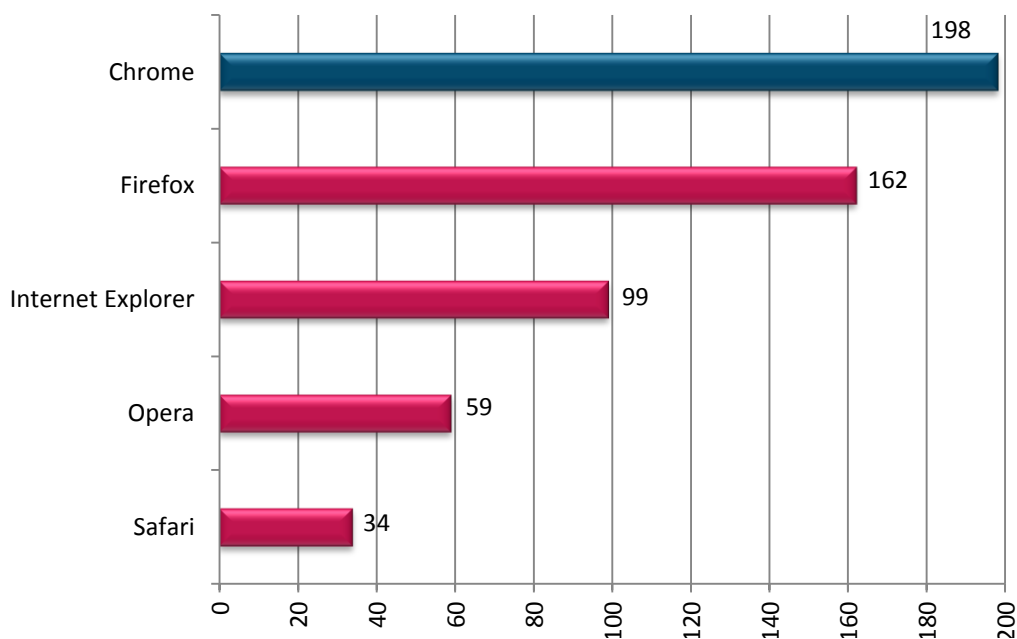


Wykres 19. Liczba informacji na temat mobilnych systemów operacyjnych na przestrzeni analizowanego miesiąca – branżowe portale internetowe

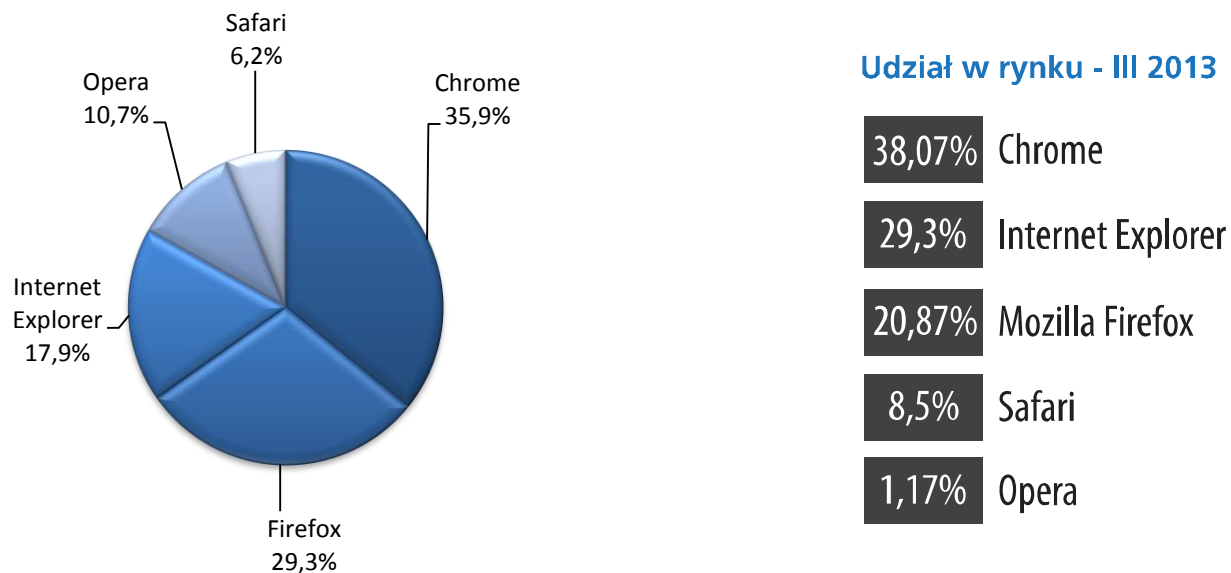


Wykres 20. Liczba informacji na temat mobilnych systemów operacyjnych w najaktywniejszych branżowych portalach internetowych

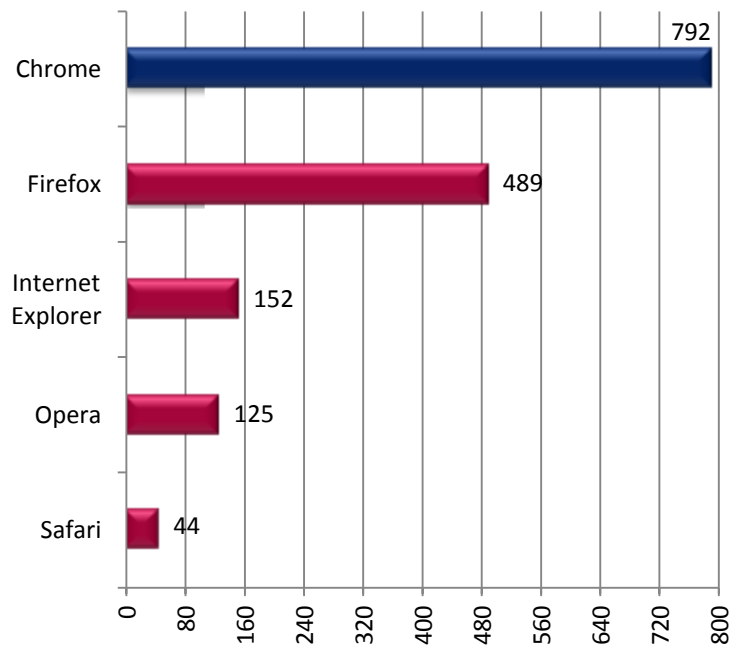
Rozdział III – Przeglądarki internetowe



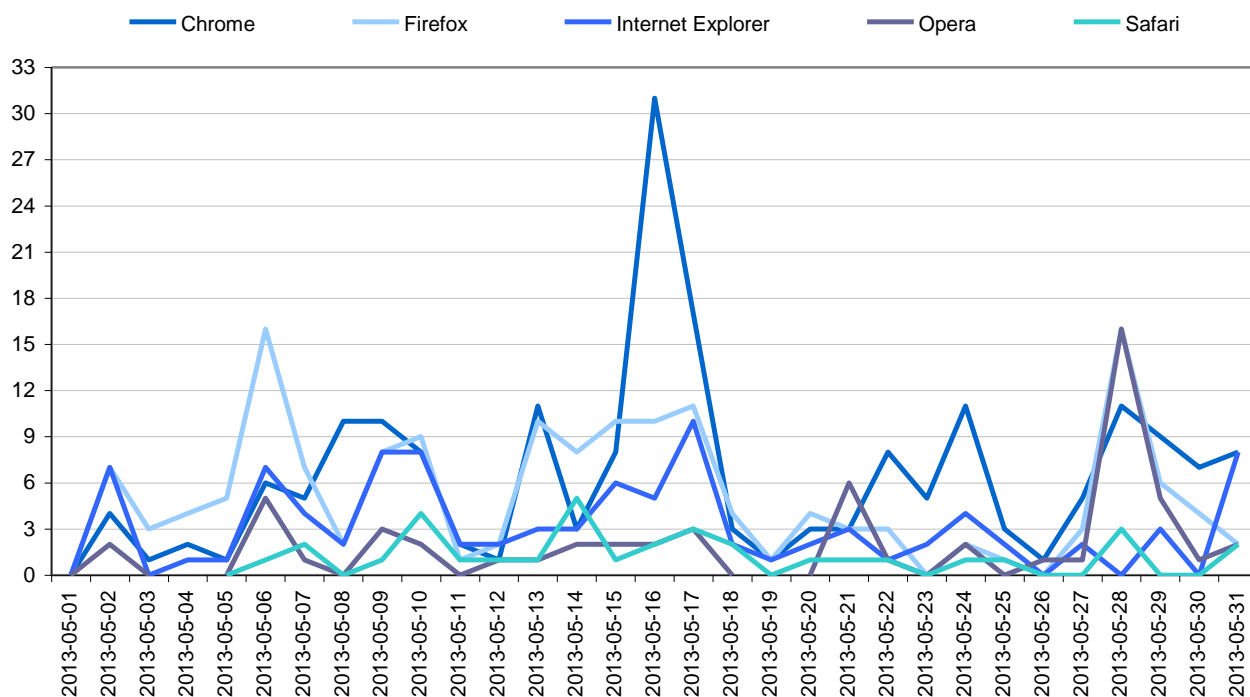
Wykres 21. Liczba informacji na temat przeglądark desktopowych w internecie – branżowe portale internetowe



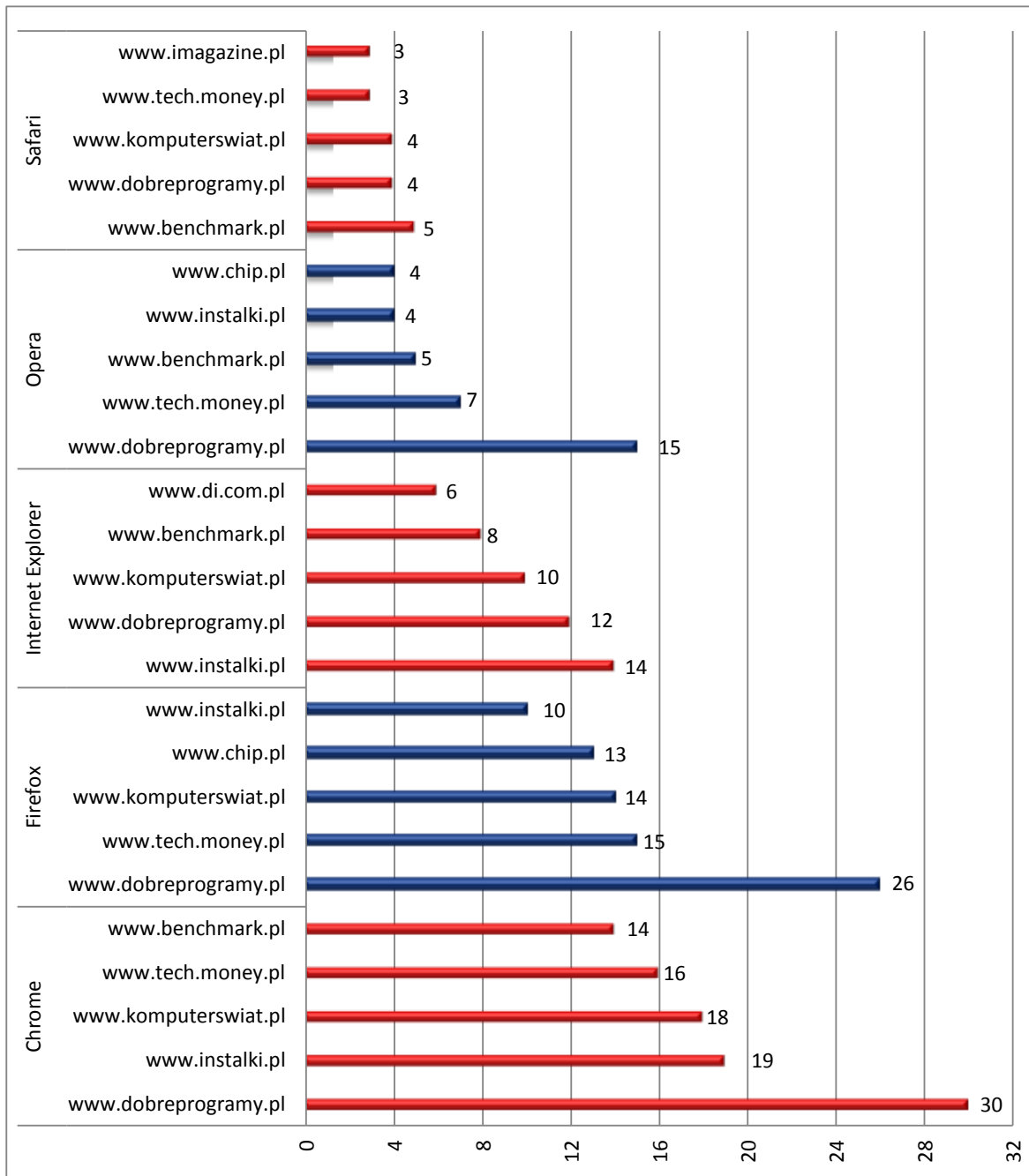
Wykres 22. Udział procentowy informacji na temat przeglądark desktopowych w internecie – branżowe portale internetowe oraz porównanie z ich udziałem w rynku



Wykres 23. Liczba informacji na temat przeglądarek desktopowych – social media



Wykres 24. Liczba informacji na temat przeglądarek desktopowych na przestrzeni analizowanego miesiąca – branżowe portale internetowe



Wykres 25. Liczba informacji na temat przeglądarek w najaktywniejszych branżowych portalach internetowych



WITAJ W ŚWIECIE INFORMACJI

Usługi monitoringu mediów i analiz medialnych

ul. Grunwaldzka 19
60-782 Poznań
tel. +48 61 66 26 005; fax wew. 115
biuro@press-service.com.pl
www.press-service.com.pl

Oddział Warszawa
ul. Polna 40
00-635 Warszawa
tel. +48 22 31 30 180/182; fax wew. 20