

FRAME

MMA

ANALIZA MEDIALNA | 22.05.2018 – 31.12.2022



O N A S

ANALIZUJEMY PRZEKAZ I MEDIA

Dążymy do zaspokajania rosnących potrzeb informacyjnych przedsiębiorstw, instytucji i osób, dostarczając im kompleksowe rozwiązania informacyjne oparte o wiedzę z mediów i nowoczesne technologie. Pomagamy budować pozytywny wizerunek medialny, zwiększając efektywność oraz wzmacniając pozycję rynkową naszych Klientów.

AGENDA

PRZEKAZ MEDIALNY NA TEMAT FAME MMA
W MEDIACH TRADYCYJNYCH

STRONA 6

FAME MMA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

STRONA 16

PODSUMOWANIE

STRONA 21



FAME MMA W PRZEKAZIE MEDIALNYM

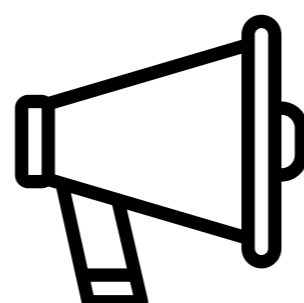
ANALIZA BADANIA

Na podstawie materiałów zebranych w okresie od 22 maja 2018 roku do 31 grudnia 2022 roku opracowano raport podsumowujący przekaz medialny na temat organizacji FAME MMA. Analizie poddano publikacje które ukazały się w mediach tradycyjnych (prasa, internet, radio i telewizja) oraz w mediach społecznościowych.



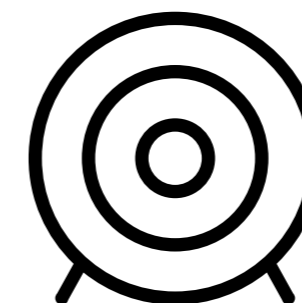
BADANIE MEDIALNE

Analiza obecności w mediach FAME
MMA



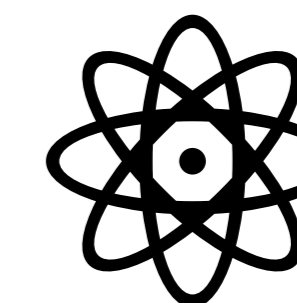
ILE KOMUNIKOWANO

Dane zebrano z ponad 1000 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych, 100 stacji radiowych i telewizyjnych oraz dostępnych profili społecznościowych.



GDZIE KOMUNIKOWANO

Analiza mediów, w których pojawiały się zagadnienia dotyczące analizowanego tematu w podziale na profil oraz konkretne źródła.



ANALIZA JAKOŚCIOWA

W badaniu skupiono się na zaprezentowaniu tematyki, kontekstu w jakim występuje FAME MMA.

METODOLOGIA

- **Dotarcie** - wskaźnik pozwalający na oszacowanie liczby kontaktów z publikacjami. Uwzględnia zmienne odnoszące się do realnych zachowań odbiorców – sposobów i częstotliwości korzystania z kanałów przekazu.
- **Ekwiwalent reklamowy szacunkowy (AVE)** – wycena danego przekazu określana w pieniądzu (w złotych). Polega na szacowaniu wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odsłon, liczby unikatowych użytkowników, czy czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie trzeba byłoby wydać, gdyby dany materiał był reklamą.

W wycenie szacunkowej określa się cenę całej publikacji.

Ze względu na zakres tematyczny zgromadzone źródła informacji medialnych podzielono na **cztery profile**:

- **Media specjalistyczne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne podejmujące tematy związane z wybraną dziedziną. Mediami specjalistycznymi są: „Personel i Zarządzanie”, moto.pl, TVN Turbo itp.
- **Media regionalne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne prowadzące swoją działalność na określonym terenie i skierowane do społeczności lokalnych. Zwykle są to media ogólnoinformacyjne związane z konkretnym województwem.
- **Media ogólnoinformacyjne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne o zasięgu ogólnopolskim, publikujące najważniejsze wiadomości z różnych dziedzin. Mediami ogólnoinformacyjnymi są: „Rzeczpospolita”, wp.pl, Program III Polskiego Radia itp.
- **Media sportowe** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne zajmujące się tematyką związaną ze sportem. Mediami sportowymi są: mma.pl, sportowefakty.wp.pl, sport.se.pl itp..



1

ROZDZIAŁ

**FAME MMA
W MEDIACH TRADYCYJNYCH**

PODSUMOWANIE PRZEKAZU

43 042

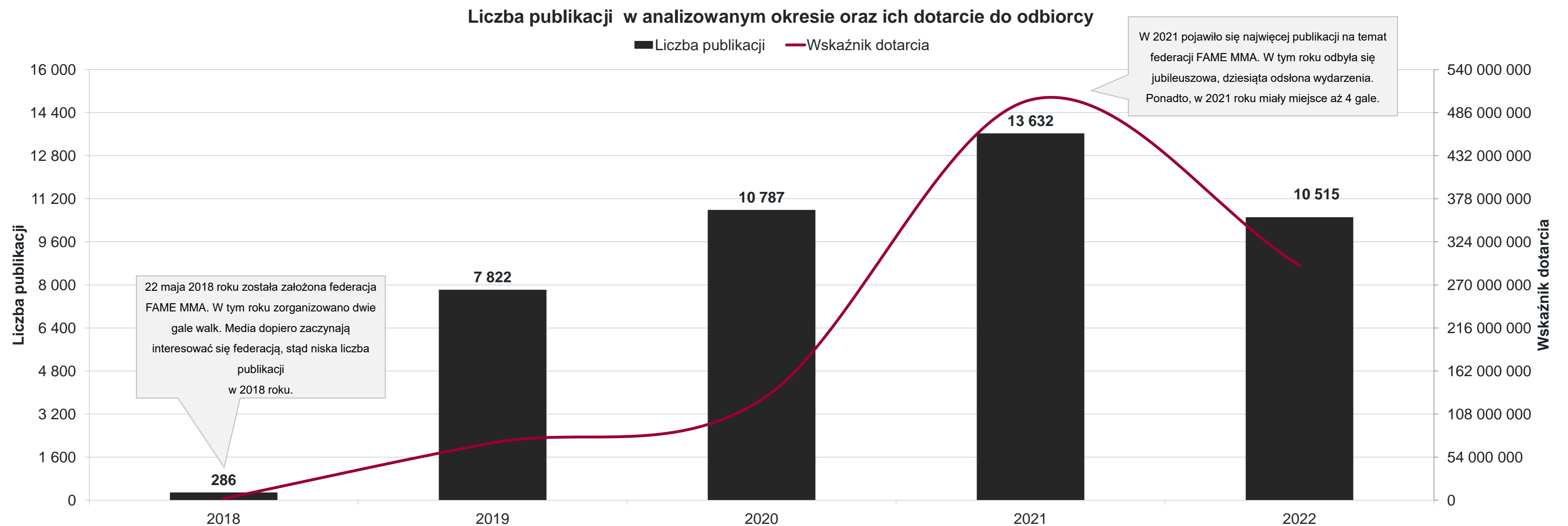
996 508 012

230 775 415 zł

LICZBA PUBLIKACJI

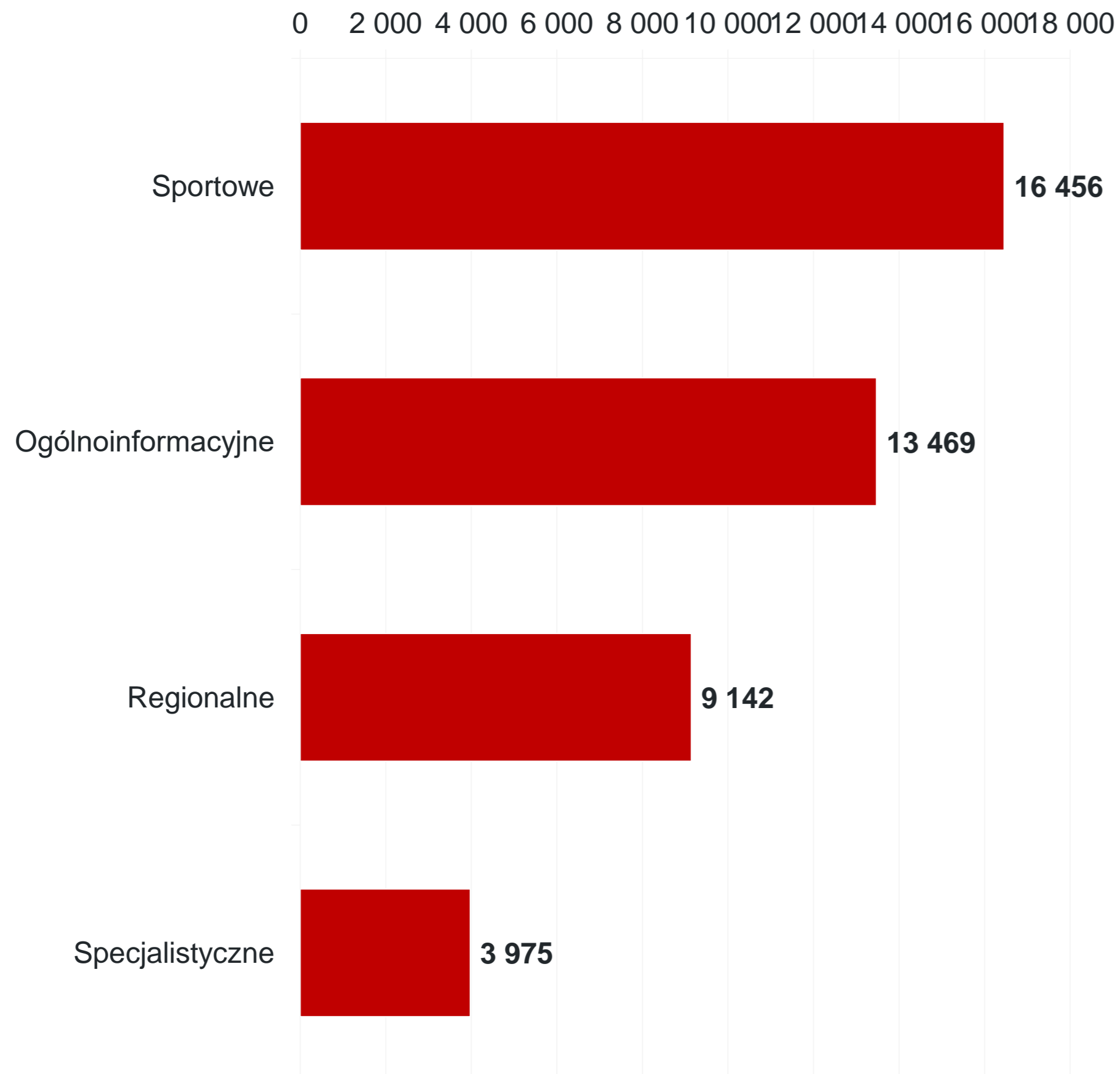
DOTARCIE PRZEKAZU

SZACUNKOWA WARTOŚĆ AVE

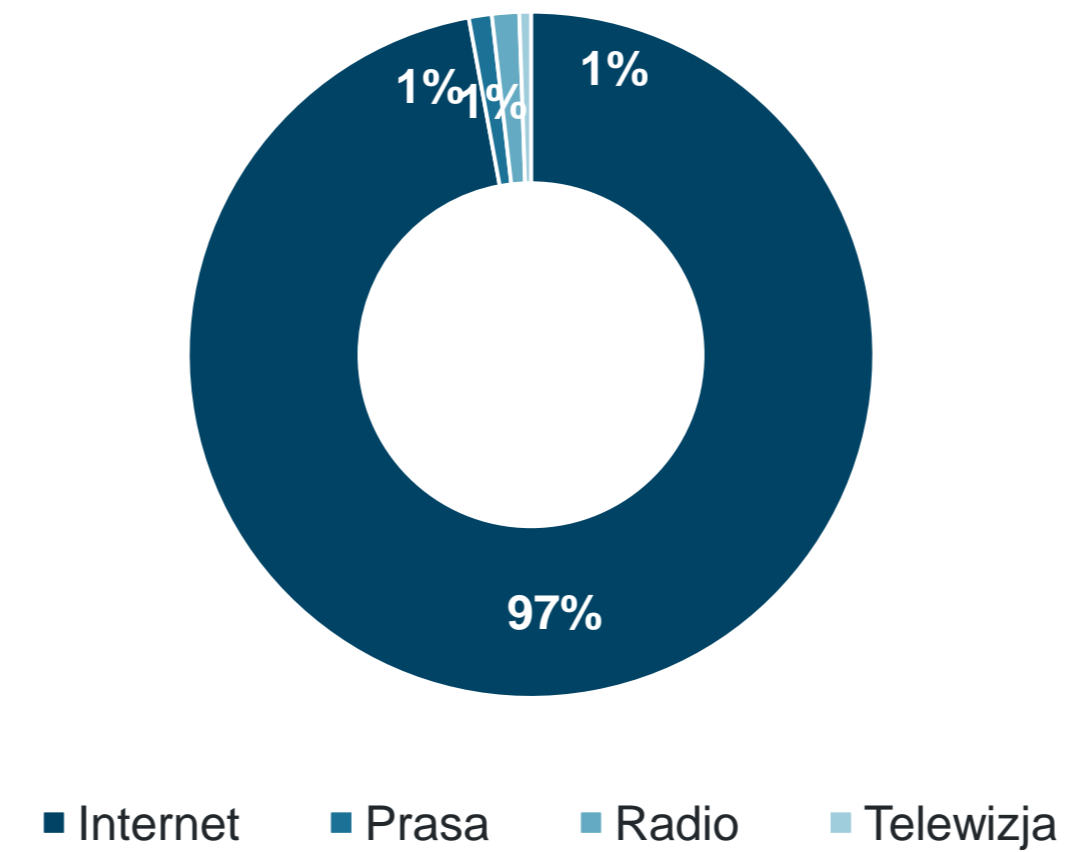


PROFIL, RODZAJ, ZASIĘG MEDIUM

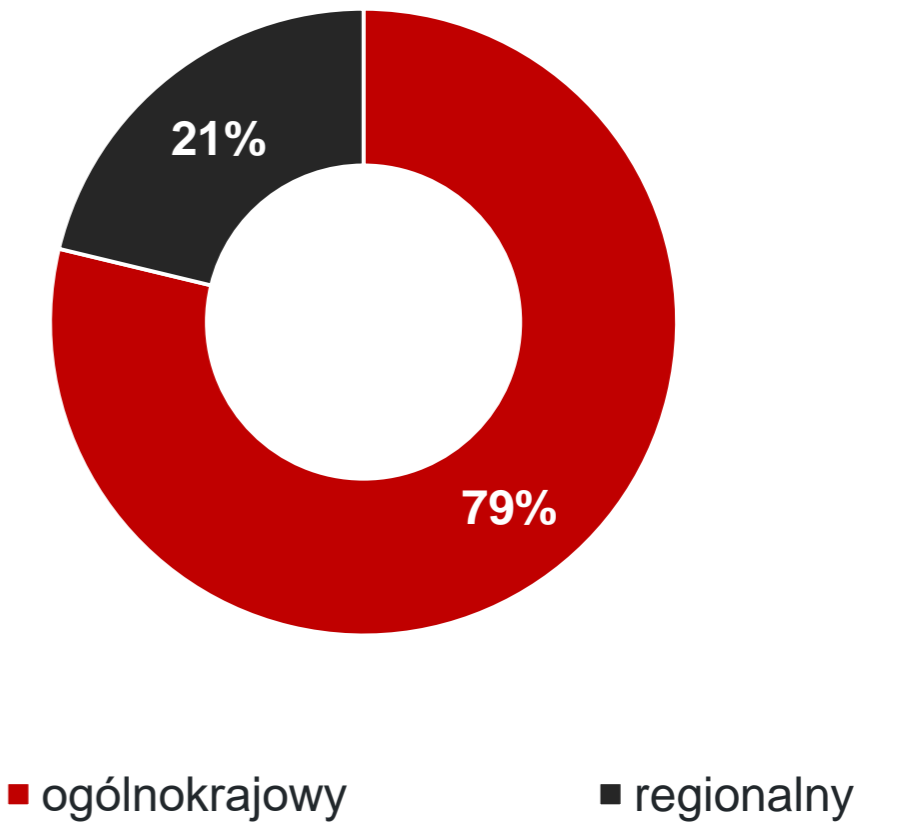
Media z uwzględnieniem profilu i liczby publikacji



Liczba i udział % publikacji z uwzględnieniem rodzaju medium



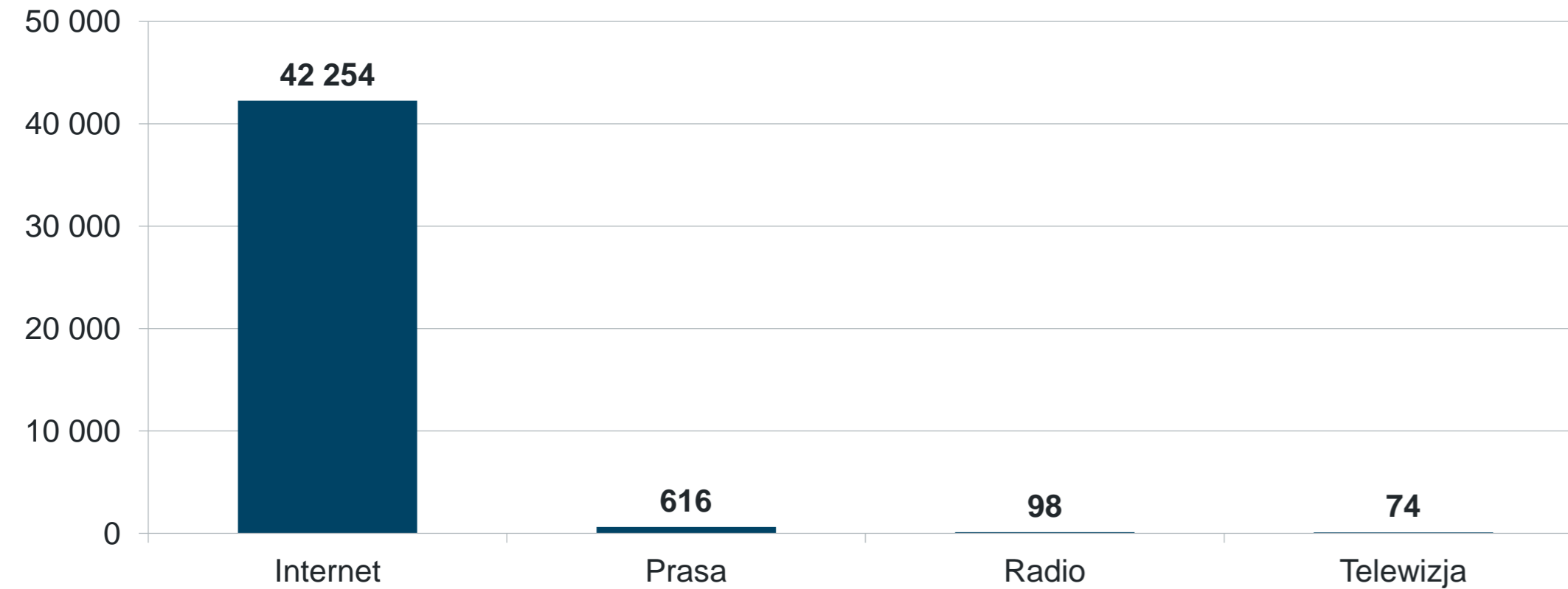
Liczba i udział % publikacji z uwzględnieniem zasięgu medium



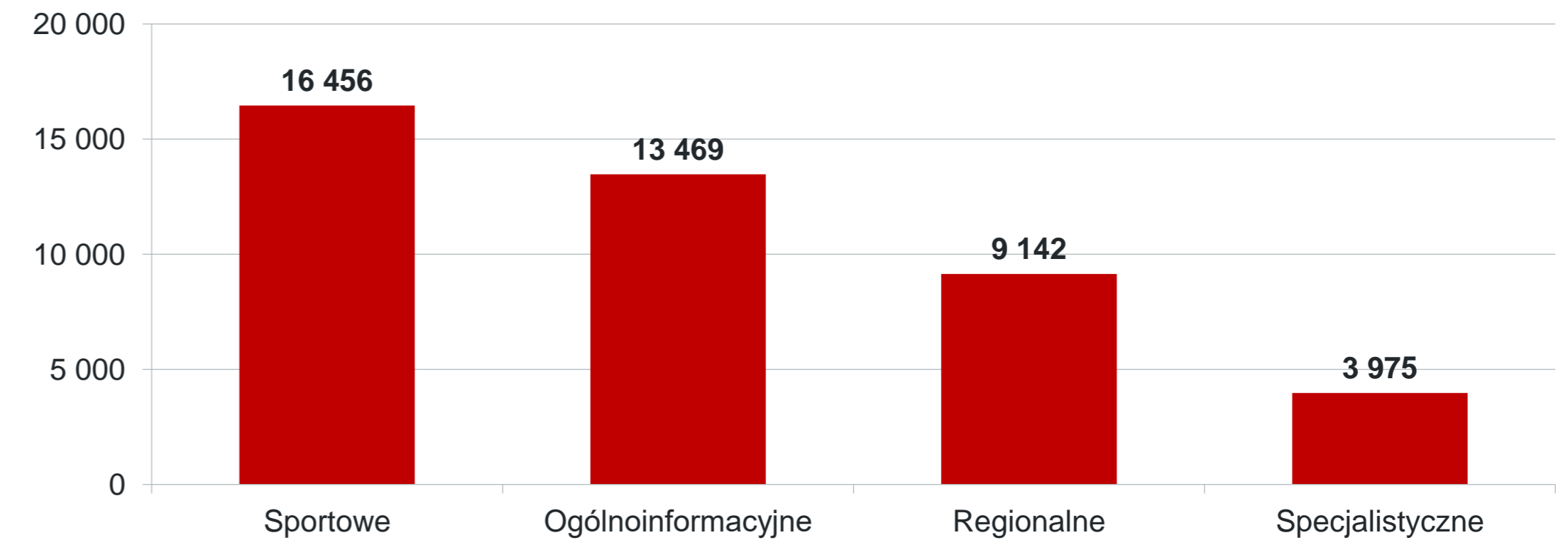
Wzmianki na temat FAME MMA pojawiły się głównie na ogólnokrajowych portalach internetowych. Spory odsetek publikacji odnotowano również w mediach sportowych o zasięgu ogólnokrajowym. Wpłynęły one na wysoki zasięg przekazu.

RODZAJ, PROFIL MEDIUM, DOTARCIE PUBLIKACJI

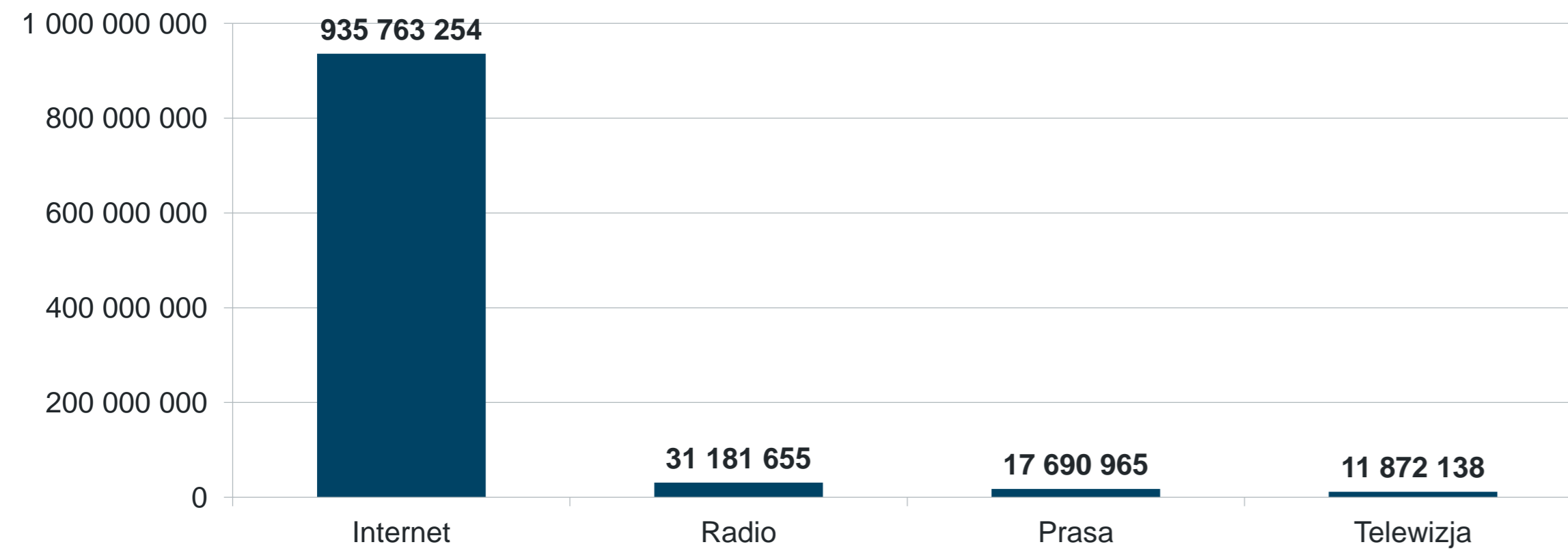
Liczba publikacji według rodzaju medium



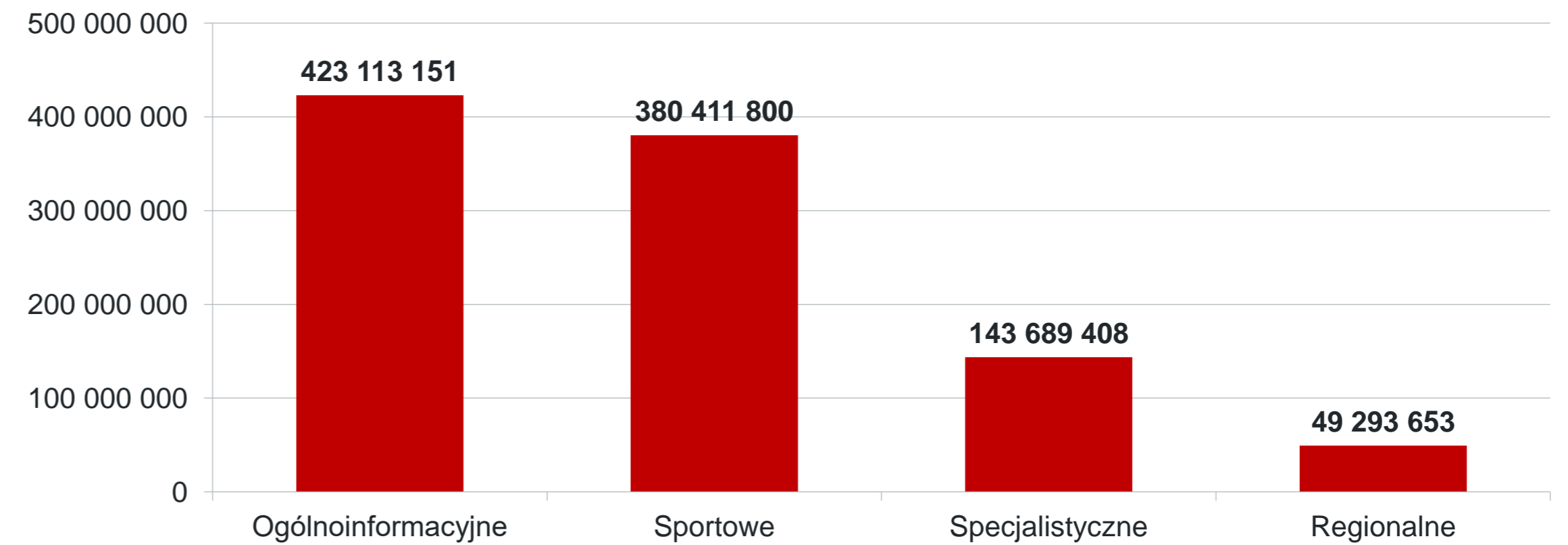
Liczba publikacji według profilu medium



Dotarcie publikacji według rodzaju medium

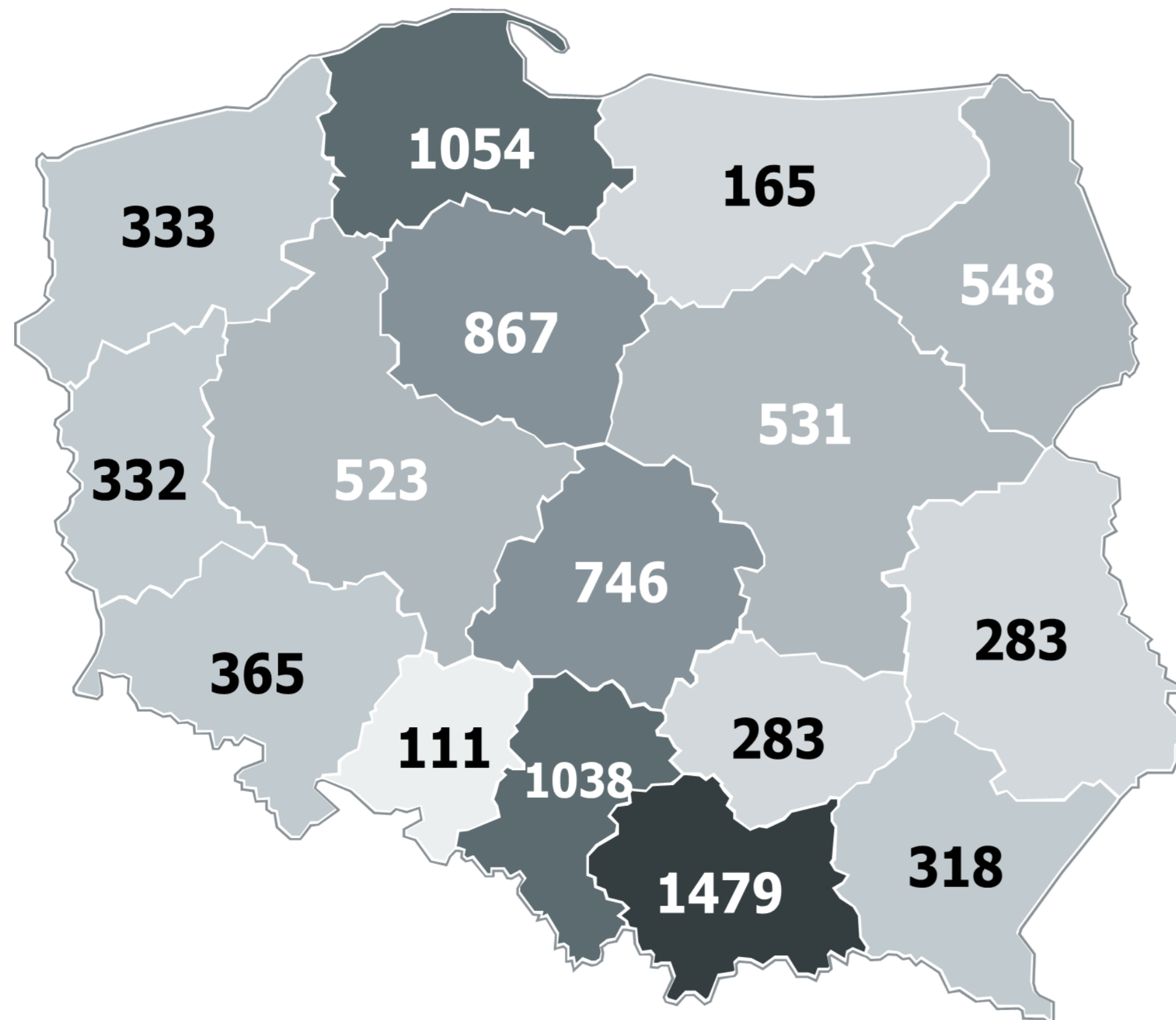


Dotarcie publikacji według profilu medium

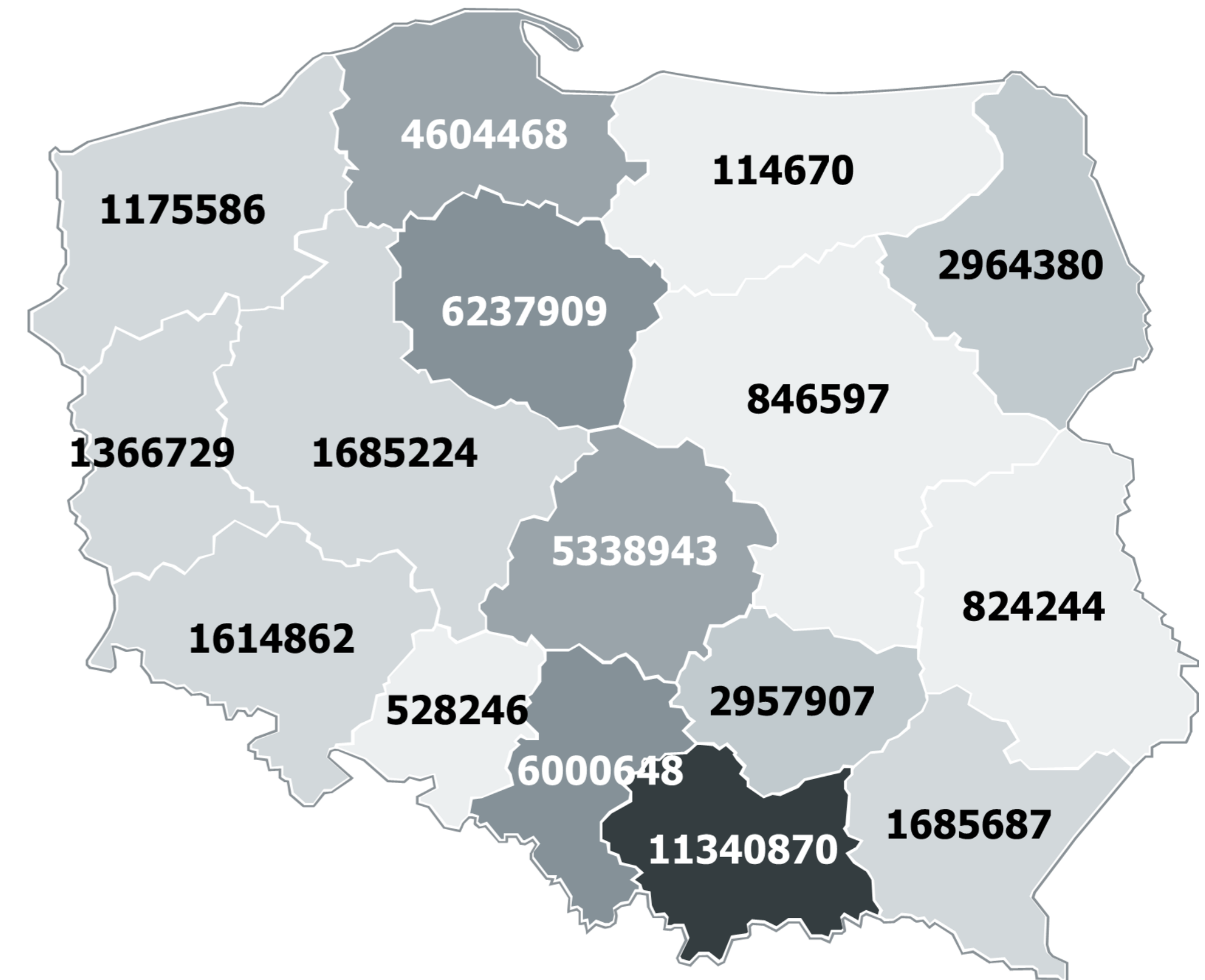


AKTYWNOŚĆ MEDIÓW REGIONALNYCH

LICZBA PUBLIKACJI



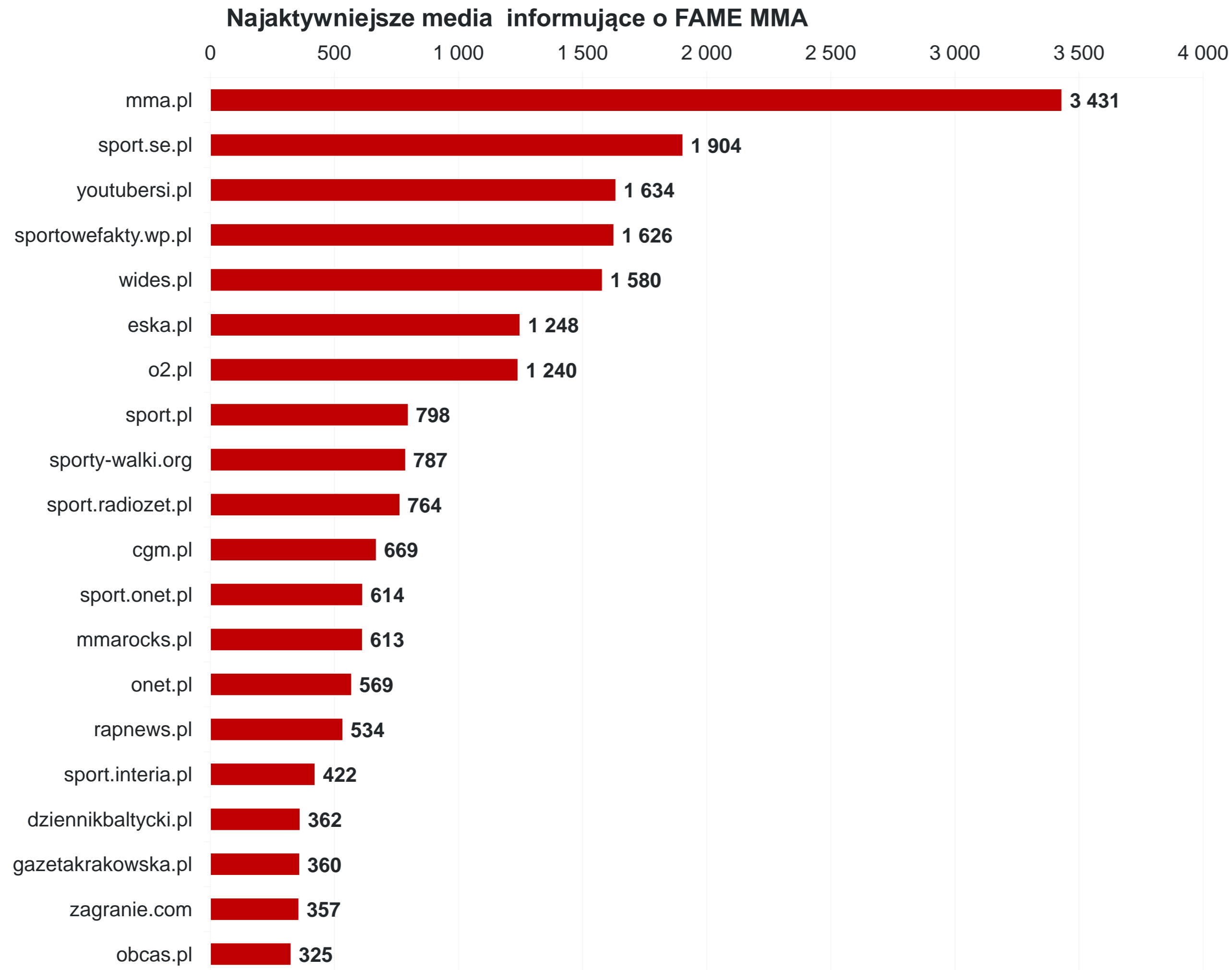
DOTARCIE PUBLIKACJI



Mapa prezentuje liczbę publikacji regionalnych w każdym województwie. Im ciemniejszy kolor województwa na mapie, tym więcej publikacji regionalnych ukazało się na jego obszarze.

Mapa prezentuje liczbę realnych kontaktów z informacjami zawartymi w mediach regionalnych w każdym województwie. Im ciemniejszy kolor województwa na mapie, tym więcej potencjalnych kontaktów odbiorców mediów z przekazem.

NAJAKTYWNIJSZE MEDIA



2 239

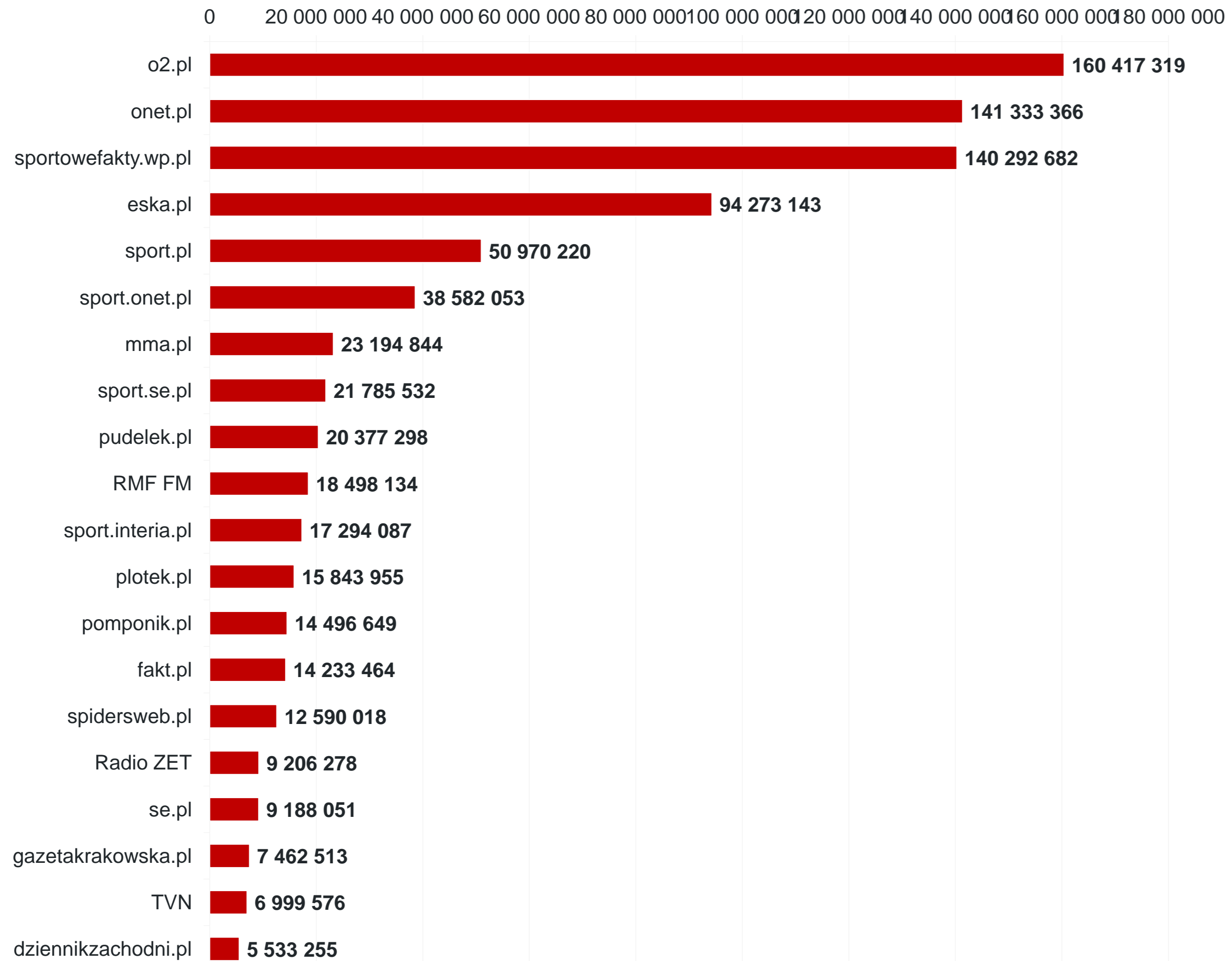
Tyle źródeł informowało w analizowanym okresie na temat FAME MMA.

Materiały na badany temat opublikowane zostały przez 2078 portali internetowych, 122 tytułów prasowych i 39 stacji RTV.

Do największego grona odbiorców dotarły informacje na portalach mma.pl i sport.se.pl. Spory odsetek informacji pojawił się na portalach ogólnoinformacyjnych o2.pl, eska.pl czy onet.pl, które pojawiły się w zestawieniu top 20 najaktywniejszych mediów zarówno pod względem liczby publikacji jak i zasięgu.

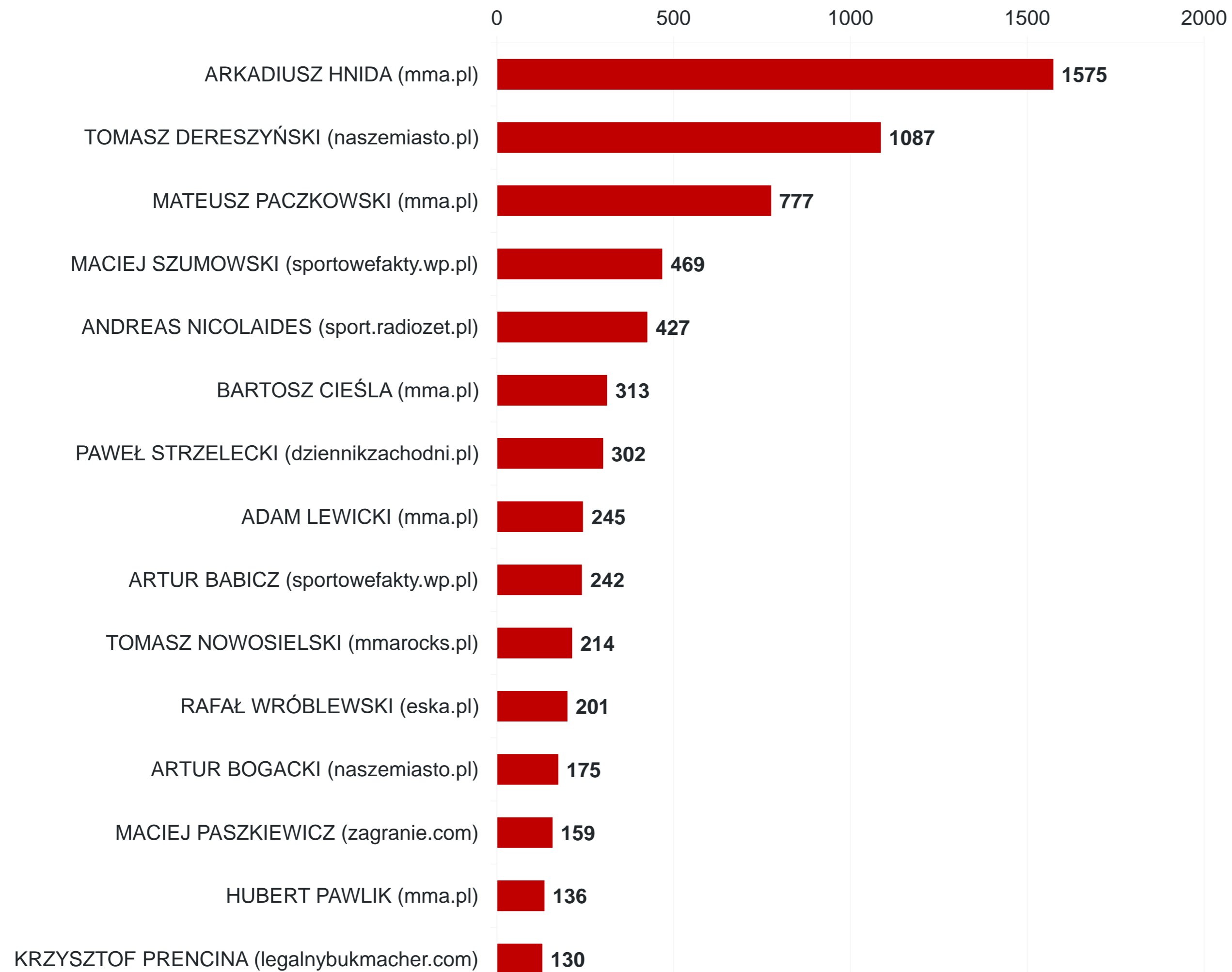
NAJBARDZIEJ ZASIĘGOWE MEDIA

Najbardziej zasięgowe media informujące o badanym temacie



NAJAKTYWNIejsi AUTORZY

Najaktywniejsi autorzy informujący o FAME MMA



Wśród autorów artykułów wzmiankujących o FAME MMA najaktywniejsi byli dziennikarze z portali **mma.pl** i **naszemiasto.pl**. Na łamach ogólnokrajowych i regionalnych portali opisywali oni nadchodzące gale, karty walk oraz nierzadko publikowali wywiady z zawodnikami.

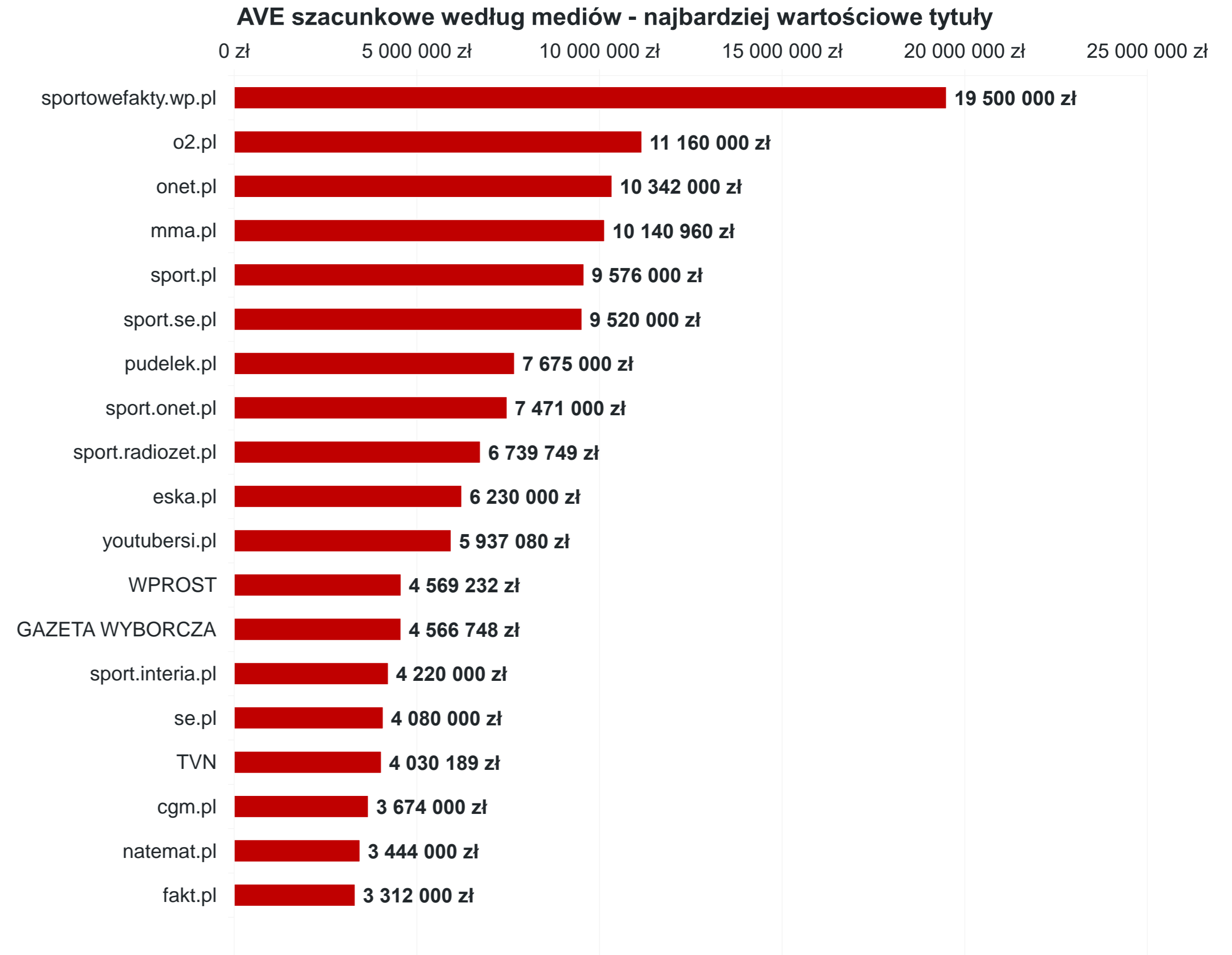
W zestawieniu najaktywniejszych dziennikarzy znaleźli się w większości przedstawiciele portali sportowych. **Mma.pl** posiada niewątpliwie największą bazę publikacji związanych z federacją FAME MMA. Na portalu pojawiały się m.in. wypowiedzi zawodników na temat przeciwników, analizy ich umiejętności i dokonań, czy opinie na temat programów własnych FAME MMA (Face To Face, Konferencji czy Dni z Zawodnikiem).

NAJBARDZIEJ WARTOŚCIOWE MEDIA

Wśród najbardziej wartościowych mediów na pierwszym miejscu pojawił się portal sportowefakty.wp.pl. Co ciekawe, to medium znajduje się także w TOP 3 najbardziej zasięgowych mediów oraz uplasowało się na czwartym miejscu pod względem liczby publikacji na temat FAME MMA.

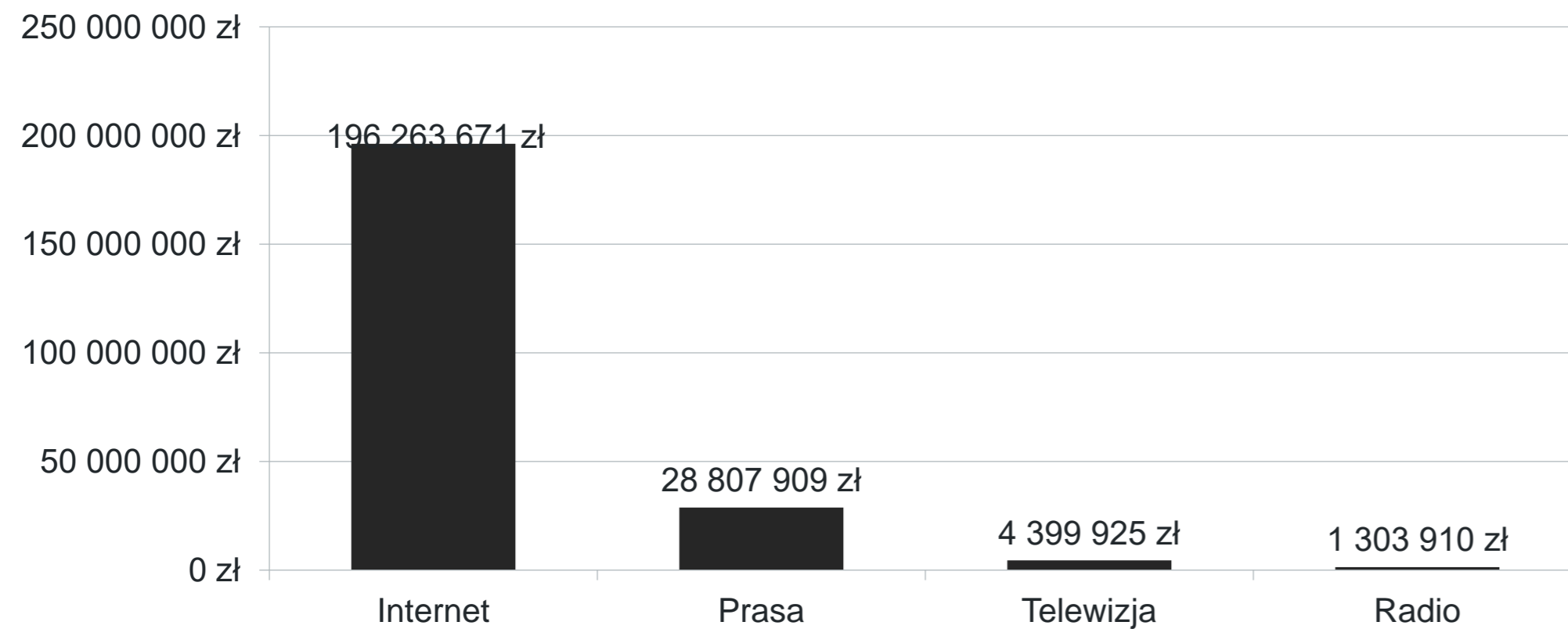
W gronie TOP 20 najbardziej wartościowych mediów pojawiły się także serwisy ogólnoinformacyjne – o2.pl, onet.pl czy se.pl. Wysokim AVE szacunkowym odznacza się także portal plotkarski pudelek.pl, który opisywał poczynania zawodników organizacji, wóldarzy, jak i osiągnięć samej federacji FAME MMA.

Warto zwrócić uwagę na pojawienie się w zestawieniu mediów tradycyjnych. Wysokie AVE jest widoczne także w przypadku Wprost czy Gazety Wyborczej. FAME MMA było obecne także na antenie TVN, szacunkowa wartość AVE tego przekazu wyniosła ponad 4 mln zł.



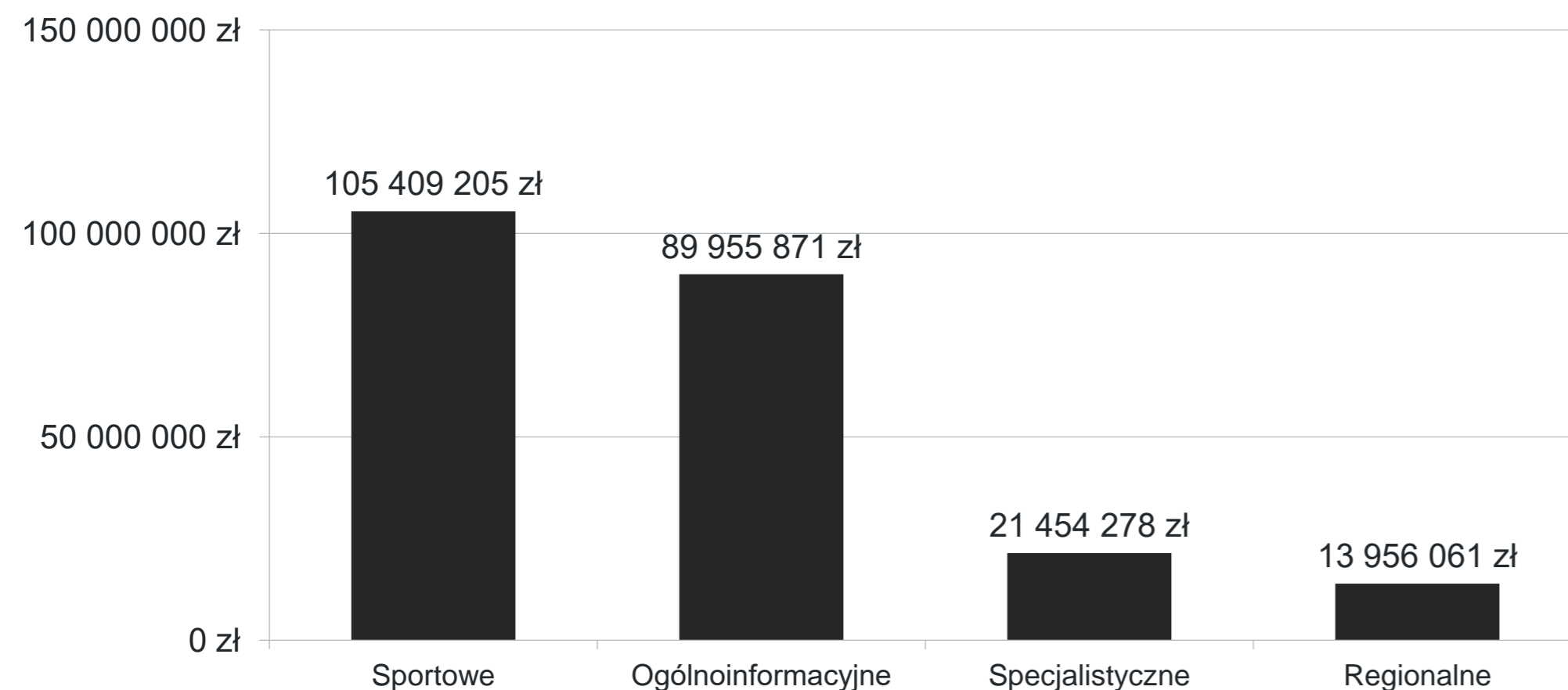
EKWIWALENT REKLAMOWY SZACUNKOWY – RODZAJ I PROFIL MEDIUM

AVE szacunkowe według rodzaju medium




Najwięcej wzmianek o FAME MMA pojawiło się w internecie, co wpłynęło na wysoki wynik AVE szacunkowego tej przestrzeni medialnej. Na drugim miejscu uplasowały się artykuły i notki prasowe, które ukazały się na łamach Gazety Wyborczej, Wprost czy Super Expressu. Największy udział AVE w zestawieniu, jeśli chodzi o telewizję, posiada stacja TVN. Medium wspominało o FAME MMA w swoich wywiadach z gośćmi podczas programu Dzień Dobry TVN. Wzmianki na ten temat pojawiły się także w programie Kuby Wojewódzkiego.

AVE szacunkowe według profilu medium



Wzmianki o FAME MMA, które odnotowały najwyższy wynik AVE szacunkowego pojawiły się głównie w mediach o profilu sportowym i ogólnoinformacyjnym. Portale sportowe takie jak mma.pl chętnie opisywały nowinki związane z federacją oraz samymi zawodnikami. Media ogólnoinformacyjne plasują się z wynikiem niemal 90 mln zł AVE szacunkowego.



2

ROZDZIAŁ

FAME MMA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

PRZEKAZ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

224 686

406 917 877

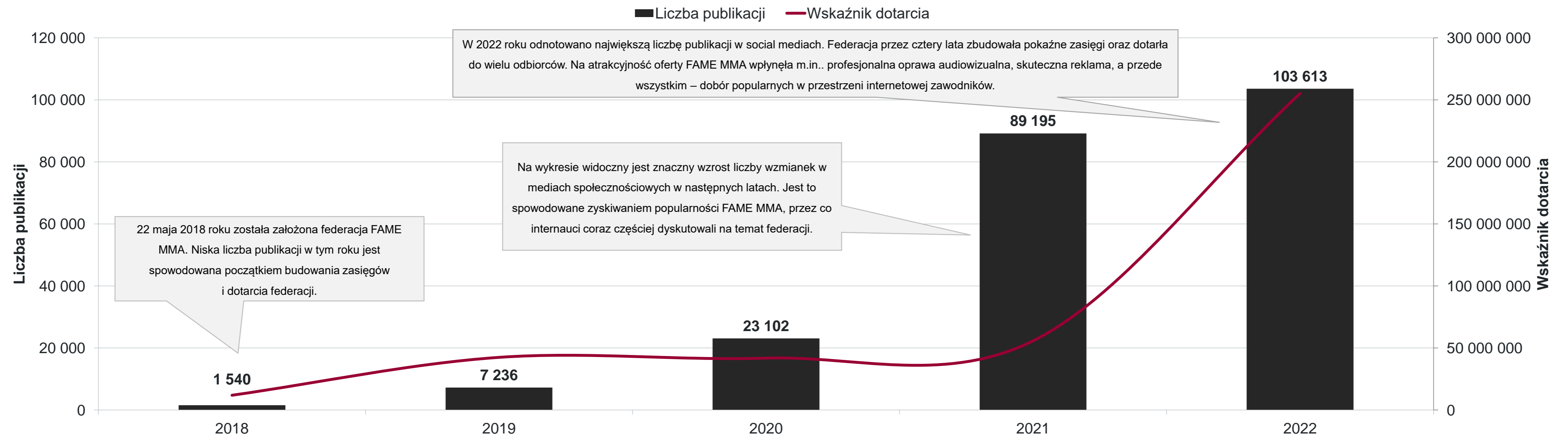
25 129 255 zł

LICZBA PUBLIKACJI

DOTARCIE PRZEKAZU

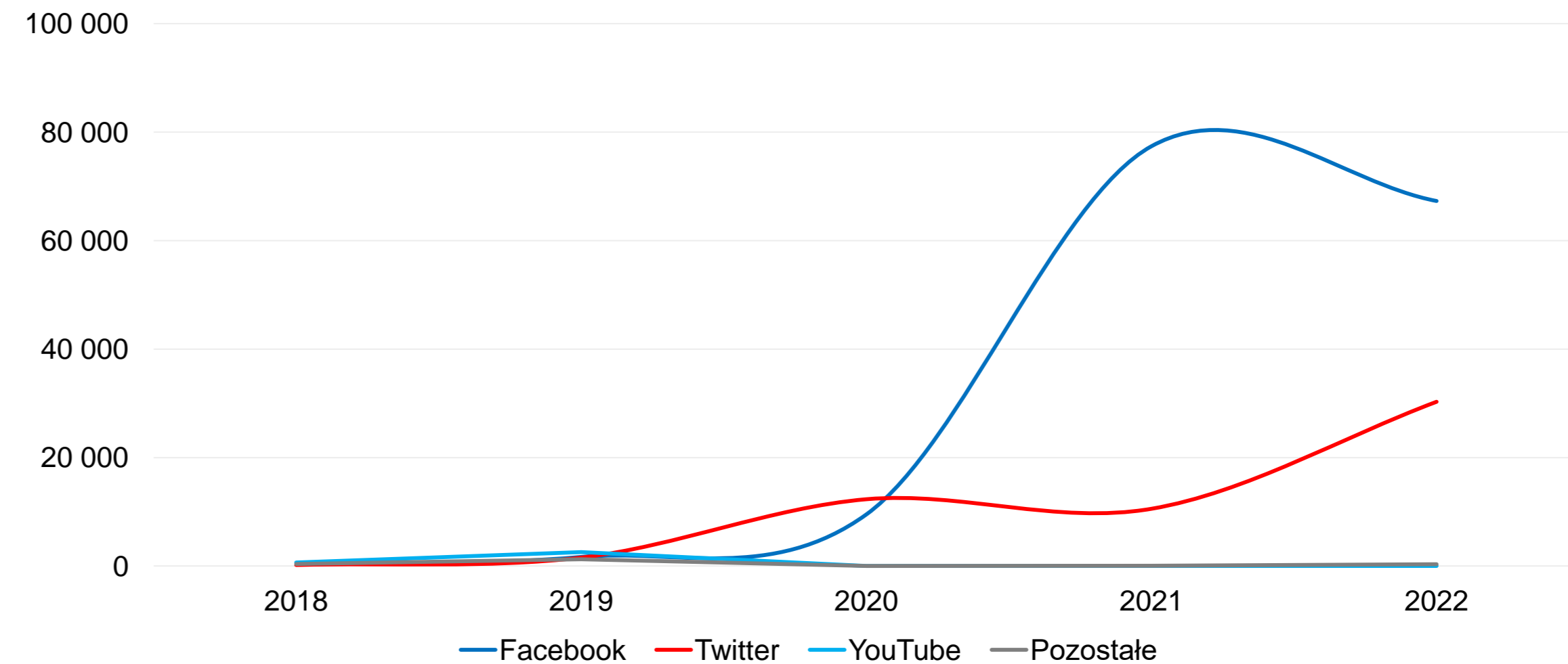
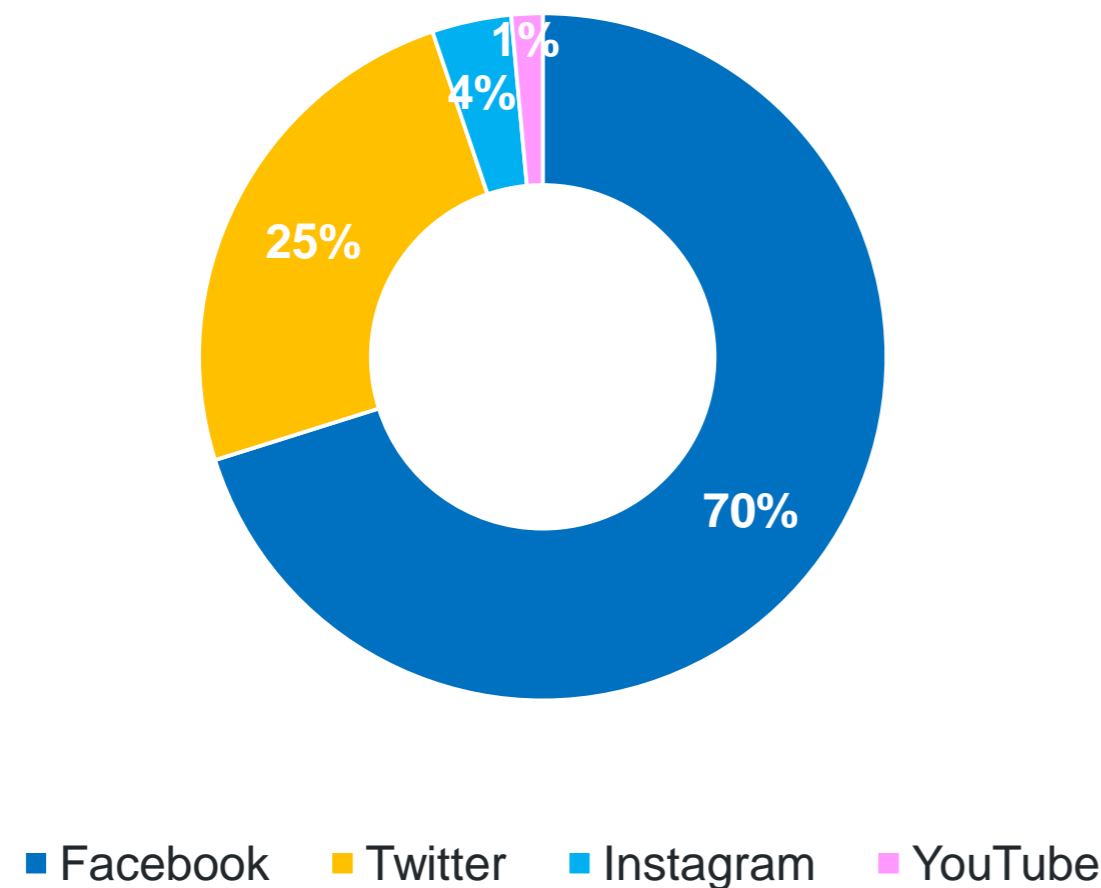
SZACUNKOWA WARTOŚĆ AVE

Liczba publikacji w analizowanym okresie oraz ich dotarcie do odbiorcy



PRZEKAZ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Liczba i udział % publikacji z uwzględnieniem rodzaju medium



Analiza pokazała, że FAME MMA najczęściej jest wzmiankowany na profilach Facebookowych – 70% całości wpisów oraz na Twitterze – 25% całości publikacji. Aktywność na Facebooku zaczęła zdecydowanie wzrastać od 2020 roku. Ma to związek z większą aktywnością kanałów własnych FAME MMA oraz częstszą organizacją wydarzeń FAME MMA (pojawianie się gal nawet do 4 razy do roku).

YouTube - teoretycznie w zestawieniu ma jedynie 1% udziału względem reszty portali social mediowych. To jednak ta platforma gra pierwsze skrzypce w działaniach komunikacyjnych FAME MMA. Oficjalny kanał organizacji ma ponad 1,1 mln subskrybentów. Co więcej, na kanale regularnie pojawiają się istotne materiały (m.in. Transmisje konferencji, Face To Face, Dzień z Zawodnikiem, Free Fights itp.), które oddziałują bezpośrednio na pozostałe portale. Filmy wideo FAME MMA aktywizują użytkowników Facebooka, Twittera i Instagrama do podejmowania dyskusji, przez co liczba publikacji (postów, komentarzy, udostępnień) wzrasta.

PRZYKŁADY WPISÓW I KOMENTARZY

FAME MMA @famematv
Rafciu jest groźny i wraca do oktagonu na FAME 15 😎
Łaaaaa!

Przeciwnika Takefuna poznacie na I Konferencji, która odbędzie się 20 lipca 2022 🍕🍷
Jak myślicie, kto to będzie? 🤔

#famemma15 #teamtakefun



Takefun

8:00 PM · 5 lip 2022

Konrad Konradowski
Najbardziej wyczekiwana walka w historii FAME MMA!
Lubię to! · Odpowiedz · 44 tyg. · 59

Kieś Patryk
Nie ma podanych wszystkich walk, a dla mnie to już jest najciekawsza gala w historii Fame MMA 🤔👊
Lubię to! · Odpowiedz · 2 tyg. · 53

Arkadiusz Albowicz
Jak się chce wbić w biznes to warto robić to z szacunkiem do konkurencji. Jazda bezczelnie i na skróty nigdy nikomu nie wyszła na dobre. **Gratulacje** dla FameMMA i HighLeague za profesjonalizm!
Lubię to! · Odpowiedz · 15 tyg. · 211

FAME MMA @famematv

FAME 14 🔥🔥🔥 Właśnie odpalamy studio, a o 20:00 pierwsze walki za free. To obejrzycie na naszym kanale YouTube 😎 Potem przełączamy się na PPV na platformie [FAMEMMA.TV](https://famemma.tv) 🔥👊

NIE CZEKAJCIE NA OSTATNIĄ CHWILĘ I KUPUJCIE PPV JUŻ TERAZ!

OGLĄDAMY!!! ❤️

#famemma14

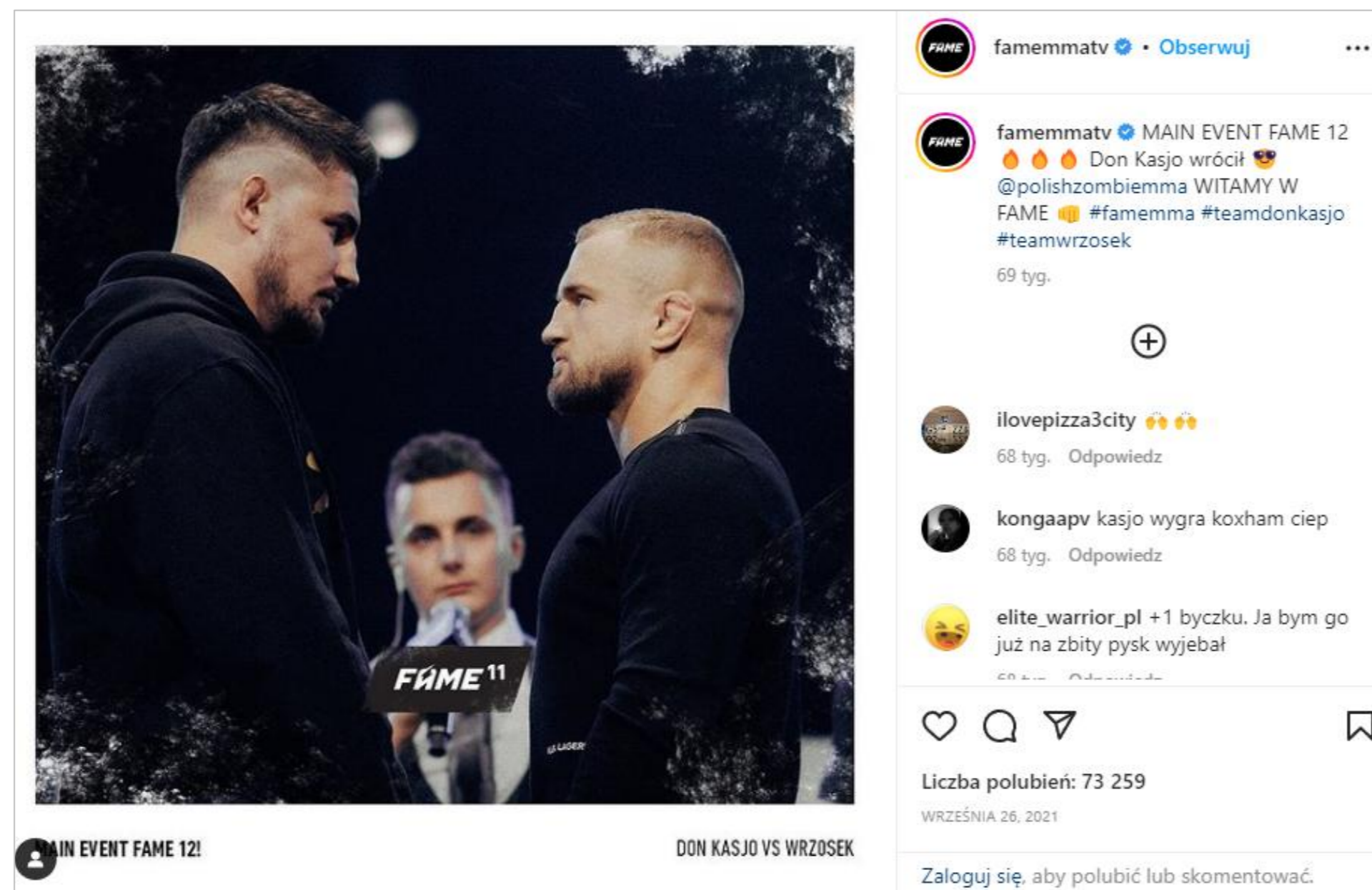


7:39 PM · 14 maj 2022

OCENA PROFILI WŁASNYCH

Tematem postów i filmów własnych są przede wszystkim promocja wydarzeń organizowanych przez FAME MMA oraz prezentacja zawodników – jest to główny wątek na YouTube.

Zarówno Instagram, Twitter jak i Facebook mają bardzo podobny контент. Pojawiają się prezentacje kolejnych zawodników, posty promujące marki własne, zaproszenia na konferencje, oraz streaming przebiegu konferencji, a także Face To Face zawodników (talk-show własny FAME MMA na YouTube).





3

ROZDZIAŁ

PODSUMOWANIE

FRAME
MMR F2F

FRAME
MMR

FRAME
MMR

PODSUMOWANIE PRZEKAZU

MEDIA TRADYCYJNE

43 042

Liczba publikacji medialnych

996 508 012

Dotarcie przekazu

230 775 415 zł

Wartość AVE przekazu

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

224 686

Liczba postów i komentarzy

406 917 877

Dotarcie przekazu

25 129 255 zł

Wartość AVE przekazu

SUMA

267 728

Całkowita liczba publikacji

1 403 425 889

Całkowite dotarcie

255 904 670 zł

Całkowita wartość AVE

PODSMUOWANIE PRZEKAZU W MEDIACH TRADYCYJNYCH I SPOŁECZNOŚCIOWYCH

267 728

1 403 425 889

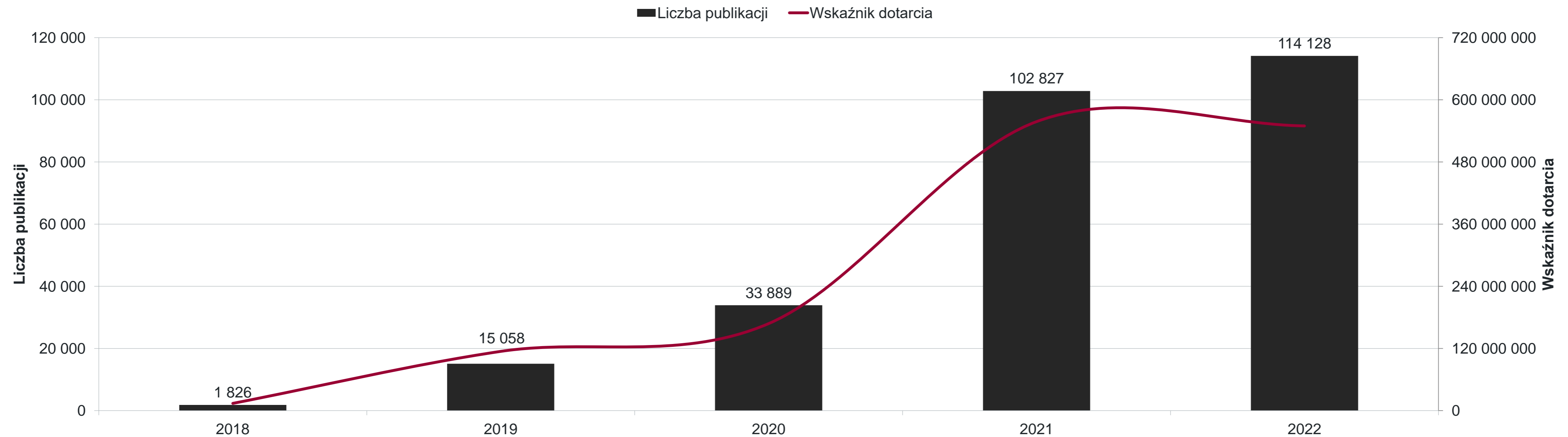
255 904 670 zł

ŁĄCZNA LICZBA PUBLIKACJI

ŁĄCZNE DOTARCIE PRZEKAZU

ŁĄCZNA SZACUNKOWA WARTOŚĆ AVE

Liczba publikacji w analizowanym okresie oraz ich dotarcie do odbiorcy



PODSUMOWANIE

- W badanym okresie na temat FAME MMA w mediach (zarówno tradycyjnych, jak i społecznościowych) pojawiło się **267 728 publikacji**.
- Największa liczba wzmianek pojawiła się w **social mediach – stanowią one aż 84% łącznej liczby publikacji**. 16% stanowią publikacje, które pojawiły się w mediach tradycyjnych.
- **W samym 2022 roku odnotowano łącznie 114 128 publikacji**. W porównaniu z 2018 rokiem, widoczny jest ogromny wzrost liczby publikacji o 6250%.
- FAME MMA, wraz z upływem lat osiągnęło **imponujące dotarcie – ponad 1,4 mld**. Świadczy to o skutecznej strategii marketingowej organizacji oraz nieustannym rozwoju. Przestrzeń social mediów coraz chętniej prowadzi dyskusje na temat FAME MMA oraz kolejnych edycji gal.
- Na koniec 2022 roku FAME MMA dotarło **do 557 796 376 odbiorców – zarówno w mediach tradycyjnych, jak i społecznościowych**. Względem 2018 roku zauważalny jest wzrost o 3909%.
- FAME MMA osiągnął także **wysokie AVE szacunkowe – 255, 9 mln zł**. Wszystko dzięki budowaniu odpowiednich więzi sponsorskich, a także zainteresowaniu popularnych w całej Polsce mediów – m.in. Portali ogólnokrajowych onet.pl, o2.pl, ale także tych o profilu sportowym mma.pl, sportowefakty.wp.pl, czy mediów RTV – telewizji TVN, czy Gazecie Wyborczej, Wprost oraz Super Express.
- **FAME MMA odnotowało także na przestrzeni lat duży wzrost AVE szacunkowego**. W 2018 roku wartość ta wynosiła 921 200 zł, a cztery lata później – 78 044 018 zł. Jest to wzrost aż o 8371%.

PODSUMOWANIE

- W badanym okresie na temat FAME MMA pojawiło się **43 042 publikacji** w mediach tradycyjnych, które dotarły do ponad 200 mln odbiorców.
- Wzmianki pojawiały się głównie w Internecie na **profilach ogólnokrajowych**, ale również dziennikarze lokalni często wspominali o FAME MMA. Najwięcej wzmianek odnotowano w województwach małopolskim oraz pomorskim. Za największe dotarcie odpowiadają regionalne odmiany portalu naszemiasto.pl.
- FAME MMA w mediach tradycyjnych najczęściej występuje w kontekście **organizowanych gal**, kart walk oraz samych zawodników biorących udział w wydarzeniu. Media tradycyjne, a w szczególności portale internetowe o profilu sportowym i ogólnoinformacyjnym chętnie analizują doświadczenie zawodników oraz ich szanse na wygraną.
- **FAME MMA coraz częściej wzbudza zainteresowanie portali plotkarskich**, takich jak pudelek.pl, które chętnie informują o szczegółach związanych z zawodnikami, a także samą organizacją gal.
- **W samym 2022 roku odnotowano 10 515 publikacji**. W porównaniu z 2018 rokiem, widoczny jest znaczny wzrost publikacji o 3576%.

PODSUMOWANIE

- W mediach społecznościowych na temat FAME MMA odnotowano **224 686 wzmianek, które dotarły do 406,9 mln odbiorców**. Najaktywniejszym kanałem komunikacji był Facebook - 65% całości wpisów, a w drugiej kolejności Twitter – 25% całości wzmianek.
- W mediach społecznościowych na główny plan przekazu wysuwają się tematy: **konferencje FAME MMA, kolejne organizowane gale, karty walk, szanse poszczególnych zawodników na wygraną**. Ogólna analiza przekazu w mediach społecznościowych pokazała, że Fame MMA cieszy się dużą sympatią internautów, którzy cenią organizację
- Najaktywniejszym profilem własnym FAME MMA jest Facebook - na przestrzeni badanego okresu zmonitorowano 77 filmów, które odnotowały ponad 1,7 mln odsłon. Zarówno pod filmami, jak i zwykłymi postami na Facebooku pojawia się wiele komentarzy. Z kolei najwięcej interakcji, ze względu na dużą liczbę polubień, odnotowują posty na Intagramie. Najwięcej komentarzy i ponownych udostępnień znajdziemy na Twitterze organizacji.
- **Warto zaznaczyć istotność kanału FAME MMA na YouTube**. To w tej przestrzeni pojawiają się regularnie programy własne organizacji – konferencje, Face To Face z udziałem zawodników, czyli swoiste talk-show, a także Dzień z Zawodnikiem ukazujący przygotowania do walki. Filmy na YouTube mają ogromny wpływ na przeniesienie dyskusji użytkowników do przestrzeni innych portalu społecznościowych.
- Posty na profilach własnych FAME MMA pojawiają się regularnie, ale w odstępach czasowych. Największa liczba postów pojawia się przed kolejnymi odsłonami gali. Warto też zauważyć, że każdy post gromadzi wysoką sumę interakcji – zarówno na Facebooku, Twitterze, jak i Instagramie.
- **W samym 2022 roku pojawiło się 103 613 wpisów w mediach społecznościowych**. Porównując ten wynik do roku założenia federacji, czyli 2018, ta liczba wzrosła o 6628%.

FAME 15

Betclic **KUP TERAZ PPV NA FAMEMMA.TV** **Betclic**

NA FAMEMMA.TV ZAKUPISZ RÓWNIEŻ BILETY NA GALĘ FAME 15

The LED wall features a grid of logos including: ABS, Denley, YMM, APIS, Betclac, and others. The central text 'FAME 15' is prominently displayed in a large, stylized font.

PSMM Monitoring & More | ul. Marcelesińska 14, 60-801 Poznań | tel. +48 61 66 26 005

CIC Warsaw Varso Place, ul. Chmielna 73, 00-801 Warszawa | biuro@psmm.pl | www.psmm.pl