

media research

МОНИТОРИНГ ИНФОРМАЦИОННЫХ
СООБЩЕНИЙ

Анализ и контроль материалов в СМИ и социальных сетях по заданным параметрам

История компании Mediascope

1994

Создание Gallup Media.
Изучение потребительских предпочтений и аудитории СМИ

2002

Холдинг Taylor Nelson Sofres приобретает обе компании.
Появление компании **TNS**

1997

Создание Gallup AdFact.
Мониторинг рекламы в СМИ

2008

Компания TNS входит в холдинг **WPP**

2016

Реструктуризация



Media business

KANTAR TNS
Custom business



Проекты Mediascope

01 ИЗМЕРЕНИЕ АУДИТОРИИ СМИ

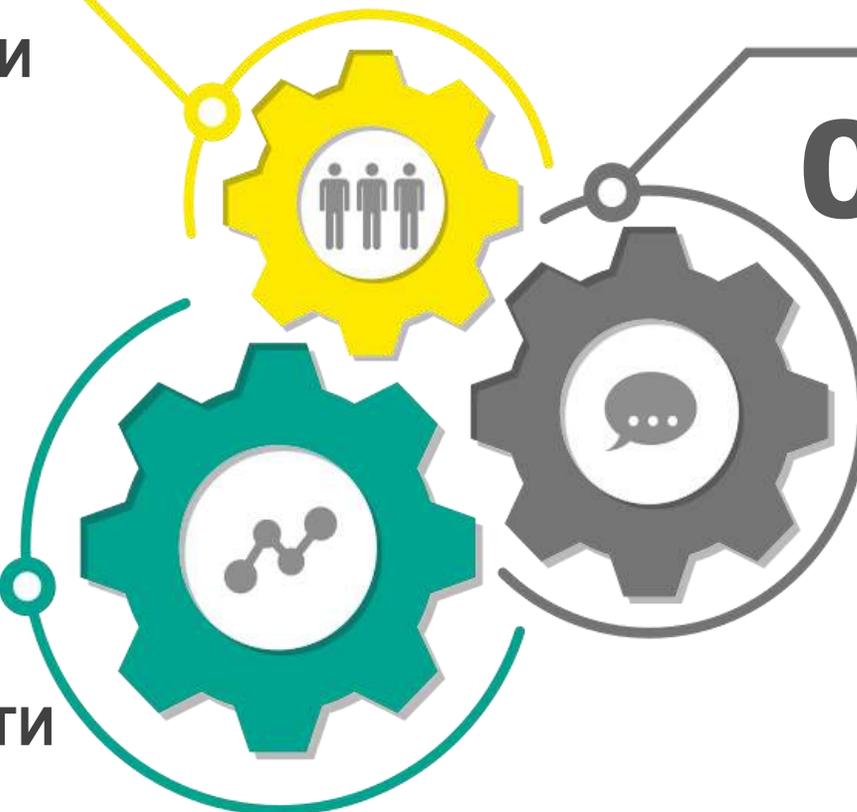
- Охват медианосителей
- Медиапредпочтения аудитории
- Динамика аудитории за период

02 МОНИТОРИНГ РЕКЛАМНОЙ АКТИВНОСТИ

- Оценка рекламных бюджетов
- Креативная стратегия рекламных кампаний
- Оперативное информирование о выходе рекламы

03 МОНИТОРИНГ ИНФОРМАЦИОННЫХ СООБЩЕНИЙ

- Анализ динамики упоминаемости
- Распределение публикаций по СМИ и темам
- Анализ тональности упоминаний
- Оперативное оповещение о выходе информационных сюжетов



Преимущества мониторинга информационных сообщений Mediascope

1

ОПТИМАЛЬНЫЙ НАБОР ИСТОЧНИКОВ

Представлены все ключевые СМИ данной тематики

2

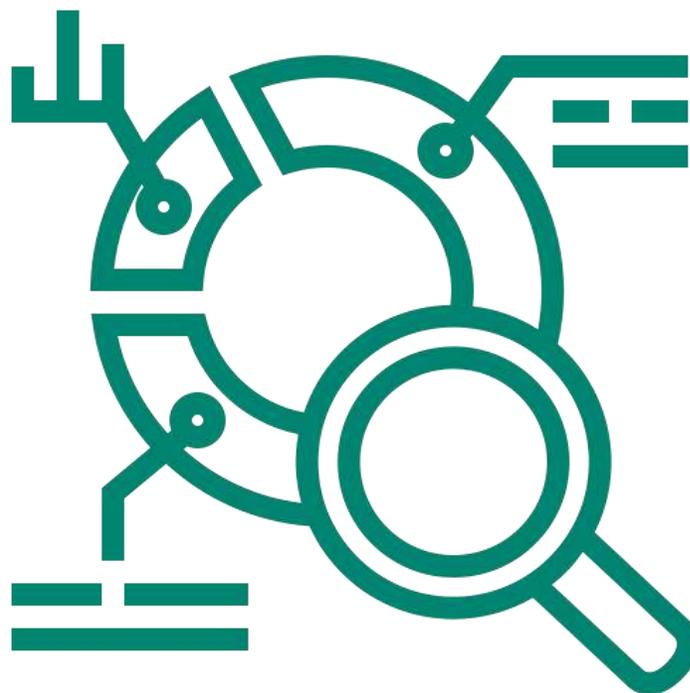
РЕКЛАМНЫЙ ЭКВИВАЛЕНТ

Рассчитывается по рейтингам, реально набранным программой (ТВ, Радио) или официальным прайс-листам изданий (Пресса, Интернет, Социальные сети)

3

РЕТРОСПЕКТИВА

Возможность включить в мониторинг ТВ, радиопередачи, печатные источники и статьи в интернете, вышедшие до 6 месяцев назад



4

УДОБНЫЙ ФОРМАТ

Возможность поставки данных в любом формате + удобный софт с оперативным обновлением данных

5

ФИЛЬТРЫ

Исключают случайные упоминания (до 40% упоминаний могут быть нерелевантны). Возможность градации по товарам и категориям вплоть до названия продуктов.

6

ЭКСПЕРТИЗА

Медиа измерения с 1996
News monitoring с 2004
Social media monitoring с 2019
Среди наших клиентов ведущие бренды различных индустрий (Fashion, J+W, FMCG, Авто, Кино и пр.)

Мониторинг информационных сообщений Mediascope

- > Получение оперативной и исчерпывающей информации об упоминании в СМИ материалов на заданную тему, а также информации о PR-активности компаний на российском рынке СМИ
- > Анализ полученных материалов
- > Готовый инструмент для отчетности PR-службы

ПАРАМЕТРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- > Оперативное оповещение о выходе информационных сюжетов на интересующую тему на ТВ, Радио, в Прессе и Онлайн, а также в социальных сетях
- > Копия вышедшего материала (запись, сканированная копия)
- > Периодический отчет с анализом материалов в СМИ по интересующей теме (динамика, распределение положительных, отрицательных и нейтральных упоминаний по выбранным ключевым словам и т.д.)
- > Web-сервис MediaFocus



ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ



Мониторинг всех PR-сообщений по выбранным Заказчиком ключевым словам по утвержденному списку источников



ФОРМАТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ДАННЫХ

Предоставляемые данные

Пресса

- Подбор оптимального списка печатных источников исходя из тематики мониторинга, включая тематические издания
- География поиска – Москва и регионы РФ, по запросу могут быть добавлены издания стран СНГ
- Расчет площади и рекламного эквивалента для каждой марки
- Клипы (сканированные копии) статьи с упоминанием бренда и обложки изданий хранятся на Web-сервисе MediaFocus
- Возможность включить в отчеты данные не только по PR-поддержке, но и по рекламным инвестициям

Интернет

- Подбор оптимального списка онлайн-источников (по запросу могут быть добавлены любые сайты)
- Мониторинг всего Рунета, по запросу могут быть добавлены издания стран СНГ
- Расчет площади и рекламного эквивалента для каждой марки
- Клипы (снимки экрана) с упоминанием бренда с активной ссылкой хранятся на Web-сервисе MediaFocus
- Статистические данные об аудитории сайта

Соцсети

- Мониторинг социальных сетей: Telegram, VK, Instagram*
- По запросу можно добавить любой аккаунт, канал, сообщество
- Расчет стоимости появления бренда в посте
- Клипы (снимки экрана) поста с упоминанием бренда, активная ссылка. Хранятся на Web-сервисе MediaFocus
- По запросу возможно подключение других источников: FB*, YouTube и других

ТВ и радио

- Мониторинг охватывает эфир общенациональных и московских телеканалов, столичных радиостанций
- Доступ к записи сюжета на Web-сервисе MediaFocus
- Данные о длительности, аудитории и рекламном эквиваленте сюжета
- Стоимость телесюжета рассчитывается по Gross Rating Point – показателю измерения количества размещенной рекламы, учитывающему количество контактов с аудиторией. Стоимость радиосюжета рассчитывается на основании действующих расценок радиостанции на размещение рекламы



Предлагаемые услуги



Тестовый период мониторинга. Пул СМИ, ключевые слова, продолжительность мониторинга оговариваются с Заказчиком. По результатам тестового мониторинга – корректировка технического задания, подключение к регулярному мониторингу



Доступ к уникальному Web-сервису MediaFocus, где хранятся все собранные в ходе мониторинга материалы. Заказчик может искать и анализировать материалы с применением фильтров, скачивать публикации в виде отдельных клипов или отчетов (формат PDF, RTF, EXCEL). Обновление информации происходит каждые 15 минут, по мере обработки материалов



Готовые протоколы марок со статистикой упоминаний предоставляются согласно утвержденному Заказчиком графику (ежедневно, еженедельно, ежемесячно). Возможна отправка клипов, периодичность также определяется Заказчиком. Аналитические отчеты предоставляются ежемесячно (ежеквартально/раз в полугодие/год), содержат информацию об общем количестве упоминаний, рекламном эквиваленте публикаций, динамике информационной активности и ее распределении по конкретным СМИ. Для прессы по запросу включаются данные по прямой рекламе



Заказчик может запрашивать дополнительные мониторинги, посвященные отдельным информационным поводам (мероприятия компании, открытие магазинов, запуски новых коллекций/продуктов и т.д.). Количество источников в них может быть шире, чем в основном техническом задании

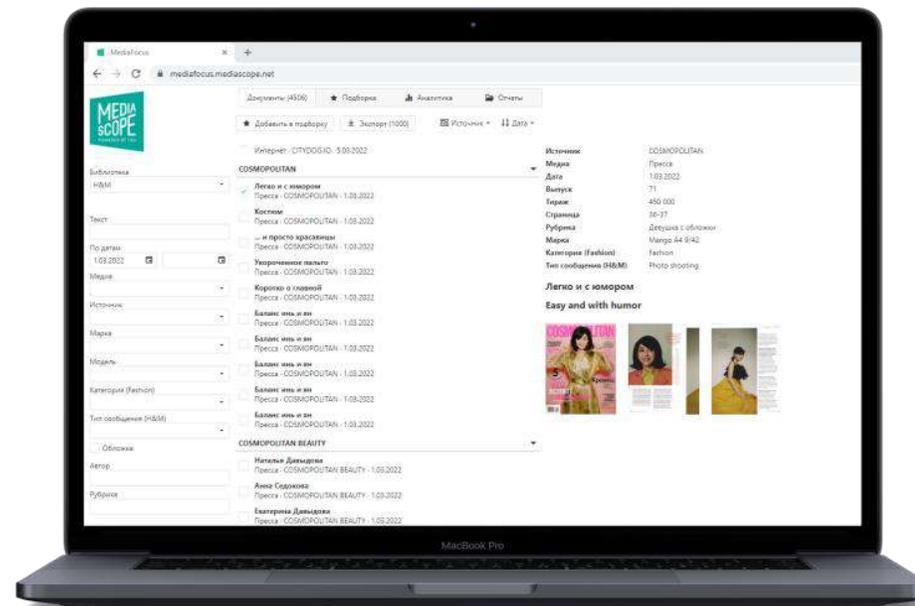


Техническая поддержка и консультации: оповещение о выходе запрошенных публикаций, оперативные ответы на вопросы о мониторинге, помощь в использовании ПО и другое

Web-сервис MediaFocus

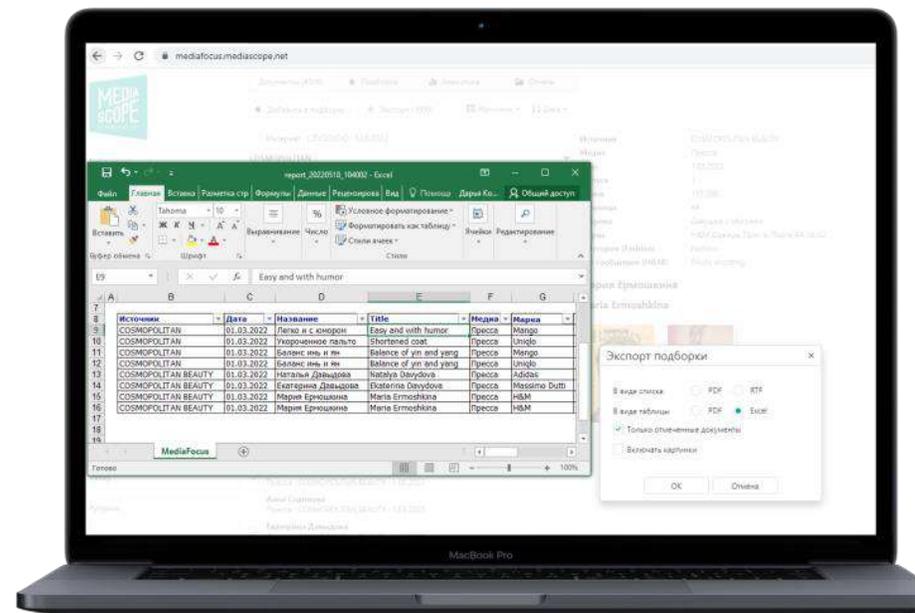
1

Удобный интерфейс. Поиск нужного материала с помощью фильтров



2

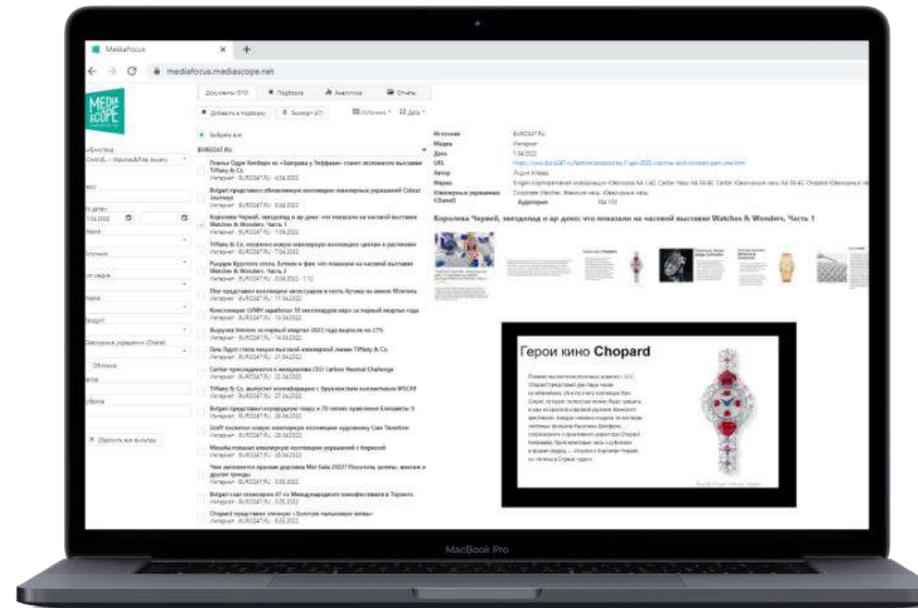
Экспорт в PDF, Word или Excel в виде клипа/отчета из нескольких клипов или в виде таблицы



Web-сервис MediaFocus

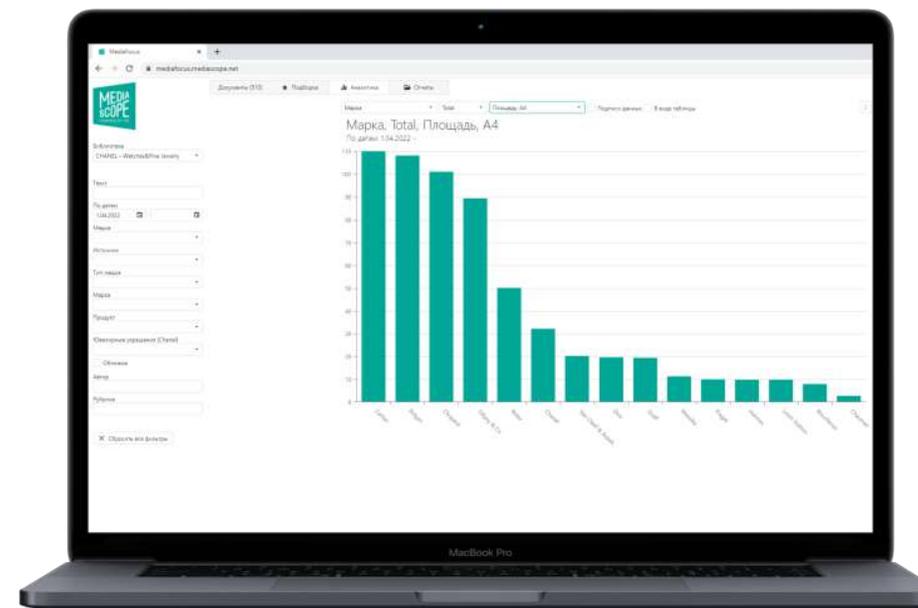
3

Возможность открыть и сохранить любую сканированную страницу, скриншот онлайн-публикации и теле- или радиосюжет



4

Возможность построить и сохранить графики и диаграммы для наглядного представления картины за любой период и по нескольким параметрам



Примеры предоставления данных. Тематические дайджесты в формате .doc и .pdf

Дайджест

Корпоративные новости

Disney приостанавливает весь бизнес в России

RBC.RU, 14.03.2022

Азия заявила о приостановке поставок в Россию из-за проблем с логистикой

Об уходе из России заявили Adobe, Microsoft, производитель программного обеспечения EPAM Systems, производитель коммуникационного оборудования Cisco. Приостановить или ограничить работу в России решили Apple, Oracle, Autodesk, Boeing, ExxonMobil, Shell, BP, Walt Disney и другие компании, в том числе торговые сети, производители автомобилей, продуктов питания и бытовой химии, серансы и производители электронных игр.

СОБЕСЕДНИК, 15.03.2022

Без Бэтмена

Disney приостановила поставку своих фильмов в Россию

GAZETA.RU, 14.03.2022

Трансляция концерта BTS возглавила кинопрокат в России и СНГ

Ранее сообщалось, что вскоре после отмены релизов голливудских мейджоров Disney, Sony, Warner, Paramount и Universal, Ассоциация владельцев кинотеатров России заявила об угрозе ликвидации всей отрасли из-за перспектив потерять около 80% планируемой выручки.

Конкурентная борьба на рынке стриминговых сервисов

RBC.RU, 14.03.2022

Акции Netflix растеряли весь рост, достигнутый за время пандемии

Netflix переживает не лучшие времена из-за снижения притока пользователей, роста конкуренции на рынке и повышения затрат. Бумаги упали до уровня марта 2020 года, когда страны начали вводить пандемийные ограничения. На компанию также давит растущая конкуренция с такими крупными производителями контента как Apple и Disney, с которыми Netflix борется за внимание зрителей.

Показ сериала "Пэм и Томми" на Hulu

GAZETA.RU, 14.03.2022

Два шоу, которые уже можно посмотреть целиком: сериалы недели 08.03—14.03

«Пэм и Томми» смотреть на Hulu. Сериал Эвана Голдберга, Сета Рогена («Авиаторский экспресс») и Крейга Гиллеспи («Тони против всех») о последнем крахе секс-видео Памелы Андерсон и барабашка Motley Crue Томми Ли. В главных ролях — Лили Дэйвис и Себастьян Стэн.

Участие представителей Disney на Гонконгском кинорынке Filmart

VARIETY.COM, 14.03.2022

Filmart Keynote: Disney Local Production Is a 'Long-Term Commitment' to Asia, Says Jessica Kam-Engle

In support of the Disney Plus streaming service, Disney has expanded its involvement in local production in Asia-Pacific. The company's APAC head of content and development, Jessica Kam-Engle, gives the keynote presentation on the first day of Hong Kong Filmart. Ahead of her speech she gave a few pointers to Variety readers. She says that consumers across most Asian markets have a strong



ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОБЗОР МЕДИАРЫНКА

Московская центральная пресса, Интернет

В России выбрали единого измерителя в интернете

VEDOMOSTI.RU, 2 февраля 2022, Медиа

Марина Тюняева

<https://www.vedomosti.ru/media/articles/2022/02/02/907565-edinogo-izmeritelya-internete>

Ключевые слова: Mediascope, Mail.Ru, Yandex, AKAP, ВГТРК, Газпром-Медиа, Национальный рекламный альянс, НМГ, Русбренд, СТС Медиа

Им стала компания Mediascope, которая много лет занимается исследованиями телеаудитории

Комиссия при Роскомнадзоре выбрала Mediascope единой организацией, которая будет измерять интернет-аудиторию в России, сообщила пресс-служба ведомства. Контракт рассчитан на три года, Mediascope будет ежегодно отчитываться Роскомнадзору об аудитории интернет-сайтов, добавил представитель Mediascope.

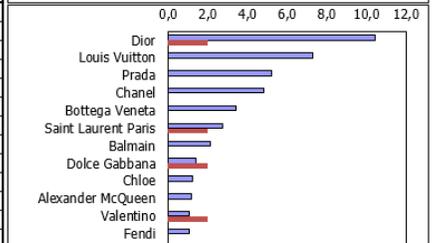
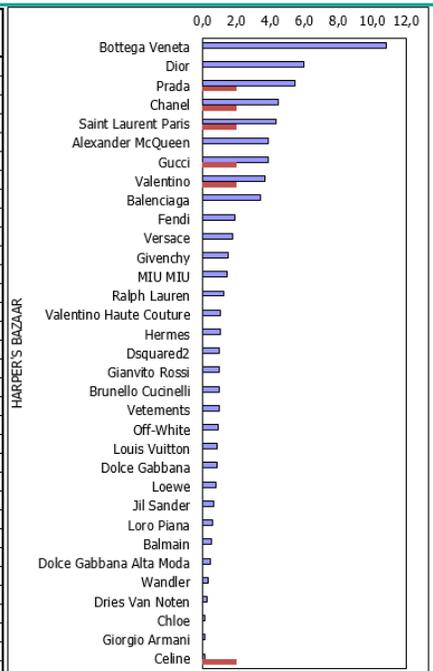
Mediascope – крупнейшая в России измерительная компания, которая предоставляет данные о потреблении контента в различных средах. На ее данных участники рынка основываются при планировании рекламных бюджетов, размещении рекламы и т. п. С 2016 г. эта компания является единым измерителем аудитории телеканалов.

Примеры предоставления данных. Протокол марок в формате .xsl

Media	Media type	Circulation	Publishing date	Headline	Page	Rubric	Brand	Category	Model	Page (A4)	Editorial, EUF
ADMAGAZINE.RU	Internet		04.02.2022	Visiting Gwyneth Paltrow: actress's house in Montecito			Chanel	Fashion	RTW Women	0,10	220
ADMAGAZINE.RU	Internet		09.02.2022	Valentine's Day: 15 jewelry items as gift			Gucci	Fashion	Access. Women	1,33	3 083
ADMAGAZINE.RU	Internet		12.02.2022	Dior Cupidon capsule collection for Valentine's Day			Dior	Fashion	Access. Women	2,33	5 395
ADMAGAZINE.RU	Internet		12.02.2022	Dior Cupidon capsule collection for Valentine's Day			Dior	Fashion	Bags Women	2,33	5 395
ADMAGAZINE.RU	Internet		12.02.2022	Dior Cupidon capsule collection for Valentine's Day			Dior	Fashion	Shoes Women	2,33	5 395
ADMAGAZINE.RU	Internet		17.02.2022	Updated space of library and bar in Khudozhestvenny cinema			Gucci	Fashion	Corporate	3,33	7 707
ADMAGAZINE.RU	Internet		21.02.2022	What to give traveler: 20 useful accessories			Prada	Fashion	Access. Men	0,87	1 541
ADMAGAZINE.RU	Internet		25.02.2022	SANAA: Japanese minimalism Kazue Sejima and Ryue Nishizawa			Prada	Fashion	Access. Women	0,02	55
ADMAGAZINE.RU	Internet		28.02.2022	What to give on March 8: 28 ideas			Prada	Fashion	Access. Women	0,87	1 541
AIF.RU	Internet		04.02.2022	"Fabulous man": Netizens are discussing new participant in project "Bachelor"			Gucci	Fashion	Corporate	0,02	43
AIF.RU	Internet		08.02.2022	Who became contender for Golden Raspberry Award in 2022?			Gucci	Fashion	Corporate	0,02	43
AIF.RU	Internet		14.02.2022	What conflict arose between Irina Ponorovskaya and Alla Pugacheva?			Chanel	Fashion	Corporate	0,02	43
ARCHITECTURAL DIGEST	Press	34000	01.02.2022	In the air	82-85	Portret	Prada	Fashion	Corporate	0,02	138
ARCHITECTURAL DIGEST	Press	34000	01.02.2022	Officially minimalism was born in 1980s	85	Dose	Dior	Fashion	Corporate	1,00	5 780
BAZAAR.RU	Internet		01.02.2022	Cristiano Ronaldo and Georgina Rodriguez spoke in detail about their relationship in new reality series			Gucci	Fashion	RTW Men	0,02	129
BAZAAR.RU	Internet		01.02.2022	What you need to know about Kristen McMenamy, 57-year-old supermodel who opened last couture			Gucci	Fashion	RTW Women	0,02	129
BAZAAR.RU	Internet		01.02.2022	What you need to know about Kristen McMenamy, 57-year-old supermodel who opened last couture			Dior	Fashion	RTW Women	1,33	7 244
BAZAAR.RU	Internet		01.02.2022	What you need to know about Kristen McMenamy, 57-year-old supermodel who opened last couture			Chanel	Fashion	Haute Couture	2,00	10 887
BAZAAR.RU	Internet		02.02.2022	Svetlana Khodchenkova, Alexander Tsypkin and Ksenia Dukalis at the premiere of "Another Name" film			Prada	Fashion	Bags Women	0,05	269
BAZAAR.RU	Internet		03.02.2022	20 trending things in shades of red that add color to cold February			Prada	Fashion	Bags Women	0,50	2 717
BAZAAR.RU	Internet		03.02.2022	20 trending things in shades of red that add color to cold February			Prada	Fashion	RTW Women	0,87	3 822
BAZAAR.RU	Internet		03.02.2022	20 trending things in shades of red that add color to cold February			Dior	Fashion	RTW Women	0,28	1 423
BAZAAR.RU	Internet		04.02.2022	Chanel opened Russian online glasses store			Chanel	Fashion	Eyewear	1,87	9 058
BAZAAR.RU	Internet		04.02.2022	Just one accessory that will "make" look: 10 pairs of impressive earrings			Chanel	Fashion	Access. Women	0,50	2 717
BAZAAR.RU	Internet		04.02.2022	Main combo of spring: leather jacket and mini			Prada	Fashion	RTW Women	0,74	4 010
BAZAAR.RU	Internet		04.02.2022	Spencer film did not receive single BAFTA nomination - Academy is headed by Prince William			Gucci	Fashion	Corporate	0,02	129
BAZAAR.RU	Internet		05.02.2022	Bracelets - trend 2022. Where to look for most fashionable options			Chanel	Fashion	Access. Women	0,02	129
BAZAAR.RU	Internet		05.02.2022	How to wear orange - most fashionable color of spring-summer 2022			Prada	Fashion	RTW Women	0,29	1 552
BAZAAR.RU	Internet		05.02.2022	How to wear orange - most fashionable color of spring-summer 2022			Dior	Fashion	RTW Women	0,29	1 552
BAZAAR.RU	Internet		06.02.2022	What most fashionable bomber jackets of this spring look like			Prada	Fashion	RTW Women	0,50	2 717
BAZAAR.RU	Internet		06.02.2022	Example of elegance: even braided slippers on Angelina Jolie look "expensive"			Dior	Fashion	RTW Women	0,02	129
BAZAAR.RU	Internet		06.02.2022	Tops-bra are hottest trend of spring 2022			Chanel	Fashion	RTW Women	0,02	129
BAZAAR.RU	Internet		07.02.2022	Jeans with birds, top bandana and Gucci red bag: it's spring for Dua Lipa already			Gucci	Fashion	Bags Women	0,24	1 294
BAZAAR.RU	Internet		08.02.2022	"Picking up accessories, take off what you put on last": quotes from great designers about style and fashion			Dior	Fashion	RTW Women	0,87	3 822
BAZAAR.RU	Internet		08.02.2022	"Picking up accessories, take off what you put on last": quotes from great designers about style and fashion			Chanel	Fashion	Corporate	0,21	1 164
BAZAAR.RU	Internet		08.02.2022	8 jackets and coats that will not lose their relevance next season			Dior	Fashion	RTW Women	0,50	2 717
BAZAAR.RU	Internet		08.02.2022	8 jackets and coats that will not lose their relevance next season			Prada	Fashion	RTW Women	0,50	2 717
BAZAAR.RU	Internet		08.02.2022	In footsteps of Maneskin: Mahmood and Blanco are winners of music festival in San Remo and great fashionistas			Gucci	Fashion	RTW Men	0,05	259
BAZAAR.RU	Internet		08.02.2022	In footsteps of Maneskin: Mahmood and Blanco are winners of music festival in San Remo and great fashionistas			Prada	Fashion	RTW Men	0,21	1 164
BAZAAR.RU	Internet		09.02.2022	Gucci family will release their response to Ridley Scott's House of Gucci. They are already working on series and			Gucci	Fashion	Corporate	2,00	10 887
BAZAAR.RU	Internet		10.02.2022	Long tunic and trousers - most fashionable set of spring 2022			Louis Vuitton	Fashion	RTW Women	0,29	1 552
BAZAAR.RU	Internet		10.02.2022	Back in 80s: why designers missed "swing" era so much			Dior	Fashion	RTW Women	0,83	4 528

Примеры предоставления данных. Сравнение объемов PR-поддержки и прямой рекламы брендов с возможностью разбивки по изданиям, формат .xsl

Media	Brand	Page (A4)	Editorial, \$	Page (A4)	Advertising, \$	
HARPER'S BAZAAR	Bottega Veneta	10,86	\$101 874			
	Dior	6,00	\$56 301			
	Prada	5,48	\$51 383	2,00	\$24 278	
	Chanel	4,50	\$42 225	2,00	\$24 278	
	Saint Laurent Paris	4,31	\$63 208	2,00	\$24 278	
	Alexander McQueen	3,90	\$36 639			
	Gucci	3,86	\$36 192	2,00	\$24 278	
	Valentino	3,69	\$34 628	2,00	\$28 937	
	Balenciaga	3,45	\$32 393			
	Fendi	1,90	\$17 874			
	Versace	1,76	\$16 533			
	Givenchy	1,55	\$14 522			
	MIU MIU	1,45	\$13 628			
	Ralph Lauren	1,29	\$12 064			
	Valentino Haute Couture	1,10	\$10 277			
	Hermes	1,10	\$10 277			
	Dsquared2	1,02	\$9 607			
	Gianvito Rossi	1,00	\$9 383			
	Brunello Cucinelli	1,00	\$9 383			
	Vetements	0,98	\$9 160			
	Off-White	0,93	\$8 714			
	Louis Vuitton	0,86	\$8 043			
	Dolce Gabbana	0,86	\$8 043			
	Loewe	0,79	\$7 373			
	Jil Sander	0,64	\$6 032			
	Loro Piana	0,57	\$5 362			
	Balmain	0,52	\$4 915			
	Dolce Gabbana Alta Moda	0,50	\$4 692			
	Wandler	0,36	\$3 352			
	Dries Van Noten	0,29	\$2 681			
	Chloe	0,17	\$1 564			
	Giorgio Armani	0,17	\$1 564			
	Celine	0,12	\$1 117	2,00	\$28 937	
	INSTYLE	Dior	10,43	\$96 349	2,00	\$32 736
		Louis Vuitton	7,29	\$67 312		
		Prada	5,24	\$48 394		
		Chanel	4,81	\$44 435		
		Bottega Veneta	3,45	\$31 897		
		Saint Laurent Paris	2,76	\$25 517	2,00	\$28 242
		Balmain	2,14	\$19 798		
Dolce Gabbana		1,43	\$13 199	2,00	\$28 242	
Chloe		1,21	\$11 219			
Alexander McQueen		1,19	\$10 999			
Valentino		1,10	\$10 119	2,00	\$32 736	
Fendi		1,05	\$9 680			
Ralph Lauren		0,52	\$4 840			



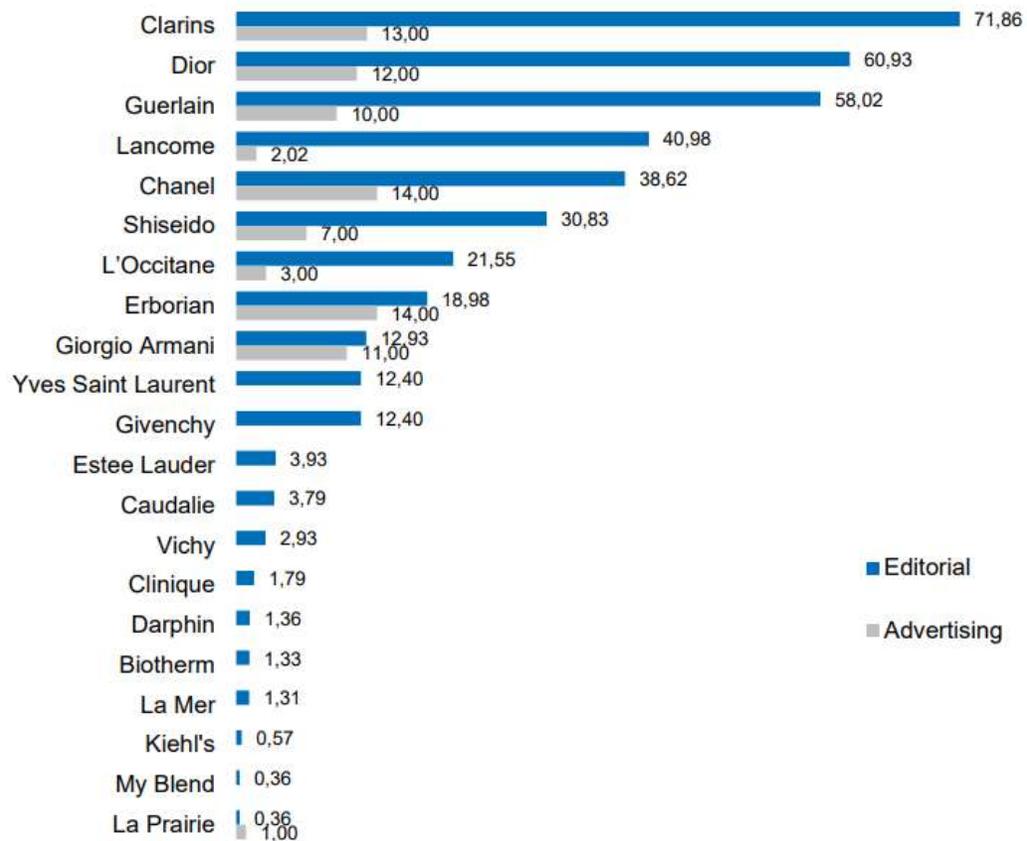
COSMOPOLITAN			
Brand	NOR PR	NOR ADV	
LIBREDERM	6	3	
AVENE	6	1	
NARS	5	0	
PUPA	3	0	
VIVIENNE SABO	3	0	
MAX FACTOR	3	0	
L'OREAL PARIS	2	0	
PANTENE PRO-V	2	0	
STELLARY	2	1	
GARNIER	2	0	
CHEMNIY ZHEMCHUG	2	2	
URIAGE	1	0	
CLINIQUE	1	0	
WELLA	1	0	
HEAD & SHOULDERS	1	0	
TRESEMME	1	1	
LUMENE	1	0	
OLD SPICE	1	0	
MAYBELLINE	1	0	
L'OCCITANE	1	0	
ESSENCE	1	0	
LUMENE	1	0	
SYOSS	0	0	18 977
SCHAUMA	0	0	
AVON	0	0	
DOVE	0	0	
SMASHBOX	0	0	
BIODERMA	0	0	
CAMAY	0	0	
FA	0	0	
YVES ROCHER	0	0	
NATURA SIBERICA	0	0	
SCHWARZKOPF	0	0	
NIVEA	0	0	
GLISS KUR	0	0	
NYX	0	0	
THE BODY SHOP	0	0	
FABERLIC	0	1	
CATRICE	0	0	
PALMOLIVE	0	0	
CHISTAYA LINIYA	0	0	
BOURJOIS	0	0	
AXE	0	0	
GILLETTE	0	0	

Brand	MSPE PR	MSPE ADV	
AVENE	44 094	21 171	
PUPA	22 854	0	
MAX FACTOR	22 613	0	
CHEMNIY ZHEMCHUG	21 096	45 633	
WELLA	19 983	0	
VIVIENNE SABO	19 667	0	
STELLARY	19 190	18 977	
LIBREDERM	18 628	123 079	
NARS	18 559	0	
TRESEMME	4 286	42 562	
GARNIER	2 856	0	
PANTENE PRO-V	2 228	0	
L'OREAL PARIS	2 001	0	
L'OCCITANE	1 429	0	
URIAGE	1 429	0	
LUMENE	1 429	0	
ESSENCE	1 427	0	
HEAD & SHOULDERS	1 427	0	
MAYBELLINE	1 201	0	
CLINIQUE	952	0	
OLD SPICE	801	0	
FABERLIC	0	18 977	
SCHAUMA	0	0	
YVES ROCHER	0	0	
AVON	0	0	
SMASHBOX	0	0	
BIODERMA	0	0	
FA	0	0	
CHISTAYA LINIYA	0	0	
CATRICE	0	0	
NATURA SIBERICA	0	0	
SCHWARZKOPF	0	0	
NIVEA	0	0	
GLISS KUR	0	0	
NYX	0	0	
THE BODY SHOP	0	0	
YVES ROCHER	0	0	
SYOSS	0	0	
GLISS KUR	0	0	
GILLETTE	0	0	
BOURJOIS	0	0	
DOVE	0	0	
PALMOLIVE	0	0	
FA	0	0	

Brand	EV PR	EV ADV
AVENE	2,52	1,00
CHEMNIY ZHEMCHUG	1,21	2,00
PUPA	1,14	0,00
VIVIENNE SABO	1,14	0,00
MAX FACTOR	1,14	0,00
STELLARY	1,12	1,00
WELLA	1,00	0,00
LIBREDERM	1,00	6,00
NARS	0,93	0,00
TRESEMME	0,21	2,00
GARNIER	0,14	0,00
L'OREAL PARIS	0,12	0,00
PANTENE PRO-V	0,12	0,00
MAYBELLINE	0,07	0,00
URIAGE	0,07	0,00
HEAD & SHOULDERS	0,07	0,00
ESSENCE	0,07	0,00
L'OCCITANE	0,07	0,00
LUMENE	0,07	0,00
CLINIQUE	0,05	0,00
OLD SPICE	0,05	0,00
FABERLIC	0,00	1,00
SCHAUMA	0,00	0,00
YVES ROCHER	0,00	0,00
AVON	0,00	0,00
SMASHBOX	0,00	0,00
DOVE	0,00	0,00
GILLETTE	0,00	0,00
AXE	0,00	0,00
SYOSS	0,00	0,00
NATURA SIBERICA	0,00	0,00
SCHWARZKOPF	0,00	0,00
NIVEA	0,00	0,00
BIODERMA	0,00	0,00
NYX	0,00	0,00
THE BODY SHOP	0,00	0,00
GLISS KUR	0,00	0,00
CHISTAYA LINIYA	0,00	0,00
BOURJOIS	0,00	0,00
CAMAY	0,00	0,00
PALMOLIVE	0,00	0,00
CATRICE	0,00	0,00
FA	0,00	0,00

Примеры предоставления данных. Сравнение объемов PR-поддержки и прямой рекламы брендов с возможностью разбивки по изданиям, формат .ppt

In Pages (A4)



IN RUB

BRAND	EDITORIAL, RUB	ADVERTISING, RUB	ED+AD, RUB	RATIO
Dior	62 351 077	12 804 119	73 181 077	4,87
Clarins	34 464 853	10 830 000	45 294 853	3,18
Guerlain	30 687 031	8 743 120	39 430 151	
Chanel	28 653 499	15 977 410	44 630 909	1,79
Lancome	24 750 339	922 272	25 672 611	26,84
Shiseido	20 910 142	4 106 000	25 016 142	5,09
Erborian	12 153 786	12 215 000	24 368 786	0,99
Giorgio Armani	9 718 208	12 401 000	22 119 208	0,78
L'Occitane	9 667 267	2 700 000	12 367 267	3,58
Givenchy	6 896 772		6 896 772	
Yves Saint Laurent	6 620 221		6 620 221	
Caudalie	2 474 166		2 474 166	
Estee Lauder	1 720 736		1 720 736	
Vichy	1 595 762		1 595 762	
Biotherm	886 666		886 666	
Clinique	764 275		764 275	
Darphin	751 380		751 380	
La Mer	642 489		642 489	
Kiehl's	275 120		275 120	
La Prairie	245 001	930 000		0,26
My Blend	86 929			

спасибо!

Наши контакты:

Адрес:	Москва, ул. Двинцев, д.12 корп. 1
Тел.:	+7 (495) 935 87 18
Контактное лицо:	Елена Турчанникова
E-mail:	Elena.Turchannikova@mediascope.net