

Voorblad

Datum rapportage

Ruimte voor logo / foto

.ANP

Inhoudsopgave

Onderdeel

paginanummer

Voorblad
Inhoudsopgave
Fotopagina
Samenvatting
Woordenwolk (#)
Media kanaal verdeling
Top bronnen
Definities
Contactgegevens

1
2
3
4
5
6
7
8
9

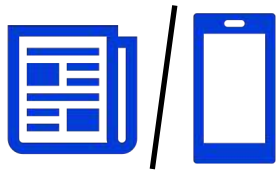
Fotopagina



Ruimte voor ondertitel foto | © copyright

Samenvatting

De samenvatting geeft een overzicht van de belangrijkste onderwerpen, conclusies en adviezen van deze rapportage. Dit is gemakkelijk te verspreiden en delen met bijvoorbeeld management en/of afdelingshoofden. De belangrijkste punten van de samenvatting zijn onderstaand ter illustratie voor bedrijf X onderverdeeld in redactionele/digitale media, klantenbinding, duurzaamheid en digitalisering. Van deze onderdelen worden de belangrijkste punten benoemd.



Redactionele/digitale media

Het verschil in onderwerpen bij redactionele en sociale media is dit kwartaal groter dan vorig kwartaal. Door impactvolle social media onderwerpen zoals mediamonitoring ook onder de aandacht te brengen van impactvolle nieuwsmedia, zou zowel het nieuws op zich als het positieve sentiment eromheen breder uitgedragen kunnen worden.



Klantenbinding

Klantenbinding is in het afgelopen halfjaar sterk verbeterd. Aandacht besteden aan bestaande klanten en waardering uiten op verschillende manieren zal ervoor zorgen dat klantenbinding en waardering blijft toenemen



Duurzaamheid

Dit kwartaal is er veel aandacht voor de betrouwbaarheid van de duurzame systemen van bedrijf X. Het blijven informeren van en innoveren op nieuwe mogelijkheden voor het inzetten van deze systemen, zou meer sympathie van consumenten en bedrijven kunnen opleveren.



Digitalisering

De digitalisering en het veilig stellen van gegevens in de cloud wordt gewaardeerd. Investeren in verbetering van deze digitale transitie zou ervoor kunnen zorgen dat media dit oppikken en relevante blogs en partners voor positieve conversatie zorgen.

**Volume:
908 berichten**

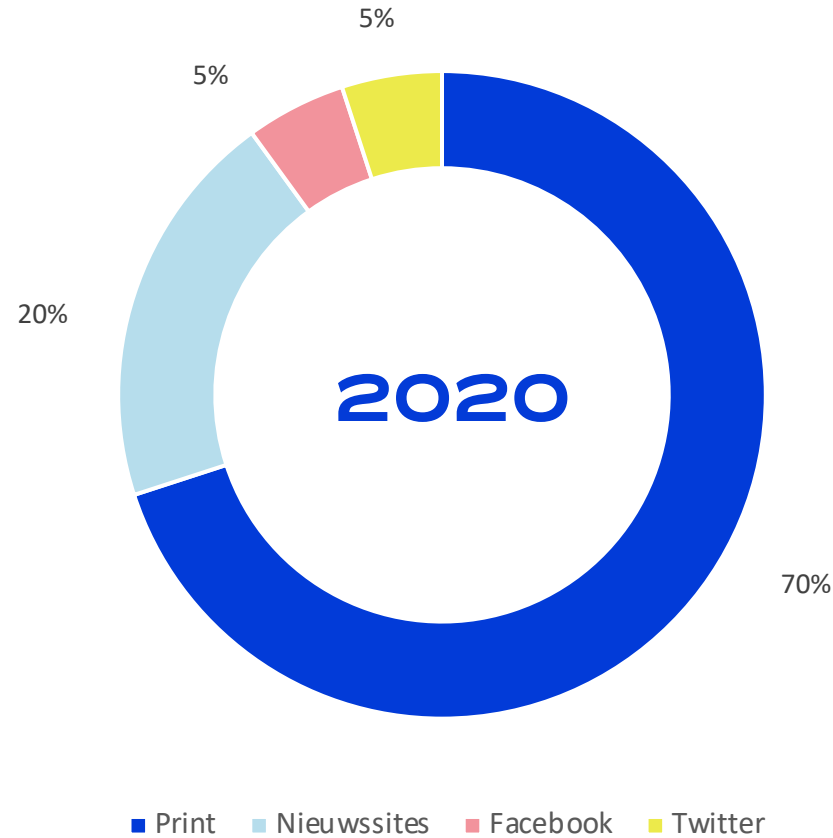
**7,5 Miljoen
potentieel bereik**

**Mediawaarde:
€892.235**

Woordenwolk (#)

#springvloed #knmi
#fashion #wawx #helpwad
#wadden #verkeer #veerdiensten #travelalert
#travel #climatechange
#opruimacties #klimaatzaak #windveld
#jinek #wind #codegeel #windveld
#onstuimig #storm #klm
#rotterdam #golfhoogte #nederland #fietsen
#magalia #amsterdam #herfstweer
#msczoë #stormhour #rijnmond #weer
#stormschade #schiphol
#staatsbosbeheer #flights

Media kanaal verdeling



Top bronnen

De top bronnen beschrijven de meest impactvolle soorten media. Bedrijf X is tussen juli 2020 en eind december 2020 908 keer genoemd in de media. De meest impactvolle bron van het afgelopen halfjaar is Twitter, waarop 607 berichten verschenen waar Bedrijf X in voorkwam. Nieuwssites, printmedia en Facebook volgen met respectievelijk 167, 49 en 47 berichten.



PRINT

Volume
777

Mediawaarde
€77.777

Potentieel bereik
77.777

Sentiment
0% positief
100% neutraal
0% negatief



Nieuwssites

Volume
777

Mediawaarde
€77.777

Potentieel bereik
77.777

Sentiment
0% positief
100% neutraal
0% negatief



Facebook

Volume
777

Mediawaarde
€77.777

Potentieel bereik
77.777

Sentiment
0% positief
100% neutraal
0% negatief



Twitter

Volume
777

Mediawaarde
€77.777

Potentieel bereik
77.777

Sentiment
0% positief
100% neutraal
0% negatief

Het meeste bereik wordt gegenereerd door Twitter. Doordat relatief veel mensen Bedrijf X noemen in hun berichten op Twitter en deze door een aantal impactvolle pagina's zijn gedeeld, is het bereik hoog. Printmedia volgt na Twitter op het gebied van potentieel bereik. Opvallend is dat de berichten via alle bronnen grotendeels neutraal sentiment bevatten. Twitter is de enige bron met sentiment.

Definities

Uitleg van gebruikte definities en termen in het rapport.

- **Volume:** Het totaal aantal mediaberichten dat in de onderzoeksperiode via social en redactionele media wordt gevonden.
- **(Potentieel) bereik:** Betreft het potentieel aantal impressies (weergaven) en is gebaseerd op kijk- en luistercijfers, oplagecijfers, unieke paginabezoeken van websites of het aantal volgers/fans van (social) media-accounts.
- **Mediawaarde:** Wordt berekend op basis van media volume, potentieel bereik, CPM rate (prijs per 1.000 impressies) en advertentiewaarde.
- **Impact:** Bestaat uit het volume en het bereik en wordt dan ook uitgerekend met de formule: volume x potentieel bereik.
- **Sentiment:** Betreft de opinie die in mediaberichtgeving naar voren komt over een bedrijf/merk en wordt aangeduid met een positieve, neutrale of negatieve annotatie.

Contactgegevens

Edwin de Groot
Commercieel Manager
edwin.de.groot@anp.nl

+31 70 4141 267
+31 61 0220 545
anp.nl

Pascal Claeys
Product owner media analyses
pascal.claeys@anp.nl