

*... non si può gestire ciò che non si può misurare,
e non si può misurare ciò che non si può descrivere ...*

Kaplan e Norton



AD Media Analysis Srl

AD Media Analysis nasce dalla collaborazione con agenzie di PR e uffici stampa per seguire le trasformazioni del mondo della comunicazione e per rispondere alle esigenze dei professionisti del settore

AD Media Analysis offre un modello sistemico, operativo e strategico, di analisi della rassegna stampa in grado di raccogliere, misurare e valutare nel tempo gli effetti / risultati ottenuti con l'attività di comunicazione

Il modello di analisi – **Media Coverage Analysis** – segue rigorosi criteri scientifici fissati nel progetto internazionale della Commissione Europea (1998) e perfezionati poi in ricerche sulle *best practice* condotte dal Dipartimento di Scienze Economiche e Sociali della Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

La **Media Coverage Analysis** può presentare tre successivi livelli di approfondimento:

VALORIZZAZIONE

Misurazione degli output dell'attività di Media Relations in grado di fornire informazioni statistico-quantitative su: volume della copertura conseguita dall'azienda a livello totale, per singolo veicolo e per periodo; quantità di pubblico raggiunto complessivamente e per target; valore in termini di equivalente pubblicitario

ISSUE IMPACT

Analisi estesa al contenuto presentato dai media, al fine di verificare se la copertura riporta issue importanti per l'azienda e se i messaggi chiave risultano visibili e ben posizionati.

Oltre alle informazioni statistiche quantitative fornisce il coefficiente di sintesi dell'impatto funzione della prominenza, dell'ampiezza e del pubblico raggiunto complessivamente e in target

MEDIA REPUTATION

Analisi estesa all'contenuto della copertura media che, attraverso indicatori di sintesi, mira ad individuare la Media Reputation sia in area corporate che per singolo brand.

Oltre alle informazioni statistiche quantitative vengono rilevati argomenti specifici di interesse dell'azienda, messaggi chiave e tono del contenuto

AD Media Analysis Srl

Piazza Bernini, 6 - 20133 Milano tel + 39 02 70 60 09 89 fax + 39 02 59 61 04 36
P. Iva 06468120966 - www.admedianalysis.com - info@admedianalysis.com