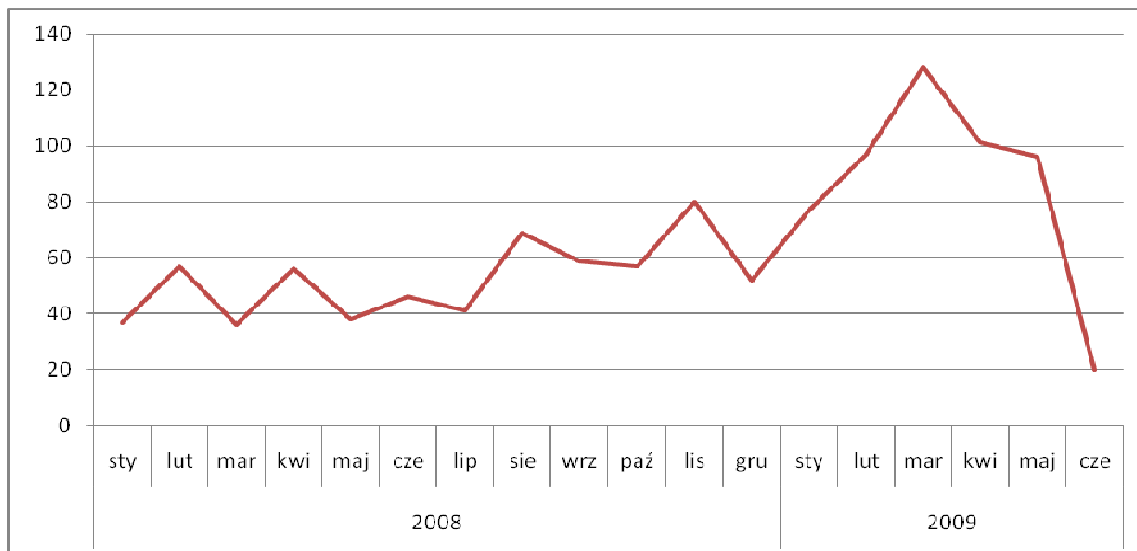


Warszawa, 15 czerwca 2009 r.

MediaFun i NewsPoint o marketingu szeptanym

Portale internetowe

Z analizy ilościowej, przeprowadzonej za okres 1 stycznia 2008 r. – 29 maja 2009 r. wynika, że zainteresowanie mediów marketingiem szeptanym utrzymywało się na niezmiennym poziomie do marca 2009 r., kiedy to liczba publikacji na jego temat uległa podwojeniu. Powodem był cykl artykułów na temat marketingu szeptanego, publikowany przez portal Gazeta.pl i Gazetę Wyborczą od 2 marca 2009 r., a dotyczący negatywnych praktyk w tym obszarze. Artykuły zainspirowały debatę na temat sposobu prowadzenia działań z obszaru marketingu szeptanego oraz potrzebę ustanowienia regulacji branżowych w formie Kodeksu Etyki Marketingu Szeptanego. Temat ten podchwyciły i zaczęły szeroko dyskutować także inne media.



Podobnie gorącym miesiącem był kwiecień 2009 r., kiedy to ilość publikacji na temat marketingu szeptanego jeszcze się zwiększyła. Co ciekawsze, nie wynikało to tylko z dyskusji branżowej i potrzeby regulacji w tym zakresie. Firmy Wizard i AdAction poinformowały o rozszerzeniu oferty marketingu szeptanego. Media branżowe publikowały także artykuły edukacyjne, czym właściwie jest marketing szeptany i jaka jest różnica pomiędzy nim a innymi formami marketingu – które często są ze sobą mylone. Grupa Adweb utworzyła własny internetowy panel dyskusyjny przeznaczony dla administratorów i moderatorów forów internetowych, a także narzędzie internetowe do prowadzenia kampanii marketingu szeptanego usta-usta. Niektóre firmy informowały, że działania z zakresu marketingu szeptanego są elementem ich aktualnie prowadzonych kampanii komunikacyjnych (np. serwis roflcopter.pl).

Metodologia: monitorowane hasła to womm, word of mouth marketing, marketing szeptany ze wszystkimi odmianami. Analiza ilościowa objęła publikacje na wszystkich 2300 portalach polskojęzycznych monitorowanych przez NewsPoint, które ukazały się w datach 1.01.2008-31.05.2009. Analiza jakościowa dotyczyła artykułów umieszczonych na tych portalach w marcu, kwietniu i maju b.r.

Konferencja o marketingu szeptanym

27 marca, na fali debaty o marketingu szeptanym, odbyła się „Taka konferencja, rze muwie WOMM” zorganizowana przez Macieja Budzicha, autora bloga Blog.mediafun.pl. Relacje o konferencji pojawiły się zarówno na blogach, jak i portalach o tematyce marketingowej. Zapowiedzi pojawiły się w interaktywnie.com, na stronie Marketing & More, Marketingu Przy Kawie, Media2. Podsumowania konferencji zamieściły portale: Marketing & More, Gazeta.pl, Money.pl, Marketing przy Kawie i telegazeta.pl. Równie licznie pisali o wydarzeniu pisali obecni na nim blogerzy specjalizujący się w tematyce marketingu i PR, jak między innymi: Tomasz Topa, Natalia Hatałska, (notabene, prelegentka konferencji), Piotr „VaGla” Wagłowski (również prelegent), Michał Mietliński „PowerBlog”, epijar, 121PR, Jacek Gadzinowski, aleksander22, autorzy bloga gryziemy.net, makjuzer czy agencja Streetcom. Spotkanie było dla blogerów pretekstem do dokonania podsumowań, jak również wyrażenia własnych opinii na temat marketingu szeptanego.

Metodologia: monitorowane hasła to "taka konferencja rze muwie womm" (we wszystkich odmianach), "konferencji dot. WOM", „konferencji zorganizowanej przez Maćka “Mediafuna” Budzicha”, „konferencja marketingu szeptanego” + „Maciek Budzich”, "konferencja dot. WOM", „Taka konferencja, że MUWIE WOMM”. Nazwa konferencji była trudna do zapamiętania przez uczestników, stąd używali jej oni w najprzeróżniejszych odmianach bądź powoływali się na osobę organizatora. Analiza objęła wszystkie 2300 polskojęzyczne portale monitorowane przez NewsPoint i okres marca i kwietnia b.r.

=====

NewsPoint to usługa monitorowania komunikacji w internecie, wprowadzona przez NetSprint.pl - dostawcę zaawansowanych rozwiązań wyszukiwawczych. System monitoruje ponad 2000 polskich i ponad 9000 serwisów zagranicznych, w tym portale, wortale oraz blogi. NewsPoint co kilka minut sprawdza obecność nowych publikacji w mediach online. Oprócz monitorowania mediów usługa umożliwia również łatwe zarządzanie pozyskanymi informacjami. Aplikacja automatycznie generuje wykresy i tabele, pozwala również na publikację znalezionych w sieci informacji na temat firmy na stronie WWW, intranecie lub kanale RSS.

NewsPoint UGC to zaawansowany system przeszukujący blogi i fora. Obecnie monitoruje ponad 46 tys. forów i 38 tys. blogów z trzech największych platform: blox, blog, bloog, blog.onet.pl.

NewsPoint jest narzędziem przydatnym podczas:

- . badania efektywności działań marketingowych i PR,
- . planowania marketingowego,
- . monitorowania działań konkurencji,



- . *planowania kampanii reklamowych,*
- . *tworzenia strategii przedsiębiorstwa.*

Dodatkowe informacje:

Olga Kamińska, PR Manager, NetSprint.pl Sp. z o.o.

e-mail: olga.kaminska@netsprint.pl

Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa

tel. 022 844 49 90 w. 404

Anna Miotk, dyrektor rozwoju biznesu NewsPoint, NetSprint.pl

e-mail: anna.miotk@netsprint.pl

Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa

tel. 022 844 49 90