

PR News

ЛИДИРУЮЩАЯ КОМПАНИЯ В ОБЛАСТИ  
ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ

# МЕДИЙНОЕ ОКРУЖЕНИЕ



# Методология



 *Количество упоминаний персоны*

 *Количество сообщений с цитатами*

# Карта стейкхолдеров

## Методология

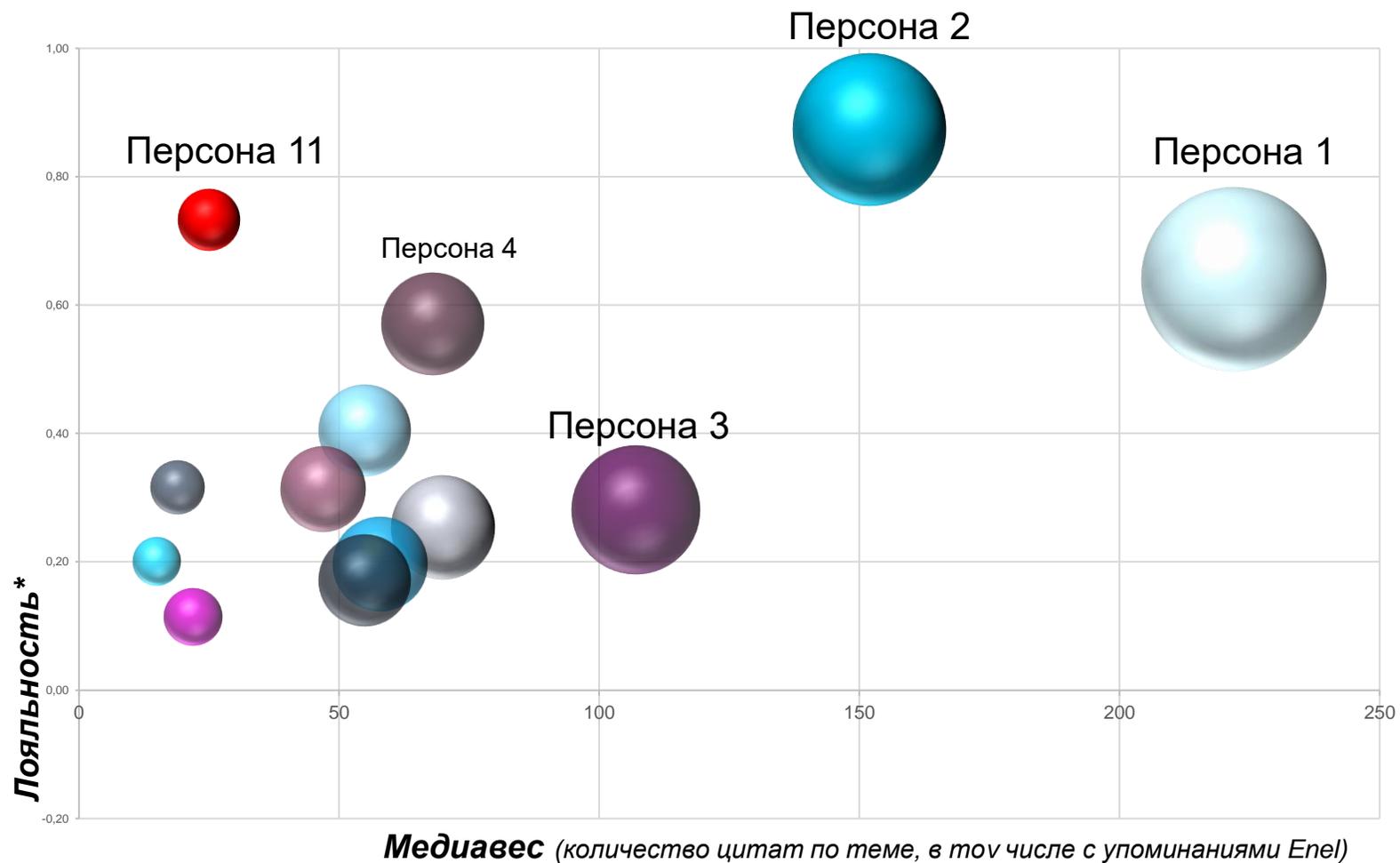
При построении карты стейкхолдеров учитывались организации и персоны, чаще всего встречающиеся в информационном потоке компании (**Медиавес**), а также соотношение позитивных и негативных контекстов совместных упоминаний (**Индекс публичной лояльности**).

Представленные экспресс-данные демонстрируют уровень и качество влияния на медиарепутацию Ингосстраха различных персон и организаций/ведомств.



# Карта стейкхолдеров

Рейтинг стейкхолдеров



\*Лояльность на основе соотношения позитивных, нейтральных и негативных комментариев

# Карта стейкхолдеров: персоны

Представленные экспресс-данные демонстрируют уровень и качество влияния на медиарепутацию компании различных персон. Значимыми для отрасли являются представители профессиональных ассоциаций, а также чиновники, представители властных структур. Негативный контекст прошедшего периода сформировали аналитические обзоры о лоббировании интересов индустрии во власти, а также предложения депутатов о регулировании деятельности компаний, включая вопросы «навязывания» дополнительных услуг клиентам.

Позитивную оценку со стороны сообщества получило назначение .... Таким образом, Персона 1 может стать потенциальным лидером стейкхолдеров, способным улучшить медиарепутацию компании.

