



Diskurs Media Monitoring

Medienbeobachtung und Themenanalysen

Elemente des Media Monitoring

Media Monitoring bzw. Medienbeobachtung beinhaltet

1. Identifikation,

2. Beobachtung und

3. Analyse

von Beiträgen entlang der unterschiedlichen digitalen Medienkanäle.

Zum Teil können auch Offline-Inhalte hierbei berücksichtigt werden.



Elemente des Media Monitoring

1. Identifikation: Suchagenten

- ✓ Individuell definierbare Suchanfragen nach Unternehmen, Produkten, Marken, Trends, Themen, ..
- ✓ Strukturierter Überblick im Informationsdschungel
- ✓ Maximale Quellenabdeckung

400 Mio. Online-Quellen
über 2.000 Print-Erzeugnisse
über 1.000 Podcasts
100 TV- und Radiosender



Elemente des Media Monitoring

1. Identifikation: Quellenauswahl

Erhalten Sie einen Überblick über die komplette Medienlandschaft oder wählen Sie bevorzugte Kanäle für Ihre Medienbeobachtung aus.

Social → Soziale Netzwerke, Microblogs, Bilder, You Tube, You Tube Kommentare

Online → Blogs, Nachrichten, Web, Videos, Pressemitteilungen

Community → Foren, Consumer, Kommentare

Offline → Print

Erweitert → Content Changes

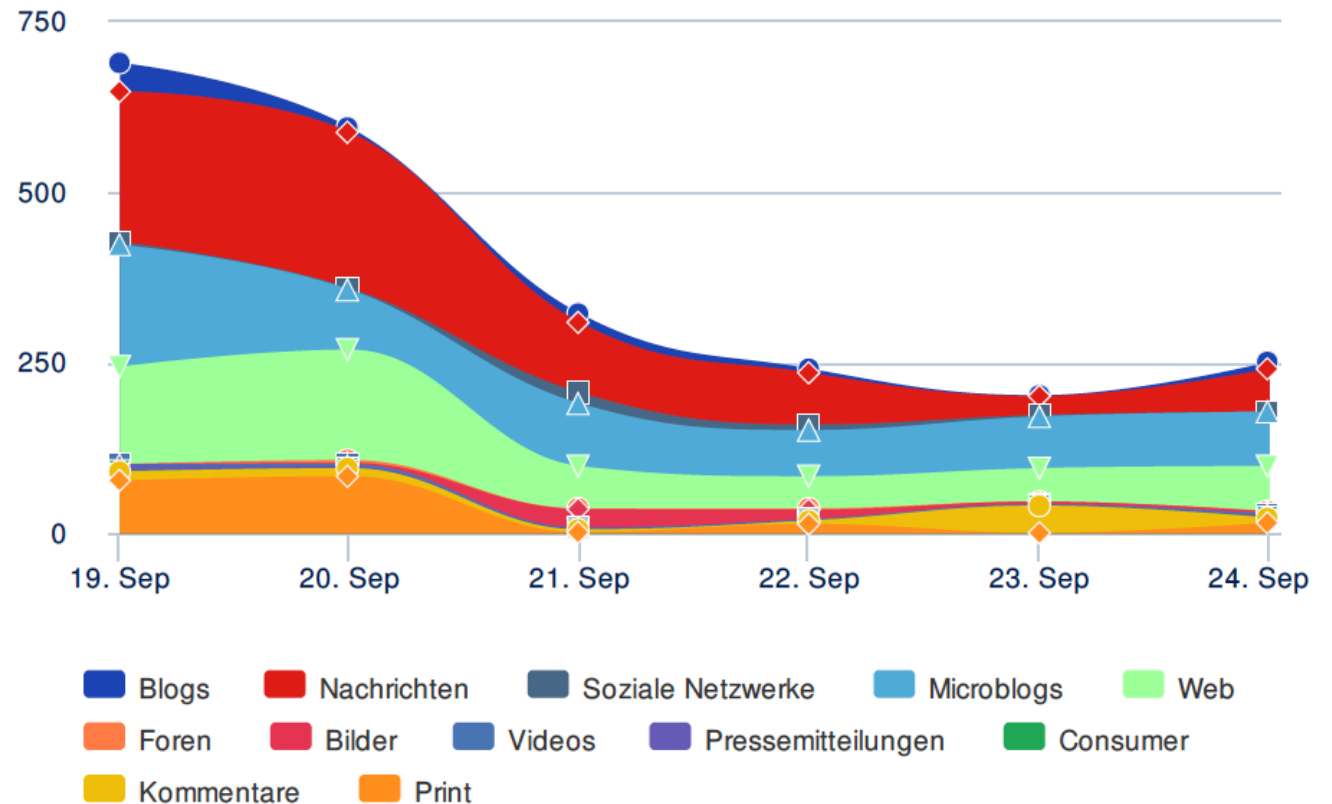
Elemente des Media Monitoring

2. Beobachtung: Erwähnungen

Beobachten Sie relevante Beiträge und Themen hinsichtlich der Entwicklung ihrer

- ✓ Reichweite
- ✓ Crossmedialität
- ✓ Viralität
- ✓ Sentiments
- ✓ Nutzeraktivität

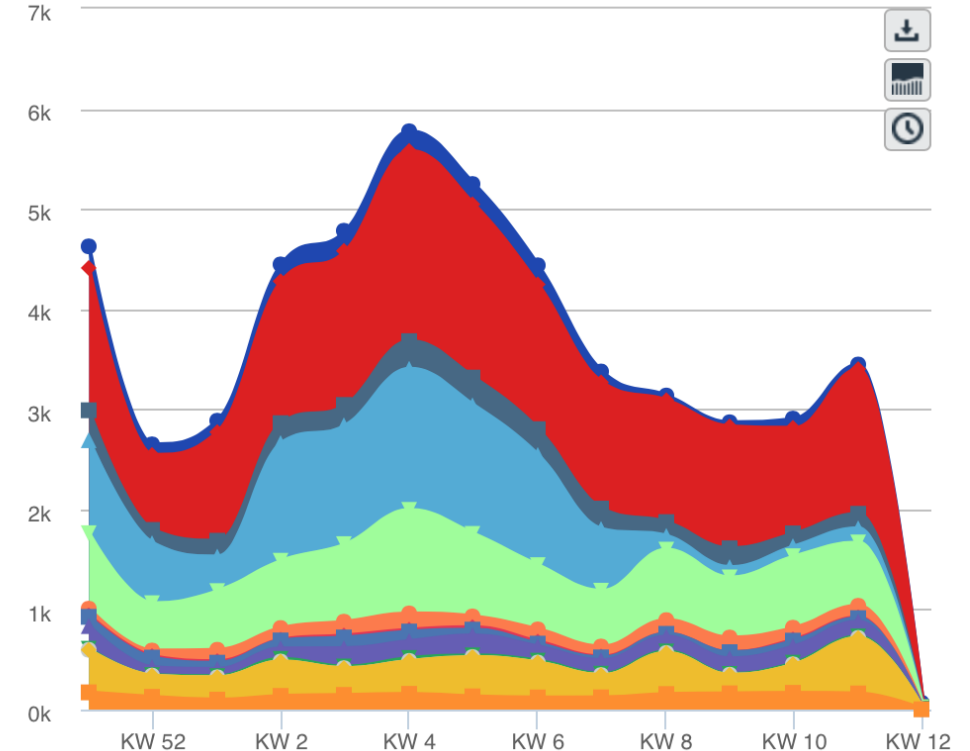
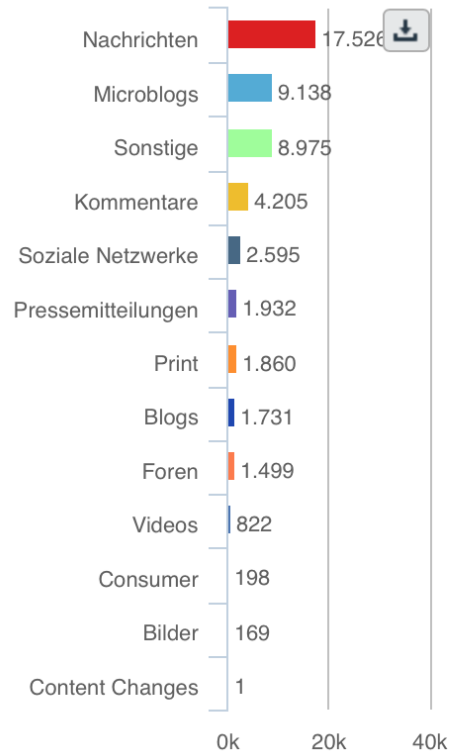
Anzahl der Erwähnungen



Elemente des Media Monitoring

2. Beobachtung: Mediensegmente

Anhand der **Mediensegmente** können Sie erfassen, wie sich die Kommunikation über Ihr Unternehmen, Produkt oder Dienstleistung auf die einzelnen Medienkanäle verteilt. Dies können Sie auch zur Beobachtung des Wettbewerbs tun, um gezielter in die Kanäle vorzudringen, indem der Wettbewerb besonders aktiv ist.



Elemente des Media Monitoring

2. Beobachtung: Autoren und Quellen

Welche **Autoren bzw. Quellen** schreiben über Sie, Ihr Produkt oder Dienstleistung? Wer schreibt über den Wettbewerb? Wer schreibt über für Sie relevante Themen? Mithilfe der Autoren- und der Quellen-Funktion erhalten Sie einen schnellen und effektiven Überblick.

Top10 Quellen

Erwähnungen	Quelle	IVW Reichweite	Sentiment	Neuste Erwähnung
13	www.stuttgarter-zeitung.de	-	65%	2018-09-24 18:15:00
12	www.zvw.de	-	71%	2018-09-21 19:05:11
11	www.neckar-chronik.de	-	50%	2018-09-21 19:58:05
10	www.swr.de	-	90%	2018-09-20 17:55:23
9	Südkurier	45 k	67%	2018-09-24 00:00:00
8	Schwäbische Zeitung	59 k	56%	2018-09-20 00:00:00
7	www.tagblatt.de	-	43%	2018-09-20 22:56:28
6	www.stuttgarter-nachrichten.de	-	67%	2018-09-24 18:15:00
6	www.nachrichten-heute.net	-	83%	2018-09-20 15:29:42
6	www.swp.de	-	75%	2018-09-20 18:26:46

Top Autoren

Erwähnungen	Autor	Viralität	Referenzen
26	Nadja Zinsmeister	70	75
19	Jörg Köpke	0	0
10	Gerhard Königer	0	0
10	dpa	185	6
9	Markus Schmitz Und	0	0
9	Alfred Wiedemann	0	0
6	Eva Quadbeck	14	10
6	Presseportal.de	7	19
5	Tobias Blasius	0	0
5	redaktion@gmuender-tagespost.de (...)	0	0

Elemente des Media Monitoring

2. Beobachtung: Viralität

Mediensegmente

Viralität
Autoren
Quellen
Sentiments
Themen
Verbreitung
Facebook

✓
★

Bundesnetzagentur: Rund 350.000 Haushalten wurde der Strom...
2015-11-15 14:40:06
www.spiegel.de
Stefan Schultz

Die sozialen Probleme bei der Energiewende vergrößern...
Resultat für: Themen-Monitor Energiewende

IVW Reichweite: 109 Mio.
Viralität: 857
Referenzen: 1

★

Historischer Welt-Klimavertrag: Zehn Gründe für das...
2015-12-13 07:53:15
www.spiegel.de
Axel Bojanowski

Erdölstaaten ohne Erdöl, Schwellenländer ohne Kohle, kleine...
Resultat für: Themen-Monitor Energiewende

IVW Reichweite: 109 Mio.
Viralität: 601
Referenzen: 2

★

Stickoxidbelastung: Umweltbundesamt will Dieselaautos aus Städten v...
2015-12-17 16:34:50
www.spiegel.de

Das Dienstwagenprivileg abschaffen, Steuervorteil bei Diesel verringern...
Resultat für: Themen-Monitor Energiewende

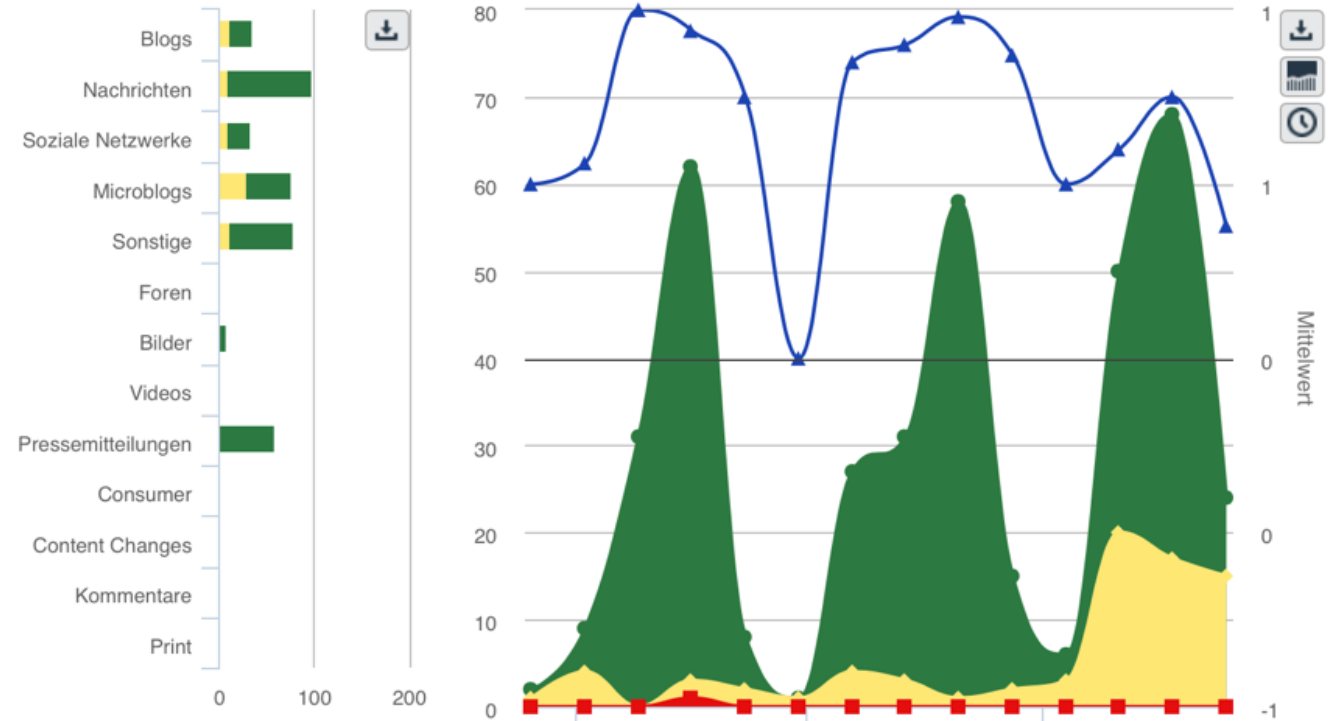
IVW Reichweite: 109 Mio.
Viralität: 591
Referenzen: 0

Die **Viraliätsbeobachtung** ermöglicht eine Erfolgsmessung der eigenen Beiträge und erzeugt ein Ranking zur Übersicht über die reichweitenstärksten Beiträge. Gleichzeitig lassen sich zeitnah negative wie positive Nachrichten identifizieren, die sich stark verbreiten, um schnell darauf reagieren zu können (= wichtig für die **Krisenkommunikation**).

Elemente des Media Monitoring

2. Beobachtung: Sentiment

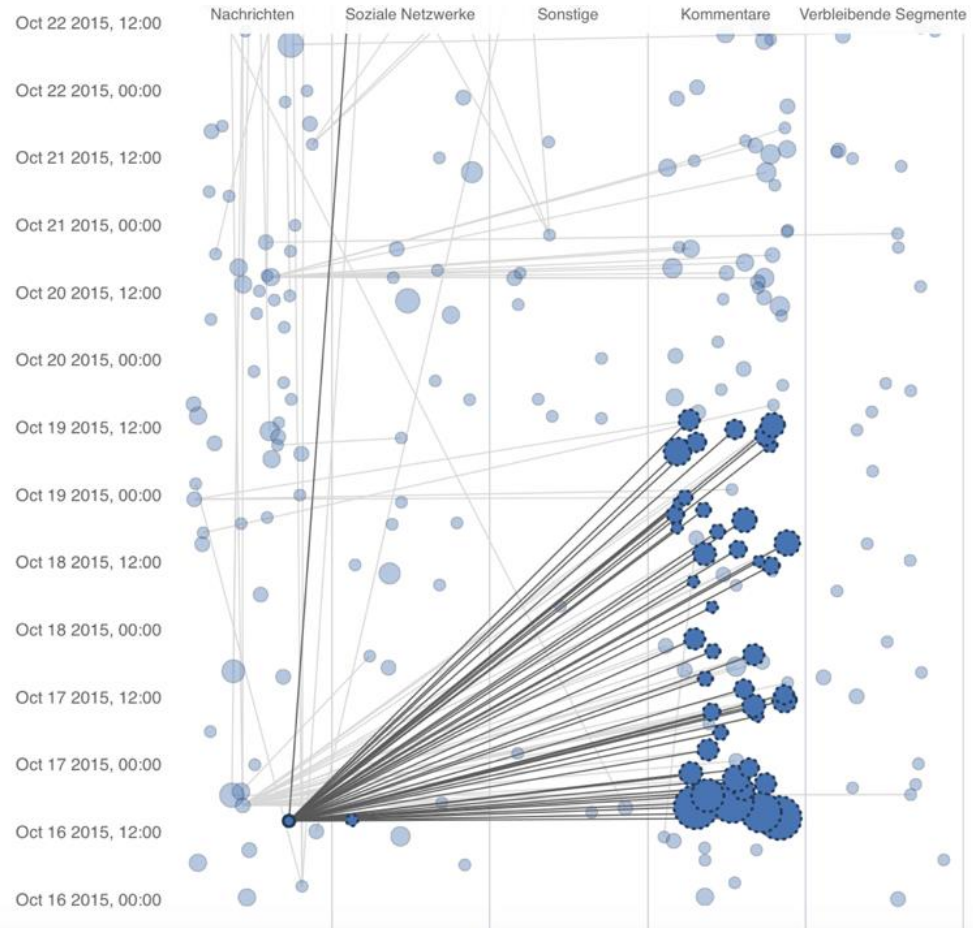
Die **Sentimentsanalyse** verschafft Ihnen einen Überblick über die Tonalität, in der über Ihr Unternehmen, Produkt oder Dienstleistung geschrieben wird. Gekennzeichnet werden die Sentiments mit den Farben **rot für negativ**, **gelb für neutral** und **grün für positive Beiträge**.



Verteilung der Tonalität über die unterschiedlichen Medienkanäle hinweg

Elemente des Media Monitoring

2. Beobachtung: Verbreitung



Mit Hilfe der **Verbreitungsanalyse** lassen sich alle Erwähnungen auf die unterschiedlichen Medienkanäle aufgeteilt darstellen.

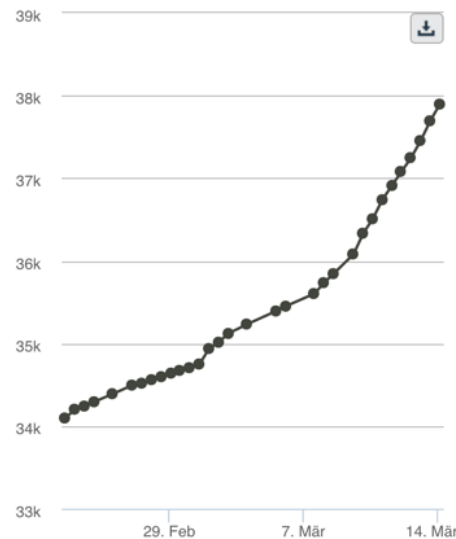
Das Besondere hierbei:
Die Verlinkungen der einzelnen Erwähnungen werden ebenfalls aufgezeigt. Damit steht Ihnen ein mächtiges Tool zur Verfolgung von Nachrichten zur Verfügung und Sie sind in der Lage die Verbreitung einer Nachricht zu messen.

Elemente des Media Monitoring

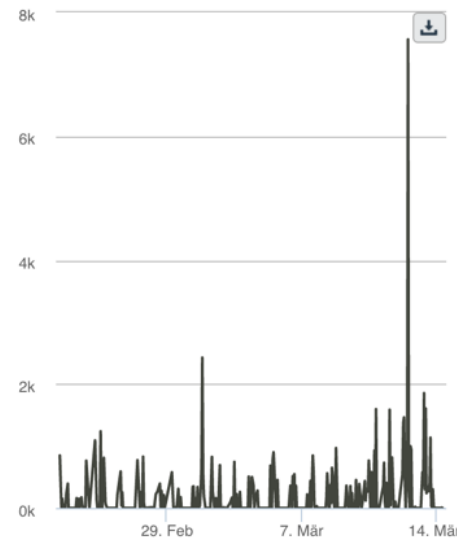
2. Beobachtung: Social Media Accounts

Mit dem **Social Media Monitoring** haben Sie die Möglichkeit, einen spezifischen Facebook- oder Twitter-Account zu beobachten.

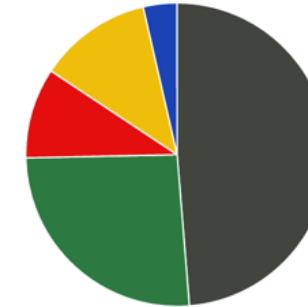
Fans + 3.799 in 30 Tagen



Gefällt mir-Anzahl + 72.097 in 30 Tagen

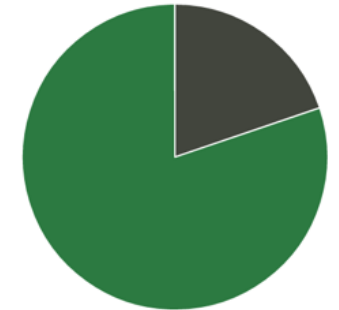


Beiträge nach Typen



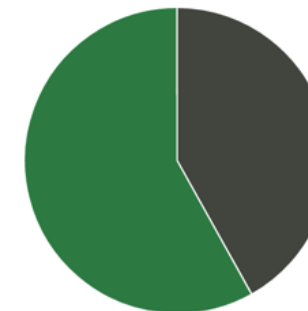
Text Foto Video Link
Anderes

Beiträge von Nutzern 80%



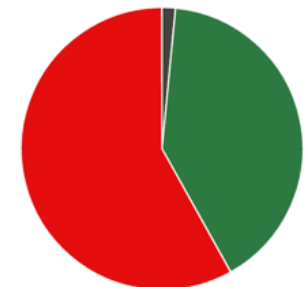
vom Besitzer von Nutzern

Facebook Kommentare 42%



mit Kommentaren ohne Kommentare

Antwortrate 2%

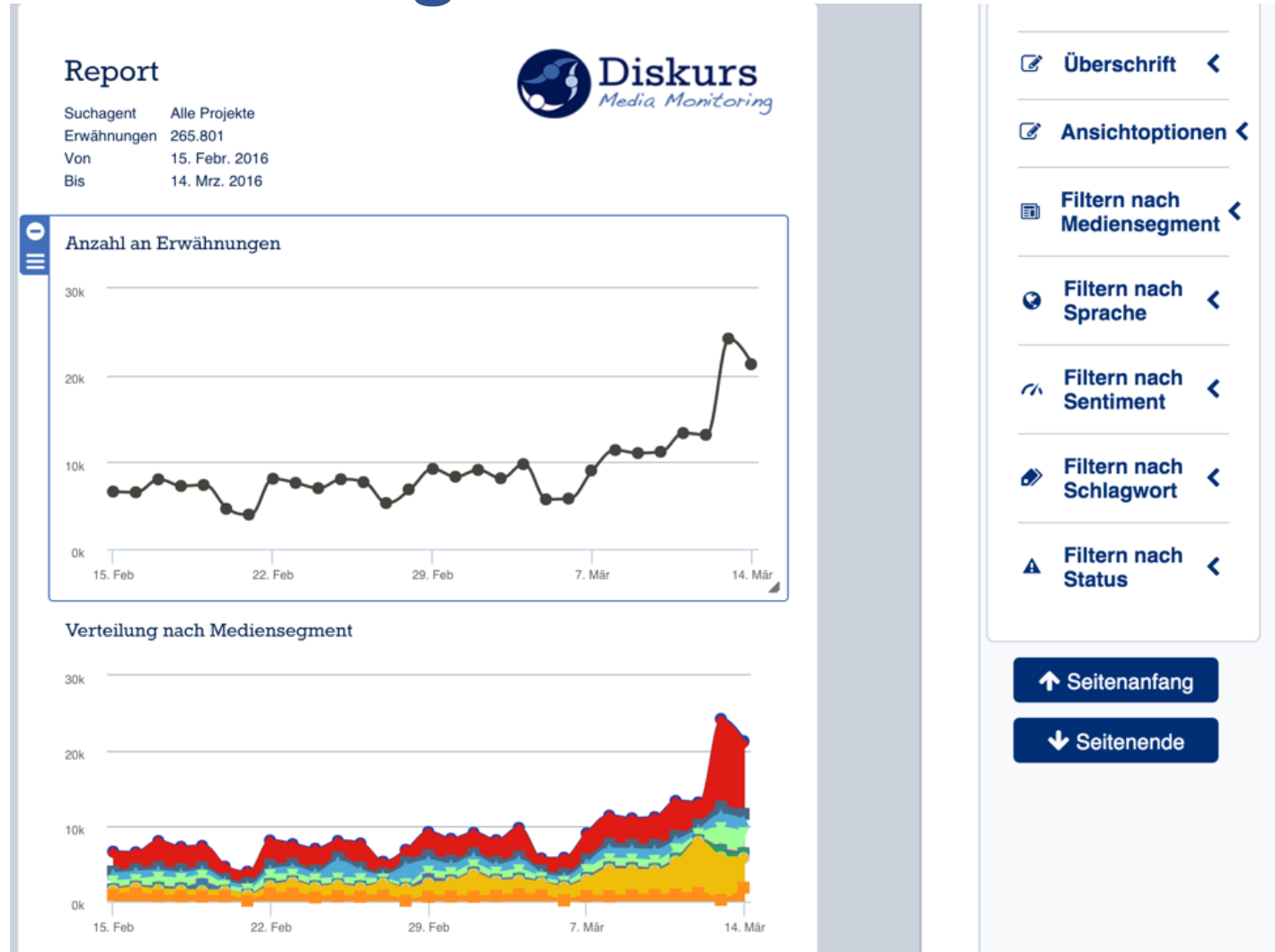


beantwortet durch Besitzer
beantwortet durch User
nicht beantwortet

Elemente des Media Monitoring

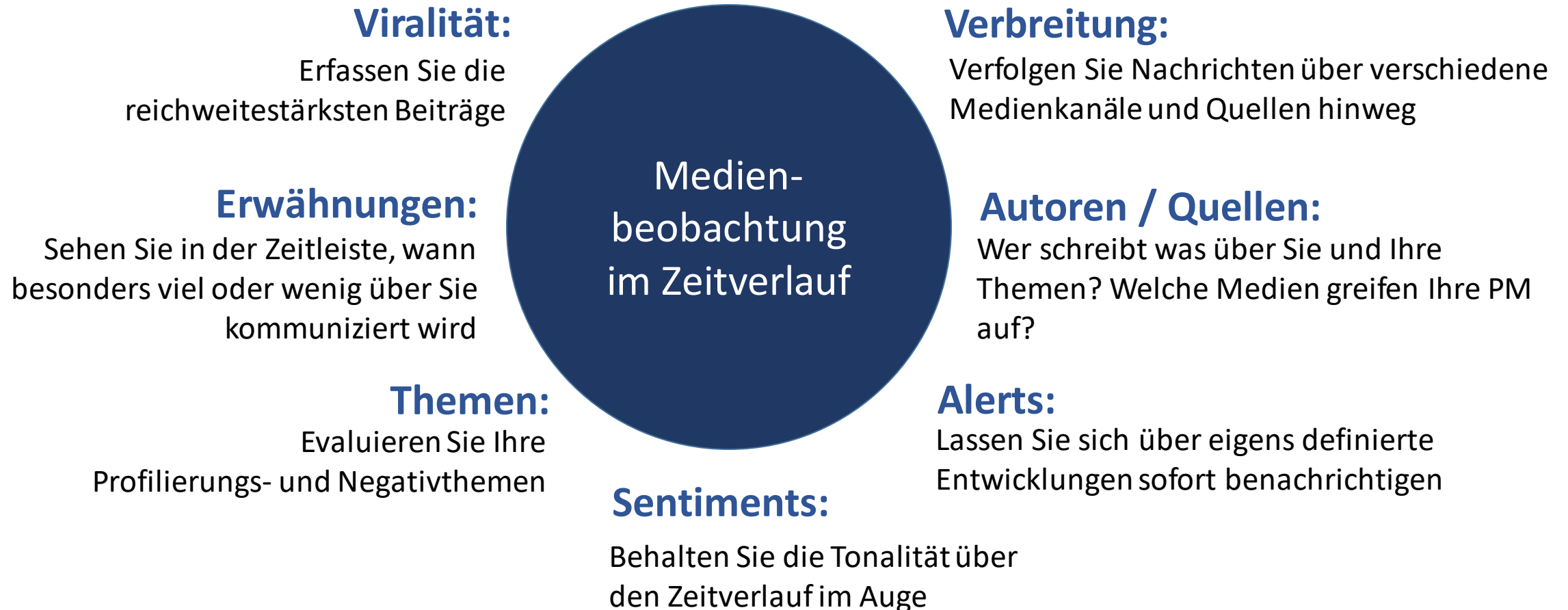
3. Analyse: Report

Mit **individuell gestaltbaren Reports** erhalten Sie regelmäßig einen umfassenden, strukturierten Überblick über Ihre relevanten Themen.



Elemente des Media Monitoring

3. Analyse: Zeitverlauf

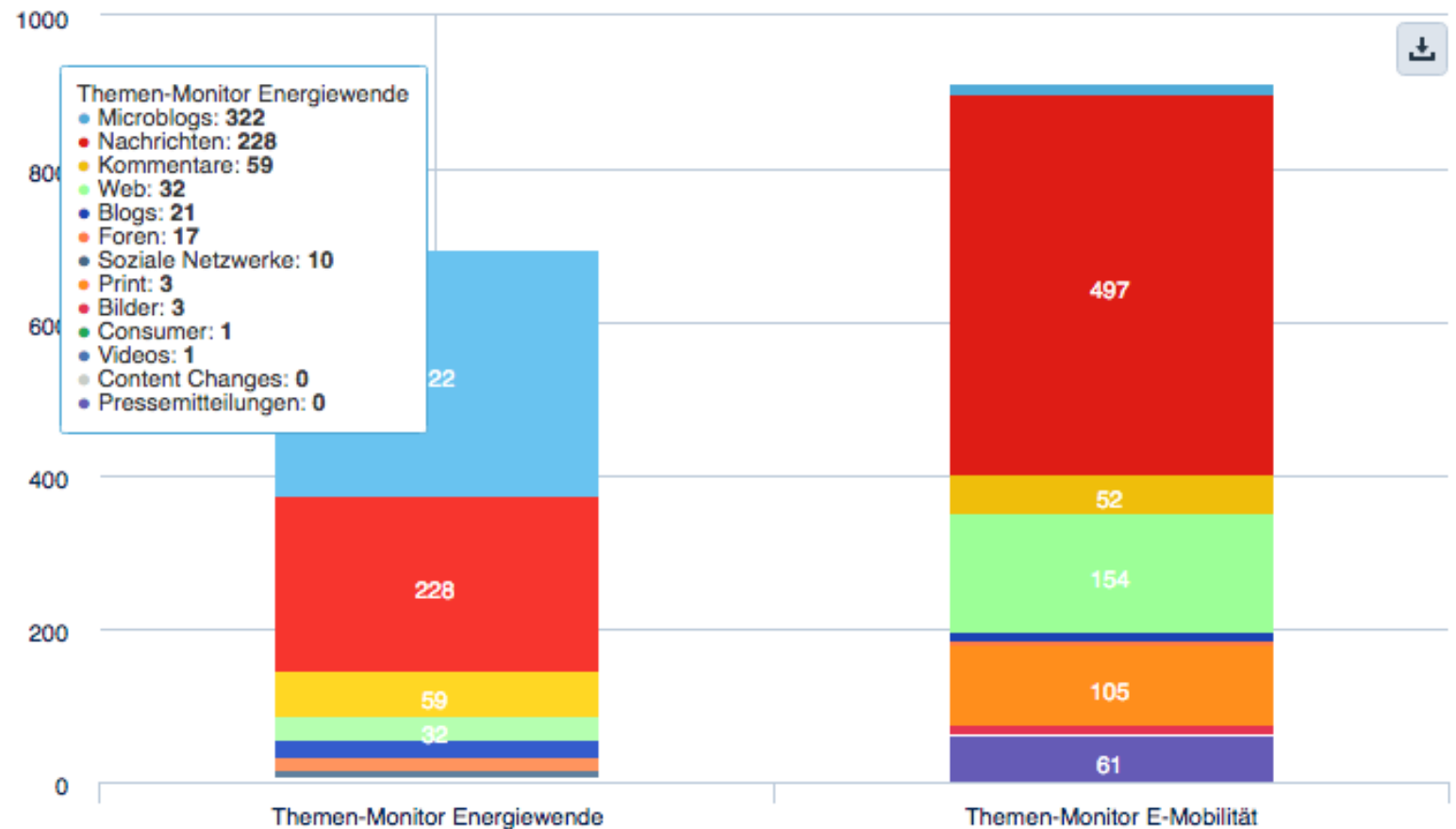


Elemente des Media Monitoring

3. Analyse: Vergleich

Finden Sie mithilfe von **Vergleichen** heraus, wo Sie sich besser positionieren sollten.

Mediensegmente



Vorteile der stetigen Medienbeobachtung

Media Monitoring ermöglicht Unternehmen das Kommunikationsvolumen strategisch zu planen und zielsicherer einzusetzen.

BENEFITS:

- Permanente Beobachtung von Marktentwicklungen und Trends
- Messen von Reichweiten und Viralität der eigenen PR-Kampagnen
- Entwicklung der Marketingstrategie auf Basis fundierter Daten
- Kontrolle der Wettbewerbsaktivitäten
- Krisen- und Reputationsmanagement
- Generieren von Wettbewerbsvorteilen durch schnelle Reaktion auf Marktentwicklungen

Vorteile der stetigen Medienbeobachtung

All diese Möglichkeiten eröffnen sich Ihnen mit einem einzigen Tool:



- ✓ Schärfen Sie Ihr Profil
- ✓ Behalten Sie den Wettbewerb im Auge
- ✓ Evaluieren Sie Ihre medialen Stärken und Schwächen
- ✓ Steigern Sie Ihren Unternehmenswert nachhaltig
- ✓ Erkennen und beugen Sie Krisen frühzeitig vor
- ✓ Erkennen Sie potentielle Chancen und Risiken
- ✓ **Gestalten Sie die Kommunikation über Sie aktiv mit**



Identifikation. Beobachtung. Analyse.

Das Media Monitoring Tool der Diskurs Communication GmbH.

Ansprechpartner



Diskurs Communication GmbH

Jürgen Scheurer, Geschäftsführer

Schlossstraße 7 | 68753 Waghäusel

Rankestraße 32 | 10789 Berlin

T +49 30 2023536-11

F +49 30 2023536-19

juergen.scheurer@diskurs-communication.de

www.diskurs-communication.de