



**SPONSORING
INSIGHT**

RESEARCH & CONSULTING

MIASTO GORZÓW WIELKOPOLSKI

Oglądalność i ekspozycje telewizyjne w kontekście imprez żużlowych

Wrocław, 8 września 2015



Sponsoring Insight

Sponsoring Insight to agencja badawczo-consultingowa specjalizująca się w analizach i doradztwie w zakresie marketingu oraz sponsoringu sportu i kultury.

Zespół Sponsoring Insight składa się z konsultantów posiadających wieloletnie doświadczenia w **badaniach i analizach sponsoringu** oraz **optymalizacji procesów marketingowych** w organizacjach sportowych i kulturalnych.

Realizując projekty dla naszych klientów bazujemy na **najbardziej innowacyjnych narzędziach analitycznych**, opartych na najnowszych badaniach naukowych z obszaru sponsoringu sportu i kultury oraz CSR.

Ściśle współpracujemy z uczelniami oraz jednostkami naukowymi w celu doskonalenia narzędzi, które wykorzystujemy tworząc analizy oraz raporty consultingowe.



Struktura raportu

4

ZAŁOŻENIA BADAWCZE

6

METODOLOGIA BADAWCZA

8

**OGLĄDALNOŚĆ MECZÓW DOMOWYCH STALI GORZÓW
WIELKOPOLSKI W TELEWIZJI**

11

MONITORING EKSPozyCJI TELEWIZYJNYCH

- Grand Prix Polski w Gorzowie Wielkopolskim
- PGE Ekstraliga: Money Makes Money Stal Gorzów Wielkopolski – SPAR Falubaz Zielona Góra

16

ŁĄCZNY CZAS EKSPozyCJI MIASTA GORZÓW WIELKOPOLSKI

18

PRZYKŁADY EKSPozyCJI

ZAŁOŻENIA BADAWCZE



Założenia badawcze

Przedmiot badania

- **Oglądalność** meczów domowych Stali Gorzów Wielkopolski w telewizji (transmisje na żywo oraz retransmisje);
- **Szczegółowy monitoring ekspozycji miasta Gorzowa Wielkopolskiego** na przykładzie Grand Prix Polski oraz meczu ligowego Money Makes Money Stali Gorzów Wielkopolski ze SPAR Falubazem Zielona Góra;
- **Łączny czas antenowy** miasta Gorzów Wielkopolski w kontekście Stali Gorzów Wielkopolski w meczach, programach informacyjnych oraz magazynach sportowych.

Cel badania

- **Określenie potencjału** ekspozycji promujących miasto Gorzów Wielkopolski w telewizji.

Badany okres

- **1 stycznia 2014 – 30 lipca 2015.**
-



METODOLOGIA BADAWCZA



Metodologia badawcza

Badanie ekspozycji telewizyjnych

- Metoda badania efektywności ekspozycji sponsoringowych w TV polega na analizie transmisji oraz relacji telewizyjnych (w tym także w magazynach i programach informacyjnych) z wydarzeń, w których udział biorą podmioty sponsorowane przez daną markę, identyfikacji ekspozycji (jednokrotnej/wielokrotnej) logotypu marki sponsora i określeniu czy ekspozycja była zauważalna dla widzów;
- Ekspozycje, które zostaną skategoryzowane jako efektywne, są przedmiotem wyceny, której celem jest określenie, ile należałoby zapłacić za reklamę TV w postaci sportu reklamowego w tej samej stacji TV, o tej samej porze danego dnia.
- Wycena ekwiwalentu reklamowego ekspozycji jest wypadkową:
 - liczby ekspozycji marki,
 - częstotliwości ekspozycji,
 - oglądalności danej transmisji.

Stacje TV objęte badaniem

- Canal+, Canal+ Sport, Canal+ Sport 2, Eurosport, Eurosport 2, nSport+, Polsat, Polsat News, Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat Sport News, TVN, TVN24, TVP1, TVP2, TVP INFO, TVP Sport.

OGŁĄDALNOŚĆ
MECZÓW DOMOWYCH
STALI GORZÓW W
TELEWIZJI



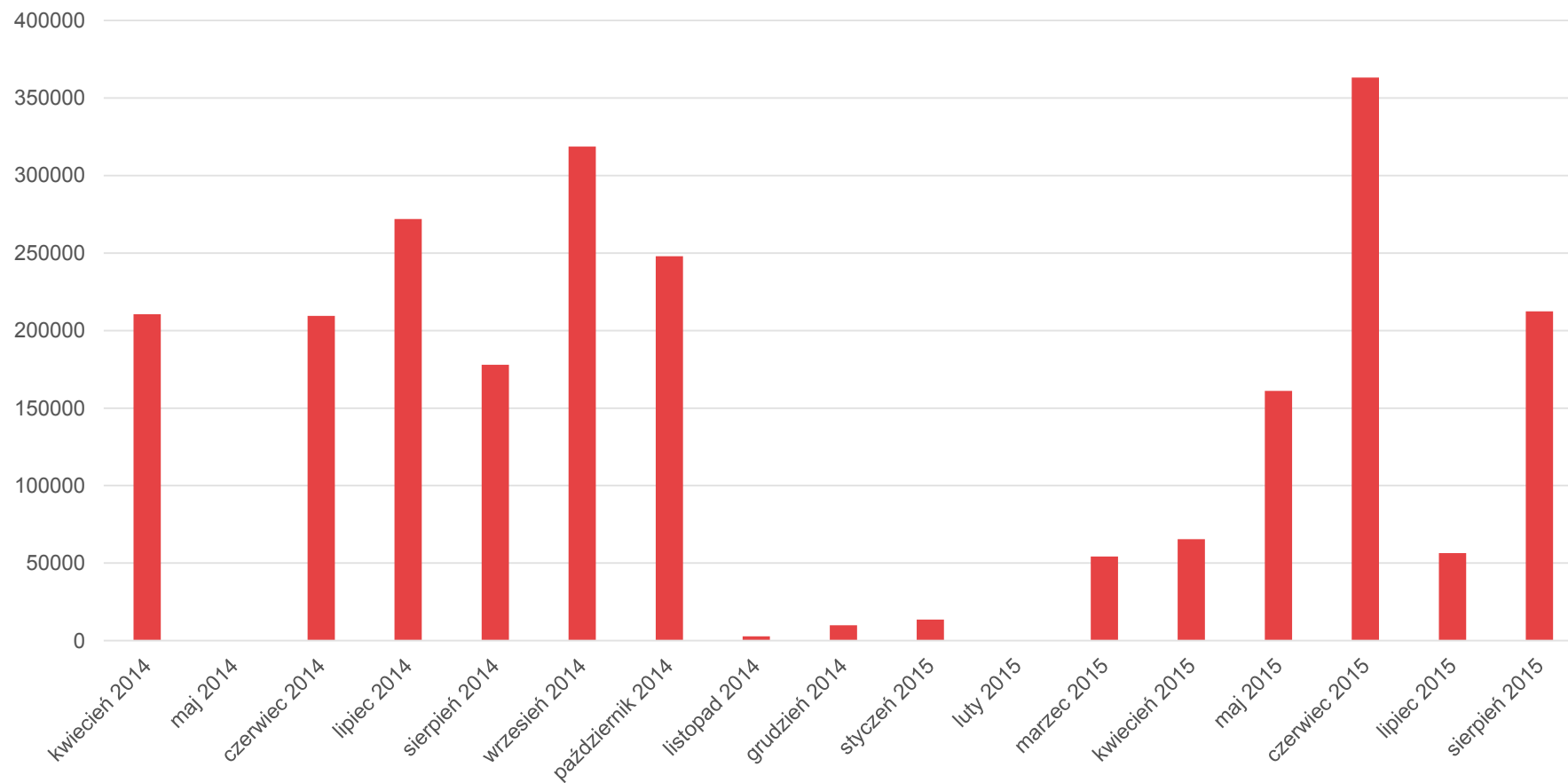
Oglądalność meczów domowych Stali Gorzów w telewizji

Oglądalność według miesiący	
Miesiąc	Skumulowana oglądalność
kwiecień 2014	210605
czerwiec 2014	209374
lipiec 2014	271975
sierpień 2014	178016
wrzesień 2014	318590
październik 2014	247923
listopad 2014	2838
grudzień 2014	10006
styczeń 2015	13581
marzec 2015	54356
kwiecień 2015	65476
maj 2015	160994
czerwiec 2015	363174
lipiec 2015	56461
sierpień 2015	212386
SUMA	2 375 755



Oglądalność meczów domowych Stali Gorzów w telewizji

Oglądalność według miesiący





MONITORING
EKSPOZYCJI
TELEWIZYJNYCH



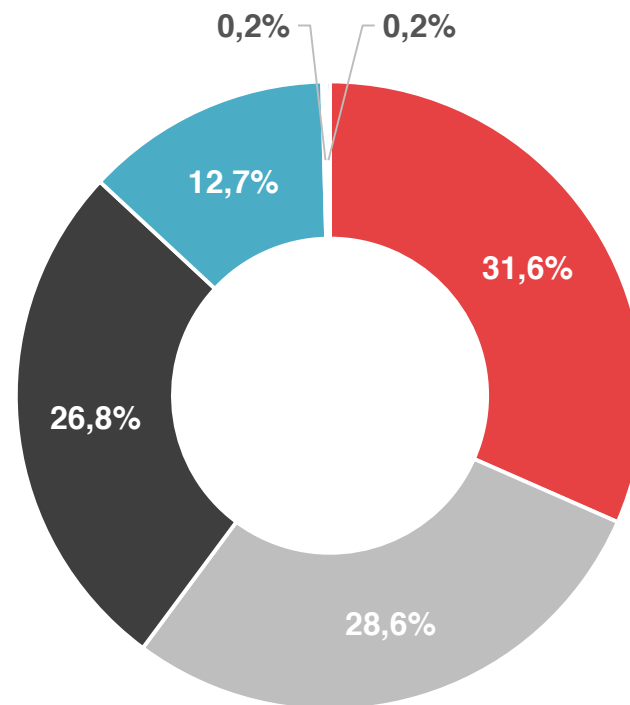
Monitoring ekspozycji telewizyjnych

Grand Prix Polski w Gorzowie Wielkopolskim							
Stacja	Data	Godzina	Nośnik	Liczba ekspozycji	Oglądalność	Udział	Ekwiwalent
Canal+	2015-08-29	18:29:56	Ścianka	157	143245	1,29%	78 713,13 zł
Canal+	2015-08-29	18:29:56	Sprzęt	142	143245	1,29%	71 192,77 zł
Canal+	2015-08-29	18:29:56	Grafika TV	133	143245	1,29%	66 680,55 zł
Canal+	2015-08-29	18:29:56	Banda	63	143245	1,29%	31 585,52 zł
Canal+	2015-08-29	18:29:56	Telebim	1	143245	1,29%	501,36 zł
Canal+	2015-08-29	18:29:56	Zawodnik	1	143245	1,29%	501,36 zł
SUMA				497	143245	1,29%	249 174,69 zł



Monitoring ekspozycji telewizyjnych

Grand Prix Polski w Gorzowie Wielkopolskim



■ Ścianka ■ Sprzęt ■ Grafika TV ■ Banda ■ Telebim ■ Zawodnik



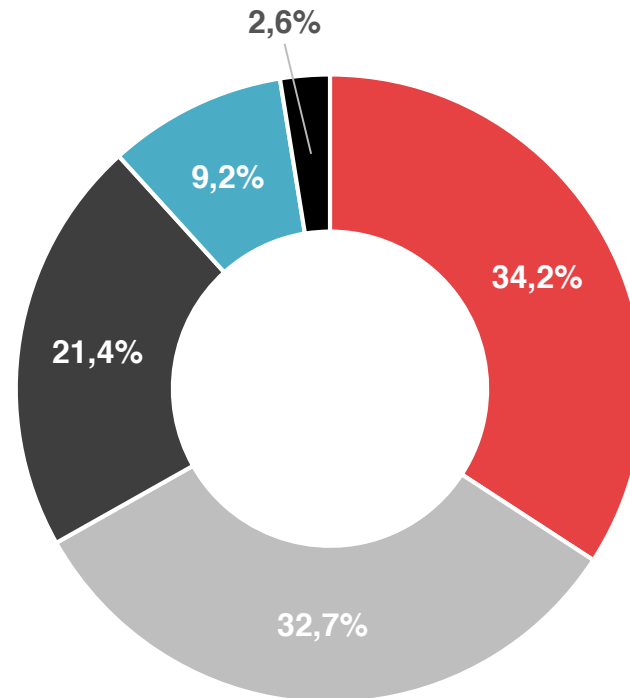
Monitoring ekspozycji telewizyjnych

PGE Ekstraliga: Money Makes Money Stal Gorzów Wielkopolski – SPAR Falubaz Zielona Góra							
Stacja	Data	Godzina	Nośnik	Liczba ekspozycji	Oglądalność	Udział	Ekwiwalent
nSport+	2015-08-09	16:57:18	Zawodnik	67	126255	1,31%	29 606,80 zł
nSport+	2015-08-09	16:57:18	Ścianka	64	126255	1,31%	28 281,12 zł
nSport+	2015-08-09	16:57:18	Sprzęt	42	126255	1,31%	18 559,49 zł
nSport+	2015-08-09	16:57:18	Grafika TV	18	126255	1,31%	7 954,07 zł
nSport+	2015-08-09	16:57:18	Banda	5	126255	1,31%	2 209,46 zł
SUMA				196	126255	1,31%	86 610,94 zł



Monitoring ekspozycji telewizyjnych

PGE Ekstraliga: Money Makes Money Stal Gorzów Wielkopolski – SPAR Falubaz Zielona Góra



■ Zawodnik ■ Ścianka ■ Sprzęt ■ Grafika TV ■ Banda

ŁĄCZNY CZAS
EKSPOZYCJI MIASTA
GORZOWA
WIELKOPOLSKIEGO



Łączny czas ekspozycji miasta Gorzowa Wielkopolskiego

Mecze, programy informacyjne, magazyny sportowe w kontekście Stali Gorzów Wielkopolski

Marka

Analizowany okres

Łączny czas ekspozycji

Gorzów Wielkopolski

styczeń 2014 – sierpień 2015

58:14:53



PRZYKŁADY EKSPOZYCJI

Przykłady ekspozycji

Grand Prix Polski w Gorzowie Wielkopolskim



Przykłady ekspozycji

PGE Ekstraliga: Money Makes Money Stal Gorzów Wielkopolski – SPAR Falubaz Zielona Góra





SPONSORING INSIGHT

Sponsoring Insight
Plac Solny 18/19
50-063 Wrocław

Tel. +48 71 390 79 83
Faks +48 71 390 79 83

biuro@sponsoringinsight.pl
www.sponsoringinsight.pl