



Mediji o Hrvatskoj pošti u 2007.

Pozitivan PR učinak

Prema ocjeni MediaNeta, vodeće hrvatske analitičko-istraživačke agencije specijalizirane za analize medijskog sadržaja i ocjenu uspješnosti nastupa u medijima, ukupni PR učinak Hrvatske pošte u 2007. je pozitivan, a procijenjena mu je vrijednost 12.118.682 kune. Promatrano prema temama daleko najviše pozitivnih bodova donijeli su nam članci o poštanskim markama - od 305 objavljenih, 241 je pozitivno orijentiran, 64 su neutralna, a nijedan nije negativan!

Prema rezultatima praćenja neplaćenih objava u domaćim elektroničkim i tiskovnim medijima te PR učinka ostvarenog tijekom 2007. godine, o Hrvatskoj je pošti objavljeno 1842 članka u tiskovnim medijima, 128 radijskih objava i 91 prilog na televiziji. Ukupna površina napisa u hrvatskom tisku iznosila je više od 700 milijuna četvornih centimetara što odgovara površini, primjerice, 773 stranice Večernjeg lista.

Tek sedam posto negativnih priloga nisu bitno narušili pozitivnu sliku koju su mediji odaslali hrvatskoj javnosti koja je o Hrvatskoj pošti svakodnevno informirana iz, u prosjeku, osam priloga, što pozitivnih što neutralnih. Broj članaka u 2007. godini je za 28 posto veći nego u 2006. godini; površina tiskanih članaka veća je za 39 posto u odnosu na prethodnu godinu, a vrijednost članaka narasla je čak 32 posto. ☺ F. S.

(Opširnije na intranetu)