

Zasady brandowania

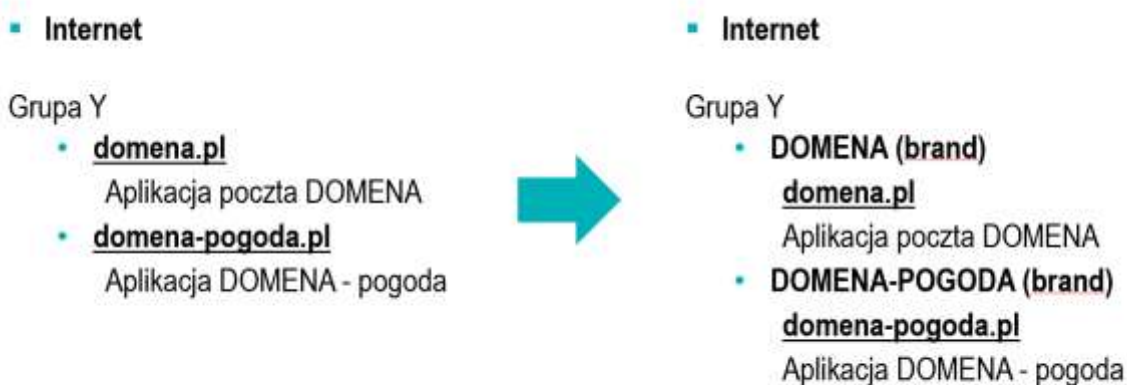
w badaniu Mediapanel

Data publikacji : 26.11.2024

1. Definicja brandu

Brand - Agregat danych składający się z co najmniej jednego internetowego kanału mediowego. Najczęściej są to dwa kanały mediowe o podobnej lub takiej samej tematyce lub funkcji należące do jednego wydawcy – w najprostszym modelu jest to domena i dedykowana jej aplikacja lub serwis z domeny i dedykowana mu aplikacja (np. Serwis = sympatia.onet.pl i Aplikacja Sympatia będą wchodzić w skład BRANDu – ONET).

Kluczem do stworzenia Brandu jest nazwa domeny (może mieć różne rozszerzenia na przykład com, org, ,pl) lub nazwa aplikacji:



Brandowanie jest procesem niezależnym od grupowania kanałów mediowych w badaniu Mediapanel i nie wymaga składania wniosków. Jest procesem, w który nie są zaangażowani wydawcy.

2. Domyślna lokalizacja BRANDU w Media Tree

- Internet
 - Grupa Właścicielska
 - **BRAND**
 - Domeny/Aplikacje

3. Podstawowe zasady

- Brand to nowy agregat w badaniu Mediapanel umiejscowiony w hierarchii w Media Tree pomiędzy poziomem "Grupa" a poziomem "Domena/ Aplikacja".
- Brandy tworzone są dla kanałów mediowych typu: domena i aplikacja (nie są tworzone dla playerów stream, radia i TV).
- Nazwy brandów zapisujemy wielkimi literami, każdy z nich zawiera słowo "(brand)" np. INTERIA (brand).
- Brand tworzymy dla co najmniej jednego kanału mediowego.
- Brandy będą istnieć od dnia utworzenia (nie będą dostępne dla okresów wcześniejszych).
- Brand nie może być stworzony z kanałów, które należą do różnych Grup Właścicielskich.
- W jednej Grupie Właścicielskiej może być kilka brandów.
- W agregatach tematycznych i funkcjonalnych brandy będą zawierać tylko tę część ruchu, która zaklasyfikowana jest do danej kategorii.
- Brand nie może być stworzony z serwisów (np. serwis = sympatia.onet.pl i Aplikacja Sympatia, nie stworzymy brandu SYMPATIA). Brand zostanie stworzony z kanału nadrzędnego tj. domeny i aplikacji.
- Aplikację, która ma swój odpowiednik w postaci domeny (lub części domeny, czyli serwisu) włączamy do brandu danej domeny, o ile tematyka i funkcja aplikacji i tej domeny (lub serwisu) są takie same.
- Brandy tworzone są na wzór nazwy domeny, jeśli taka istnieje. W przypadku występowania samych aplikacji bez odpowiednika www, brandem będzie nazwa aplikacji. Jeżeli aplikacja ma inną nazwę niż domena, ale jest jej odpowiednikiem, brandem będzie nazwa domeny.
- Nazwę brandu uzależniamy od tego, jaką nazwę ma domena oraz jak jest komunikowana marketingowo, tj. zwracamy uwagę na logo i inne elementy brandingowe publikowane przez Wydawcę. Zasadą jest odzwierciedlenie aktualnej komunikacji na rynku, np. BANK PEKAO. Spacje są stosowane według tego, jak zapisywany jest brand w tejże komunikacji.
- Wszystkie domeny rządowe zapisujemy ich pełną nazwą, ponieważ kierujemy się zasadą, że domeny gov.pl mogą rejestrować wyłącznie organy władzy publicznej, samorządu zawodowego i innych organizacji rządowych, gdzie rejestracja nazw odbywa się wyłącznie w NASK. W związku z tym dla np. domeny kprm.gov.pl brandem będzie KPRM.GOV.PL (brand).
- Jeżeli domena składa się z pojedynczych liter i istnieje możliwość jej rozwinięcia, np. w przypadku nazw szkół wyższych (ale nie domen rządowych), np. uj.edu.pl brandem będzie pełna nazwa, UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI (brand).

Zmiany dotyczące interfejsu i API

- W interfejsie badania utworzony zostanie nowy raport predefiniowany "Brands" pod sekcją INTERNET. Za pomocą filtra "Media channels" będzie można wybrać kategorie tematyczną lub funkcjonalną dla której wyświetlą się brandy z tej kategorii.
- W przypadku Grup w widokach "Overview" (TOP5) oraz "Products" zamiast domen i aplikacji widoczne będą brandy.
- Po wdrożeniu brandów zmieni się struktura drzewa i relacje w nim. W przypadku pracy w API w raportach zawierających strukturę i relacje pomiędzy kanałami mediowymi (np. gdy zapytanie dotyczy danych dla całego drzewa i następnie automatycznie przechodzi do pobierania danych pivotStats dla „nodeID dzieci”) węzłami podrzędnymi dla grup właścicielskich będą teraz brandy, a nie poszczególne kanały mediowe, jak miało to miejsce dotychczas.
- Wdrożenie brandów nie będzie miało wpływu na raporty API, które zawierają zapytania tylko dla konkretnych nodeID.

Gemius S.A.

ul. Domaniewska 48
02-672 Warszawa, Polska

Kontakt:

mediapanel@gemius.com
+ 48 22 390 90 90
+ 48 22 378 30 50