



ARHIV DRUŽBOSLOVNIH PODATKOV

Gradivo vezano na raziskavo

Novinarstvo v ekonomiji pozornosti, 2023

ADP-IDNo: NOVEP23

DOI: https://doi.org/10.17898/ADP_NOVEP23_V1

Vodič intervjuja za medijske agencije

Vodič intervjuja

Medijske agencije

1. O intervjuvancu_ki

Kako dolgo že opravljate delo?

V katerih vlogah ste do sedaj delali?

Izobrazba?

Kaj vse obsega delo?

Lahko opišete tipični delovni dan?

2. O podatkih

a. Katere podatke o obiskanosti medijev zbirate in analizirate?

b. Katere organizacije so viri podatkov, kaj so njihove omejitve?

c. V kolikšni meri mediji/spletne mreže sami pripravljajo inventarij za oglaševalce, in vas s tem zaobidejo?

3. Ključni trendi

Kateri so najpomembnejši trendi, ki ste jih zaznali v preteklih desetih letih (od okrevanja po veliki recesiji)?

i. tesnejše sodelovanje pri načrtovanju in produciranju vsebine

ii. novi produkti in načini sodelovanja (npr. posnemovalno oglaševanje, programatično oglaševanje)

iii. tehnološko pogojene spremembe (algoritmizacija, personalizacija, metrike)

Kateri so ključni dejavniki za temi trendi?

i. Digitalizacija in avtomatizacija

ii. Spremembe pri delovanju oglaševalcev oz. medijev

iii. Vstop novih akterjev (medijev/oglaševalskih agencij/platform/zakupnikov)

Kaj pa za naprej? Kateri so najpomembnejši trendi, za katere menite, da bodo zaznamovali prihodnja leta?

i. Ali lahko algoritmično ciljanje, ki ga razvijajo velike iskalne platforme ali lastniki družbenih platform, zaobide vas kot zakupnike medijskega prostora?

Kateri so ključni dejavniki za temi trendi?

i. Tehnološke spremembe

ii. Spremembe pri delovanju oglaševalcev oz. medijev

iii. Vstop novih akterjev (medijev/oglaševalcev/platform)

Kaj za »klasične« zakupnike pomeni vstop tehnoloških podjetij (platforme/programatični zakup) v panogo?

Kako močna je konkurenca v panogi in kaj to pomeni za inovacije v panogi?

Kolikšno nevarnost za zakupnike predstavljajo programi za blokiranje oglasov?

4. Posebnosti Slovenskega trga

V katerih pomembnih vidikih slovenski trg medijskega prostora odstopa od globalnih trendov? Kaj so razlogi za to?

i. dominantna vloga televizije in počasen prehod na digitalno

ii. programatični zakup

iii. algoritmizacija in personalizacija oglasov

iv. internacionalizacija medijskega trga

5. Tehnologija

- a. Kateri tehnološki dejavniki so najpomembneje zaznamovali zakupniški trg v Sloveniji?
- i. uporaba novih tehnologij pri obstoječih akterjih (medijih in oglaševalcih)
- ii. pojav novih akterjev (digitalnih platform)
- b. Kakšno vlogo imajo podatki in metrike?

6. Novi kanali in produkti zakupa

- a. Kakšna je vloga novih kanalov, s katerimi oglaševalci dosega občinstva (digitalne platforme, vplivneži)?
- i. V kolikšni meri se mediji sami oglašujejo in uporabljajo vaše storitve?
- b. Se tradicionalni mediji odzivajo s ponudbo novih produktov in storitev? Katerih?