

## **Badanie opinii dziennikarzy na temat banków i ich polityki PR**

**Ponad  $\frac{3}{4}$  dziennikarzy ekonomicznych jest zadowolonych ze współpracy z osobami odpowiedzialnymi za kontakty z mediami w bankach. Zdaniem respondentów liderami rynku bankowego w prowadzeniu polityki informacyjnej w Polsce są Bank Zachodni WBK oraz ING Bank Śląski – wynika z najnowszego raportu ARC Rynek i Opinia.**

Rynek bankowy charakteryzuje się obecnie dużą dynamiką. Światowy kryzys gospodarczy przyczynił się jednak do spadku zaufania do tego sektora. W takich warunkach osoby zajmujące się kształtowaniem wizerunku instytucji bankowych mają przed sobą większe wyzwanie. Muszą elastycznie reagować na zmieniające się warunki na rynkach finansowych i w odpowiedni sposób o nich komunikować swojemu otoczeniu zewnętrznemu.

W badaniu przygotowanym przez ARC Rynek i Opinia dziennikarze przedstawili swoje oceny i oczekiwania dotyczące współpracy z przedstawicielami banków. Wynika z nich, że podobnie jak dwa lata temu, cenią oni sobie szybkość działania i dostępność osób, z których wiedzy mogliby skorzystać. Nie oczekują, że będą to sami rzecznicy. Dziennikarze bardzo pozytywnie oceniają umożliwianie i ułatwianie im kontaktów ze specjalistami zatrudnionymi w bankach. Często są oni bowiem w stanie przekazać bardziej rzetelne i pełniejsze informacje.

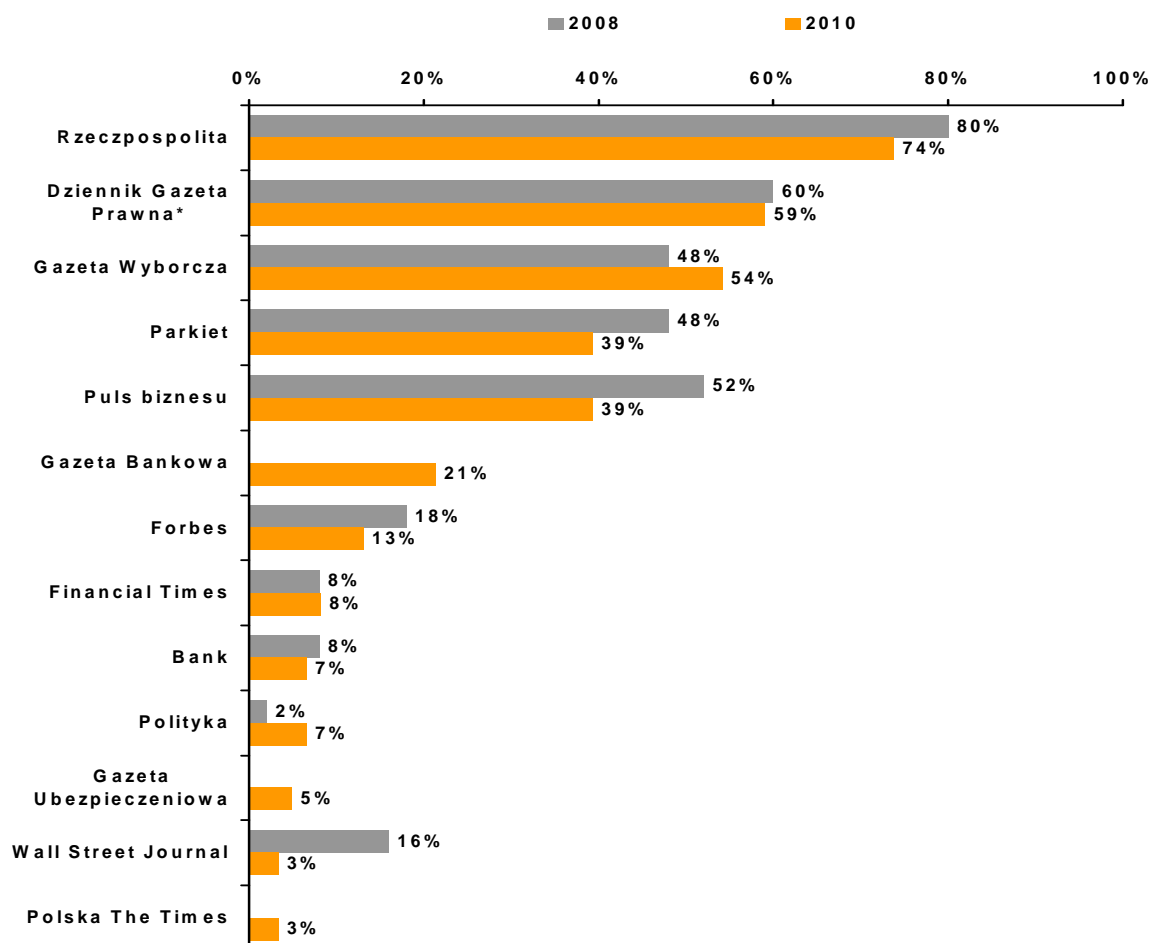
Dziennikarze kładą również nacisk na wysoki poziom merytoryczny materiałów, które nie powinny ograniczać się tylko do informowania o wprowadzaniu przez bank nowego produktu. Im szerszy kontekst prezentowanego materiału – możliwie wzbogaconego o porównania i opis sytuacji na rynku – tym większą wartość ma on dla dziennikarza. W wypowiedziach dziennikarzy wyraźnie przebiega się oczekiwanie, aby w większym stopniu personalizować przesyłane komunikaty i dopasowywać je do zagadnień, jakimi zajmuje się dana osoba.

Dziennikarze w swojej pracy poszukują ciekawych tematów, które mogliby rozwinąć. Niezwykle cenią sobie wychodzenie z propozycjami tematów i podsuwanie ciekawostek, które mogą ich zainspirować. W tym kontekście warto wspomnieć o konferencjach prasowych, które w wielu przypadkach powinny mieć zdaniem dziennikarzy mniej ogólny charakter. Zastanawiają się też nad zmianą ich formuły.

W badaniu zrealizowanym przez ARC Rynek i Opinia dziennikarze ekonomiczni ocenili, z którymi biurami prasowymi banków współpracuje im się najlepiej. W czołówce znalazły się ING Bank Śląski, Bank Zachodni WBK, MultiBank, PEKAO S.A., PKO BP oraz Deutsche Bank.

Zbadano także, które media stanowią dla dziennikarzy najważniejsze źródło informacji o rynku finansowym. Na pierwszym miejscu wśród gazet znalazła się „Rzeczpospolita” (74 proc.), na drugim „Dziennik Gazeta Prawna” (59 proc.), a zaraz po niej „Gazeta Wyborcza” (54 proc.). Na kolejnych pozycjach uplasowały się „Parkiet” (39 proc.) oraz „Puls Biznesu” (39 proc.).

Wykres 1. Czasopisma stanowiące źródła informacji o rynku finansowym dla dziennikarzy

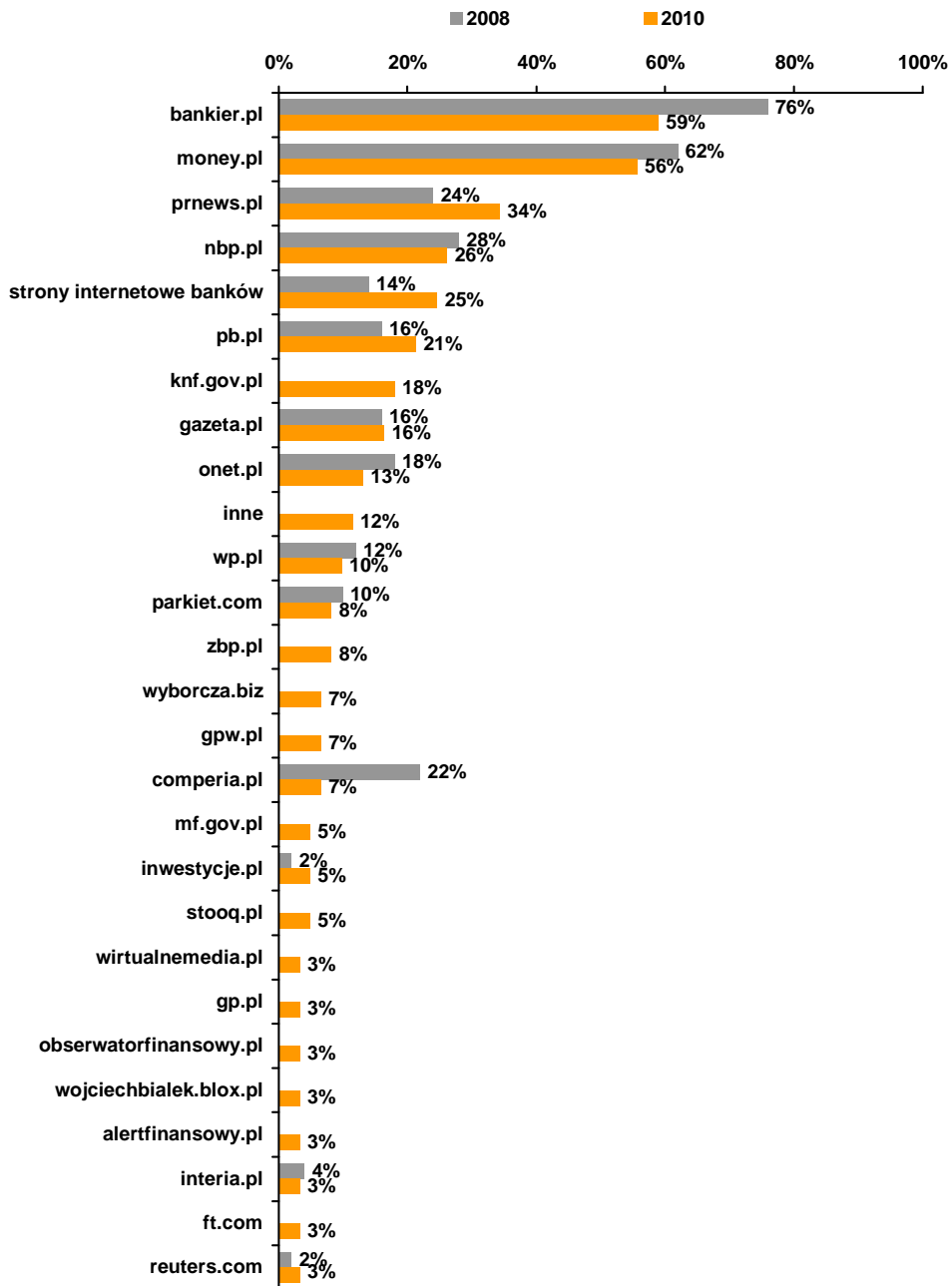


Na wykresie przedstawiono odpowiedzi wskazane przez co najmniej 2 respondentów.

\*Dane dla Dziennika Gazety Prawnej zestawiono z danymi z poprzedniej fali badania dla Gazety Prawnej  
Źródło: ARC Rynek i Opinia

Jeśli chodzi o strony internetowe to czele znalazł się portal bankier.pl (59 proc.). Zaraz po nim uplasował się money.pl (53 proc.), a na kolejnych miejscach pojawiły się prnews.pl (34 proc.), strona Narodowego Banku Polskiego (26 proc.) oraz witryny internetowe samych banków (25 proc.).

Wykres 2. Strony internetowe stanowiące źródła informacji o rynku finansowym



Na wykresie przedstawiono odpowiedzi wskazane przez co najmniej 2 respondentów  
Źródło: ARC Rynek i Opinia



Badanie zostało przeprowadzone metodą indywidualnych wywiadów standaryzowanych w dniach 5 marca – 14 kwietnia 2010 roku na próbie N=61 dziennikarzy. W badaniu wzięli udział dziennikarze specjalizujący się w tematyce finansowej, którzy kontaktują się z działami PR banków w ramach swojej pracy.

Informacje o badaniu:

„Badanie opinii dziennikarzy na temat banków i ich polityki Public Relations 2010” stanowi szóstą edycję badania realizowanego przez Instytut Badawczy ARC Rynek i Opinia. Poprzednie przeprowadzone zostały w roku 2000, 2002, 2004, 2006 i 2008.

Badanie zostało przeprowadzone metodą indywidualnych wywiadów standaryzowanych w dniach 5 marca – 14 kwietnia 2010 roku na próbie N=61 dziennikarzy. W badaniu wzięli udział dziennikarze specjalizujący się w tematyce finansowej, którzy kontaktują się z działami PR banków w ramach swojej pracy.

**ARC Rynek i Opinia** już od 18 lat przeprowadza badania marketingowe oraz sondaże opinii publicznej i ma stałe miejsce wśród najlepszych instytutów badawczych w Polsce. Dzięki przynależności do największej międzynarodowej sieci zrzeszającej niezależne agencje badawcze – IriS – realizuje projekty badawcze w większości państw europejskich. Instytut ARC Rynek i Opinia posiada certyfikat jakości pracy ankierów PKJPA, a wszystkie badania są realizowane w zgodzie ze standardami ESOMAR-u.

<http://www.arc.com.pl/>