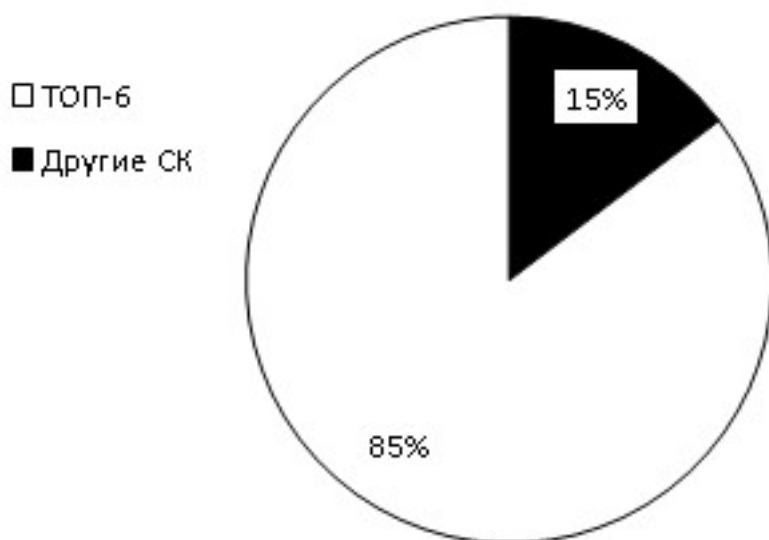




Мы провели оценку публикаций в СМИ по 6 страховщикам за ноябрь месяц 2016 года, используя частоту упоминаний и характер упоминаний для оценки пресс-имиджа (ПИ) страховщика.

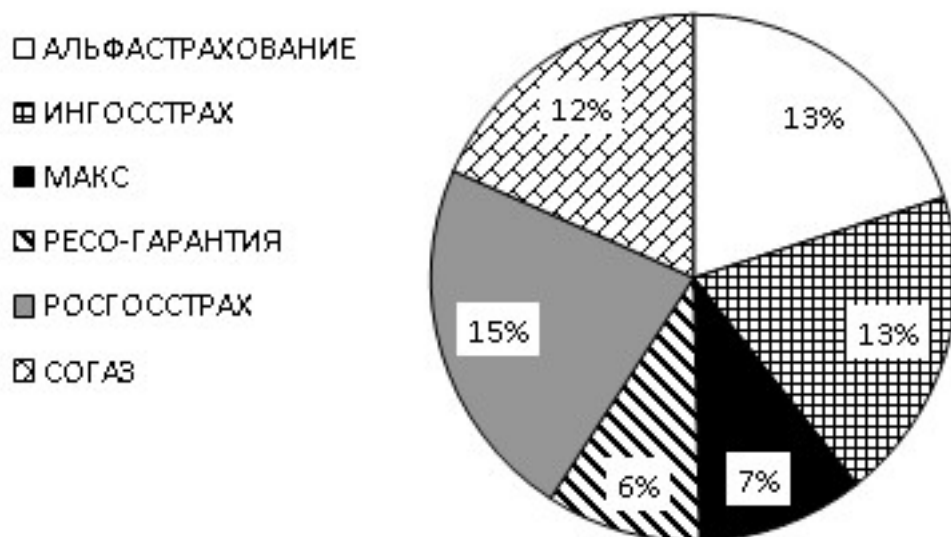
Если нашим читателям будет интересна эта опция, то мы продолжим и расширим публикацию этой информации.

Доля ТОП-6 страховщиков в общем объеме публикаций



Источник: Википедия страхования ([www.wiki-ins.ru](http://www.wiki-ins.ru))

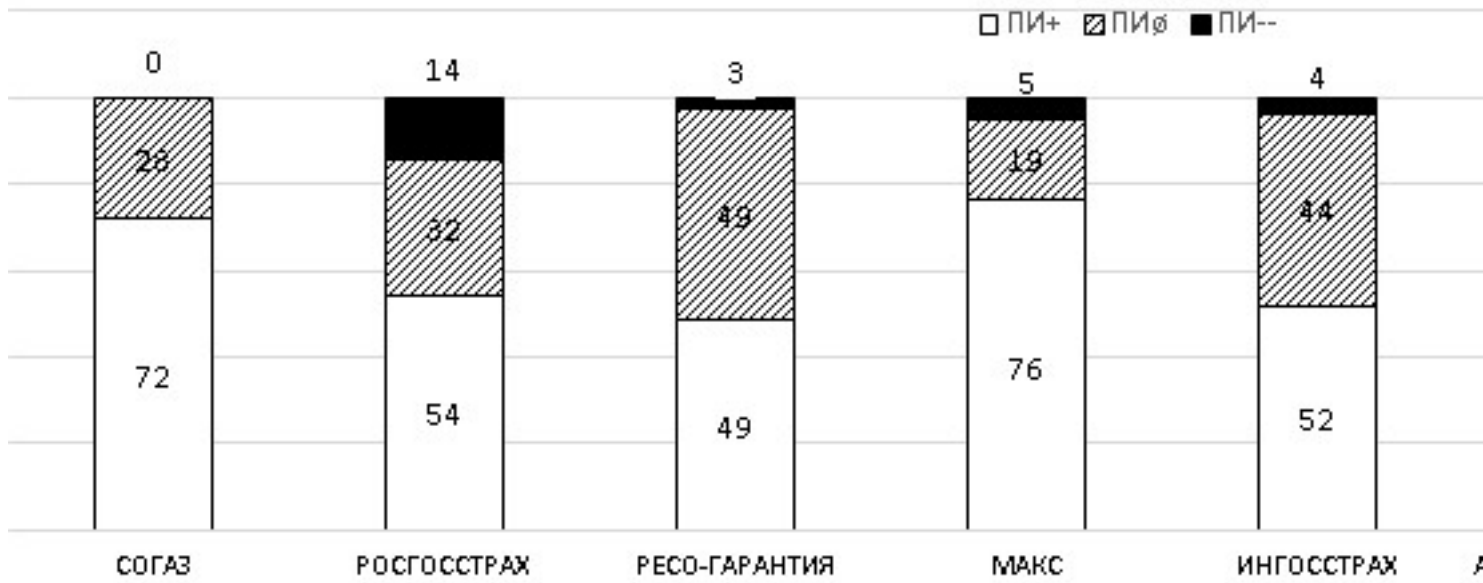
Распределение долей между 6-ю страховщиками по частоте упоминаний в прессе



Частота упоминаний (ЧУ) — это базовый количественный показатель, который учитывает количество упоминаний страховой компании в материалах прессы, влияние ресурса, и не учитывает самоцитирование

Источник: Википедия страхования ([www.wiki-ins.ru](http://www.wiki-ins.ru))

Пресс-имидж страховщиков в ноябре 2016 года, %



Показатель пресс-имиджа (ПИ) рассчитывается по формуле:  $PI = \frac{PI+ - PI-}{PI+ + PI0 + PI-}$  и характеризует