

PR Newswire e' in testa tra le agenzie di stampa commerciali per numero di notizie riprese e volumi di copertura

Un istituto indipendente di ricerca produce i primi risultati di uno studio di rilevanza statistica sul settore, dopo tre mesi di analisi dei nuovi articoli ripresi da comunicati stampa

Londra, 30 sett./PRNewswire/ —I comunicati stampa distribuiti da PR Newswire vengono usati dai mezzi di comunicazione più spesso di quelli della concorrenza e generano più articoli quando vengono ripresi. Questi sono i risultati emersi dal primo studio nel suo genere sulle agenzie di stampa commerciali.

Questa esauriente ricerca è stata condotta dall'istituto di ricerca e analisi di mercato [Diagnostics Plus](#). Altri dati generati in modo indipendente dai servizi di analisi del Web mostrano che PR Newswire sorpassa la concorrenza in termini di graduatoria nel traffico e penetrazione anche nei link inseriti nei blog.

"Il nostro team è contento che questa analisi imparziale del nostro settore abbia verificato la notevole differenza tra le agenzie di stampa," ha affermato Dave Armon, presidente di PR Newswire. "Secondo la nostra valutazione, questo studio prova quello che abbiamo saputo da molto tempo, ovvero che il successo nella distribuzione delle notizie non consiste solo nella loro trasmissione. Una copertura costante e d'impatto richiede tecnologie avanzate, la capacità di distribuire le notizie simultaneamente in tutto il mondo e in maniera estremamente mirata e una profonda comprensione dell'industria della comunicazione, in tutte le sue forme. Per questo abbiamo sempre trattato i mezzi di d'informazione come se fossero nostri clienti. Questa dedizione, ne siamo convinti, ha dato a PR Newswire la credibilità e la reputazione necessarie ad ottenere risultati migliori per coloro che si servono del nostro servizio.

LO STUDIO

Per stimare in modo obiettivo la circolazione tra gli organismi d'informazione dei comunicati stampa distribuiti da PR Newswire e dai suoi concorrenti - vale a dire Business Wire, Marketwire e PrimeNewswire (quest'ultimo di proprietà del Nasdaq e recentemente diventato GlobeNewswire) - PR Newswire ha dato l'incarico a Diagnostics Plus, un istituto indipendente di ricerche di mercato con sede a State College, in Pennsylvania. Ciascun giorno ferialo tra il 1 Aprile e il 30 Giugno, 20 comunicati stampa, cinque per ciascun servizio all'interno degli Stati Uniti, sono stati selezionati a caso e monitorati tramite le librerie di contenuti on-line, LexisNexis e Factiva al fine di verificarne l'uso da parte degli organismi d'informazione nell'arco di due settimane. S'intendeva per uso da parte degli organismi d'informazione ogni riferimento all'oggetto del comunicato stampa dopo la data e l'ora del suo lancio. La ripubblicazione del comunicato stampa senza alterazioni non veniva invece conteggiata.

"Il processo di selezione dei comunicati stampa è stato studiato in modo da evitare distorsioni e produrre un campione realmente casuale" ha affermato Jim Fong, presidente di Diagnostics Plus a capo del team di cinque addetti che hanno condotto lo studio. "L'obiettivo dello studio era di misurare la frequenza di utilizzo dei comunicati stampa da parte degli organismi d'informazione per ciascuna delle cinque maggiori agenzie di stampa commerciali e il volume della copertura prodotta da questi annunci".

Secondo lo studio, PR Newswire ha battuto la concorrenza in tutte le categorie misurate.

I comunicati stampa trasmessi tramite PR Newswire sono risultati utilizzati il 55% delle volte, contro il 43% di Marketwire, il 38% di Business Wire e il 37% di PR Newswire. La differenza nella percentuale di comunicati ripresi tra PR Newswire e gli altri servizi ha prodotto un valore-p statisticamente significativo di 0,0003. Un valore-p di 0,05 è generalmente ritenuto un segno di rilevanza statistica nella ricerca scientifica. 0,01 indica una rilevanza estrema.

Tra i comunicati che hanno attirato l'attenzione degli organismi di comunicazione, il volume di copertura è risultato più alto con PR Newswire, seguito da Business Wire, PR Newswire e Marketwire. PR Newswire ha conseguito una frequenza di utilizzo da parte degli organismi d'informazione doppia rispetto a quella di PR Newswire e più che doppia rispetto a Marketwire. La frequenza d'utilizzo, vale a dire il numero di volte che un comunicato stampa è stato ripreso dagli organismi d'informazione, è risultato anch'esso notevolmente più alto per PR Newswire rispetto alla media combinata degli altri servizi, con un valore-p pari a 0,0298.

Ken Dowell, Vicepresidente di Prodotti a PR Newswire, ha così commentato la notizia: "Questo studio testimonia la qualità dei contenuti distribuiti da PR Newswire come pure dell'efficacia delle nostre relazioni con la stampa, compreso il nostro sito Web "PR Newswire for Journalists", che dal lancio nel 1998 ad oggi ha registrato ben 100 mila giornalisti."

Una varietà di misure da parte di enti indipendenti indica che PR Newswire supera le agenzie concorrenti per quanto riguarda i nuovi mezzi di comunicazione. Ad esempio da due misure, [Quantcast](#) e [Compete.com](#), risulta che in agosto il numero medio di visitatori singoli di [prnewswire.com](#) è stato doppio rispetto a quello di [businesswire.com](#).

"I nostri contenuti sono stati ripresi in un numero maggiore di citazioni su blog, Digg e Delicious Links rispetto a qualsiasi altro servizio commerciale" ha affermato Dave Armon. "PR Newswire ha il maggior punteggio nelle pagine di Google di tutto il nostro settore ed è stato anche citato come sorgente in Wikipedia più di ogni altro servizio. Riteniamo che questa sia la prova che PR Newswire è la più reputata e credibile sorgente di notizie da parte delle aziende e dei settori pubblici".

Informazioni su PR Newswire

PR Newswire Association LLC (<http://www.prnewswire.com/>) offre servizi di distribuzione elettronica, messaggistica mirata, misura e diffusione per conto di decine di migliaia di aziende, enti governativi, associazioni, sindacati, enti senza fini di lucro, e altri clienti in tutto il mondo. Usando PR Newswire, queste organizzazioni raggiungono una varietà di destinatari importanti, tra cui i mezzi di diffusione di massa delle notizie, la comunità degli investitori, coloro che prendono decisioni a livello governativo e il grande pubblico, con notizie complete e tempestive sugli ultimi sviluppi.

Fondata nel 1954, PR Newswire ha uffici in 14 Paesi e invia regolarmente le notizie relative ai propri clienti in più di 170 Paesi e in più di 40 lingue. Utilizzando le più recenti tecnologie di comunicazione, i contenuti di PR Newswire sono considerati una fonte sicura da reporter, investitori e singoli che cercano le ultime notizie direttamente alla sorgente. PR Newswire è una controllata della United Business Media of London.

Informazioni su Diagnostics Plus

Diagnostics Plus è al servizio dei propri clienti da più di due decenni. L'azienda è specializzata in ricerche di mercato e sui mezzi di comunicazione per i propri clienti in una varietà di settori. Diagnostics Plus ha lavorato con più di 700 organizzazioni in 18 Paesi ed è membro di diverse importanti organizzazioni di ricerca tra cui il Council for Marketing and Opinion Research (CMOR), la Market Research Association (MRA) e le Council of American Survey Research Organizations (CASRO).

Contatti con la stampa Jason Rando per conto di PR Newswire +1-646-536-7025

Oppure inviare una e-mail a jrando@theruthgroup.com

Samantha Proctor, Marketing Communications Director, PR Newswire Europe +44 20 7454 5115

Oppure inviare una e-mail a samantha.proctor@prnewswire.co.uk

Per informazioni complete sui prodotti e servizi di PR Newswire, inviare un'e-mail a marketing@prnewswire.co.uk

Oppure visitare il sito www.prnewswire.co.uk