

В конце 2018 года Международная информационная Группа «Интерфакс» объявила о запуске серии индексов, предназначенных помочь сотрудникам PR-служб решать задачи по управлению репутацией. Они стали доступны в системе мониторинга и анализа медиасреды СКАН.

Теперь специалисты по PR могут анализировать медиаполе по следующим показателям:

- Индекс заметности компании или персоны, который показывает качественные характеристики присутствия в медиаполе, учитывая влияние СМИ и роль компании или персоны в публикации;
- Индекс репутационного риска - интегральный показатель делового имиджа, учитывающий наличие риск-факторов: финансовых, экономических, акционерных, законодательных, рыночных, этических;
- Индекс прямой речи, который показывает непосредственный вклад специалистов по коммуникациям в медиакартину.