

Postimees Grupi majandusnäitajate dünaamika 2024–2025

2004 vs 2005

-1.53%

YoY Tulu Muutus %

Kuupäev

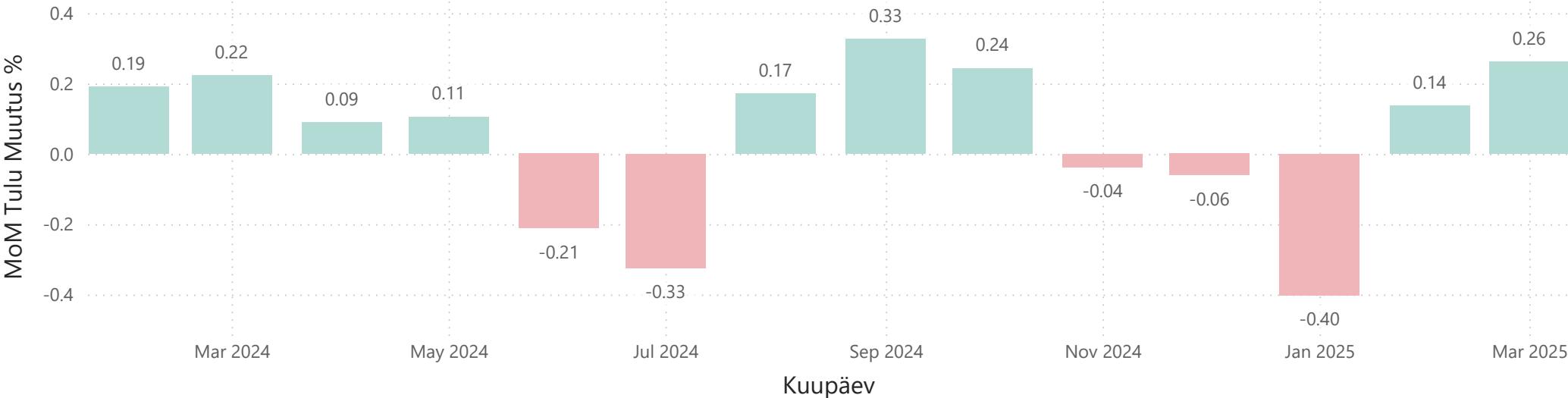
3/1/2024



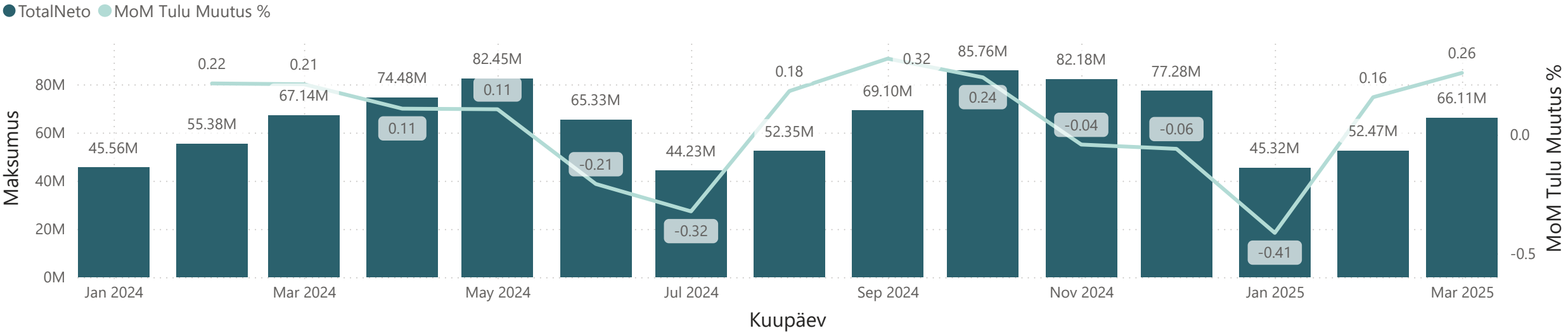
3/1/2025



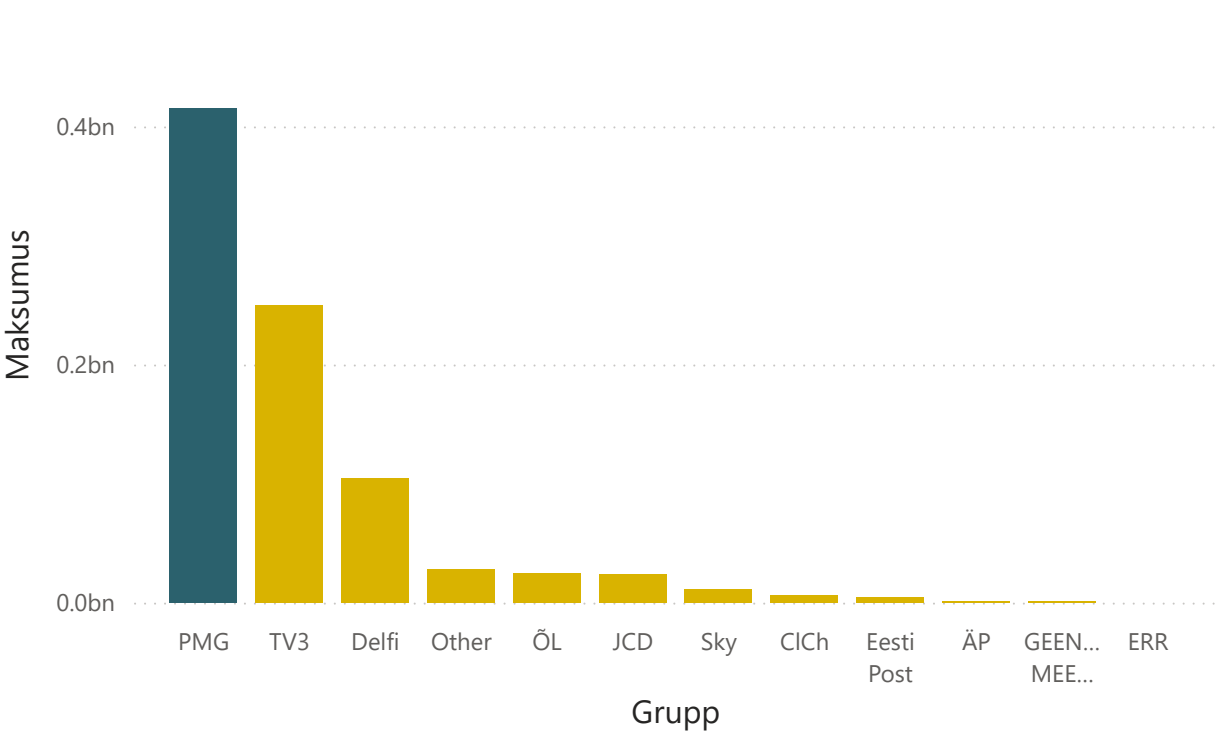
Igakuine tulu muutus (%)



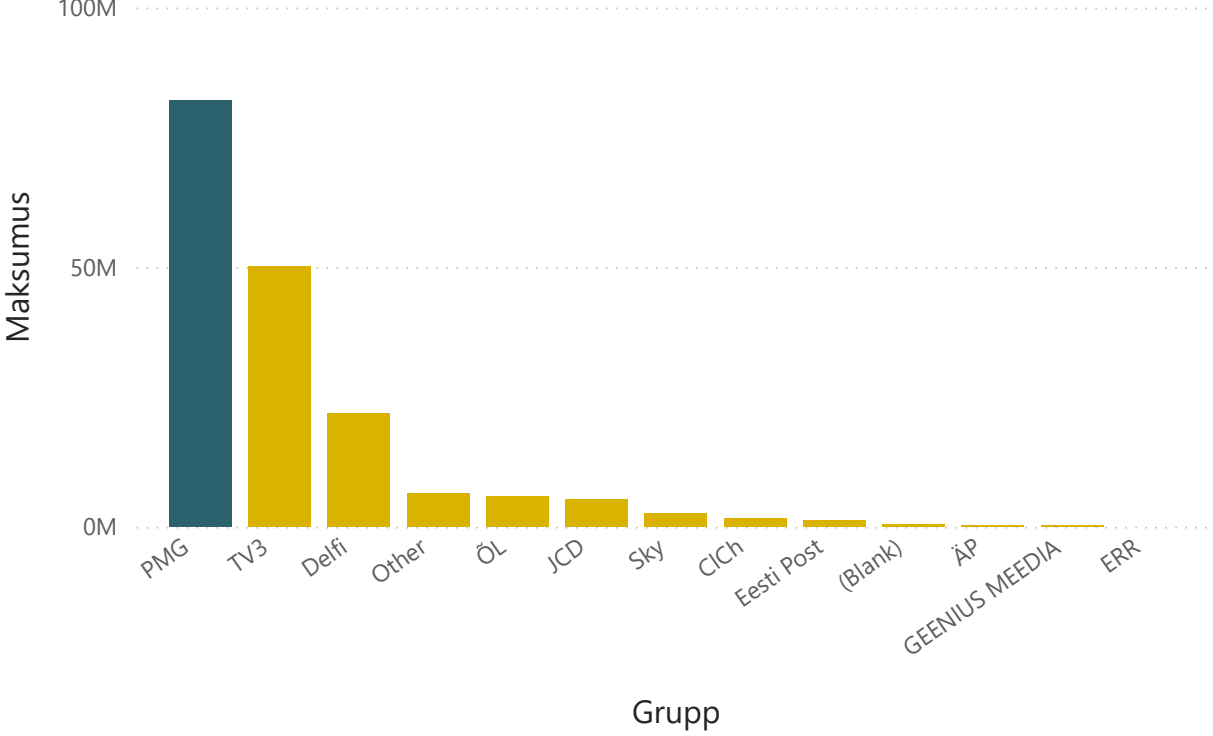
2024–2025 igakuine tulu: absoluutväärtus ja kasvumäär (%)



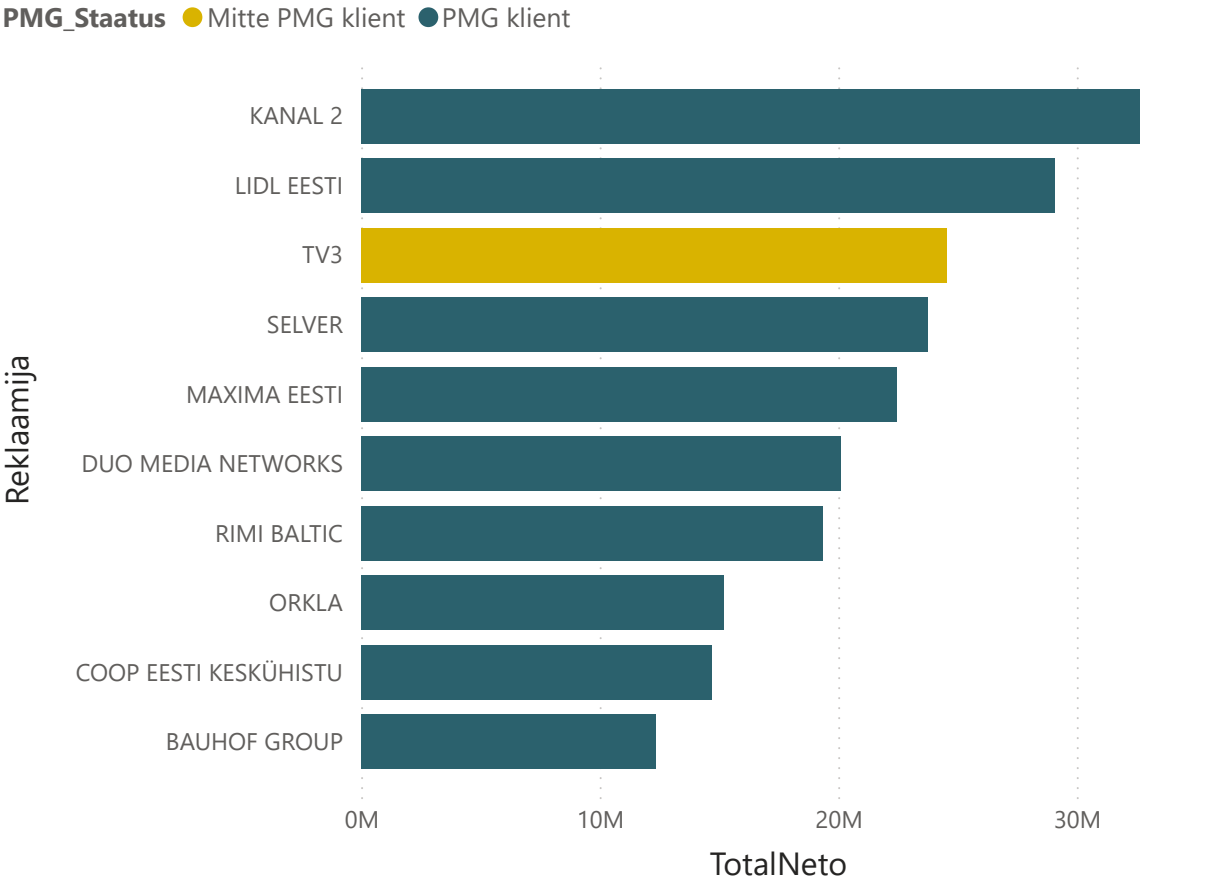
Kogutulu jaotumine gruppide lõikes aastal 2024



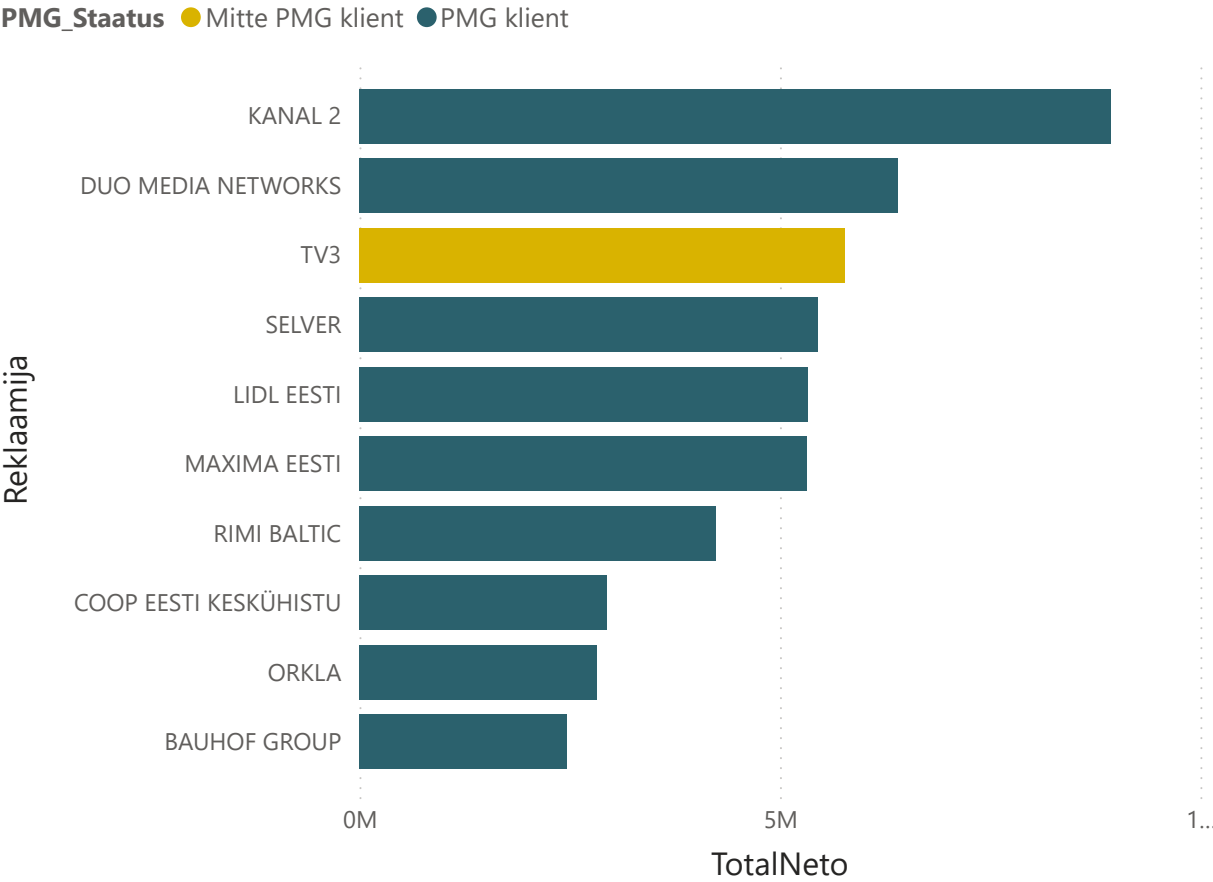
Kogutulu jaotumine gruppide lõikes aastal 2025 I kvartal



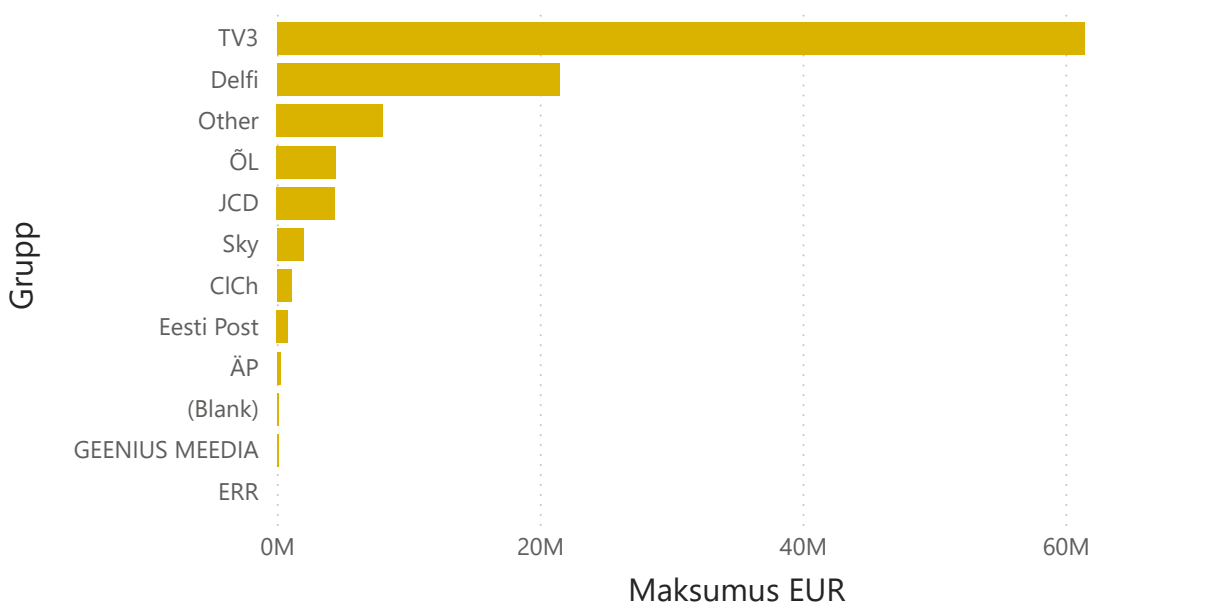
Reklaamija ja kogutulu (TotalNeto): I–IV kvartal 2024



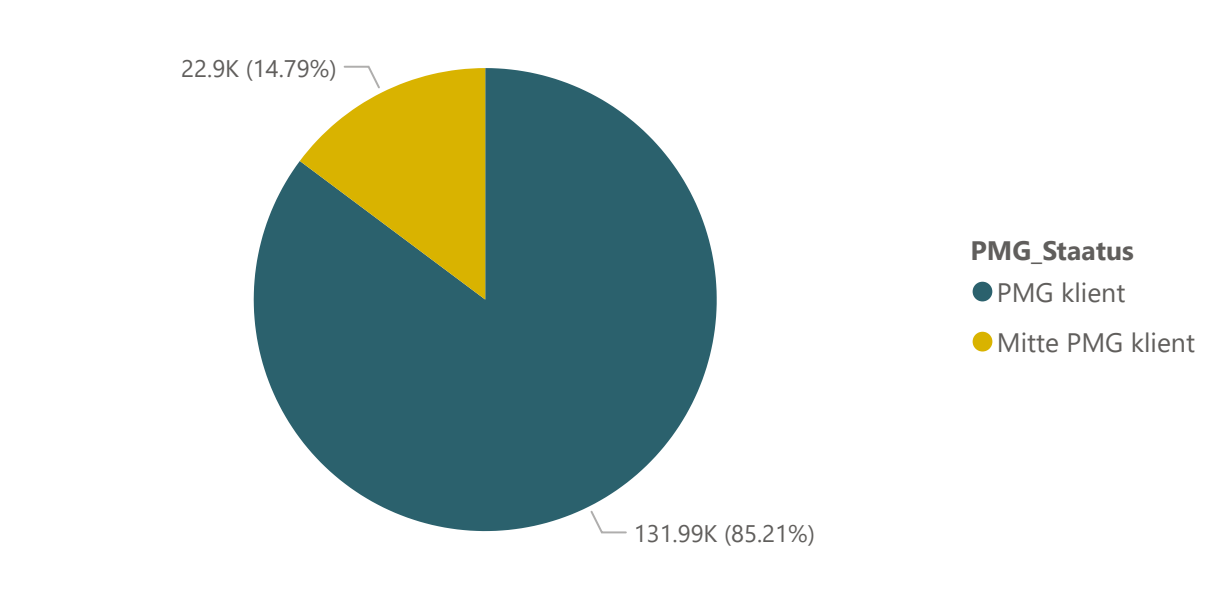
Reklaamija ja kogutulu (TotalNeto): 2025 I kvartal



Mitte-PMG klientide kulud: Gruppide võrdlus



PMG staatus: Reklaamijate arv ja jaotus



Lähteülesanne

Postimees Grupi ja konkurentide andmete analüüs. Eesmärk on hinnata kuise ja aastase tulu muutusi, kaardistada turu jaotus gruppide lõikes ning tuvastada peamised reklaamijad.

Andmestik tuleb puhastada ja ette valmistada, et luua ülevaatlik ja interaktiivne dashboard.

Andmete transformatsiooni ja muutmise põhjendused

1. Gruppide tabeli impordil esimene rida ülendatud pealkirjaks
→ Tagab korrektse andmestruktuuri ja selged veerunimed, et andmeanalüüsi saaks läbi viia ilma lisaprotsessideta.
2. Gruppide tabelisse lisatud veerg "isPMG"
→ Annab võimaluse selgelt eristada Postimees Grupi kuuluvad ja mittekuuluvad kanalid, et analüüsida PMG sõltuvust oma klientidest.
3. Model View-s lisatud kuupäeva tabel
→ Võimaldab teha ajalisi analüüse, nagu trendide jälgimine kvartalite ja aastate lõikes.
4. Kulutuste tabelis muudetud Maksumus_eur veerg
→ Komade asendamine punktidega ja tüübi muutmine Decimal number-iks parandab arvutuste täpsust ja väldib vigaseid andmetulemusi.
5. Kulutuste tabelisse lisatud Netomüük veerg
→ Allahindluse arvestamine aitab tuua realistlikuma hinnanguga müügitulu ja võimaldab prognoosida tegelikku kasumlikkust.
6. Kulutuste tabelisse lisatud PMG status veerg
→ Võimaldab jälgida, kes on viimase 12 kuu jooksul PMG-le raha sisse toonud, mis on oluline klientide väärtuse hindamisel ja reklaamistrateegiate optimeerimisel.

Trendide analüüs

Tulu muutus: 2025. aasta kogutulu on 1.53% väiksem kui 2024. aastal, mis võib viidata turu langusele või reklaamiinvesteeringute vähenemisele. See trend väärrib täiendavat analüüsi, et mõista peamisi mõjutajaid.

PMG vs MITTE-PMG reklaamijad: 85.21% reklaamitulust pärineb PMG klientidelt, mis näitab tugevat sõltuvust grupi sisemistest partneritest. Kasvuvõimalus seisneb uute reklaamijate kaasamises ja mitmekesistamises, et vähendada riski ja laiendada turu katvust.

Suurimate kuludega grupid: TV3 ja Delfi paistavad silma kõrgete kuludega, mis viitab võimalikele investeeringutele turundusse ja infrastruktuuri. Oluline on hinnata nende kulutuste tasuvust ja võimalusi kulude optimeerimiseks.

Maksujõulised reklaamijad: Kanal 2 ja Lidl Eesti on peamised reklaamiinvestorid, mis kinnitab nende tugevat turupositsiooni ja strateegilist lähenemist reklaamikulutustele. Nende investeeringute mõju turu dünaamikale väärrib täiendavat tähelepanu.