

Carlsberg и "Оболонь" стали самыми упоминаемыми брендами июля

Анализ упоминаемости производился с помощью системы автоматического мониторинга новостей InfoStream (<http://infostream.ua>), к которой подключено более 4000 интернет-источников.

По результатам анализа электронных СМИ без учета принадлежности источников к какому-либо сегменту Интернет в тройку самых упоминаемых пивных брендов июля вошли: Carlsberg, "Оболонь" и "Балтика". Причем упоминания брендов Carlsberg и "Оболонь" встречались в более чем 200 публикациях.

Наилучшая абсолютная положительная динамика медиа-присутствия по сравнению с июнем оказалась у бренда "Оболонь", количество публикаций с упоминанием этой марки пива увеличилось на 111 публикаций. Наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний за месяц у лидера - бренда Carlsberg, количество публикаций с упоминанием этого бренда уменьшилось на 78 публикаций.

Наилучшая относительная динамика медиа-присутствия по сравнению с июнем оказалась у пивного бренда "Вакула", а наиболее заметным стало относительное ухудшение положения в рейтинге торговой марки Amstel.

Общее количество публикаций с упоминаниями анализируемых пивных брендов, вошедших в июльский медиа-рейтинг, незначительно уменьшилось по сравнению с июнем (на 1,5%) и составило 2511 публикаций.

Наибольшее количество публикаций с упоминанием анализируемых пивных брендов было размещено в течение июля на страницах интернет-СМИ (без учета принадлежности источников к какому-либо сегменту Интернет): "Пивное дело" (54 публикации), Veer.uz (49 публикаций) и "Белорусское пиво" (39 публикаций), а всего в июле анализируемые пивные бренды упоминались в публикациях 334 электронных СМИ.

По результатам упоминаемости пивных брендов только в украинских интернет-СМИ тройку лидеров возглавил известный украинский бренд "Оболонь", за которым расположились бренды Carlsberg и "Славутич". В более чем 100 публикациях на сайтах украинского сегмента Интернет встречались упоминания только бренда "Оболонь".

Лидером по абсолютной положительной динамике медиа-присутствия на украинских сайтах по сравнению с июнем, как можно было и предположить, стал бренд "Оболонь" (+74 публикации), а наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний бренда Carlsberg (-40 публикаций).

Наилучшая относительная динамика медиа-присутствия в украинском сегменте Интернет по сравнению с июнем оказалась у пивного бренда Foster's, а наиболее заметным стало относительное ухудшение положения в рейтинге сразу у четырех брендов - Skol, "Крым", "Пшеничне Еталон" и "Ярпиво".

Общее количество публикаций с упоминаниями пивных брендов в украинских электронных СМИ по сравнению с июнем незначительно уменьшилось (на 3%) и составило 1173 публикации.

Всего в течение июля разместили публикации с упоминанием анализируемых пивных брендов 169 украинских интернет-СМИ, а самыми активными из них были сайты: Reklamaster.com (26 публикаций), Proreklam.com (22 публикации) и Vodka online (19 публикаций).

Результаты медиа-рейтинга приведены в сокращении.

© Информационный центр "ЭЛВИСТИ"