

Carlsberg остается самым упоминаемым пивным брендом в Интернет

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

В тройку лидеров медиа-присутствия в Интернет по результатам анализа электронных СМИ без учета принадлежности источников к какому-либо сегменту Интернет вошли: Carlsberg, "Балтика" и Tuborg. Причем бренды "Балтика" и Tuborg упоминались в более чем 100 публикациях, а Carlsberg - в более чем 200 публикациях электронных СМИ.

По результатам анализа публикаций всех электронных СМИ, наилучшая абсолютная положительная динамика медиа-присутствия по сравнению с октябрём оказалась у брендов "Чернігівське" и "Балтика", количество публикаций с упоминанием этих марок пива увеличилось, соответственно, на 68 и 67 публикаций. Наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний за месяц у бренда "Оболонь", количество публикаций с упоминанием этого бренда уменьшилось на 89 публикаций.

Наилучшая относительная динамика медиа-присутствия по сравнению с октябрём оказалась у пивного бренда Foster's, а наиболее заметным стало относительное ухудшение положения в рейтинге пива "Магнат".

Общее количество публикаций с упоминаниями анализируемых пивных брендов, вошедших в ноябрьский медиа-рейтинг, значительно увеличилось по сравнению с октябрём (на 20,9%) и составило 1978 публикаций.

Наибольшее количество публикаций с упоминанием анализируемых пивных брендов было размещено в течение ноября на страницах интернет-СМИ (без учета принадлежности источников к какому-либо сегменту Интернет): BTL Studio (91 публикация), Beer.uz (41 публикация) и "Пивное дело" (39 публикаций), а всего в ноябре анализируемые пивные бренды упоминались в публикациях 268 электронных СМИ.

По результатам упоминаемости пивных брендов только в украинских интернет-СМИ, в тройку лидеров медиа-присутствия в Интернет вошли: Carlsberg, "Львівське" и "Чернігівське". В более чем 100 публикациях упоминался только один бренд - Carlsberg.

Наилучшая абсолютная положительная динамика медиа-присутствия в украинских интернет-СМИ по сравнению с октябрём оказалась у бренда "Чернігівське" (+58 публикаций), а наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний бренда "Оболонь" (-71 публикация).

Наилучшая относительная динамика медиа-присутствия в украинском сегменте Интернет по сравнению с октябрём оказалась у пивного бренда "Янтар", а наиболее заметным стало относительное ухудшение положения в рейтинге упоминаемости у бренда "Сибирская корона".

Общее количество публикаций с упоминаниями пивных брендов в украинских электронных СМИ по сравнению с октябрём незначительно увеличилось (на 4,2%) и составило 835 публикаций.

Всего в течение ноября разместили публикации с упоминанием анализируемых пивных брендов 148 украинских интернет-СМИ, а наибольшее количество публикаций было размещено на ресурсах: Proreklamu.com (23

публикации), Корреспондент.net и Reklamaster.com (по 12 публикаций).

Результаты медиа-рейтинга приведены в сокращении.

© Информационный центр "ЭЛВИСТИ"