

## Carlsberg стал самым упоминаемым брендом октября

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

Вторично с момента начала составления медиа-рейтинга ИЦ "ЭЛВИСТИ" (с 2004 года), тройка лидеров по упоминаемости в Интернет оказалась одной и той же и по результатам анализа электронных СМИ без учета принадлежности источников к какому-либо сегменту Интернет и по результатам анализа только украинских электронных СМИ: Carlsberg, "Оболонь", "Славутич". Причиной такого совпадения, как и в сентябре, явилось относительно незначительное медиа-присутствие бренда "Балтика". По результатам анализа публикаций электронных СМИ без учета их принадлежности к какому-либо сегменту Интернет бренд "Балтика" занял 4 позицию (100 публикаций), а по результатам анализа публикаций только украинских электронных СМИ – 11 (23 публикации).

По результатам анализа публикаций всех электронных СМИ, наилучшая абсолютная положительная динамика медиа-присутствия по сравнению с сентябрем оказалась у бренда Carlsberg, количество публикаций с упоминанием этой марки пива увеличилось на 72 публикации. Наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний за месяц у бренда "Тинькофф", количество публикаций с упоминанием этого бренда уменьшилось на 61 публикацию.

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

Общее количество публикаций с упоминаниями анализируемых пивных брендов, вошедших в октябрьский медиа-рейтинг, уменьшилось по сравнению с сентябрем на 10% и составило 1636 публикаций.

Наибольшее количество публикаций с упоминанием анализируемых пивных брендов было размещено в течение октября на страницах интернет-СМИ (без учета принадлежности источников к какому-либо сегменту Интернет): "Пивное дело" (43 публикации), "Белорусское пиво" (38 публикаций), Beer.uz (31 публикация), а всего в октябре анализируемые пивные бренды упоминались в публикациях 275 электронных СМИ.

По результатам упоминаемости пивных брендов только в украинских интернет-СМИ, лидером по абсолютной положительной динамике медиа-присутствия по сравнению с сентябрем стал бренд "Оболонь" (+55 публикаций), а наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний бренда "Славутич" (-26 публикаций).

Наилучшая относительная динамика медиа-присутствия в украинском сегменте Интернет по сравнению с сентябрем оказалась у пивного бренда "Вакула", а наиболее заметным стало относительное ухудшение положения в рейтинге у бренда "Янтар" ("Янтарь").

Общее количество публикаций с упоминаниями пивных брендов в украинских электронных СМИ по сравнению с сентябрем уменьшилось на 7,5% и составило 800 публикаций.

Всего в течение октября разместили публикации с упоминанием анализируемых пивных брендов 132 украинских интернет-СМИ, а самыми активными из них были сайты: Vuhem.in.ua (18 публикаций), Корреспондент.net (17

публикаций), Sostav.ua и Proreklamu.com (по 14 публикаций).

Результаты медиа-рейтинга приведены в сокращении.

© Информационный центр "ЭЛВИСТИ"