

ИЦ "ЭЛВИСТИ"

Carlsberg вновь стал самым упоминаемым брендом месяца

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

Впервые 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, причем два пивных бренда из тройки лидеров оказались украинскими: Carlsberg, "Славутич", "Оболонь". Основной причиной такого совпадения стало беспрецедентное уменьшение в сентябре медиа-присутствия бренда "Балтика". По результатам анализа публикаций электронных СМИ без учета их принадлежности к какому-либо сегменту Интернет бренд "Балтика" занял 4 позицию (116 публикаций), а по результатам анализа публикаций только украинских электронных СМИ – только 14 (19 публикаций).

По результатам анализа публикаций всех электронных СМИ, наилучшая абсолютная положительная динамика медиа-присутствия по сравнению с августом оказалась сразу у двух брендов Carlsberg и "Славутич", количество публикаций с упоминанием этих марок пива увеличилось на 67 публикаций. Наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний за месяц у бренда "Сибирская корона", количество публикаций с упоминанием этого бренда уменьшилось на 44 публикации.

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

Общее количество публикаций с упоминаниями анализируемых пивных брендов, вошедших в сентябрьский медиа-рейтинг, заметно уменьшилось по сравнению с августом (на 14,5%) и составило 1801 публикацию.

Наибольшее количество публикаций с упоминанием анализируемых пивных брендов было размещено в течение сентября на страницах интернет-СМИ (без учета принадлежности источников к какому-либо сегменту Интернет): "Пивное дело" (50 публикаций), Veer.uz и "Белорусское пиво" (по 31 публикации), а всего в сентябре анализируемые пивные бренды упоминались в публикациях 312 электронных СМИ.

По результатам упоминаемости пивных брендов только в украинских интернет-СМИ, лидером по абсолютной положительной динамике медиа-присутствия по сравнению с августом стал бренд Carlsberg (+55 публикаций), а наиболее значительным стало абсолютное уменьшение количества упоминаний бренда "Оболонь" (-35 публикаций).

Наилучшая относительная динамика медиа-присутствия в украинском сегменте Интернет по сравнению с августом оказалась у пивного бренда "Магнат", а наиболее заметным стало относительное ухудшение положения в рейтинге сразу у двух брендов - "Вакула" и "Ярпиво".

Общее количество публикаций с упоминаниями пивных брендов в украинских электронных СМИ по сравнению с августом увеличилось в сентябре на 6,5% и составило 860 публикаций.

Всего в течение сентября разместили публикации с упоминанием анализируемых пивных брендов 138 украинских

интернет-СМИ, а самыми активными из них были сайты: Proreklamu.com (16 публикаций), ReklaMaster.com и Sostav.ua (по 15 публикаций).

Результаты медиа-рейтинга приведены в сокращении.

© Информационный центр "ЭЛВИСТИ"