

Анализ медиа-активности на рынке ритейла

ПЕРИОД ИССЛЕДОВАНИЯ:

Ноябрь 2015 г.

Содержание

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ (3)

Резюме (4)

- Общее количество упоминаний, динамика (5)
- Динамика количественной представленности (6)
- Тональность упоминаний (7)
- Фокус публикаций (8)
- Упоминания компаний в разрезе типов СМИ (9)
- Основные каналы распространения информации (10)
- Основные первоисточники и авторы публикаций (14)
- Основные спикеры компаний (15)
- Тематический профиль медиа-активности (16)
- Ключевые инфоповоды рынка (17)

Объекты исследования: METRO, Novus, Амстор, АТБ, Ашан, Билла, Велика Кишеня, Сильпо, Фуршет, Эко-маркет.

Период исследования: ноябрь 2015 г.

Исследуемые СМИ: печатные (центральные и региональные), интернет, информационные агентства, телевидение и радио.

Метод исследования: контент-анализ публикаций в СМИ, в которых упоминались объекты исследования (ключевые слова).

Фокус публикации – параметр упоминания, характеризующий роль ключевого слова в публикации и его отношение к описываемому информационному поводу:

- **Фокус** – присваивается ключевому слову, если оно занимает центральную роль в публикации и без него информационный повод потерял бы свой основной смысл либо не состоялся.
- **Акцент** – ключевое слово (и связанная с ним информация) занимает относительно существенную часть текстового массива и имеет прямое отношение к информационному поводу, описанному в публикации.
- **Контекст** – ключевое слово упоминается косвенно по отношению к информационному поводу либо занимает крайне низкую долю в публикации.

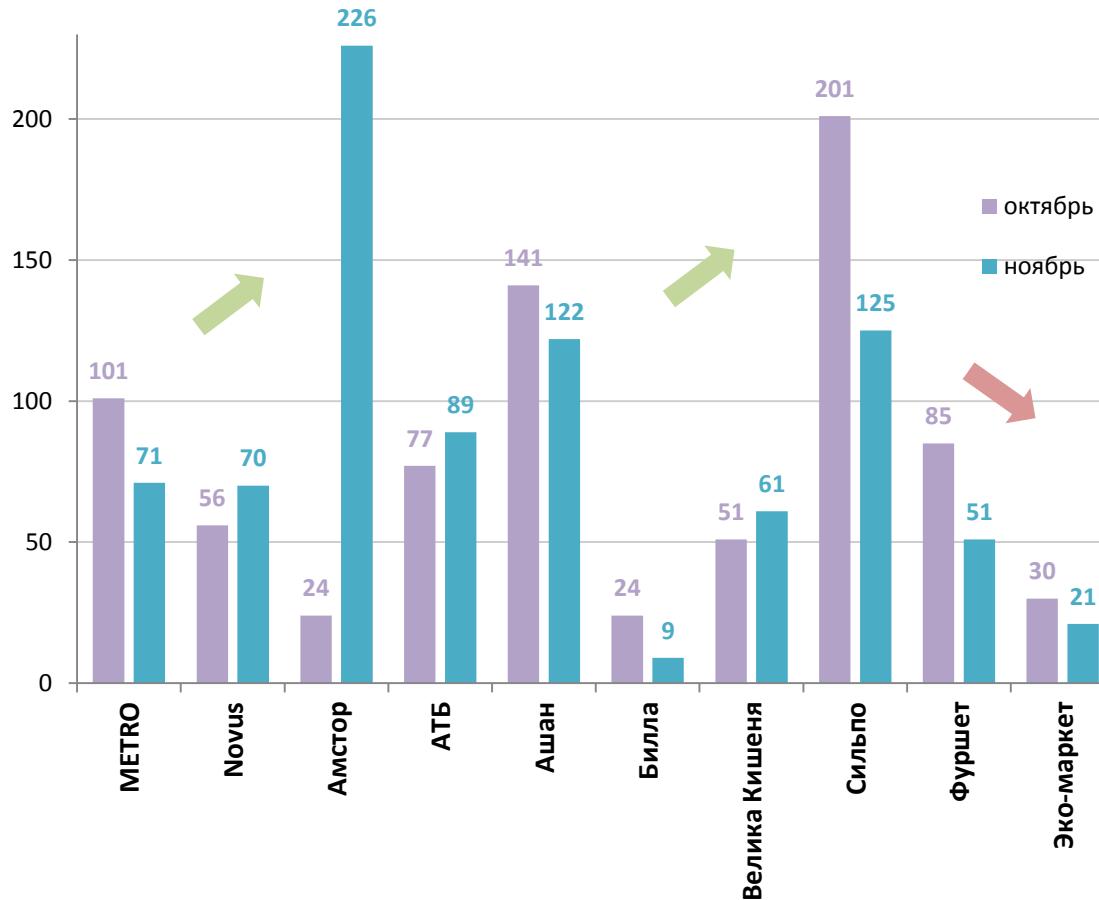
Тональность упоминания (позитивная/негативная) – присваивается ключевому слову в том случае, если событие, описываемое в тексте, очевидно положительно/отрицательно отразится на бизнесе или репутации объекта исследования либо если в тексте прослеживаются положительные/отрицательные характеристики объекта исследования автором (спикерами).

- По итогам исследуемого периода (ноябрь 2015 г.) абсолютным лидером медиа-активности стал **Амстор**. Представленность сети по сравнению с октябрём увеличилась на 202 упоминания и на 23,7%. Упомятаемость **Амстор** оказалась наибольшей почти во всех типах СМИ. Также супермаркету принадлежит наибольшая доля негативных упоминаний – 44 публикации, что составило 19,5% от общего массива публикаций компании. Ключевые новости о компании связаны с вызовом Вадима Новинского на допрос, следствием по делу «Амстора» и признанием сети банкротом.
- На второе место с первого опустился **Сильпо**. Больше всего новостей преимущественно были связаны с запуском Fozzy Group продаж пакетов мобильной связи Yezzz!, что и было самой резонансной новостью, благодаря которой Виталий Ворожбит стал самым активным спикером месяца.
- Третье место по общей представленности в СМИ занял **Ашан**, однако по сравнению с октябрём количество упоминаний сети сократилось (на 19 материалов, доля голоса – на 3,4%). Резонансными были новости о социальной компании «Не Дай СПИДу Шанс!» с участием Ашана и продаже турецких помидоров в России.

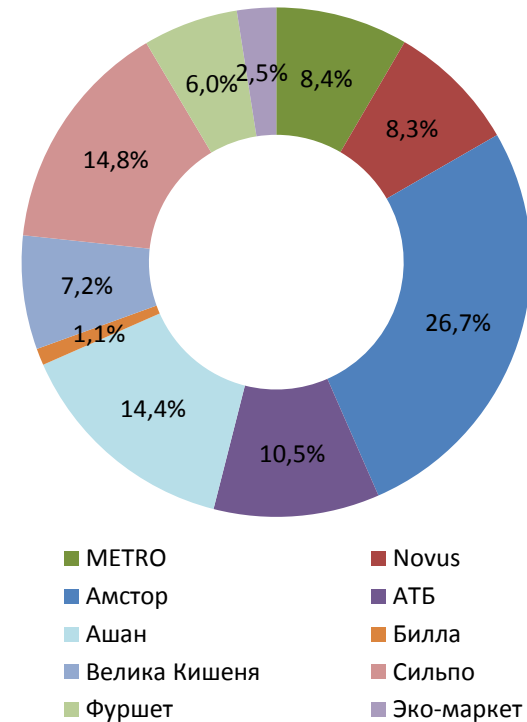
Компания	Основные инфоповоды	Доминирующая тональность	Каналы коммуникации*	Количество упоминаний	Динамика**	Доля голоса	Динамика**
Амстор	Вызов В.Новинского на допрос, следствие по делу «Амстора» и его признание банкротом	нейтральная	Интернет, рег.интернет, ИА, ТВ	226	+202	26,7%	+23,7%
Сильпо	Запуск Fozzy Group продаж пакетов мобильной связи Yezzz!	позитивная	интернет	125	-76	14,8%	-11,4%
Ашан	Соц.компания «Не Дай СПИДу Шанс!» с участием Ашан, продажа турецких помидоров в России	нейтральная	интернет	122	-19	14,4%	-3,4%
АТБ	Извинения Артема Витко перед владельцами АТБ за скандальный законопроект	нейтральная	интернет	89	+12	10,5%	-0,8%
МЕТРО	Внедрение METRO новой модели бизнеса в еще семи украинских ТЦ, интервью М. Шумахера о том, что позволило сети выжить в Украина	позитивная	интернет	71	-30	8,4%	-4,4%
Novus	Энергоблокада в Крыму	позитивная	интернет	70	+14	8,3%	+1,2%
Велика Кишеня	Закрытие магазина Велмарт в связи с энергоблокадой Крыма	позитивная	интернет	61	+10	7,2%	+0,7%
Фуршет	Магазины сети не принимают карточки «ПриватБанк», достаточное количества хлеба в магазинах в Симферополе	нейтральная	интернет	51	-34	6,0%	-4,8%
Эко-маркет	Пополнение ассортимента хлебобулочных изделий "ЭКО маркет" новыми позициями	позитивная	интернет	21	-9	2,1%	-1,7%
Билла	"99%" в ритейле - первый проект по качеству данных, аналитики и информационных систем, при участии сети Billa	позитивная	интернет	9	-15	1,1%	-1,9%

Общее количество упоминаний, динамика

Общее количество материалов с упоминанием компаний, изменение по сравнению с предыдущим месяцем



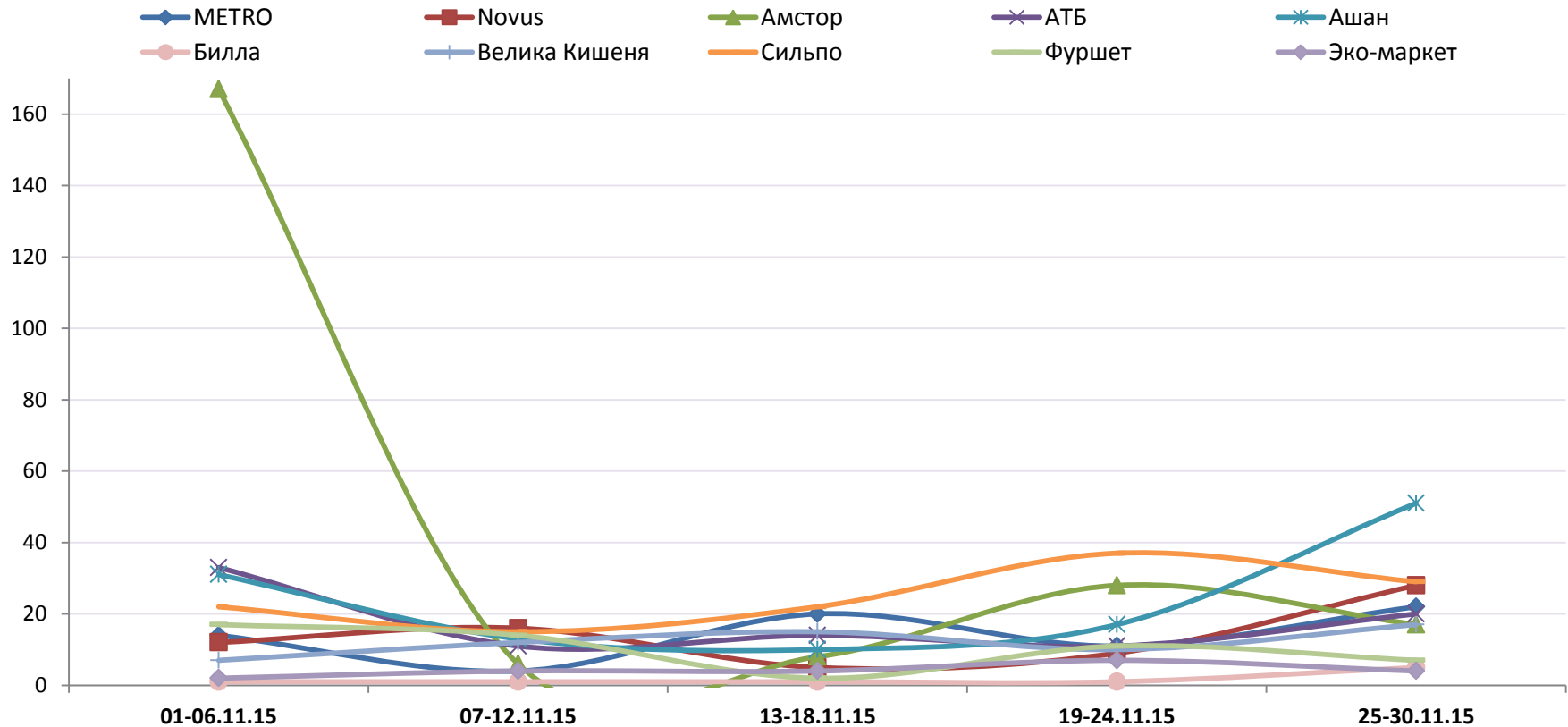
Долевое распределение упоминаний объектов исследования



- Наиболее часто по итогам ноября в СМИ упоминался **Амстор** – 226 публикаций, что составило 26,7% от общего массива представленности всех объектов исследования. По сравнению с предыдущим месяцем, количество упоминаний сети резко увеличилось более, чем в 9 раз и на 23,7% в сравнении с другими компаниями.
- Наибольшее падение количества упоминаний было зафиксировано у **Сильпо** – компания опустилась с первой на вторую строчку (- 11,4%).
- **Велика Кишеня** увеличила количество упоминаний на 10 (0,7 %), оставшись на седьмой строчке общего рейтинга упоминаний.

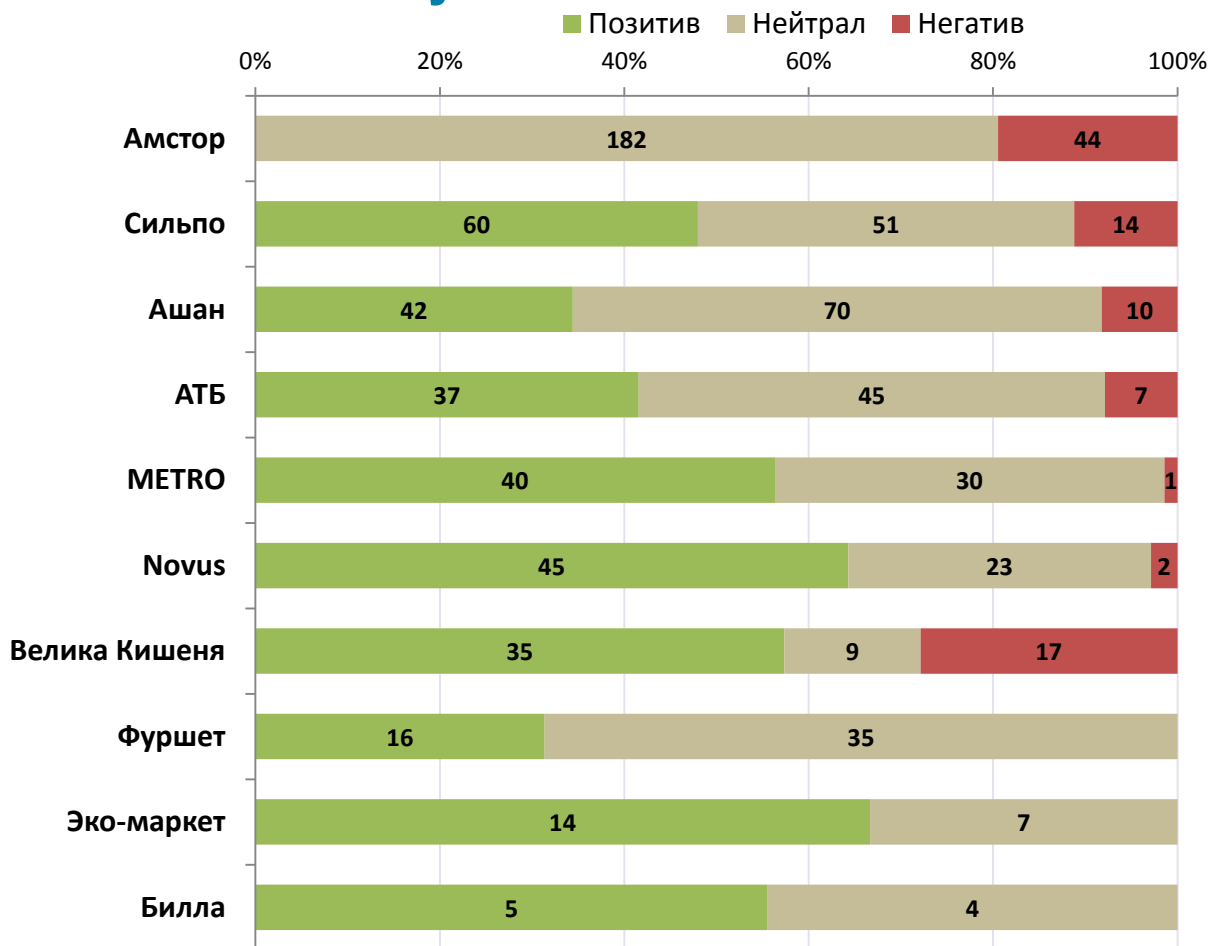
Динамика количественной представленности

Понедельное изменение количества упоминаний

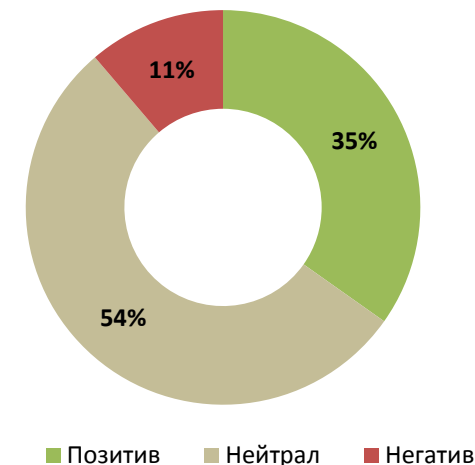


- На протяжении всего месяца лидером медиа-активности был **Амстор**. При этом наибольший всплеск был зафиксирован в неделю с 1 по 6 ноября, что связано с вызовом Вадима Новинского на допрос.
- Медиа-резонанс **Сильпо** с 19 по 24.11 был вызван запуском Fozzy Group продажи пакетов мобильной связи Yezzz! для гостей сети «Сильпо».
- Также увеличение количества упоминаний наблюдается у **Ашан** с 25 по 30 ноября – это связано со случайными упоминаниями в статье о продаже турецких помидоров в России.
- Наибольшее падение в период с 6 по 12 ноября наблюдается у **Амстор**.
- У **Великой Кишени** всплеск медиа-активности наблюдается лишь на последней неделе месяца, что связано с негативными новостями о закрытии супермаркета Велмарт в Крыму в связи с энергоблокадой.

Тональность упоминания

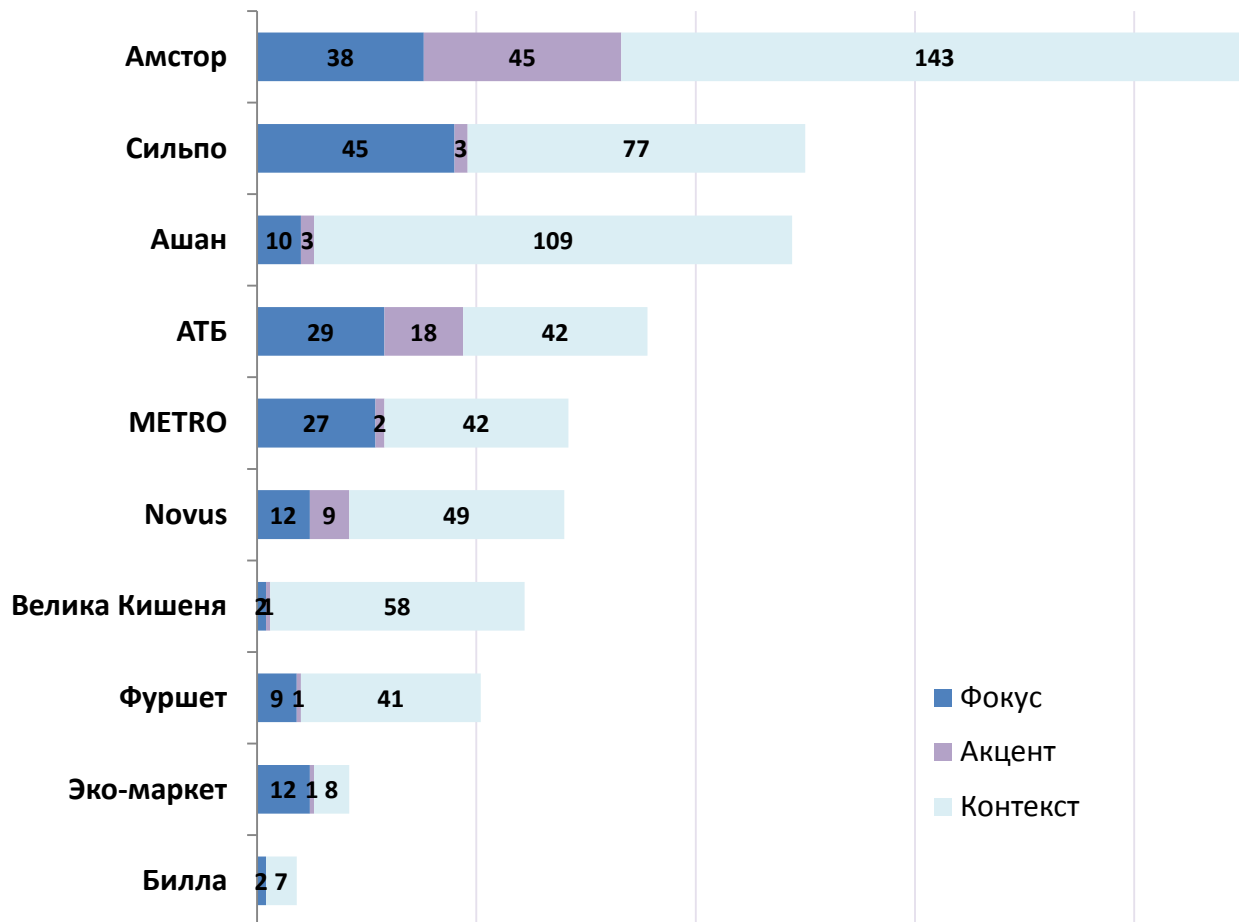


Долевое распределение тональности упоминаний всех компаний

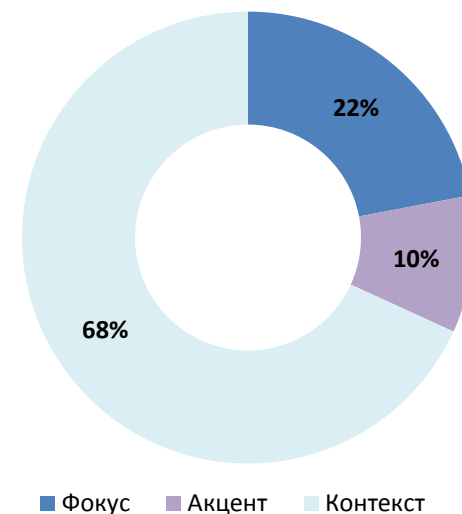


- Наибольшая доля негативных упоминаний была зафиксирована у **Амстор** – 44 публикаций, что составило 19,5% от общего массива публикаций компании. Наиболее резонансная негативная новость – фокусная статья о признании сети супермаркетов банкротом.
- На втором месте по количеству негативных упоминаний – **Велика Кишеня** (17 публикаций). В частности, негатив был связан с новостью о закрытии супермаркета Велмарт в Крыму в связи с энергоблокадой.
- Максимальное количество позитивных материалов было у **Сильпо** (60). Наибольший резонанс был связан с запуском Fozzy Group продаж пакетов мобильной связи Yezzz! для гостей сети «Сильпо».
- Наиболее резонансными позитивными новостями **Великой Кишени** были следующие: «Прийди до Ощадбанку та отримай свою картку» и «E-COM підвел ітоги діяльності за август-октябрь 2015 г.»

Фокус публикации



Долевое распределение фокуса публикации всех компаний



- Большинство упоминаний компаний было контекстным (68%). Среди фокусных наибольшее количество материалов зафиксировано у **Сильпо**. Наиболее резонансные новости – запуск продаж пакетов мобильной связи Yezzz! для гостей сети "Сильпо".
- На втором месте по количеству упоминаний в фокусе публикации – **Амстор**. Основные материалы были связаны с признанием компании банкротом.
- Количество фокусных публикаций в медиа-поле **Великой Кишени** – 2 (на 15 меньше, чем в октябре), связанных с открытием двух новых магазинов и кражей тележки из супермаркета Велмарт первокурсницей Кировоградского кибернетического колледжа.

Упоминания компаний в разрезе типов СМИ

	Центральная пресса	Региональн я пресса	ТВ	Радио	Информ. агентства	Интернет	Региональный интернет	ИТОГО
Амстор	4	1	12		8	175	26	226
Сильпо	5	8			4	89	19	125
Ашан	2	3		1	5	102	9	122
АТБ	2	12			4	57	14	89
METRO	6		1		2	60	2	71
Novus	1	1			1	59	8	70
Велика Кишеня	4	22				26	9	61
Фуршет	4	3			1	36	7	51
Эко-маркет	2	3				13	3	21
Билла						6	3	9
Общий итог	30	53	13	1	25	623	100	845

Основные каналы распространения информации (центральная и региональная пресса)

Печатная пресса (центр)	Упоминания
Forbes	8
Корреспондент	3
Вести	3
Kyiv Post	3
День	3

Печатная пресса (регионы)	Упоминания
Панорама (Сумы)	4
Суббота плюс (Запорожье)	4
Вечерний Николаев (Николаев)	4
Гривна (Херсон)	4
20 хвилин (Житомир)	3
Чернігівські відомості (Чернигов)	3

Основные каналы распространения информации (интернет)

Интернет	Упоминания
Allretail (лаборатория ритейла)	36
Коммерческая недвижимость	18
TradeMaster	18
Все о торговой недвижимости Украины	17
Финансово-экономический мониторинг	17
Все комментарии	17
Ритейл в Украине	15
RetailStudio.org	14
Национальный антикоррупционный портал «АНТИКОР»	12
Retai.Net	12

Основные каналы распространения информации (региональный интернет)

Региональный Интернет	Упоминания
ХЕРСОН Онлайн	15
МВ-Местные Вести	4
Новости Крыма	4
Весь Харьков	3
Радіо "Свобода"	3
Новости Николаева	3
Західна інформаційна корпорація	3
НОВОСТИ.dn.ua	3
Индустриалка (Запорожье)	3
20 Хвилин (Винница)	3
Рівненський інформаційний портал	3
Центральный рынок (Николаев)	3
Кстати	3

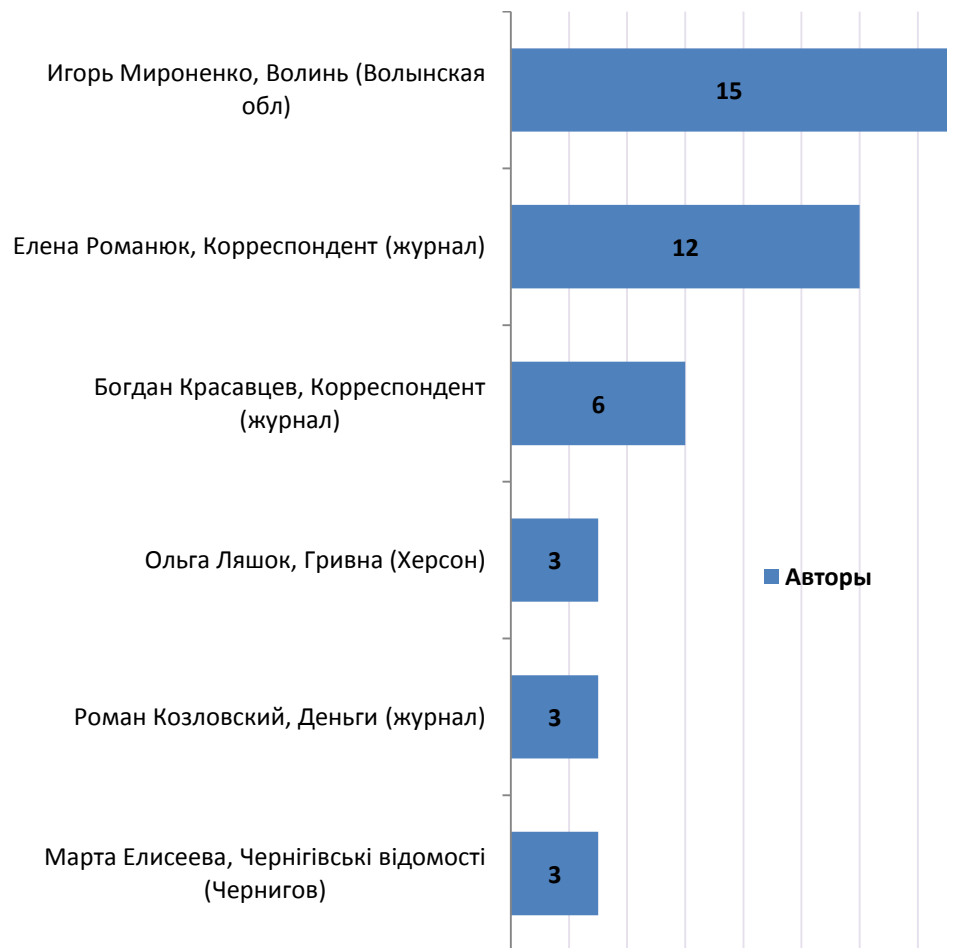
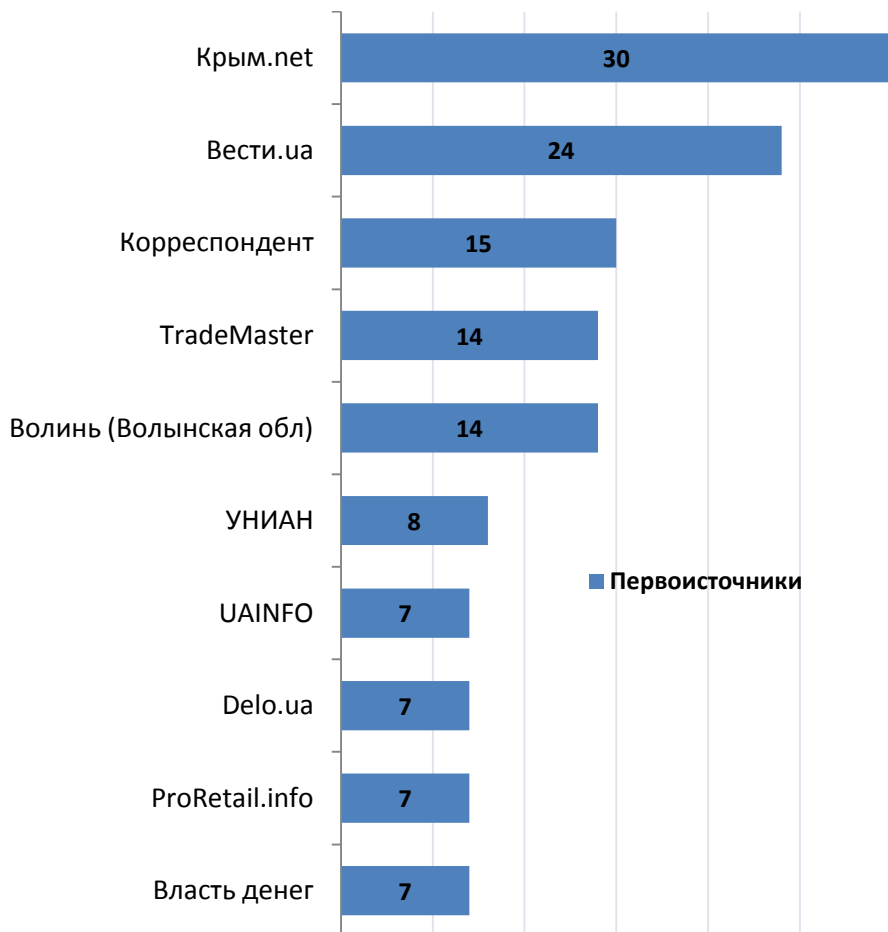
Основные каналы распространения информации (информационные агентства, радио и ТВ)

Информационные агентства	Упоминания
Интерфакс-Украина	10
Украинские новости	7
УНИАН	5
Status quo (Харьков)	2
Укринформ	1

Радио	Упоминания
УР-1	1

ТВ	Упоминания
5 канал	5
24 канал	2
ТРК Киев	2
UBR	1
Интер	1
1+1	1
ICTV	1

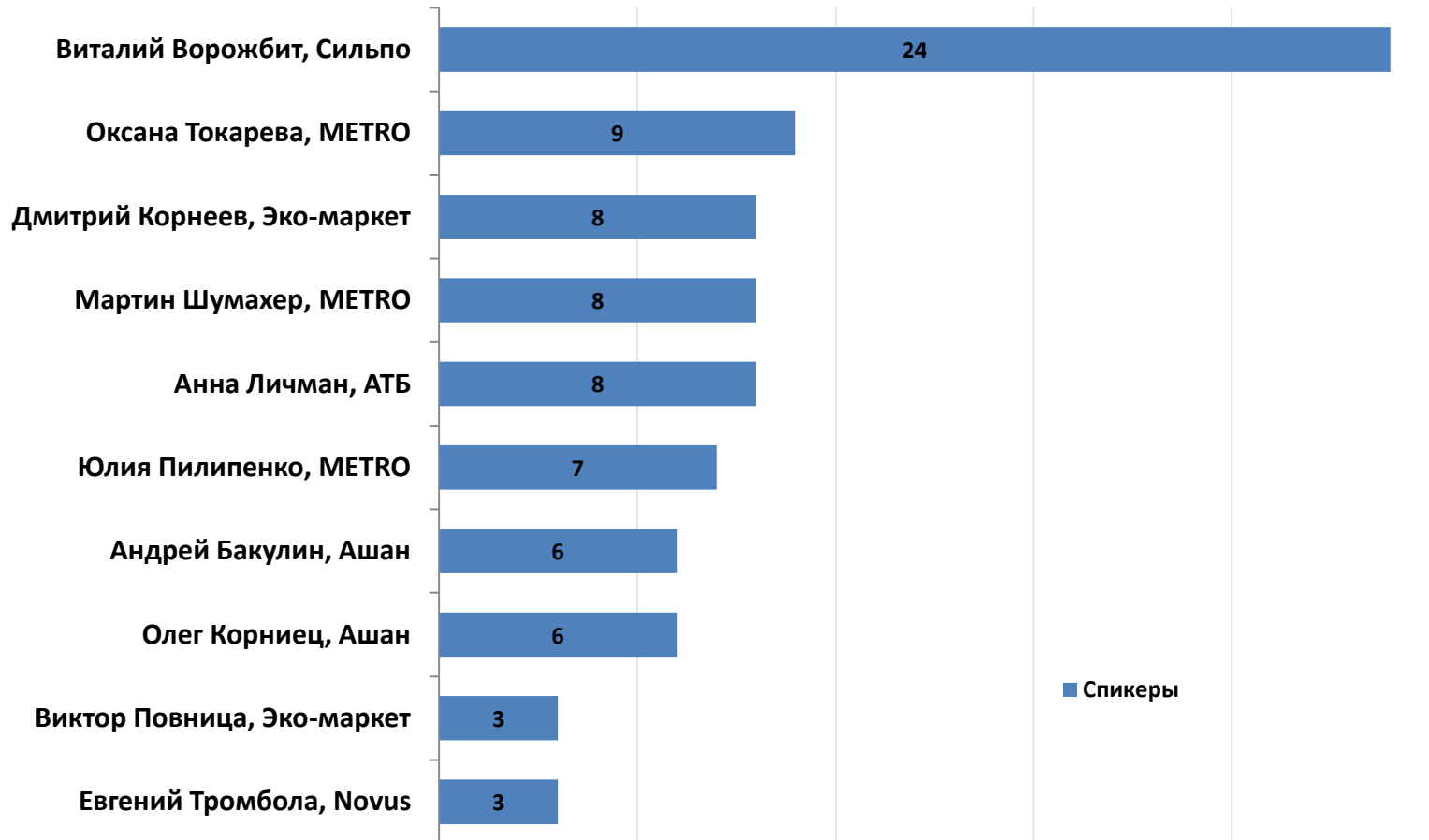
Основные первоисточники и авторы публикаций



• Основным первоисточником публикаций об исследуемых объектах был Крымский сайт **Крым.net**. Резонанс в СМИ вызвала публикация «Энергоблокада Крыма: в Севастополе закрываются кафе и супермаркеты» (упоминания **Великой Кишени** и **Novus**)

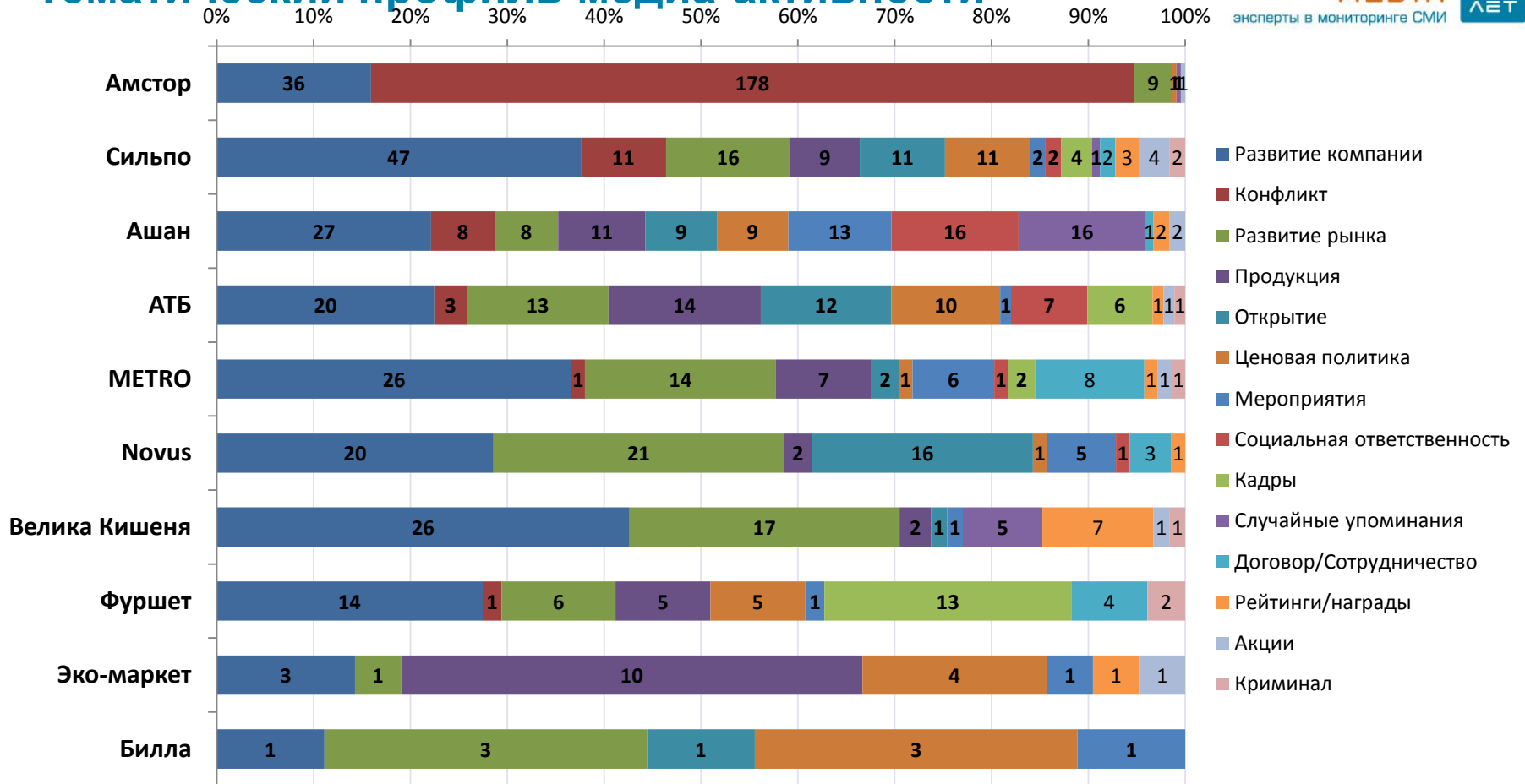
• Наиболее активными авторами октября стали **Игорь Мироненко** (газета Волинь), **Елена Романюк** (журнал Корреспондент) и **Богдан Красавцев** (журнал Корреспондент) благодаря резонансу статей «Прийди до Ощадбанку та отримай свою картку», «Великая ОЛИГАРХИЧЕСКАЯ» и «Репортаж с ремнём НА ПОЯСЕ», соответственно.

Основные спикеры компаний



- Высокую активность продемонстрировал **Виталий Ворожбит** (спикер **Сильпо**). Высокий резонанс получила публикация «Fozzy Group запустила продажи пакетов мобильной связи Yezzz! для гостей сети "Сильпо"» с его комментарием о многофункциональности данного тарифа.
- Так же активной была спикер **METRO Оксана Токарева** в статье «Еде не едется. Продовольственным сетям России после 15 ноября грозит коллапс», где она утверждает, что ретейлер сотрудничает с крупнейшими транспортными компаниями, которые самостоятельно ищут выход из сложившейся ситуации.
- В ноябре в медиа-поле **Великой Кишени** активность спикеров компании отсутствует.

Тематический профиль медиа-активности



• Наибольшая доля материалов по теме "Развитие компании" зафиксировано у **Сильпо**. Основная новость: «Fozzy Group запустила продажи пакетов мобильной связи Yezzz! для гостей сети "Сильпо"».

• В разрезе темы «Конфликт» максимальная долевая представленность – у **Амстор** (около 80%). Наиболее резонансными были такие публикации «В МВД объяснили, по какому поводу Новинского вызывают на допрос», «Вадим Новинский согласился сотрудничать со следствием», «Шокін підтверджує намір слідства викликати на допит Вілкула і Королевську», «Новинский вернулся в Киев – пресс-секретарь «Смарт-Холдинга»» и «Вадим Новинский доволен следствием по делу «Амстора»».

• Высокая доля упоминаний **Novus** в разрезе темы «Развитие рынка» обусловлена резонансной публикацией «Энергоблокада Крыма: в Севастополе закрываются кафе и супермаркеты»

• В медиа-поле **Великой Кишени** наибольшую долю занимает тематика «Развитие компании» с резонансной новостью «Прийди до Ощадбанку та отримай свою картку» (оборудование банка установлено также и на первых в Украине кассах самообслуживания в сети Великой Кишени)

Акции

- Стали известны победители первого этапа акции "АХА Страхування в мережі «Ашан»

Договор/Сотрудничество

- В Приднестровье готовятся к предпоследним выборам
- КРОК обеспечивает стабильную работу инженерных систем компании Castorama
- E-COM и NOVUS выступили с совместным докладом на Supply Chain & Logistics Forum
- Digital Monkey 2015 соберет известнейших представителей диджитал-маркетинга

Кадры

- Переселенец из Донецка "открывал глаза" ватникам «ДНР»
- До весны автобуса не будет
- После выборов Киевсовет обновится на 65%
- В новый состав Киевсовета вошли бизнесмены, чиновники, экс-народные депутаты – данные горизбиркома

Конфликты

- Вадим Новинский согласился сотрудничать со следствием
- В МВД объяснили, по какому поводу Новинского вызывают на допрос
- Вадим Новинский доволен следствием по делу «Амстора»
- Шокін підтверджує намір слідства викликати на допит Вілкула і Королевську
- Новинский вернулся в Киев – пресс-секретарь «Смарт-Холдинга»

Криминал

- Київреклама: "Київстар", ТРК "Україна", " Сільпо ", "Levis" розміщуються на нелегальних бордах

Мероприятия

- "99%" в ритейле - первый проект по качеству данных, аналитики и информационных систем
- Эволюция в логистике: векторы совершенствования цепочки поставок в новом году

Открытие

- Открытие ТРЦ LAVINA MALL запланировано на 1 сентября 2016 года - директор UTG Локтионова
- Аренда в Киеве снова начинает расти
- Открытие столичного ТРЦ Retroville перенесено на 2017г – Colliers International
- Вторая очередь обновленного ТРЦ "ГородОк" начнет работу в декабре
- Рынок коммерческой недвижимости вернулся в 2008 год

Продукция

- Ассортимент хлебобулочных изделий " ЭКО маркет " пополнился новыми товарными позициями
- Симферопольцы сметают с прилавков хлеб
- На Алексеевке алкоголики торгуют просроченной едой из супермаркетов
- Российские ритейлеры ищут замену турецким продуктам

Развитие компании

- "Амстор" признали банкротом
- Fozzy Group запустила продажи пакетов мобильной связи Yezzz! для гостей сети " Сільпо «
- Прийди до Ощадбанку та отримай свою картку
- Артем Вітко вибачився перед власниками АТБ за скандальний законопроект

Развитие рынка

- Энергоблокада Крыма: в Севастополе закрываются кафе и супермаркеты
- Производители все чаще отдают товар в небольшие торговые точки и на рынки
- "99%" в ритейле – первый проект по качеству данных, аналитики и информационных систем

Рейтинги/награды

- 200 рейтинг крупнейших компаний

Социальная ответственность

- В Украине стартовала новая волна информационной кампании "Не Дай СПИДу Шанс!«
- Общество Красного Креста передало гигиенические наборы переселенцам, проживающим в Запорожской обл
- Переселенцы получили гигиенические наборы от Красного Креста

Ценовая политика

- Репортаж с ремнём НА ПОЯСЕ
- В мэрии Херсона рассказали о ценах на продукты
- Не бойсь. Заграница нам поможет

Информация о компании "Контекст Медиа"



Информационно-аналитическое агентство "Контекст Медиа" является лидером на рынке мониторинга СМИ в Украине и входит в рейтинг TOP-5 в странах СНГ.

Круглые сутки 130 высококвалифицированных специалистов в области сбора и обработки информации, аналитики, лингвистики, журналистики, PR и IT помогают клиентам компании сориентироваться в огромном массиве информации.

ИА "Контекст Медиа" обладает крупнейшей в Украине базой печатных и электронных СМИ – около 14 тысяч источников.

На протяжении 15 лет работы агентства было реализовано более 1 200 проектов.

Мы обладаем уникальными методиками сбора и обработки информации, которые успешно реализуем при решении поставленных задач. Собственная база СМИ, инновационные решения, комплексные подходы в изучении различных отраслей, оперативность в работе и актуальность предлагаемой информации, а также наличие представительств во всех регионах обеспечивают создание высококачественного информационного аналитического продукта.

Каждому клиенту гарантирован индивидуальный подход!

Контакты:

Украина, 01011, г. Киев, ул. Резницкая, 8, оф. 55
тел.: +3 044 501-84-58,

Электронная почта: sale@context-ua.com

Веб-сайт: www.context-ua.com

МОНИТОРИНГ СМИ
АНАЛИЗ МЕДИА ПОЛЯ
PR КОНСАЛТИНГ

CONTEXT
MEDIA®

Спасибо за внимание!