



***Vizibilitatea principalilor parteneri si sponsori de la Cupa Mondiala 2010
in social-media romaneasca***

Analiza Zelist.ro

Adidas, Sony si Hyundai - cele mai vizibile branduri partenere la Cupa Mondiala 2010 in social-media romaneasca

Pornind de la articolul "[Who Won the World Cup Sponsors Title?](#)", am dorit sa aflam care dintre principalele branduri partenere de la Cupa Mondiala 2010 a fost cel mai vizibil in social-media romaneasca.

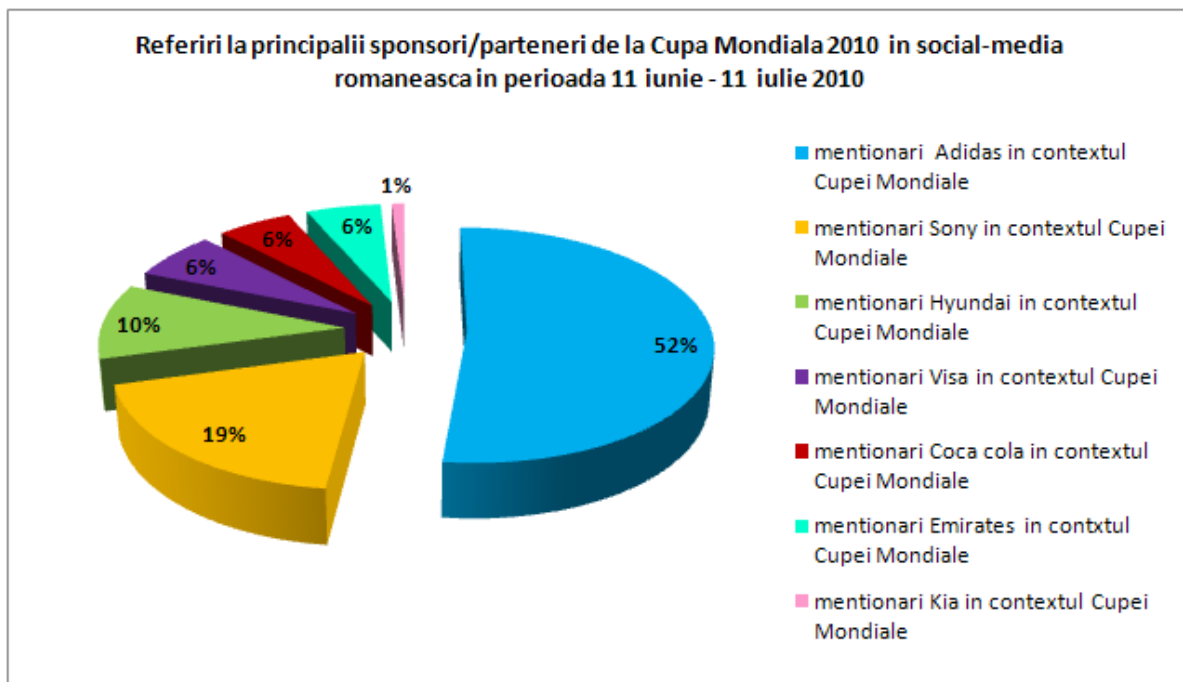
In perioada 11 iunie – 11 iulie 2010 au fost monitorizate cele 7 branduri partenere ale evenimentului din Africa de Sud: Adidas, Coca-Cola, Emirates, Hyundai, Kia, Sony, Visa in contextul Cupei Mondiale. Pentru a selecta doar mentionarile la aceste branduri in legatura cu participarea la Cupa Mondiala, au fost monitorizate expresiile : “brand” si “Cupa Mondiala”, “brand” si “Campionatul Mondial de Fotbal”, “brand” si “World Cup”.

Dintre toate brandurile partenere la Cupa Mondiala, Adidas s-a bucurat de cea mai mare vizibilitate in social media romaneasca (blogosfera, Twitter, presa online) in perioada 11 iunie – 11 iulie 2010.

Adidas a inregistrat 55 de aparitii in contextul evenimentului sportiv, reprezentand 52% din totalul referirilor la partenerii World Cup, avand ca principala tema participarea la acest eveniment.

Al doilea partener al Cupei Mondiale care s-a bucurat de o buna vizibilitate in social-media romaneasca pe perioada evenimentului este brandul Sony, care fost mentionat de 20 ori in legatura cu Campionatul Mondial de Fotbal 2010, reprezentand 19% din totalul mentiunilor.

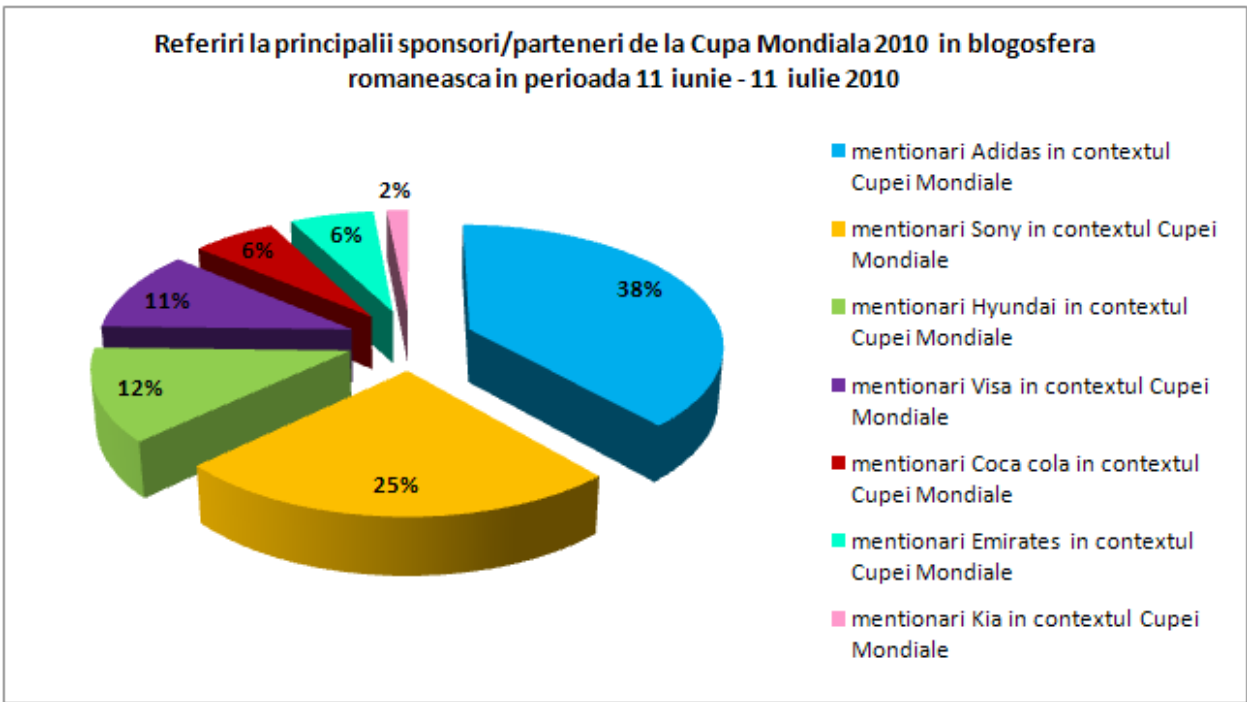
Al treilea brand partener al Cupei Mondiale care a fost foarte vizibil in social-media romaneasca intre 11 iunie si 11 iulie 2010 este Hyundai. Acest brand a fost mentionat in perioada amintita de 11 ori in contextul evenimentului.



Referindu-ne la aparitiile din blogosfera romaneasca, in topul vizibilitatii brandurilor partener de la Cupa Mondiala se afla Adidas, Sony si Hyundai. Spre deosebire de rezultatele studiului "[Who Won the World Cup Sponsors Title?](#)" realizat cu date din blogosfera straina, unde primele 3 pozitii ale clasamentului vizibilitatii sunt erau ocupate de Adidas, Sony si Coca Cola, in blogosfera romaneasca situatia difera doar in cazul ocupantului locului al treilea.

Adidas este partenerul World Cup cu cea mai mare vizibilitate in perioada 11 iunie – 11 iulie 2010 in blogosfera romaneasca, inregistrand 25 de mentionari pe bloguri, mentionari in legatura cu acest eveniment in perioada de studiu (38% din totalul referirilor la partenerii Cupei Mondiale).

Sony ocupa pozitia numarul 2 in topul vizibilitatii, avand cota vizibilitatii de 25%. Hyundai se afla pe pozitia a treia in topul vizibilitatii partenerilor de la Cupa Mondiala, avand 12% din totalul referirilor la partenerii Cupei Mondiale.



The Guardian a publicat o stire despre cum Nike, care desi nu s-a numarat printre sponsorii sau partenerii World Cup 2010, a castigat totusi batalia vizibilitatii in online datorita spotului TV.

Am dorit sa aflam daca situatia este similara in .ro si am analizat vizibilitatea brandurilor Adidas si Nike in blogosfera romaneasca, pe Twitter si in presa online din Romania in perioada 11 iunie – 11 iulie 2010.

Pe toata perioada evenimentului sportiv brandul Adidas a fost mentionat de 55 de ori in contextul Cupei Mondiale, iar Nike de 48 de ori, ceea ce arata ca diferentele de vizibilitate dintre cele doua branduri semnalate the Guardian in social media de limba engleza nu se aplica si in blogosfera romaneasca.

De asemenea, am selectat urmatoarele 10 perechi sponsor/partener Cupa Mondiala – competitor si am masurat vizibilitatea acestora doar in contextul Cupei Mondiale:

Adidas	25%	vs	Nike	22%
Budweiser	10%	vs	Carlsberg	1%
Sony	9%	vs	Panasonic	0%
Coca-Cola	3%	vs	Pepsi	8%
Hyundai/Kia	5%	vs	Ford	2%
Visa	3%	vs	Mastercard	1%
MacDonald's	3%	vs	Burger King	0%
Emirates	3%	vs	Air France	1%
Continental	2%	vs	Michelin	1%
Castrol	1%	vs	Valvoline	0%



Despre ZeList

ZeList a fost dezvoltat de TreeWorks și reprezintă cel mai eficient instrument de monitorizare a blogosferei și presei românești, urmărind peste 58.000 de bloguri, peste 35.000 conturi Twitter și 400 de surse de știri online.

Folosind algoritmi complecși, ZeList determină cele mai importante bloguri din punctul de vedere al audienței și al credibilității, precum și cele mai importante subiecte care sunt discutate în blogosfera.

Folosind ZeList, orice persoană poate determina cele mai importante știri la un moment dat, iar profesioniștii din domeniul comunicării și mass-media pot determina trenduri și pot stabili vectorii importanți pentru transmiterea unui mesaj în blogosfera.