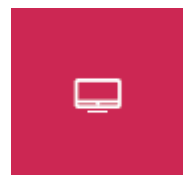
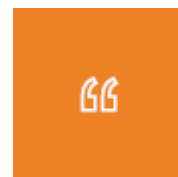
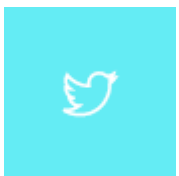


Analiză cantitativă și calitativă

realizată pe baza aparițiilor din intervalul de timp de la
01-31.12.2020



Analiza acoperă **191** materiale din monitorizarea mediaTRUST incluse în catalogul: **Registrul Auto Român, Registrul Auto Român**. Raportul este realizat pe baza aparițiilor media din perioada **01-31.12.2020** și cuprinde date exprimate prin o serie de indicatori, printre care: număr de apariții, reach, valoare echivalentă de publicitate. Raportul conține de asemenea și lista surselor și autorilor care au tratat subiectul analizat cel mai frecvent, în intervalul de timp analizat.

Materialele utilizate în elaborarea raportului au fost evaluate în funcție de influența pe care ar putea-o avea asupra cititorilor, din perspectiva modului în care este conturată imaginea unei companii/unui brand:

 nicio influență asupra imaginii companiei/brand-ului,

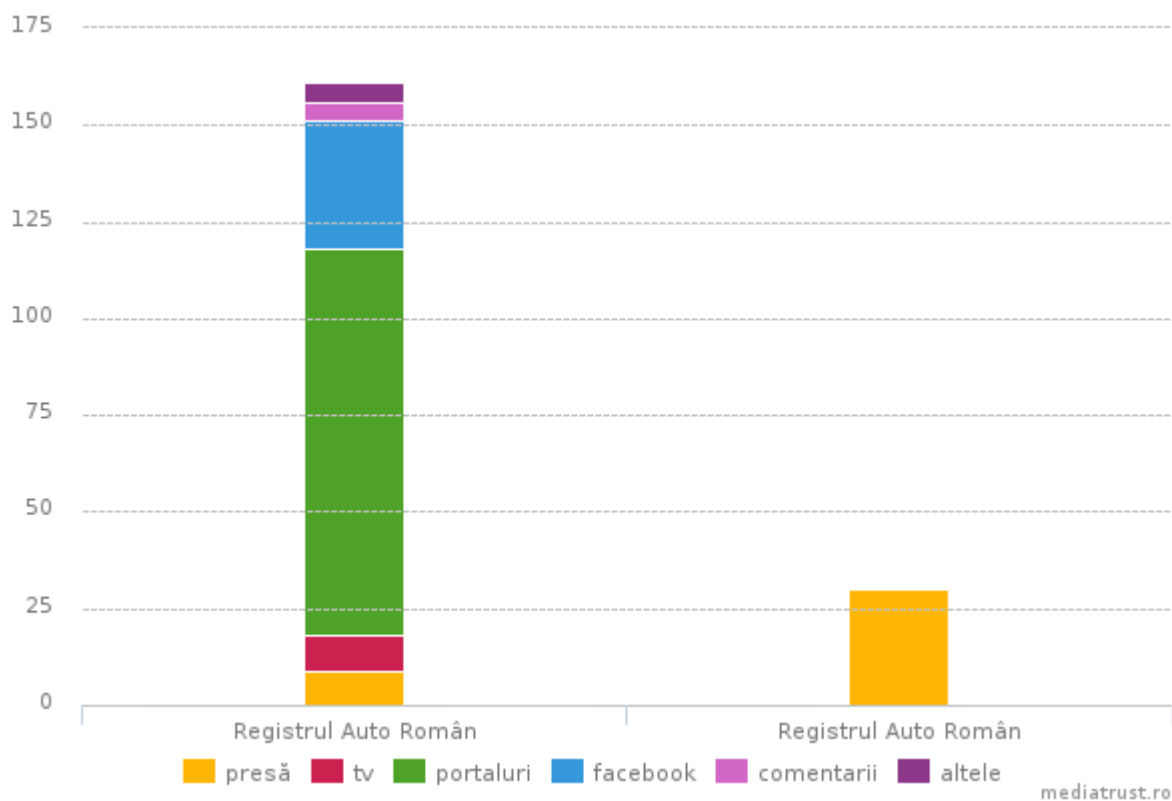
 influență pozitivă asupra imaginii,

 influență negativă asupra imaginii

CUPRINS

4	Analiza generală a datelor
4	Număr de apariții în funcție de tipul de media
5	Distribuția numărului de apariții în timp - toate tipurile de media
6	Număr de apariții în funcție de conotații
7	Analiza detaliată a datelor
7	Număr de apariții în funcție de profil - toate tipurile de media
8	Număr de apariții în funcție de distribuție
9	Numărul de materiale alocate anumitor mărci în presa locală și națională.
10	Audiență
10	Număr de contacte potențiale în funcție de mijloc mass-media - toate tipurile de media
11	AVE
11	Distribuția AVE în funcție de mijloc mass media
12	Distribuția AVE în funcție de conotații - toate mijloacele mass media [EUR]
13	Lista tipurilor de media
13	Media care asigură cea mai mare acoperire a subiectelor Registrul Auto Român în media tradițională
13	Media care asigură cea mai mare acoperire a subiectelor Registrul Auto Român în social media
13	Media care asigură cea mai mare acoperire a subiectelor Registrul Auto Român în media tradițională
14	Lista tipurilor de media și a autorilor
14	Autorii celui mai mare număr de articole pe Registrul Auto Român în media tradițională
14	Autorii celui mai mare număr de articole pe Registrul Auto Român în social media
14	Autorii celui mai mare număr de articole pe Registrul Auto Român în media tradițională

Grafic 1. Număr de apariții în funcție de tipul de media

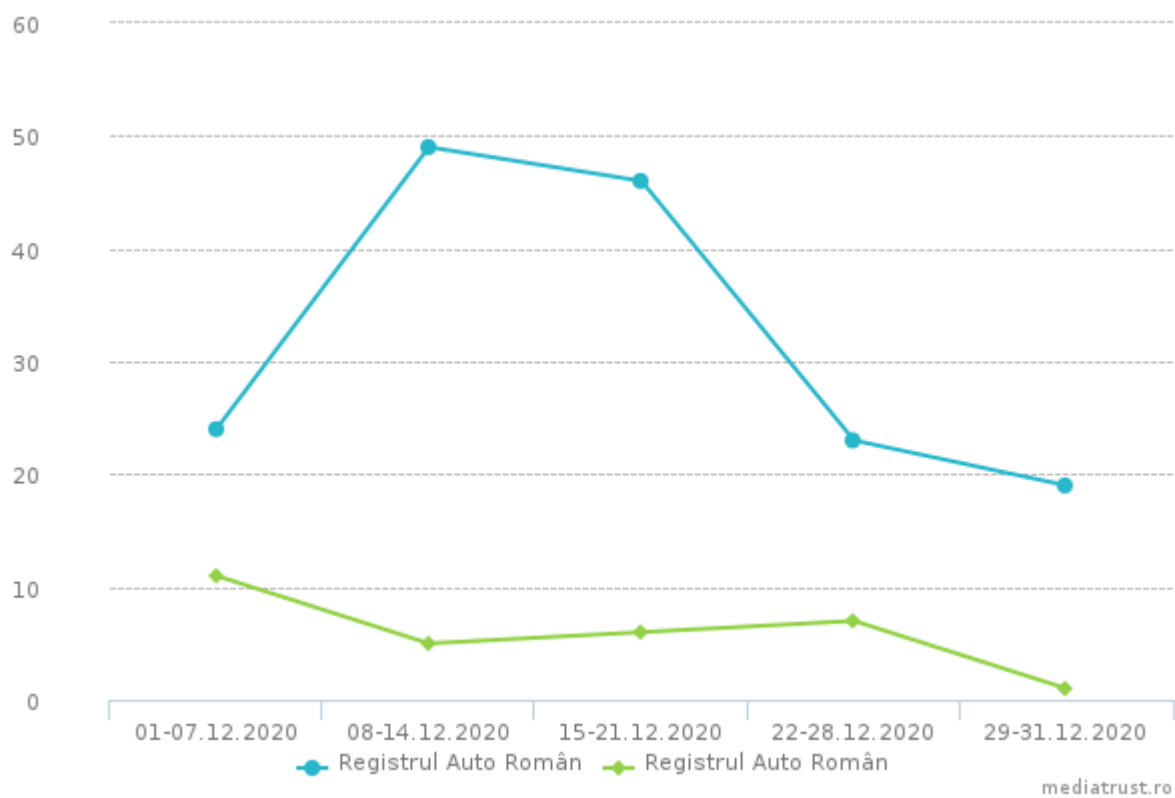


Tabel 1. Număr de apariții în funcție de tipul de media

	presă	tv	portaluri	facebook	comentarii	altele	total
Registrul Auto Român	9	9	100	33	5	5	161
Registrul Auto Român	30	0	0	0	0	0	30
total	39	9	100	33	5	5	191

Grafic 2.

Distribuția numărului de apariții în timp - toate tipurile de media



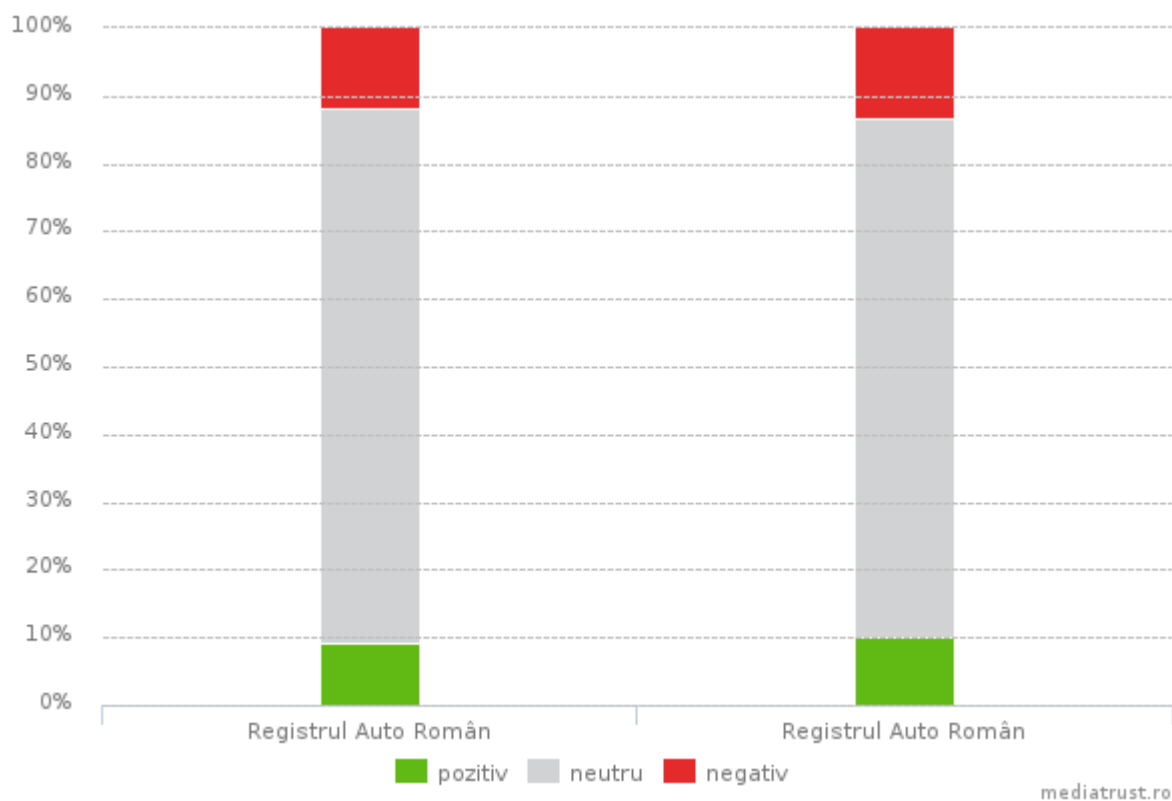
mediatrust.ro

Tabel 2.

Distribuția numărului de apariții în timp - toate tipurile de media

	01-07.12.2020	08-14.12.2020	15-21.12.2020	22-28.12.2020	29-31.12.2020	total
Registrul Auto Român	24	49	46	23	19	161
Registrul Auto Român	11	5	6	7	1	30
total	35	54	52	30	20	191

Grafic 3. Număr de apariții în funcție de conotații

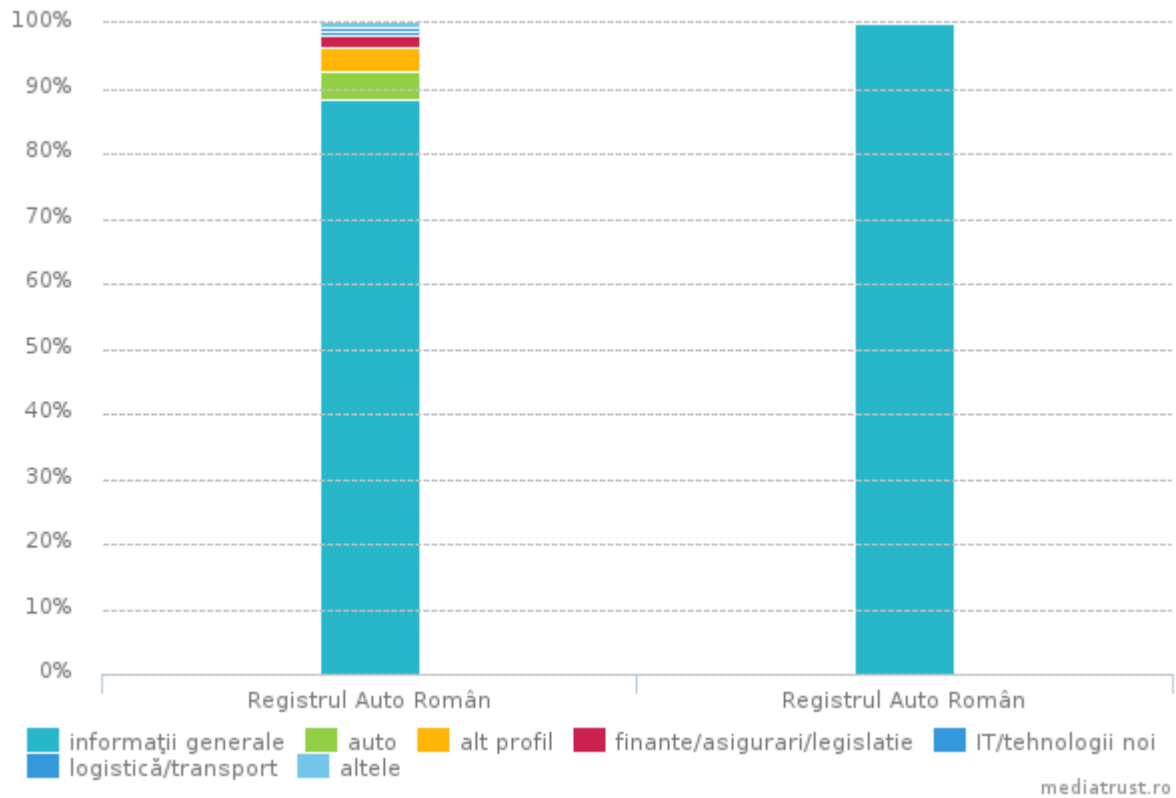


mediatrust.ro

Tabel 3. Număr de apariții în funcție de conotații

	pozitiv	neutru	negativ	total
Registrul Auto Român	15	127	19	161
Registrul Auto Român	3	23	4	30
total	18	150	23	191

Grafic 4. Număr de apariții în funcție de profil - toate tipurile media

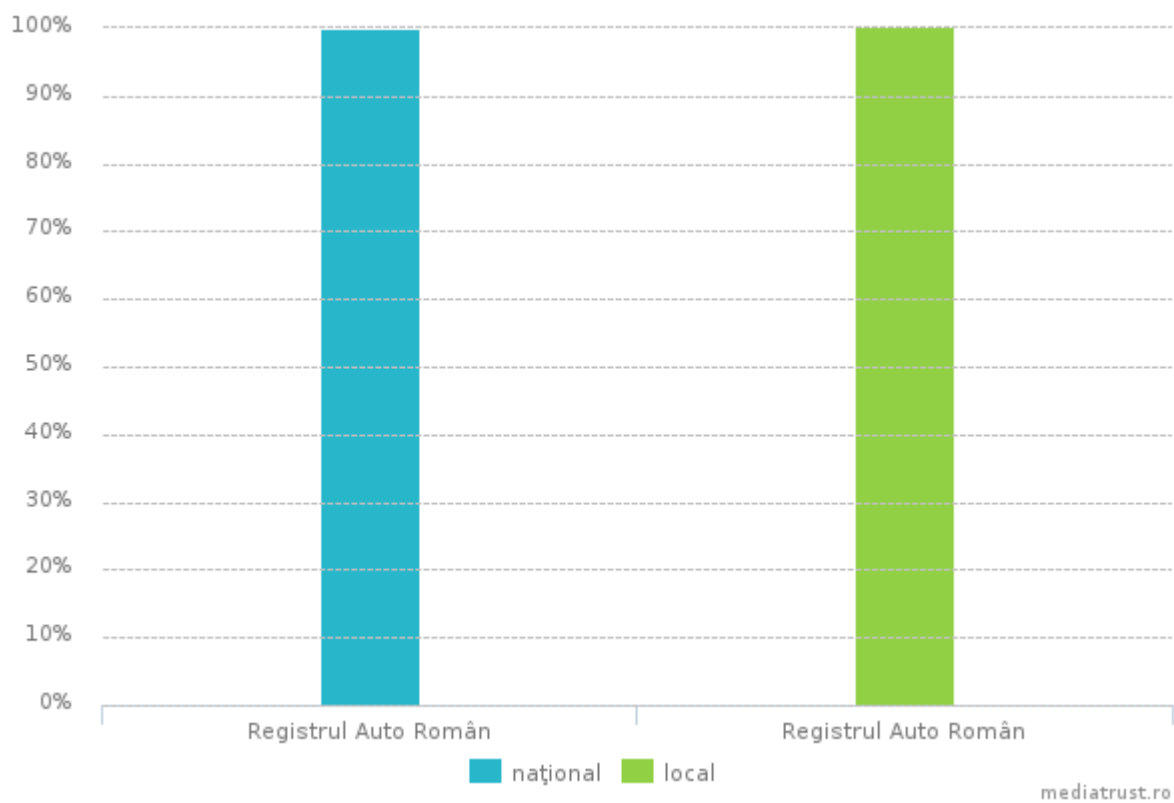


mediatrust.ro

Tabel 4. Număr de apariții în funcție de profil - toate tipurile media

	informații generale	auto	alt profil	finante/ asigurari/ legislatie	IT/tehnologii noi	logistică/ transport	alte	total
Registrul Auto Român	142	7	6	3	1	1	1	161
Registrul Auto Român	30	0	0	0	0	0	0	30
total	172	7	6	3	1	1	1	191

Grafic 5. Număr de apariții în funcție de distribuție



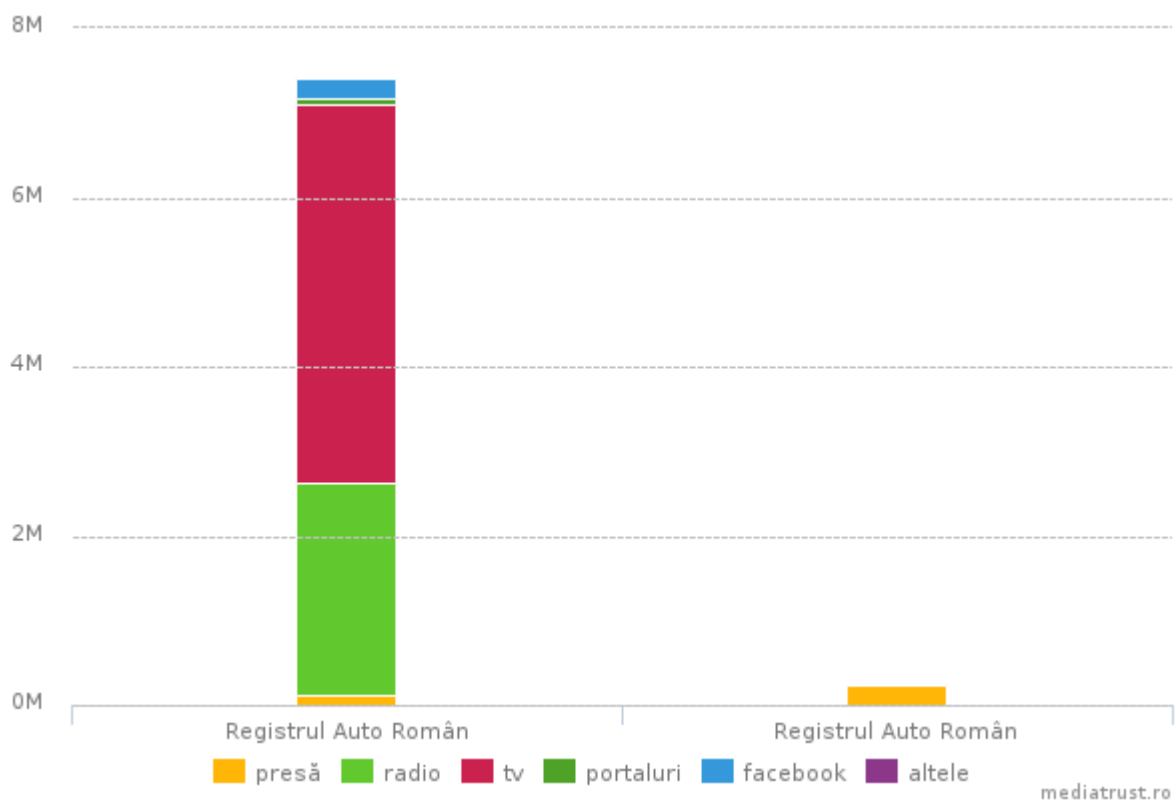
Tabel 5. Număr de apariții în funcție de distribuție

	național	local	total
Registrul Auto Român	161	0	161
Registrul Auto Român	0	30	30
total	161	30	191

Tabel 6.**Numărul de materiale alocate anumitor mărci în presa locală și națională.**

	Registrul Auto Român	total
Alba	1	1
Argeș	10	10
Botoșani	1	1
Brașov	1	1
Dolj	1	1
Iași	1	1
Maramureș	1	1
Prahova	1	1
Sălaj	1	1
Satu Mare	5	5
Suceava	5	5
Teleorman	1	1
Vaslui	1	1
total	30	30

Grafic 6. Număr de contacte potențiale în funcție de mijloc mass-media - toate tipurile de media

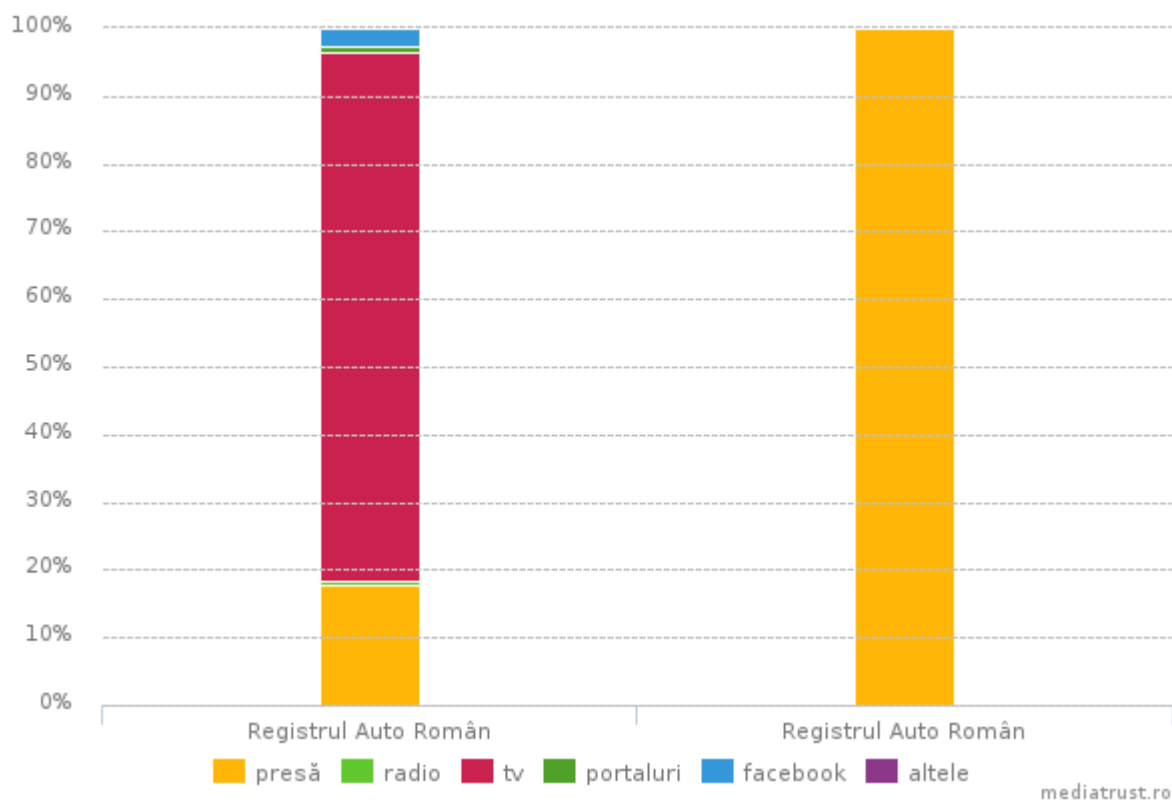


mediatrust.ro

Tabel 7. Număr de contacte potențiale în funcție de mijloc mass-media - toate tipurile de media

	presă	radio	tv	portaluri	facebook	altele	total
Registrul Auto Român	108 963	2 516 400	4 473 000	70 458	234 794	406	7 404 021
Registrul Auto Român	235 861	0	0	0	0	0	235 861
total	344 824	2 516 400	4 473 000	70 458	234 794	406	7 639 882

Grafic 7. Distribuția AVE în funcție de mijloc mass media

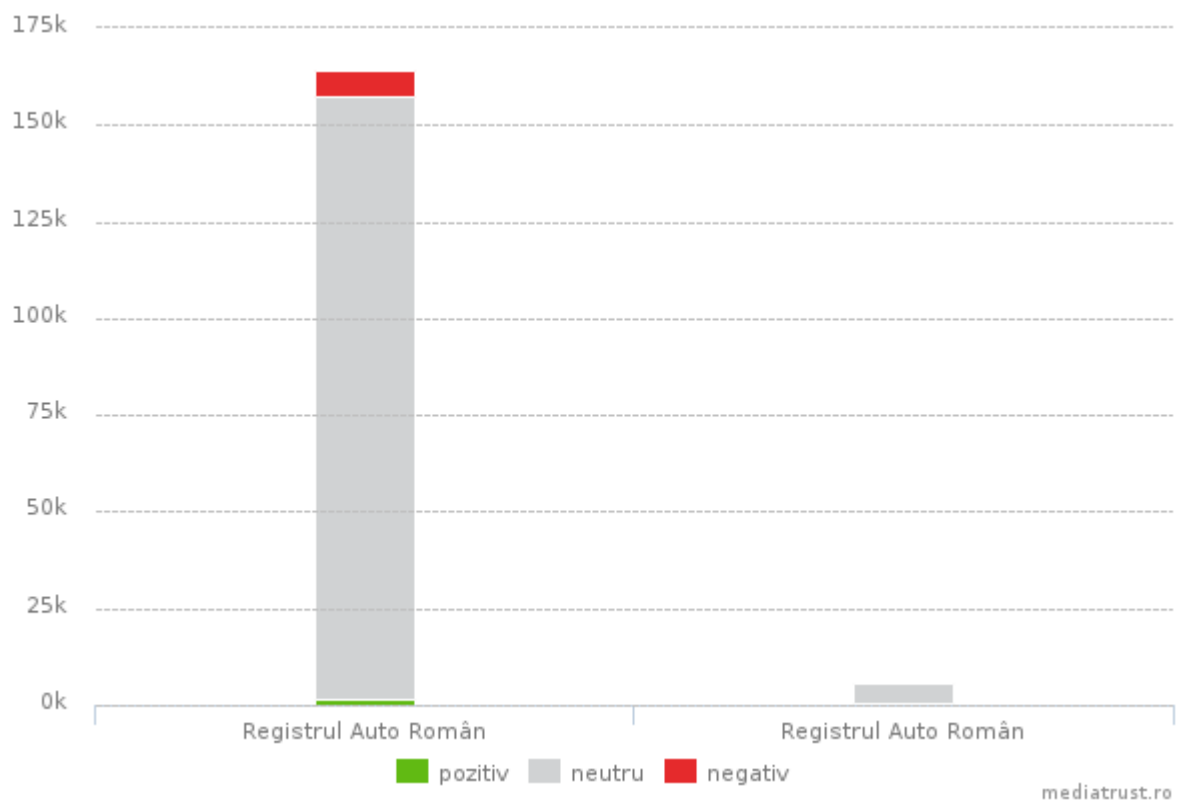


mediatrust.ro

Tabel 8. Distribuția AVE în funcție de mijloc mass media [EUR]

	presă	radio	tv	portaluri	facebook	alte	total
Registrul Auto Român	29 343	532	128 185	1 527	4 402	7	163 996
Registrul Auto Român	5 791	0	0	0	0	0	5 791
total	35 134	532	128 185	1 527	4 402	7	169 787

Grafic 8. Distribuția AVE în funcție de conotații - toate mijloacele mass media [EUR]



mediatrust.ro

Tabel 9. Distribuția AVE în funcție de conotații - toate mijloacele mass media [EUR]

	pozitiv	neutru	negativ	total
Registrul Auto Român	1 421	156 069	6 506	163 996
Registrul Auto Român	703	4 919	169	5 791
total	2 124	160 988	6 675	169 787

Lista tipurilor de media

Tabel 10. Media care asigură cea mai mare acoperire a subiectelor Registrul Auto Român în media tradițională

Tip de media	Numărare apariții
PROTV	4
Ziua Cargo	3
Realitatea Plus	3
monitorulsv.ro	3
crainou.ro	3

Tabel 11. Media care asigură cea mai mare acoperire a subiectelor Registrul Auto Român în social media

Tip de media	Numărare apariții
facebook.com	33
g4media.ro	2
replicaonline.ro	2
twitter.com	1
saccsiv.wordpress.com	1

Tabel 12. Media care asigură cea mai mare acoperire a subiectelor Registrul Auto Român în media tradițională

Tip de media	Numărare apariții
Gazeta de Nord Vest (Satu Mare)	4
Crai Nou (Suceava)	4
Argesul	3
Curierul Zilei (Arges)	2
Impuls de Arges	2

Lista tipurilor de media și a autorilor

Tabel 13. Autorii celui mai mare număr de articole pe Registrul Auto Român în media tradițională

autor	Tip de media	Numărare apariții
nespecificat	Auto Expert Flote, Auto Test - Ingineria Automobilului, Jurnalul, Auto Test, Ziarul Financiar - Cei mai importanți 1.000 Oameni Business	5
)	monitorulsv.ro	3
Alex Calinoiu	telegrama.ro	3
Crai nou	crainou.ro	3
AGERPRES	agerpres.ro	2

Tabel 14. Autorii celui mai mare număr de articole pe Registrul Auto Român în social media

autor	Tip de media	Numărare apariții
Registrul Auto Român Oficial	facebook.com	4
Auto Test Magazin	facebook.com	2
Cars.ro	facebook.com	2
Cristi Tudor	facebook.com	2
Nicola Radu	facebook.com	2

Tabel 15. Autorii celui mai mare număr de articole pe Registrul Auto Român în media tradițională

autor	Tip de media	Numărare apariții
nespecificat	Gazeta de Nord Vest (Satu Mare), Mara (Teleorman), Obiectiv de Suceava, Vremea noua (Vaslui), Curierul Zilei (Arges)	13
NB	Crai Nou (Suceava)	4
VN	Argesul	3
Toma Florin	Impuls de Arges	2
Bogdan Maria	Ploieștii	1

METODOLOGIE

1 Tip de Media

mediaTRUST clasifică media în **clasică (media tradițională)** și **social media**. Categoria de media tradițională include:

- presă tipărită
- radio, televiziune
- portaluri de internet.

Social media cuprinde următoarele canale:

- Facebook
- Twitter
- comentarii postate sub articole publicate în portaluri
- bloguri
- forumuri
- platforme foto, inclusiv Instagram
- platforme video, inclusiv YouTube, TikTok.

2 Profilul Media

Profilul se referă la subiectele abordate predominant și conturează caracteristicile unei surse date, de exemplu: cotidian cu **informații generale**, revistă **auto**, revistă lunară de **construcții/arhitectură** sau **sănătate/frumusețe**.

3 Tonul materialelor

Evaluarea materialelor sub aspectul influenței sale asupra imaginii brandului. Tonul unui material poate fi pozitiv (+), neutru (0) sau negativ (-). Materialele care prezintă opinii și/sau comentarii deopotrivă pozitive și negative sunt evaluate ca neutre.

4 Reach

Reach-ul este un indicator care reflectă numărul estimat de persoane care ar fi putut intra în contact cu informația.

Audiența este calculată pentru un număr mediu de persoane care au avut contact cu un anumit titlu de presă în perioada analizată. Datele sunt furnizate de BRAT (Biroul Roman de Audit Transmedia). În lipsa datelor de audiență este prezent tirajul ziarului sau revistei în cauză.

Reach-ul materialelor din portaluri internet sau social media este definit ca media vizualizarilor unui singur material pe un anumit portal, blog sau pe un canal social media. Datele sunt disponibile și pentru Facebook, Twitter, YouTube, Instagram și majoritatea blogurilor.

Audiența programelor radio. furnizează informații despre audiența medie înregistrată de fiecare dintre posturile radio unde sunt prezente material, conform datelor publice furnizate periodic de ARA.

Audiența programelor TV se bazează pe datele reale de audiență măsurate de ARMA și prezintă media de telespectatori pe segmente de câte 10 minute pentru fiecare stație TV în parte.

5 AVE

Advertising Value Equivalent reprezintă o valoare estimată a materialelor publicate, calculat prin comparație cu costul publicării unei reclame în același format. Metoda permite estimarea unei valori a mediatizării, exprimate în EUR, care dă posibilitatea raportării eficienței campaniilor proprii la cele realizate de competitor sau să fie evaluate dimensiunea și impactul mesajelor asupra audienței.

AVE pentru presă scrisă este un estimat al valorii de publicitate calculate prin comparație cu costul publicării unei reclame în același ziar sau revistă, în același format și dimensiune cu formatul și dimensiunea articolului.

AVE pentru Radio și Televiziune este estimatul valorii de publicitate al materialelor calculat prin comparație cu costul difuzării unei reclame radio sau TV la același post radio sau TV, cu aceeași dimensiune și în același interval de timp cu cel al materialului evaluat.

AVE pentru portalurile Internet este valoarea de publicitate a materialelor calculate prin comparație cu costul publicării unui articol publicitar standard în același portal sau în alt portal care are un nivel al numărului de vizualizări lunare similar.

AVE pentru social media este valoarea de publicitate a materialelor calculate pe baza numărului mediu de vizite și costul standard al publicării unui articol sponsorizat, pe același portal sau în un portal similar din punct de vedere al ratei medii de afișări lunare. Datele sunt valabile pentru Facebook, Twitter, YouTube, Instagram și majoritatea blogurilor.

6 Interacțiunile fanilor în social media

mediaTRUST furnizează date despre interacțiunile fanilor pentru principalele platforme social media:

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Instagram

Sistemul cuantifică interacțiunile (like-uri, comentarii and distribuiri) la un interval de până la 36 de ore după monitorizarea unui material.

7 Reach-ul în social media

Reach-ul este exprimat ca fiind numărul de fani ai unui anumit cont de social media. Acest indicator reprezintă:

- un număr de persoane care au apreciat un anumit profil de facebook
- un număr de persoane care urmăresc un anumit cont de twitter
- un număr de persoane care urmăresc un anumit cont de Instagram
- un număr de persoane sunt abonați la un anumit canal de YouTube

mediaTRUST

mediaTRUST

Pascal Aristide, 29-31, etaj 2, sector 3

București, România

tel/fax. +40 21 319 35 52

office@mediatrust.ro

fb.com/mediaTRUST-Romania-296435410799

[@mediaTRUSTro](#)

mediatrust.ro