

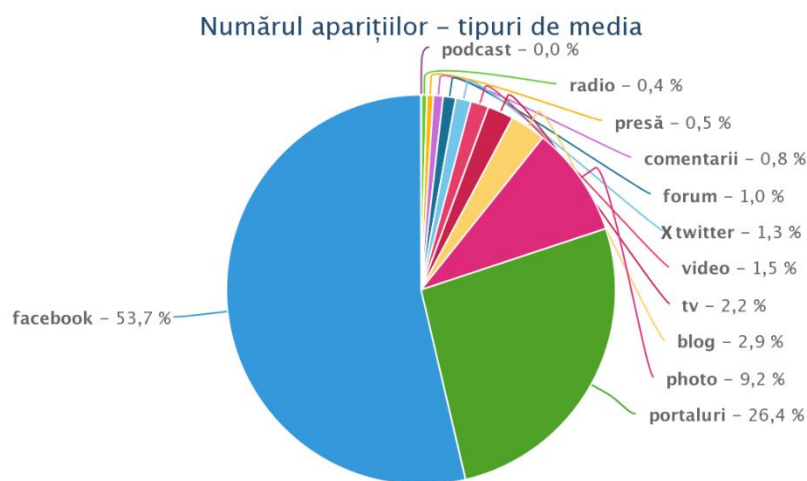
Vizibilitatea Black Friday 2023 în mass-media

1-17 noiembrie 2023

București, 20 noiembrie 2023: mediaTRUST a analizat în perioada 1-17 noiembrie 2023, peste 22.800 de materiale din presa scrisă, radio, tv, online și social media, investigând modul în care fenomenul Black Friday a fost reflectat în aceste materiale difuzate.

În România, Black Friday 2023 s-a organizat pe data de 10 noiembrie. Cu toate acestea, unele magazine au lansat promoții încă din luna octombrie, iar altele au prelungit ofertele de reduceri și în intervalul 18-30 noiembrie.

În intervalul monitorizat de mediaTRUST, s-au difuzat și publicat peste 22.800 de materiale media axate pe fenomenul Black Friday. Social media a reprezentat principala sursă de discuție, generând peste 16.000 de materiale, din care notabile au fost 12.268 pe platforma Facebook. Mediul online a contribuit semnificativ la această ecuație, furnizând peste 6.000 de materiale, în timp ce posturile de televiziune au difuzat 494 de materiale dedicate Black Friday, iar radiourile au inclus în emisiunile lor 100 de materiale. Presa scrisă a înregistrat un total de 123 de materiale în perioada supusă analizei.



Sursa: mediaTRUST

În mediul online, observatornews.ro s-a evidențiat cu peste 160 de articole privind Black Friday, mobilissimo.ro a contribuit cu peste 70 de materiale, iar site-ul stirileprotv.ro a înregistrat peste 60 de articole în perioada menționată. Subiectele abordate au gravitat în principal în jurul ofertelor magazinelor, incluzând și aspecte precum sfaturile și recomandările ANPC pentru cumpărături sigure.

PRO TV a fost lider în acoperirea Black Friday, difuzând un număr de 86 de materiale, urmat de Antena 1 cu 66 și România TV cu 54 de materiale. În ceea ce privește posturile de radio, București FM a fost în frunte, transmitând 37 de materiale legate de Black Friday, urmat de România Actualități cu 15

materiale și Europa FM cu 11. În presa scrisă, Ziarul Financiar și Biz au fost echilibrate, publicând fiecare 10, respectiv 9 articole pe această temă.

În perioada monitorizată, fiecare român a intrat în contact cu mesajele legate de Black Friday de aproximativ 26 de ori, conform calculelor efectuate de mediaTRUST, totalizând 440,979,995 de contacte pe toate mediile, inclusiv presa scrisă, online, social media, radio și TV.

După cum era de așteptat, vineri, **10 noiembrie**, s-a înregistrat vârful vizibilității fenomenului Black Friday. Numai în această zi la TV au fost difuzate 140 de materiale, în online au fost înregistrate peste 1.000, iar în social media au fost identificate aproape 3.000 de materiale.

La nivelul audienței pe toate mediile, în data de 10 noiembrie 2023, fiecare român a putut intra în contact cu mesajele transmise de Black Friday de peste 5 ori, atingând un total de 91,167,261 de contacte, conform calculelor realizate de mediaTRUST.

eMAG se menține în fruntea clasamentului cu cele mai multe apariții în cadrul canalelor de comunicare monitorizate în perioada 1 – 17 noiembrie 2023, în contextul ofertelor de Black Friday. Retailerul a înregistrat 2.291 de mențiuni în intervalul monitorizat, distribuite astfel: peste 1.300 în mediul online, aproape 900 în social media, 66 la televiziune și 30 în presa scrisă.

Fashion Days a fost menționat în 621 de materiale, **Altex** a înregistrat 401 materiale, reflectând o prezență semnificativă în mass-media. Alte magazine care au captat atenția în această perioadă includ **Evomag** cu 310 materiale, **Flanco** cu 230 de materiale, **PC Garage** cu 181 de materiale, **Media Galaxy** cu 132 de materiale, **Notino** cu 114 materiale, **Sephora** cu 106 materiale, **Lensa** și **elefant.ro**, cu 99 respectiv 93 de materiale și **F64** cu 83 de materiale, toate în contextul ofertelor specifice perioadei de Black Friday.

Metodologie

Notă: În prezentul studiu, mediaTRUST a luat în calcul rezultatele monitorizării a 23 posturi TV naționale, 12 posturi radio naționale, peste 500 de publicații naționale și locale, peste 2500 de surse de știri online, peste 30.000 de blog-uri și forum-uri la care se adaugă conturile publice ale utilizatorilor români de Facebook, X (Twitter), Instagram și Youtube, în perioada 1 noiembrie – 17 noiembrie 2023. Nu au fost incluse reclamele.

Analiza include toate materialele din presa tipărită, posturile de radio și TV monitorizate de mediaTRUST precum și site-urile, paginile oficiale facebook, twitter, instagram, youtube, bloguri, podcast-uri și comentarii rețele socializare. Pentru mai multe detalii privind monitorizarea presei scrise, radio, TV, online și social media consultați www.mediatrust.ro.

Pentru măsurarea impactului (audienței) materialelor incluse în studiu sunt folosite datele de audiență furnizate de ARMA (pentru televiziuni), BRAT (pentru presa tipărită), ARA (pentru radio) și metode proprietate mediaTRUST în cazul mediului online (inclusiv Social Media).

Despre mediaTRUST

mediaTRUST România este cea mai mare companie de monitorizare media din România. Având cea mai îndelungată experiență pe piață (peste 20 ani) și cel mai vast portofoliu de clienți (peste 600 clienți în anul 2023), mediaTRUST România s-a afirmat ca element esențial în industria sa și este recunoscută drept un reper al domeniului. Din anul 2004 a devenit membru al FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse) dezvoltând parteneriate în peste 15 țări din Europa Centrală și de Est prin care oferă acces la informațiile apărute zilnic în mass media (presă scrisă, radio, TV, online și social media). Membru al organizațiilor autohtone de profil, BRAT (Biroului Român de Audit Transmedia) și ARMA (Asociația Română pentru Măsurarea Audiențelor) din 2014, mediaTRUST România aduce în prim-plan servicii premium și utilizează tehnologii de monitorizare și analiză media de ultimă generație.