Poznań, 2 listopada 2020 roku

INFORMACJA PRASOWA

Wyścig innowacji trwa w najlepsze!

**Firmy produkujące smartfony oraz operatorzy telekomunikacyjni praktycznie nie ustają w zaskakiwaniu klientów nowościami. Wydawać by się mogło, że problemy, jakie przyniosła ze sobą pandemia muszą wpłynąć negatywnie na te dwie branże i zafundować im ostre hamowanie. Nic bardziej mylnego. Jak wynika z rankingu Top Marka 2020 – wspólnego cyklicznego projektu magazynu „Press” i agencji informacyjnej „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów” – brandy tych sektorów pomimo chwilowego spowolnienia odzyskały pełną moc i należą nadal do grona najsilniejszych i najskuteczniej docierających do odbiorców.**

**Wysoko w Top 500**

Laur pierwszeństwa w kategorii Smartfony przypadł **Samsungowi**, któryzgromadził 2 548 867 punktów. Niewielką różnicą wyprzedził on **iPhone’a**, który uzyskał 2 485 506 pkt., choć ten odnotował prawie trzykrotnie wyższą liczbę publikacji, jak i nieco większy impact. Na podium znalazł się także **Huawei**, który uzyskał 2 293 148 pkt. oraz odnotował więcej publikacji niż medialny zwycięzca w branży. Kolejne pozycje w sektorze smartfonów zajęły marki **Xiaomi** – 1 237 505 pkt. oraz **LG** – 606 435 pkt. i najwyższy indeks sentymentu – 3,88.

Trzy pierwsze marki znalazły się w pierwszej pięćdziesiątce rankingu, odpowiednio na miejscach 38., 40. i 49.



Wykres 1. Top 5 marek smartfonów, Top Marka 2020

- Zestawienie najsilniejszych medialnie marek tego sektora może wskazywać, że iPhone straci ostatecznie pozycję lidera w innowacjach na rynku smartfonów – komentuje Antoni von Hake, analityk mediów w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Pierwsze miejsce zajął w nim Samsung, który przykuł uwagę dziennikarzy i użytkowników premierą kolejnych modeli urządzeń Galaxy: S20, S20+ oraz S20 Ultra.

W materiałach na temat Top 5 przeważały wzmianki produktowe. W social media najchętniej dyskutowano o iPhone (97,2 proc. przekazu), Xiaomi (94,4 proc.) i Huawei (93 proc.). W prasie i internecie odnotowano najwięcej doniesień na temat LG (0,9 i 23,9 proc. przekazu).

Top 10 smartfonów w badaniu Top Marka uzupełniły: **Motorola -** 560 010 pkt., **Honor -** 522 943 pkt., **Nokia -** 329 798 pkt., **Google Pixel -** 276 505 pkt.i **Sony Xperia** - 221 531 pkt. Publikacje na temat marki Honor wykazały bardzo wysoki, drugi w całym rankingu indeks sentymentu – 4,44.

**Wiodący wizerunek Plusa w branży telekomunikacyjnej**

Nowe modele smartfonów oraz oferty to najczęstszy kontekst, w jakim w mediach pojawiały się marki telekomunikacyjne.

- Operatorzy telekomunikacyjni wymieniani są zarówno w mediach tradycyjnych, jak i społecznościowych. Na liczbę wzmianek wpływa też ich aktywność sponsorska: w przypadku Plusa wspieranie PlusLigi, w przypadku Orange – Orange Warsaw Festivalu i Openera – komentuje Kamil Wyszomirski, starszy analityk mediów w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

W rezultacie siłę marki **Plus**, która zwyciężyła w branży wyceniono na 5 676 778 punktów. Złożyły się na to zarówno wynik impaktu – 1 823 584 425, jak i duża liczba publikacji – 245 694. Na 2. miejscu uplasował się **Orange** z wynikiem 3 598 130 pkt. Marka odnotowała wyższy niż lider indeks sentymentu – 3,29. Trzecia lokata należała do marki **Play**. Jej siłę oszacowano na 2 581 806 pkt.

W pierwszej piątce znalazły się także **T-Mobile** z wynikiem 2 064 520 pkt. oraz **Virgin Mobile** – 224 908 pkt.

Do topowej dziesiątki sektora weszli także: **Heyah** - 167 226 pkt., **Nju Mobile** - 166 822 pkt., **Plush** - 137 668 pkt., **Premium Mobile** - 93 099 pkt. oraz **a2mobile** - 41 557 pkt.



Wykres 2. Top 5 marek branży telekomunikacja, Top Marka 2020

W XIII edycji raportu „Top Marka” badaniem objęto materiały z prasy, internetu i social media opublikowane w okresie od 1 lipca 2019 roku do 30 czerwca 2020 roku – łącznie ponad 97 mln informacji: 2 mln tekstów prasowych, 15 mln internetowych i 80 mln postów w mediach społecznościowych. Materiały poddane analizie dotyczyły 10 najsilniejszych marek z 50 najmocniejszych medialnie branż. Łącznie w raporcie opisano 500 brandów. W badaniu zastosowano jednakowe wskaźniki dla wszystkich rodzajów wzmianek, uwzględniając specyfikę prasy, portali internetowych i social media: impact, indeks sentymentu i siłę marki.

[Infografika „Smartfony” – ranking marek 2020](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_smartfony_2020.pdf)

[Infografika „Telekomunikacja” – ranking marek 2020](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_telekomunikacja_2020.pdf)

[Więcej na temat wyników badania Top Marka 2020](http://topmarka.eu/)

[Metodologia rankingu Top Marka 2020](https://youtu.be/sSViZARovqM)

Wskaźniki zastosowane w badaniu „Top Marka 2020”

**Impact** – dotarcie wzmianki o marce w oparciu o dane o konsumpcji medium.

**Indeks sentymentu** – współczynnik oparty na wydźwięku; odzwierciedla udział publikacji pozytywnych, neutralnych i negatywnych w całości przekazu o danej marce: im wyższy, tym lepszy.

**Siła marki** – ostateczna wartość decydująca o miejscu w rankingu; jest indeksem kilku zmiennych świadczących zarówno o liczbie kontaktów odbiorców z marką, jak i jakościowej ocenie komunikatu.

*PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Magazyn Press wyrażają zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełne nazwy firm: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Miesięcznik Press, a w social media oznaczenie @PSMMonitoring (FB i TT) oraz @MagazynPress (FB) i @RedakcjaPress (TT)).*

Osoba do kontaktu:

**Marlena Sosnowska**
Rzecznik prasowy, menedżer ds. PR
mobile: +48 697 410 980
msosnowska@psmm.pl

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)