



2009 Report “Clipping Analysis”

LA ANALISI DELLA RASSEGNA STAMPA 2009. PER OGNI TITOLO DELL'ELENCO SOTTOSTANTE (in area web) E' PUBBLICATO UN FILE IN FORMATO .pdf

PER OGNI FILE .pdf E' DISPONIBILE, CON RICHIESTA, UNA ANIMAZIONE IN FORMATO Apple KeyNote, ED ANCHE UN FILE IN FORMATO Apple QuickTime.

QUALORA IL LETTORE ABBIA DESIDERIO DI SPECIFICI APPROFONDIMENTI POTRA' SEGNALARE LA RICHIESTA ALL'UFFICIO STAMPA.

Elenco tavole:

1. **MEDIA** SPACE VALUE 2009, OVERALL
2. **MEDIA** SPACE VALUE RIPARTIZIONE PER LINEA DI ANALISI, CORPORATE, S60 CONCEPT, XC60
3. **MEDIA** SPACE VALUE RIPARTIZIONE PER LINEA CORPORATE, LINEE PRODOTTI IN GAMMA
4. **MEDIA** SPACE VALUE QUARTER, OVERALL VERSO I QUARTER Q1:Q4
5. **MEDIA** SPACE VALUE "MAJOR HEADINGS"
6. **MEDIA** SPACE VALUE "MAJOR HEADINGS" v OVERALL
7. **VOLVO** SUI MEDIA, NUMERO ARTICOLI, COPERTINE, COLONNE, PAGINE, FOTO...
8. **PUBBLICATO** PER DATA, MESE PER MESE, RIPARTIZIONE QUOTIDIANI&MENSILI
9. **PUBBLICATO** PER DATA, MESE PER MESE, RIPARTIZIONE QUOTIDIANI&MENSILI, SUDDIVISIONE PER CORPORATE, S60 CONCEPT ED XC60
10. **MEDIA** SPACE VALUE PER LINEA DI MODELLI:
C30, C70 CONVERTIBLE, V50, S80, V70, XC70, XC90, XC60, S60 CONCEPT, "POLAR", "DRIVE", VOLVO&GEELY, VOLVO OCEAN RACE, VOLVO OCEAN RACE+GIOVANNI SOLDINI, VOLVO CUP, QUATTORRUOTE
11. **VOLVO** NEI TITOLI, NEL TESTO E NELLE DIDASCALIE, RIPARTIZIONE OVERALL E PER QUARTER Q1:Q4
12. **VOLVO** NEI TITOLI, NR. TITOLI, NR. PAROLE, NR. PAROLE SIGNIFICATIVE PER VOLVO
13. **VOLVO** NEI TITOLI, ELENCO DELLE PAROLE, NUMERO DI RIPETIZIONI
14. **VOLVO** NEI TITOLI, CLASSIFICA CON RIPARTIZIONE PERCENTUALE DELLA PAROLA/ARGOMENTO
15. **VOLVO** NEI TITOLI, VOLVO OCEAN RACE, VOLVO RACE, OCEAN RACE, IDENTIFICAZIONE DELLE OMISSIONI
16. **VOLVO** ED I COMPETITOR, RIPARTIZIONE PER MARCA
17. **VOLVO** ED I COMPETITOR, RIPARTIZIONE PER MODELLO
18. **FOTOGRAFIE**, RIPARTIZIONE PER DIMENSIONE E PER VISUALE/VISTA

