



Am dorit să observăm care dintre principalele companii care desfășoară acțiuni de CSR în România sunt cel mai des asociate cu acest context de către participanții în social media. Altfel spus, care dintre marile companii care activează în domeniul responsabilității sociale sunt cel mai des menționate în social media, însă cu strictă referire la acest domeniu/context. Nu facem un top al vizibilității companiilor sau a campaniilor desfășurate, ci ne interesează să observăm asocierea dintre branduri și un anumit context.

### **Petrom, Rompetrol și BCR - principalele 3 companii asociate cu domeniul CSR în social media**

<b>Nr</b>	<b>Expresie</b>	<b>Nr. aparitii in ultimul an (17 iunie 2010-16 iun</b>
1	□ <b>Petrom</b>	221
2	□ <b>Rompetrol</b>	155
3	□ <b>BCR</b>	154
4	□ <b>Orange</b>	114
5	□ <b>Unicredit</b>	106
6	□ <b>Raiffeisen</b>	101
7	□ <b>Vodafone</b>	71
8	□ <b>BRD</b>	59
9	□ <b>Romtelecom</b>	51
10	□ <b>Unilever</b>	49

### **Metodologia folosită, în câteva cuvinte:**

În prima fază am întocmit o lista cu toate companiile care au desfășurat campanii CSR în ultimii ani. Pentru această am consultat siteurile [www.csr-romania.ro](http://www.csr-romania.ro) și [www.responsabilitatesociala.ro](http://www.responsabilitatesociala.ro) și am inclus în listă 57 de companii. Pentru a identifica cei mai mari "jucatori" am consultat cifrele de afaceri publicate pentru anul 2009 pe siteul Ministerului Finanțelor Publice. În funcție de cifra de afaceri declarată, a fost întocmit un top companiilor și au fost selectate primele 25 dintre acestea. La sfatul expertului în CSR au mai fost introduse spre monitorizare încă 12 companii, în total fiind monitorizate 37 de companii.

Am definit contextul analizei prin următorii 3 termeni: CSR, responsabilitate socială și program

Scris de Anca Tenita  
Duminică, 24 Iulie 2011 16:08

---

social. Toate cele 37 de companii din short-list au fost monitorizate împreună cu acești 3 termeni. În cazurile în care denumirea companiei este lungă, iar în comunicarea ultra - rapidă de pe Twitter s-ar fi putut folosi formele prescurtate (de exemplu: Procter&Gamble - P&G) au fost introduse spre monitorizare atât formă lungă, cât și cea prescurtată a brandului. În aceste cazuri, rezultatele au fost însumate la final.

Pentru fiecare brand de companie în parte, Zelist Monitor a returnat suma aparițiilor unice ale acestuia în cele 3 situații: folosit împreună cu termenul CSR, “responsabilitate socială”, “program social”. La final, a fost întocmit top 10 al companiilor care în ultimul an au fost cel mai des menționate în contextul responsabilității sociale, al CSR-ului și al programelor sociale. Perioada de analiză fost 17 iunie 2010 – 16 iunie 2011.

---

### **Despre Zelist Monitor**

ZeList Monitor, dezvoltat de TreeWorks, reprezintă cel mai complex instrument de monitorizare social media din România, urmărind peste 63.000 de bloguri, peste 50.000 de conturi de Twitter și 1200 de surse online media, peste 2.000 de grupuri publice Facebook, peste 15.000 de pagini publice Facebook și cele mai importante forumuri din online-ul românesc. De curând a fost lansat în cadrul Zelist Monitor modulul Social Media Insights, ce oferă diferite informații de interes general, dar și specific, despre social media din România pentru ca orice utilizator Zelist Monitor să știe tot ceea ce contează în social media, să știe cine sunt vectorii de opinie, care sunt subiectele arzătoare ale zilei, unde și cum să plaseze eficient campaniile online pe care le pregătește pentru compania la care lucrează sau pentru clienții săi.

---

*Analiză realizată pentru CSR Romania, toate drepturile rezervate*