

Seat el-Born, el Skoda Vision iV y el Peugeot 208, las estrellas en la red del Salón de Ginebra



El prototipo eléctrico de Seat debuta a lo grande en la muestra suiza, convirtiéndose en el modelo más comentado en Twitter, Youtube y webs especializadas

El Vision iV de Skoda se convierte en líder de menciones en Facebook, mientras que el Peugeot 208 fue el modelo de producción más comentado del salón

Madrid, 14 de marzo de 2019

El Seat el-Born ha sido la novedad mundial que mayor notoriedad ha alcanzado en la red española durante los días previos y posteriores a la apertura del Salón de Ginebra, según un estudio de GEOM Index, el índice de referencia para el mercado automovilístico español que tiene en cuenta tanto la opinión de los usuarios en la red como la notoriedad que alcanzan los fabricantes. El prototipo eléctrico de la firma española dominó la lista de los principales lanzamientos realizados en la muestra suiza, en la que acumuló el mayor número de menciones, mientras que el Skoda Vision iV y el Peugeot 208 le acompañaron en este ranking basado exclusivamente la notoriedad alcanzada por los diferentes vehículos en internet.

El estudio realizado por GEOM Index del Salón de Ginebra se ha desarrollado del 1 al 12 de marzo, periodo que ha comprendido los días previos a la apertura de la muestra automovilística suiza y el desarrollo de las primeras jornadas del evento, que cierra sus puertas el día 17 de este mes. Los promotores de la cita helvética anunciaron que en sus expositores los visitantes podrían conocer hasta 150 novedades. La consultora española ha analizado los principales canales de la red para determinar cuál ha sido el modelo que más conversación ha generado durante estos decisivos días.

Tras el análisis de 31.571 textos en apenas doce días, el nuevo Seat el-Born (cuyo nombre se inspira en el popular barrio barcelonés) se ha convertido en la novedad más comentada en la red española. El nuevo modelo eléctrico de la firma española acumuló el 5,32 % del total de las menciones contabilizadas en el mundo del automóvil. La mayoría de los comentarios se concentraron en el apartado de diseño y en el referido a la autonomía de sus baterías.

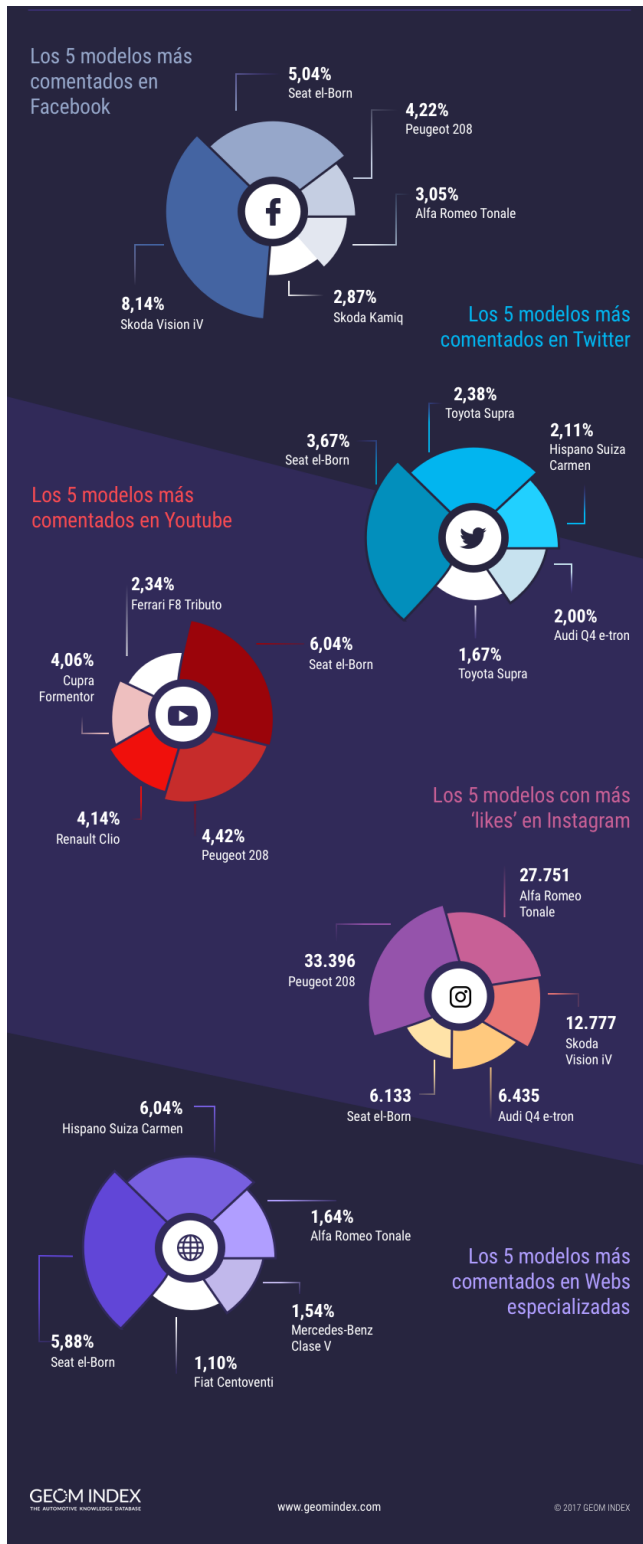
La segunda posición en este ranking de notoriedad lo consiguió el Skoda Vision iV, que como el Seat el-Born está basado en la nueva plataforma MEB del grupo Volkswagen. En este caso se trata de un 'crossover' coupé eléctrico que también ha cosechado un notable éxito entre los internautas españoles, ya que acumuló el 3,59% de las menciones totales en la red.

El podio de la lista de las novedades de las que más se ha hablado durante el Salón de Ginebra lo completa el nuevo Peugeot 208. El pequeño utilitario, completamente renovado, es el primer modelo de producción del ranking, ya que tanto el-Born como el Vision iV todavía están en fase prototipo. El 208 consiguió el 3,01 % de las menciones totales, en las que su nuevo diseño ha inspirado un gran número de comentarios.

Uno de los grandes rivales del 208, el nuevo Renault Clio, se situó en cuarto posición con el 1,74 % de las menciones de la red española, mientras que el Cupra Formentor, un prototipo SUV de la marca deportiva española, alcanzó la quinta posición con el 1,66 % de los comentarios en internet, empatado eso sí con el Alfa Romeo Tonale, con el mismo porcentaje. Por detrás se situaron el SUV Skoda Kamiq, el hiperdeportivo eléctrico Hispano Suiza Carmen, el primer eléctrico de Honda, el e Prototype, o el superdeportivo Ferrari F8 Tributo.



La batalla de las redes sociales la gana el Seat el-Born



Los fabricantes del mundo del automóvil son conscientes de que hoy en día en las redes sociales no solo se juegan buena parte de su prestigio, sino que son la plataforma ideal para captar nuevos clientes. Tener una buena presencia en canales como Facebook, Twitter, Instagram o Youtube se ha convertido en un pilar básico de su estrategia comercial.

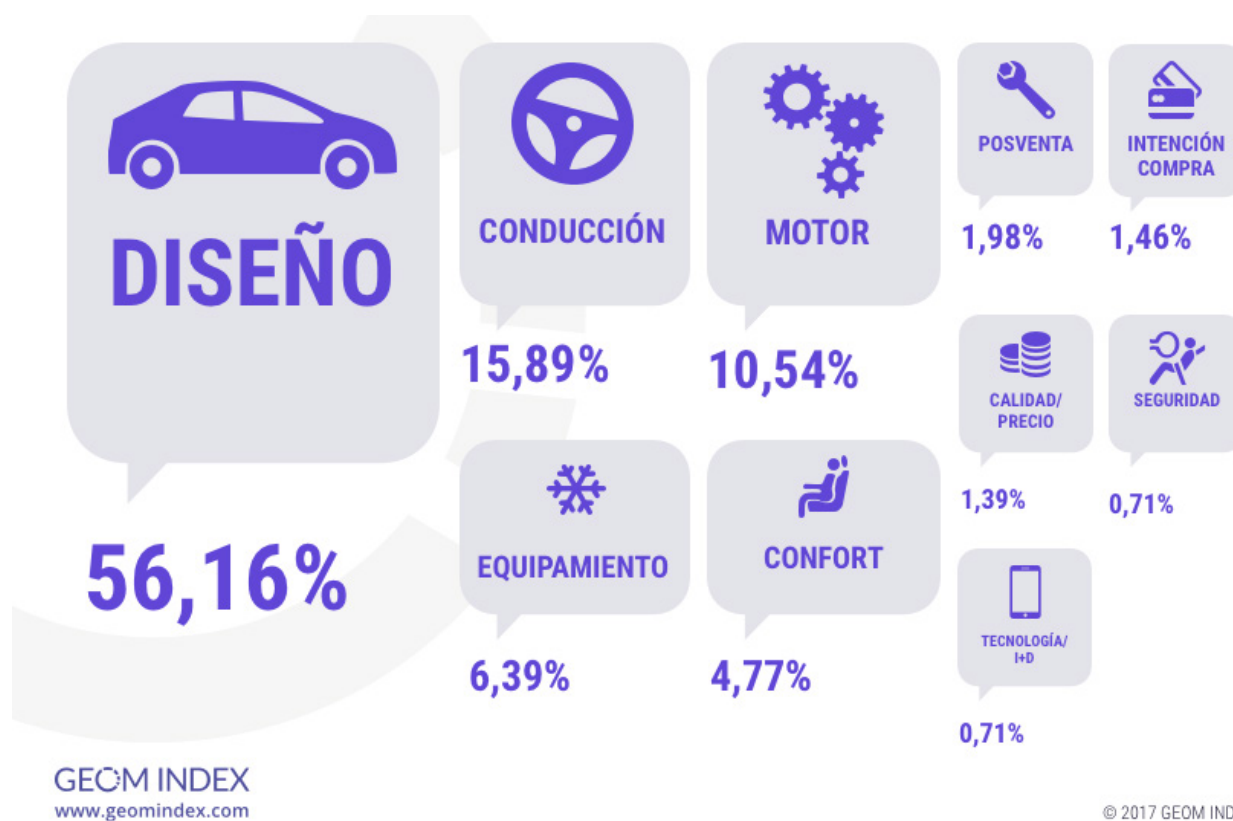
En la batalla de las redes, el Seat el-Born también ha sido la novedad del Salón de Ginebra que ha marcado la diferencia. El prototipo eléctrico ha dominado la conversación en Twitter y Youtube, pero además también destacó como el más comentado por los internautas en las webs especializadas del mundo del motor.

El Skoda Vision iV fue el claro dominador en Facebook, seguido del Seat el-Born y el Peugeot 208; sin embargo el rendimiento del SUV de Skoda no alcanzó el Top 5 en ninguno de los otros canales analizados por GEOM Index.

Hay que reseñar que Facebook generó el 45,3% del total de las menciones referidas al mundo del automóvil durante los días del Salón de Ginebra, es decir, 31.571. En segundo lugar se situó Twitter, con un 20,7 de los comentarios de la red, mientras que Youtube prácticamente logró una cifra similar con el 19,4 por ciento. Por últimos, los portales especializados del mundo del automóvil acapararon el 14,40 por ciento de las menciones.

¿De qué se ha hablado?

En cuanto a las áreas de las que más se ha hablado durante el Salón de Ginebra, el apartado de diseño lidera claramente la estadística, con un 56,1 % de los textos totales recopilados por GEOM Index en el periodo analizado. Le siguen las taxonomías de conducción con un 15,8 % de las menciones y motor con un 10,5 por ciento de los comentarios.



Más 30.000 textos procesados

La consultora GEOM Index ha desarrollado tecnología propia basada en inteligencia artificial y el denominado «deep learning». Los avanzados algoritmos de extracción y procesamiento analizaron del 1 al 12 de marzo de 2019 un total de 31.571 textos de las principales páginas web españolas, blogs y foros dedicadas al mundo del motor, y también de los perfiles que las marcas, los medios de comunicación, los periodistas y las personas influyentes tienen en las redes sociales.

A partir de estos comentarios, la consultora es capaz de determinar la valoración que los usuarios le dan a las diferentes marcas y sus modelos, y la notoriedad que tiene cada fabricante en internet, gracias a su potente herramienta de procesamiento semántico-lingüístico.

Sobre GEOM

GEOM es la única consultora especializada en el sector automovilístico que procesa tanto las opiniones de calidad de los internautas como la presencia de las marcas en internet, para determinar el valor de los fabricantes y sus productos. GEOM Index es el índice de referencia elaborado por GEOM y mide tanto la notoriedad alcanzada en la red como la valoración que los usuarios españoles dan a las firmas automovilistas y sus coches.

GEOM ha dado un paso más allá al elaborar su propio índice de comportamiento de las marcas automovilísticas en internet. La consultora pondera la valoración que los usuarios le dan a las marcas de coches y sus modelos a través de sus comentarios, y la notoriedad de los fabricantes y su poder para generar menciones y opiniones en la red sobre sus productos. Así pues el índice GEOM es capaz de medir con detalle la eficiencia de las marcas y los modelos en internet.