



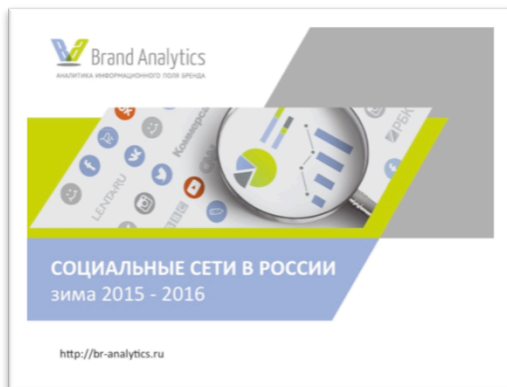
# Аналитика соцмедиа для бизнеса

Технологии и решаемые задачи

<http://br-analytics.ru>

# Социальные сети в России: цифры, тренды, прогнозы зима 2015 – 2016

<http://www.slideshare.net/Taylli01/20152016-57127761>



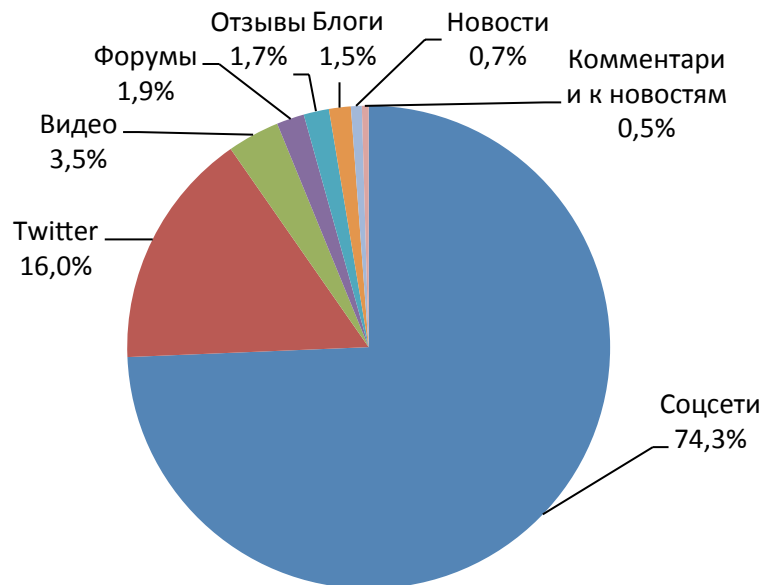
# СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В РОССИИ

**СООБЩЕНИЙ В МЕСЯЦ**  
**588 млн**

**АВТОРОВ В МЕСЯЦ**  
**37 млн**

## АКТИВНОСТЬ СОЦМЕДИА ПО ТИПАМ ИСТОЧНИКОВ

Тип источника	Тыс. сообщений
Соцсети	437 134
Twitter	93 925
Видео	20 565
Форумы	10 878
Отзывы	9 980
Блоги	8 578
Новости	4 276
Комментарии к новостям	2 658



1. Идет значительное увеличение активности российского сегмента **Инстаграм**. Причем большинство авторов Инстаграм являются активными пользователями других соцсетей - доля кросспостинга из Инстаграм в другие соцсети превышает 50% сообщений.
2. Продолжается рост российской части **Фейсбук**. Причем этот рост наблюдается в первую очередь в области деловых контактов и бизнеса. Доля Фейсбук при анализе бизнес тематик часто составляет более 30% всего объема данных соцмедиа по теме.
3. Продолжается активный рост **сайтов с отзывами** - и по количеству новых отзывов, и по посещаемости.
4. Медленно теряет активность российская часть **Твиттера**. При этом в Твиттере уменьшается и активность спам-ботов, но тем не менее она еще составляет более 30% потока.

1. Важность канала social media marketing становится критичной для бизнеса
2. В кризис розничный бизнес скорее удерживает клиента, а не привлекает нового
3. Борьба за лояльность – главное направление усилий для бизнеса
4. Клиентский сервис перемещается в соцсети
5. Бизнесу нужна «температура по больнице» и индексы в режиме реального времени
6. Соцмедиа дают возможность и реалтайм-анализа и поиска инсайтов
7. PR уходит от KPI в виде числа публикаций в СМИ, становится digital и заступает на территорию smm
8. Управление репутацией в сети – управление реальным знанием потребителей о товарах
9. Нативная таргетированная реклама в соцсетях перехватывает инициативу у контекста

Общий тренд состоит в том, что **до недавнего времени главным драйвером развития интернета были поисковики и контекстная реклама. Сейчас же мы находимся в процессе смены бизнес-драйвера, которым становятся социальные медиа.**

А это означает структуризацию этого канала по всем направлениям – производство контента, рекламные размещения и измерения. Одни пишут, другие рекламируют, третьи измеряют. Все в одном флаконе бизнес не купит и «принять» диджитал-бюджеты брендов не получится.

Поэтому у кого хорошо получается писать или снимать будет расти как новые медиа и конкурировать со СМИ за аудиторию и бюджеты. Контент-маркетинг, эдверториал и smm в нынешнем понимании не пригодны для масштабирования и имеют ограниченный потенциал роста. Если, конечно, бренд не создает свое медиа, что и является структурированием активности.

Если говорить про инструменты размещения, то тут **инициативу у контекста перенимает таргетированная и нативная реклама в соцсетях**. Нативная реклама на других медиа-площадках дорога в себестоимости и потому не так актуальна. Свежий пример – открытие рекламных инструментов в инстаграме для России, который является сейчас самой быстрорастущей сетью.

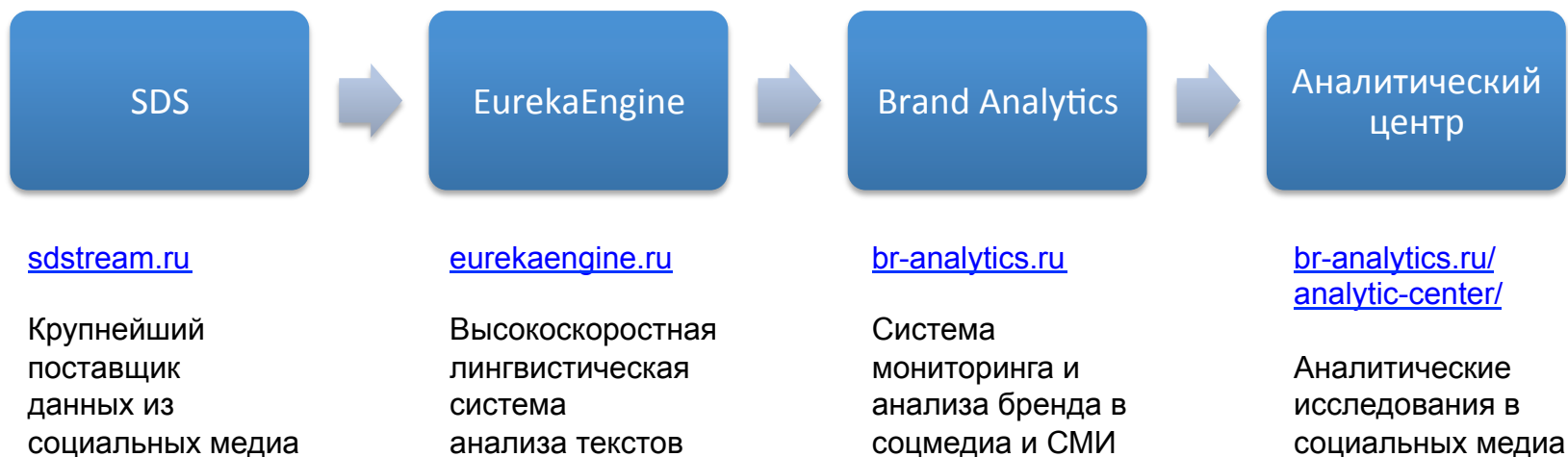
Вокруг заявленных трендов **будет развиваться рынок данных, платформ для построения новых продуктов** и, собственно, рынок инструментов для размещения и для измерения эффективности.

Ключевой темой 2016-года может стать **стандартизация метрик для медиаизмерений соцмедиа** и более широкое «принятие» рынком отраслевых исследований в качестве основного навигатора для маркетинговых и рекламных бюджетов. При этом метрики медиаанализа будут адаптироваться и для реалтайм бенчмарков, и для глубинного анализа.

Аналитики соцмедиа много шире оценки эффективности только соцмедиа-канала и **позволяет оценивать эффективность использования и офлайн-бюджетов.**



Единственным оперативным и всеобъемлющим каналом, позволяющим услышать мнения каждого и общества в целом являются социальные медиа, через которые только в России публично высказываются более 37 млн человек.



## Статистика по источникам

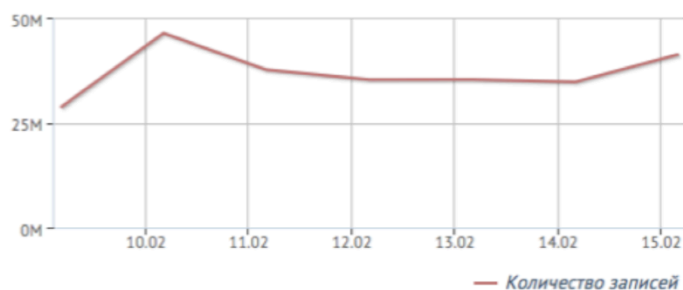
Количество сообщений | Возраст и пол авторов | Распределение по регионам России

## Сообщений

Сегодня	3 051 167
Вчера	41 279 288
Месяц	1 146 752 765
Всего	29 519 634 566

Обновление данных: раз в 10 минут

## Динамика количества сообщений



Источник	Сегодня	Вчера	30 дней
Микроблоги	301 943	5 521 449	238 858 753
1. <a href="#">twitter.com</a>	301 943	5 521 449	238 858 753
Соцсети	2 585 866	33 397 105	834 465 938
1. <a href="#">vk.com</a>	1 168 951	14 630 776	410 454 545
2. <a href="#">facebook.com</a>	956 487	11 882 673	266 298 262
3. <a href="#">instagram.com</a>	433 307	6 444 626	145 438 238
4. <a href="#">plus.google.com</a>	20 952	276 567	7 628 221
5. <a href="#">my.mail.ru</a>	6 169	162 463	4 646 672

## EUREKA ENGINE - это высокоскоростная система лингвистического анализа текстов модульного типа, позволяющая извлекать новые знания и факты из неструктурированных данных огромных объемов

### Тональность

Тональность документа: позитив 0.48 негатив 0.05

В официальном отчете компании указывается, что выручка **Apple** увеличилась до \$58 млрд. Денежная «подушка» **Apple** (наличные и высоколиквидные эквиваленты) выросла до \$194 млрд (со \$178 млрд на конец прошлого года). Главный финансовый директор Лука Маэстри объяснил эти показатели огромным интересом покупателей к продукции и сервисам, которые предоставляет американская компания. В компании также отметили, что росту продаж способствовала активность китайских покупателей, которые покупали iPhone больше, чем жители США. Связано это в том числе с празднованием Китайского Нового года, когда смартфоны и всевозможные гаджеты приобретались в качестве подарков. Агентство Bloomberg отмечает, что показатели **Apple** превысили прогнозы финансовых аналитиков, предсказывавших цифры по продажам на уровне \$56 млрд. В Китае рост составил 71%, достигнув рекордных \$16,8 млрд. Компания **Apple** также сообщила, что вернула инвесторам порядка \$112 млрд с августа 2012 по март 2015 года. «Мы уверены, что **Apple** ждет блестящее будущее», — заявил Кук. Среди негативных моментов — падение продаж **iPad** пятый квартал подряд. На этот раз потери превзошли прогнозы экспертов, достигнув 23%.

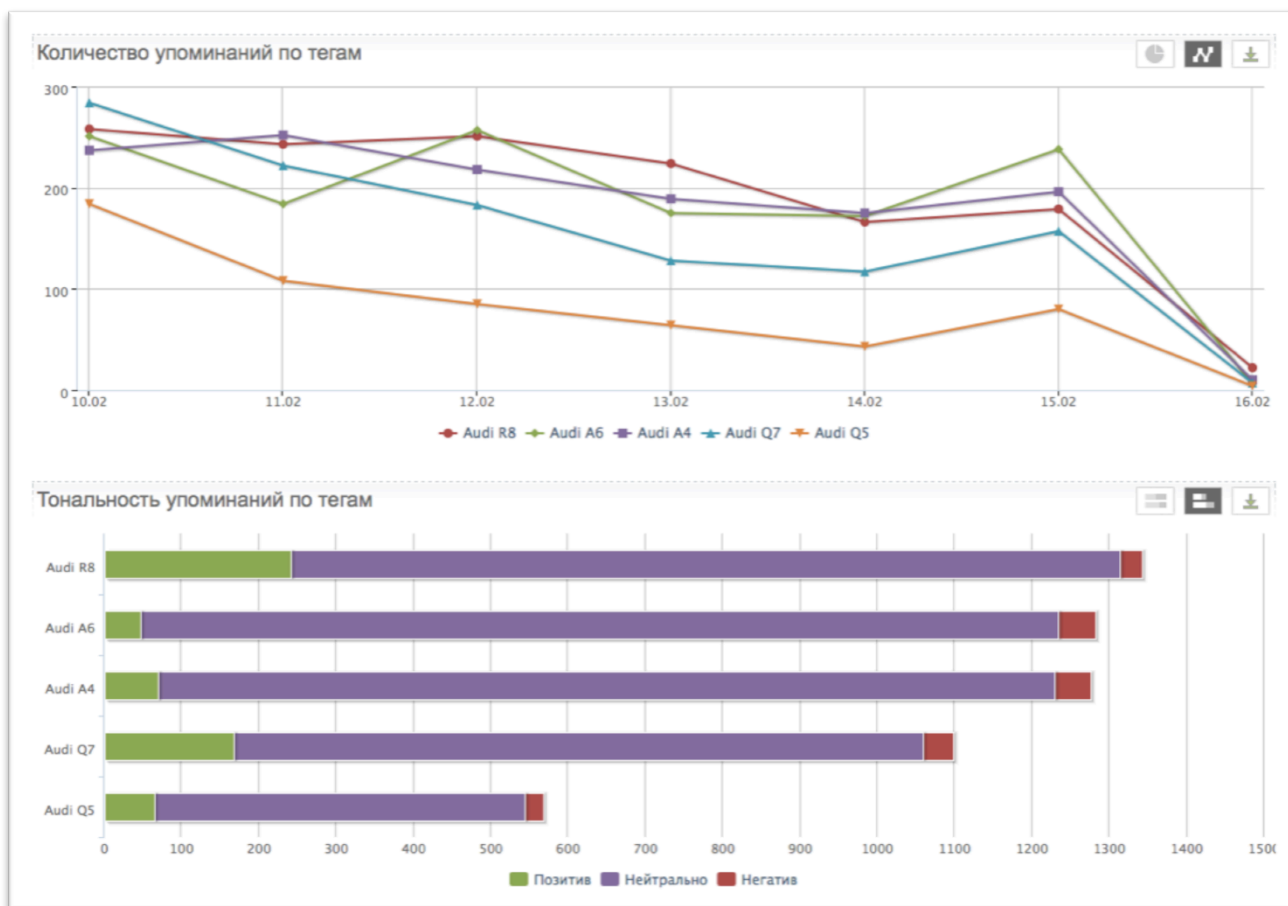
● Позитив ● Нейтрально ● Негатив

### Определение имен собственных (NER)

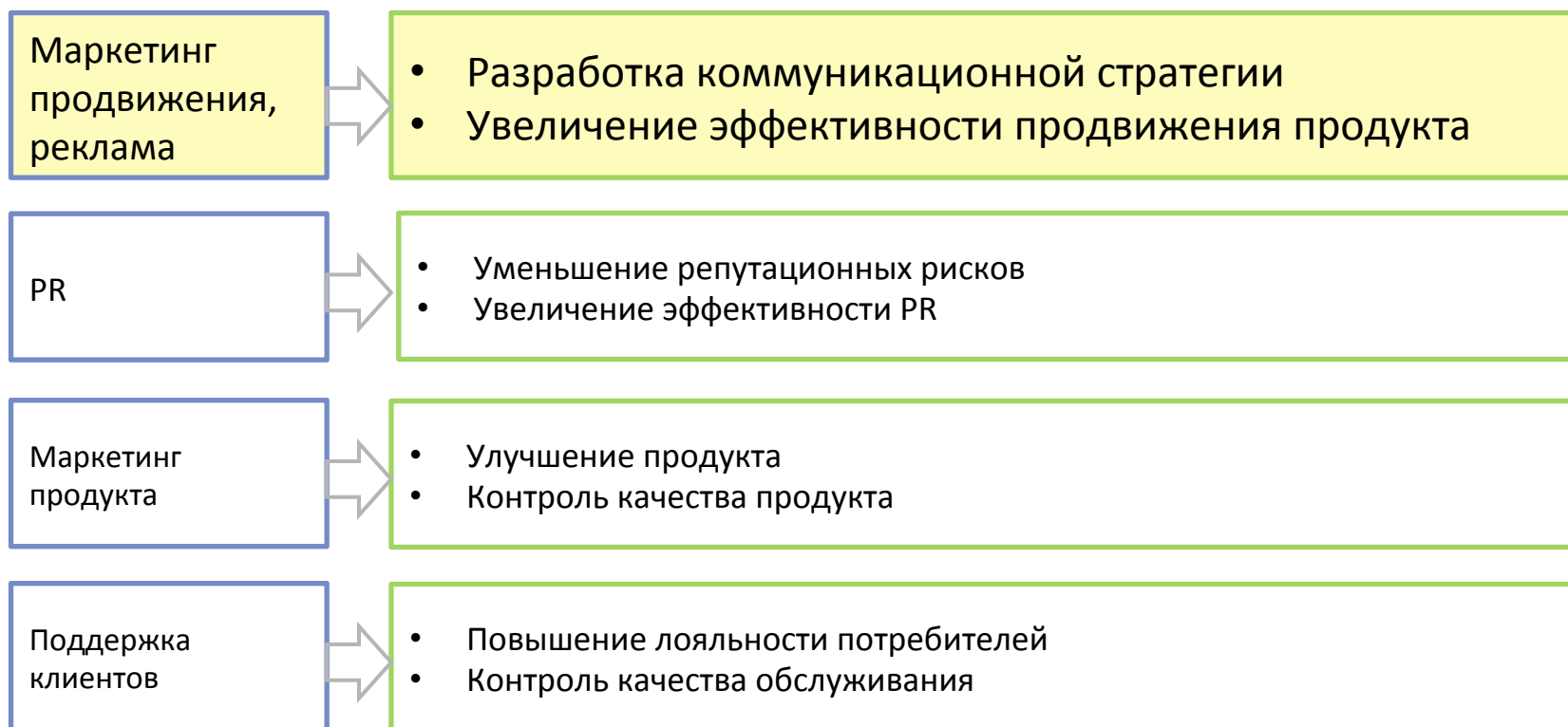
В официальном отчете компании указывается, что выручка **Apple** увеличилась до \$58 млрд. Денежная «подушка» **Apple** (наличные и высоколиквидные эквиваленты) выросла до \$194 млрд (со \$178 млрд на конец прошлого года). Главный финансовый директор **Лука Маэстри** объяснил эти показатели огромным интересом покупателей к продукции и сервисам, которые предоставляет американская компания. В компании также отметили, что росту продаж способствовала активность китайских покупателей, которые покупали **iPhone** больше, чем жители **США**. Связано это в том числе с празднованием Китайского **Нового** года, когда смартфоны и всевозможные гаджеты приобретались в качестве подарков. Агентство **Bloomberg** отмечает, что показатели **Apple** превысили прогнозы финансовых аналитиков, предсказывавших цифры по продажам на уровне \$56 млрд. В **Китае** рост составил 71%, достигнув рекордных \$16,8 млрд. Компания **Apple** также сообщила, что вернула инвесторам порядка \$112 млрд с августа 2012 по март 2015 года. «Мы уверены, что **Apple** ждет блестящее будущее», — заявил **Кук**. Среди негативных моментов — падение продаж **iPad** пятый квартал подряд. На этот раз потери превзошли прогнозы экспертов, достигнув 23%.

◆ Физ. лица ◆ Юр. лица ◆ Гео. объекты ◆ События ◆ Торговые марки

## BRAND ANALYTICS – система мониторинга и анализа бренда в социальных медиа и СМИ



Мониторинг и анализ упоминаний бренда в социальных медиа решает множество задач для разных подразделений компании:

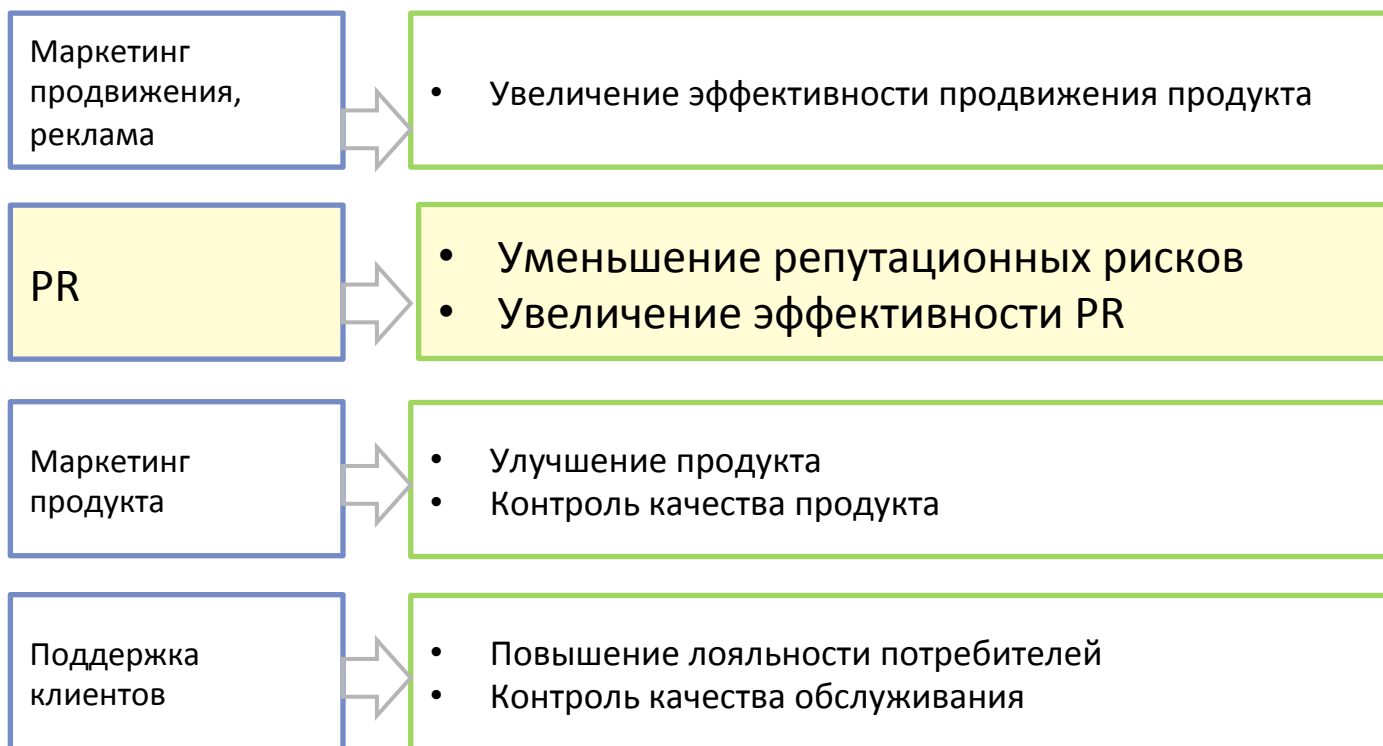


Для каждого из направлений - свои цели, задачи, метрики и способы проведения исследований.

Далее рассмотрим подробно **виды исследований** соцмедиа для повышения эффективности **продвижения продукта**



Мониторинг и анализ упоминаний бренда в социальных медиа решает множество задач для разных подразделений компании:



Для каждого из направлений - свои цели, задачи, метрики и способы проведения исследований.

Далее рассмотрим подробно **типичные задачи** и **метрики** мониторинга и анализа соцмедиа для **PR**

1. Мониторинг репутационных рисков:
  - Оперативное выявление угроз для репутации компании;
  - Прогнозирование вероятности их появления.
2. Оценка эффективности PR-активности:
  - Оценка эффективности разовых PR-мероприятий;
  - Оценка охвата аудитории в соцмедиа по инфоповодам;
  - Оценка эффективности публикаций в различных СМИ.
3. Исследования для разработки стратегии продвижения компании в соцмедиа:
  - Выявление ключевых площадок обсуждений бренда;
  - Выявление основных тем обсуждений и проблемных зон;
  - Выявление лояльных и нелояльных лидеров мнений.
4. Оценка эффективности PR на регулярной основе:
  - Оценка степени заинтересованности социальных медиа в деятельности компании;
  - Оценка репутации и имиджа компании или бренда;
  - Сравнительный анализ качества медиаполя целевой компании с конкурентами;
  - Оценка медийной активности представителей компании.

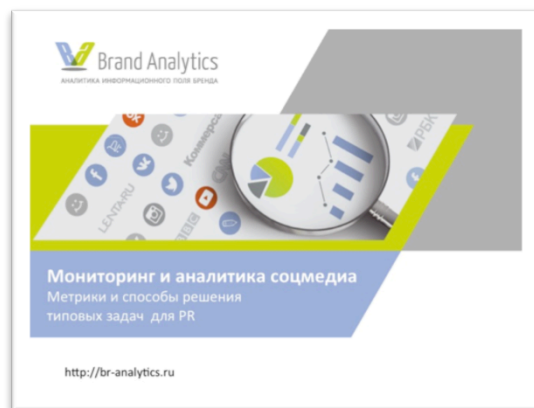


## Метрики для анализа соцмедиа, рекомендованные АКОС:

1. Присутствие в социальных медиа -  
индикатор, позволяющий судить о присутствии исследуемого объекта в социальных медиа
5. Индекс лояльности социальных медиа -  
метрика, применяемая для анализа позиционирования объекта в соцмедиа; основывается на оценке тональности высказываний пользователей об объекте исследования.
2. Охват аудитории в социальных медиа -  
количество пользователей, которые потенциально могут увидеть ваше сообщение. Представляет собой сумму аудиторий всех авторов сообщений и републикаций.
3. Индекс вовлеченности сообщения -  
показатель, который демонстрирует, насколько высокий уровень вовлечения продемонстрировали пользователи в ответ на пост.
4. Индекс поддержки автора -  
индекс, отражающий влияние на освещение темы отдельным автором.
6. Индекс вовлеченности в тему -  
используется для сравнения популярности отдельных тематических категорий по выборке.

# Метрики и способы решения типовых задач для PR

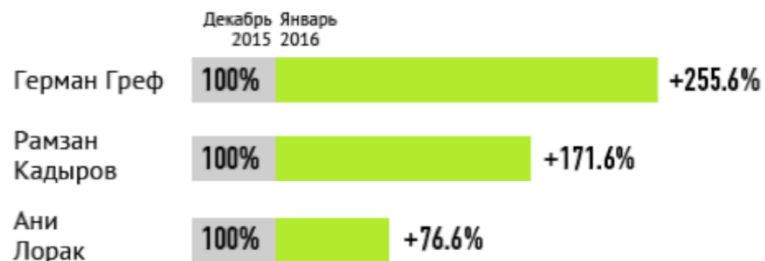
<http://www.slideshare.net/Taylli01/pr-58112933>



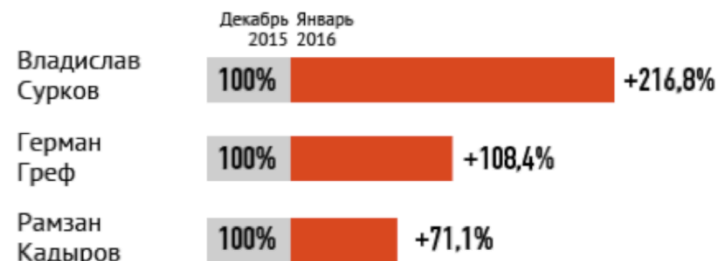
## САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ПЕРСОНЫ РУНЕТА, январь 2016

## Лидеры роста в соцмедиа

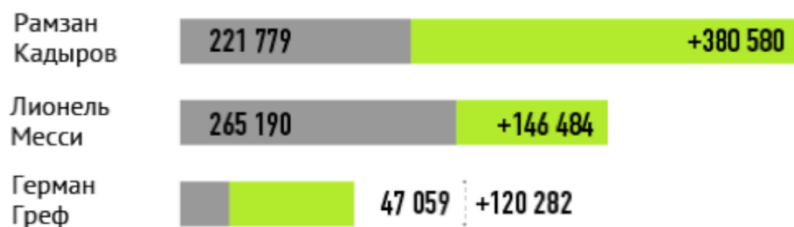
## Относительный прирост\*



## Лидеры роста в СМИ



## Абсолютный прирост количества ссылок



Исследование проведено аналитическим центром Brand Analytics в январе 2016 г. Для расчёта рейтинга за декабрь были проанализированы 621,9 миллиона русскоязычных сообщений соцмедиа (сообщения спам-ботов не учитывались) и 4,5 миллиона материалов СМИ.

Для построения рейтинга используется технология автоматизированного интеллектуального анализа текстов по выделению «сущностей» (Named Entity Recognition) — персон, названий организаций, продуктов, событий, топонимов и прочего

## Рейтинг цитируемости СМИ в социальных медиа



## МедиаТренды

Самое обсуждаемое | Самое цитируемое | Медиаперсоны | Рейтинг СМИ | Рейтинг блогов | Рейтинг авторов и групп

3 часа

Сутки

Неделя

+/-	Публикация	Комментариев
+5	Турция обвинила РФ в атаке на больницу в Сирии	129
-1	Глядите, что нашла вчера в метро: журнал "Новый мир" 64-го года	109
-1	...хорошо писать ночью когда все спят потом сотру конечно вы	106
-1	С тяжелым сердцем пью я твоё молоко, Родина. Ибо процент хим	100
-1	Берлин: Немецкие самолеты сопровождаются российскими истре	95
-1	Масштабные учения Вооруженных сил России - фоторепортаж	91
	Утром 16 февраля 1996 г. остановилось сердце Музыканта... ПРОШЛО РОВНО 20 ЛЕТ! Мигуля В.Г. (...)	76
	Пока моей дочери не исполнилось 13 лет, я искренне думала, что родила ангела. Я не понимала, зачем...	75
	Получил сегодня от министра обороны РФ...	73
	Ребята! Мне нужен муж! С марта	73
	Сборные Украины и Монголии накажут за драку на чемпионате мира по бенди	71

Новости, Блоги, Фейсбук

☒ Новости

☒ Блоги

☒ Фейсбук

☐ Инстаграм

☐ Вконтакте

☐ Youtube

☐ Одноклассники

☐ Мой мир

## Медиаперсоны

Самое обсуждаемое | Самое цитируемое | Медиаперсоны | Рейтинг СМИ | Рейтинг блогов | Рейтинг авторов и групп

Сутки

Неделя

Месяц

Период: 2016-02-15

### СМИ

#### Лидеры роста в СМИ

Наталья Поклонская	1 039%	<div></div>
Надежда Савченко	492%	<div></div>
Нурсултан Назарбаев	460%	<div></div>
Сергей Собянин	411%	<div></div>
Дмитрий Песков	402%	<div></div>

№	+/-	Персона	Упоминаний	+/-
1		Владимир Путин	5 109	+459
2	+1	Дмитрий Медведев	2 929	+1 054
3	+8	Арсений Яценюк	1 774	+1 320
4	+1	Петр Порошенко	1 664	+359
5	-3	Башар Асад	1 632	-936

### Социальные медиа

#### Лидеры роста в соцмедиа

Дмитрий Rogozin	277%	<div></div>
Александр Лукашенко	254%	<div></div>
Леонардо Ди Каприо	246%	<div></div>
Надежда Савченко	230%	<div></div>
Лионель Месси	168%	<div></div>

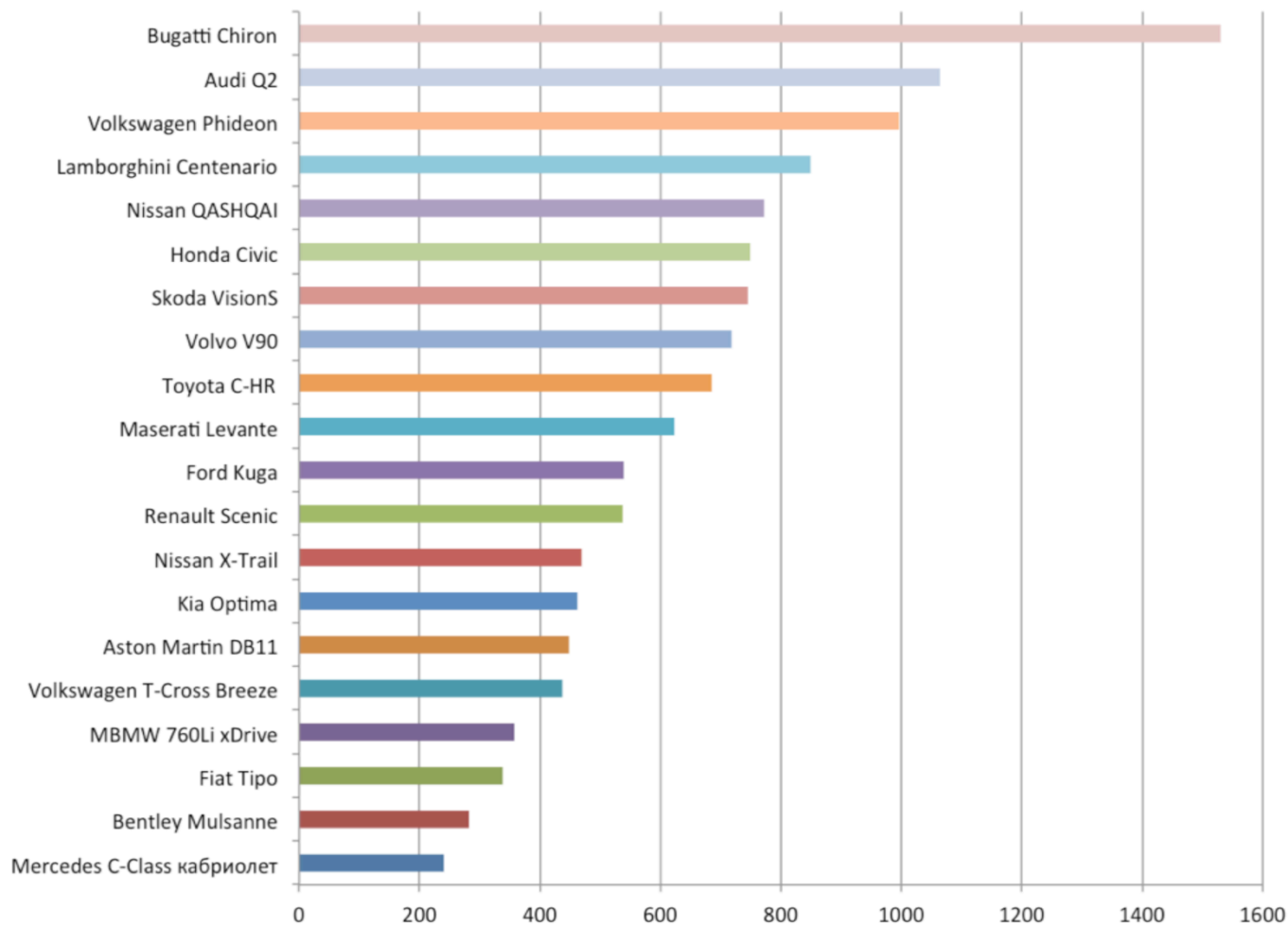
№	+/-	Персона	Упоминаний	+/-
1		Владимир Путин	136 950	+19 414
2	+1	Дмитрий Медведев	40 230	+11 496
3	+1	Петр Порошенко	31 737	+6 295
4	-2	Барак Обама	28 966	-1 455
5	+6	Арсений Яценюк	26 314	+15 877

## Рейтинг авторов и групп соцсетей

Самое обсуждаемое | Самое цитируемое | Медиаперсоны | Рейтинг СМИ | Рейтинг блогов | Рейтинг авторов и групп

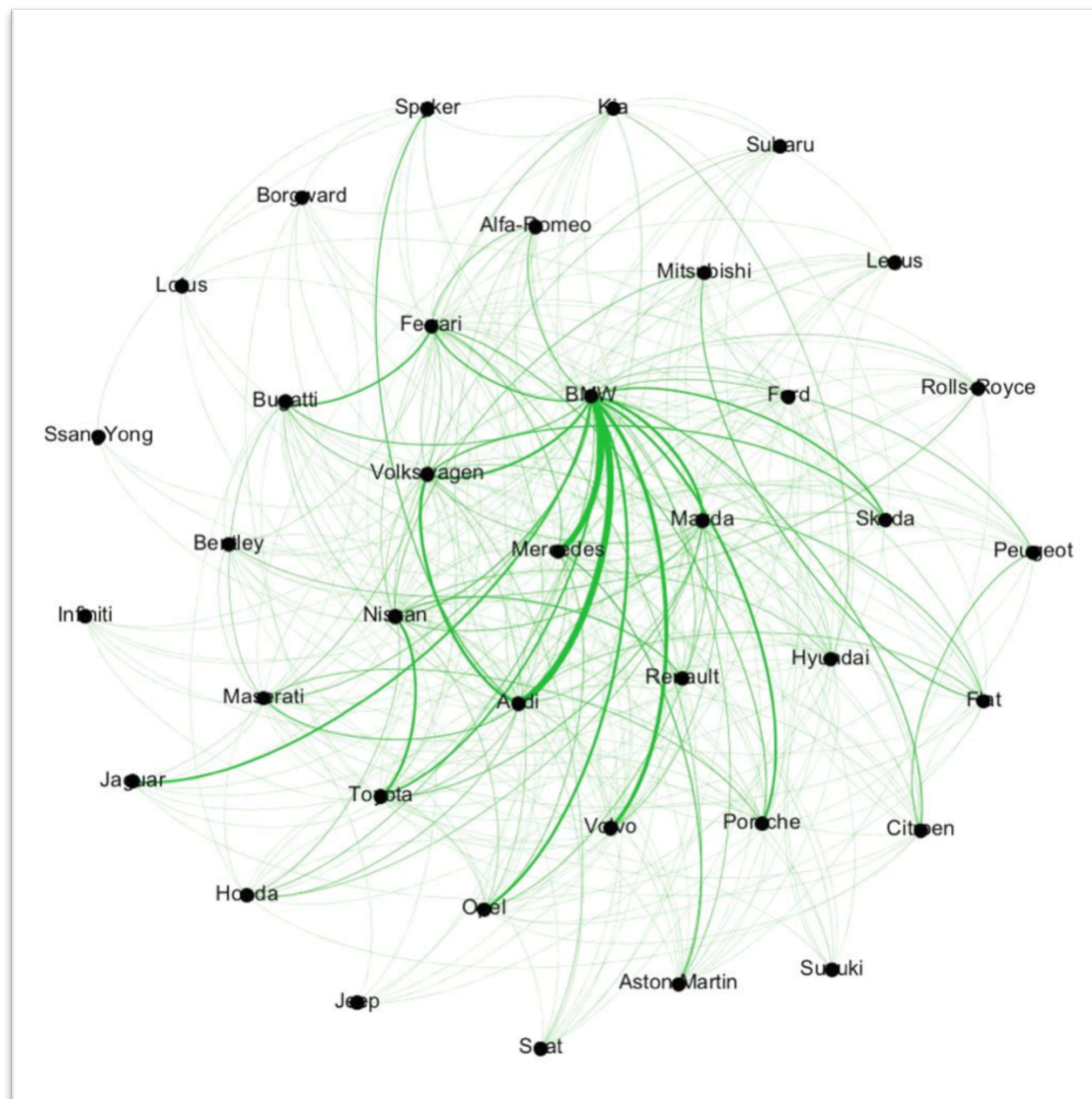
Источник		ВКонтакте	период	январь 2016	тип страницы	авторы					
№	Имя а	ВКонтакте	Профиль автора		Аудитория	Коммент.	Лайки	Репосты	ER		
1.	Марья	МойМир	<a href="https://vk.com/id100897602">https://vk.com/id100897602</a>		793 873	10	2 065 567	11 719	2 077 296		
2.	Катя К	Фейсбук	<a href="https://vk.com/id5592362">https://vk.com/id5592362</a>		1 596 117	40 114	957 817	3 346	1 001 277		
3.	Егор К	Twitter	<a href="https://vk.com/id55325758">https://vk.com/id55325758</a>		537 836	38 273	701 974	6 315	746 562		
4.	Maria Way	Instagram	<a href="https://vk.com/id5401645">https://vk.com/id5401645</a>		681 903	4	682 797	1 246	684 047		
5.	Эрик Давидович		<a href="https://vk.com/id109630621">https://vk.com/id109630621</a>		396 623	27 122	627 178	8 398	662 698		
6.	Ольга Бузова		<a href="https://vk.com/id32707600">https://vk.com/id32707600</a>		353 152	0	492 722	1 745	494 467		
7.	Ян Гордиенко		<a href="https://vk.com/id218719153">https://vk.com/id218719153</a>		206 678	20 796	316 201	1 199	338 196		
8.	Саша Спилберг		<a href="https://vk.com/id169902419">https://vk.com/id169902419</a>		1 032 910	0	302 626	2 922	305 548		
9.	Артём Пиндюра		<a href="https://vk.com/id7184223">https://vk.com/id7184223</a>		169 031	18 551	280 554	3 667	302 772		
10.	Анастасия Шпагина		<a href="https://vk.com/id11760214">https://vk.com/id11760214</a>		307 099	17 973	250 001	4 238	272 212		

## Рейтинг упоминаемости новинок Женевы, 29 фев – 7 марта





## СОВМЕСТНОЕ УПОМИНАНИЕ БРЕНДОВ – ЖЕНЕВА 2016



1. Стандартизация метрик медиаизмерений и их бизнес-направленность
2. Включение в анализ данных из открытых каналов мессенджеров
3. Повышение уровня распознавания географии авторов и сообщений
4. Создание универсальных профилей – матчинг пользователей различных сетей и офлайн данных
5. Аналитика пользователей – соцдем, гендер, гео друзей, подписчиков, сообществ, групп, страниц
6. Мониторинг соцмедиа в интересах задач безопасности
7. HR-мониторинг
8. Использование данных соцмедиа для кредитного скорринга
9. Использование данных соцмедиа в рекламных DMP
10. Интеграция функционала мониторинговых систем в контакт-центры
11. Создание сервисов по проверке/обнаружению трендов для Медиабизнеса

**Спасибо за внимание!**

<http://br-analytics.ru> | тел.: +7 (495) 105-95-01