



Brand Analytics

БРЕНД МОНИТОРИНГ И СОЦИАЛЬНАЯ АНАЛИТИКА



Аналитика социальных медиа для повышения эффективности компаний

<http://br-analytics.ru>

Закрытое (личное)

Почта
Мессенджеры

Медиа (публичное)

Новости
Блоги
Микроблоги
Форумы
и др.

Социальные сети

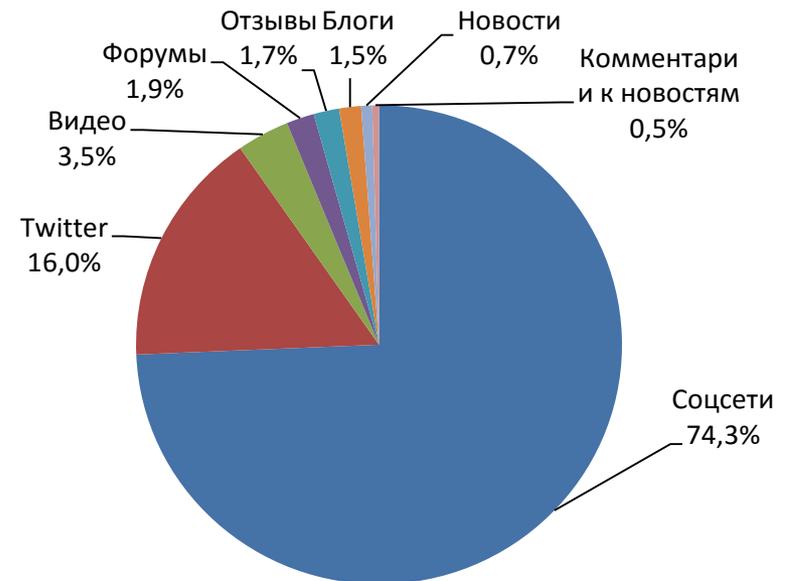
СООБЩЕНИЙ В МЕСЯЦ
588 млн

АВТОРОВ В МЕСЯЦ
37 млн

АКТИВНОСТЬ СОЦМЕДИА ПО ТИПАМ ИСТОЧНИКОВ

Россия, декабрь 2015

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

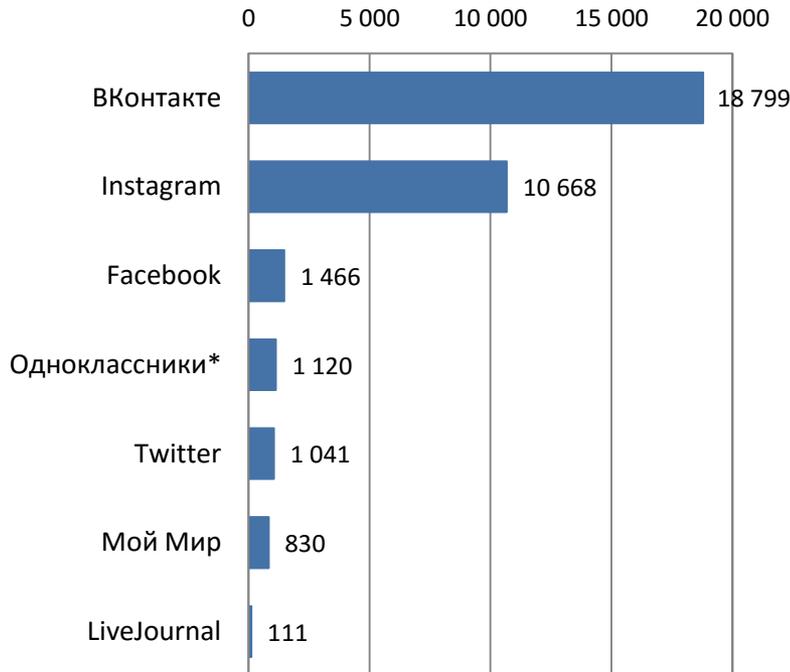


* Brand Analytics, декабрь 2015г.

Активные социальные сети в России по количеству авторов и сообщений

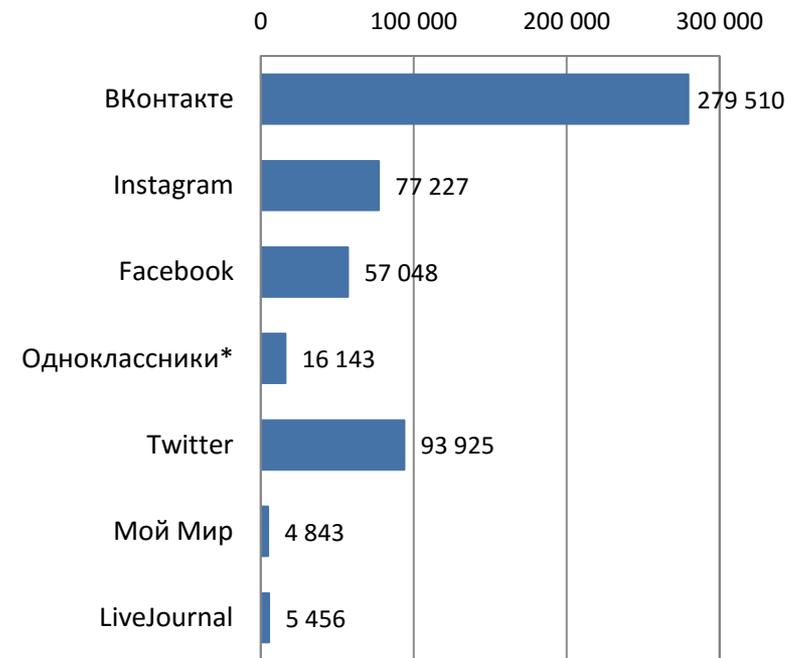
АВТОРОВ ЗА МЕСЯЦ , ТЫС.

Россия, декабрь 2015



СООБЩЕНИЙ ЗА МЕСЯЦ , ТЫС.

Россия, декабрь 2015



* Одноклассники - данные по Топ-100 000 групп

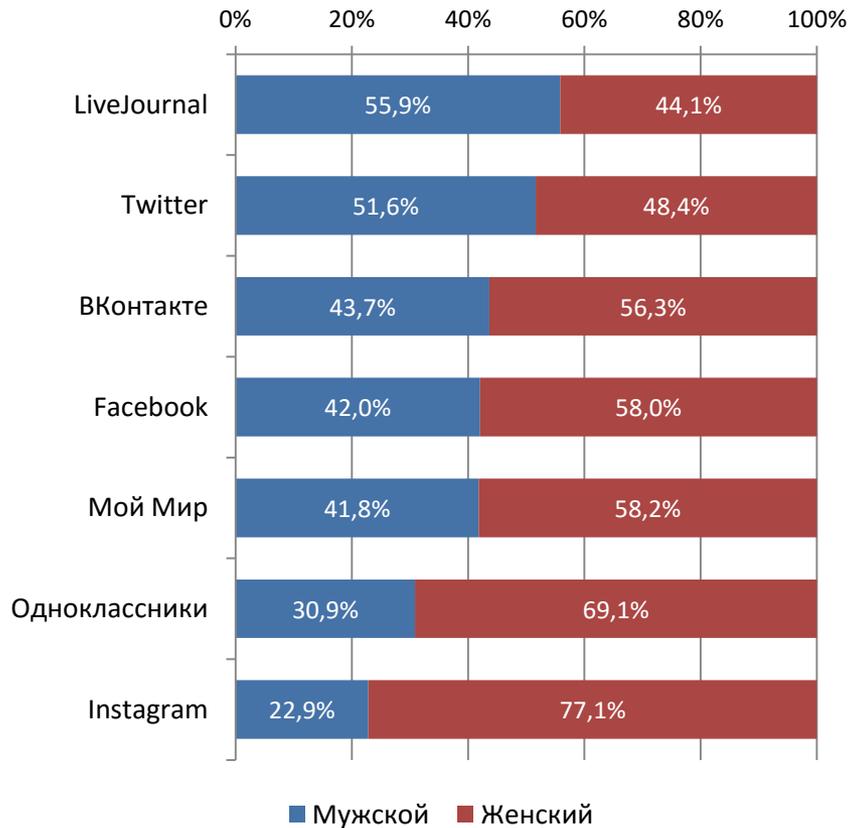
** Facebook – оценка снизу

* Brand Analytics, декабрь 2015г.

Сравнение социальных сетей по полу и возрасту авторов

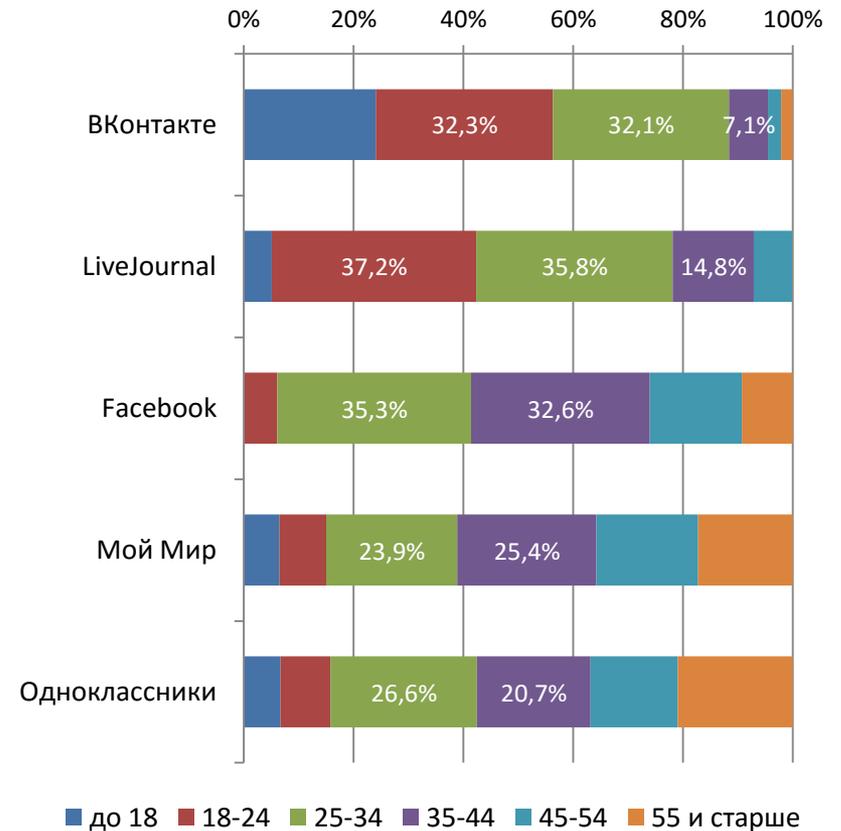
ПОЛ АВТОРОВ

Россия, декабрь 2015

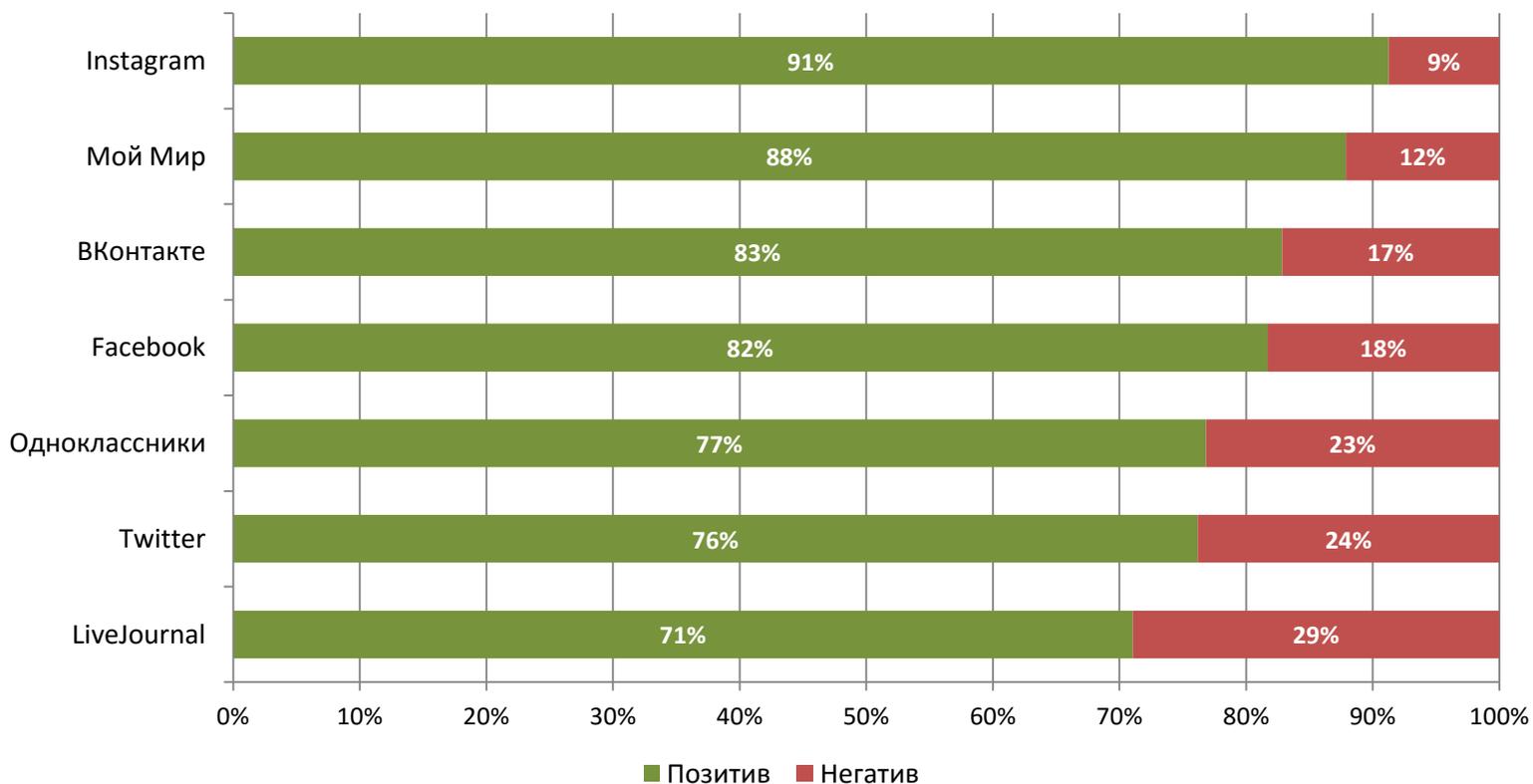


ВОЗРАСТ АВТОРОВ

Россия, декабрь 2015



ДОЛЯ ПОЗИТИВНЫХ И НЕГАТИВНЫХ СООБЩЕНИЙ* В СОЦМЕДИА, %



РЕЙТИНГ АВТОРОВ И ГРУПП СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Источник* период тип страницы

Имя автора	Профиль автора	Аудитория	Лайки	Репосты	Комментарии	ER
1. Иван Рудской	https://vk.com/id53636214	893 227	1 318 234	26 719	0	1 344 953
2. Егор Крид	https://vk.com/id55325758	301 442	606 161	12 775	28 937	676 810
3. Марьяна Рожкова	https://vk.com/id100897602	224 535	595 639	4 039	66	599 810
4. Катя Клэп	https://vk.com/id5592362	1 165 522	575 422	3 450	1	578 874
5. Sonya Esman	https://vk.com/id163359662	294 239	439 543	2 324	7 902	457 671
6. Артём Решетило	https://vk.com/id89941395	228 938	17 321	1 227	196 565	411 678
7. Джулия Ванг	https://vk.com/id97578516	279 376	385 342	14 680	0	400 022
8. Ньюша Шурочкина	https://vk.com/id39377403	875 451	360 309	7 425	15 638	399 010
9. Эрик Давидович	https://vk.com/id109630621	254 450	275 957	7 407	16 337	316 038
10. Maria Way	https://vk.com/id5401645	497 350	301 634	2 707	4	304 349
11. Саша Спилберг	https://vk.com/id169902419	700 060	259 211	3 634	0	262 845
12. Вера Брежнева	https://vk.com/id292243967	313 696	223 885	3 498	11 679	250 741
13. Ольга Бузова	https://vk.com/id32707600	276 263	227 346	2 019	0	229 365
14. Максим Голополосов	https://vk.com/id2677959	722 863	199 648	1 642	6 105	213 500
15. Рамзан Кадыров	https://vk.com/id279938622	145 198	169 241	7 311	8 760	194 072

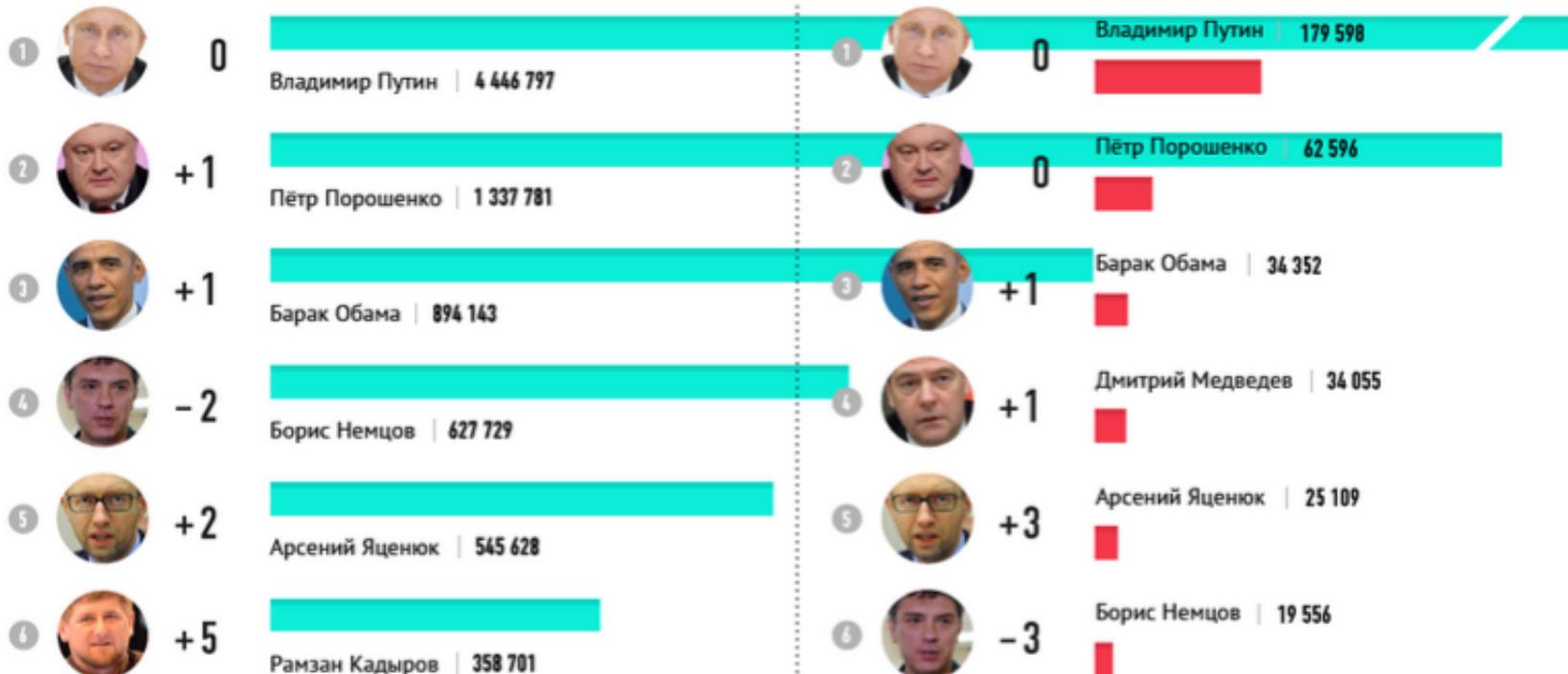
Рейтинг медиаперсон в русскоязычном интернете за апрель 2015 года

Соцмедиа

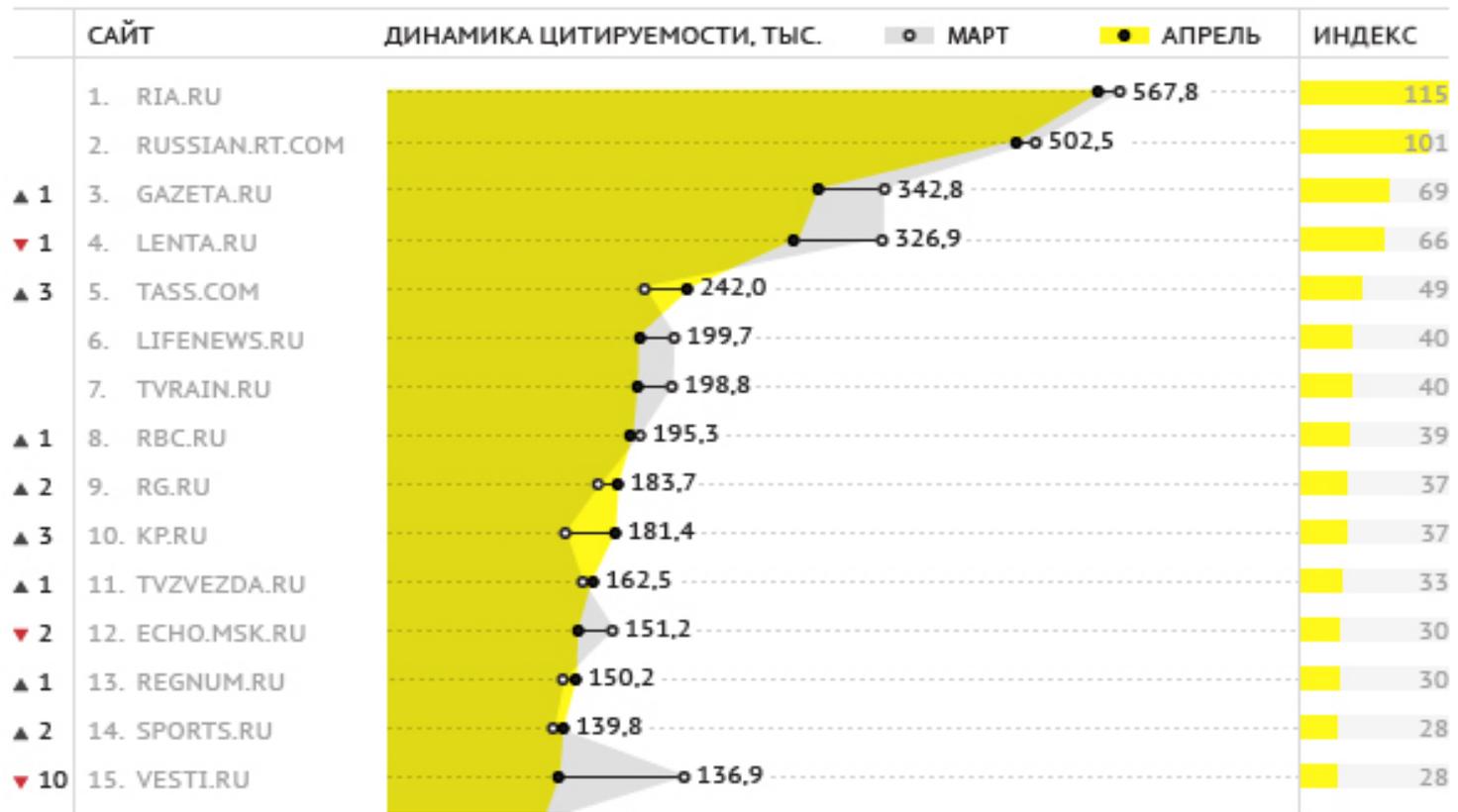
1 — место в рейтинге +5 — изменение позиции рейтинга по сравнению с мартом

СМИ

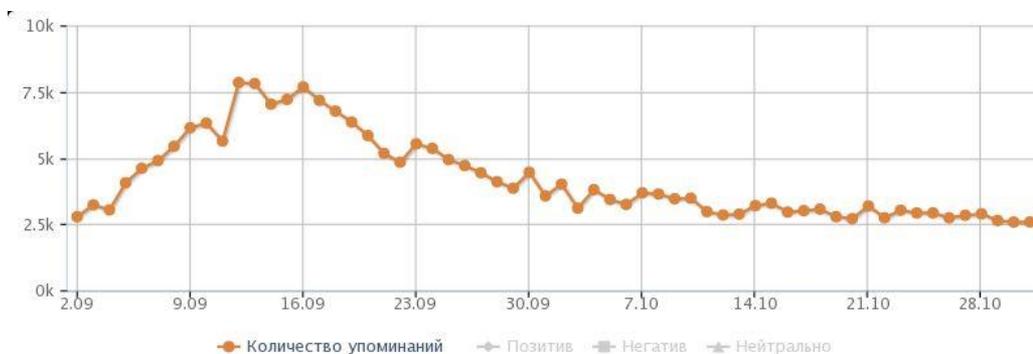
6 578 939 — количество упоминаний



Рейтинг цитируемости СМИ в социальных медиа



Мониторинг и прогнозирование распространения эпидемий



Фильтр » города: Москва



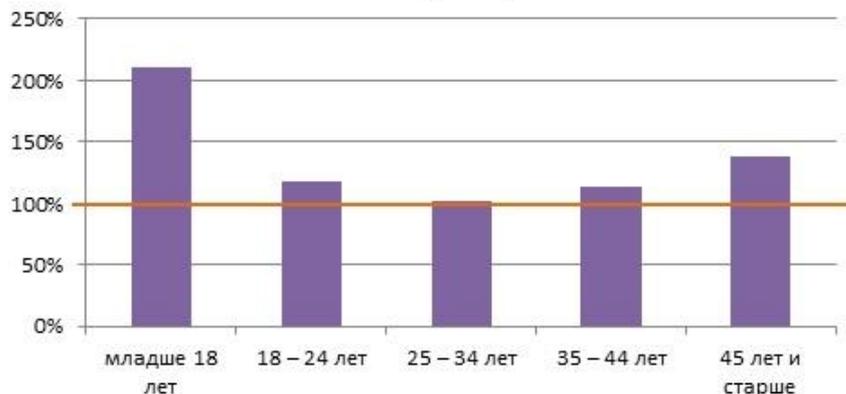
Фильтр » города: Санкт-Петербург



Фильтр » города: Новосибирск



Увеличение количества заболевших в период эпидемии, %



Индекс любви в регионах России

7,8 – 3,0

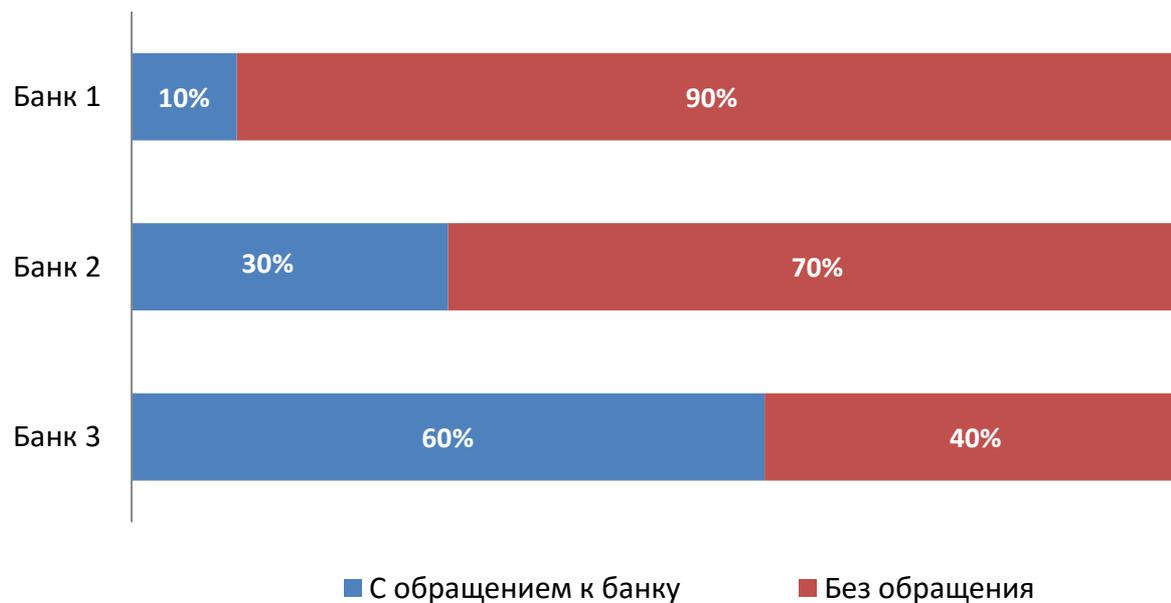


8.1 – 6.9
 6.8 – 5.6
 5.5 – 4.3
 4.2 – 3

N	Регион	Индекс
1	Ленинградская область	7,8
2	Забайкальский край	7,4
3	Курганская область	7,2
4	Еврейская автономная область	7,2
5	Оренбургская область	7,1
6	Республика Марий Эл	7,0
7	Удмуртская Республика	7,0
8	Вологодская область	6,9
9	Челябинская область	6,9
10	Республика Татарстан	6,9

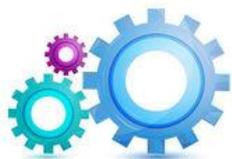
70% контента о брендах публикуется ВНЕ официальных сообществ

Количество сообщений о банках в соцмедиа с прямым обращением к банку и без него









Сбор данных



Автоматический анализ



Пользовательские
интерфейсы



Экспорт, интеграция

Социальные сети

ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Мой Мир, Google+, Instagram и др.

 Блоги и микроблоги

Twitter, LiveJournal, LiveInternet, Blogger.com и др.;

 Видеохостинги

YouTube;

 Форумы и сайты отзывов; **Онлайн-СМИ.****Количество сообщений**

Сегодня	14 560 106
Вчера	25 780 448
Месяц	692 566 698
Всего	10 255 819 547

Сообщения дополняются метаданными:

- ✓ Размер потенциальной аудитории сообщения;
- ✓ Количество комментариев;
- ✓ Количество репостов;
- ✓ География: страна, регион, город;
- ✓ Возраст автора;
- ✓ Пол автора;
- ✓ и другими.

Карточка пользователя



Ilya Varlamov
<http://users.livejournal.com/zyalt/profile?mode=full>

Читателей	53 987
Пол	Мужской
Возраст	29
Страна	Россия
Город	Москва
Регистрация	26.07.2006
Сообщений	14 204
Фотографий	768
Лайков	-
Перепечаток (ретвитт/репост)	-
О себе	Это я: Немного о моих проектах и работе: Начнем с работы: Я занимаюсь фотографией. У нас с Димой Чистопрудовым есть замечательное Да, мои фотографии можно использовать в блогах и не надо спрашивать разрешение...
Интересы	3d max, canon 5d, icube, infiniti, lexus, volvo, Чистопрудов Дима, архитектура, бальные танцы, вышивание, дизайн, мама, нагатинская 70, путешествия, старая Москва, фотография
Профили в соцсетях	http://twitter.com/varlamov

Система производит непрерывный анализ накопленных и вновь поступающих данных:

- Автоматическое определение **тональности**;
- Распознавание **дублей**;
- Выявления **трендов**;
- Определение «**географии**» сообщений;
- Определение **пола** автора;
- Определение **языка** сообщений;
- Выявление **спам-ботов**.

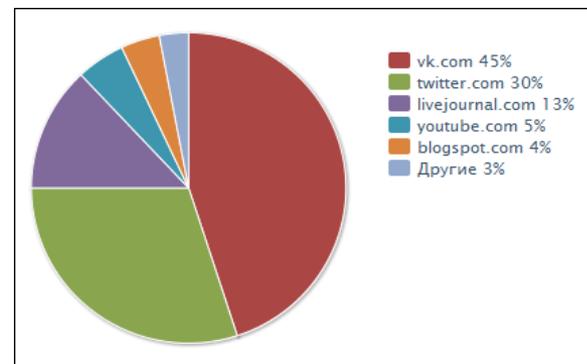
На основе найденных и проанализированных сообщений система строит наглядные отчеты с графиками и таблицами:

- ✓ **Лента сообщений;**
- ✓ **Подробные отчеты;**
- ✓ **Фильтрация сообщений;**
- ✓ **Выборка сообщений;**
- ✓ **Сортировка сообщений;**
- ✓ **Полнотекстовый поиск;**
- ✓ **Сравнение объектов мониторинга.**

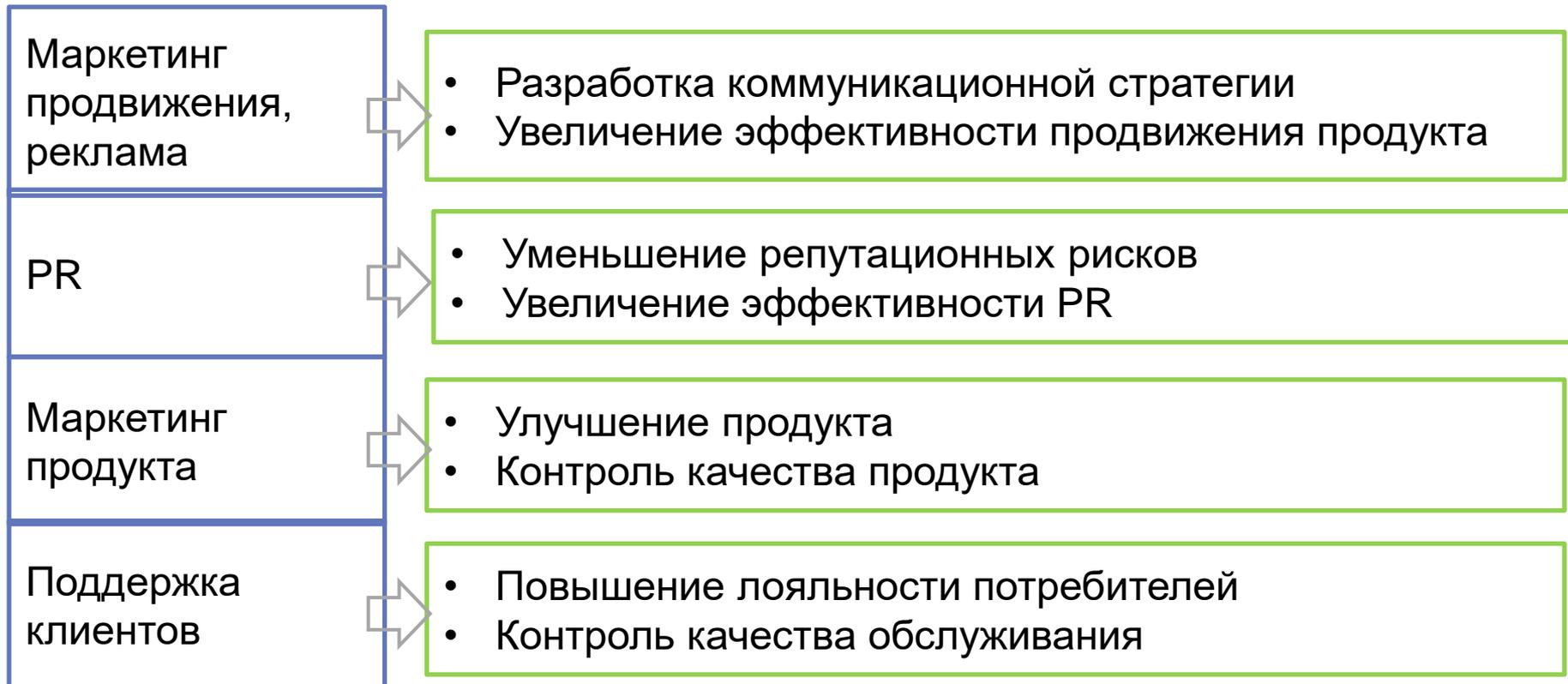
Сортировать по: Дата Комментариям Дублям Без дублей

Самые влиятельные женщины России
 The New Times 50 (48) Людмила Улицкая, писатель 51 (37) Белла Златикс, зампред правления **Сбербанка** России 52 (70) Мария Шарاپова, теннисистка 53 (35) Лия Ахеджакова, актриса, народная артистка...
 Показать полный текст Комментариев: 93
 Источник: [livejournal.com](#) | автор: [Сергей Никитский](#) | 11.01.46 04.03

Когда я пару дней назад спрашивал коллективный разум про карточки
 ...то по результатам виртуального хит-парада возглавил чарт **Сбер**, и где-то рядом была Альфа, Райф и ещё кто-то. И неожиданно развернутый и толковый был ещё совет про...
 Показать полный текст Комментариев: 75
 Источник: [livejournal.com](#) | автор: [Вячеслав](#) | 16.57.00 19.02



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



Традиционные инструменты проведения маркетинговых исследований:

Проблемы и ограничения:

1. Узкая выборка
2. Высокая стоимость
3. Длительность по времени
4. Большие трудозатраты
5. Искажение результатов

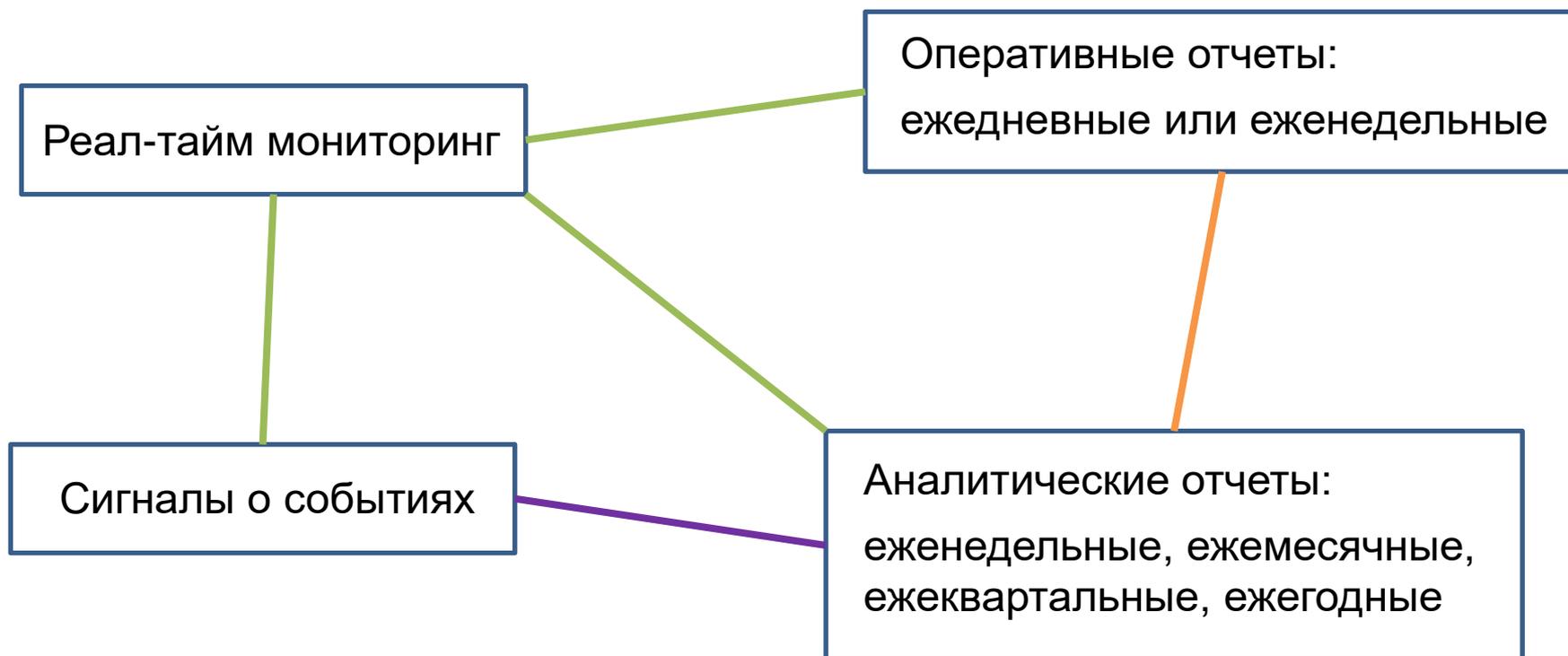
Достоинства:

1. Устоявшаяся методология: разработанные шаблоны опросов, методы сбора и обработки информации
2. Доверие со стороны руководства

1. Углубленное изучение ЦА и выявление новых целевых групп
2. SWOT-анализ
3. Выявление причин, удерживающих от покупки
4. Контроль качества
5. Анализ конкурентной среды
6. Анализ эффективности маркетинговых акций

1. Компания
2. Бренд
3. Продукты
4. Первые лица
5. PR-активности – публикации, мероприятия и др
6. Конкуренты





Основные блоки:

1. Основные метрики: количество сообщений, индекс лояльности, индекс вовлеченности
2. Диаграммы и графики: динамика сообщений, тональность сообщений, количество сообщений по тематикам, география сообщений, пол и возраст авторов
3. Примеры сообщений
4. Выводы

Дополнительные блоки:

1. Анализ сообщений сотрудников
2. Анализ сообщений о конкурентах

Мониторинг и анализ соцмедиа поможет оперативно выявить:

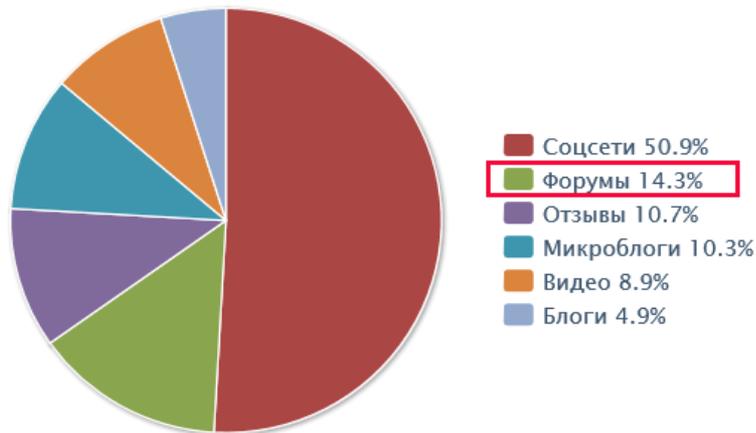
- **Технические проблемы** – с продуктом, способами оплаты, сайтом и пр.
- **Проблемы обслуживания клиентов** – очереди, квалификация персонала, неудобный график и пр.

Для некоторых проблем достаточно выявить разовое проявление, для других – отслеживать тренды.

Кейс

СК «Согласие»: Выявление площадок концентрации ЦА, выбор стратегии коммуникации для каждой ЦА

Шаг 1: выявляем площадки ЦА

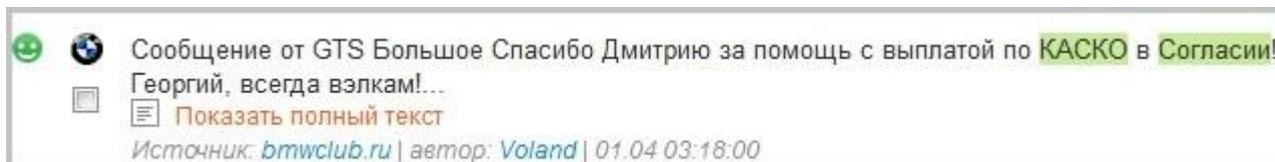


Шаг 2: анализируем тональность сообщений на площадке и ключевые тем обсуждения

Форум «BMW Клуб» - клуб ненавистников СК «Согласие»

Шаг 3: выбор индивидуальной стратегии взаимодействия для данной категории ЦА и ее реализация

Результат: локализован негатив и восстановлена репутацию среди членов BMW клуба, превратив их в приверженцев бренда и агентов влияния за пределами форума



Часто пользователи:

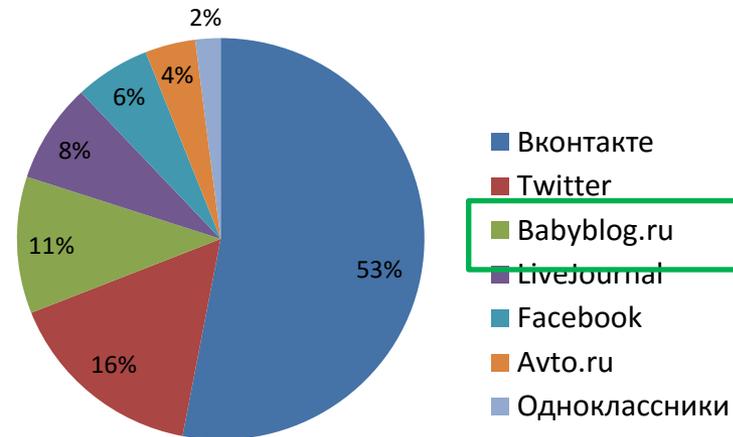
- Находят **неожиданное применение** вашего продукта;
- Видят **существенные достоинства**, которые вы не используете в маркетинговых коммуникациях;
- Иногда вы даже **не подозреваете о некоторых группах** своей ЦА.

Бренд

Производитель краски для стен

Характеристики продукта, критически важные для данной группы ЦА:

- безопасность для детей,
- токсичность краски,
- время высыхания,
- запах.



Применение

Стартовала рекламная кампания, ориентированная именно на эту группу ЦА. На упаковке продукта добавлены характеристики, важные для ЦА.

Синий для мальчиков? Подумайте хорошо.

Раньше считалось, что синий цвет для девочек, а розовый — для мальчиков. Что изменилось?

[Подробнее](#)



Особые характеристики



ДЛЯ ОБОЕВ ЛЮБОГО ТИПА



ПОЧТИ БЕЗ ЗАПАХА



УСТОЙЧИВА К МЫТЬЮ



БЫСТРОЕ ВЫСЫХАНИЕ

Бренд

Сеть кофеен

Преимущества:

- Высокая лояльность аудитории к ключевому продукту кофе (вкус и креативная подача)
- Уютная атмосфера заведения (релаксация, творческий заряд, романтика)
- Преобладает внимательный персонал, поднимающий настроение ЦА

Недостатки:

- Скорость обслуживания не всегда на высоте + зафиксированы случаи некачественного сервиса
- Высокая калорийность большей части меню – потенциальный блок для ЗОЖ-аудитории

Возможности:

- Магнетический феномен официанта кофейни: вовлечение целевой аудитории
- Раскрытие потенциала кофеен как места встречи (например, романтические предложения)
- Возможность привлечения новых клиентов с помощью углубленной сегментации меню

Угрозы:

- Риск потерять сегмент клиентов в связи с трендами здоровья (диабетики, ЗОЖ)
- Негативный сетевой эффект (распространение неприятного опыта в одной из кофеен на репутацию сети)
- Уменьшающийся рынок в условиях кризиса

Применение

Стартовала «романтическая» рекламная кампания. Акцент сделан на легкие блюда.





Чтобы измерить значимость проблемы в традиционных опросных исследованиях нужно сформулировать вопрос, т.е. **вы должны хотя бы подозревать о проблеме,** а это не всегда так.

Бренд

Результат
исследования

Производитель посудомоечных машин

Выявлены основные тематики негатива по отношению к бренду:



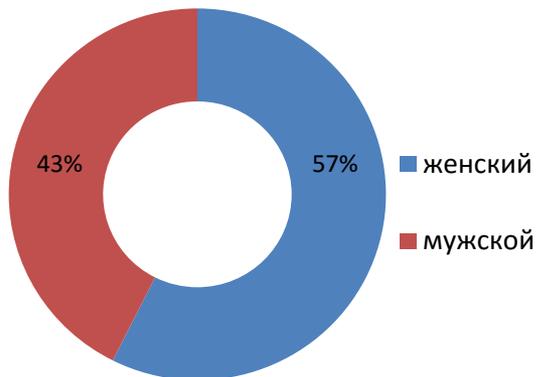
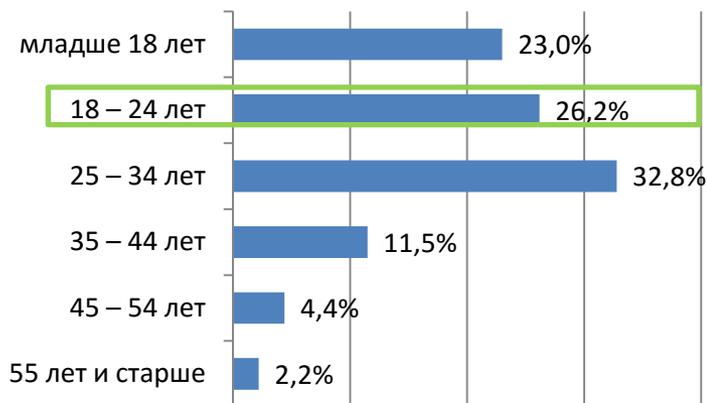
Применение

Проблемы, которые относятся к области коммуникаций (инструкция, описания у дилеров), были скорректированы до старта рекламной кампании, что позволило сделать продвижение более успешным.

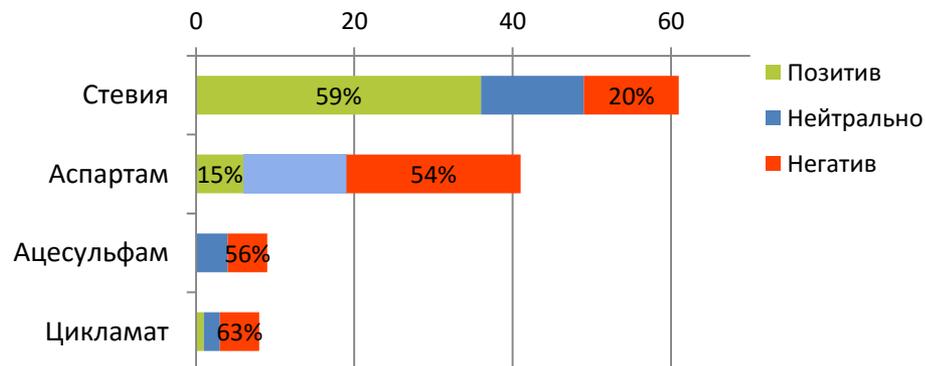
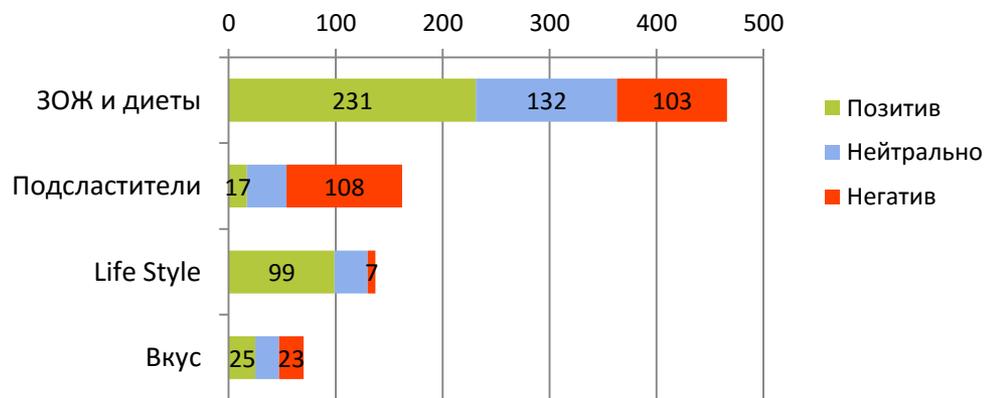
Бренд

Новый низкокалорийный газированный напиток

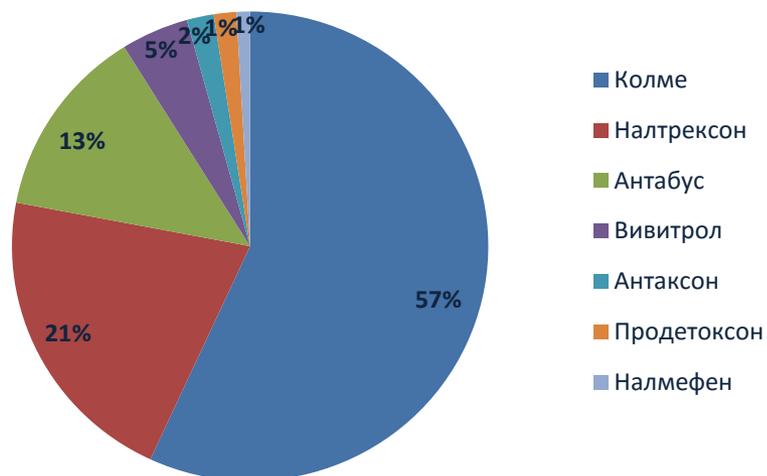
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



ОСНОВНЫЕ ТЕМАТИКИ ОБСУЖДЕНИЙ



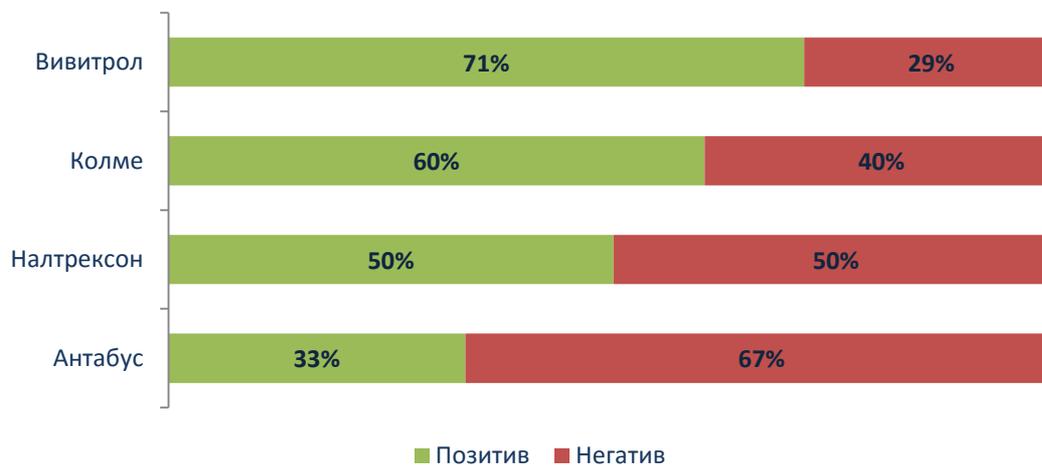
Популярность брендов



Контекст упоминаний



Лояльность аудитории

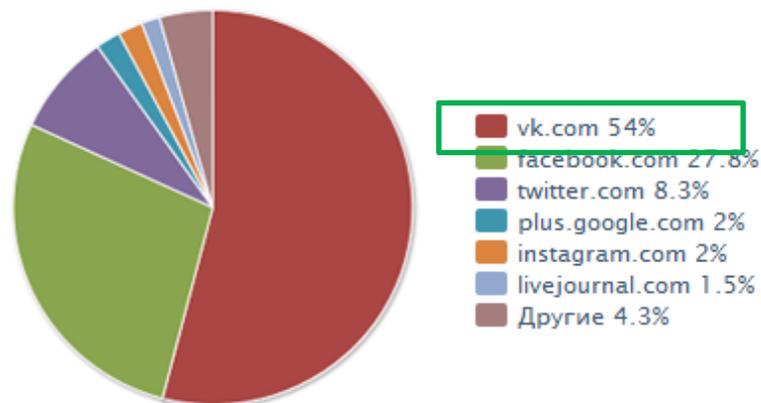
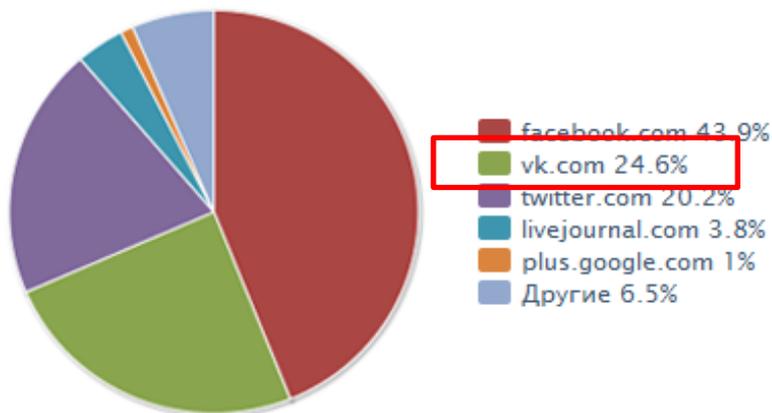


Метрика

Доля сообщений на ведущих социальных сетях

Методика

1. В отчете «Источники» смотрим долю каждой из социальных сетей по своему бренду и по всем брендам конкурентов (среднему по рынку).
2. При существенной разнице долей присутствия в наиболее популярных социальных сетях, скорее всего, у вас есть резервы для роста продвижения
3. Для уточнения – анализируем основные тематики обсуждений на данной площадке по конкурентам.



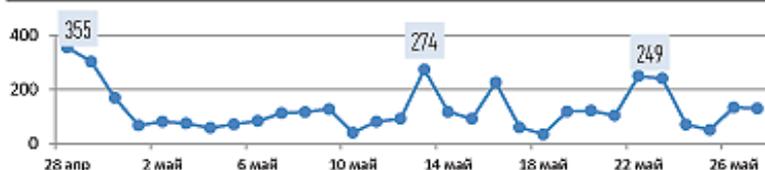
Мониторинг упоминаний банка N в социальных медиа

с 14.09.2015 по 20.09.2015

Основные индексы

Упоминаний	Авторов	Индекс лояльности
3 867 ▼ 37,6%	2 987 ▼ 42,7%	0,4 ▲ 2,8%

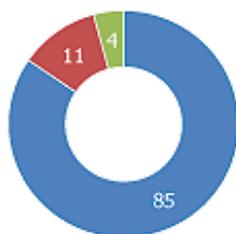
Динамика упоминаний



Пики упоминаемости:

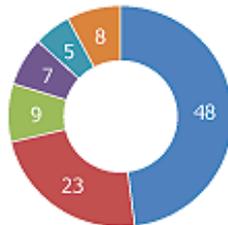
- 28-30 апреля: массовое распространение петиции на имя В.Путина с просьбой о разрешении Банку N стать преемником Банка M в Крыму.
- 12-14 мая: упоминаемость Банка N, как одного из возможных банков для снятия наличности из-за блокировки MasterCard карт Банка X.
- 22-24 мая: рост упоминаемости банка с негативным оттенком в связи с распространением новости об увеличении процентных ставок по ипотеке.

Тональность



- 85% - Нейтрально
- 11% - Негатив
- 4% - Позитив

Источники



- 48% - vk.com
- 23% - twitter.com
- 9% - facebook.com
- 7% - livejournal.com
- 5% - banki.ru
- 8% - Другие

Восприятие продуктов и услуг



Основные тематики негатива

1. Увеличения ставки по ипотечному кредитованию:

Делается всё, что выгодно богатым: Выросла ставка - вырастут проценты по банковским вкладам. Кто там хранит деньги в банках? Явно не бедные! Будут меньше брать ипотеку - будут больше снимать жилье. Кто у нас сдает жилье? Думаю, тоже не бедные. Как-то так.

Источник: vk.com | автор: [Ирина Радченко](#)

2. Проблемы с оплатой банковскими карточками:

В магазине достаю карту банка N, и представьте себе, платеж не проходит! Попробовали еще раз - карта заблокирована! КАК? ПОЧЕМУ? При звонке в службу поддержки оказалось, что перед отпуском я должна была посетить офис банка и написать заявление о том, что планирую поездку за границу.

Источник: vk.com | автор: [Ирина Радченко](#)

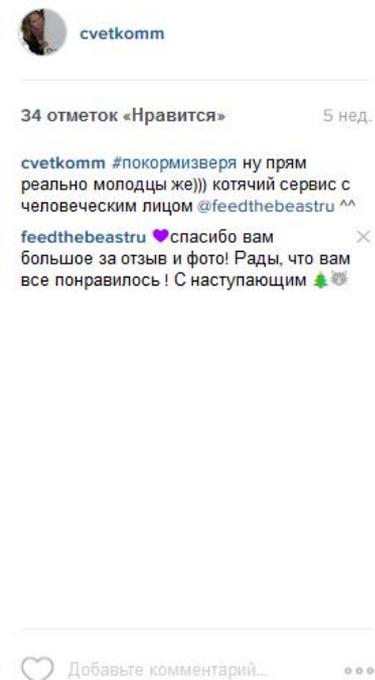
3. Распространение информации о сбоях в работе системы оплаты штрафов через банк:

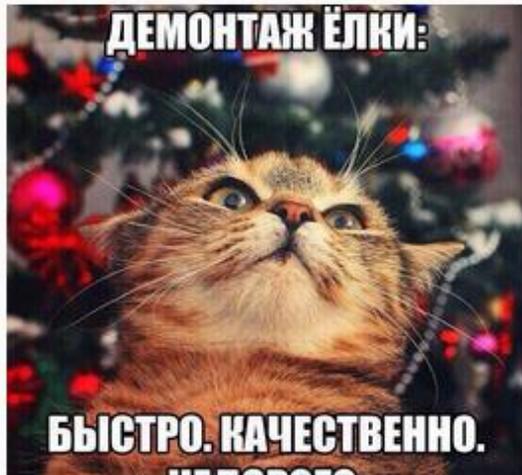
Из-за сбоя в работе Государственной информационной системы о государственных и муниципальных платежах (ГИС ГМП) десятки тысяч оплативших штрафы водителей попали в категорию неплательщиков. По словам замглавы Федерального казначейства Владимира Смирнова, реально работают с ГИС ГМП чуть более двухсот банков, из которых меньше половины выполняют свои обязанности. В частности, не в полном объеме загружают сведения в систему банка M и Банк N.

Источник: vk.com | автор: [Ирина Радченко](#)

Анализ позитивных отзывов позволяет:

- Объективно оценить работу компании
- Повысить лояльность клиентов
- Всегда иметь под рукой новый контент





Анализ соцмедиа помогает:

1. Лучше понять ЦА и выявить новые целевые групп
2. Выявить возможности и угрозы
3. Выявить причины, удерживающие от покупки
4. Контролировать качество
5. Анализировать конкурентов
6. Находить резервы для продвижения
7. Анализировать эффективность маркетинговых акций



Brand Analytics

БРЕНД МОНИТОРИНГ И СОЦИАЛЬНАЯ АНАЛИТИКА

Спасибо за внимание!

Светлана Крылова

krylova@br-analytics.ru

Получить бесплатный демонстрационный доступ к Brand Analytics можно по запросу.

<http://br-analytics.ru>