



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В РОССИИ

зима 2015 - 2016

<http://br-analytics.ru>

ГОВОРИТЕ, ГОВОРИТЕ! ВАШЕ МНЕНИЕ БУДЕТ УЧТЕНО

Представляем данные регулярного исследования активной аудитории социальных сетей в России, зима 2015-2016.

Основное внимание исследования сосредоточено на активной (пишущей) аудитории, поскольку мы изучаем социальные сети как средство публичной коммуникации и влияния их на формирование общественного мнения.

В исследовании представлены данные по аудитории, возрасту, полу и региональному распределению авторов соцсетей России. В исследование включены данные по самым популярным авторам и группам по каждой социальной сети.

Основные термины исследования:

Автор – пользователь, написавший хотя бы 1 публичное сообщение за месяц.

Сообщение – любой открытый (публичный) пост - в статусе, на стене, в группах, комментариях и др. Сообщения в личной переписке или в режиме «только для друзей» не учитываются.

Аудитория - количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц.

ER - Индекс Вовлеченности - (Engagement Rate) – показатель реакции аудитории на публикации автора. Рассчитывается как сумма комментариев, лайков и репостов ко всем публикациям автора за месяц.

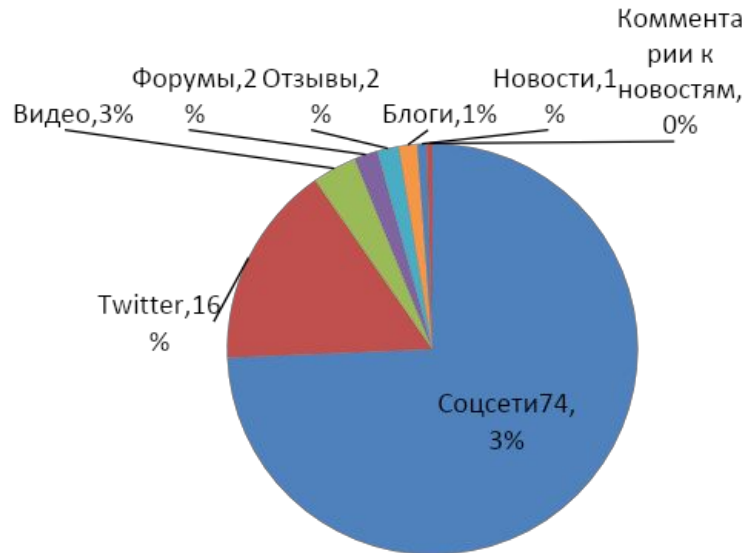


СООБЩЕНИЙ В МЕСЯЦ
588 млн

АВТОРОВ В МЕСЯЦ
37 млн

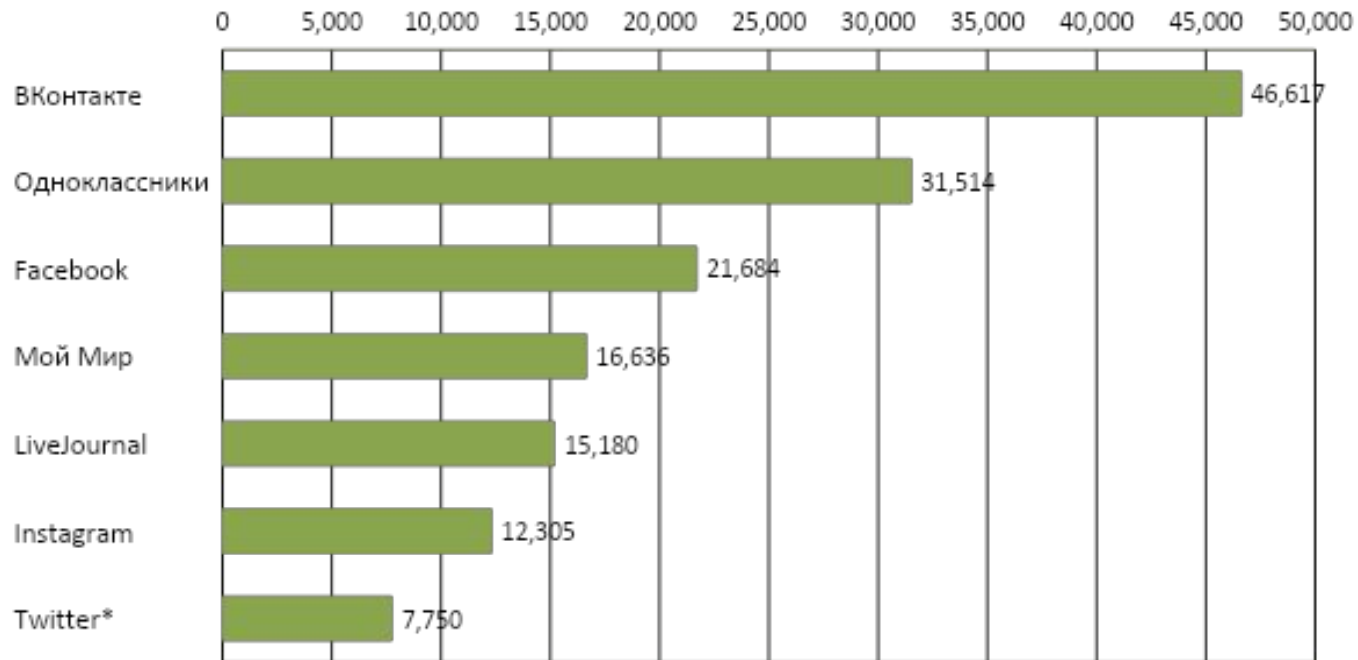
АКТИВНОСТЬ СОЦМЕДИА ПО ТИПАМ ИСТОЧНИКОВ

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



АУДИТОРИЯ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС. ЧЕЛОВЕК

Россия, 12-64 лет, ноябрь 2015



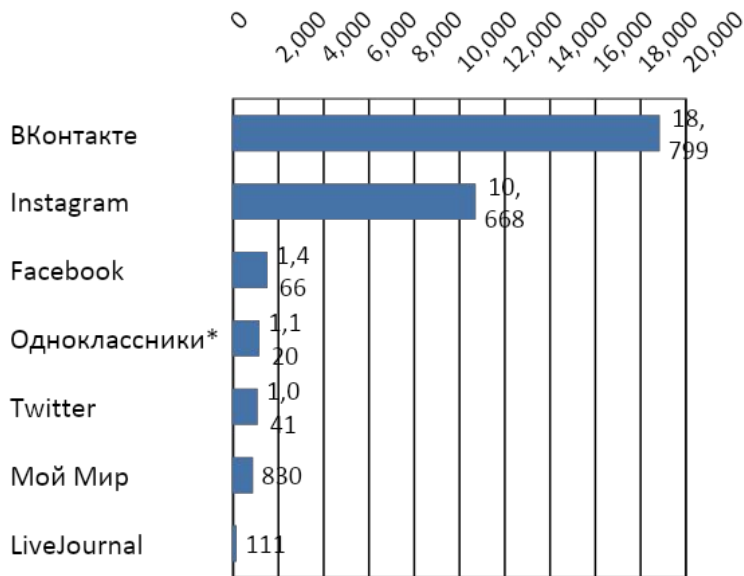
*TNS Web Index, ноябрь 2015 г.

Данные по Twitter экстраполированы, исходя из аудитории за день и неделю, а также частоты посещений в месяц

СОЦСЕТИ В РОССИИ, ДАННЫЕ ПО АВТОРАМ И СООБЩЕНИЯМ

АВТОРОВ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС.

Россия, декабрь 2015



СООБЩЕНИЙ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС.

Россия, декабрь 2015



* *Одноклассники* - данные по Топ-100 000 групп

В КОНТАКТЕ, данные по России

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

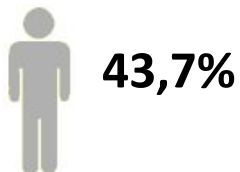
46 617 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

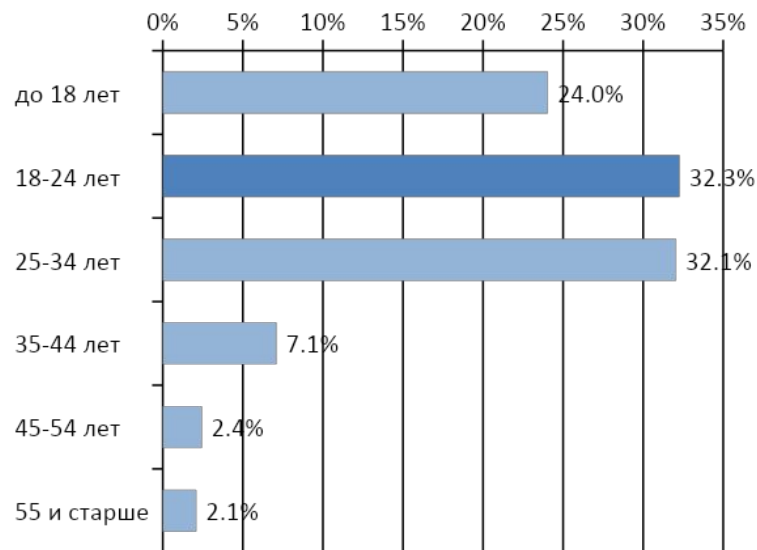
18 798 900

ПОЛ АВТОРОВ**



ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 32,7% авторов)



*TNS Web Index, ноябрь 2015

**Brand Analytics, декабрь 2015

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

12 305 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

10 668 450

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

В Instagram данные о
возрасте авторов
отсутствуют

ПОЛ АВТОРОВ**



*TNS Web Index, ноябрь 2015

**Brand Analytics, декабрь 2015

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

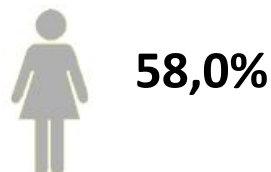
21 684 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

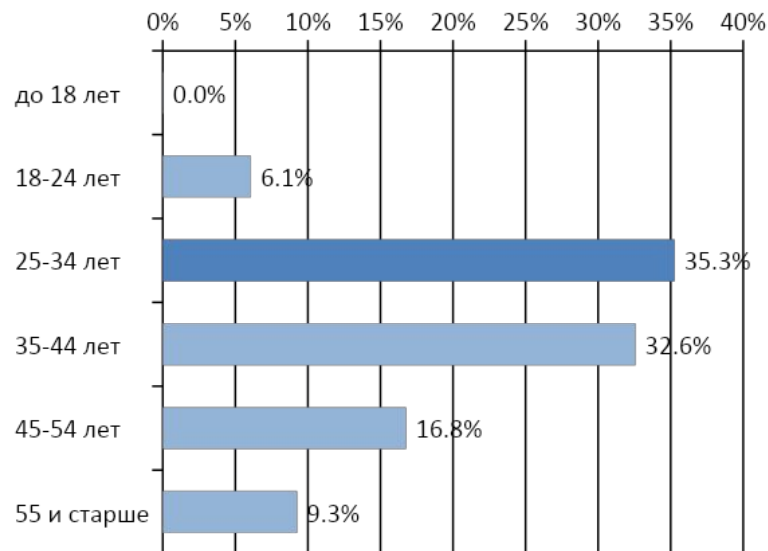
1 465 850

ПОЛ АВТОРОВ**



ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 3,3% авторов)



*TNS Web Index, ноябрь 2015

**Brand Analytics, декабрь 2015

ОДНОКЛАССНИКИ, данные по России, Топ-100 групп

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

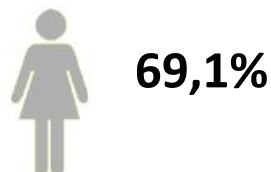
31 514 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

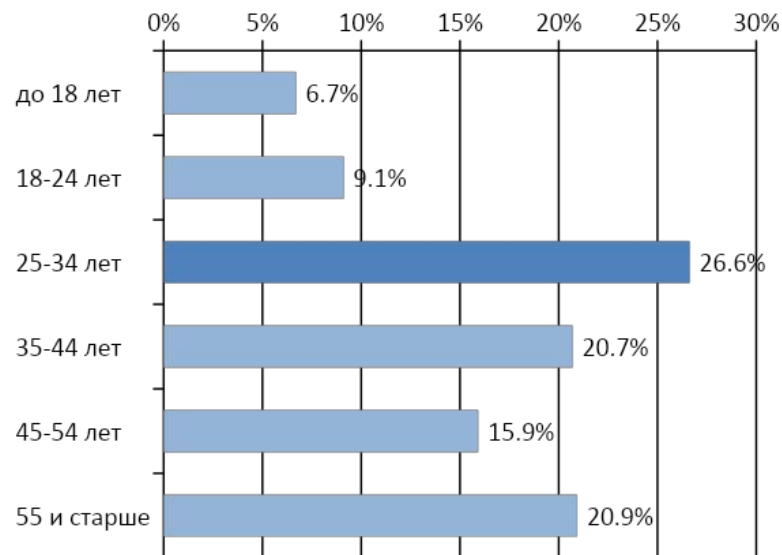
1 120 200

ПОЛ АВТОРОВ**



ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 64,7% авторов)



*TNS Web Index, ноябрь 2015

**Brand Analytics, декабрь 2015

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

7 750 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

1 041 100

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

В Twitter данные о возрасте авторов отсутствуют

ПОЛ АВТОРОВ**



51,6%



48,4 %

*TNS Web Index, ноябрь 2015

**Brand Analytics, декабрь 2015

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

16 636 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

829 750

ПОЛ АВТОРОВ**



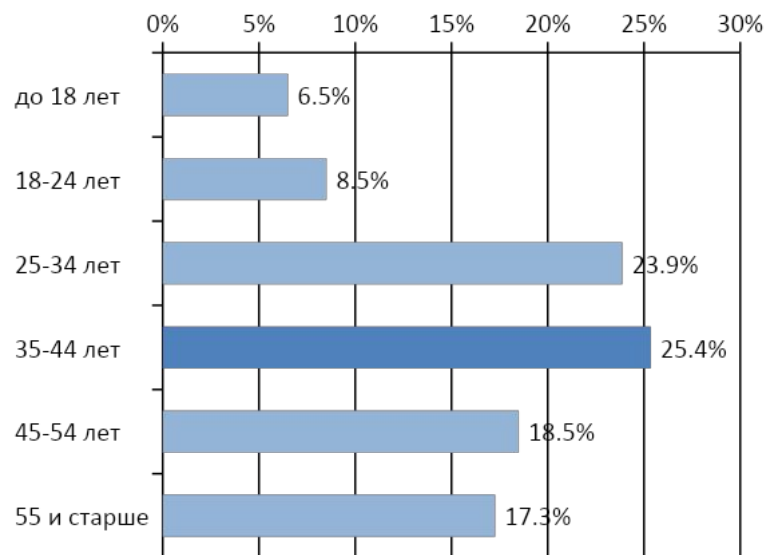
41,8%



58,2%

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 60,4% авторов)



*TNS Web Index, ноябрь 2015

**Brand Analytics, декабрь 2015

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

15 180 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

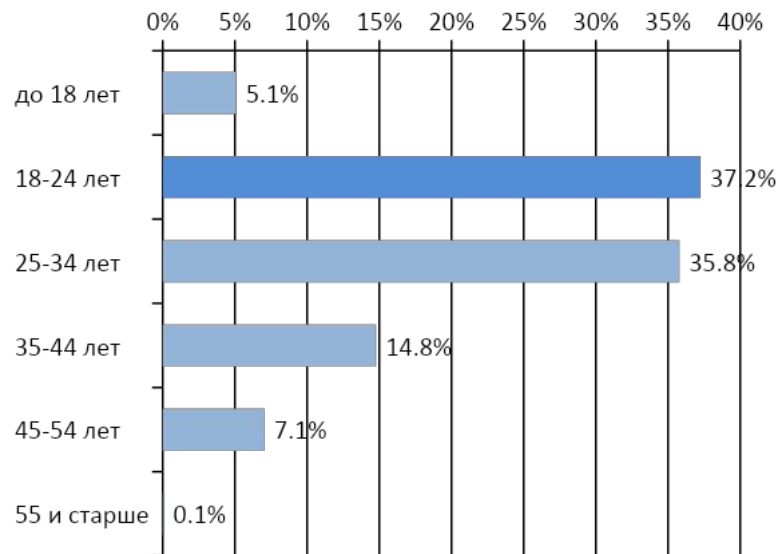
110 950

ПОЛ АВТОРОВ**



ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 4,4% авторов)



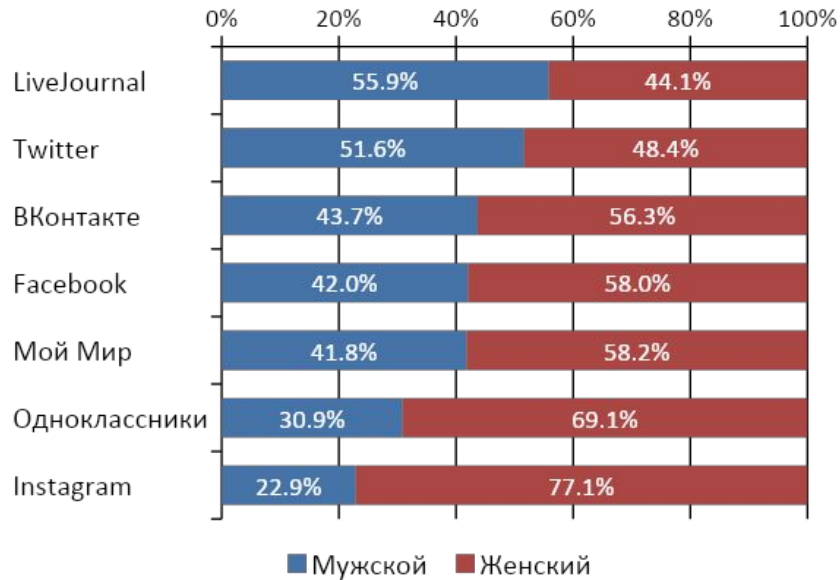
*TNS Web Index, ноябрь 2015

**Brand Analytics, декабрь 2015

СРАВНЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ ПО ПОЛУ И ВОЗРАСТУ АВТОРОВ

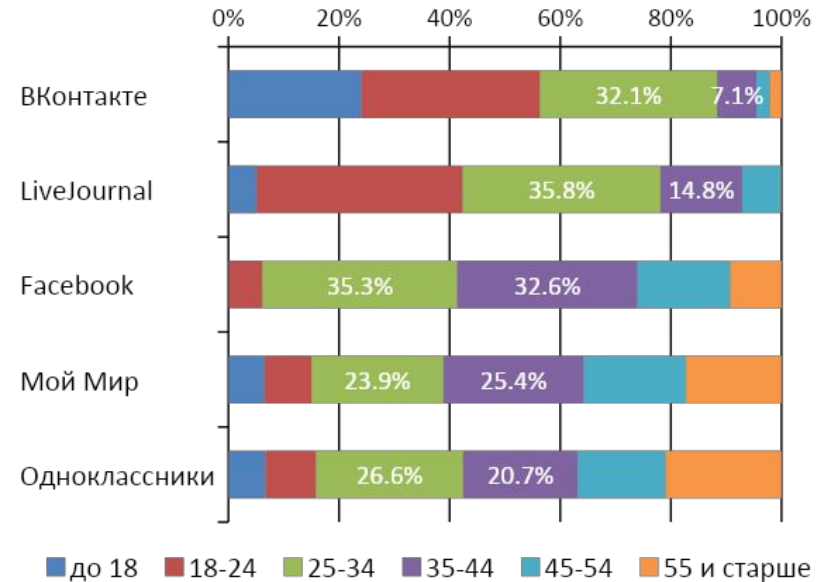
ПОЛ АВТОРОВ

Россия, декабрь 2015



ВОЗРАСТ АВТОРОВ

Россия, декабрь 2015

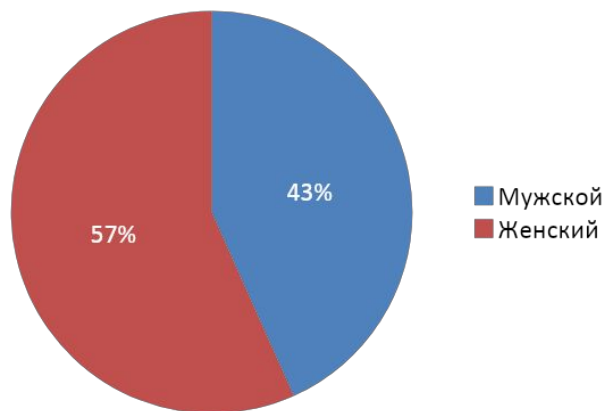


ПОЛ И ВОЗРАСТ АВТОРОВ СУММАРНО ПО ВСЕМ СОЦСЕТЯМ

14

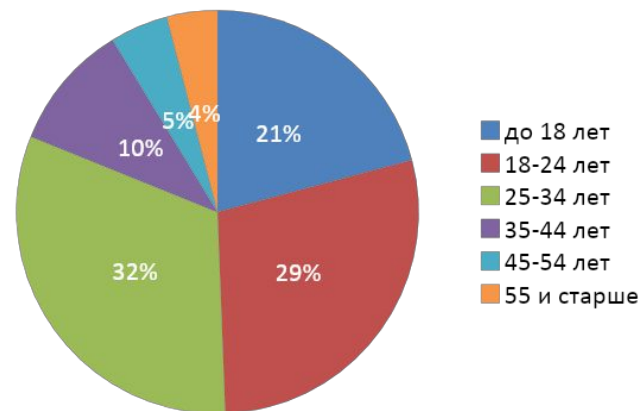
ПОЛ АВТОРОВ

Россия, декабрь 2015



ВОЗРАСТ АВТОРОВ

Россия, декабрь 2015



При суммировании учтен процент наличия соответствующих данных по каждой соцсети, а также активность авторов сразу в нескольких соцсетях (кросспостинг).

ВКОНТАКТЕ, распределение авторов по регионам России

15



■ 31.7% - 23.7% ■ 23.7% - 15.8% ■ 15.8% - 7.9% ■ 7.9% - 0%

Регион	Авторов	% от насел.
Всего по России	18 798 902	12.90 %
1 Санкт-Петербург	1 594 824	31.72 %
2 Москва	2 773 482	23.15 %
3 Мурманская область	151 315	19.39 %
4 Калининградская область	183 858	19.26 %
5 Севастополь	72 129	18.79 %
6 Республика Карелия	116 274	18.26 %
7 Вологодская область	202 191	16.90 %
8 Республика Татарстан	640 100	16.75 %
9 Челябинская область	571 798	16.41 %
10 Архангельская область	190 003	16.39 %

% от насел. - количество авторов, деленное на количество жителей региона.

Новосибирская область 443 492

INSTAGRAM, распределение авторов по регионам России

16



Регион	Авторов	% от насел.
Всего по России	10 668 445	7.32 %
1 Ленинградская область	666 823	38.08 %
2 Москва	2 672 622	22.31 %
3 Сахалинская область	84 653	17.16 %
4 Ярославская область	177 507	13.96 %
5 Краснодарский край	630 098	11.82 %
6 Приморский край	218 299	11.21 %
7 Калининградская область	104 582	10.95 %
8 Московская область	759 546	10.78 %
9 Хабаровский край	139 109	10.37 %
10 Новосибирская область	252 384	9.31 %

% от насел. - количество авторов, деленное на количество жителей региона.

FACEBOOK, распределение авторов по регионам России

17



Регион	Авторов	% от насел.
Всего по России	1 465 823	1.01 %
1 Москва	764 905	6.39 %
2 Республика Алтай	7 896	3.75 %
3 Ярославская область	40 491	3.18 %
4 Санкт-Петербург	117 083	2.33 %
5 Калининградская область	14 664	1.54 %
6 Северная Осетия	9 365	1.33 %
7 Томская область	9 464	0.89 %
8 Свердловская область	37 674	0.87 %
9 Приморский край	15 946	0.82 %
10 Магаданская область	1 251	0.82 %

% от насел. - количество авторов, деленное на количество жителей региона.

Новосибирская область 21 744

ОДНОКЛАССНИКИ, распределение авторов по регионам

18



Регион	Авторов	% от насел.
Всего по России	1 120 218	0.77 %
1 Еврейская авт. область	3 513	2.03 %
2 Сахалинская область	9 264	1.88 %
3 Забайкальский край	20 318	1.86 %
4 Хабаровский край	20 111	1.50 %
5 Амурская область	11 304	1.38 %
6 Иркутская область	31 096	1.28 %
7 Приморский край	24 529	1.26 %
8 Томская область	13 434	1.26 %
9 Ханты-Мансийский авт. о.	19 247	1.22 %
10 Калининградская область	11 272	1.18 %

% от насел. - количество авторов, деленное на количество жителей региона.

Новосибирская
область

28 327

МОЙ МИР, распределение авторов по регионам России

19



Регион	Авторов	% от насел.
Всего по России	829 738	0.57 %
1 Челябинская область	52 479	1.51 %
2 Севастополь	4 332	1.13 %
3 Москва	127 470	1.06 %
4 Калининградская область	9 417	0.99 %
5 Республика Крым	18 073	0.92 %
6 Республика Татарстан	35 029	0.92 %
7 Красноярский край	25 783	0.91 %
8 Санкт-Петербург	44 247	0.88 %
9 Приморский край	16 197	0.83 %
10 Омская область	16 155	0.82 %

% от насел. - количество авторов, деленное на количество жителей региона.

Новосибирская область 10 367

TWITTER, распределение авторов по регионам России

20



Регион	Авторов	% от насел.
Всего по России	1 041 074	0.71 %
1 Санкт-Петербург	105 839	2.10 %
2 Москва	241 614	2.02 %
3 Новосибирская область	27 823	1.03 %
4 Пермский край	25 726	0.98 %
5 Томская область	10 380	0.98 %
6 Калининградская область	9 233	0.97 %
7 Республика Саха	9 307	0.97 %
8 Свердловская область	38 369	0.89 %
9 Самарская область	28 069	0.87 %
10 Омская область	16 816	0.85 %

% от насел. - количество авторов, деленное на количество жителей региона.

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.

РЕЙТИНГИ АВТОРОВ И ГРУПП СОЦСЕТЕЙ

Представляем рейтинги русскоязычных авторов и групп социальных сетей от Brand Analytics. Рейтинги построены по **Индексу Вовлеченности** - ER (Engagement Rate) - показателю реакции читателей на сообщения автора.

ER рассчитывается как сумма комментариев, лайков и репостов ко всем публикациям на странице автора или группы за месяц.

Исключение составляют соцсети Одноклассники и Мой Мир. По ним рейтинги построены по размеру аудитории.

Методология:

Русскоязычными считаются авторы, у которых было хотя бы одно сообщение на русском языке за месяц.

В качестве параметра "Аудитория" взяты:

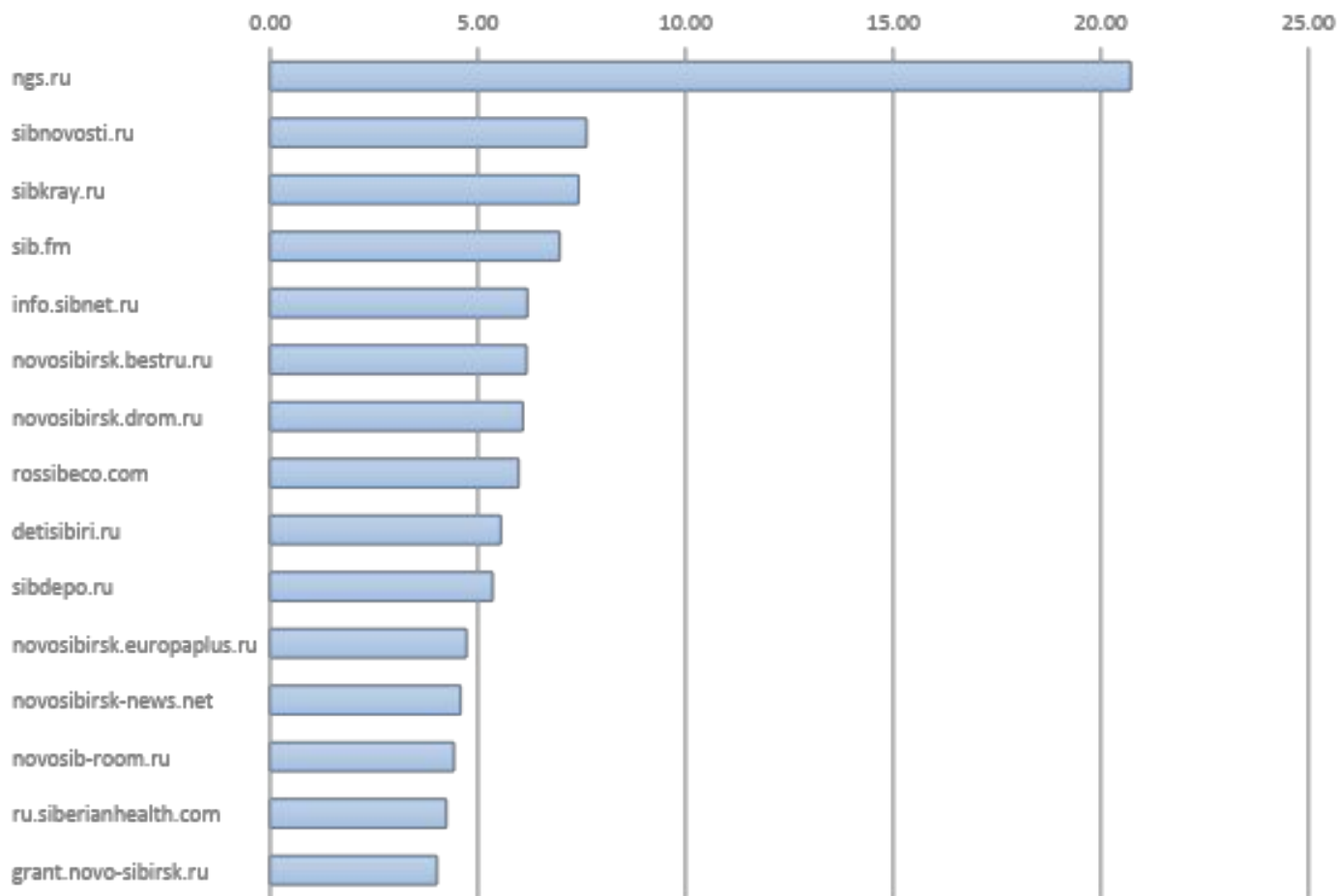
- авторы Твиттер, Instagram - количество читателей автора,
- авторы ВКонтакте, Фейсбук - количество друзей плюс количество подписчиков,
- официальные страницы Фейсбук - количество "нравится",
- группы ВКонтакте, Одноклассники - количество участников группы,
- авторы Мой Мир - количество друзей.

Размер аудитории взят в момент написания автором последнего сообщения за месяц.



РЕЙТИНГ ЦИТИРУЕМОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НОВОСИБИРСКИХ СМИ

Топ-15 СМИ Новосибирска, февраль 2015



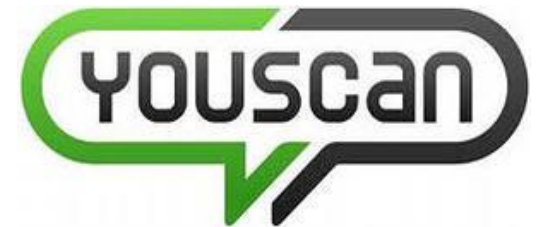
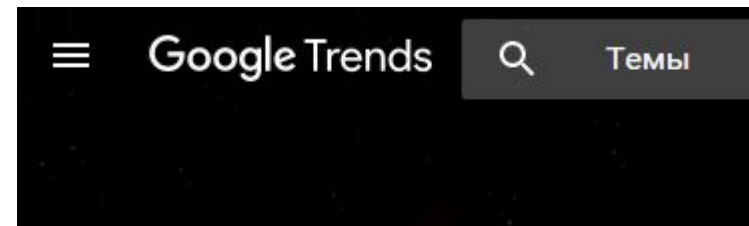
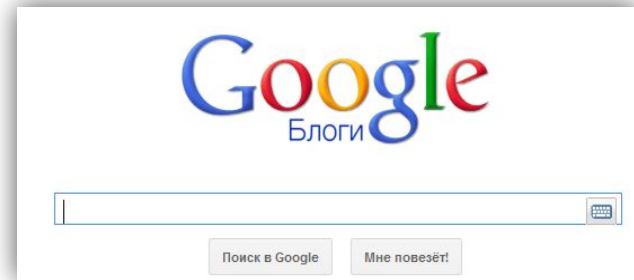
Яндекс
блоги

[Поиск](#) [Почта](#) [Карты](#) [Маркет](#) [Новости](#) [Словари](#) [Блоги](#) [Видео](#) [Картинки](#) [ещё](#)

Например, психологические тесты

Найти

[расширенный поиск](#)



<http://goo.gl/7OSN0V>

Миф

SMM – это ведение и продвижение сообществ

Реальность

70% пользователей пишут о компании не в ее аккаунтах в соцсетях.

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



Открытая группа

Avito-сайт мошенник №1

Давайте вместе создадим прецедент и накажем Авито за мошенничество!

Описание:

Последнее время участились случаи воровства денежных средств пользователей Авито.ру работниками сайта. Группа создана, чтобы предотвратить воровство в дальнейшем и помочь пострадавшим вернуть свои денежные средства.

Местоположение:

Санкт-Петербург

Обсуждения

26 тем

Мошенник или реальный покупатель? Вот в чем вопрос

22 сообщения. Последнее от Лис Лондон, сегодня в 10:36 →

авито и меня кинул

17 сообщений. Последнее от Вадима Данченко, вчера в 22:15 →

Размещу объявления на авито.

12 сообщений. Последнее от Svetov Buket, вчера в 15:40 →



Добавить в закладки

Вступить в группу

Это открытая группа.

Участники

4055 человек

Миф

Мы знаем целевую аудиторию своего продукта.

Реальность

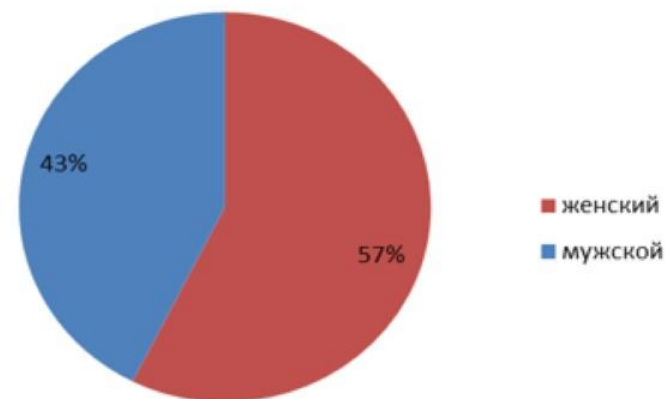
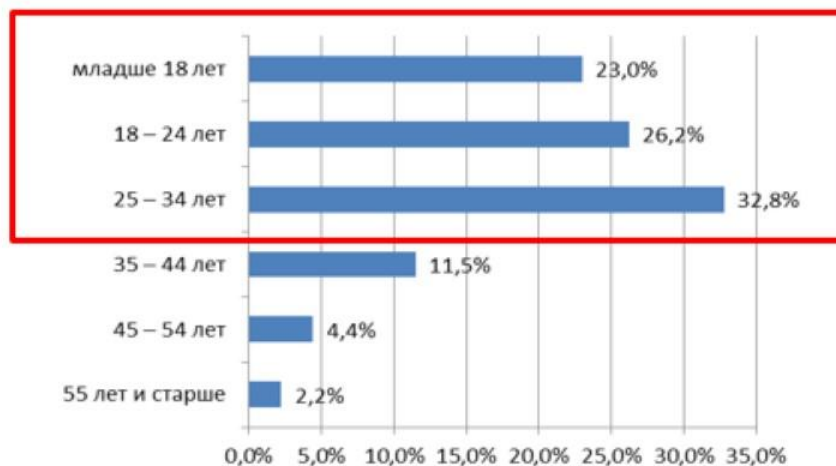
Часто пользователи:

- 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.

Кейс

Определение ЦА бренда, сегментирование целевых групп потребителей, их интересов и критериев выбора:

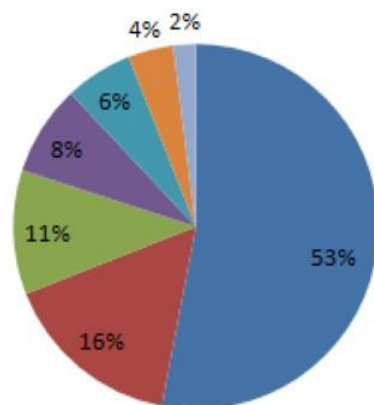
- Анализ социально-демографических характеристик авторов
- Анализ ключевых тем обсуждений
- Анализ пересечения сторонников и хейтеров концепта диет-напитков



Кейс

Производитель краски: определение ЦА бренда, выявление разных групп потребителей, их интересов и критериев выбора

- Выявление основных площадок
- Анализ ключевых тем обсуждений
- Анализ потребностей участников обсуждений



- ВКонтакте
- Twitter
- Babyblog.ru
- LiveJournal
- Facebook
- Avto.ru
- Одноклассники

Выявленная ЦА оставленная без внимания бренда: молодые мамы, планирующие делать ремонт.

Выявлены характеристики продукта, критически важные для данной группы ЦА: безопасность для детей, токсичность краски, время высыхания и запах и др.

Результат

Проанализировав социально-демографические характеристики авторов и тематики их сообщений, вы сможете сегментировать аудиторию на целевые группы, не упустите проблем, которые реально волнуют вашу ЦА и сможете построить эффективные коммуникации с каждой из групп



Вдохновение

Цвета

Продукция

Советы декоратора

Особые характеристики



ДЛЯ ОБОЕВ
ЛЮБОГО ТИПА



ПОЧТИ БЕЗ
ЗАПАХА



УСТОЙЧИВА К
МЫТЬЮ



БЫСТРОЕ
ВЫСЫХАНИЕ

Синий для
мальчиков?
Подумайте
хорошо.

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

[Подробнее](#)


Миф

Если я захочу узнать мнение ЦА – я просто проведу опрос

Реальность

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.



Кейс

Hansa: анализ маркетинговой акции «Модная охота» - выявление основных тематик обсуждений и проблемных зон



Основной тематикой было обсуждение непонятных условий проведения акции.

“ А куда выкладывать фото?

А как быть с тем, что во многих магазинах запрещена фотосъемка? Фотографировать украдкой на телефон - сами понимаете, качество получится не очень...

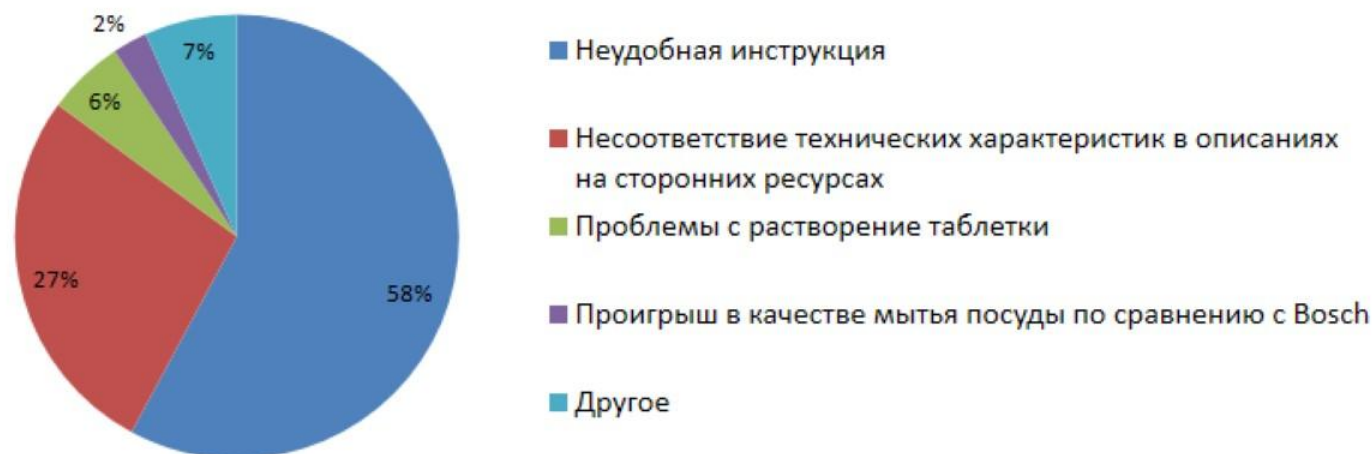
Пытаюсь прочитать Положение о Конкурсе, кликаю ссылочку, а мне выдается такое сообщение: "Данный документ доступен только его владельцу". Это что, получается, что это Положение секретное?

Очевидно, что реагировать на подобные проблемы нужно не в следующей акции

Кейс

Hansa: Аудит информационного поля продуктов компании, выявление сильных и слабых сторон по мнению пользователей

Посудомоечные машины Hansa: проблемные зоны



Результат

Использование анализа социальных медиа в дополнение к традиционным опросным исследованиям позволит не упустить важных проблем, сделать продукт более конкурентоспособным.

Заблуждение

Работая с негативом – не кормите троллей

Возможности











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»: персонификация общения с клиентом: поддержка в удобном формате

	Z [redacted] гребаная страховая "согласие"!! какие же вы медленные!! Развернуть	21 апреля
	СК Согласие @soglasie_sk [redacted] Добрый день! Мы можем Вам чем-нибудь помочь? Развернуть	22 апреля
	Z [redacted] @soglasie_sk да, по делу ф52/13 вторую неделю техцентр не может дожидаться согласования(менеджеры ваши говорят все отправили, техцентр не видит Развернуть	22 апреля
	СК Согласие @soglasie_sk [redacted] Сегодня отправили согласование еще раз. СТОА должна их получить. Развернуть	23 апреля
	Z [redacted] @soglasie_sk спасибо, сервис отзвонился, что получили документы! теперь буду решать проблемы только через твиттер)) <ul style="list-style-type: none">  Скрыть переписку  Ответить  Ретвитнуть  В избранное  Ещё 	23 апреля

23 апреля 13 в 4:59 после полудня · Подробнее

Кейс

Персонализация общения с клиентом: превосходим ожидание – получаем адвоката бренда

СОГЛАСИЕ - ОТЗЫВЫ

Рейтинг: **57.4** | Место: **5** (основной рейтинг) [Написать отзыв](#)

[Все отзывы](#) [Положительные](#) [Отрицательные](#) [Справка о компании](#)


Автострахование

Благодарность!

5 засчитана

Хочу выразить огромную благодарность СК Согласие за помощь в разрешении и ускорении моего вопроса!

+ Понравилась квалифицированная работа и внимательное отношение!



✓ Качество обслуживания
Рекомендую!

Миф

Мы проанализируем акцию после ее окончания и учтем результаты в последующих акциях.

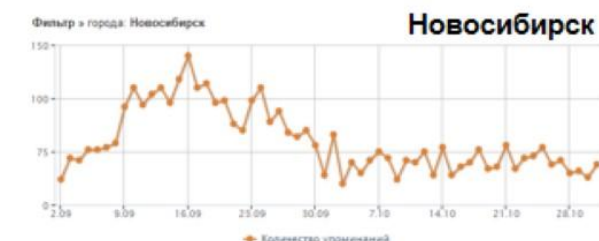
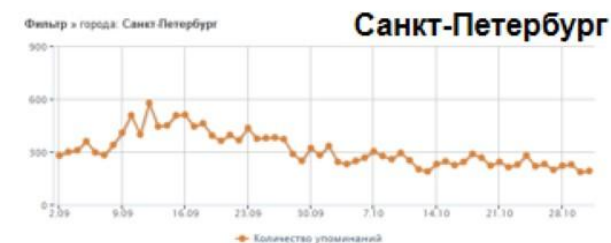
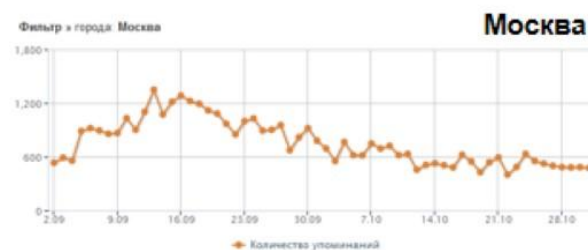
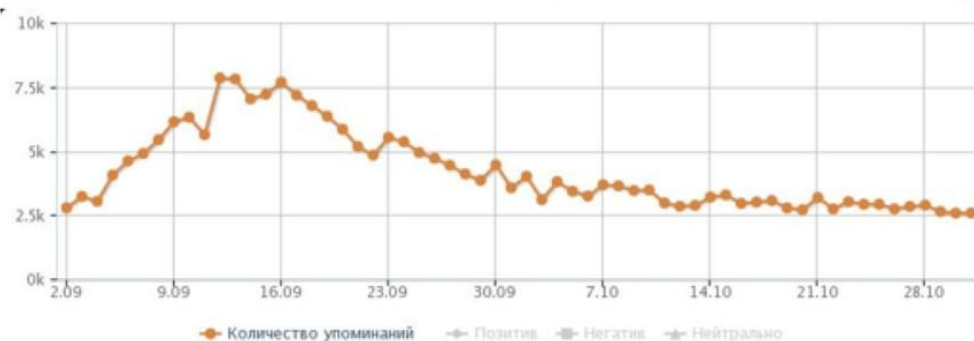
Реальность

Отсутствие оперативного мониторинга соцмедиа может уменьшить эффективность акции в десятки раз или даже иметь отрицательную ценность.

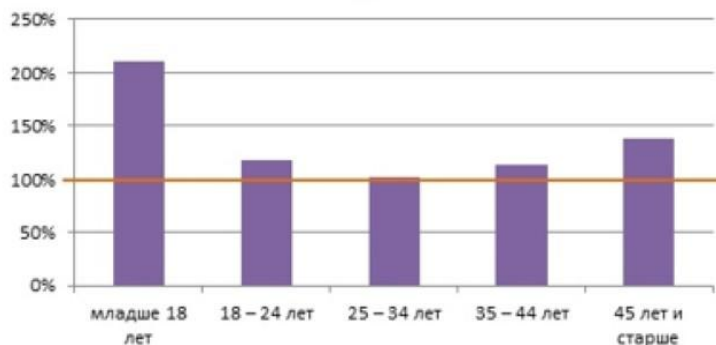
Распространение информации в соцмедиа имеет резонансную природу, поэтому нельзя гарантировать что сообщения, образы, идеи (даже проверенные на фокус-группах) не вызовут негативных ассоциаций, не будут усилены или распространены в искаженном виде.

МОНИТОРИНГ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЭПИДЕМИЙ

Индикаторами простудных заболеваний выступали сообщения с жалобами на симптомы ОРВИ и гриппа: «кашляю», «заболело горло», «поднялась температура», «тело ломит» и пр.



Увеличение количества заболевших в период эпидемии, %



- Brand Analytics, 01.09.2013 – 31.10.2013
- Всего за период: более 220 тысяч таких сообщений от 165 тысяч авторов.

Название темы:

Поисковый запрос:
[расширенная форма](#)



Введите поисковые слова или словосочетания, разделяя их запятыми

Область поиска:

 Твиттер Форумы Онлайн-СМИ Блоги Отзывы Соцсети Видео

Получать по e-mail:

E-mail:

Периодичность:

По мере поступления



Прогноз бюджета на месяц

Область поиска	Прогноз количества сообщений	Прогноз бюджета, руб*
Твиттер	18	126
Блоги	0	0
Соцсети	125	875
Видео	13	91
Форумы	0	0
Отзывы	0	0
Онлайн-СМИ	0	0
Итого	156	1 092

*Реальный бюджет может отличаться от прогнозируемого, т.к. он подсчитан на основе анализа активности публикации за последние 7 дней

Найдено сообщений

За сегодня	10
За вчера	1
За 7 дней	26
В среднем за день	3

Примеры сообщений:

B ...докладах - smmanalitika Зарегистрироваться можно здесь docs.google.com/forms/d/1sFKdPitARmLidj924O02BBc8ZZc2nfV4CiZgV7s0b1w/viewform?c=0 w=1 #sмм #smmday
#смм Регистрация на SMM Day - Академпарк
docs.google.com/forms/d/1sFKdPitARmLidj924O02BBc8ZZc2nfV4CiZgV7s0b1w/viewform?c=0 w=1...

 [Показать полный текст](#)

Источник: [vk.com](#) | автор: [Дария Осадчая](#) 601 | 12 ч.назад

▶ Социальные сети могут все! Кейс социального проекта. SMM Day

ИТОГ за первые сутки - Формула успеха Видео в рамках онлайн-конференции "WebPromoExperts SMM Day".
Смотрите полную запись трансляции (8 ч) по ссылке http://bit.ly/smmday_2015
ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ на WebPromoExperts! - Новые видео на YOUTUBE:...

 [Показать полный текст](#)

Источник: [www.youtube.com](#) | автор: [Академия интернет-маркетинга WebPromoExperts](#) 9085 | 1 сут.назад

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



Горбунов Максим

+7 913 457 10 10

vk.com/max1762