

# ТИПОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА SOCIAL NETWORK ANALYSIS

**CROS·DIGITAL**

## Ключевая команда проекта



**Ксения Касьянова**



**Ольга Сивкова**

Генеральный директор



**Родион Тарасов**

Стратегия и креатив



**Александр Смирнов**

Аналитика и продвижение



**Мария Тимофеева**

Контент и продюсирование



**Татьяна  
Гильдебрандт**

Управление проектом



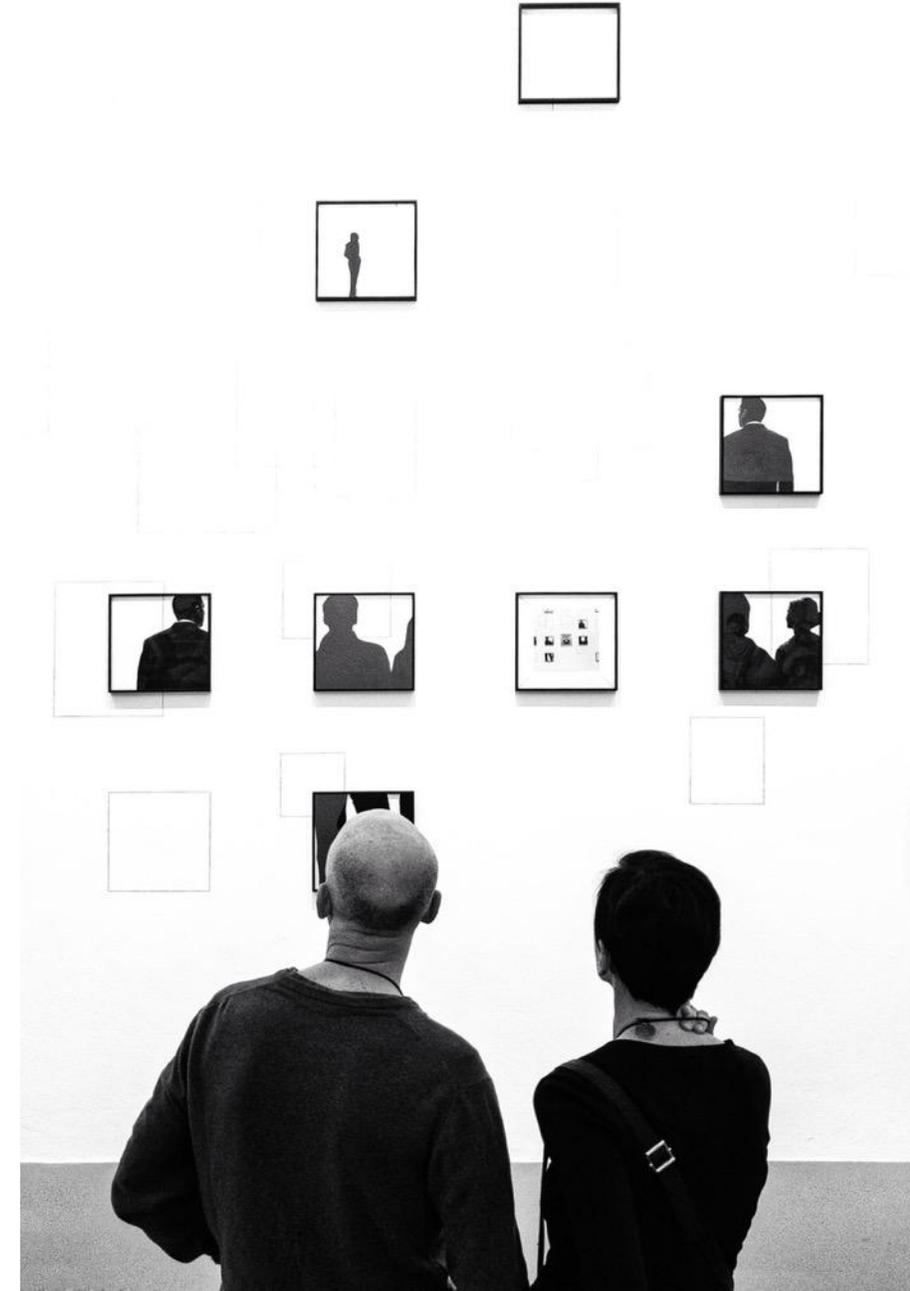
**Антон Голубчик**

Работа с блогерами

## Сети? Медиа!

В 2018 году корректнее говорить о работе в социальных медиа.

- Информационное поле, которое создают пользователи, выходит за рамки классических социальных сетей – ВКонтакте, Facebook Instagram или Одноклассников.
- В нашу жизнь плотно вошли и блог-платформы, и видео-хостинги, и мессенджеры.
- Telegram стал не только средством для личного общения, но и создал новое медийное пространство.
- В среднем, россиянин проводит в социальных медиа **2 часа 19 минут каждый день.**
- Мы соревнуемся за внимание пользователями не с другими брендами, а с его друзьями, родственниками, любимыми артистами, блогерами и традиционными медиа.
- Контент все еще король, но дистрибуция – это его королева. Не важно, насколько качественный контент мы производим, если его никто не увидит.



## Выбираем социальные медиа



# Платформы

The image displays a comprehensive grid of logos for various digital marketing and social media platforms, organized into several categories:

- Social Marketing Management:** shputlet, SYNCPARSE, vitrue, involucr, hootsuite, Social Publishing Platforms, Flowtown, Spredfast, awareness, tweet, tapfi, Socialware, hear say, MUTUALMIND, SPROUT SOCIAL, offerpop, Social Promotion Platforms, Social Amp, Seismic, Strutta, votigo, Fanzilla, SocialAppsHQ, extole, NORTH SOCIAL, Zuberance, BuzzAgent, CalmSea.
- URL Shorteners:** bitly, tiny arrows, TinyURL.com.
- Stream Platforms:** UberMedia, TweetDeck, twitpic, tweetmeme, StockTwits, wefollow, Listorious, Aol Lifestream, Cadmus, flixip, twitvid.
- Twitter Apps:** twitpic, tweetmeme, StockTwits, wefollow, Listorious, twitvid.
- Content Curation:** hunch, memolane, BuzzFeed, summify, Storify, Flipboard, SkyGrid.
- Facebook Apps:** LIKESTER, BranchOut, SNAP, bodoo, smule, causes, booshaka.
- Social Advertising Platforms:** TBG, Lexity, spruceMEDIA, Adcopy, Clickable, GRAPH EFFECT, BLING, epic social, SOCIALYZE, twelvelfold media, SAM, nanigans, Ybrant, KENSHOO, Marin, EfficientFrontier, Ybrand, Taykey.
- Social Brand Engagement:** socialvibe, mylikes, adly, local response, apps, DYNAMIC, sharethrough.
- Social Commerce Platforms:** Payment, Moontoast, SHOP TAB, live gamer, dotbox, mung, Molkio, FLUID, VendorShop, shop, mityon.
- Facebook Gaming:** playfish, zynga, Playdom, socialpoint, zylux, CreedStar, DIGITAL, WILDNEEDLEGAMES.
- Social Ad Networks:** rockyou, OnePilot, across, LIFESTREET, radum, XGRAPH, GNP, DATA SIFT, RapLeaf.
- Social Data:** GNP, DATA SIFT, RapLeaf.
- Social Search & Browsing:** TOPSY, winz, Aardvark, StumbleUpon, greplin, spokeo.
- Social Intelligence:** PostRank, Trendrr, ATTENUITY, VISIBLE, Buzz, actionly, vza, colligent, trackur, synthesia, bottlenose, scout24, brandprotect, rodan, M, backtype, ALTERIAN, NETBASE.
- Social Scoring:** KLOUT, empireavenue, PeerIndex.
- Social TV:** PHILIP, miso, GetGlue, clipsync, INTO NOW, tunerfish.
- Social Networks - Other:** LinkedIn, plaxo, Path, TAGGED, my, mysearch, orkut, Google+, #hashable, renren, friendly, golo, my, mysearch, orkut, Google+, #hashable, renren, friendly, golo.
- Social/Mobile Apps & Games:** waze, iCoop, Foodspotting, pelayo, playdate, waze, iCoop, Foodspotting, pelayo, playdate.
- Social Shopping:** Giantnerd, Zaarty, Zappli, Swipely, SVPPLY, LOCKERZ, ikoboo.
- Content Sharing (Reviews/Q&A/Docs):** topix, fotopedia, slideshare, DocShare, Scribd, yelp, Angie's list, Ouzo.
- Social Referral:** socialtext, 500friends, Turnio, eureka.
- Photo Sharing:** SmugMug, fixable, klip, flickr, photobudiet, ZangZing, Picasa.
- Social Business Software:** lithium, jive, telligent, Ingage, Satisfaction, LeverageSoftware, Pluck, Kid Apps, mzingo, Assistly.
- Blogging Platforms:** tumblr, Blogger, WORDPRESS, SQUARESPACE, Joomla!, JUX.
- External (Customer) Facing:** Satisfaction, LeverageSoftware, Pluck, Kid Apps, mzingo, Assistly.
- Internal (Employee) Facing:** huddle, cubetree, acquia, igloo, yammer, moxie, Watchtoo, Socialtext, yammer, SOCIALCAST.
- Community Platforms:** GRCU, PS, Kick Apps, mixxt, Groupie.
- Social Networks - Other:** LinkedIn, plaxo, Path, TAGGED, my, mysearch, orkut, Google+, #hashable, renren, friendly, golo.
- Social Shopping:** Giantnerd, Zaarty, Zappli, Swipely, SVPPLY, LOCKERZ, ikoboo.
- Content Sharing (Reviews/Q&A/Docs):** topix, fotopedia, slideshare, DocShare, Scribd, yelp, Angie's list, Ouzo.
- Social Referral:** socialtext, 500friends, Turnio, eureka.
- Photo Sharing:** SmugMug, fixable, klip, flickr, photobudiet, ZangZing, Picasa.
- Social Business Software:** lithium, jive, telligent, Ingage, Satisfaction, LeverageSoftware, Pluck, Kid Apps, mzingo, Assistly.
- Blogging Platforms:** tumblr, Blogger, WORDPRESS, SQUARESPACE, Joomla!, JUX.
- External (Customer) Facing:** Satisfaction, LeverageSoftware, Pluck, Kid Apps, mzingo, Assistly.
- Internal (Employee) Facing:** huddle, cubetree, acquia, igloo, yammer, moxie, Watchtoo, Socialtext, yammer, SOCIALCAST.
- Community Platforms:** GRCU, PS, Kick Apps, mixxt, Groupie.
- Plug-ins/Widgets:** tynt, Bazaarvoice, gigya, Badgeville, ShareThis, spinback, jonrain, clearspring, echo, PowerReviews, Mass Relevance, meebp, Cover It Live, widgetbox, factory.
- Traditional Publishers:** DAILY CANDY, CW, The New York Times, abc, Glam Media, THE WALL STREET JOURNAL, HEARST corporation, Aol, CONDÉ NAST.

Twitter  
facebook

# SOCIAL MEDIA MAP • 2018



Специализация сетей колоссально широка

Download this PDF.  
The links are live.

SOCIAL MEDIA SERVICES

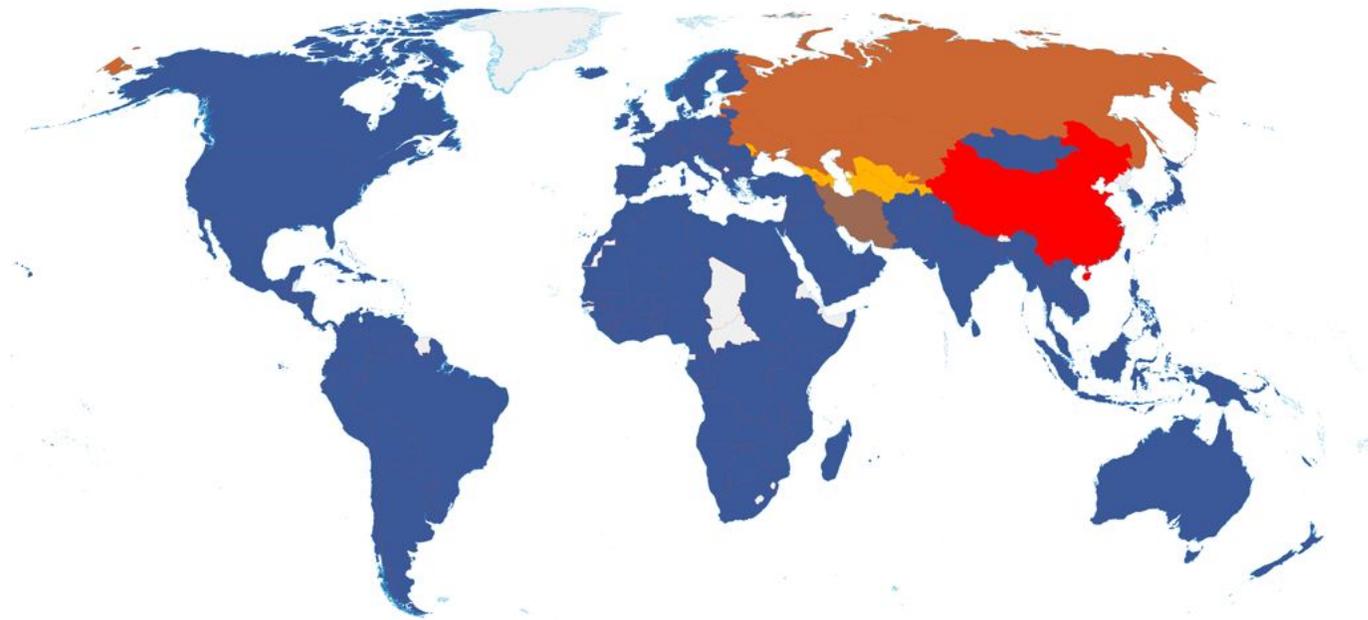
SHARE:

overDRIVE  
INTERACTIVE

# Социальные сети в мире

## WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2018

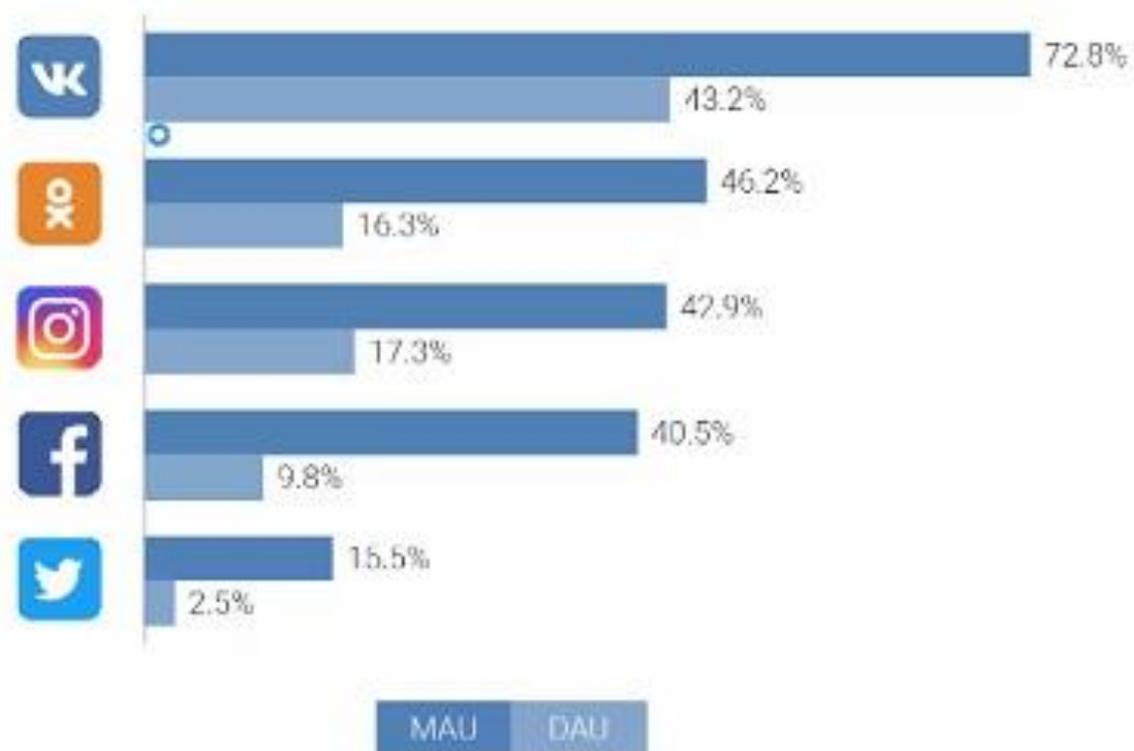


credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb

## Самый охватный социальный сервис



Источник: Mediascope, февраль 2018, Россия (города 100К+, 12-64 лет), desktop + mobile, % населения страны

## Зачем мы делаем анализ инфополя?

1. Узнаем, как в принципе устроено информационное поле:
  - Значимые источники и площадки
  - Экспертиза в заданной области (не бывает экспертов «вообще»)
2. Оцениваем присутствие собственного объекта в информационном поле:
  - Частотность упоминания
  - Источники упоминания
  - Контексты упоминания
3. Сравниваем с конкурентами:
  - Аналогично
4. Оцениваем потребителей информации:
  - Мифы
  - Стереотипы

### **NB!**

Каждая предметная область имеет свои информационный ландшафт. Прежде чем начать коммуникативные действия, мы должны проверить, как устроено пространство.

## Типы анализа социальных медиа

### Анализ собственных социальных медиа

- Размер сообщества
- Доля ботов и заблокированных пользователей
- Количество активных подписчиков сообщества
- Активные ядра аудитории
- Количество постов
- Уровень вовлеченности (на пост, на страницу) (Сумма вовлечений/количество постов\*база подписчиков) ИЛИ (Сумма вовлечений/база подписчиков\*длина периода в днях)

### Анализ внешнего информационного пространства

- Количественные характеристики потока (число сообщений в единицу времени)
- Категоризация сообщений
- Смысловой анализ
- Тональность упоминаний
- Характеристика авторов
- Географическая характеристика
- Анализ виральности сообщений и тредов

## Зачем анализировать информационное поле

### Маркетинг (бренд, продажи)

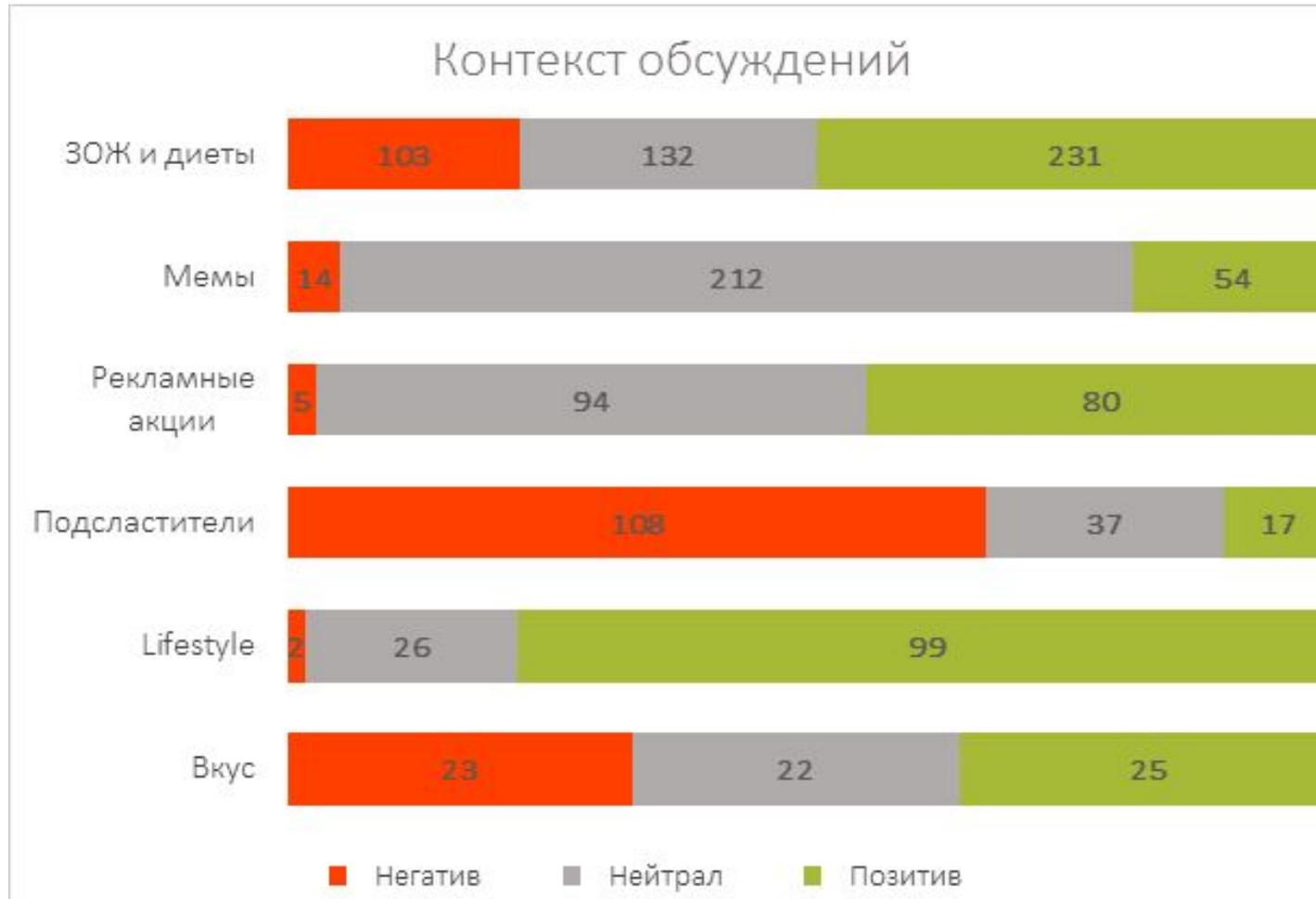
- Продукт
- Покупка
- Покупатели
- Продвижение
- Персонал
- Точки продаж
- Цена

### PR (репутация)

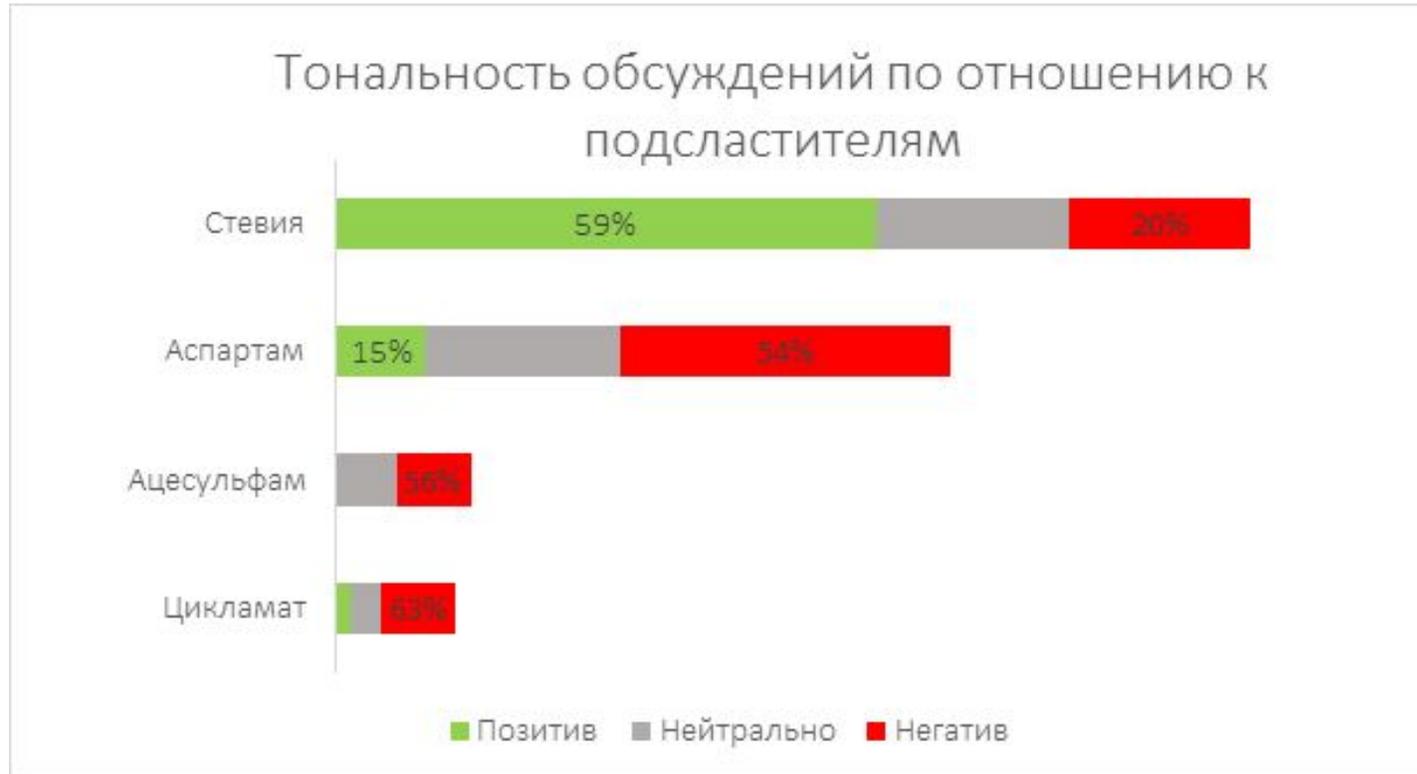
- Темы (в том числе, смежные)
- Источники
- Риски
- Ретрансляторы

## Пример: газировка (продукт)



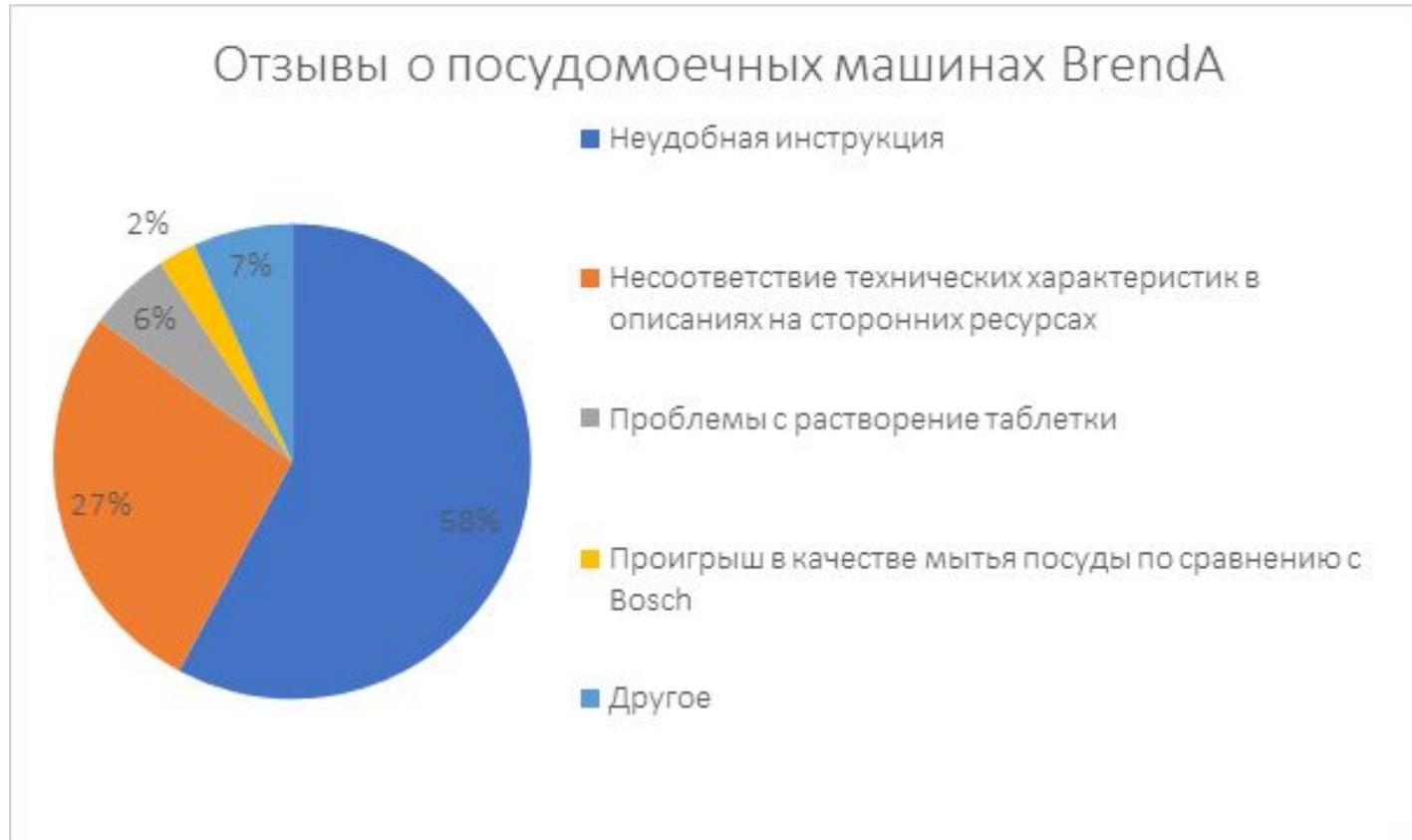


Видим пути развития тем и ключевые рисковые зоны



Имеем возможность  
выбирать состав продукта

## Пример: посудомоечные машины (покупка)



А мы продолжаем гоняться за интерфейсом...

## Пример: Burger King (покупатель)



7% сообщений в сети -  
#ночнойдожор

## Пример: Starbucks (продвижение)

Прошлой ночью я был в Старбакс, и когда бариста закончил делать мой напиток, он наклонился и прошептал: "Не позволяй никому погасить в тебе искру". А я лишь улыбнулся, и когда уходил, я слышал, как его коллега сказала: "ПРЕКРАТИ ГОВОРИТЬ ЛЮДЯМ ЭТО, ВСЕМ ПОХЕР НА ТВОЁ ОБОДРЯЮЩЕЕ ДЕРЬМО", на что парень ответил: "Милая, никаким чертовым способом ты не сможешь погасить эту искру во мне."

♥ Нравится 3921

💬 Комментировать

📣 95

👁 60K

12 комментариев



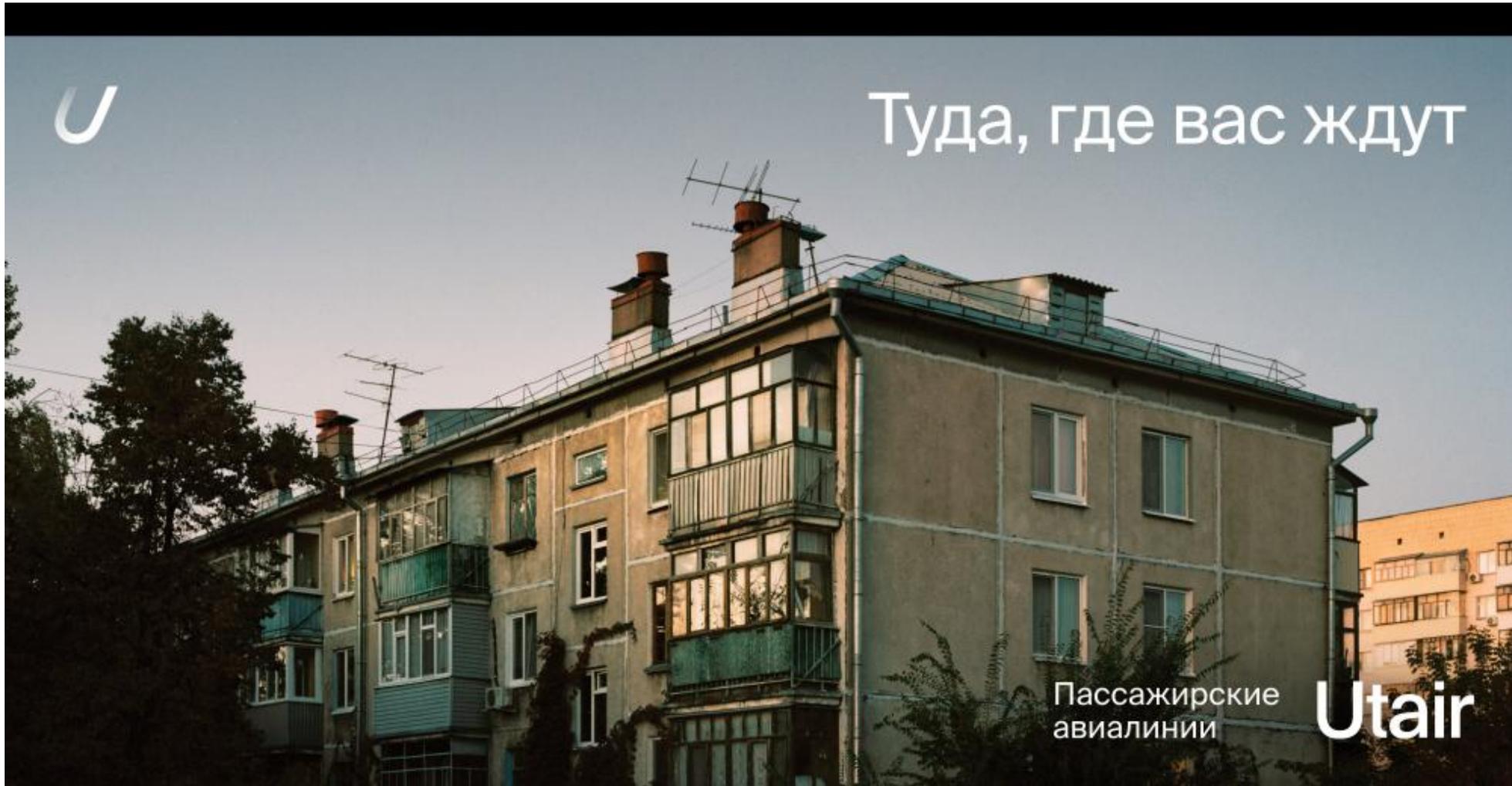
Егор Сиван

боже, а можно таких людей как можно чаще встречать??

30 янв в 17:27 Ответить

♥ 118

## Пример: Utair (продвижение)



## Пример: BurgerKing (персонал)

☹ Мне сегодня в бургер кинге на мире девушка **кассир** так **грубо** ответила, я в шоке была, всегда думала, что их там обязывают быть супер любезными.. Если ума хватило только на работу в маке, так будь профессионалом хотя бы на таком своём месте, а не порти людям настроение!! [Показать полный текст](#)

👍 64 💬 48 ❤️ 16 👁 3 613

📌 vk.com ▾ Пост ▾ Уфа подслушано ▾ 98 472 Россия, Уфа | 05.09.2018 08:30

📝 Ответить 📌 Добавить теги 📌 Создать поручение ✖ Удалить

☹ вернулись и сказали, что посылки и самого мороженого мало, на что нам ответили в **грубой** форме, что мы его уже съели по пути, а он все сделал правильно. Позже подошла девушка и попросила объяснить [Показать полный текст](#)

📌 vk.com ▾ коммент. ▾ Анастасия Ветошенко ▾ 315 Россия, Челябинск | 29.08.2018 18:36

### Отзыв о "Бургер Кинг"

☹ Добрый день нам с еды всё понравилось но только у вас **сотрудник** который убирается на верху за столами он очень **грубый** его грубость нам не очень понравилась [Показать полный текст](#)

📍 maps.yandex.ru ▾ коммент. ▾ Назира А. ▾ Россия, Москва | 22.08.2018 15:38

## Пример: цена

@opsheno @karinaa\_fortuna Мне там вообще кофе не понравился.. обхожу стороной Старбакс. Дорого и кофе не очень. Берут деньги за название только брендовое. В маккафе, Скуратове и Даблби мне больше нравится ))

twitter.com Post 6 153

грамотный маркетинг? 😊 Я не самый главный кофеман вся инстаграма, но вкус же у меня тоже есть! В старбаксе дорого, там безвкусные маффины, сухие роллы, скромные сэндвичи, очень странные холодные чаи [Показать полный текст](#)

🔊 22 717 💬 383 ❤️ 22 334

instagram.com Post Фреш из разбитых стереотипов 288 389 Россия, Москва



примерно столько же или даже дороже (Шоколадница, Старбакс, Даблби...) И это я не говорю дороговую Кофеманию

twitter.com Post Витая 1 586 Россия, Москва

## Задание к семинару

**1. Поговорим о типах аналитики в социальных медиа: найдите максимальное число параметров, которые можно анализировать в сетях**

**2. Обсудим, как изменялась аналитика в социальных медиа: что анализировали 5-7 лет назад и что анализируют сейчас**

**3. Сравните традиционный анализ коммуникационного поля и digital анализ: что общего и что отличного в этих типах анализа**

**4. Найдите отзывы о различных мониторинговых системах, которые существуют на рынке: давайте составим карту инструментов, которыми можно анализировать социальные медиа.**

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**

**CROS·DIGITAL**