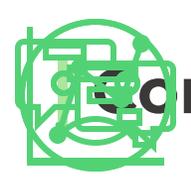




Бенчмарки основных метрик в социальных медиа для разных индустрий





Content

- 01 Ключевые метрики для разных индустрий
- 02 Банковская индустрия
- 03 Retail-индустрия
- 04 Food & Beverages индустрия
- 05 IT-индустрия
- 06 Beauty-индустрия
- 07 Методология

КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ:

WORD OF MOUTH

NET SENTIMENT RATE

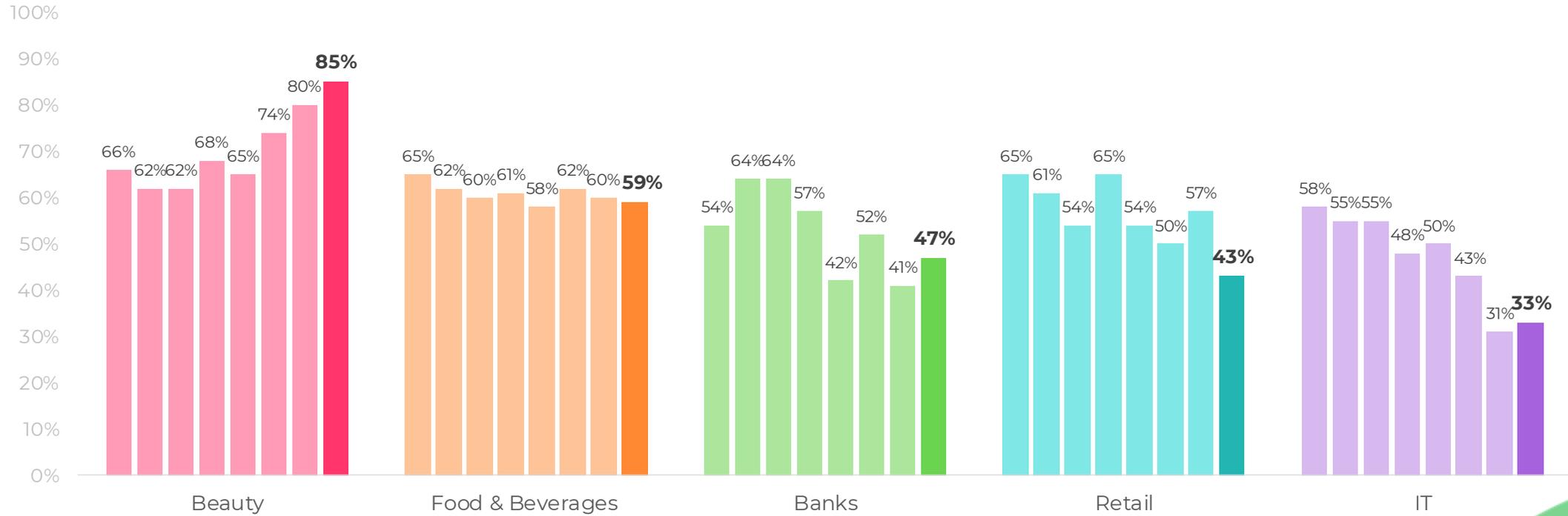
CONVERSATION DYNAMICS

SHARE OF CONVERSATION

Ключевые метрики для разных индустрий

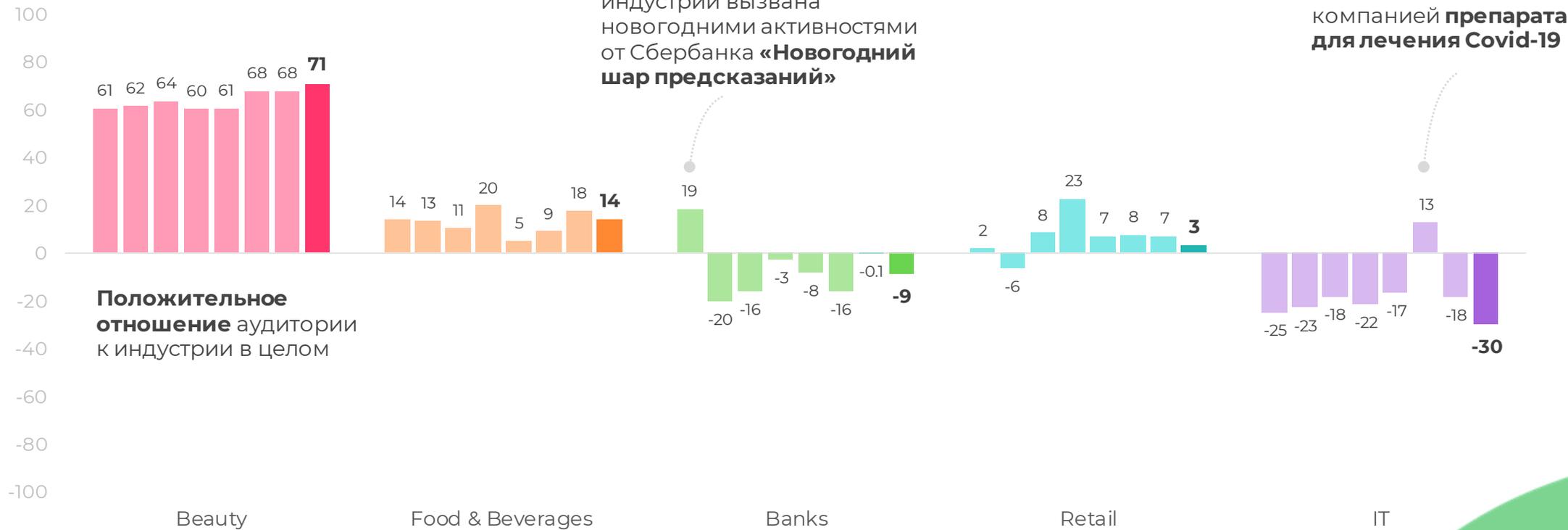


Word Of Mouth



$$\text{WOM \%} = \frac{\text{WOM-упоминания}}{\text{общее количество упоминаний}}$$

Net Sentiment Rate



Позитивная тональность для индустрии вызвана новогодними активностями от Сбербанка «Новогодний шар предсказаний»

Обсуждение научных разработок **Ростеха**, а также создания компанией **препарата для лечения Covid-19**

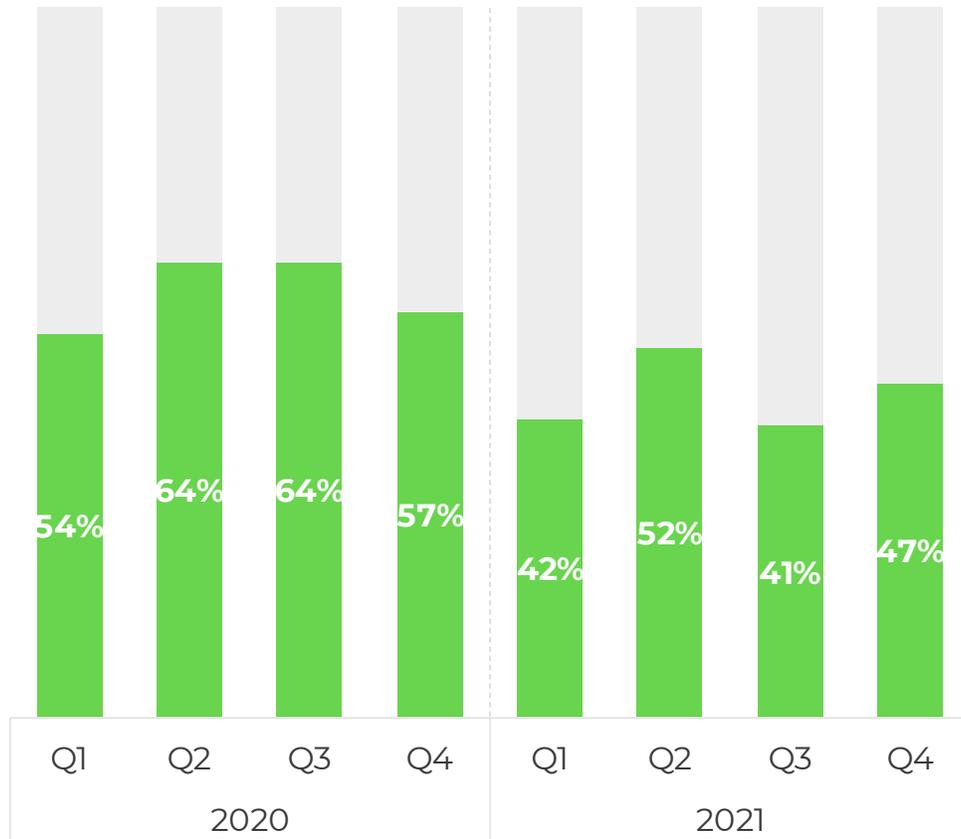
Положительное отношение аудитории к индустрии в целом

$$NSR = \frac{\text{позитивные упоминания} - \text{негативные упоминания}}{\text{позитивные упоминания} + \text{негативные упоминания}} * 100$$

Банковская индустрия



Word Of Mouth



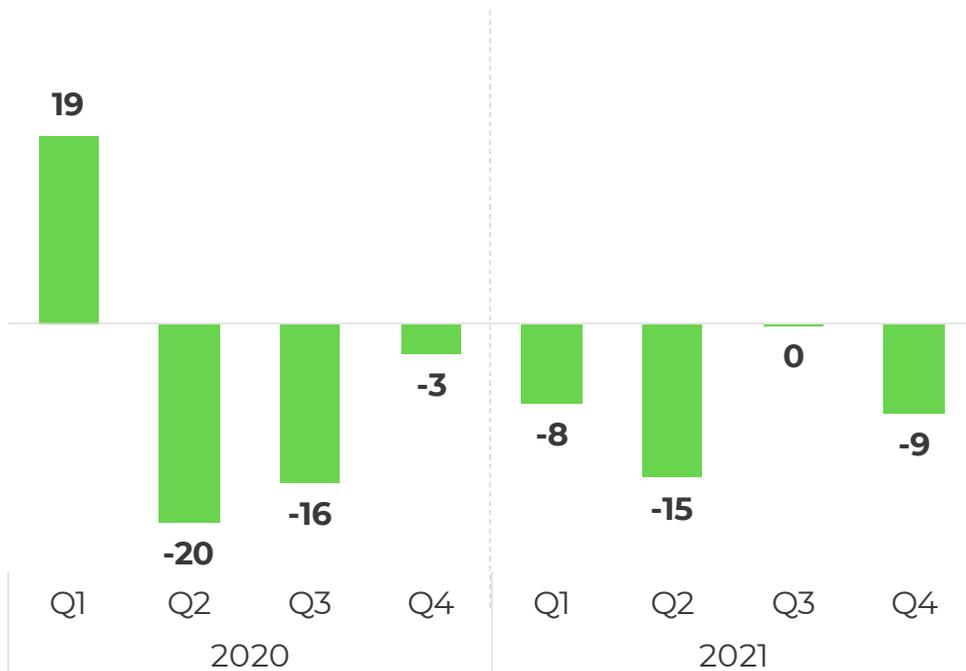
2020

- **Q2:** Значительное повышение доли WOM-упоминаний связано с увеличением количества постов на тему **обслуживания Сбербанка на Facebook и YouTube**
- **Q3:** Обновление версии **мобильного приложения Сбербанка** спровоцировало высокую активность аудитории в соцмедиа

2021

- **Q1:** Видеоролики в ТикТоке и обсуждения популярного ТикТок Хауса на YouTube (DreamTeam House), в которых упоминался и **Сбербанк**, имели значительное влияние на количество пользовательского контента
- **Q2:** Обсуждения банка **«Открытие»**, отзывы пользователей на форумах
- **Q4:** Упоминания банков в пользовательском контенте (Instagram, ТикТок), обсуждение **уголовного дела Марины Раковой**

Net Sentiment Rate



2020

- **Q1:** Позитивная тональность для индустрии вызвана новогодними активностями от Сбербанка «**Новогодний шар предсказаний**»
- **Q2:** Негативные упоминания о высокой **комиссии за перевод денежных средств**, отсутствии **кредитных поблажек** и **сокращении сети отделений**
- **Q4:** Относительное изменение тональности упоминаний в позитивную сторону вызвано предновогодней акцией «**СБЕР Салют**»

2021

- **Q1:** Выбор Алишера Моргенштерна **Альфа-Банком** директором по работе с молодежью и проблемы с сервисом у **Сбербанка** вызвали негативные эмоции в сети
- **Q4:** Новости о вице-президентке **Марине Раковой** и ее фигурировании в **уголовном деле** спровоцировали рост негатива в банковской индустрии

Conversation Dynamics



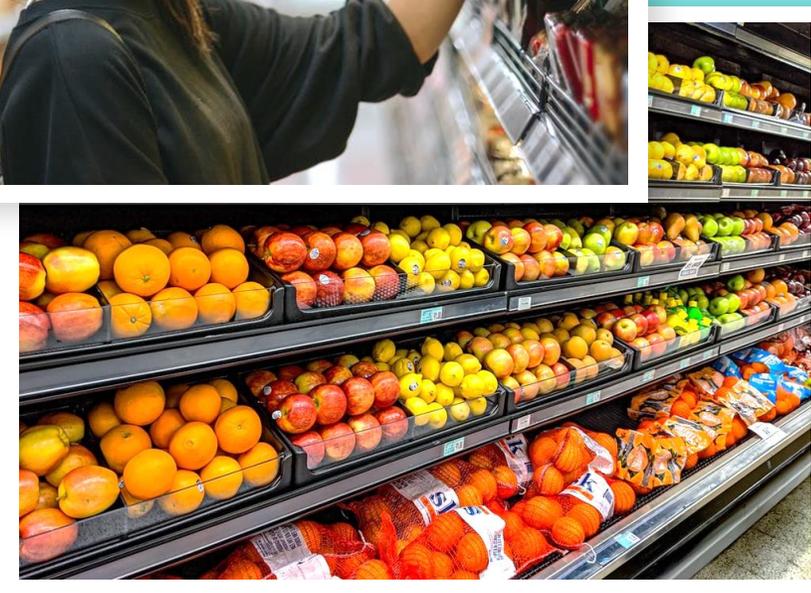
Share of Conversation



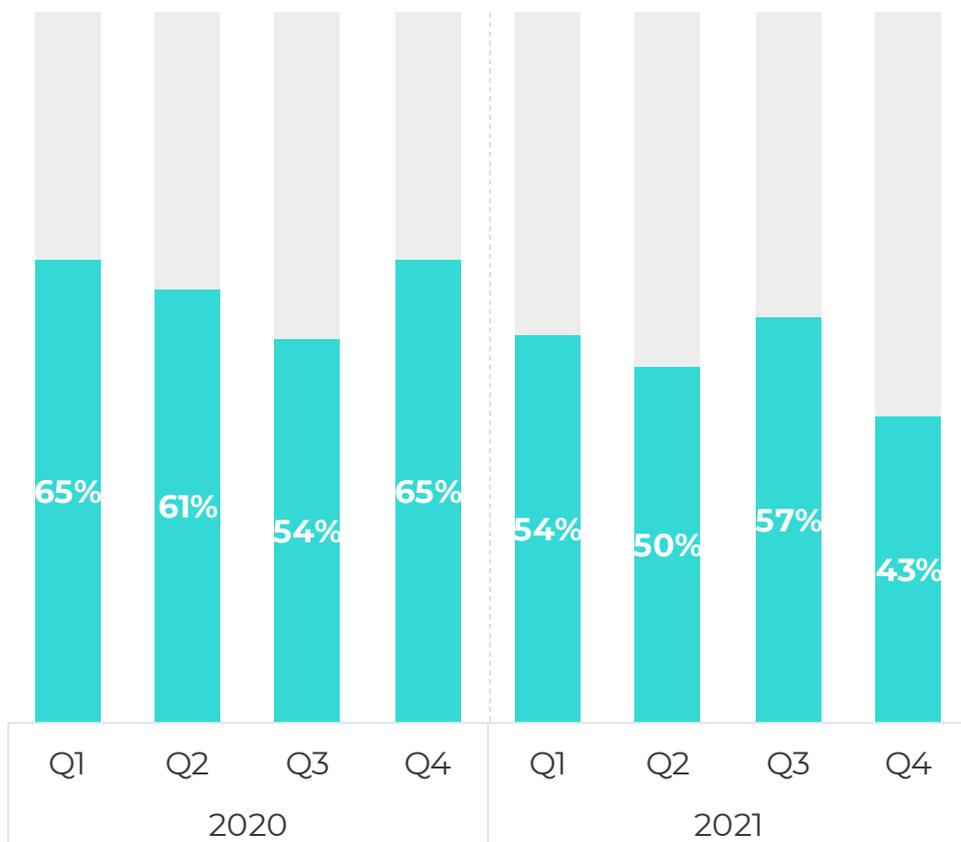
За период исследования проанализировано:

11 банков
16 млн упоминаний

Retail-индустрия



Word Of Mouth



2020

- **Q1:** Оценка пользователями качества обслуживания **персонала и ассортимента** товаров на сайтах **Yandex Maps и Google Maps** (15% от всех WOM). Высокое вовлечение аудитории в **акции торговой сети Магнит**
- **Q2:** Аудитория активно обсуждала **акции «Тролли мировой тур»** торговой сети **Пятерочка**, а также соблюдение **карантинных норм** и **качество товаров** в магазинах **Магнит**
- **Q3:** Участие аудитории в **акциях супермаркетов Магнит и Пятерочка**. **Q4:** Активное вовлечение аудитории в акцию от торговой сети Магнит: **«Скрепьши 2 серия»**

2021

- **Q2:** Участие в **розыгрышах**, а также новость о том, что **Лента** покупает российскую сеть супермаркетов **Billa**
- **Q4:** Снижение доли WOM-контента связано с **ростом коммерческих объявлений в Telegram**

Net Sentiment Rate



2020

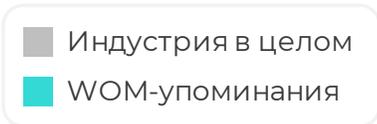
- **Q2:** На снижение NSR повлияли:
 - негативные отзывы о распаковке / получении призов по акции из торговой сети Пятёрочка **«Тролли мировой тур»**
 - обсуждение аудиторией новости, что **охранник Магнита избил людей нетрадиционной ориентации** в Архангельске
- **Q4:** Резонансное видео в YouTube о **сборе всей коллекции «скрепишей»** участником акции от торговой сети Магнит

2020

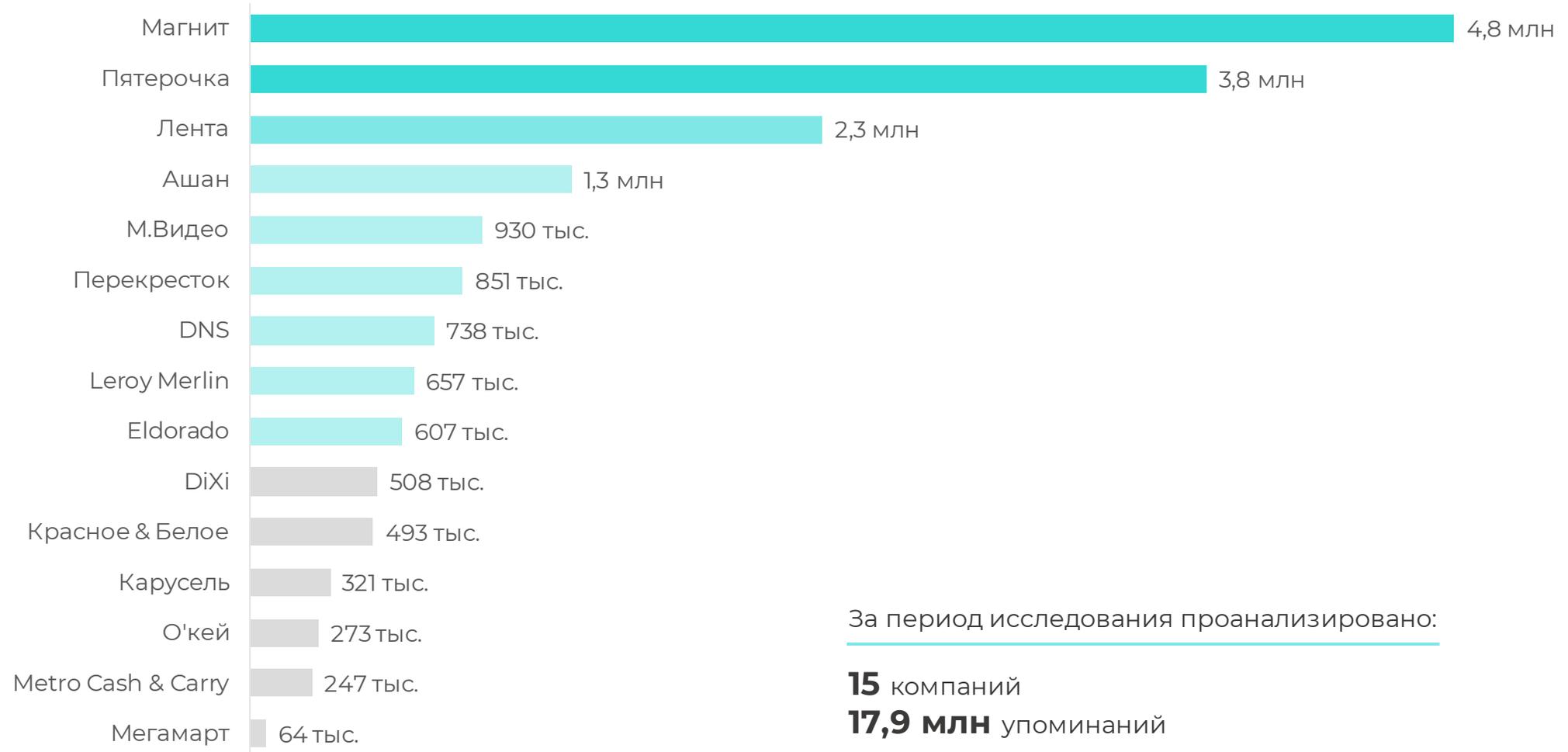
- **Q4:** Больше всего жалоб было связано с торговой сетью Пятёрочка. Пользователи жаловались на **очереди и повышение цен**. Также активно обсуждались новости о том, что **охранник** супермаркета заподозрил 13-летнего подростка в краже и сломал ему позвоночник

$$\text{NSR} = \frac{\text{позитивные упоминания} - \text{негативные упоминания}}{\text{позитивные упоминания} + \text{негативные упоминания}} * 100$$

Conversation Dynamics



Share of Conversation



За период исследования проанализировано:

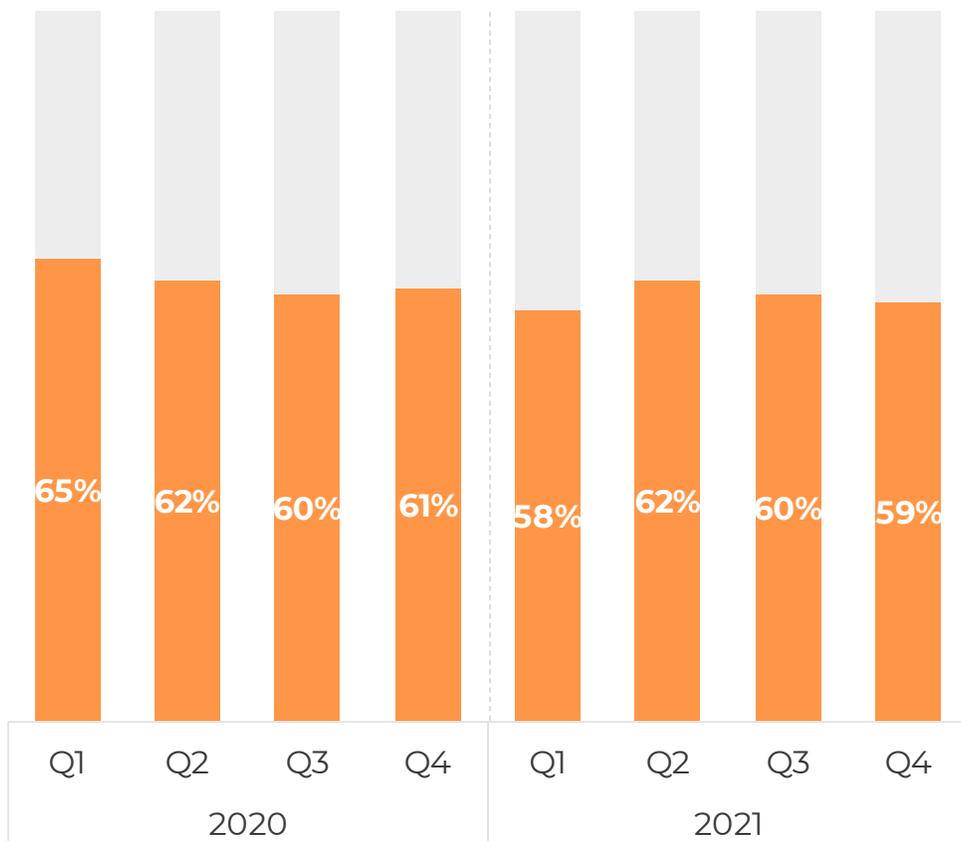
15 компаний

17,9 млн упоминаний

Food & Beverages индустрия



Word Of Mouth



2020

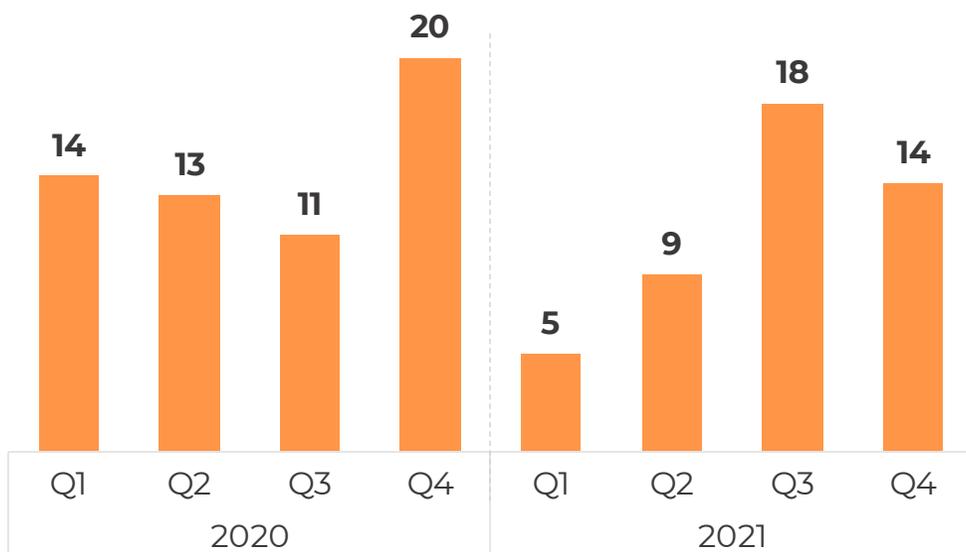
- **Q1:** Аудитория активно принимает участие в различных **опросах и акциях**. Преобладают упоминания о компаниях **Coca-Cola** и **PepsiCo**

2021

- **Q1:** В 2021 году доля WOM меняется незначительно. Компании **PepsiCo** и **Coca-Cola** остаются на лидирующих позициях в обсуждениях
- **Q2:** Доля WOM выросла благодаря увеличению количества упоминаний на e-commerce платформах
- **Q4:** В связи с проведением промоакций компанией **Роллтон Россия** количество упоминаний о компании увеличились в два раза по сравнению с предыдущим кварталом

$$\text{WOM \%} = \frac{\text{WOM-упоминания}}{\text{общее количество упоминаний}}$$

Net Sentiment Rate



2020

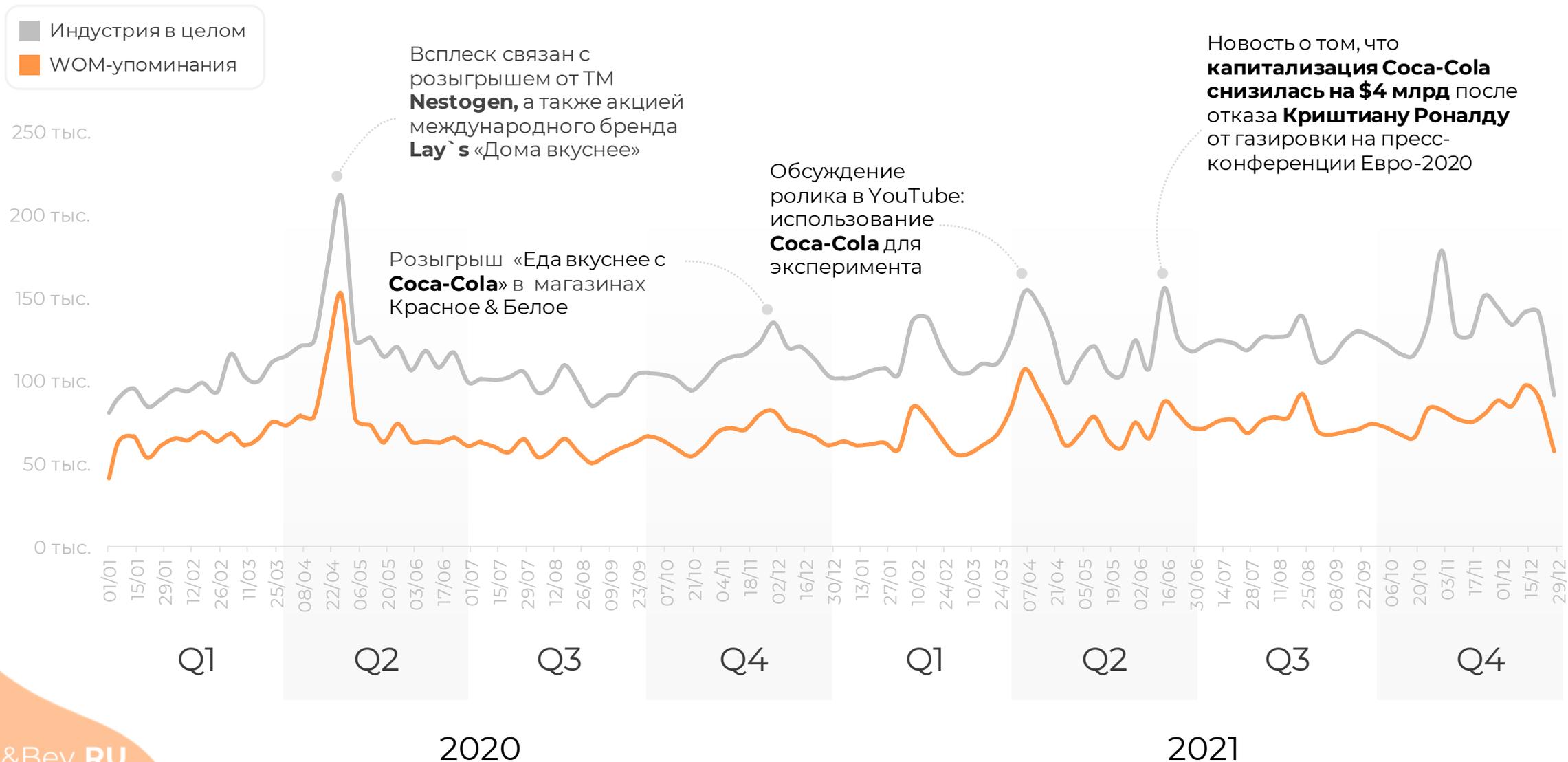
- **Q1:** Преобладание позитивной тональности связано с активным участием аудитории в акциях и розыгрышах от **PepsiCo** и **Coca-Cola**
- **Q4:** Пользователи делятся своими отзывами на таких сайтах как **ozon.ru** и **wildberries.ru** (10% от общего количества положительных отзывов). Преобладают положительные отзывы о продукции компании **PepsiCo** (32% от всех позитивных упоминаний индустрии)

2021

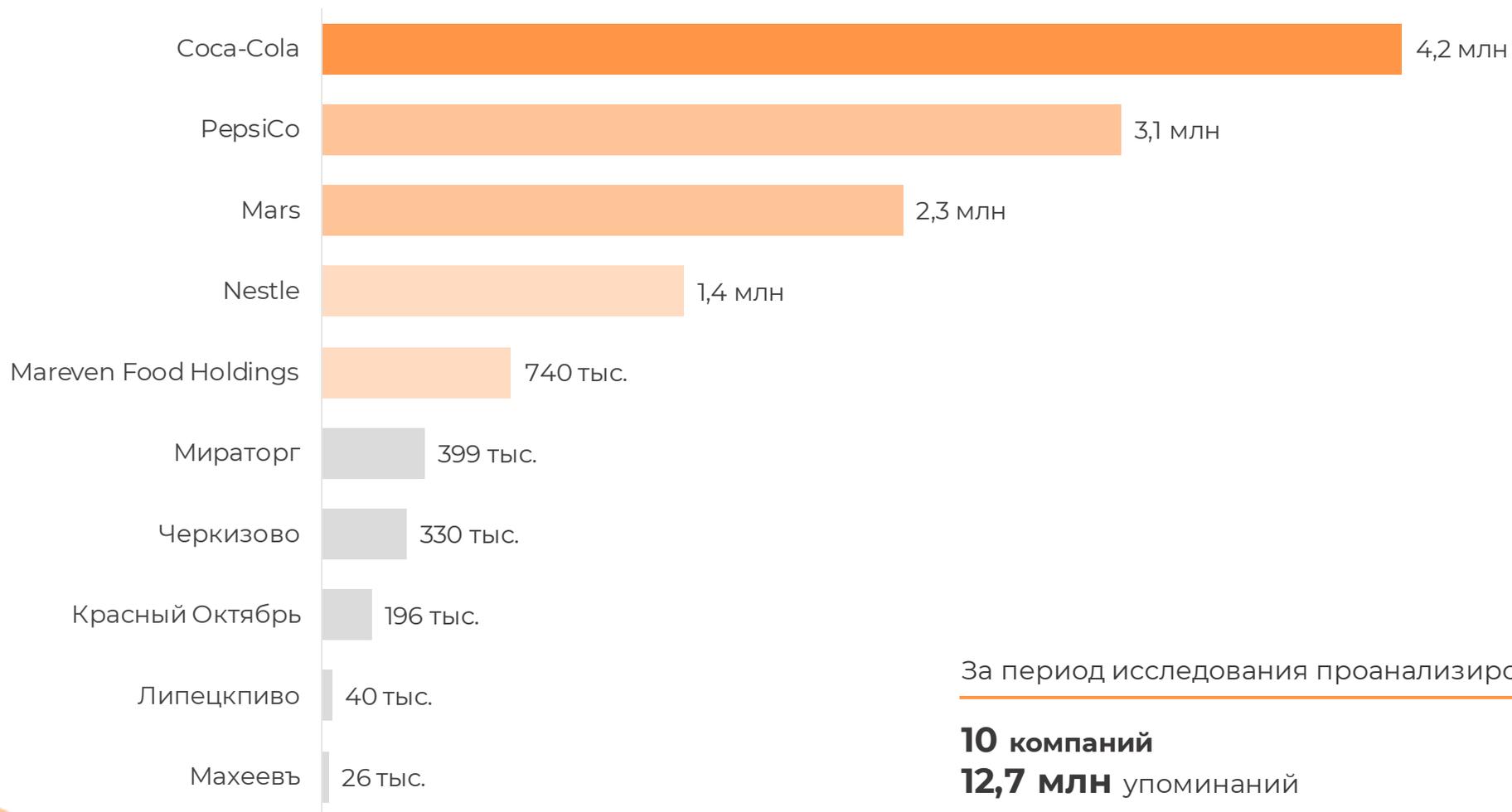
- **Q1:** Снижение количества положительных упоминаний связано с окончанием предновогодних розыгрышей. Также в сети появились многочисленные негативные репосты упоминаний с рецептом избавления от садовой тли с помощью **Coca-Cola**
- **Q3:** Рост NSR связан со значительным уменьшением количества негативных упоминаний о продукции **Coca-Cola**

$$\text{NSR} = \frac{\text{позитивные упоминания} - \text{негативные упоминания}}{\text{позитивные упоминания} + \text{негативные упоминания}} * 100$$

Conversation Dynamics



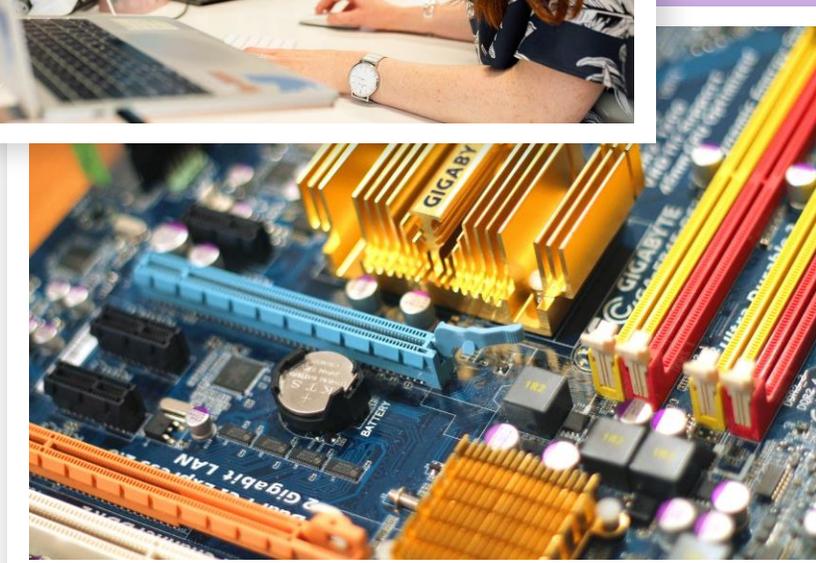
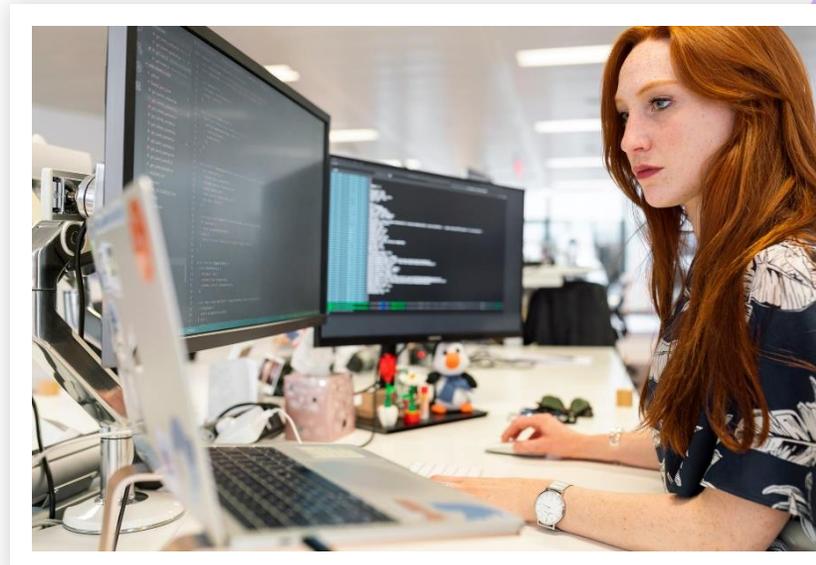
Share of Conversation



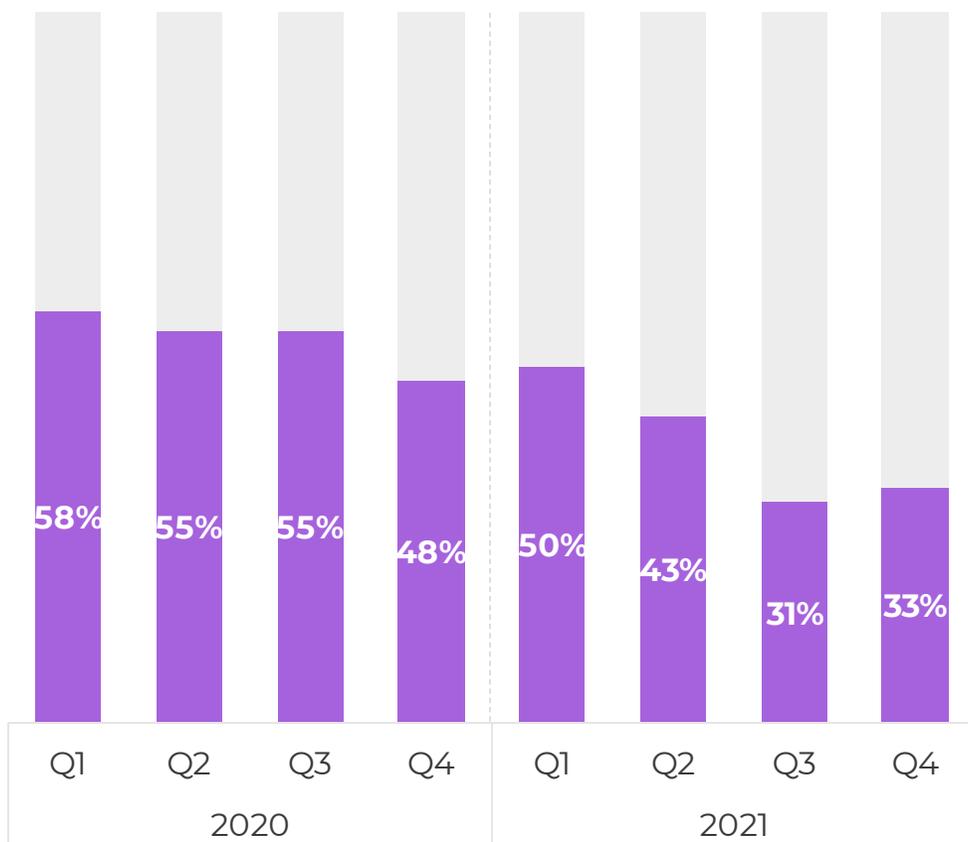
За период исследования проанализировано:

10 компаний
12,7 млн упоминаний

IT-индустрия



Word Of Mouth



2020

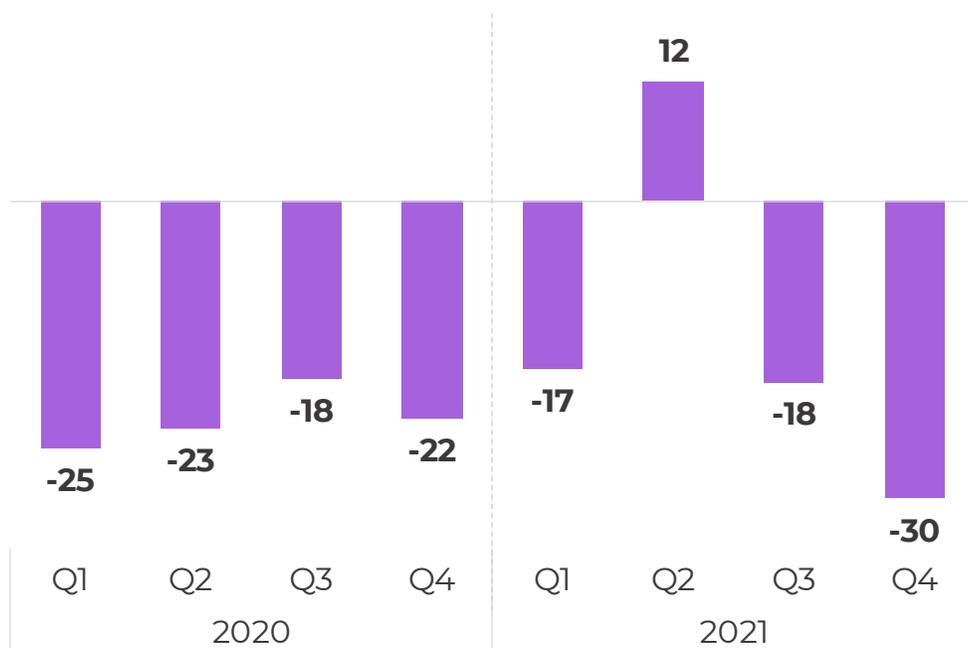
- **Q1:** **Ростелеком** является лидером по объему WOM-контента среди индустрии: **в 2,5 раза больше**, чем следующая по количеству упоминаний компания **ТС**
- **Q2:** Показатель WOM для **Ростеха** поднялся из-за вспышки обсуждения **возгорания аппаратов ИВЛ**. Новость о выпускнике ФСБ в управлении **Лаборатории Касперского** спровоцировала резкий всплеск постов в Twitter
- **Q3:** Доля WOM остается стабильной. Примечательно, что **мужчины делают в два раза больше публикаций**, чем женщины

2021

- **Q1:** Пользователи активно обсуждали и шутили о перебоях в работе интернета от **Ростелеком**, а также о намеренном замедлении Twitter
- **Q3:** Популярной темой в социальных медиа была коррупция среди топ-менеджеров **Ростех**
- **Q4:** Возросло количество упоминаний о **Лаборатории Касперского** в связи с увеличением отзывов на Play Market о приложениях компании

Net Sentiment Rate

С начала 2020 года государственные **Ростелеком** и **Ростех** ответственны за **3/4 всего негатива** по индустрии в целом. В то же время **Ростех** привносит около **40%** позитивных упоминаний



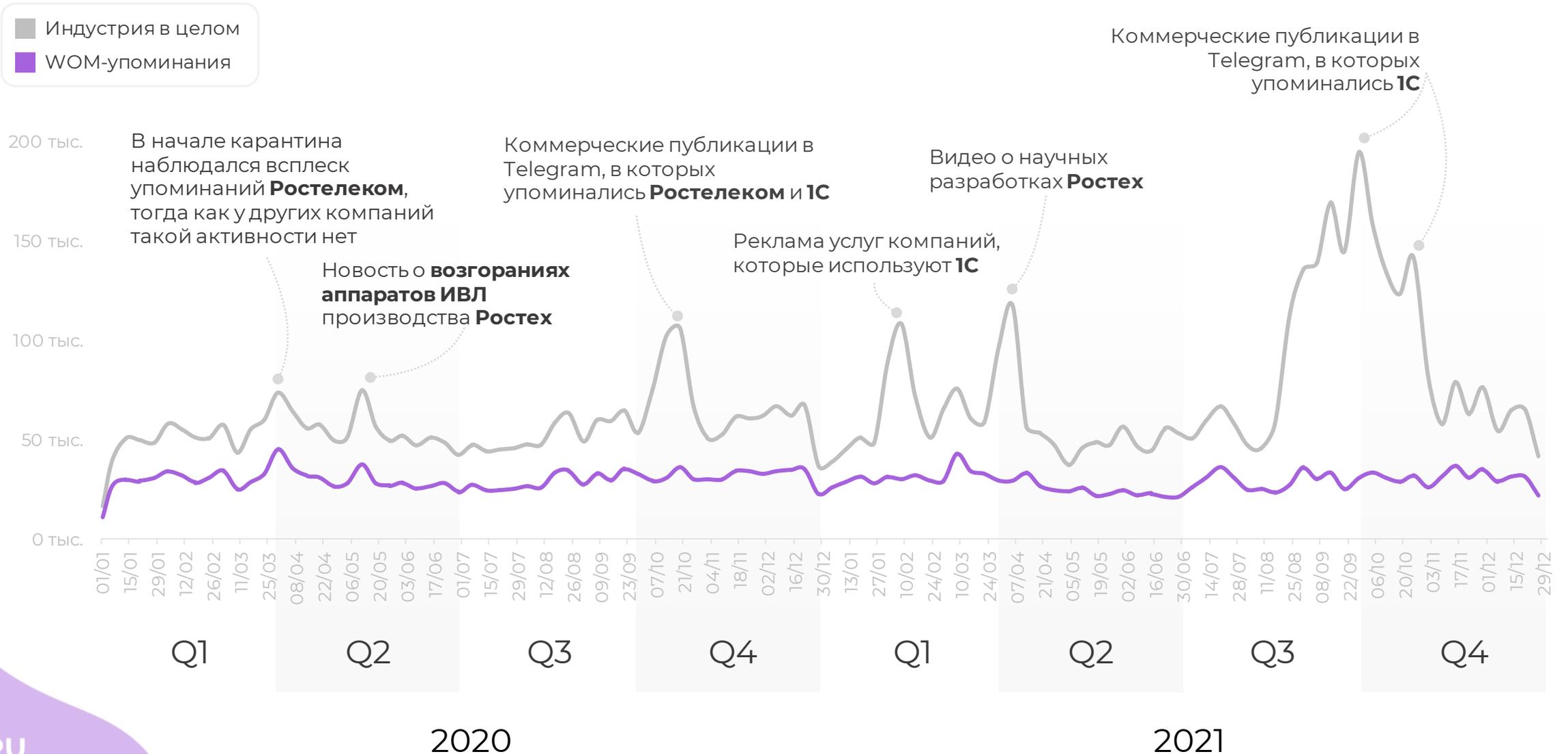
2020

- **Q1:** Высокая доля негатива вокруг политических скандалов, в которых замешан глава компании **Ростех**
- **Q2:**
 - Около 20% негативных упоминаний о компании – новость о **возгорании аппаратов ИВЛ** производства **Ростех**
 - Также всплеск негатива вызвала информация о **назначении выпускника ФСБ гендиректором Лаборатории Касперского** – пользователи призывали не доверять свои данные компании

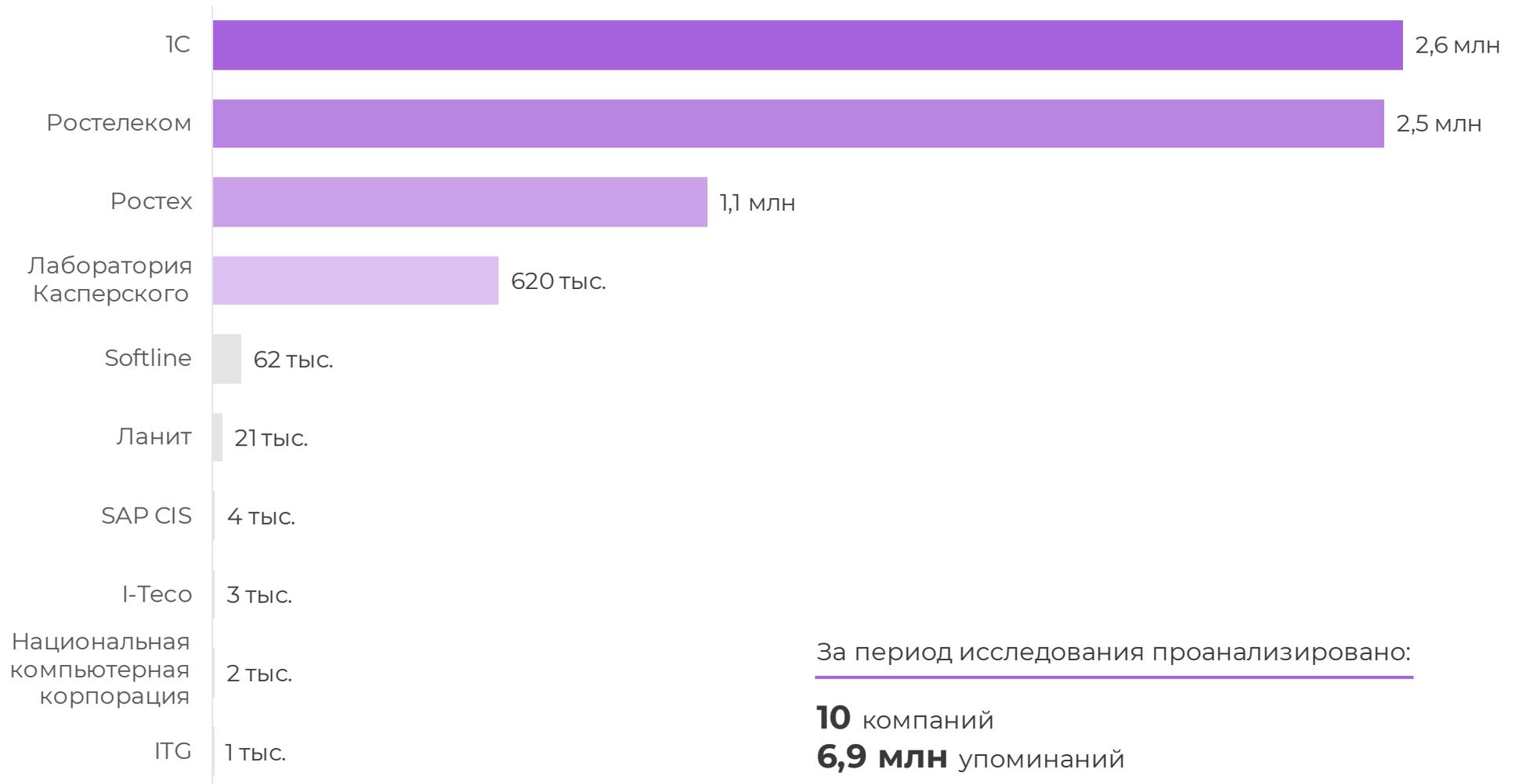
2021

- **Q1:** Распространение **петиции о запрете сжигания мусора** на территории России. **Ростех** указывается одним из главных бенефициаров этого процесса в России
- **Q2:** Публикации научных разработок **Ростеха**, а также о создании компанией **препарата для лечения Covid-19**
- **Q3:** Тема коррупции среди топ-менеджеров **Ростех** составляет около 1/5 негативных упоминаний в этом квартале
- **Q4:** Около половины упоминаний **Ростех** были негативными. Также пользователи осуждали **Ланит** за уклонение от уплаты налогов

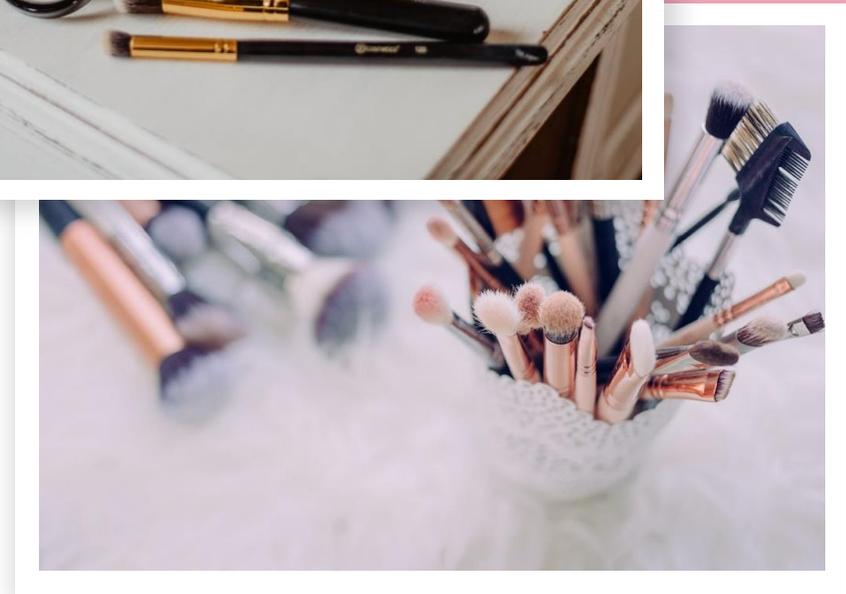
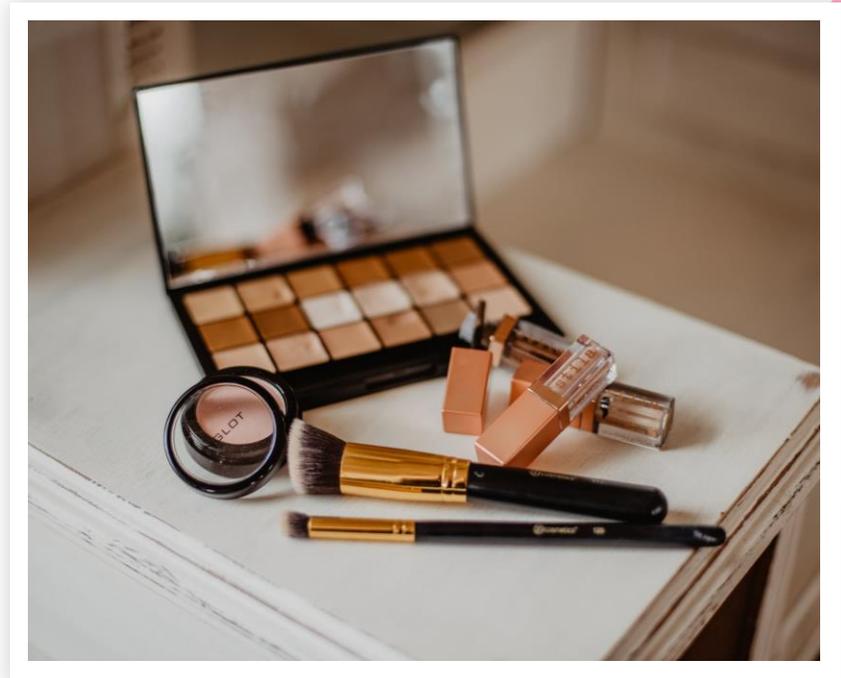
Conversation Dynamics



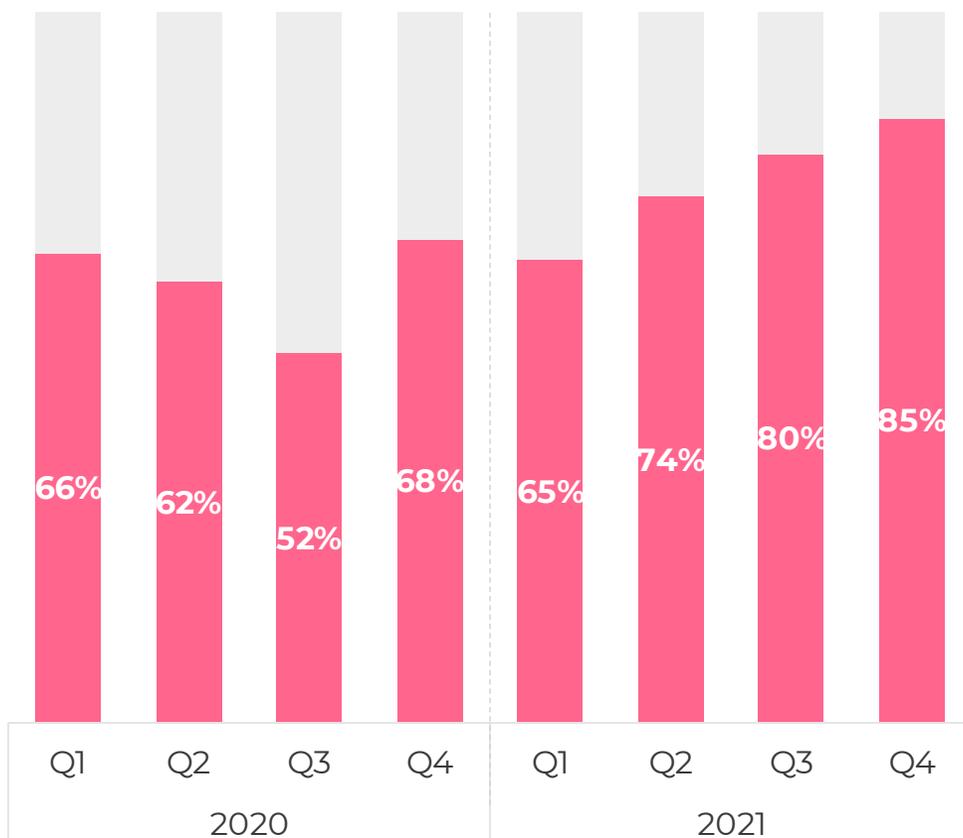
Share of Conversation



Beauty-индустрия



Word Of Mouth



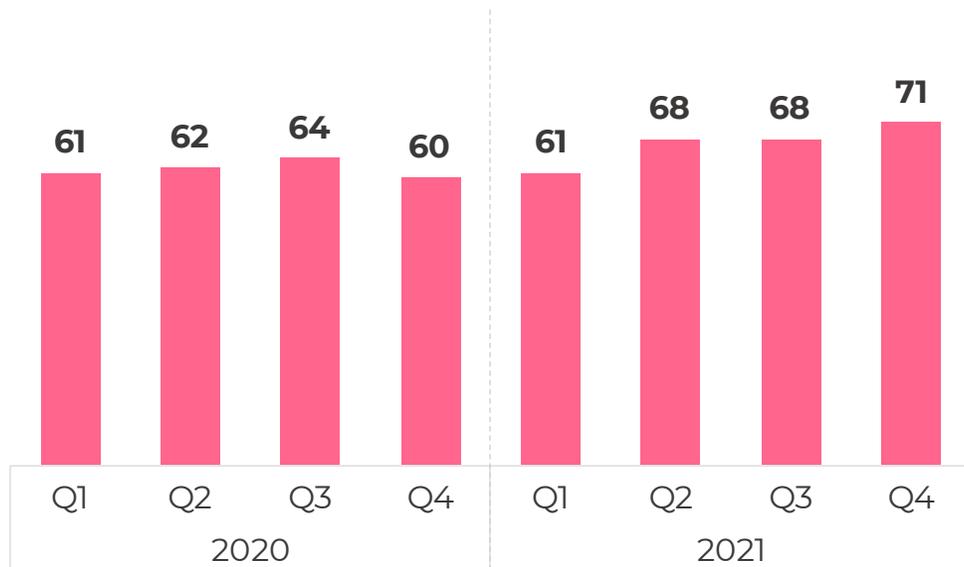
2020

- **Q1:** Пользователи делятся своим мнением о помадах (какой эффект получается после нанесения и насколько долго держится на губах). **NYX Professional Makeup** стал самым обсуждаемым брендом
- **Q4:** Аудитория более активно писала об уходе за волосами или лицом. Из-за этого доля сообщений о бренде **Garnier** увеличилась на 23%

2021

- **Q1:** 40% отзывов пользователи написали в **Wildberries**. На втором месте **VK** – 17%. Самый обсуждаемый бренд квартала – **L’Oreal**
- **Q3:** Упоминаемость бренда **NYX Professional Makeup** увеличилась **в 3 раза**. Это произошло благодаря конкурсу бренда в **VK**. Из-за этого количество авторских отзывов в этом квартале на **6%** больше
- **Q4:** Количество упоминаний о **Garnier** увеличилось по сравнению с прошлым кварталом **на 62%**. Это связано с тем, что пользователи снова начали писать больше об уходе за волосами

Net Sentiment Rate



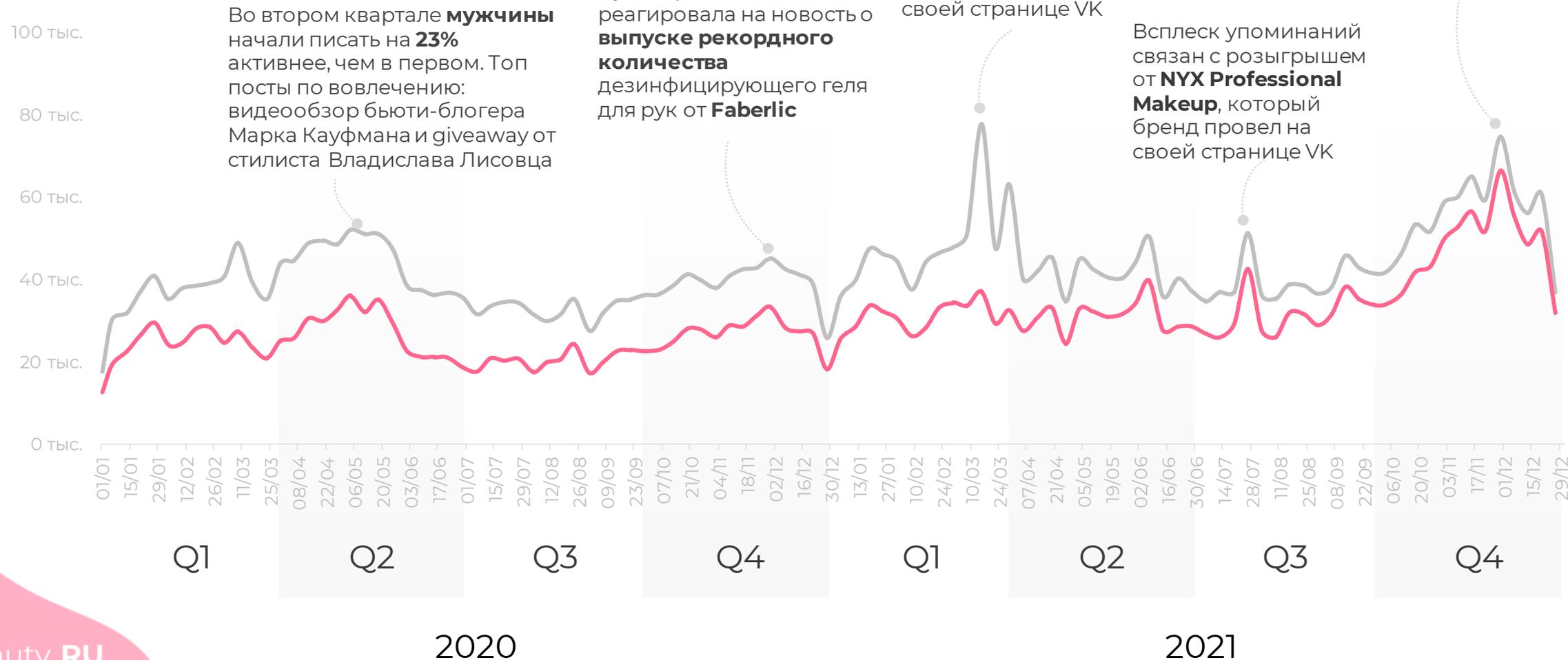
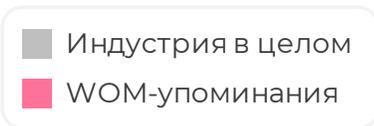
2020

- **Q3:** Юзеры отметили пользу от продуктов, запах, качество, упаковку и свойства. Позитивные отзывы вокруг косметических линеек **Garnier: FRUCTIS (25%), BOTANIC THERAPY (9%)** и **Ambre Solaire (8,5%)**

2021

- **Q1:** Пользователи продолжили положительно оценивать бренды **L'Oreal** и **Maybelline**, именно они являются самыми популярными для аудитории
- **Q2:** Положительный NSR в этом квартале связан с коммерческими платформами. Пользователи хорошо оценивали их **акции. L'Oreal** продолжает лидировать
- **Q3:** Положительные отзывы о качестве, удобстве в пользовании, упаковке, цене и запахе. Пользователи выделили косметику бренда **Garnier (13%)**
- **Q4:** Большинство негативных упоминаний связано с проблемами службы доставки товара. Чаще всего жаловались на то, что вместо одного продукта пришел абсолютно другой. Лидеры подобных жалоб – **Garnier и Maybelline**

Conversation Dynamics



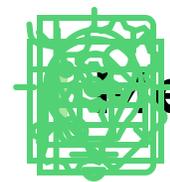
Share of Conversation



За период исследования проанализировано:

17 компаний

4,6 млн упоминаний



Методология

ЦЕЛЬ

Мы часто задаемся вопросом: «20% упоминаний в потоке с негативной тональностью – это хорошо или плохо?». Однозначного ответа здесь нет, но для того чтобы проводить мониторинг и аналитику упоминаний в социальных медиа не на фрагментарных данных, мы подготовили бенчмарки основных метрик по индустриям

ОБЪЕКТЫ АНАЛИЗА

5 индустрий: Банковская индустрия, IT, Retail, Food & Beverages, Beauty-индустрия

ПЕРИОД

2020 год – 4й квартал 2021

ГЕОГРАФИЯ

Россия

СБОР ДАННЫХ

В каждой из анализируемых сфер были отобраны производители и торговые марки (бренды) совокупность упоминаний которых составила соответствующую индустрию

Поиск и сбор упоминаний осуществлялся с помощью [YouScan](#) из социальных сетей, а также более 500 000 площадок (форумы, блоги, сайты отзывов, СМИ)

КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ ДЛЯ БЕНЧМАРКИНГА

Доля WOM (Word of Mouth — из уст в уста) – часть сообщений в общем потоке упоминаний, в которых пользователи делятся опытом использования продукта или услуги, рассуждают, сравнивают, жалуются, благодарят, рекомендуют, или задают вопросы

Net Sentiments Rate (NSR) – показатель общей тональности в теме по шкале от -100 до 100, где 0 означает нейтральную тональность

$$NSR = \frac{\text{позитивные упоминания} - \text{негативные упоминания}}{\text{позитивные упоминания} + \text{негативные упоминания}} * 100$$

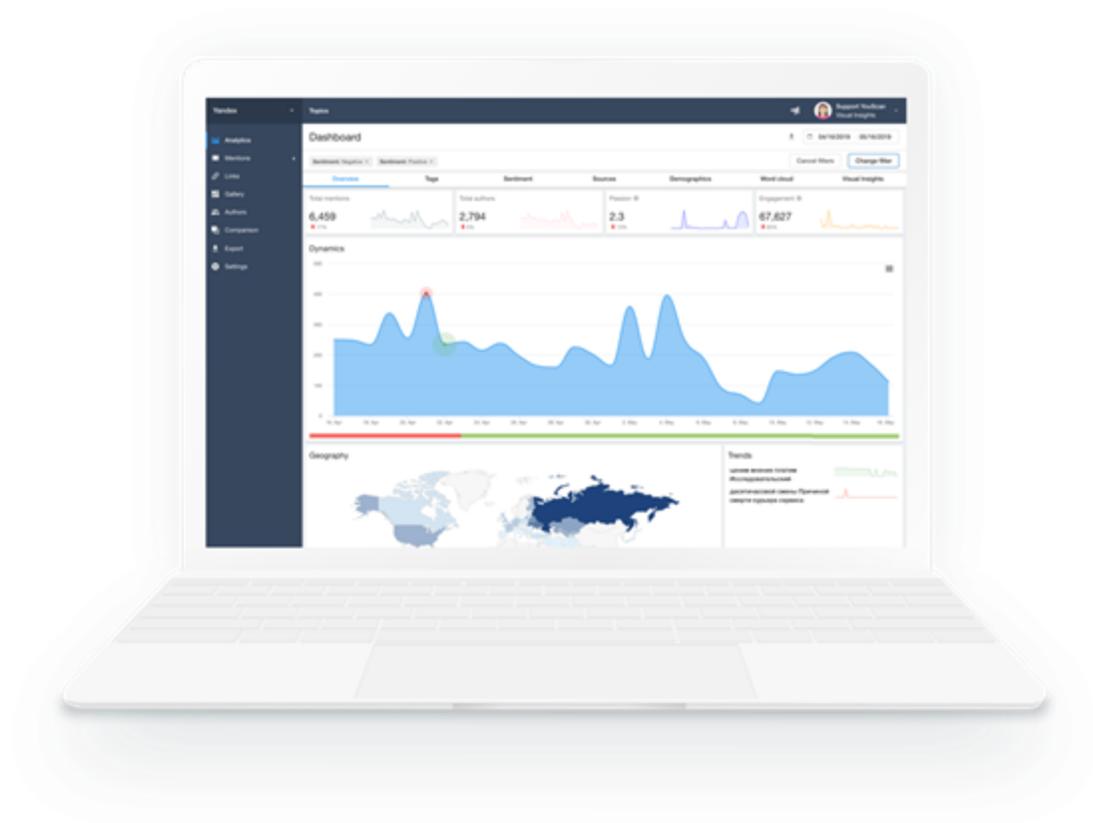
YOUSCAN

Система для мониторинга и аналитики социальных медиа.

Мы помогаем компаниям слышать своих клиентов и становиться лучше.

Команда отдела исследований находит ценные инсайты, анализируя публикации пользователей, что позволяет принимать бизнес-решения более взвешенно.

Связаться с нами



@ info@youscan.io

UA +38 (044) 206 4884

RU +7 (495) 644 32 68

YOUSCAN