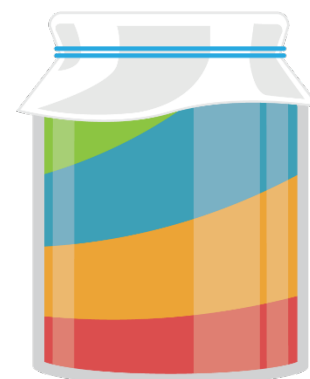




Форматы и сегменты



«**ВКонтакте**» — крупнейшая европейская социальная сеть, в которой зарегистрировано более 300 млн человек.



JagaJam

JagaJam — сервис, позволяющий анализировать сообщества в популярных социальных сетях.



Описание исследования

Цель исследования: определить особенности потребления контента в отраслевых сообществах.

Были проанализированы страницы брендов из 17 отраслей:

- авиакомпании (28);
- авто и мото (109);
- детские товары (33);
- кафе и рестораны (88);
- красота и здоровье (127);
- мода (142);
- напитки (57);
- продукты питания (110);
- розничная торговля (300);
- спорттовары (15);
- телеком (34);
- туризм и путешествия (179);
- услуги (124);
- финансы (147);
- хозяйственные товары (58);
- электроника (105);
- электронная коммерция (172).

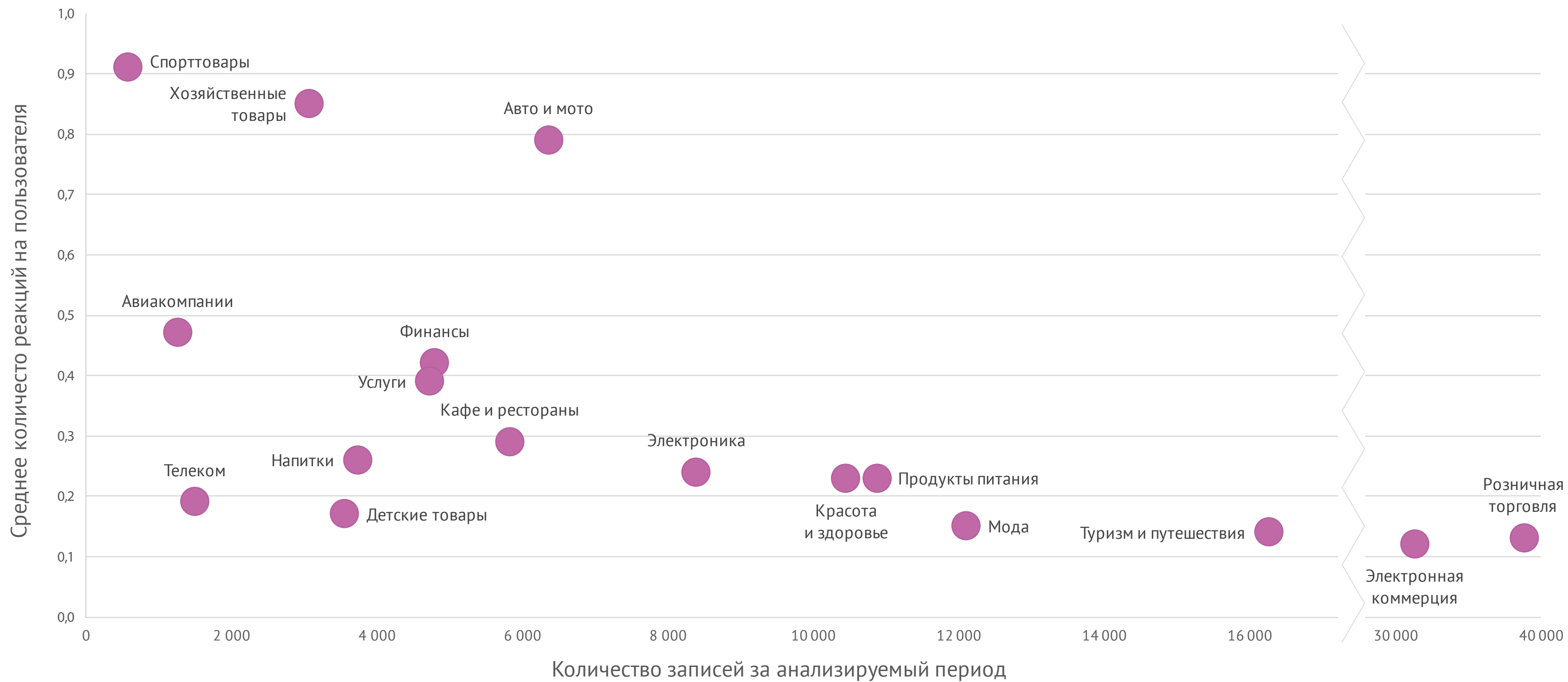
Всего было проанализировано 1 828 сообществ, 163 688 записей и 11 612 786 реакций.

При этом записи конкурсного характера в исследовании не учитывались.

Общие выводы



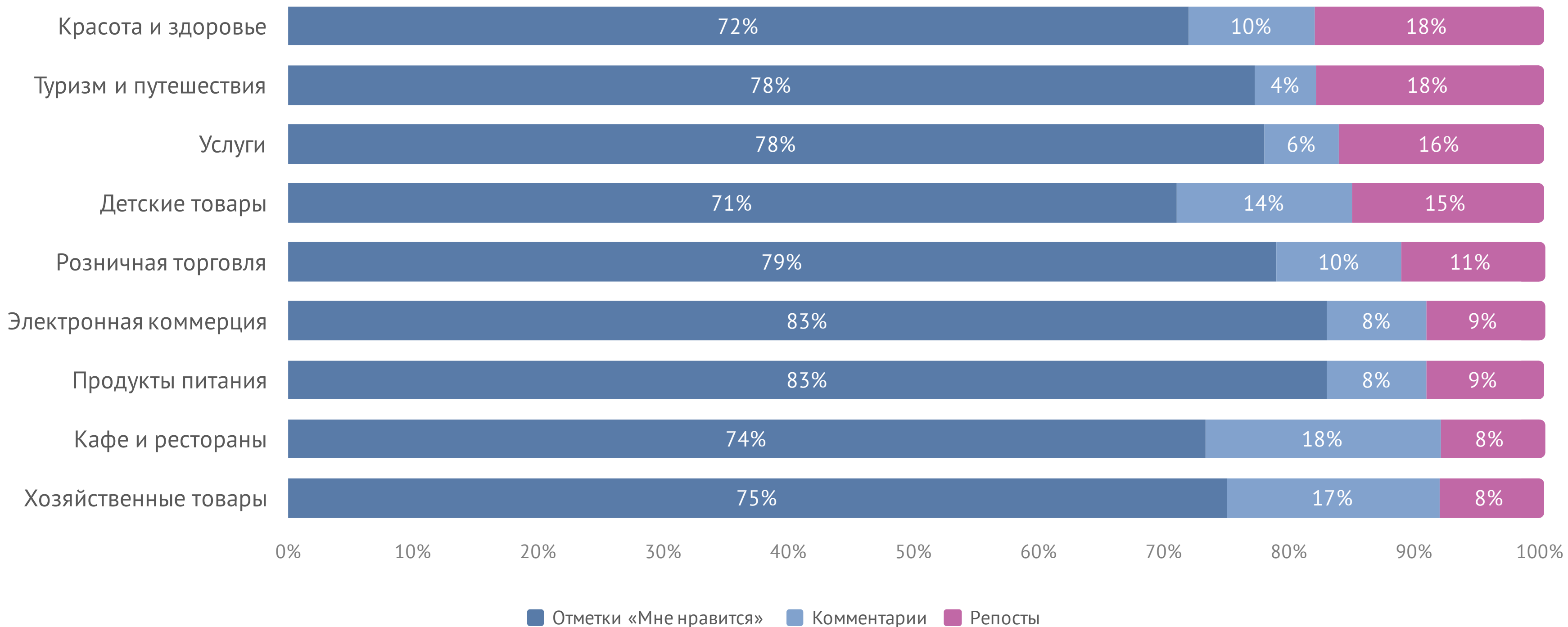
Вовлекающие свойства контента



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов.

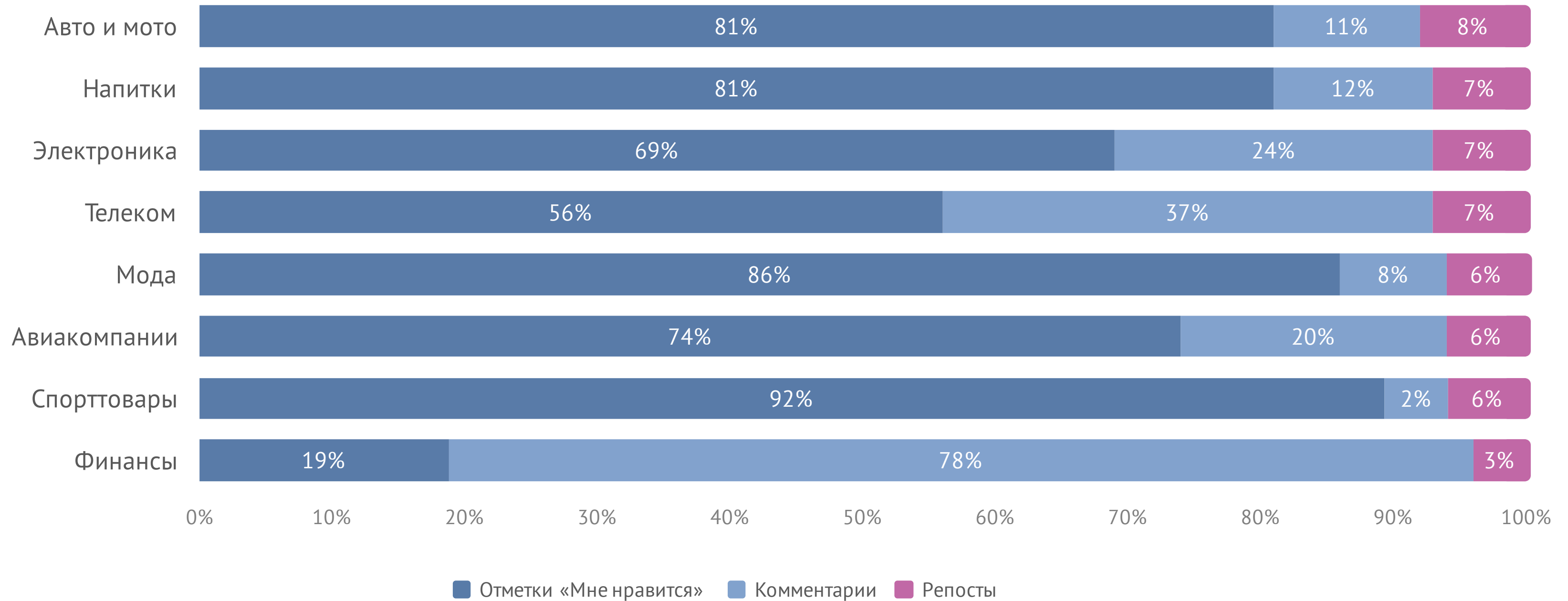


Сегменты и реакции



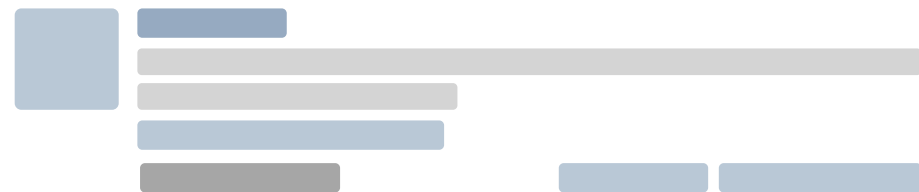


Сегменты и реакции





Форматы записей



Короткий текст
до 100 знаков



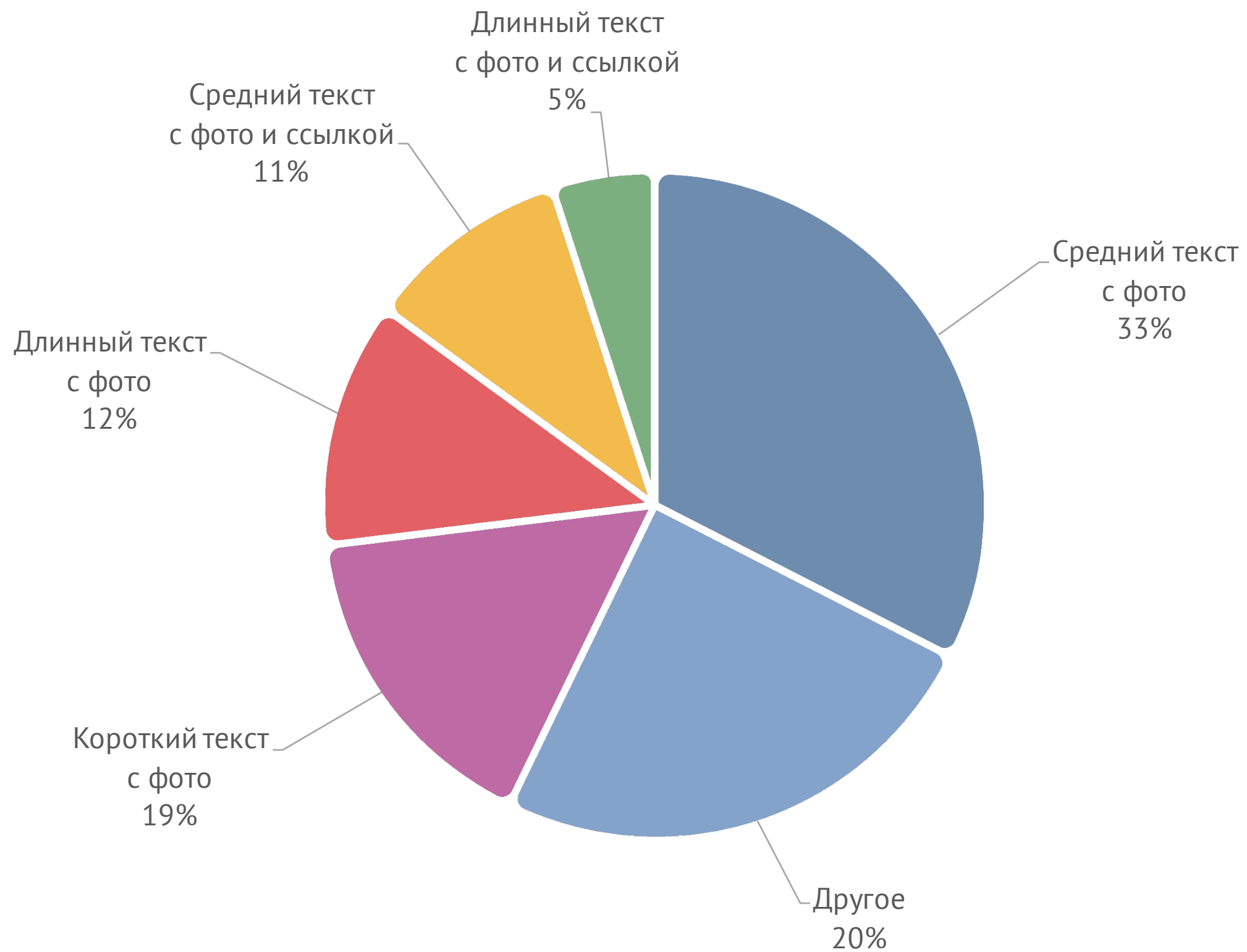
Средний текст
100–500 знаков



Длинный текст
более 500 знаков



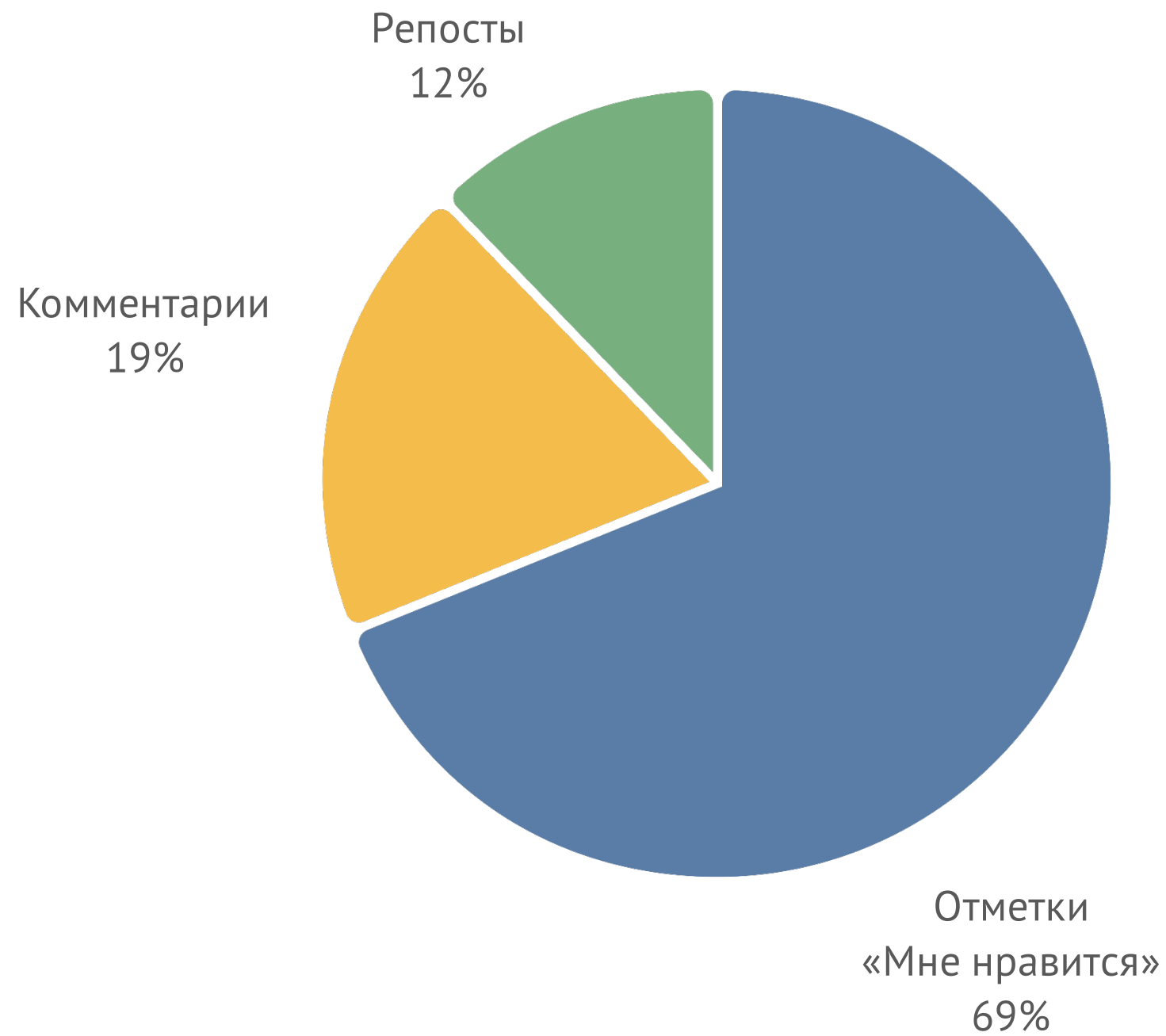
Часто используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, % от всех записей в сообществах брендов, все отрасли.



Среднее количество реакций на запись



В ходе исследования было зафиксировано 234 уникальных формата записей.

В среднем реакции на запись распределяются следующим образом: 69% – отметки «Мне нравится», 19% – комментарии и 12% – репосты.



Авиакомпания



Авиакомпании

Было проанализировано:



28 сообществ



1 270 записей



96 662 реакции

Среднемесячные значения:



15 записей



857 отметок «Мне нравится»



224 комментария



70 репостов



11 215 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:



75% отметок «Мне нравится»



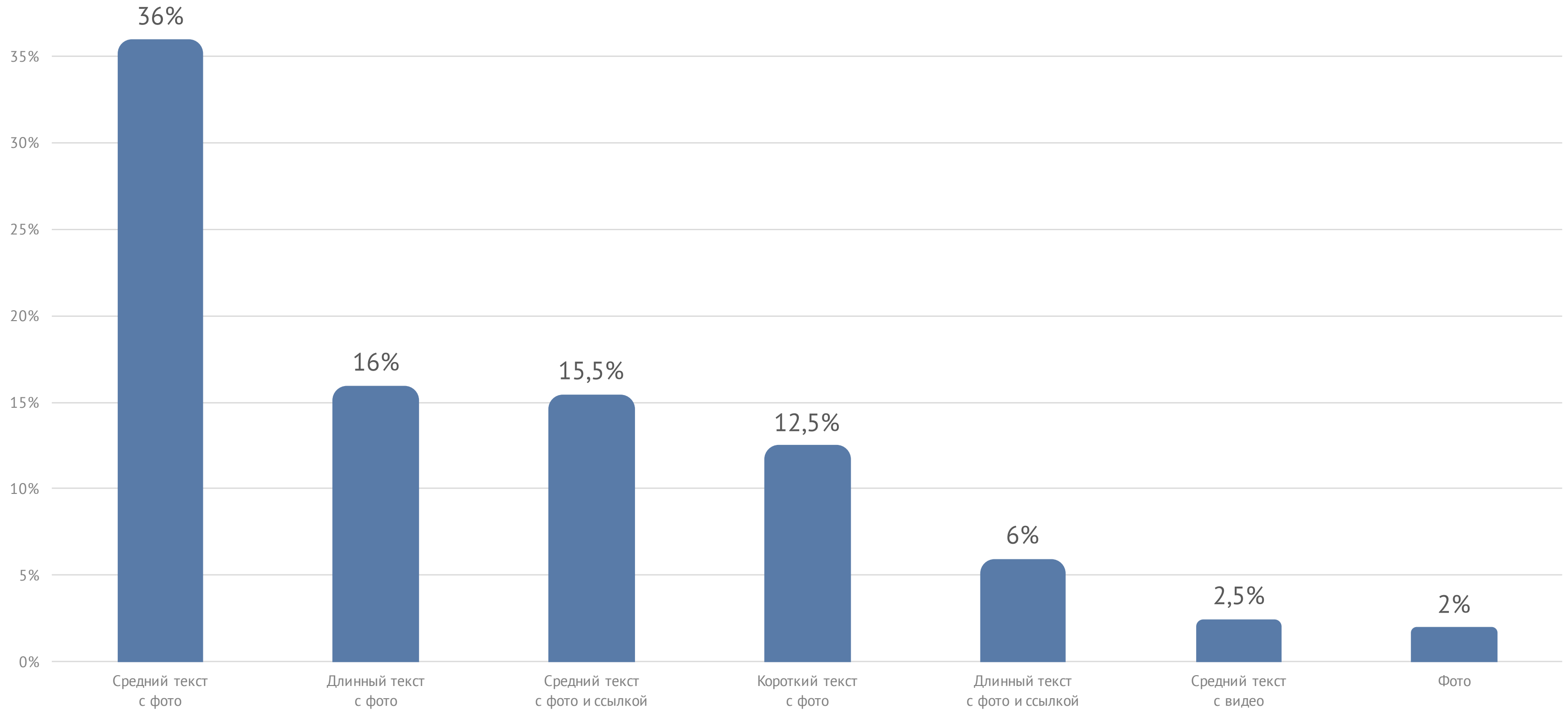
19% комментариев



6% репостов



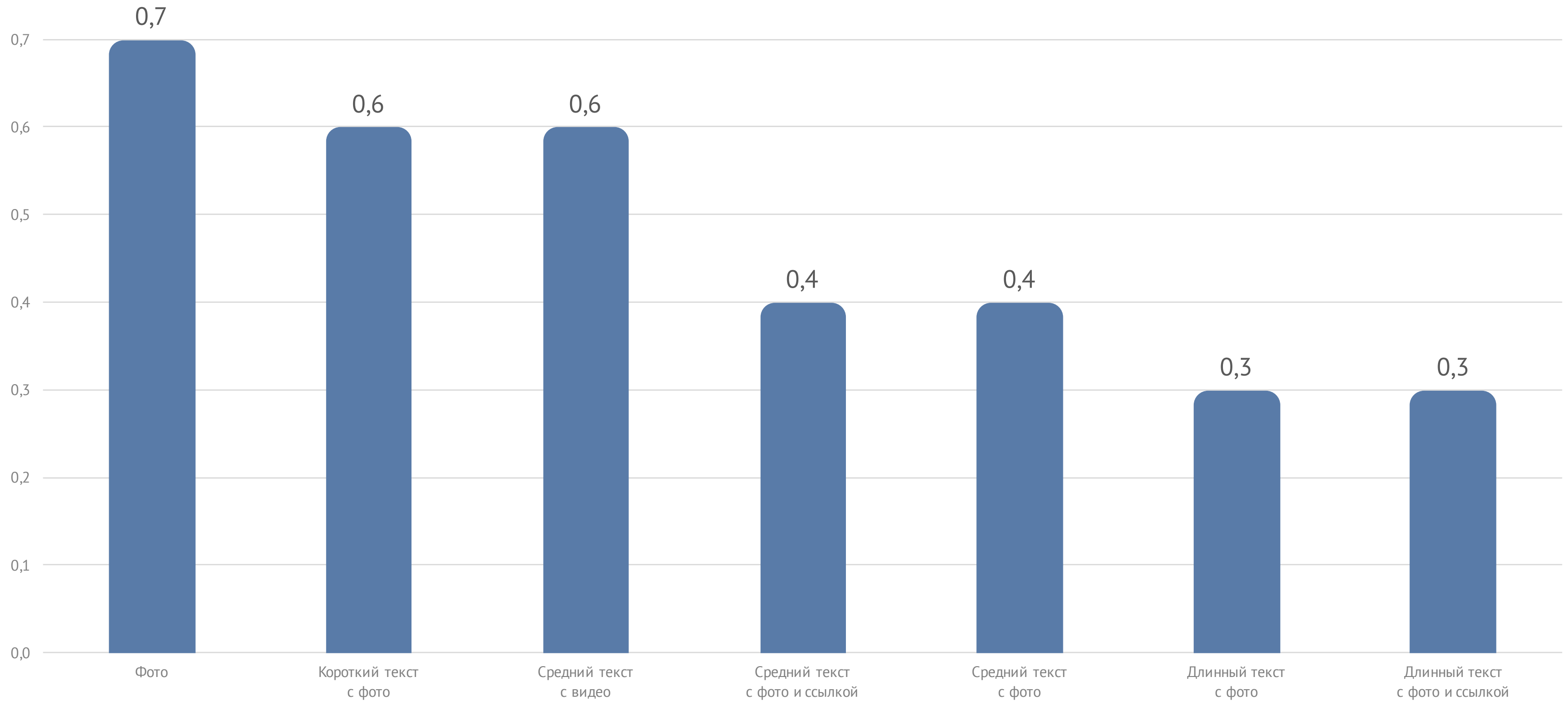
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, авиакомпании, доля использования форматов.



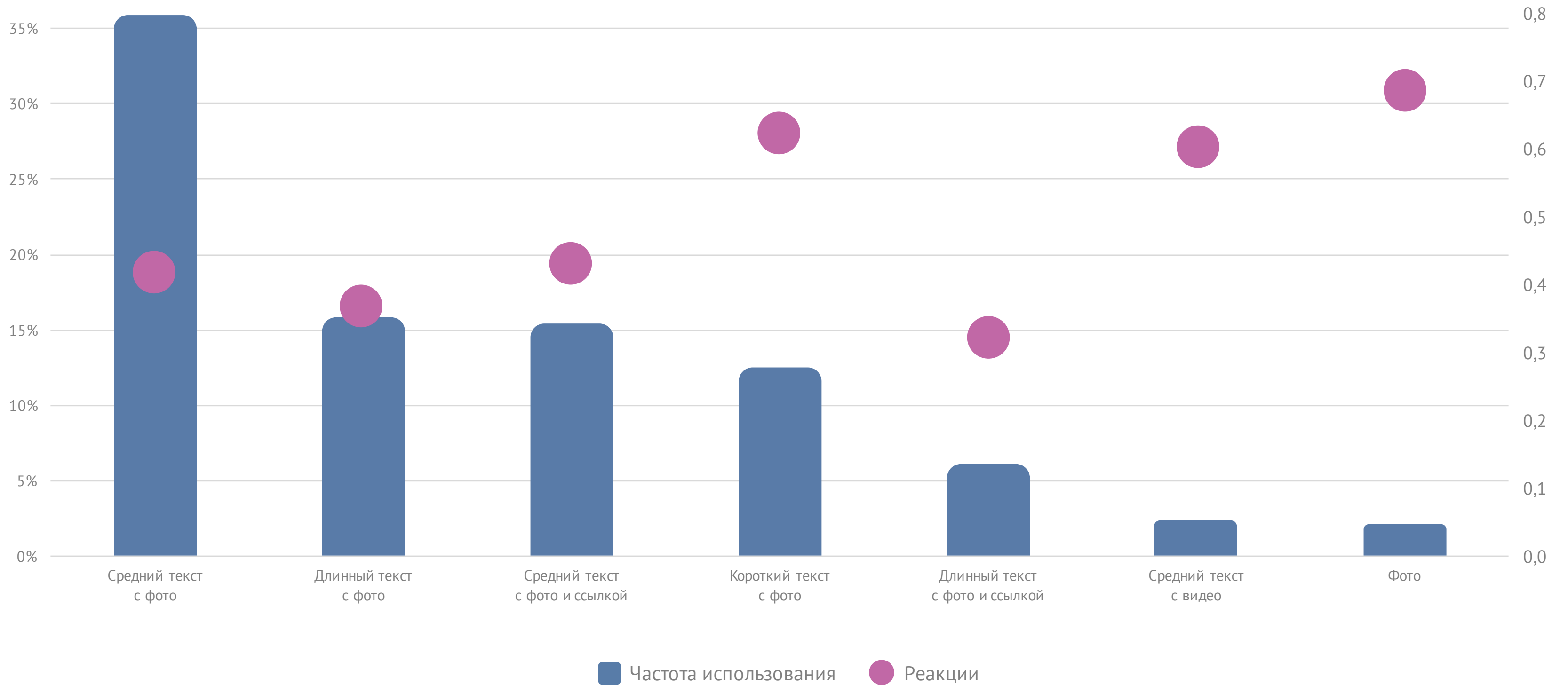
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, авиакомпании, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, авиакомпании.



АВТО И МОТО



АВТО И МОТО

Было проанализировано:

 109 сообществ

 6 370 записей

 443 496 реакций


Среднемесячные значения:

 19 записей

 1 105 отметок «Мне нравится»

 148 комментариев

 103 репоста

 22 566 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

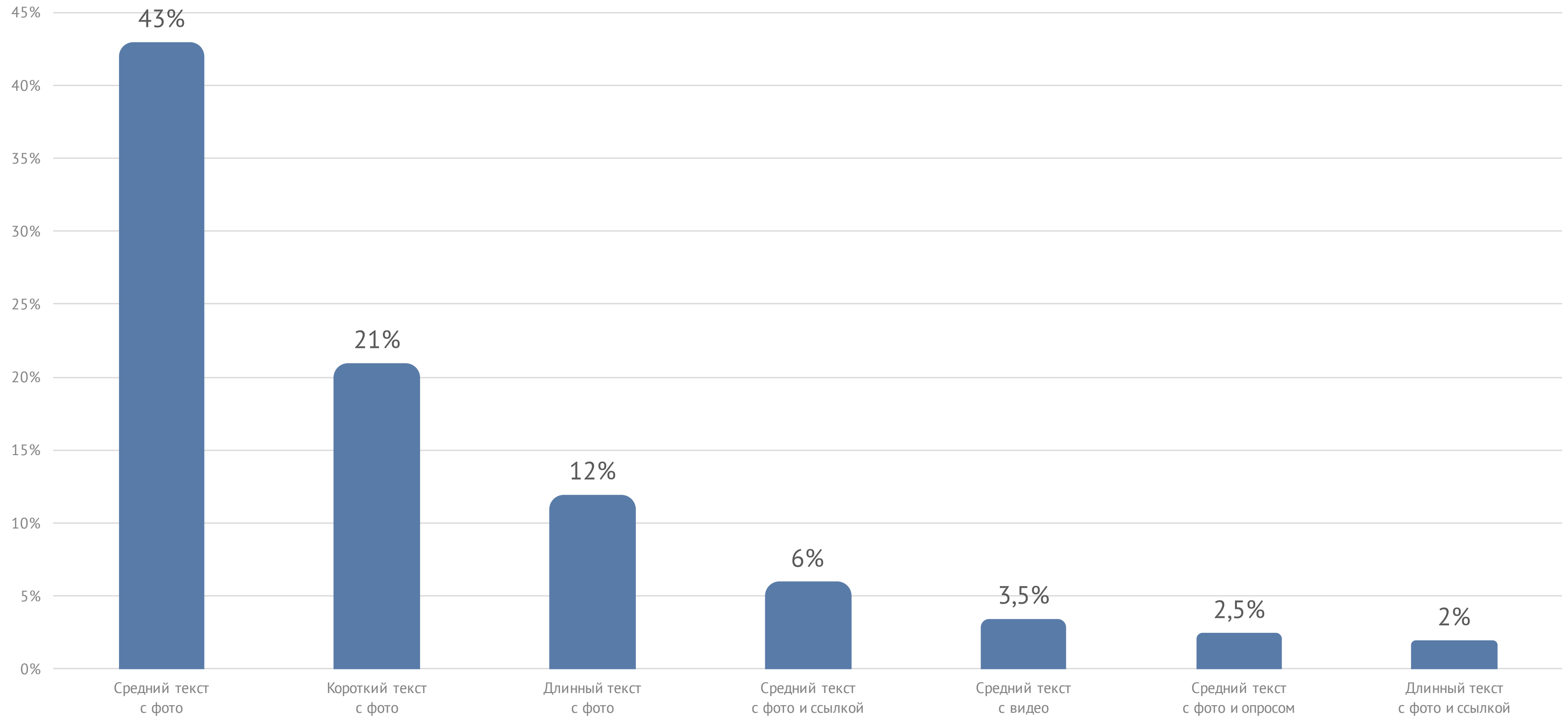
 81% отметок «Мне нравится»

 11% комментариев

 8% репостов



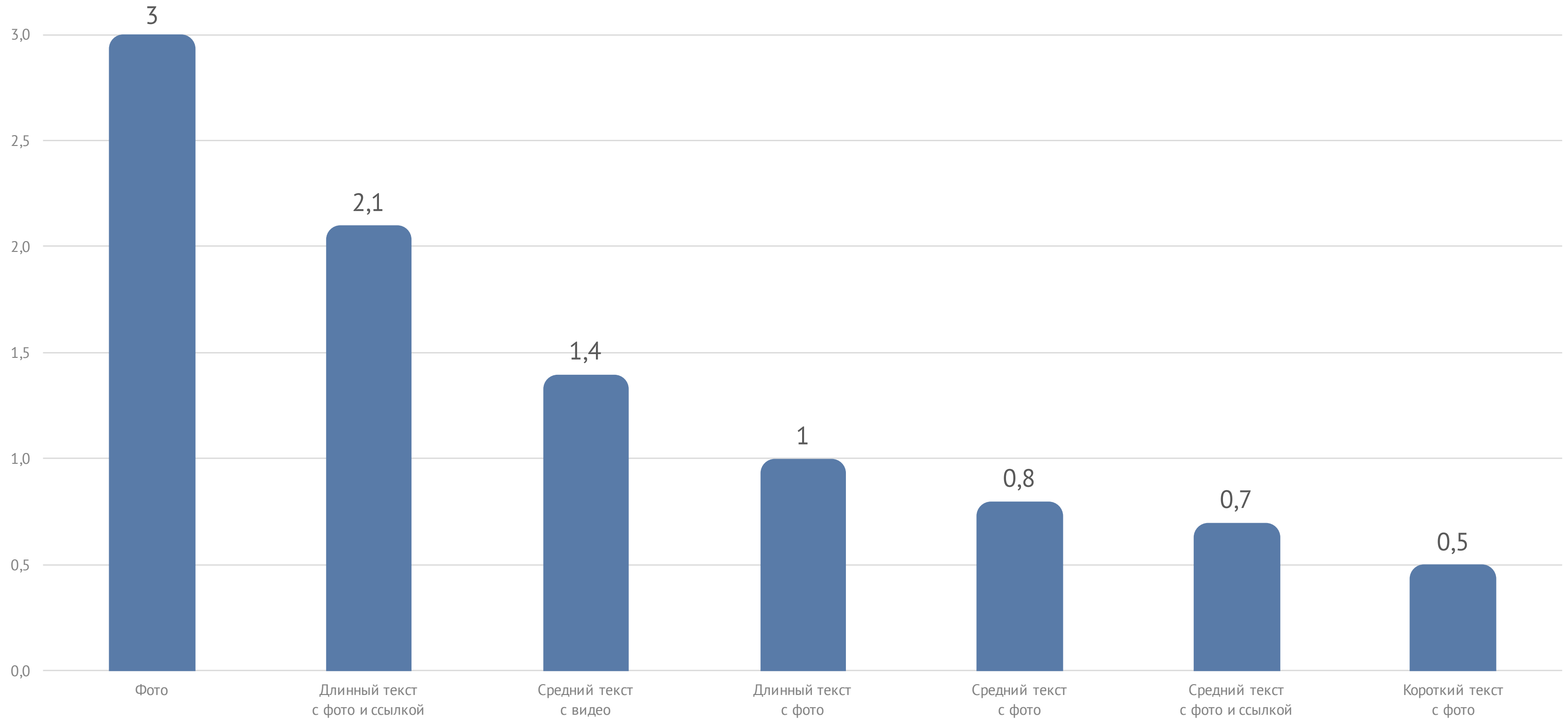
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, авто и мото, доля использования форматов.



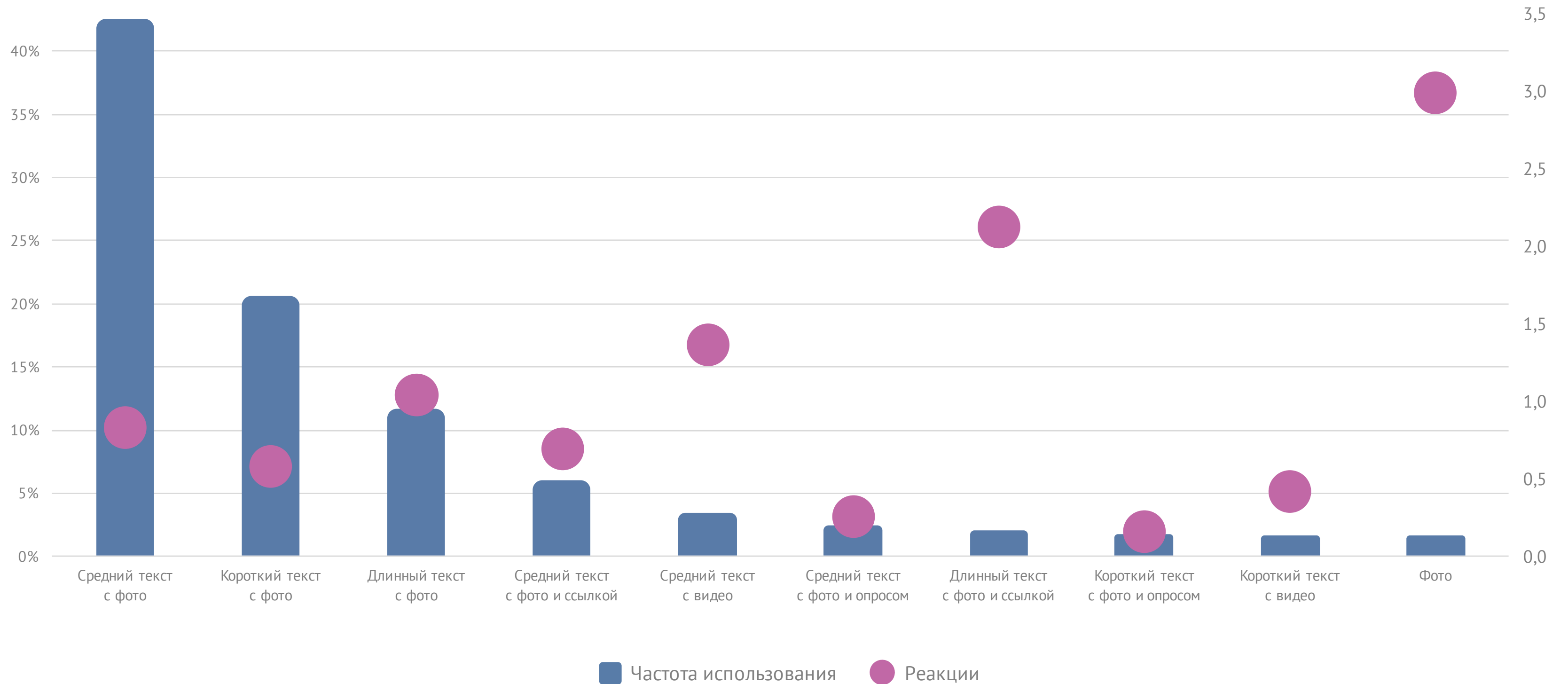
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, авто и мото, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, авто и мото.



Детские товары



Детские товары

Было проанализировано:

 33 сообщества

 3 554 записи

 132 101 реакция


Среднемесячные значения:

 36 записей

 997 отметок «Мне нравится»

 133 комментария

 204 репоста

 30 405 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

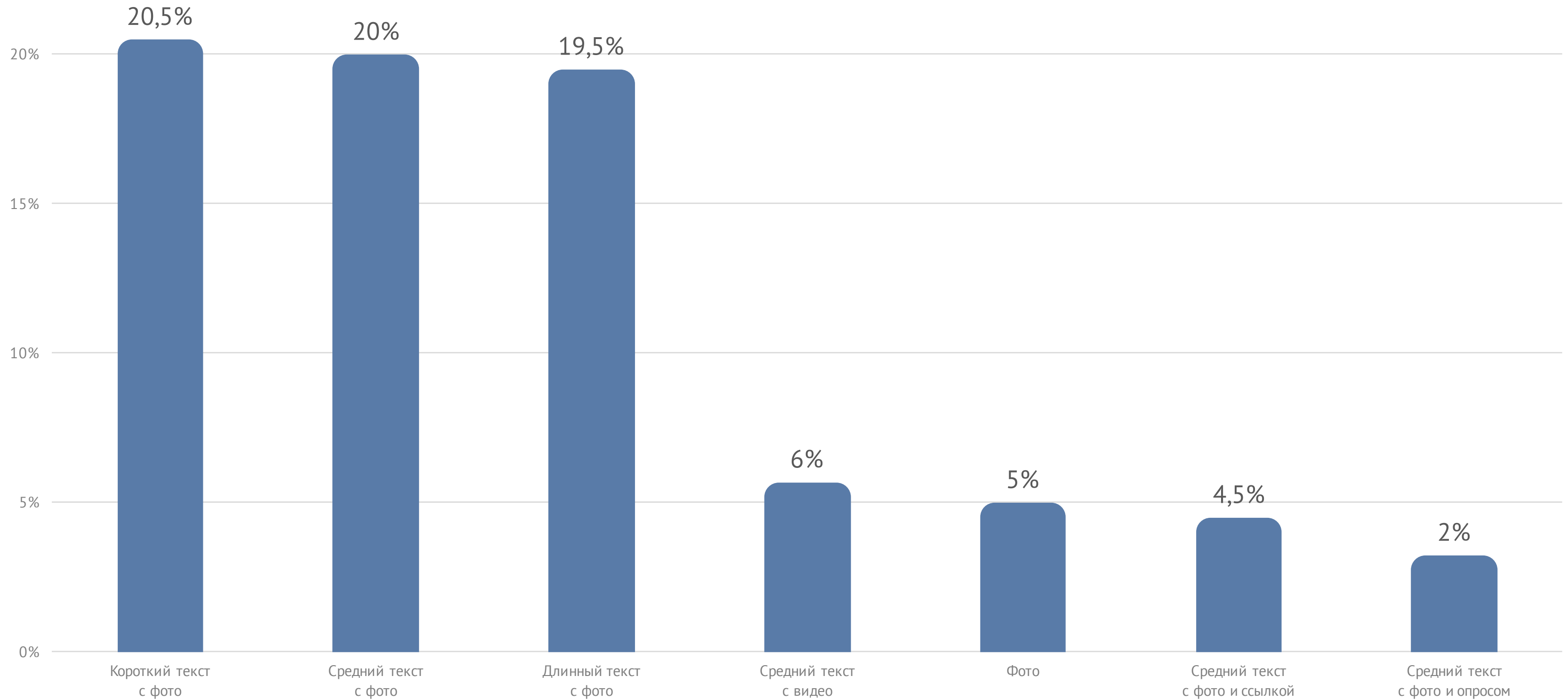
 75% отметок «Мне нравится»

 10% комментариев

 15% репостов



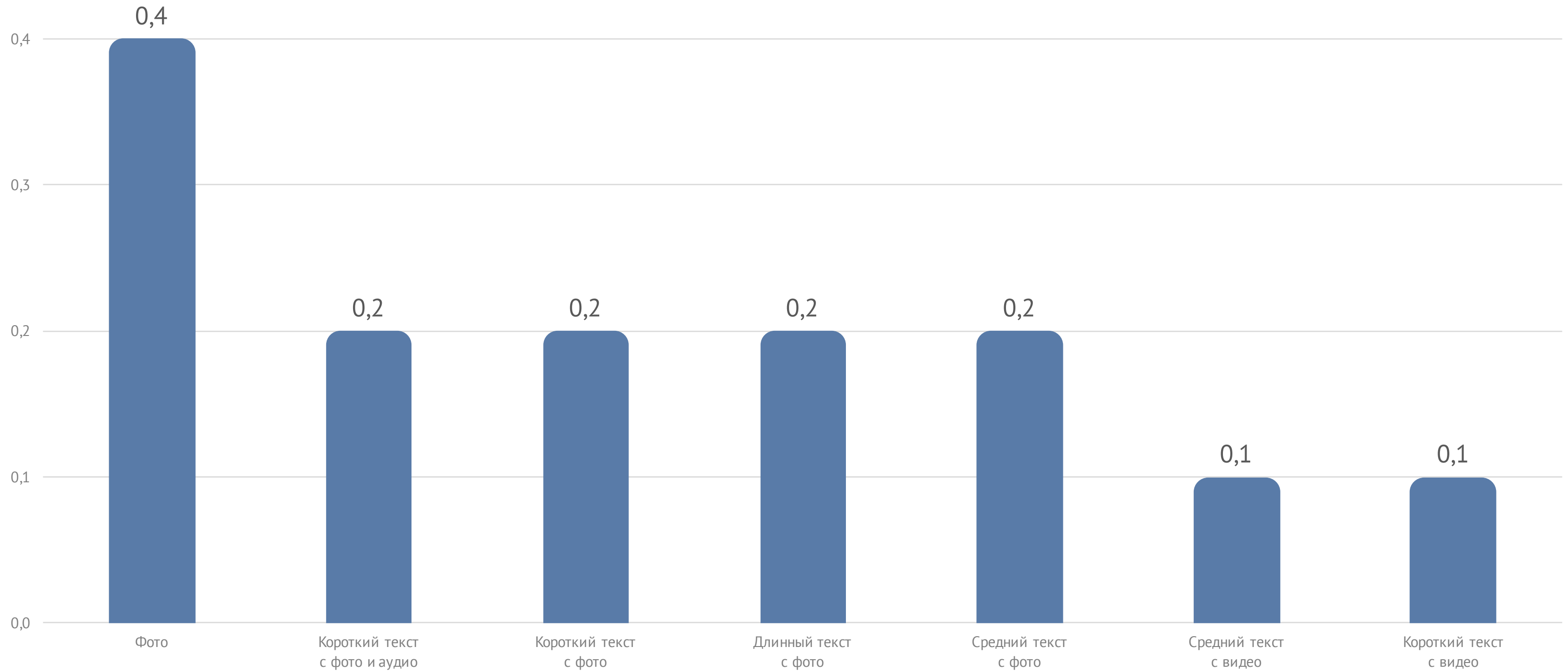
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, детские товары, доля использования форматов.



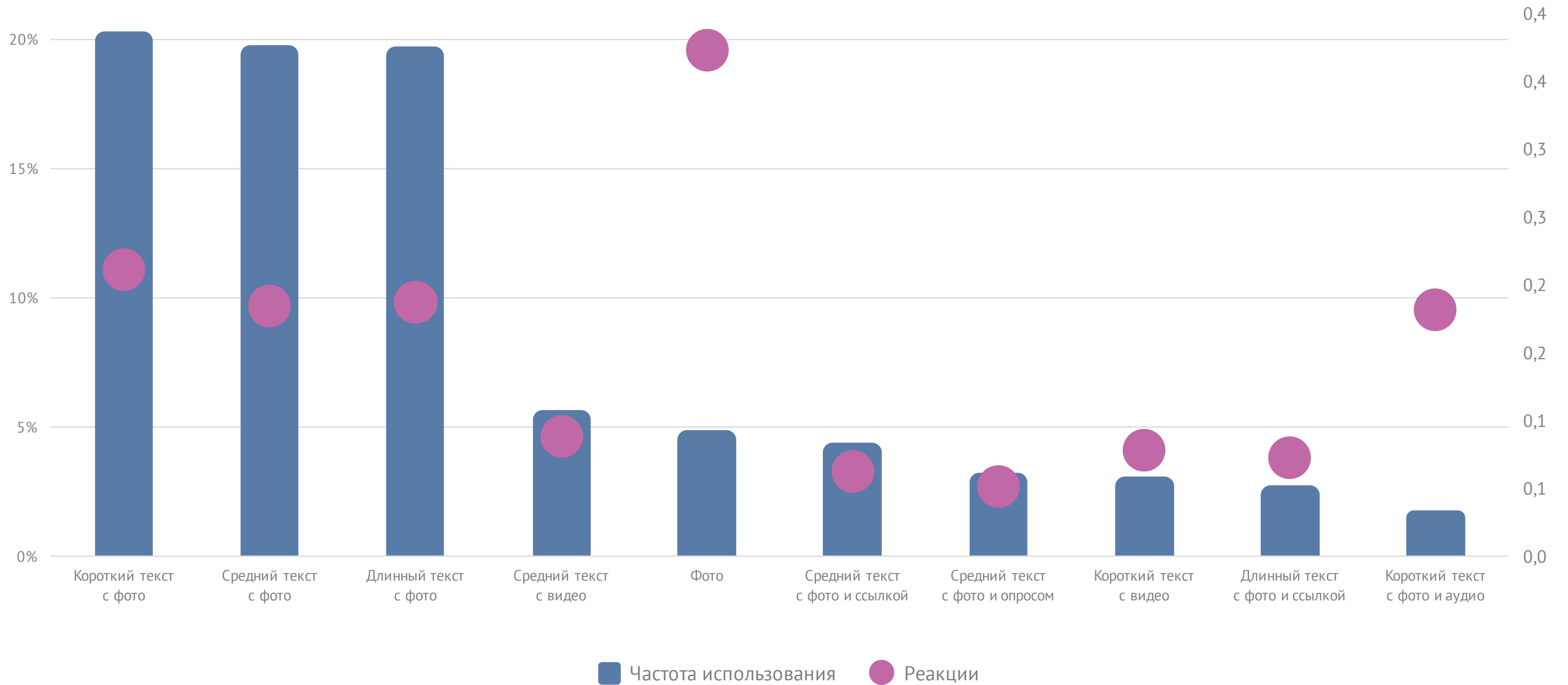
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, детские товары, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, детские товары.



Кафе и рестораны



Кафе и рестораны

Было проанализировано:



88 сообществ



5 832 записи



238 172 реакции

Среднемесячные значения:



22 записи



660 отметок «Мне нравится»



173 комментария



69 репостов

Среднее распределение реакций:



73% отметок «Мне нравится»



19% комментариев



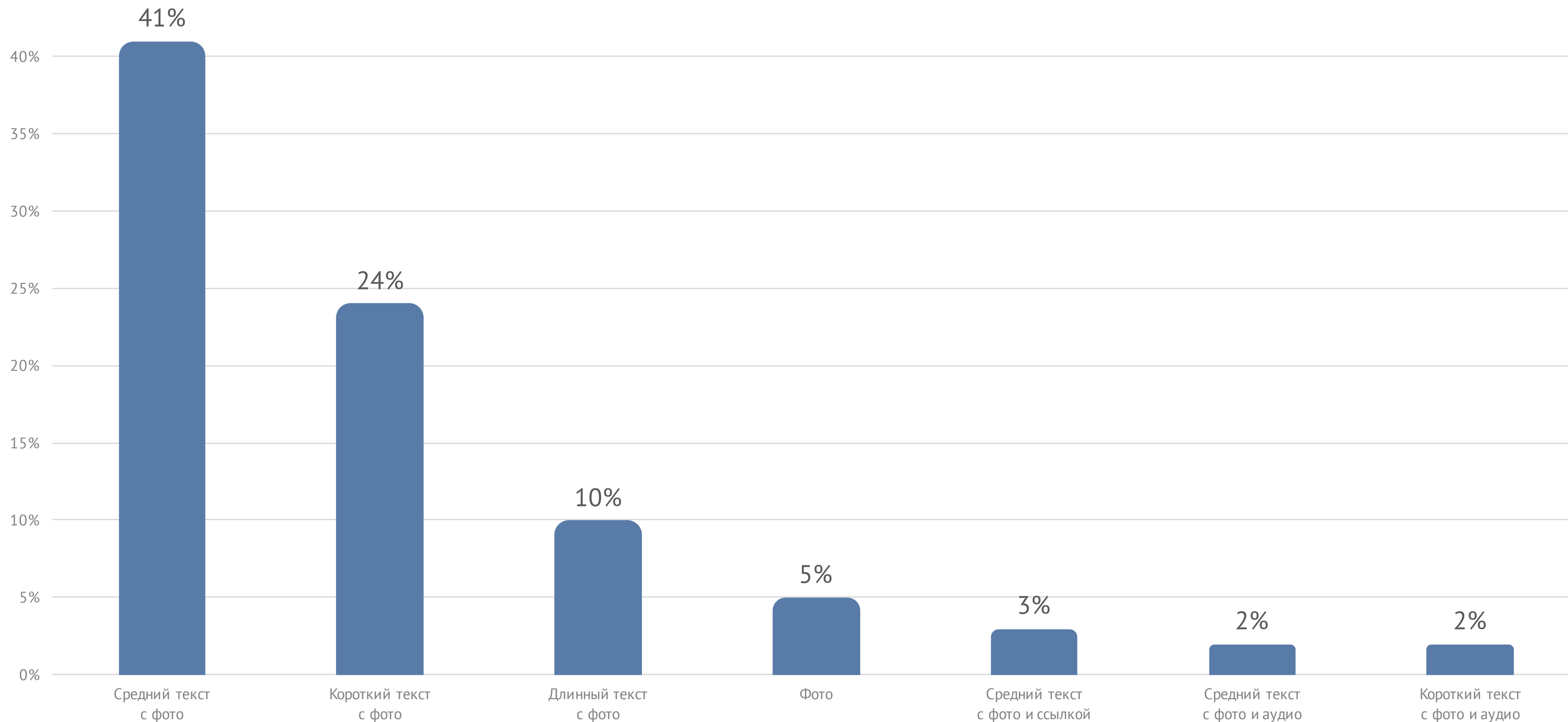
8% репостов



14 848 человек в среднем состоят в сообществе



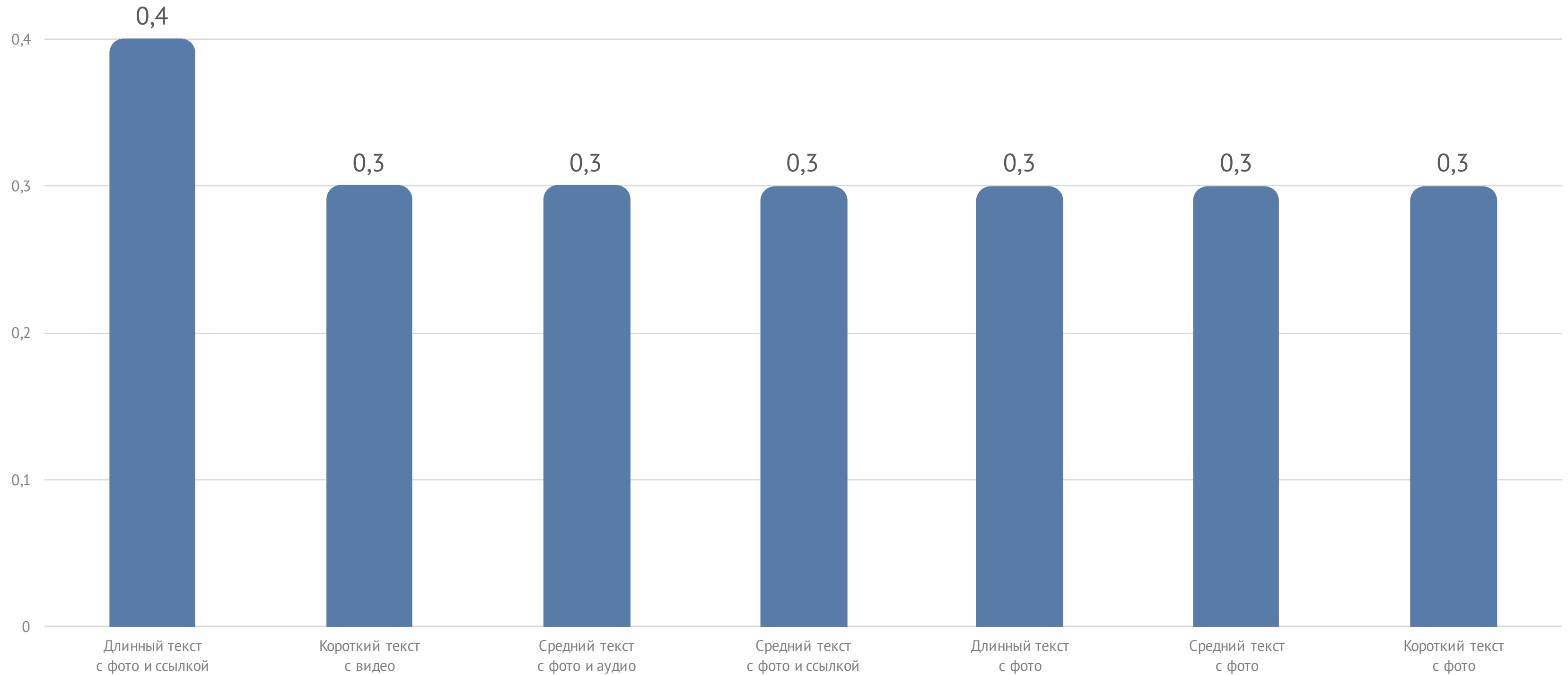
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, кафе и рестораны, доля использования форматов.



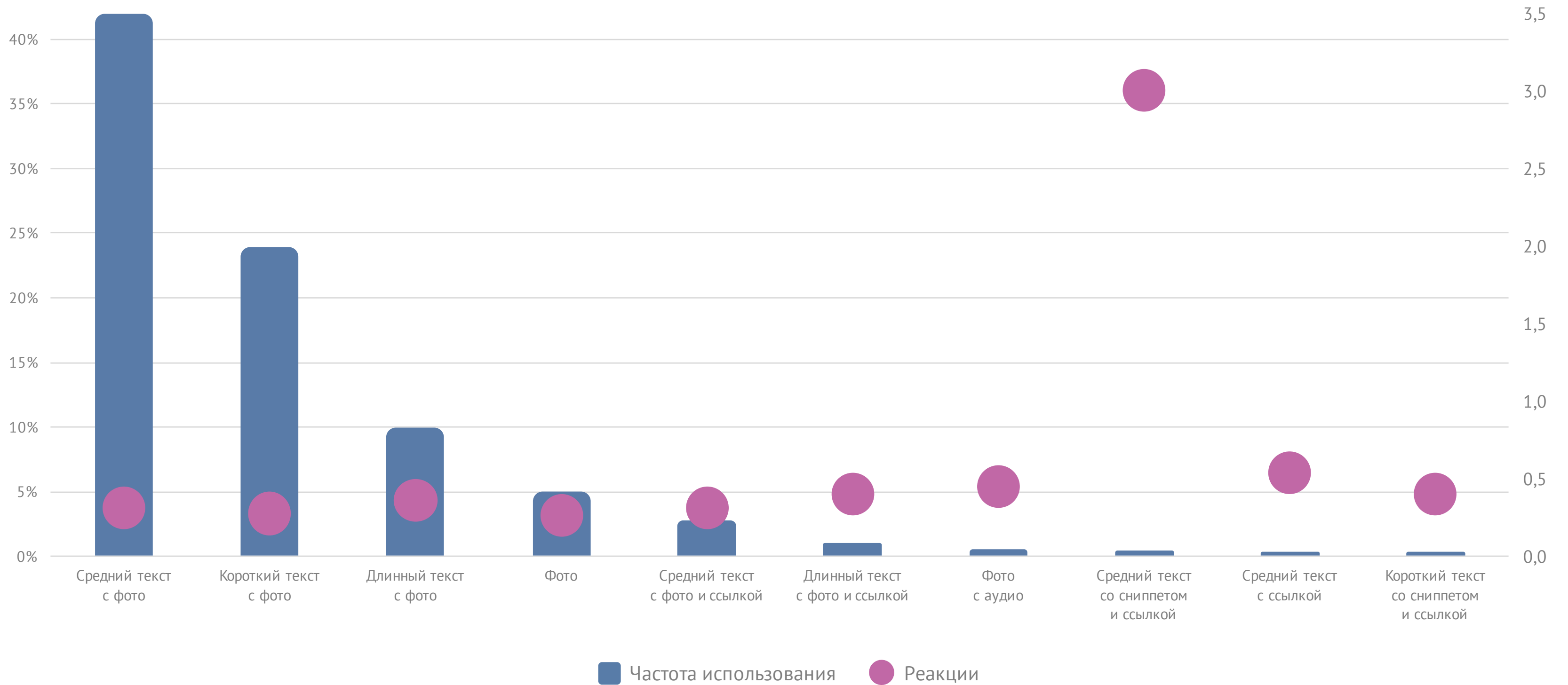
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, кафе и рестораны, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, кафе и рестораны.



Красота и здоровье



Красота и здоровье

Было проанализировано:

 127 сообществ

 10 475 записей

 1 214 047 реакций

Среднемесячные значения:

 27 записей

 2 308 отметок «Мне нравится»

 324 комментария

 554 репоста

 119 596 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

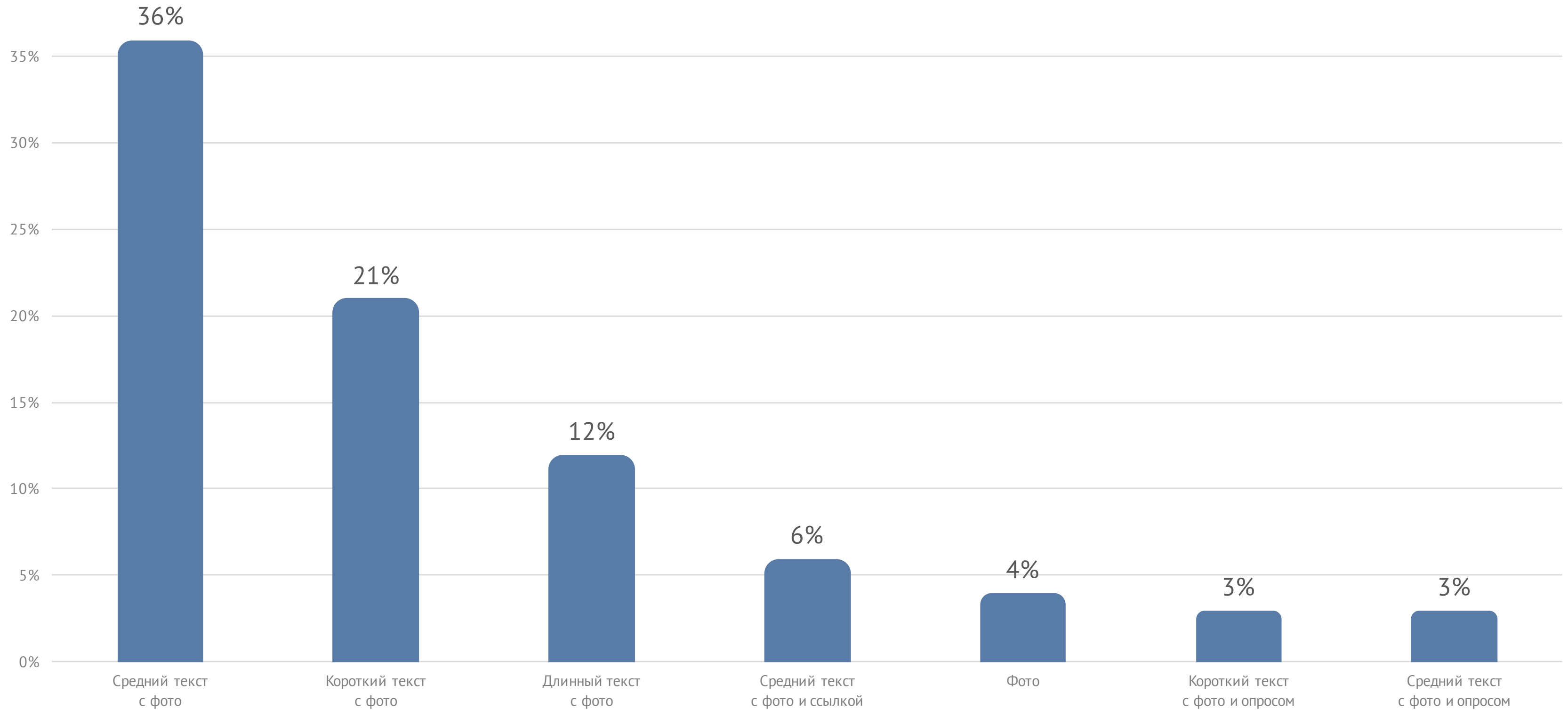
 72% отметок «Мне нравится»

 11% комментариев

 17% репостов



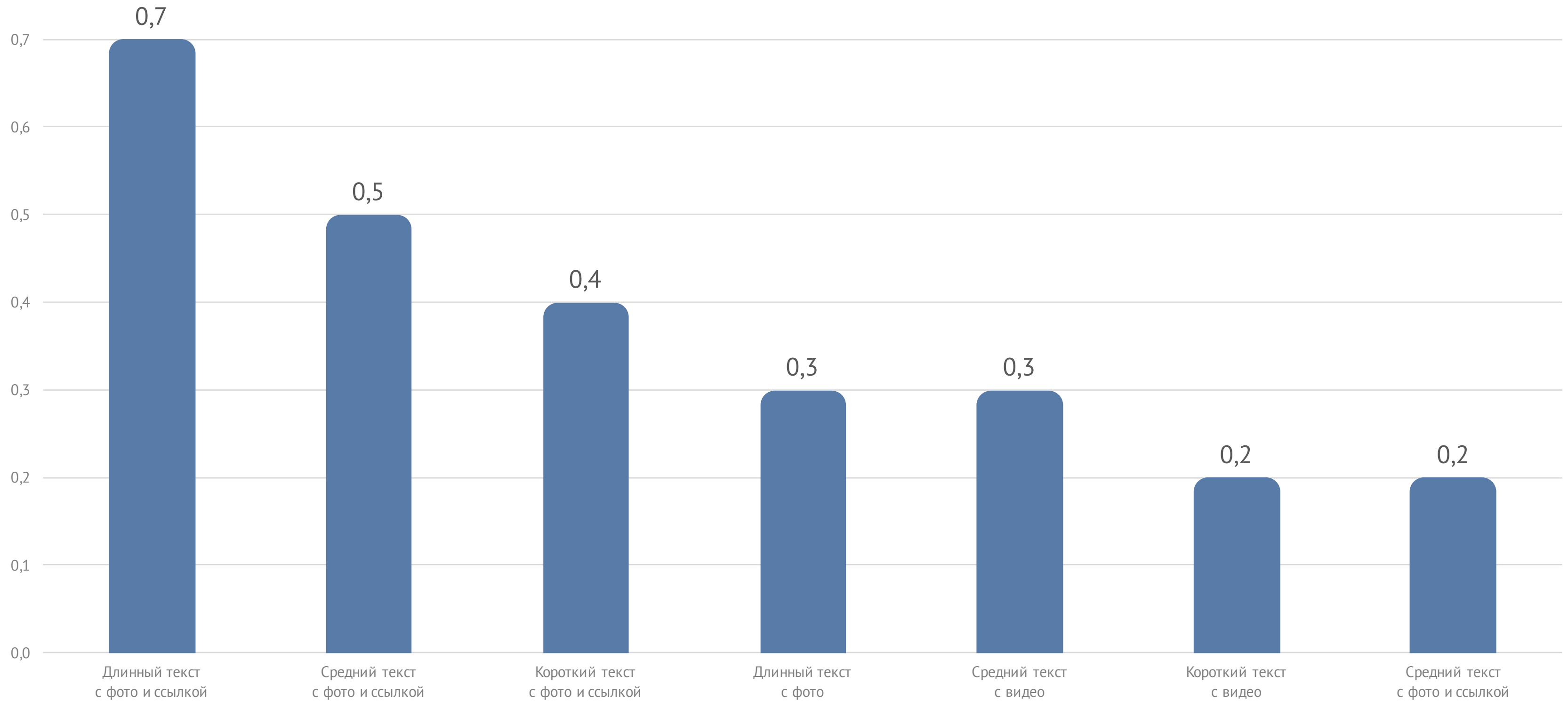
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, красота и здоровье, доля использования форматов.



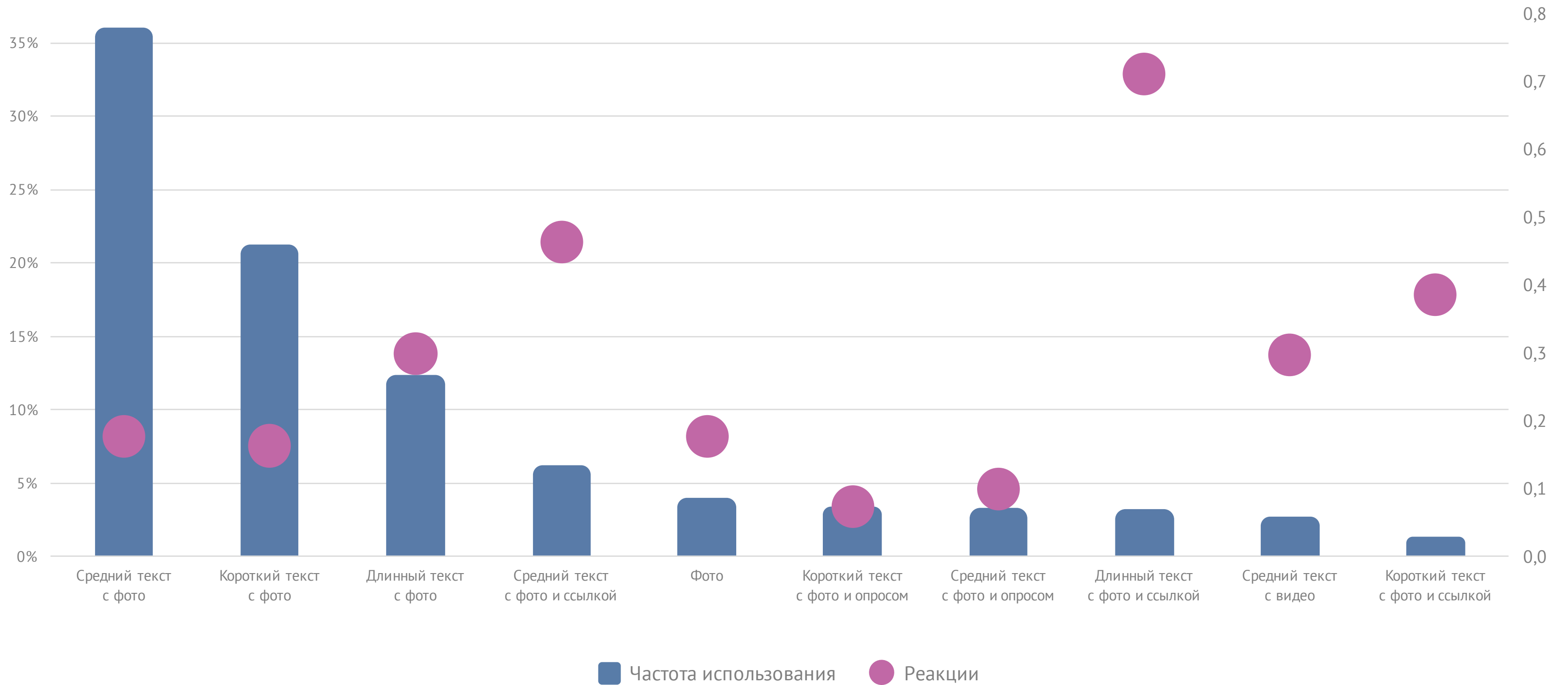
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, красота и здоровье, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, красота и здоровье.



Мода



Мода

Было проанализировано:

 142 сообщества

 12 099 записей

 898 550 реакций


Среднемесячные значения:

 28 записей

 1 823 отметки «Мне нравится»

 166 комментариев

 121 репост

 40 481 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

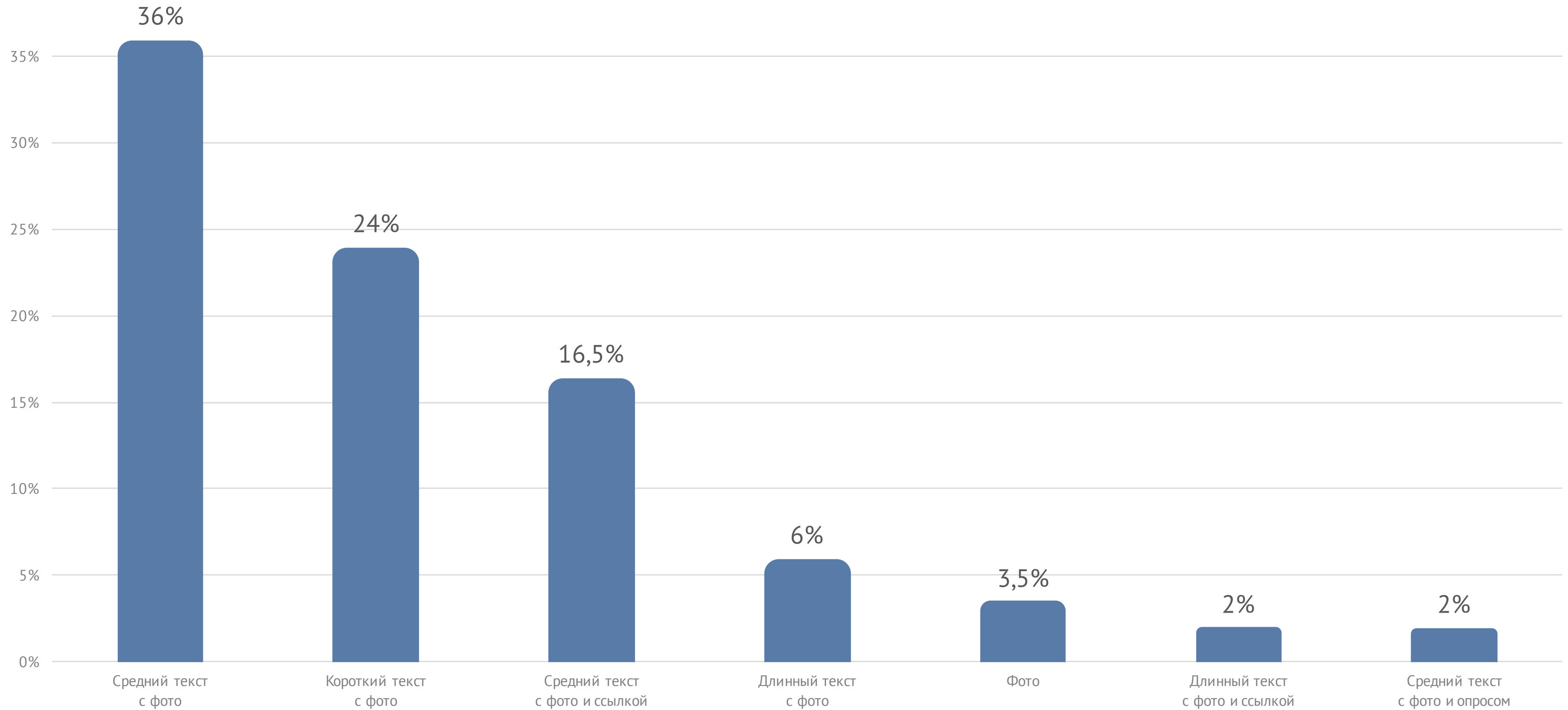
 86% отметок «Мне нравится»

 8% комментариев

 6% репостов



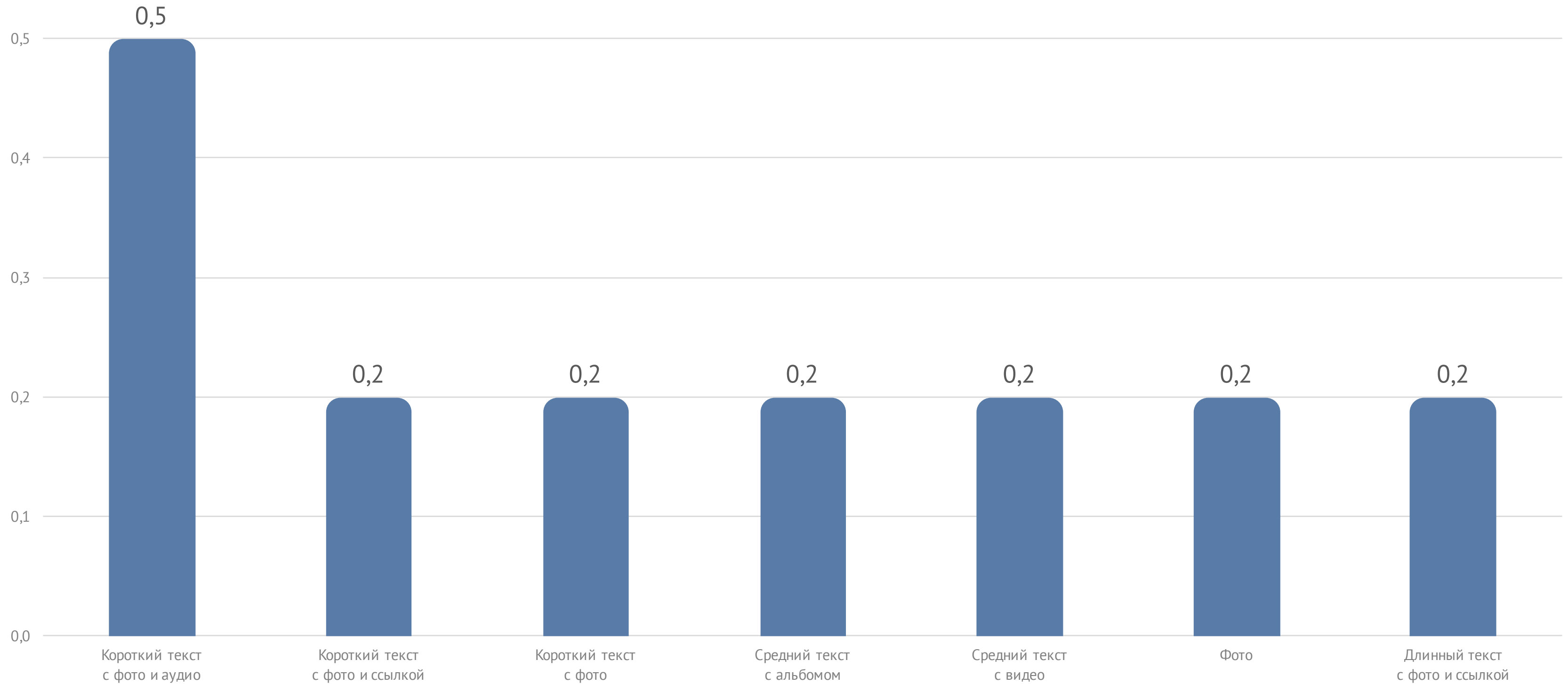
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, мода, доля использования форматов.



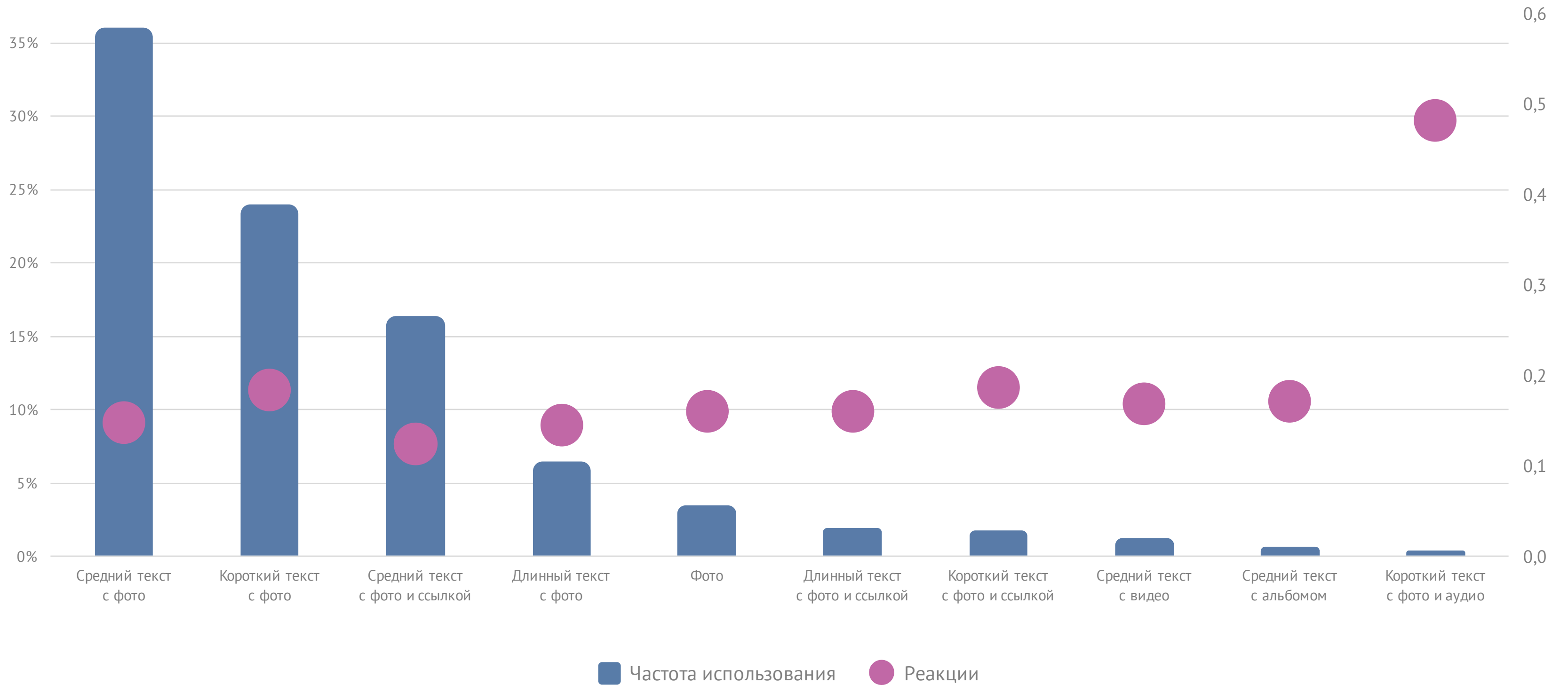
Форматы записей с наибольшей реакцией



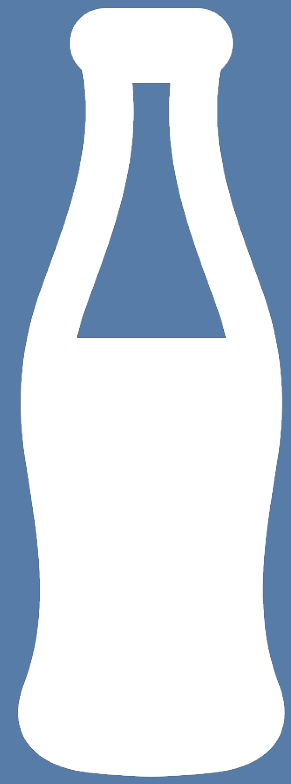
Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, мода, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, мода.



Напитки



Напитки

Было проанализировано:



57 сообществ



3 736 записей



904 366 реакций

Среднемесячные значения:



22 записи



4 267 отметок «Мне нравится»



684 комментария



338 репостов



109 344 человека в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:



81% отметок «Мне нравится»



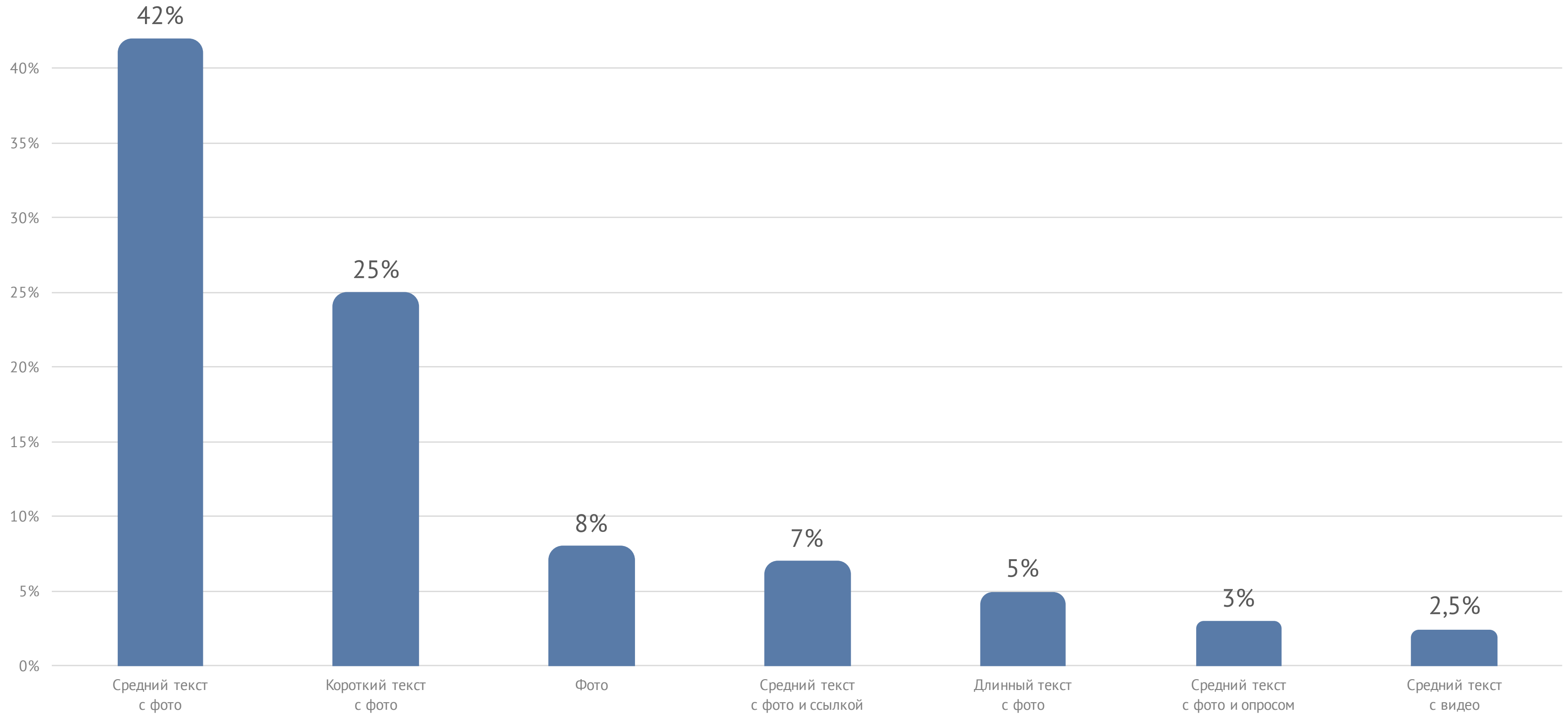
13% комментариев



6% репостов



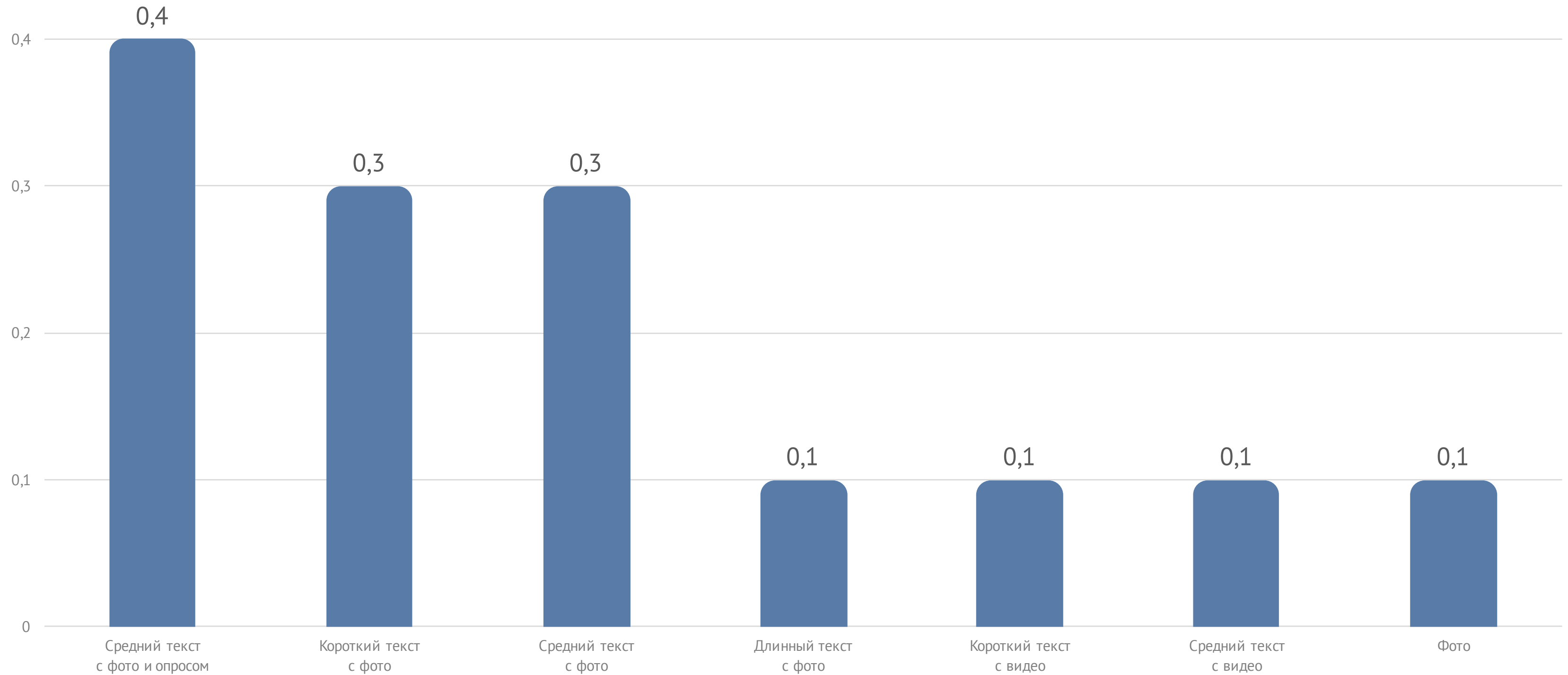
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, напитки, доля использования форматов.



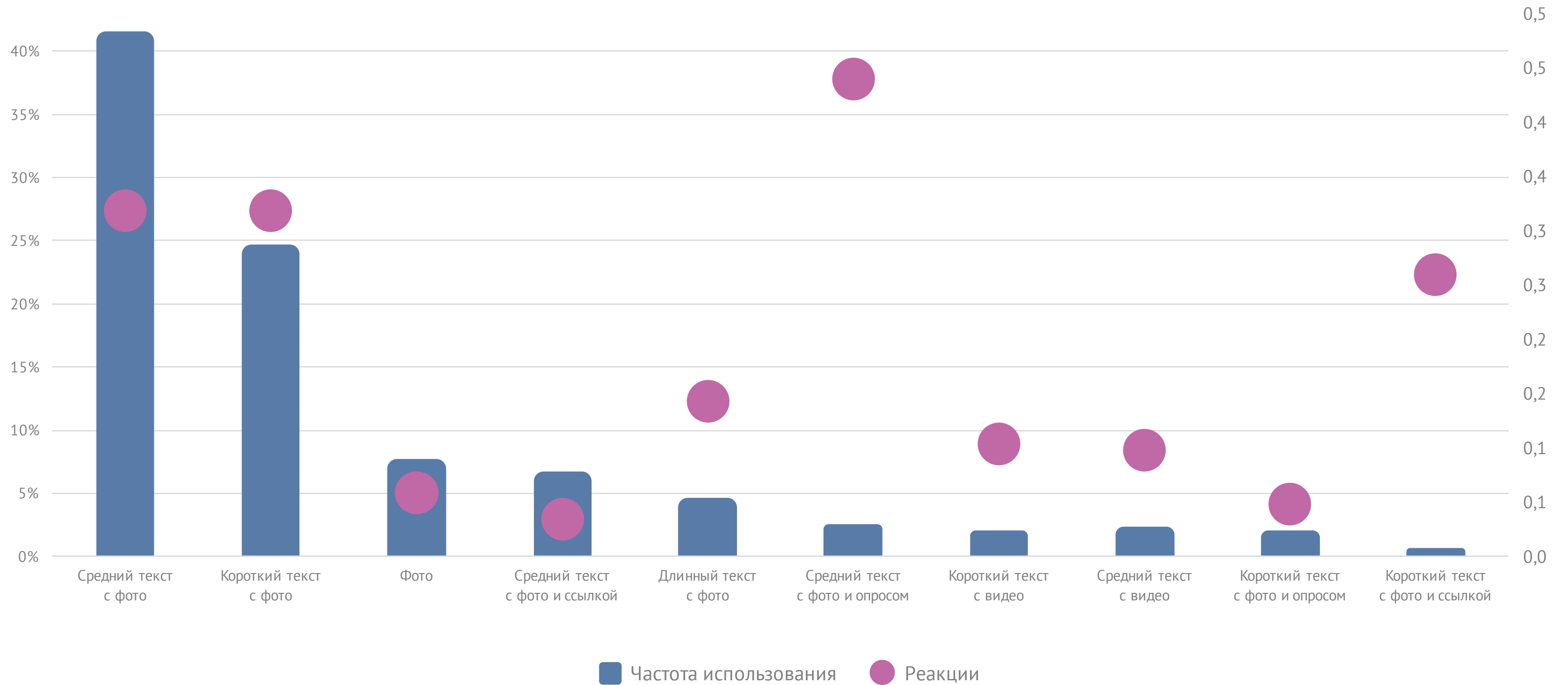
Форматы записей с наибольшей реакцией



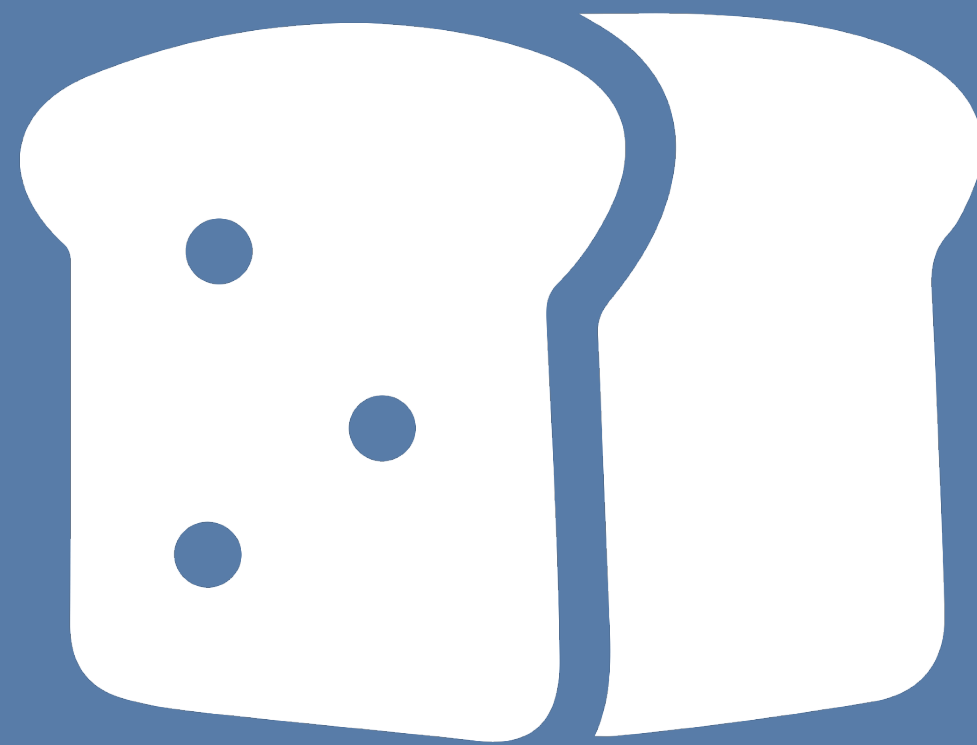
Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, напитки, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, напитки.



Продукты питания



Продукты питания

Было проанализировано:

 **110** сообществ

 **10 878** записей

 **1 124 007** реакций


Среднемесячные значения:

 **33** записи

 **2 835** отметок «Мне нравится»

 **258** комментариев

 **314** репостов

 **91 399** человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

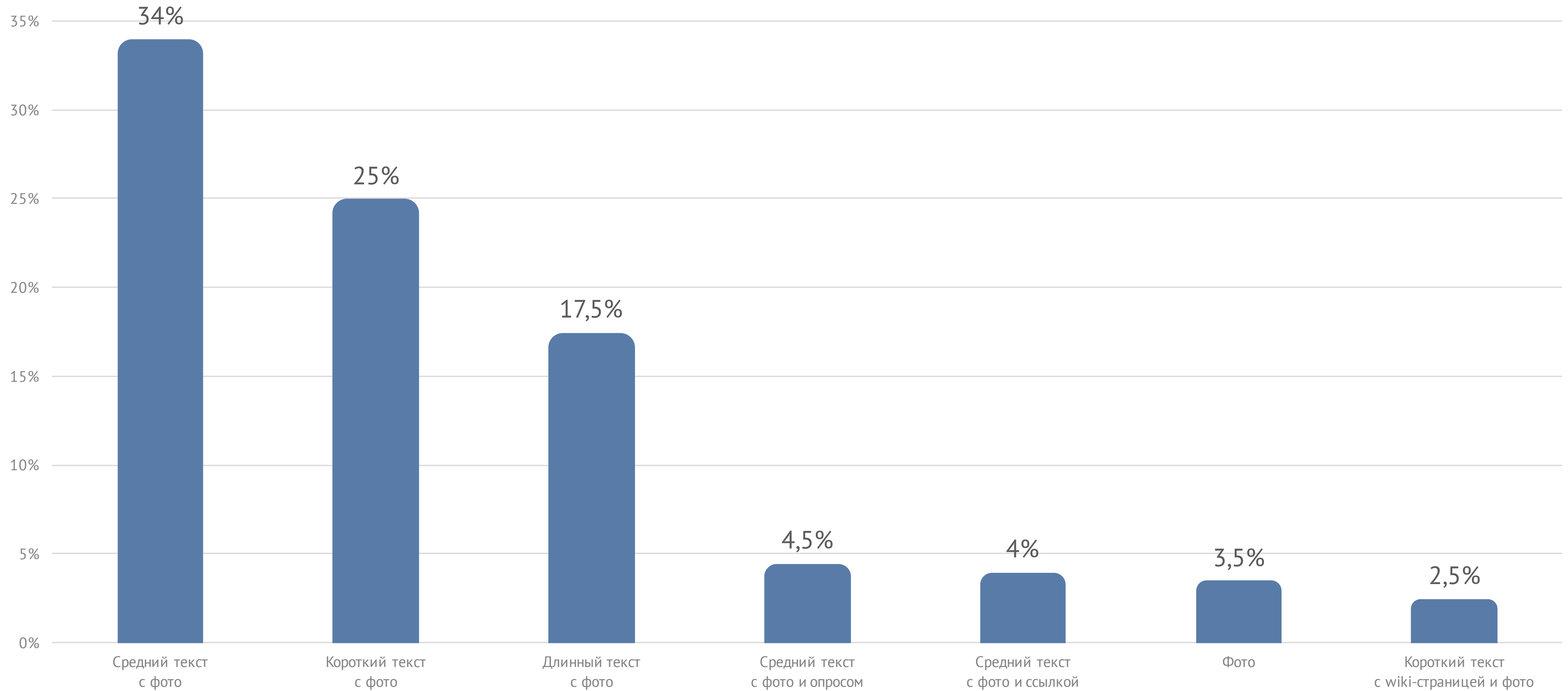
 **83%** отметок «Мне нравится»

 **8%** комментариев

 **9%** репостов



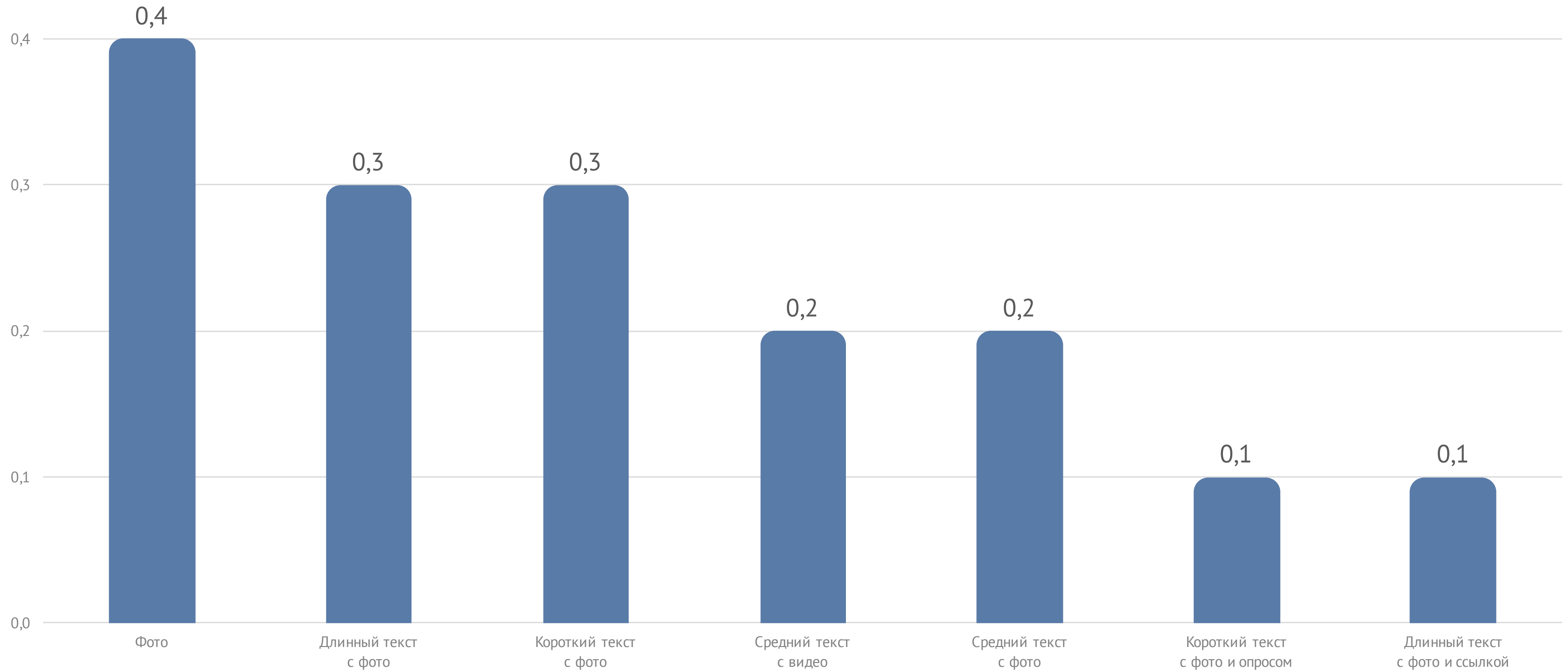
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, продукты питания, доля использования форматов.



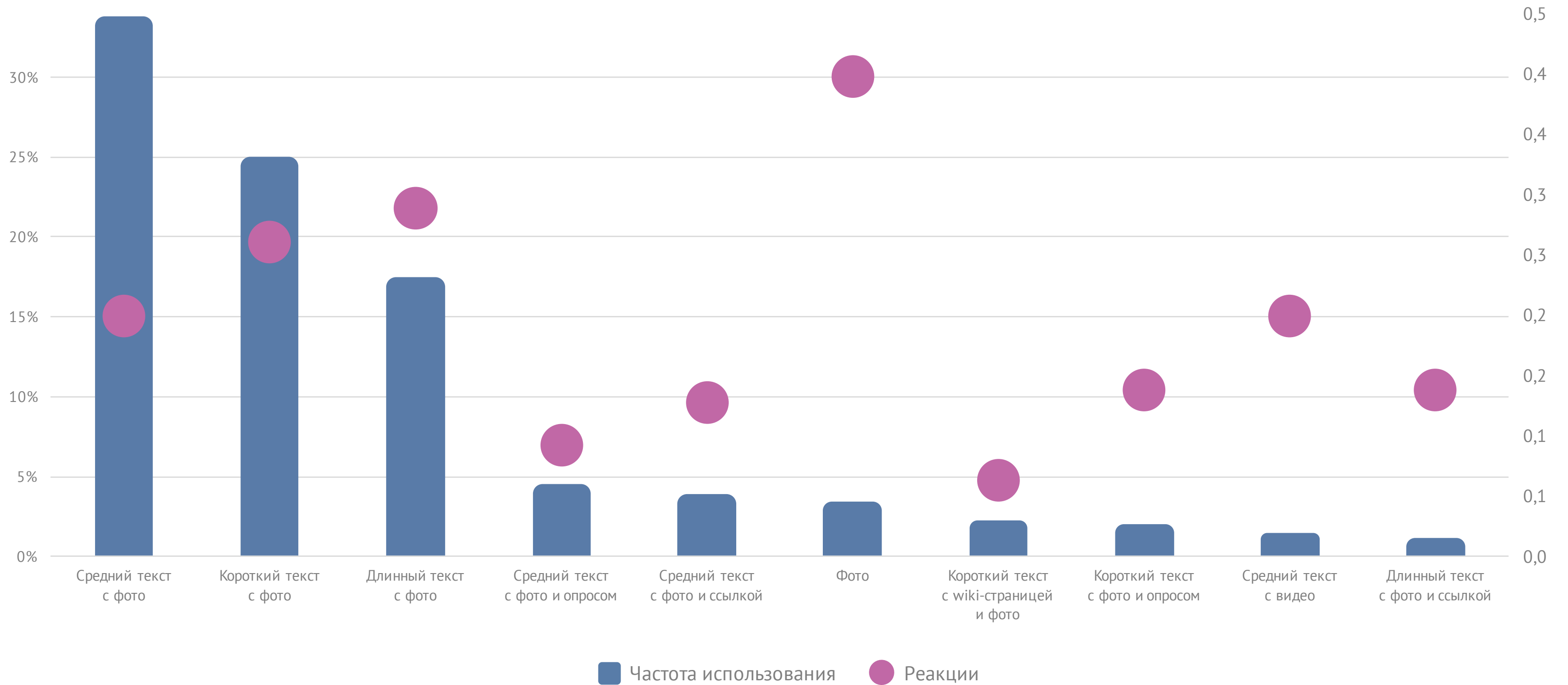
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, продукты питания, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, продукты питания.



Розничная торговля



Розничная торговля

Было проанализировано:

 300 сообществ

 38 777 записей

 881 548 реакций


Среднемесячные значения:

 43 записи

 780 отметок «Мне нравится»

 97 комментариев

 102 репостов

 22 317 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

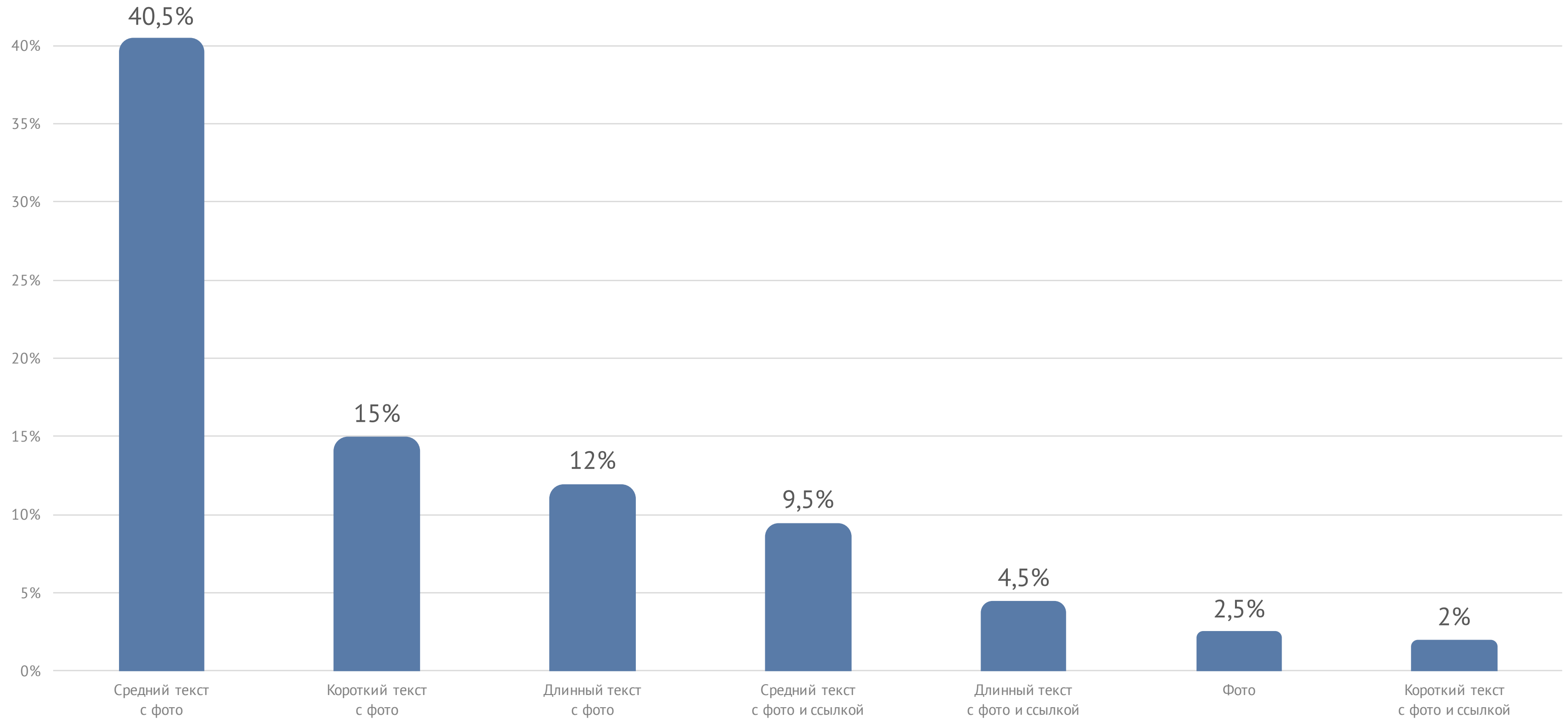
 80% отметок «Мне нравится»

 10% комментариев

 10% репостов



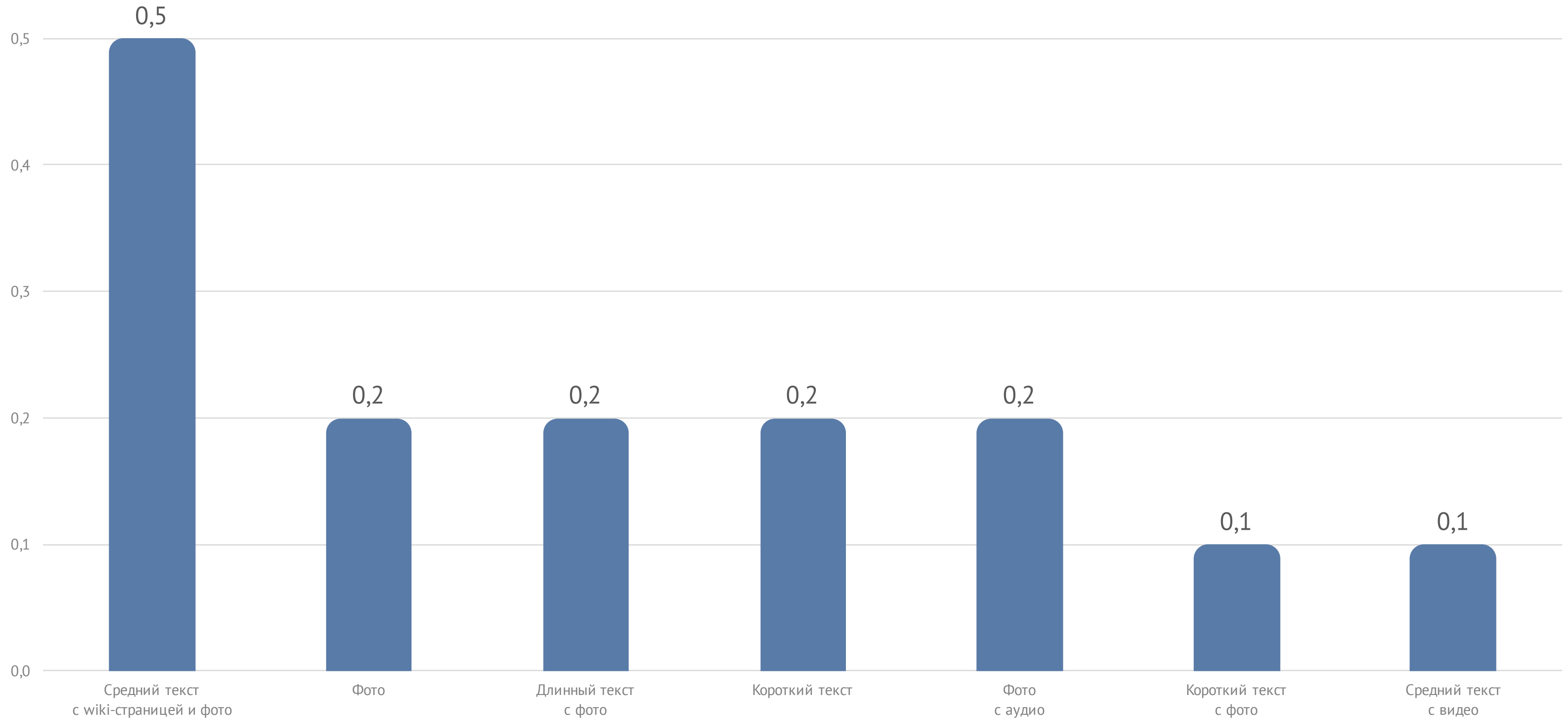
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, розничная торговля, доля использования форматов.



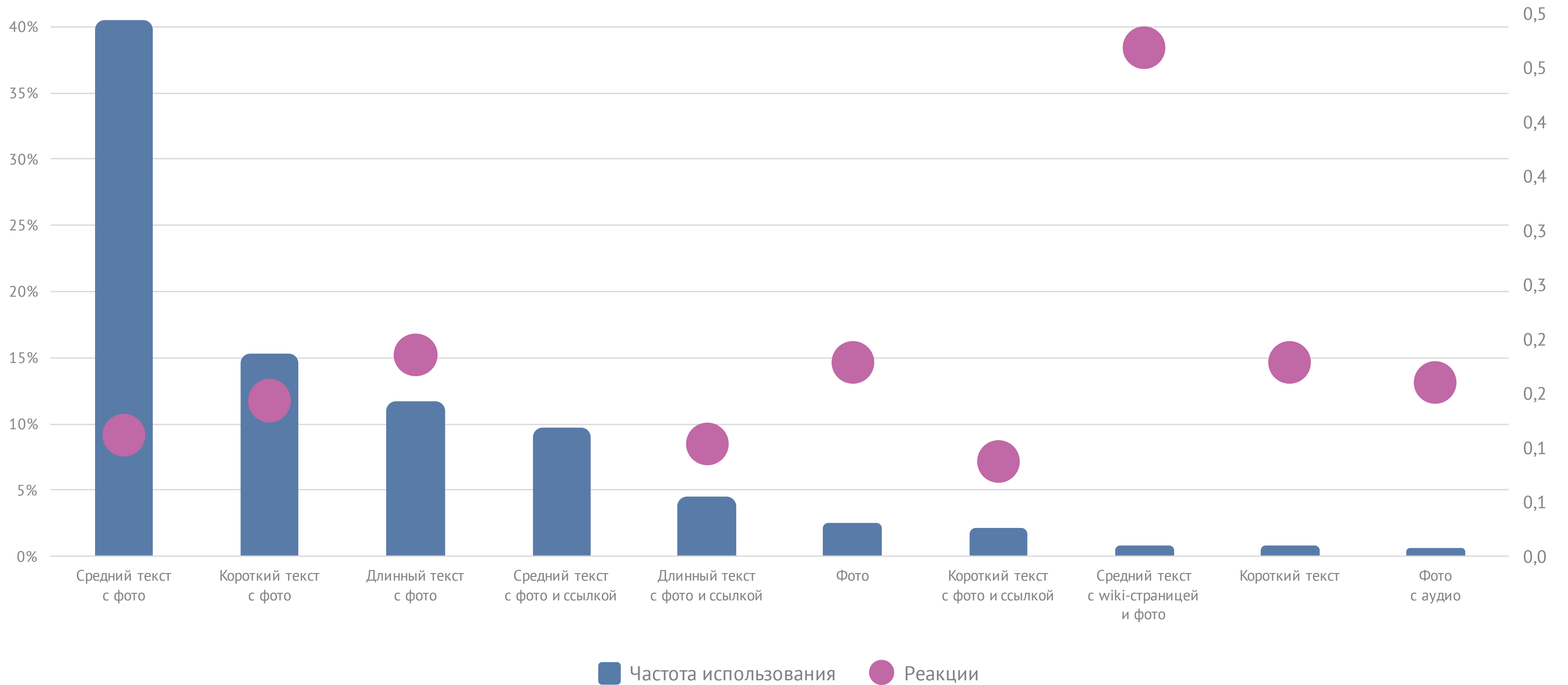
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, розничная торговля, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, розничная торговля.



Спорттовары



Спорттовары

Было проанализировано:

 15 сообществ

 586 записей

 318 790 реакций


Среднемесячные значения:

 13 записей

 6 545 отметок «Мне нравится»

 103 комментария

 436 репостов

 65 160 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

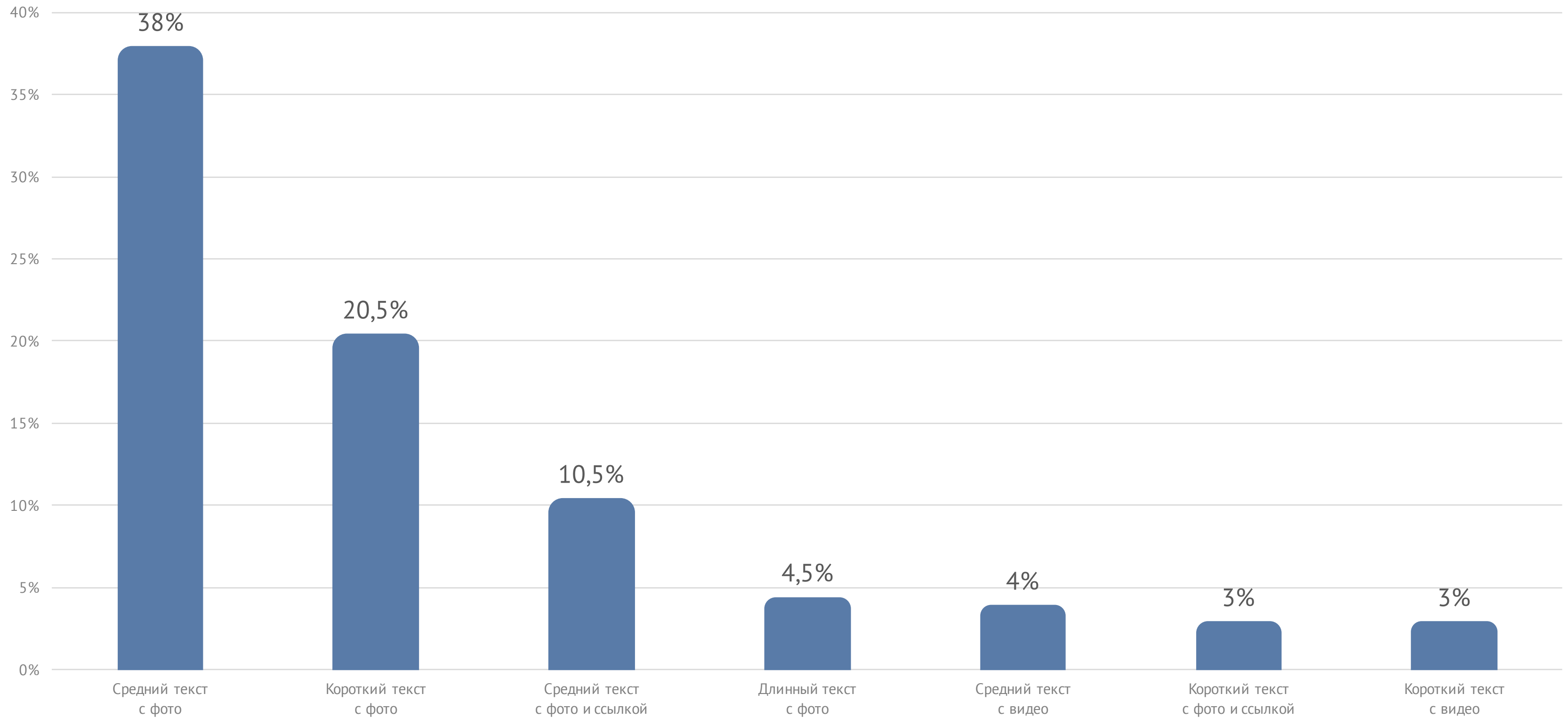
 92% отметок «Мне нравится»

 2% комментариев

 6% репостов



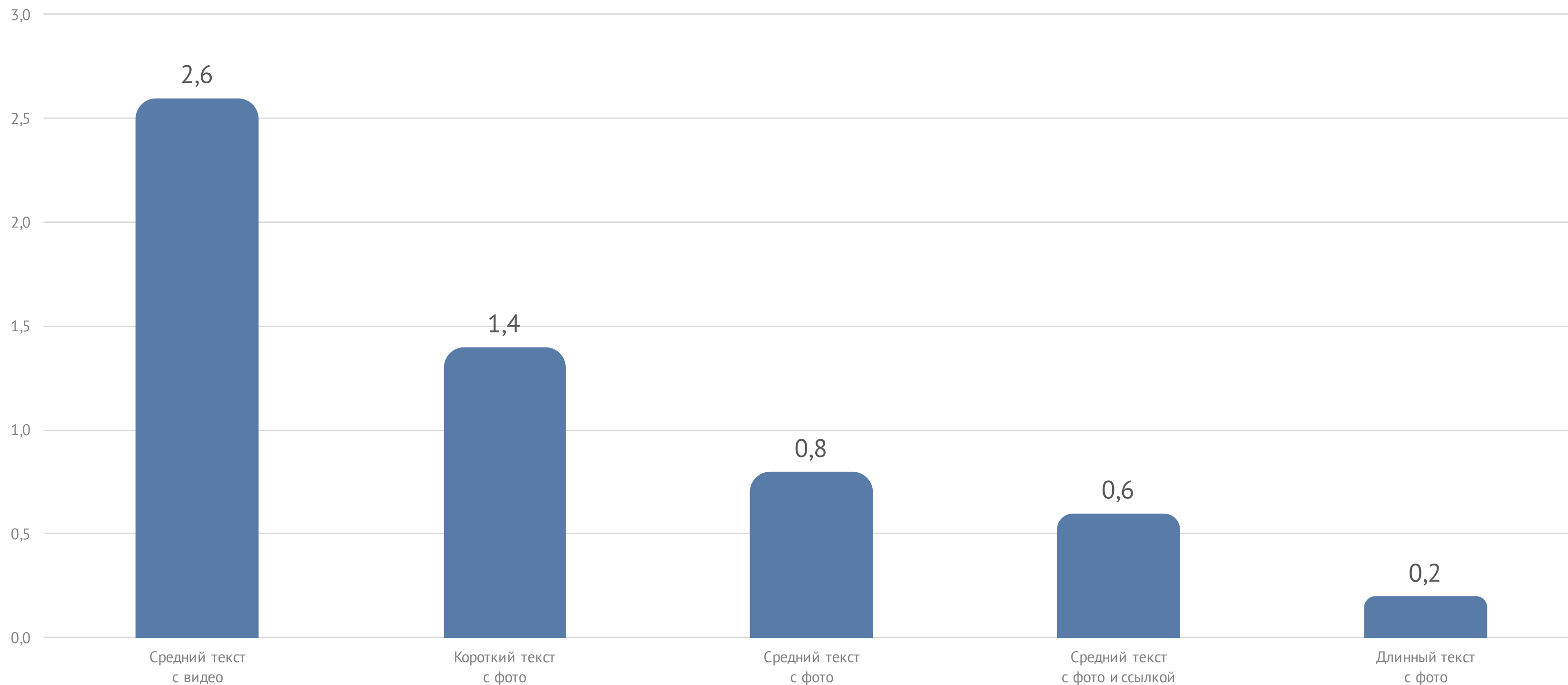
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, спорттовары, доля использования форматов.



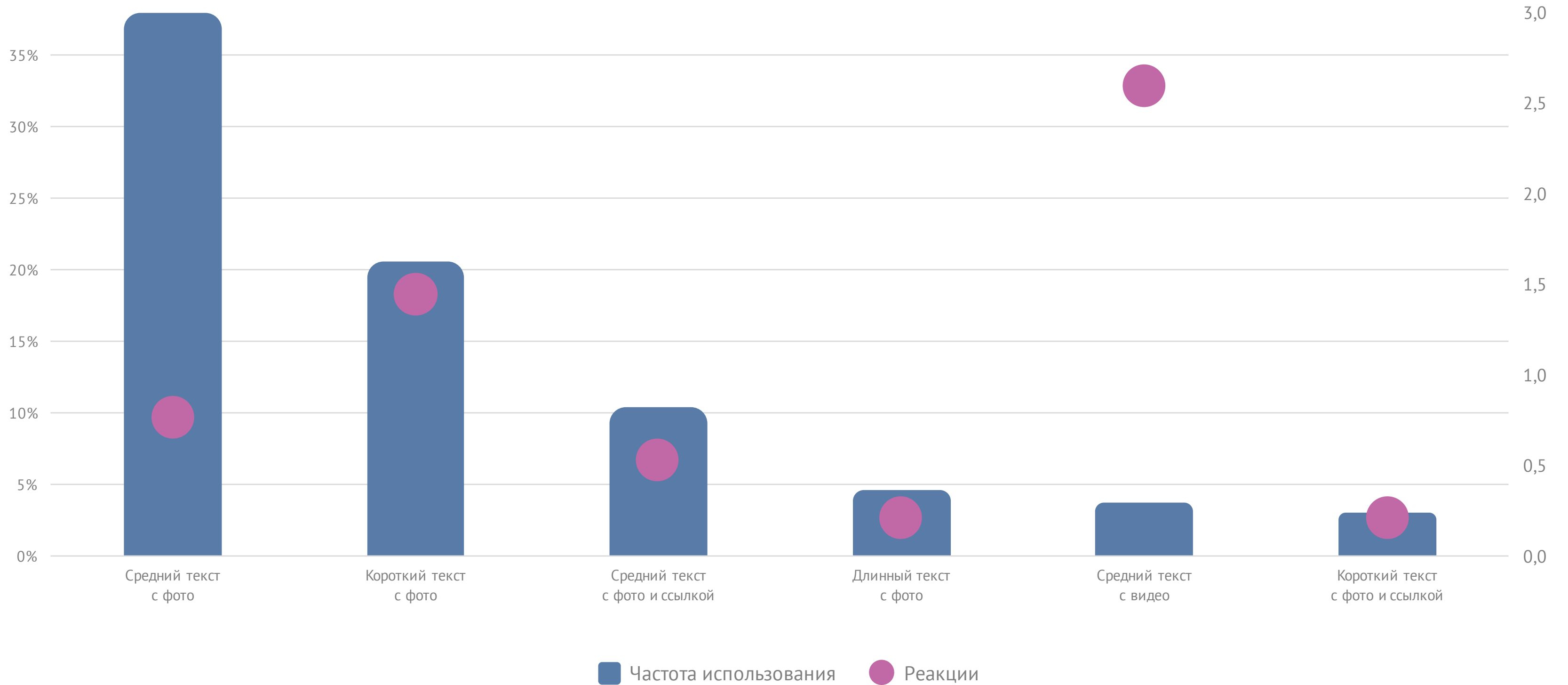
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, спорттовары, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, спорттовары.



Телеком



Телеком

Было проанализировано:

 34 сообщества

 1 495 записей

 208 665 реакций

Среднемесячные значения:

 15 записей

 1 168 отметок «Мне нравится»

 733 комментария

 144 репоста

 108 899 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

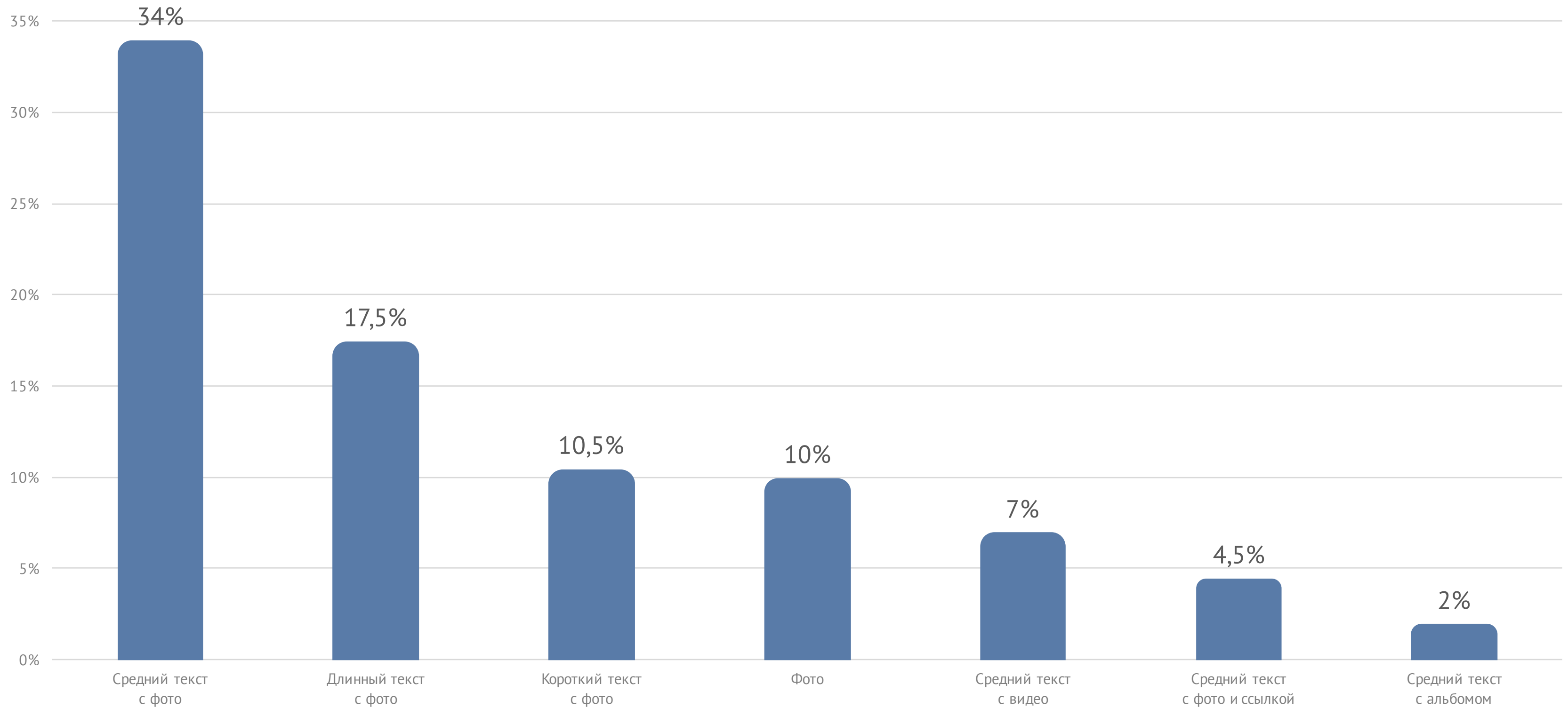
 57% отметок «Мне нравится»

 36% комментариев

 7% репостов



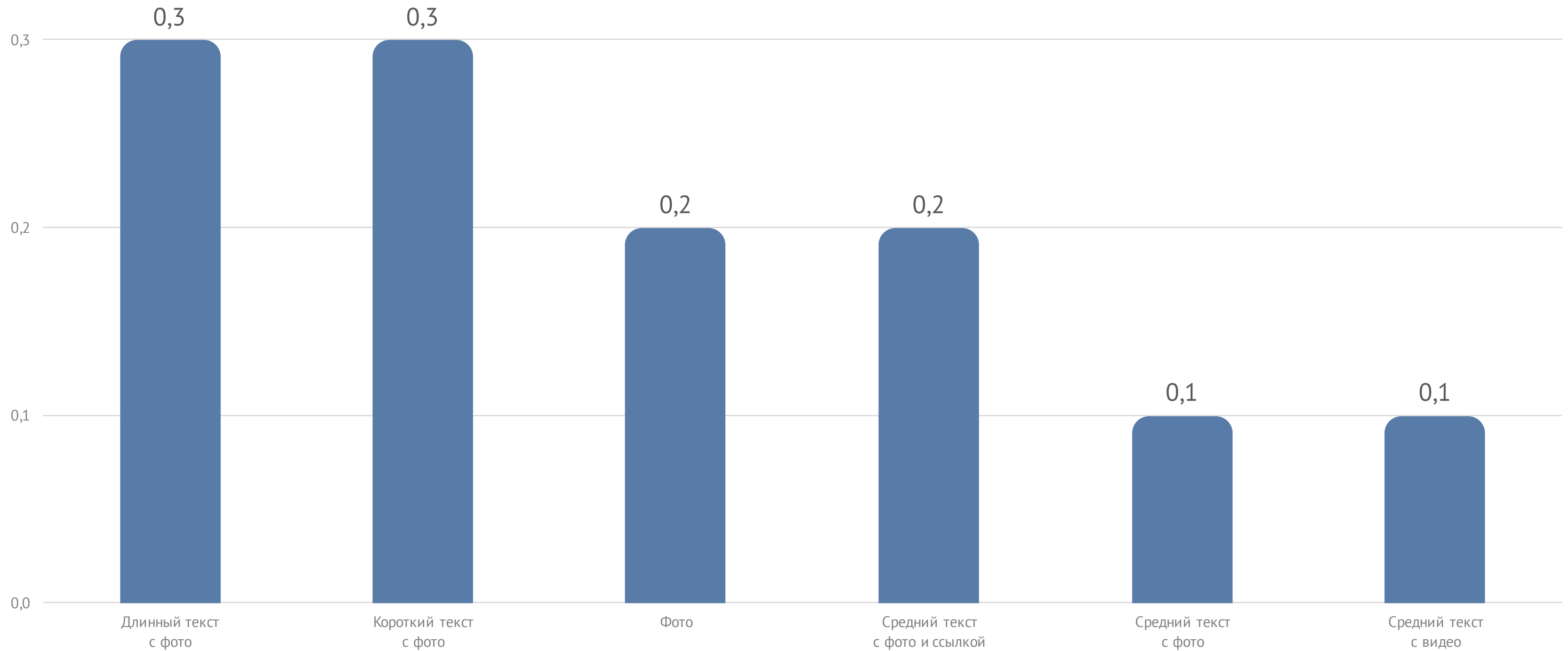
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, телеком, доля использования форматов.



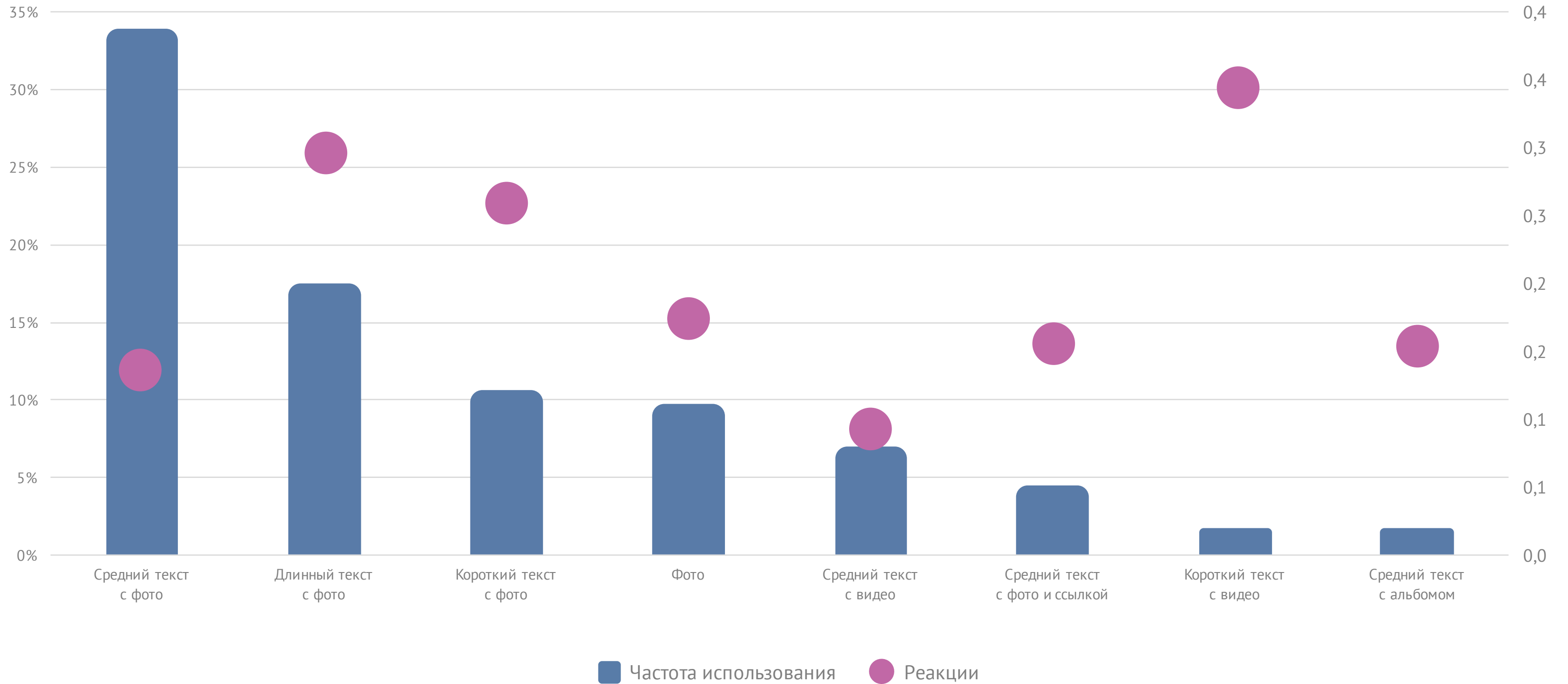
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, телеком, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, телеком.



Туризм и путешествия




Туризм и путешествия

Было проанализировано:

 179 сообществ

 16 260 записей

 516 279 реакций


Среднемесячные значения:

 30 записей

 752 отметки «Мне нравится»

 39 комментариев

 170 репостов

 12 688 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

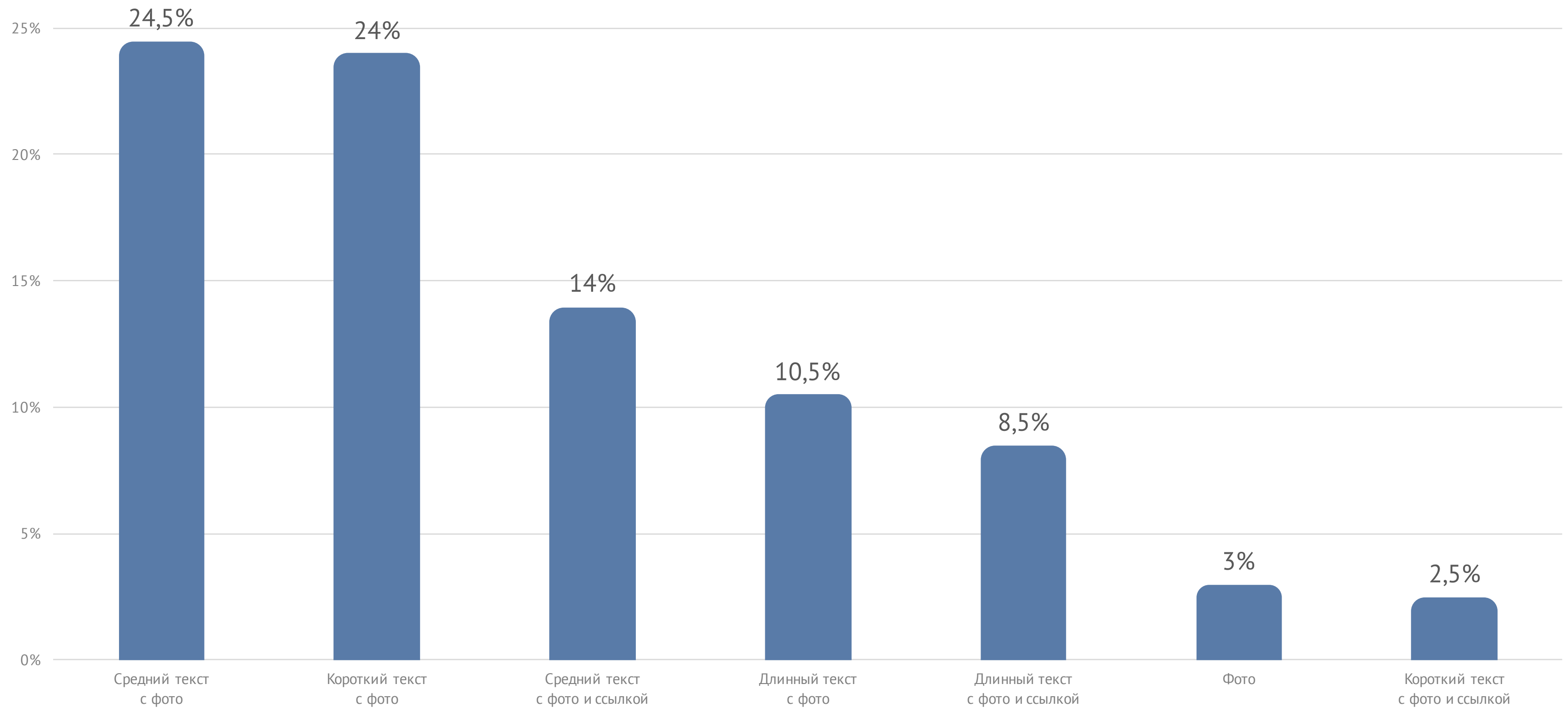
 78% отметок «Мне нравится»

 4% комментариев

 18% репостов



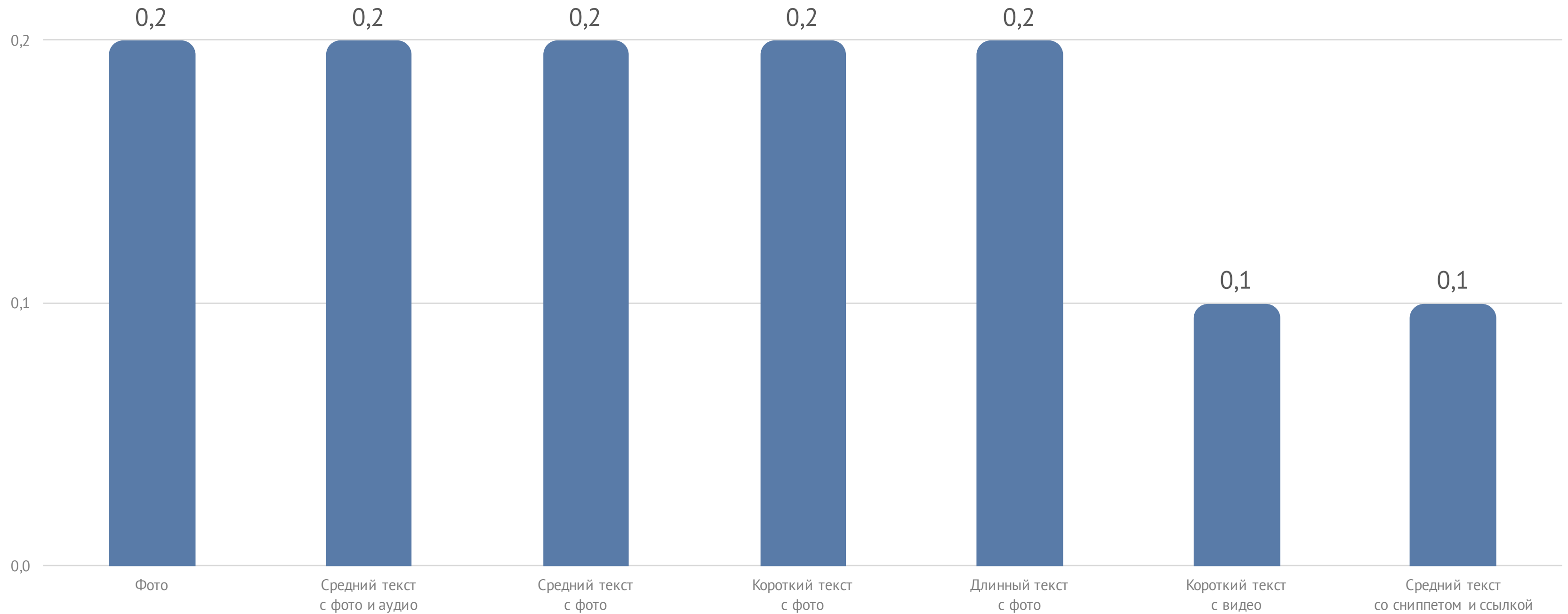
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, туризм и путешествия, доля использования форматов.



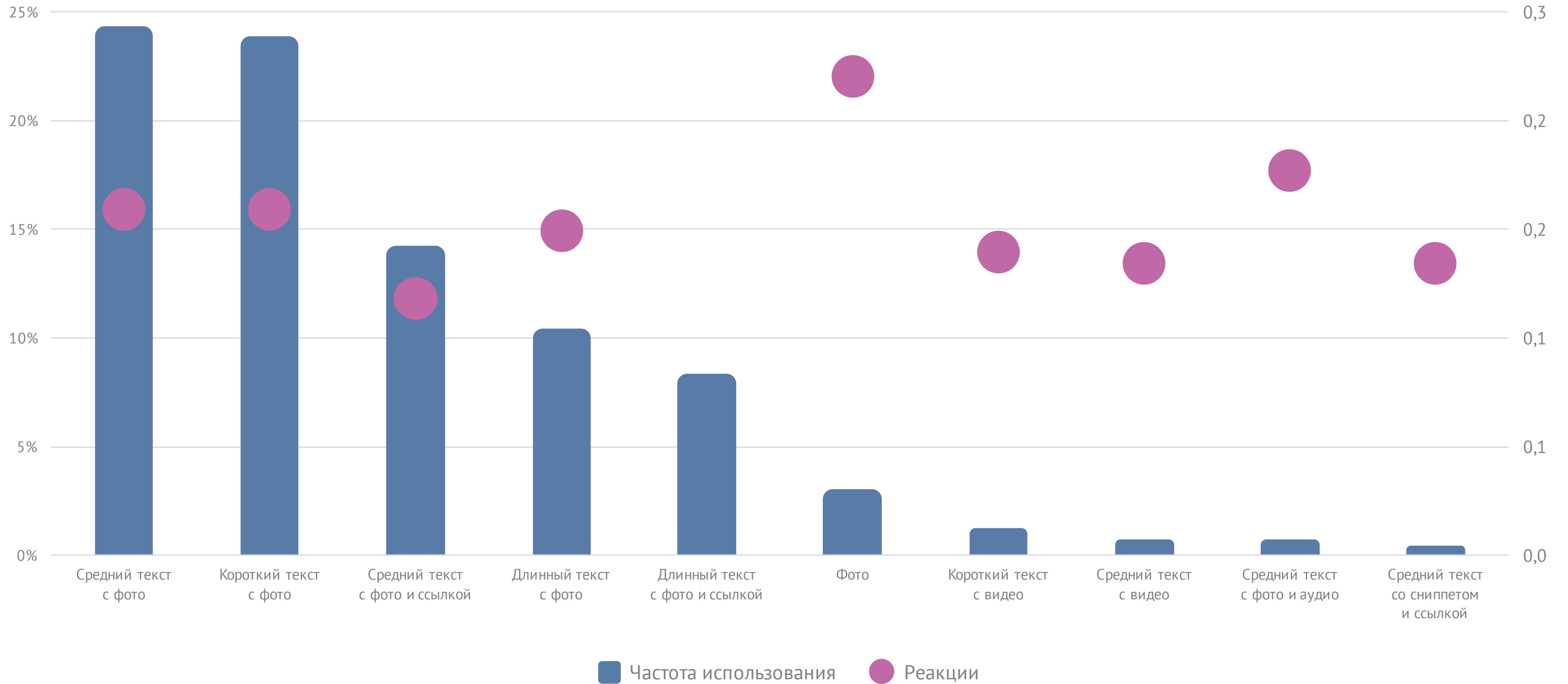
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, туризм и путешествия, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, туризм и путешествия.



Услуги



Услуги

Было проанализировано:



124 сообщества



4 730 записей



116 425 реакций

Среднемесячные значения:



13 записей



244 отметки «Мне нравится»



19 комментариев



50 репостов



4 625 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:



78% отметок «Мне нравится»



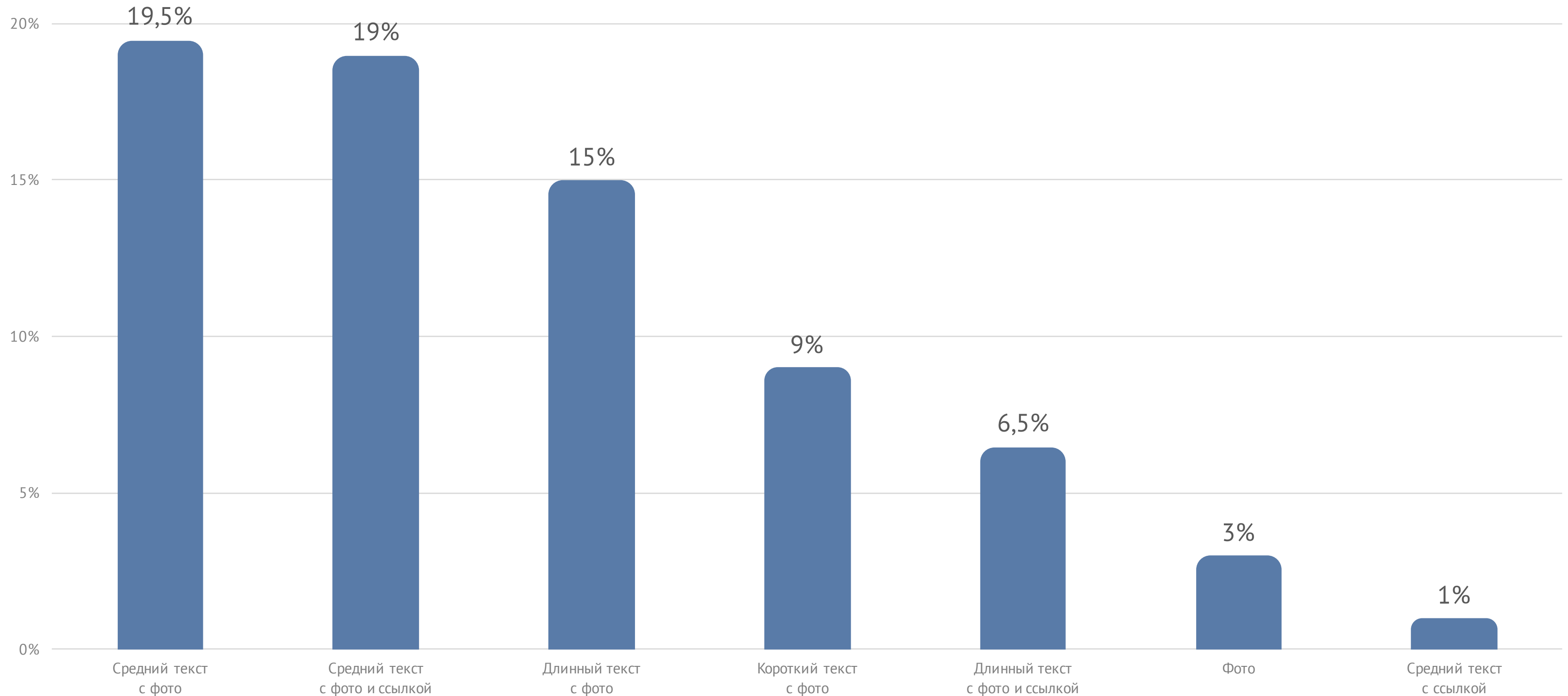
6% комментариев



16% репостов



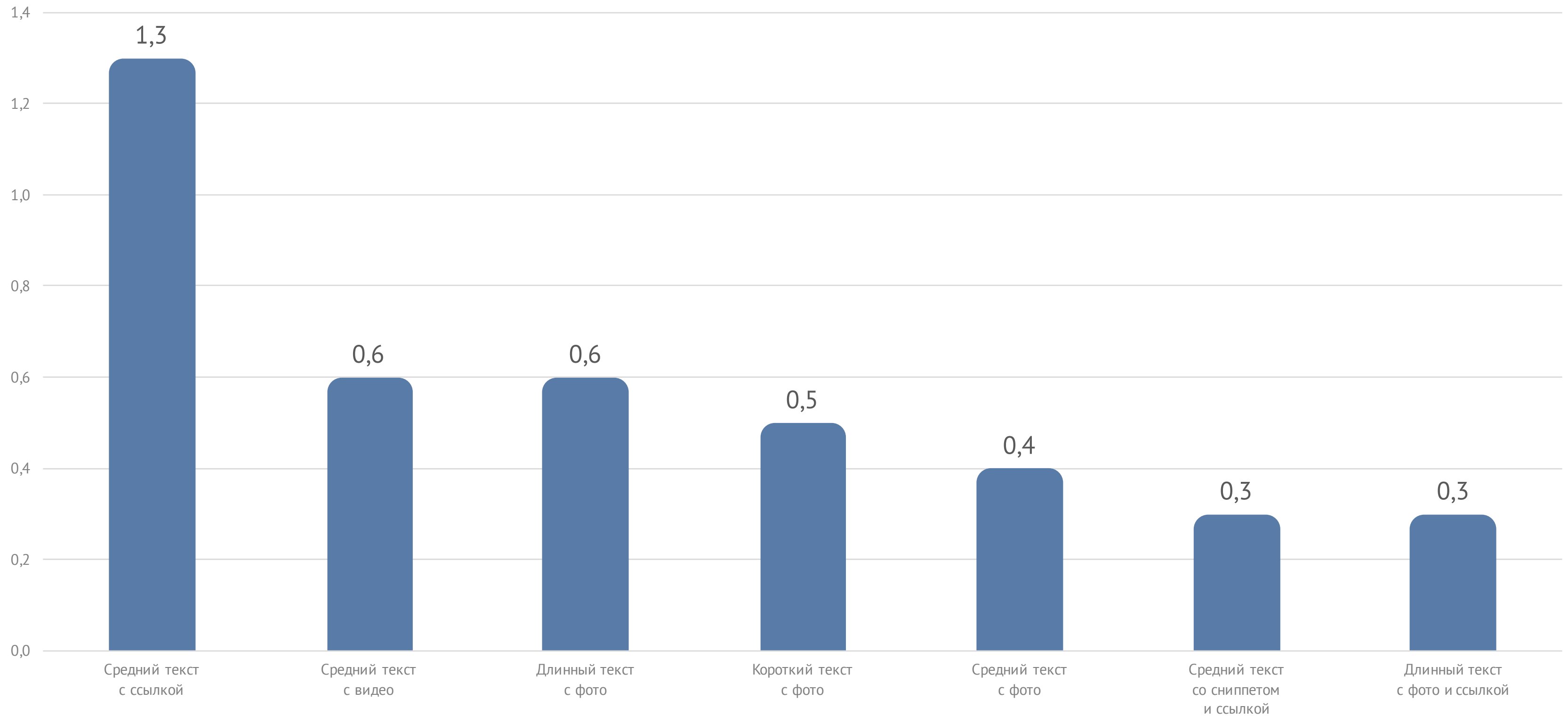
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, услуги, доля использования форматов.



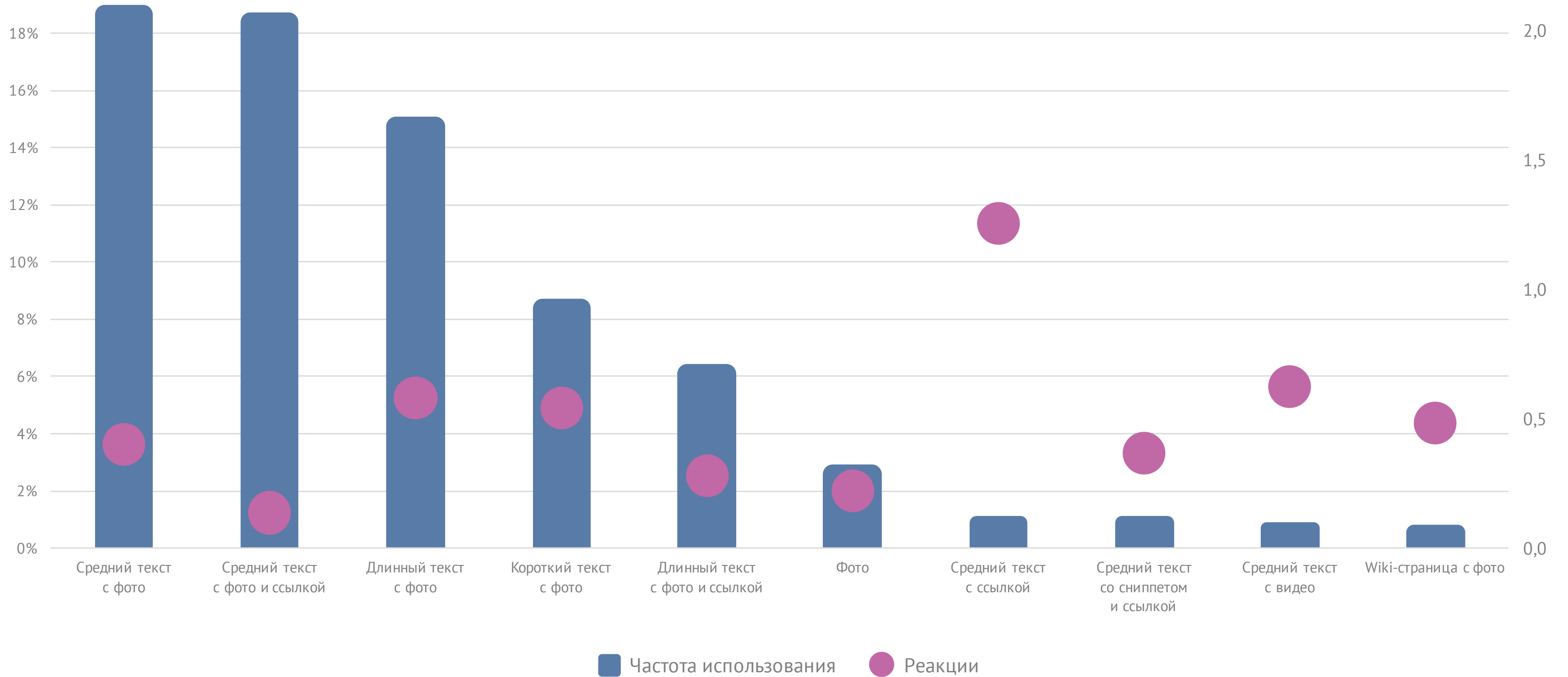
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, услуги, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, услуги.



Финансы



Финансы

Было проанализировано:

 147 сообществ

 4 793 записи

 523 335 реакций


Среднемесячные значения:

 11 записей

 222 отметки «Мне нравится»

 931 комментариев

 33 репоста

 20 440 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

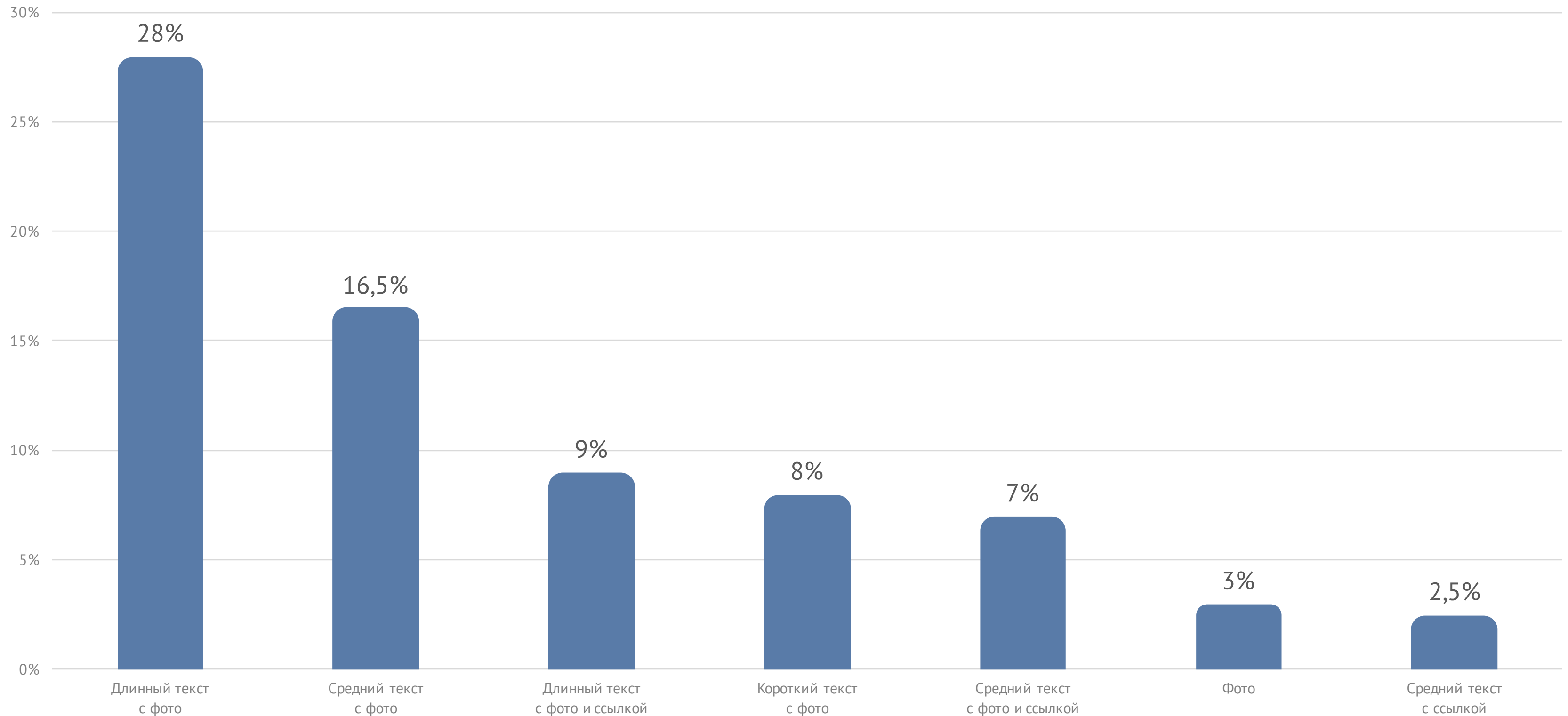
 19% отметок «Мне нравится»

 78% комментариев

 3% репостов



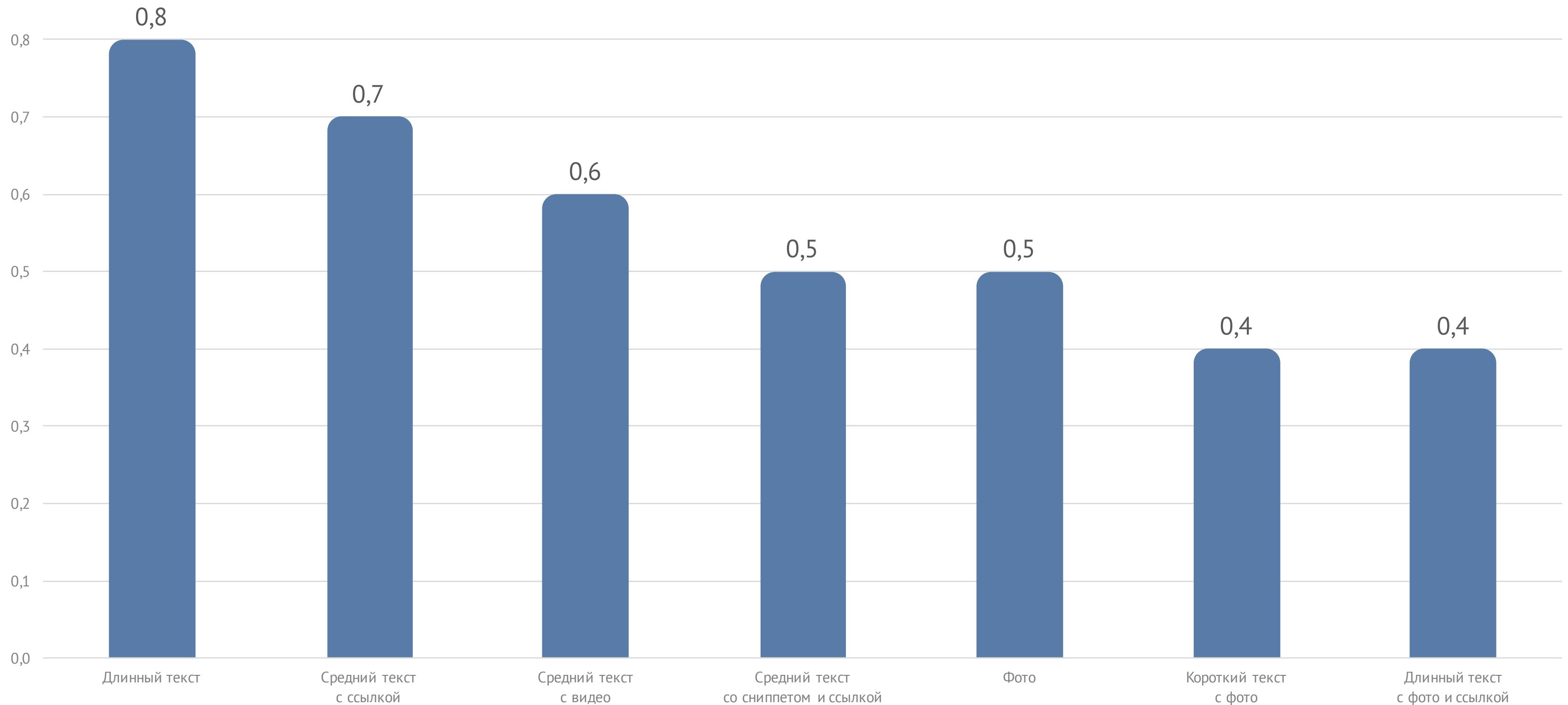
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, финансы, доля использования форматов.



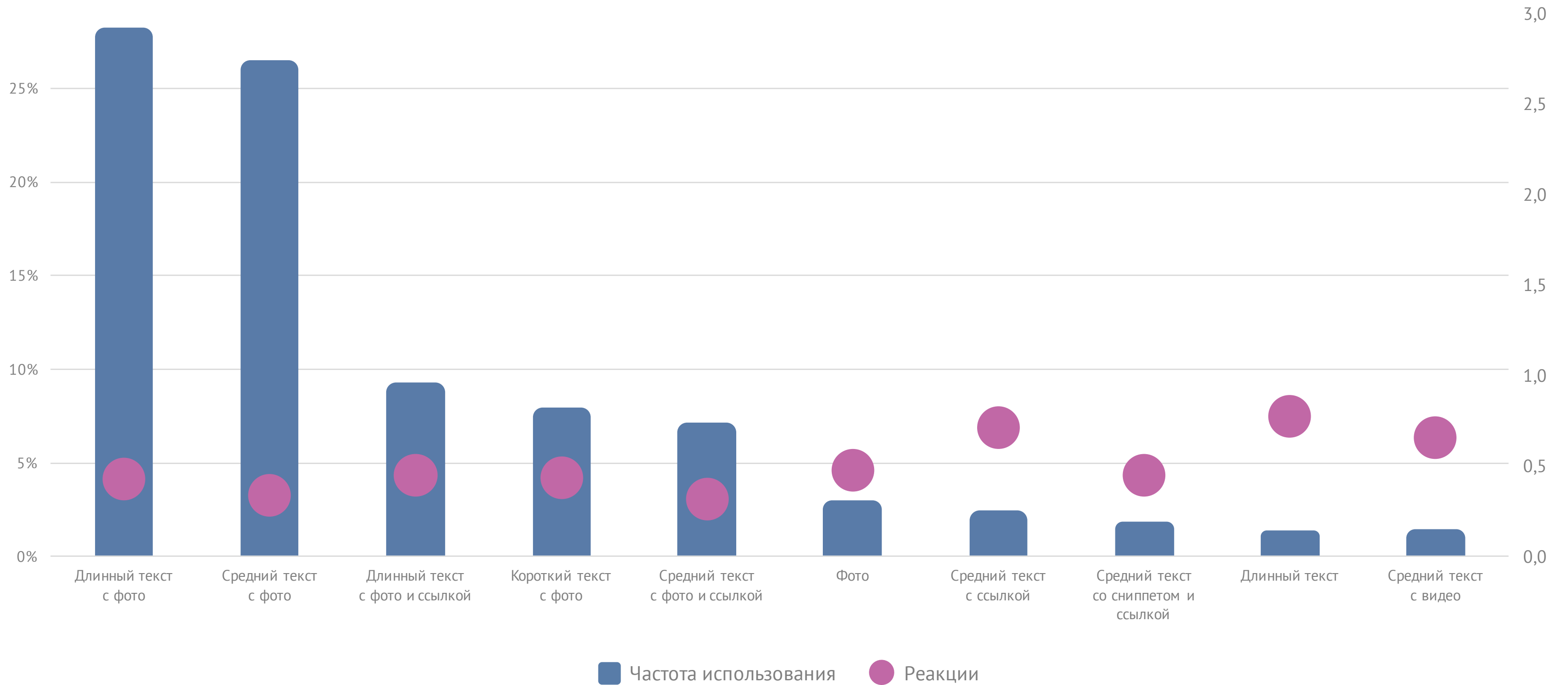
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, финансы, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, финансы.



Хозяйственный товары



Хозяйственные товары

Было проанализировано:

 58 сообществ

 3 074 записи

 183 865 реакций

Среднемесячные значения:

 18 записей

 792 отметки «Мне нравится»

 178 комментариев

 87 репостов

 17 773 человека в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

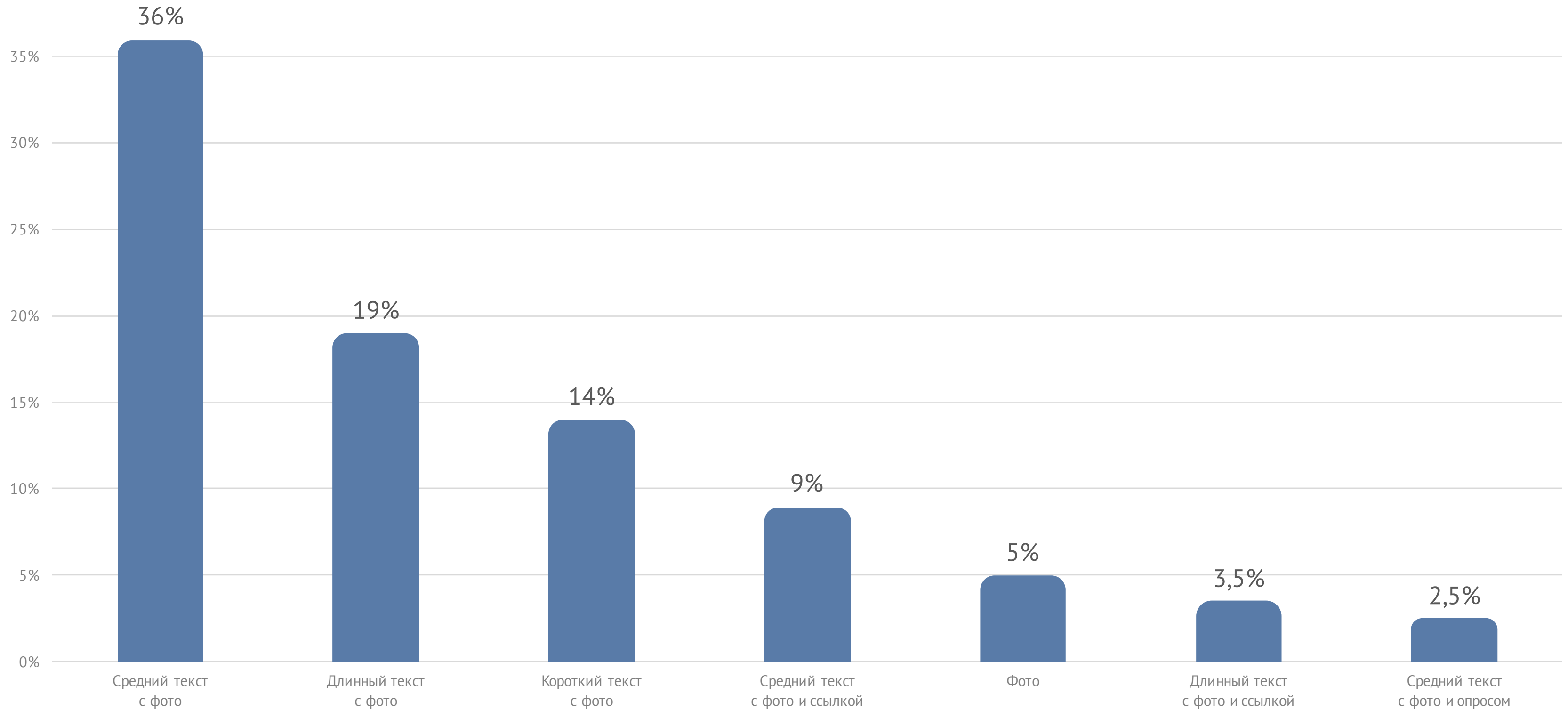
 75% отметок «Мне нравится»

 17% комментариев

 8% репостов



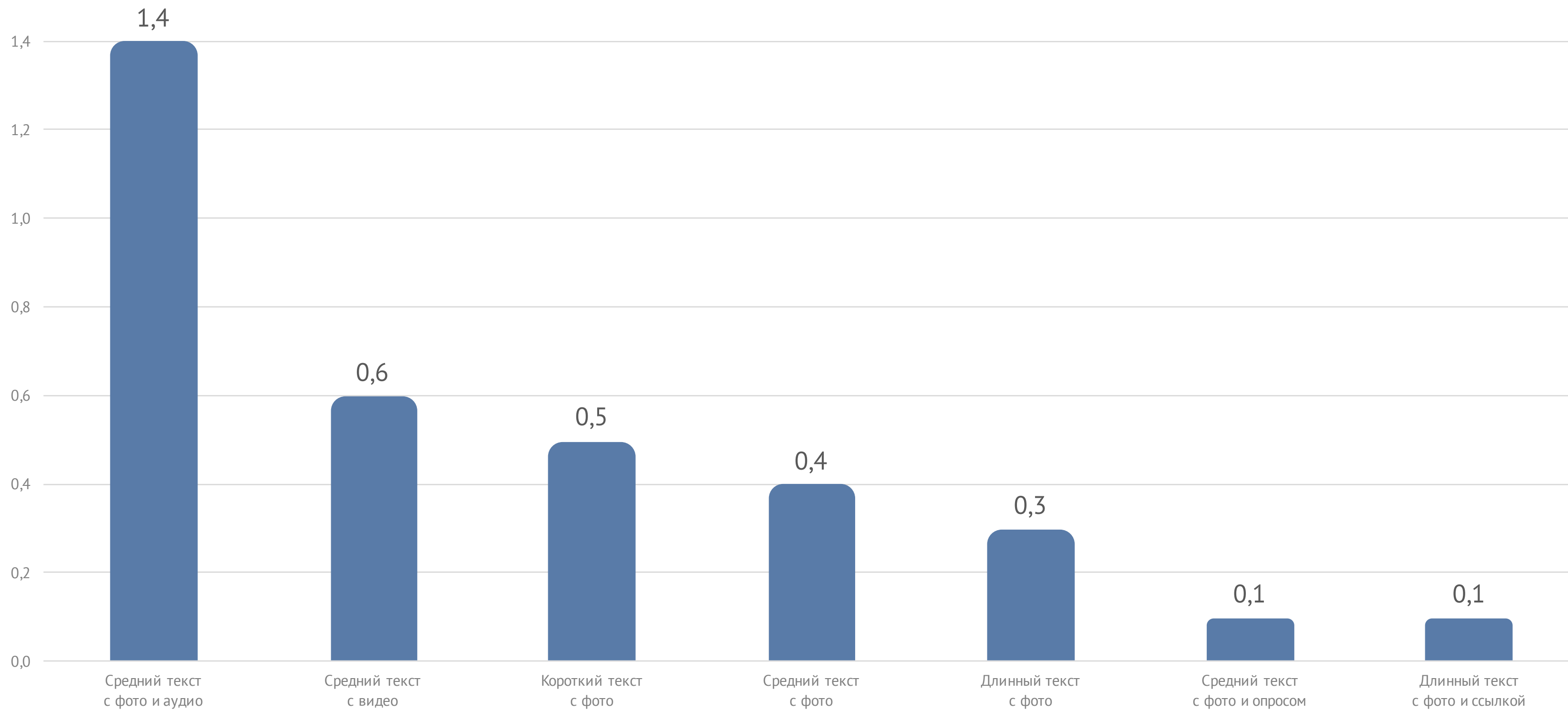
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, хозяйственные товары, доля использования форматов.



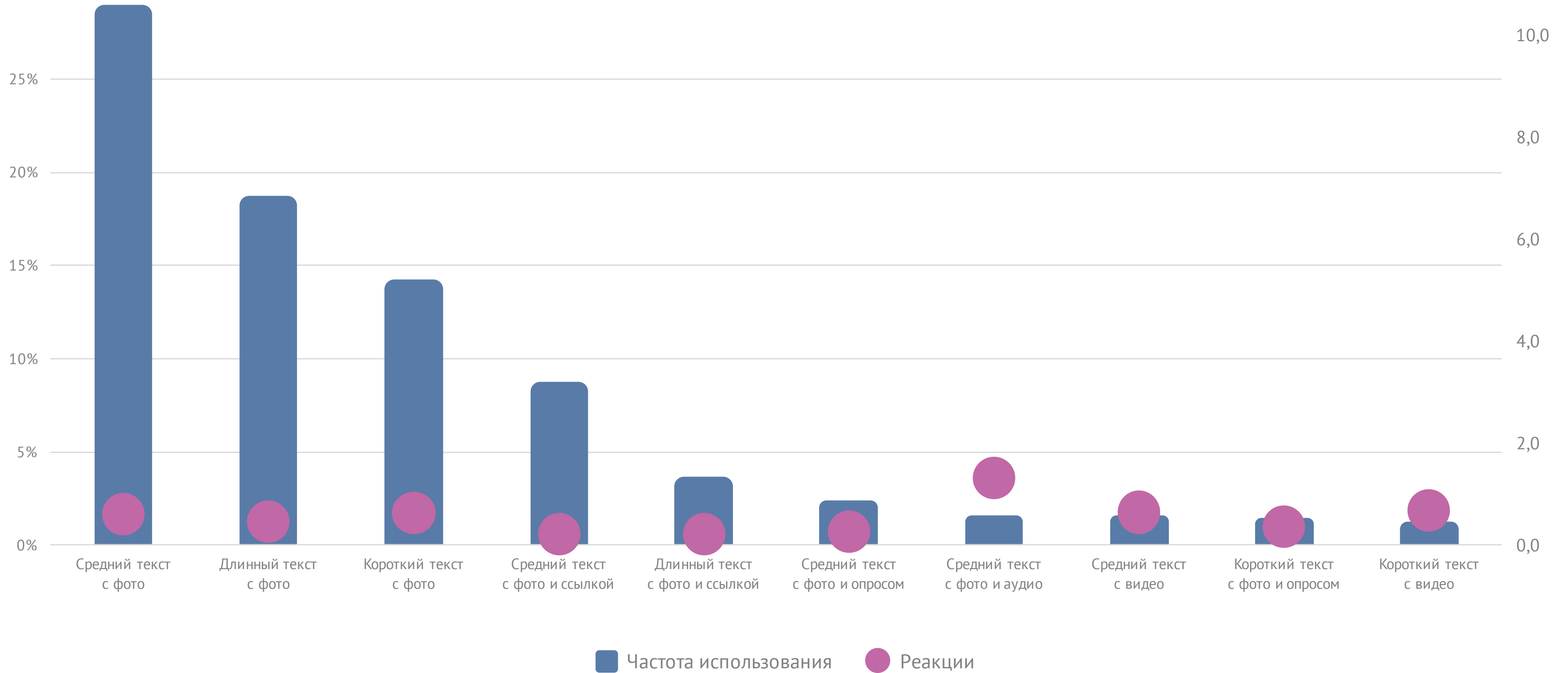
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, хозяйственные товары, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, хозяйственные товары.



Электроника



Электроника

Было проанализировано:

 105 сообществ

 8 392 записи

 964 767 реакций


Среднемесячные значения:

 27 записей

 2 131 отметка «Мне нравится»

 722 комментария

 210 репостов

 54 699 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

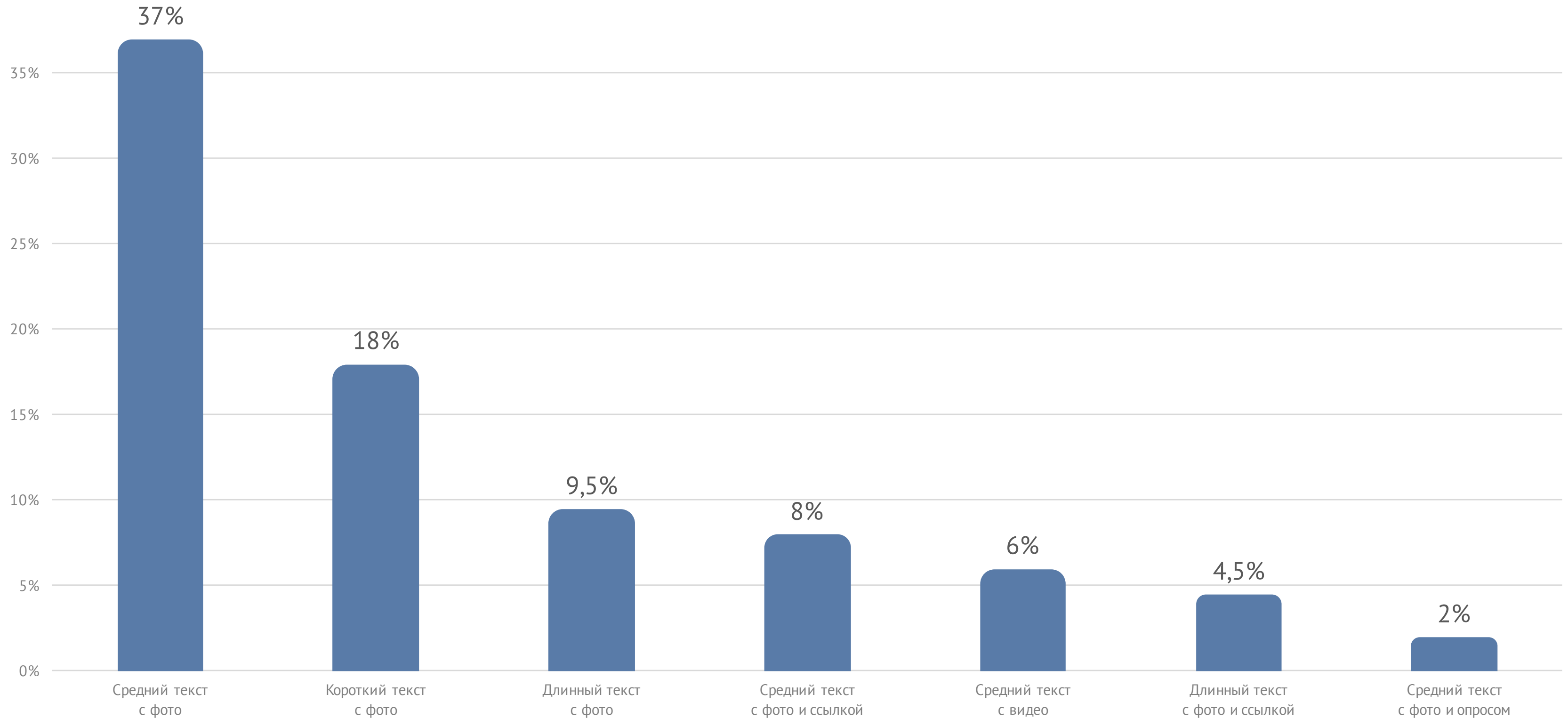
 70% отметок «Мне нравится»

 24% комментариев

 7% репостов



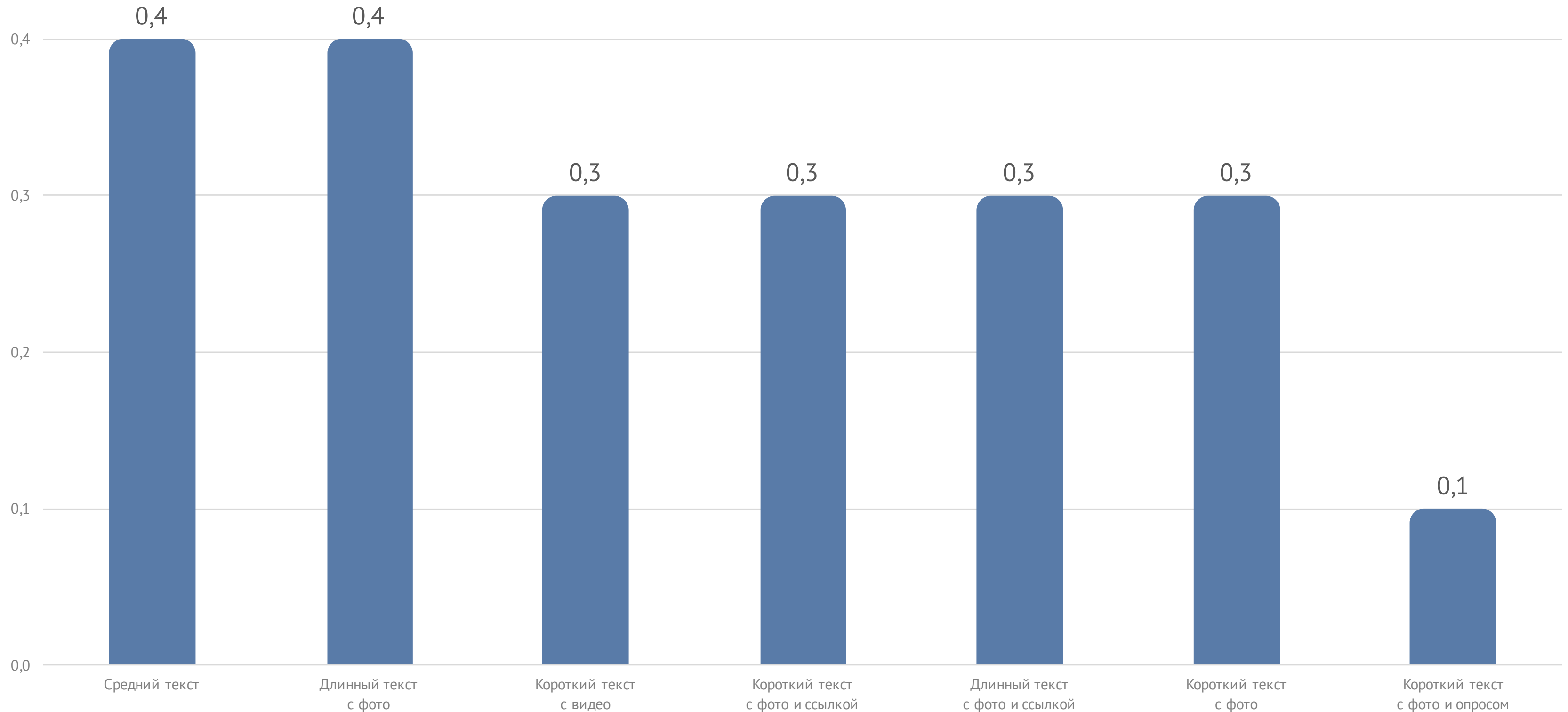
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, электроника, доля использования форматов.



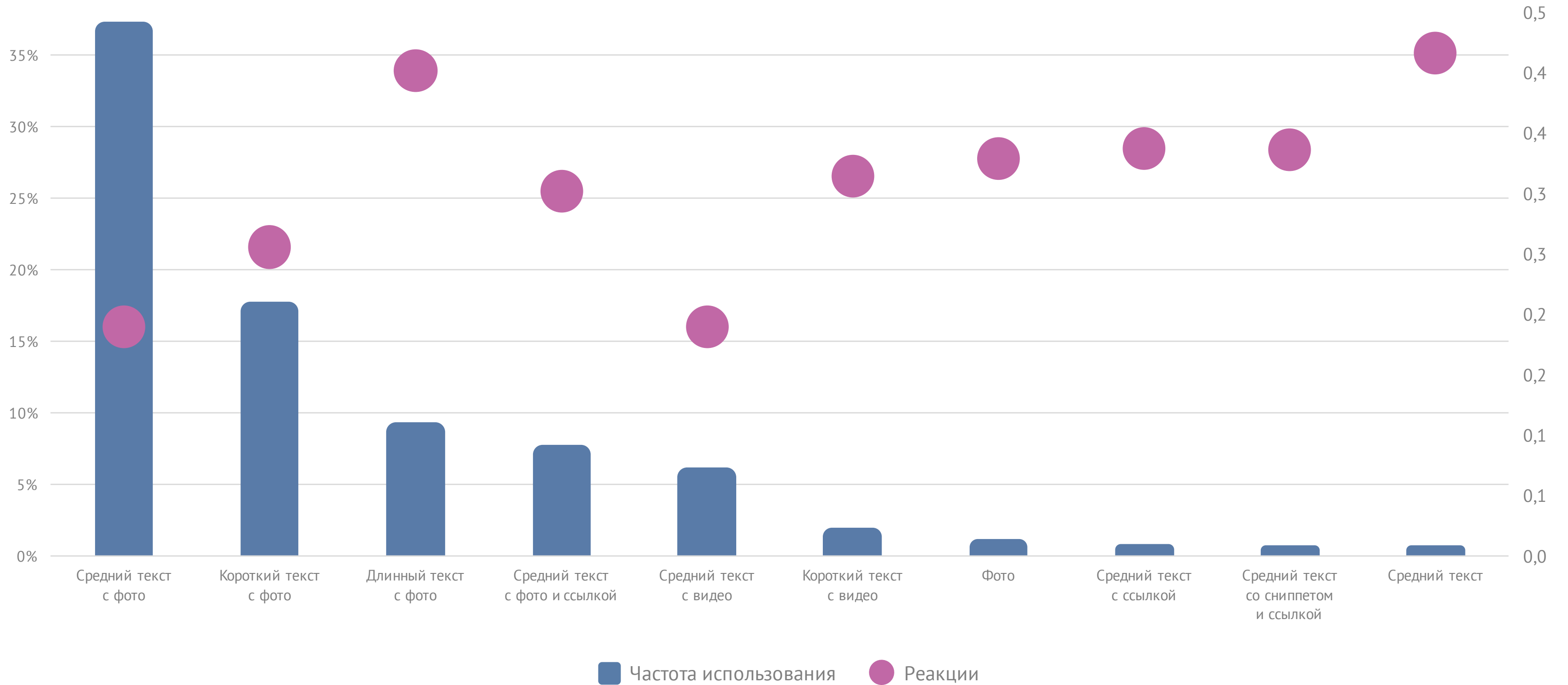
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, электроника, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, электроника.



Электронная коммерция



Электронная коммерция

Было проанализировано:

 172 сообщества

 31 367 записей

 2 847 711 реакций


Среднемесячные значения:

 61 запись

 4 603 отметки «Мне нравится»

 420 комментариев

 496 репостов

 74 667 человек в среднем состоят в сообществе

Среднее распределение реакций:

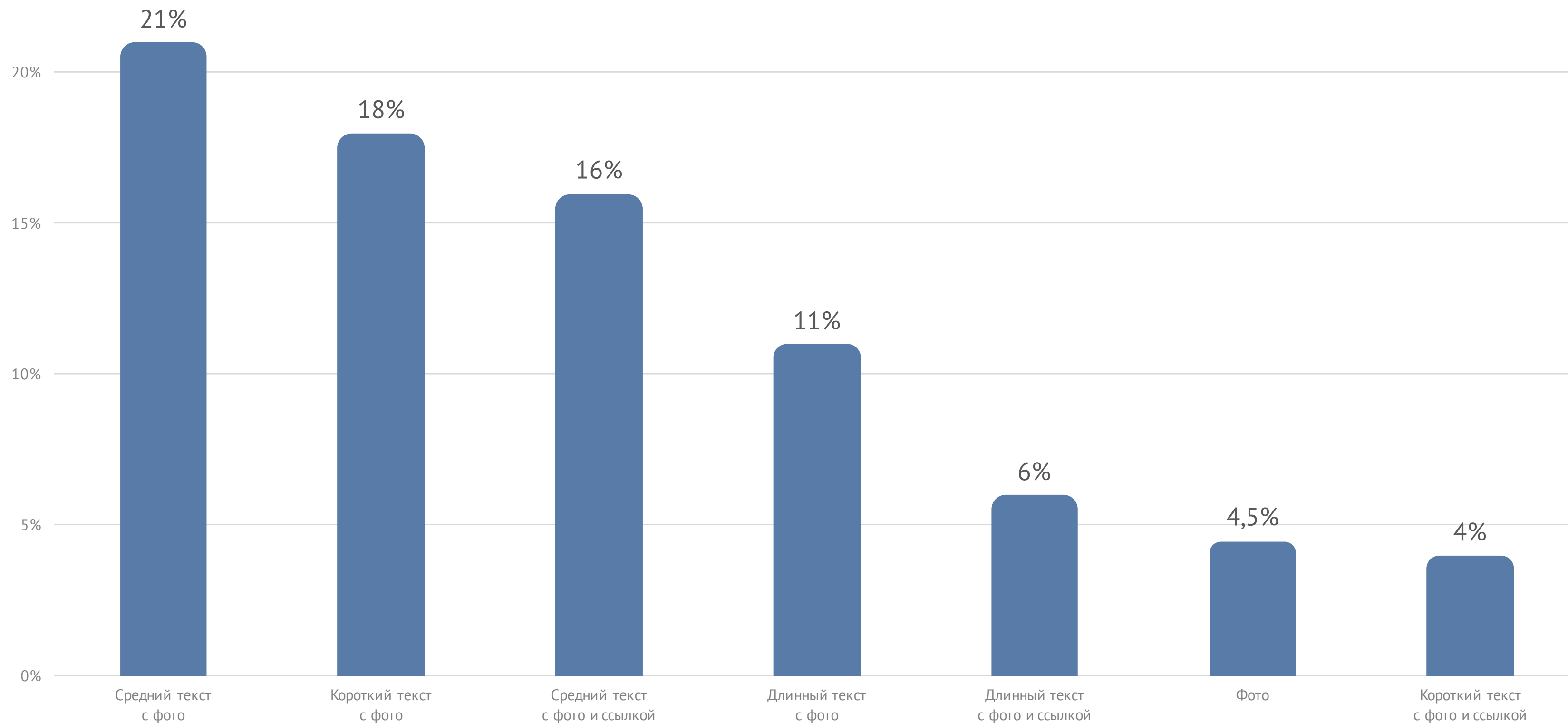
 83% отметок «Мне нравится»

 8% комментариев

 9% репостов



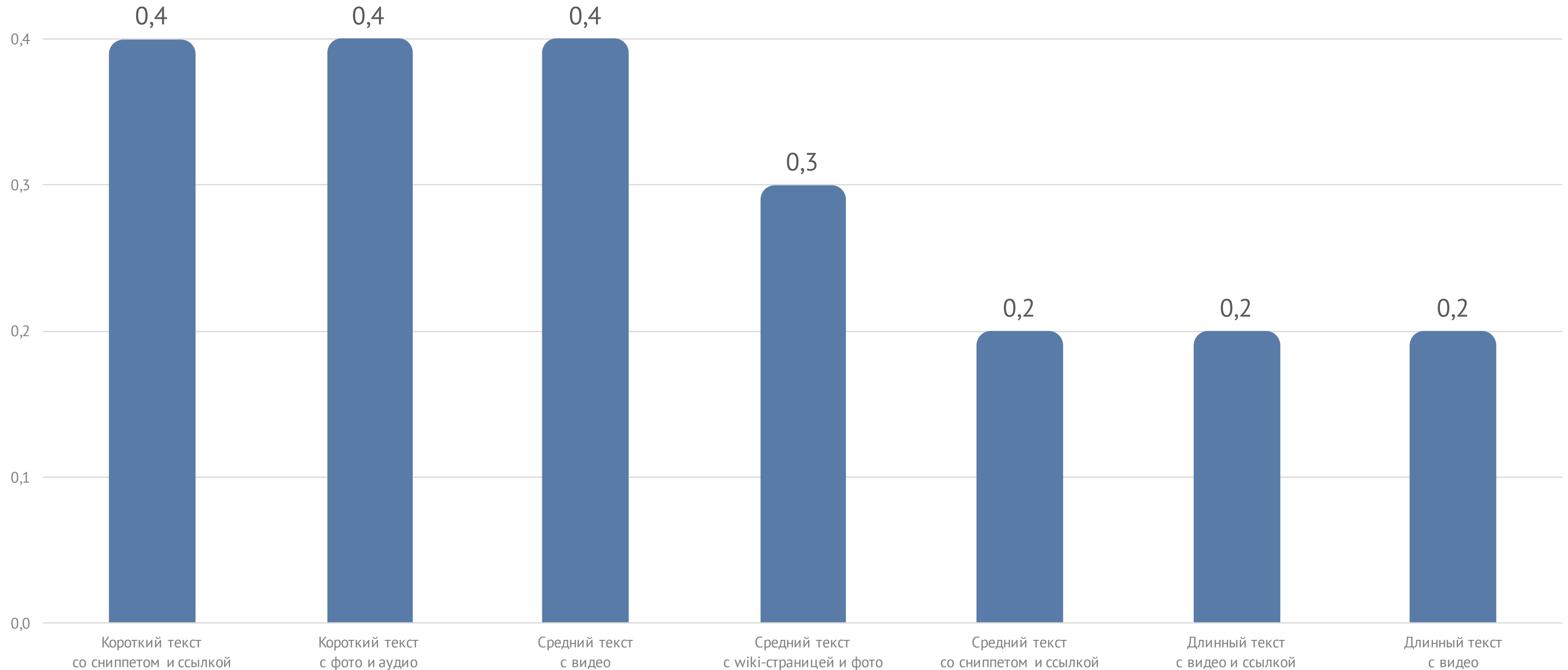
Самые используемые форматы записей



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, электронная коммерция, доля использования форматов.



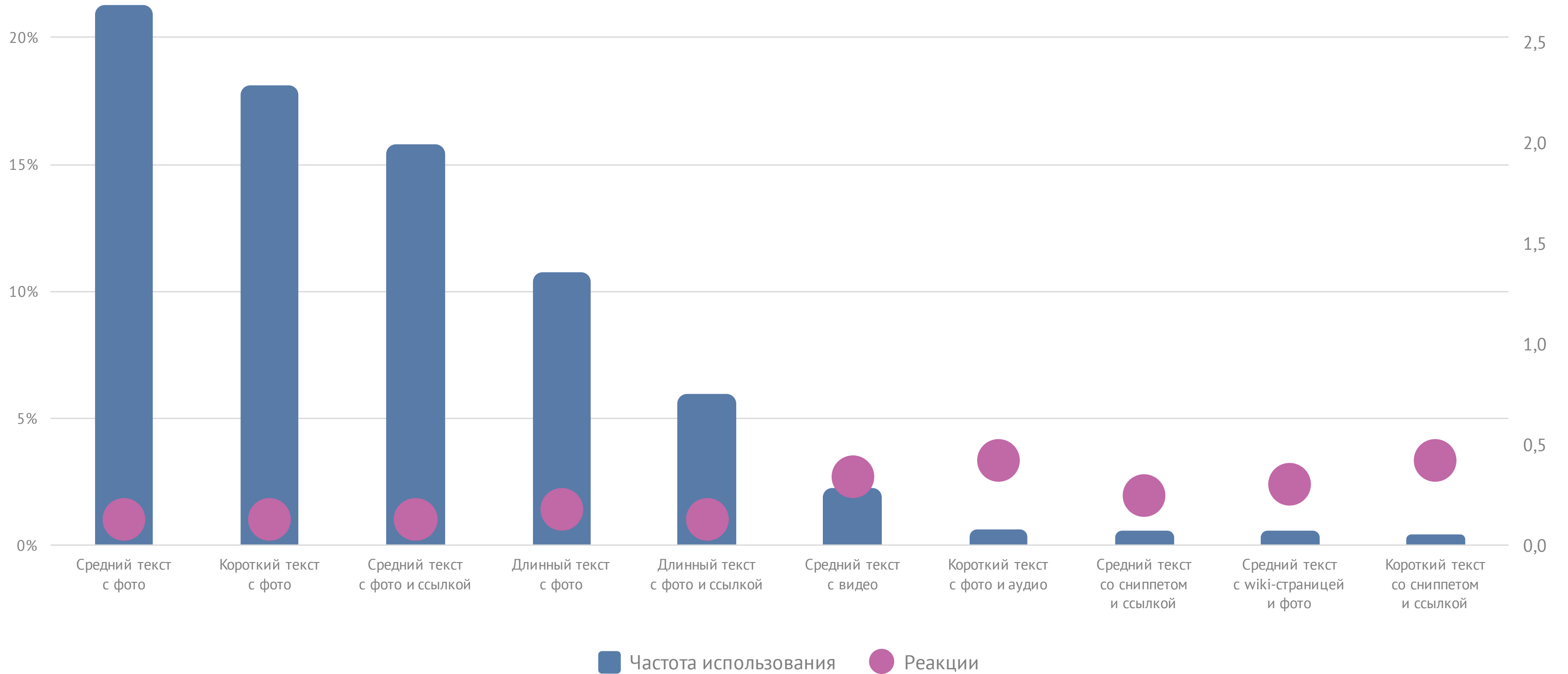
Форматы записей с наибольшей реакцией



Источник: JagaJam, Q3 2015, сообщества брендов, электронная коммерция, среднее количество реакций на пользователя.



Форматы и реакции



Источник: JagaJam, Q32015, сообщества брендов, электронная коммерция.



Спасибо за внимание!
ВКонтакте и JaJaJam