

Методи аналізу
комунікаційної
діяльності у
соціальних мережах

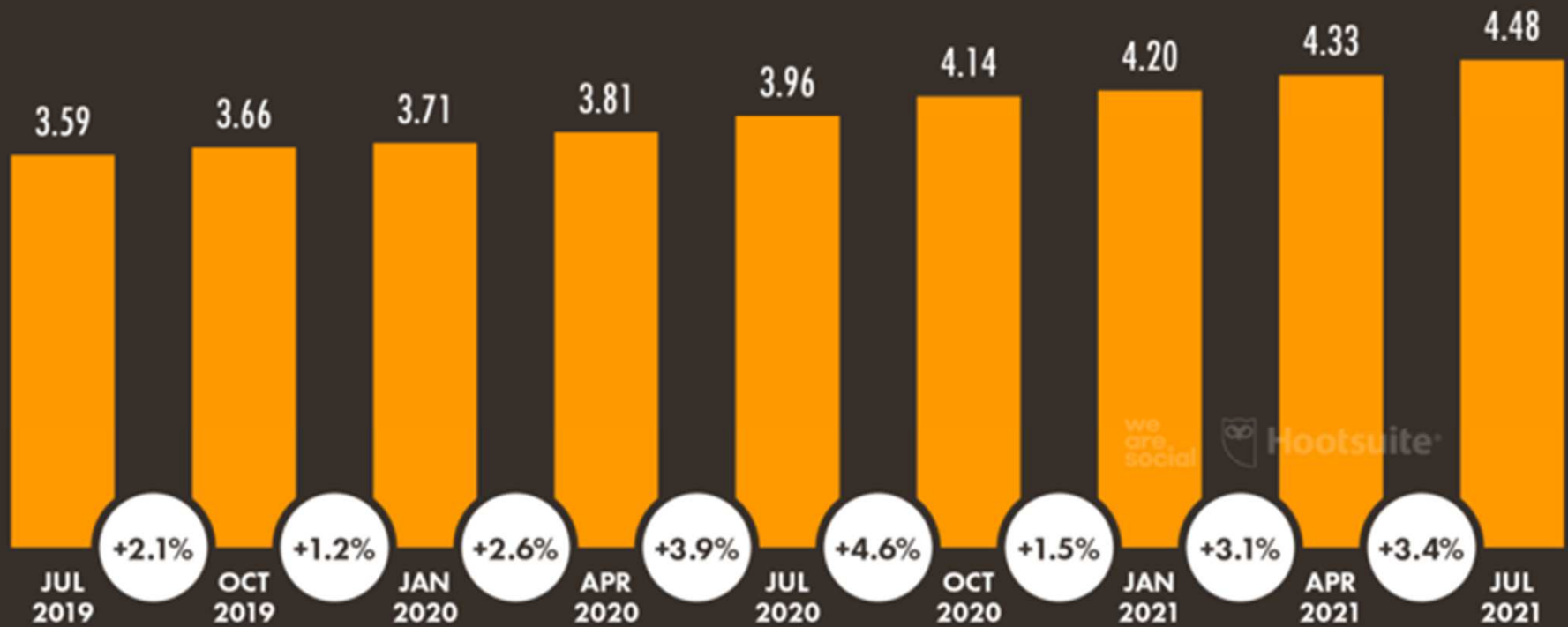
Обов'язок менеджера соціальних мереж:

- стежити за статистикою й показниками, аналізувати їх, робити висновки на основі порівняння з цілями Стратегії роботи в соціальних мережах.

JUL
2021

GLOBAL SOCIAL MEDIA USERS OVER TIME

THE TOTAL NUMBER OF GLOBAL SOCIAL MEDIA USERS* BY QUARTER, WITH RELATIVE QUARTER-ON-QUARTER CHANGE



72

SOURCE: KEPIOS ANALYSIS (JUL 2021), BASED ON DATA FROM SOCIAL MEDIA COMPANIES' EARNINGS ANNOUNCEMENTS, SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS, AND PUBLIC STATEMENTS (ALL TO JUL 2021); MEDIASCOPE (JUL 2021); CNIC (ACCESSED JUL 2021); *ADVISORY: SOCIAL MEDIA USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS.
◆ COMPARABILITY ADVISORY: SOURCE CHANGES. VALUES MAY NOT MATCH PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

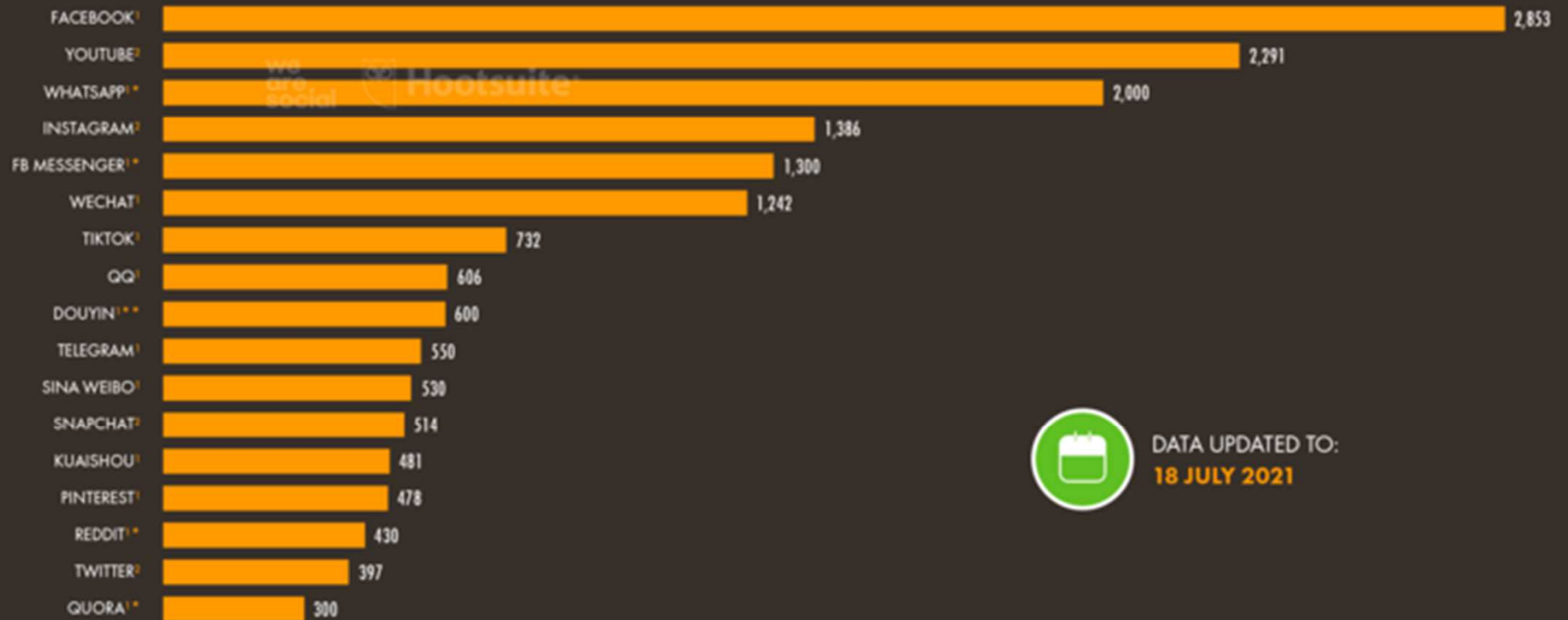
Hootsuite®

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot>

JUL
2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*



DATA UPDATED TO:
18 JULY 2021

75

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS (JUL 2021), BASED ON DATA PUBLISHED IN: (1) COMPANY STATEMENTS AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE AD TOOLS.
***NOTES:** 'USERS' MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. PLATFORMS IDENTIFIED BY (*) HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER NUMBERS IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES WILL BE LESS RELIABLE. (**) FIGURE USES THE REPORTED DAILY ACTIVE USER FIGURE, SO MONTHLY ACTIVE USER FIGURE IS LIKELY HIGHER.

we
are
social

Hootsuite[®]

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot>

Крок 1 : вивчайте свою статистику

Практично всі соціальні платформи пропонують користувачам автоматично згенеровану статистику.

Статистика: - останні 7 днів;
- останні 28 днів.

Потрібно відвідувати сторінку “Статистика” в конкретні дні для підготовки звіту. Для кожної соціальної платформи слід вести окрему таблицю зі статистичними даними.

Крок 2 : ведіть облік показників (метрик)

*Типи показників: - кількісні;
- якісні.*

Сукупність цих показників дає комплексне уявлення про результати роботи:

- упевнене зростання свідчить про те, що дописи знаходять відгук серед підписників спільноти;
- залишання показників на одному рівні або незначне зниження – досягнуто потужної спільноти, яка вже не може далі рости.

Типові кількісні показники:

- кількість дописів;
- кількість унікальних користувачів, які проглянули допис або сторінку (охоплення);
- кількість згадок;
- кількість переглядів або попередніх переглядів сторінки;
- кількість нових читачів / підписників

Типові якісні показники:

- кількість кліків на дописах (публікаціях);
- кількість кліків на посиланнях;
- кількість уподобань (лайків);
- кількість коментарів (або відповідей у Twitter);
- кількість поширень (або ретвітів);
- середня тривалість перегляду (для відео)

Коефіцієнт залучення

Коефіцієнт залучення (engagement rate) – це один з найважливіших показників, який варто регулярно відстежувати.

$$\text{Коефіцієнт залучення} = \frac{\text{Взаємодії}}{\text{Охоплення}}$$

Крок 3 : аналізуйте показники

- ретельний аналіз допоможе вдосконалювати свою активність у соціальних мережах, зокрема краще задовольняти очікування цільової аудиторії щодо контенту, його формату і частоти публікацій;
- визначайте щомісяця (або щотижня) найрезультативніший допис і встановлюйте зв'язок між контентом та піковою зацікавленістю аудиторії.