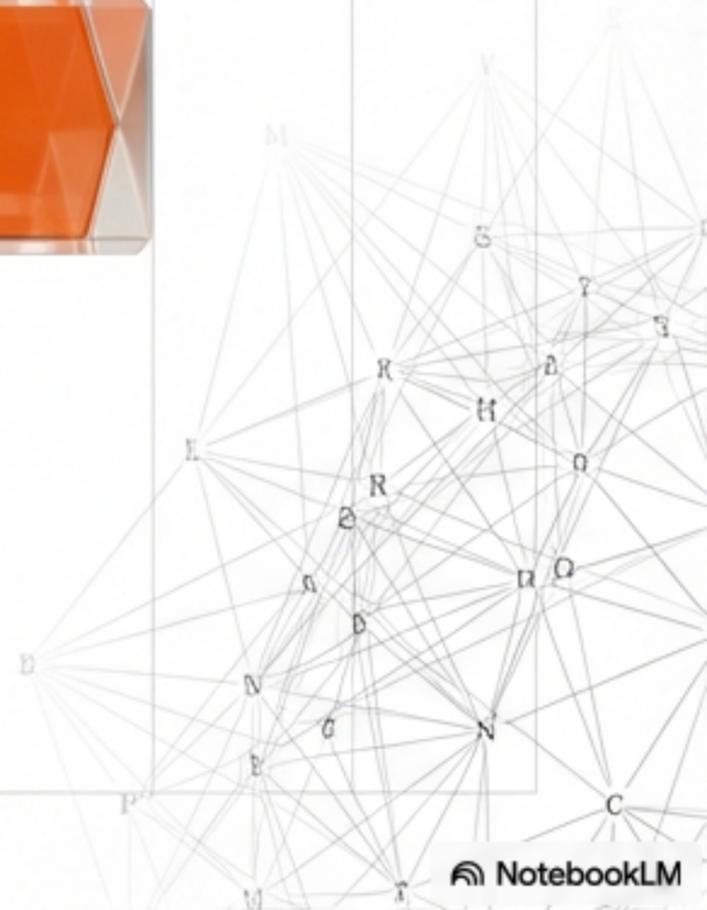


Методи аналізу комунікаційної діяльності у соціальних мережах

Посібник з інструментів та метрик для сучасного маркетингу

АНАЛІЗ МЕТРИКИ КОМУНІКАЦІЯ

Повний курс аналітики



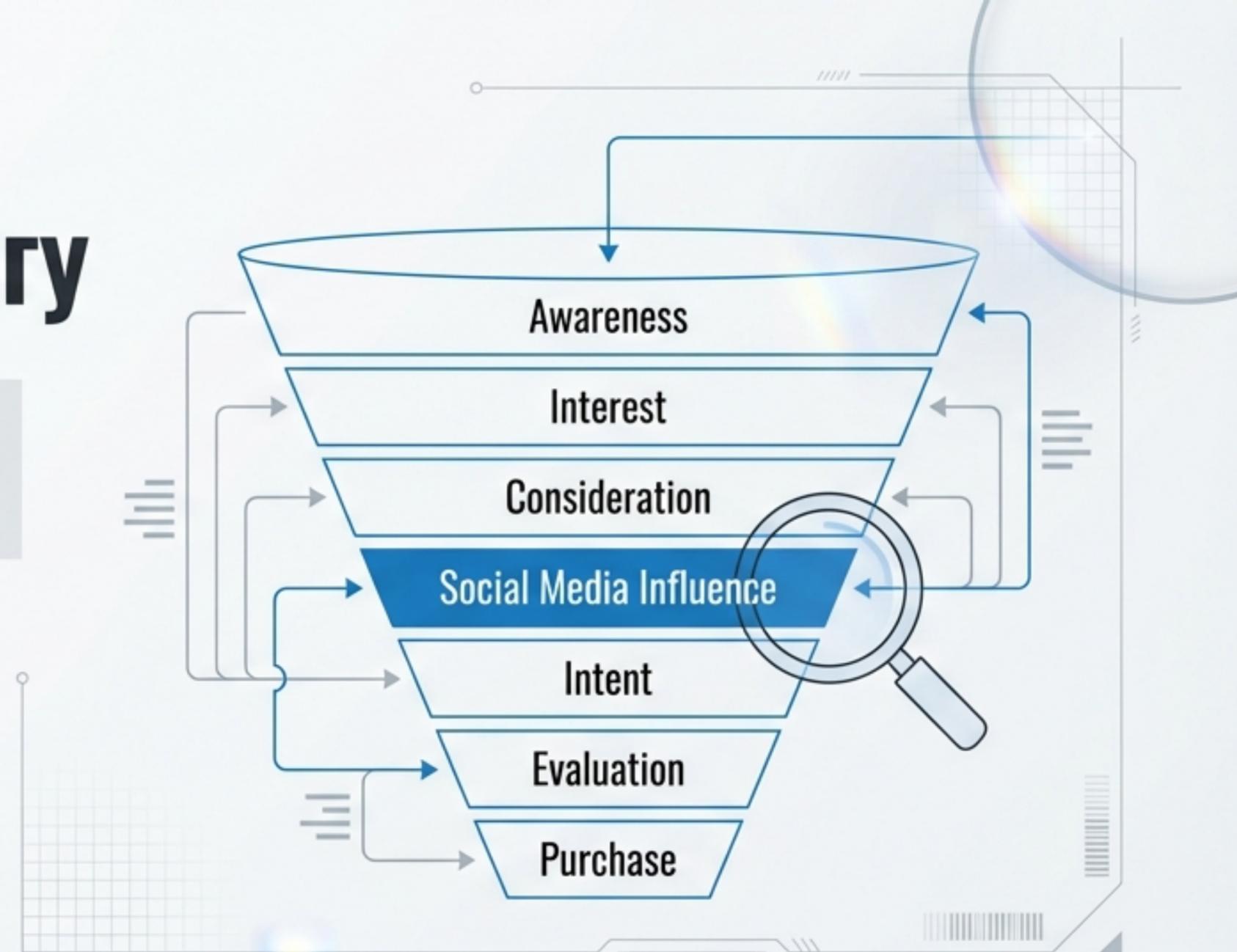
Роль комунікації в екосистемі маркетингу

Комунікація — це будь-яка взаємодія бренду з аудиторією, від постів до репостів.

70%

споживачів довіряють
рекомендаціям у соціальних мережах

(Дослідження Nielsen)



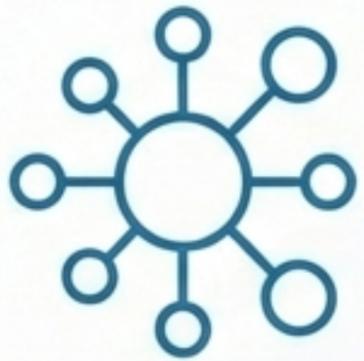
Переваги

Високе залучення, формування лояльності, отримання швидкого фідбеку.

Виклики

Ризик миттєвого поширення негативу.

Типологія платформ та їх ключові метрики



Соціальні мережі

Facebook, Instagram

Метрики: Лайки, репости, коментарі



Мікроблогінг

Twitter (X), Threads

Метрики: Ретвіти, імпресії, хештеги



Відеоконтент

YouTube, TikTok

Метрики: Перегляди, час перегляду, поширення (шари)



Професійні мережі

LinkedIn

Метрики: Професійне залучення, кліки на профіль

Два виміри аналізу: Кількість проти Якості

Кількісний аналіз

Робота з числами

Кількість постів, охоплення,
ER (Engagement Rate).



5000 
переглядів



Якісний аналіз

Робота із сенсом

Тональність, тематика,
емоційне забарвлення.

80% ПОЗИТИВНИХ
коментарів



Інсайт

Чому потрібна комбінація?
Уявіть ситуацію: Пост має 1000
лайків (успіх за кількістю), але
коментарі мають негативний тон
(провал за якістю).

Пульс аудиторії: Метрики залученості

- **Лайки/реакції:**
Індикатор популярності контенту.
- **Коментарі:**
Індикатор глибини взаємодії.
- **Репости/шари:**
Індикатор вірусності.

$$ER = \frac{\text{Лайки} + \text{Коментарі} + \text{Репости}}{\text{Охоплення}} \times 100\%$$

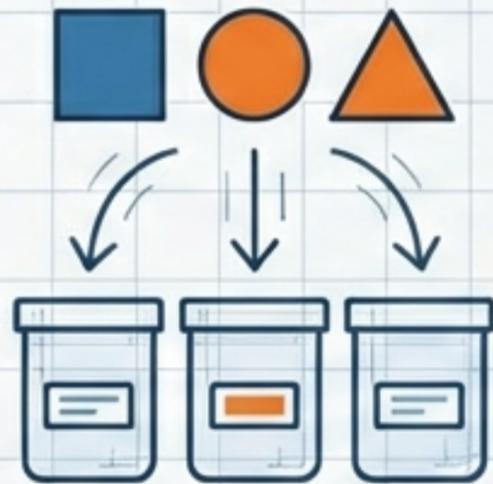
Взаємодія

Аудиторія

БЕНЧМАРК

Нормативний показник для Instagram становить 1-5%.

Структурування хаосу: Метод контент-аналізу



1. Визначення вибірки

Збір постів за конкретний період.

2. Категоризація

Розподіл за темами або типами контенту.

3. Кодування

Ручна або автоматична розмітка даних.

4. Інтерпретація

Аналіз отриманих результатів.

Емоційний інтелект даних: Семантичний аналіз

Методологія

Визначення тональності повідомлень
(Позитивна / Негативна / Нейтральна).

NLP (Natural Language Processing) –
технологія аналізу слів та контексту.

Фраза “Класний продукт!” = ⁺ +0.8 (позитив)

Інструменти: Brandwatch, Sentiment140

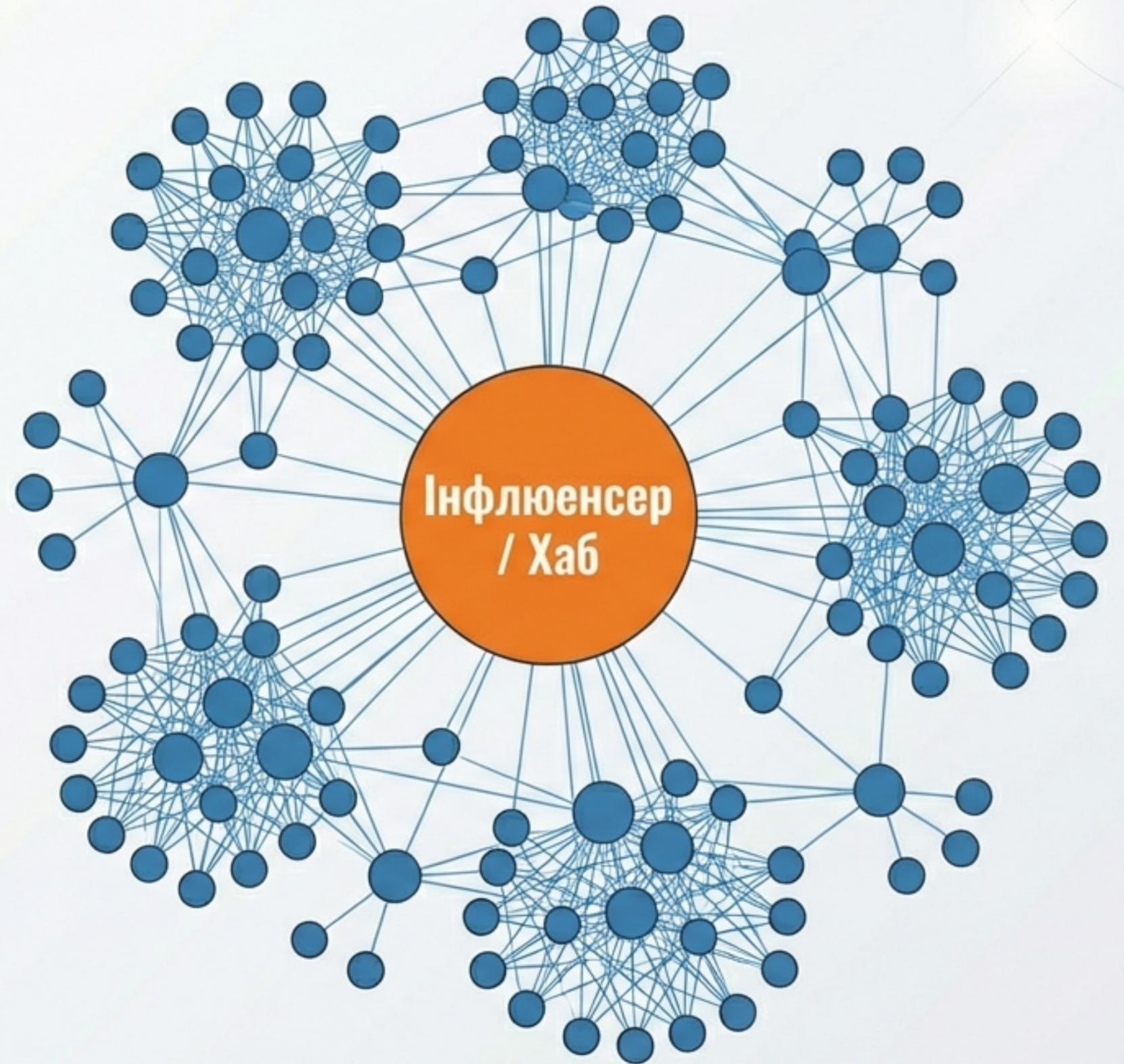


Архітектура зв'язків: Мережевий аналіз

Вузли (Nodes): Користувачі або окремі пости.

Зв'язки (Edges): Репости, згадки, коментарі.

- **Центральність:** Визначення впливовості.
- **Щільність мережі:** Сила зв'язків.
- **Кластери:** Групи взаємодії.



Технологічний стек: Інструменти моніторингу

Базові / Безкоштовні



Google Analytics



Facebook Insights

Професійні платформи



Hootsuite



Sprout Social



Meltwater

Реальний час



Brand24

Функціонал

- Трекінг метрик
- Налаштування алертів (сповіщень)
- Генерація звітів

Діагностика стратегії: SWOT-аналіз

Strengths (Сильні сторони)

- Високий ER
- Лояльна аудиторія

Weaknesses (Слабкі сторони)

- Низька частота постів
- Наявність негативних відгуків

Opportunities (Можливості)

- Використання трендів TikTok
- Нові партнерства

Threats (Загрози)

- Активність конкурентів
- Зміни алгоритмів соцмереж

Приклад аудиту для бренду Nike

Вимірювання ефективності: ROI

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Доходи} - \text{Витрати})}{\text{Витрати}} \times 100\%$$

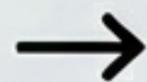
1. Підрахунок витрат
(реклама, контент)

2. Підрахунок доходів
(продажі через UTM)

3. Фінальний
розрахунок

CASE STUDY

Витрати
10,000 грн



Продажі
50,000 грн

= ROI 400%

Інструменти: Google Analytics, Bitly

Етика та конфіденційність даних



GDPR / Закон

Обов'язкова згода на обробку даних.

Анонімізація

Заборона на розкриття ПІБ без потреби.

Прозорість

Користувачі мають знати про моніторинг.

Ризики: маніпуляція суспільною думкою та дискримінація.

«Дані — не товар без згоди.»