

Лабораторна робота 3

Аналіз облікового запису у Twitter

Мета роботи: навчитися аналізувати облікові записи у Twitter, використовуючи спеціальні сайти.

Короткі теоретичні відомості

Якщо у маркетинговій стратегії використовується Twitter, то важливим є створення якісного контенту та проводити аналіз його результатів.

Для оцінки бізнес-результатів у Twitter існують спеціальні метрики та аналітичні інструменти. Створені в результаті аналітики графіки, звіти та таблиці дозволяють виявити недоліки маркетингової стратегії та моменти, що потребують особливої уваги.

Користувач Twitter має доступ до аналізу своїх підписників, твітів, кліків, коефіцієнтів залученості тощо. Для цього необхідно зайти під власним іменем користувача та паролем на сайт аналітики (<https://analytics.twitter.com>). Якщо аккаунту більше двох тижнів, то для перегляду доступною є статистика за останні чотири тижні (28 днів).

Також, можна скористатися спеціальними сервісами, які допоможуть розібратися зі станом контенту. Деякими з них є такі сервіси:

1. [Tweetstats.com](https://tweetstats.com) – сайт з дружелюбними графіками та детальною інформацією, сервіс дозволяє дізнатися про середню кількість твітів за день або місяць, найбільш популярні ретвіти, побудувати хмару тегів та твітів;
2. <https://foller.me> – сайт дозволяє отримати інформацію про обліковий запис, статистику твітів, найпоширені хештегі, тощо.

Найбільш цікавими метриками, які можна використати для аналізу облікового запису у Twitter є:

1. коефіцієнт залученості, що визначає як користувачі взаємодіють з контентом (він співвідноситься з числом взаємодій, які отримують пости, поділеним на кількість показів);

2. твіти – ця метрика дозволяє більш уважно подивитися на зміст твітів;

3. ретвіти / покази – ретвіти є показником підтримки розміщених матеріалів, кількість ретвітів може залучити новий контент, а кількість показів – зробити його більш цінним;

4. аналіз підписників – метрика дозволяє сегментувати підписників через ряд фільтрів та ключових слів або класифікувати їх у одному переліку;

5. аналіз трафіку – для можливості ефективно вимірювати трафік, необхідно оптимізувати URL-адреси за допомогою URL-оптимізаторів. Залучений трафік допоможе оцінити якість контенту.

Завдання роботи:

1. У Twitter знайдіть офіційні облікові записи крупних світових компаній, фірм, тощо.

2. У сервісах [Tweetstats.com](https://tweetstats.com) та <https://foller.me> проведіть аналіз обраного облікового запису.

3. Оформіть проведений аналіз у форматі звіту та надішліть у Moodle для перевірки.