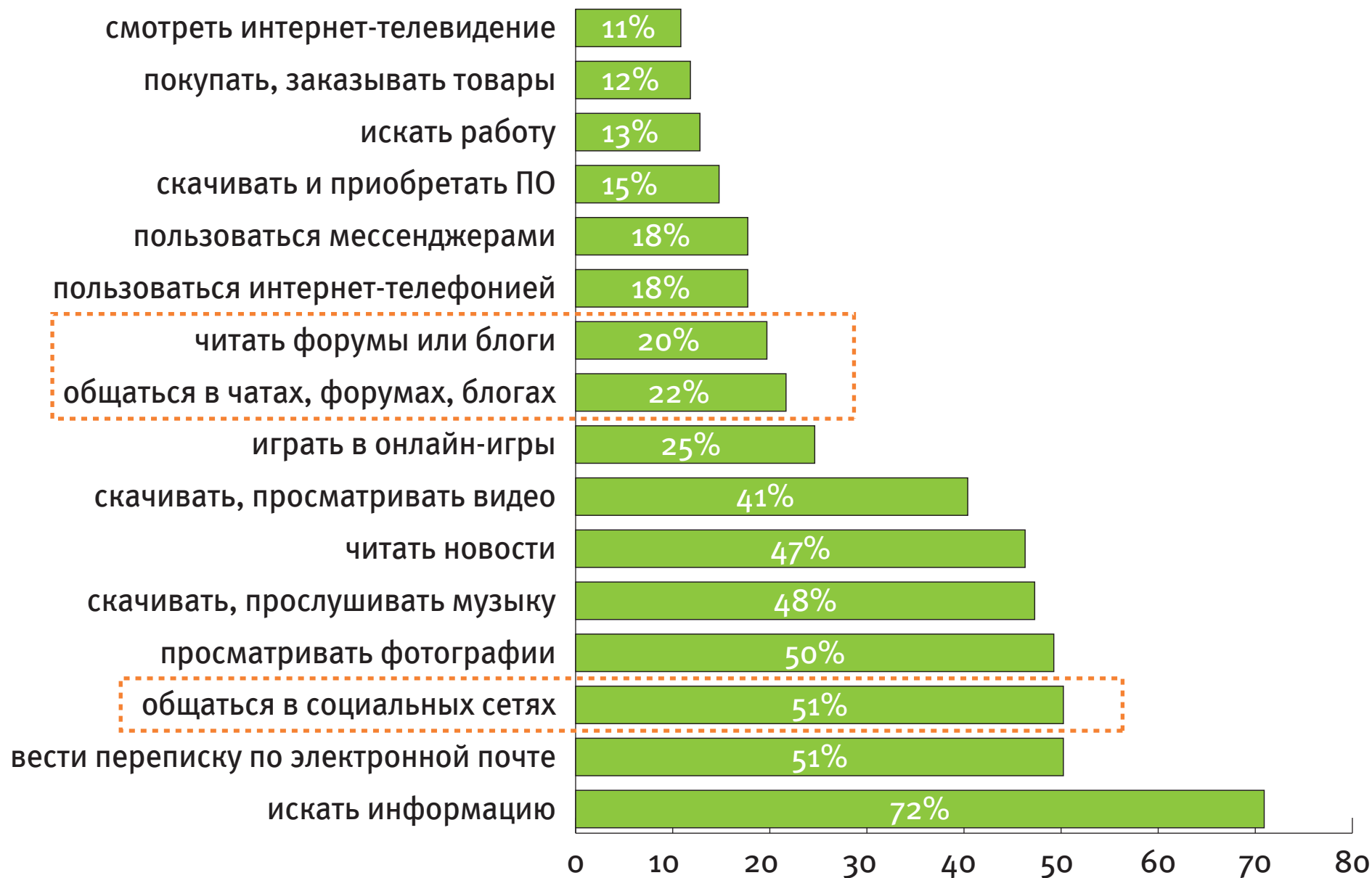
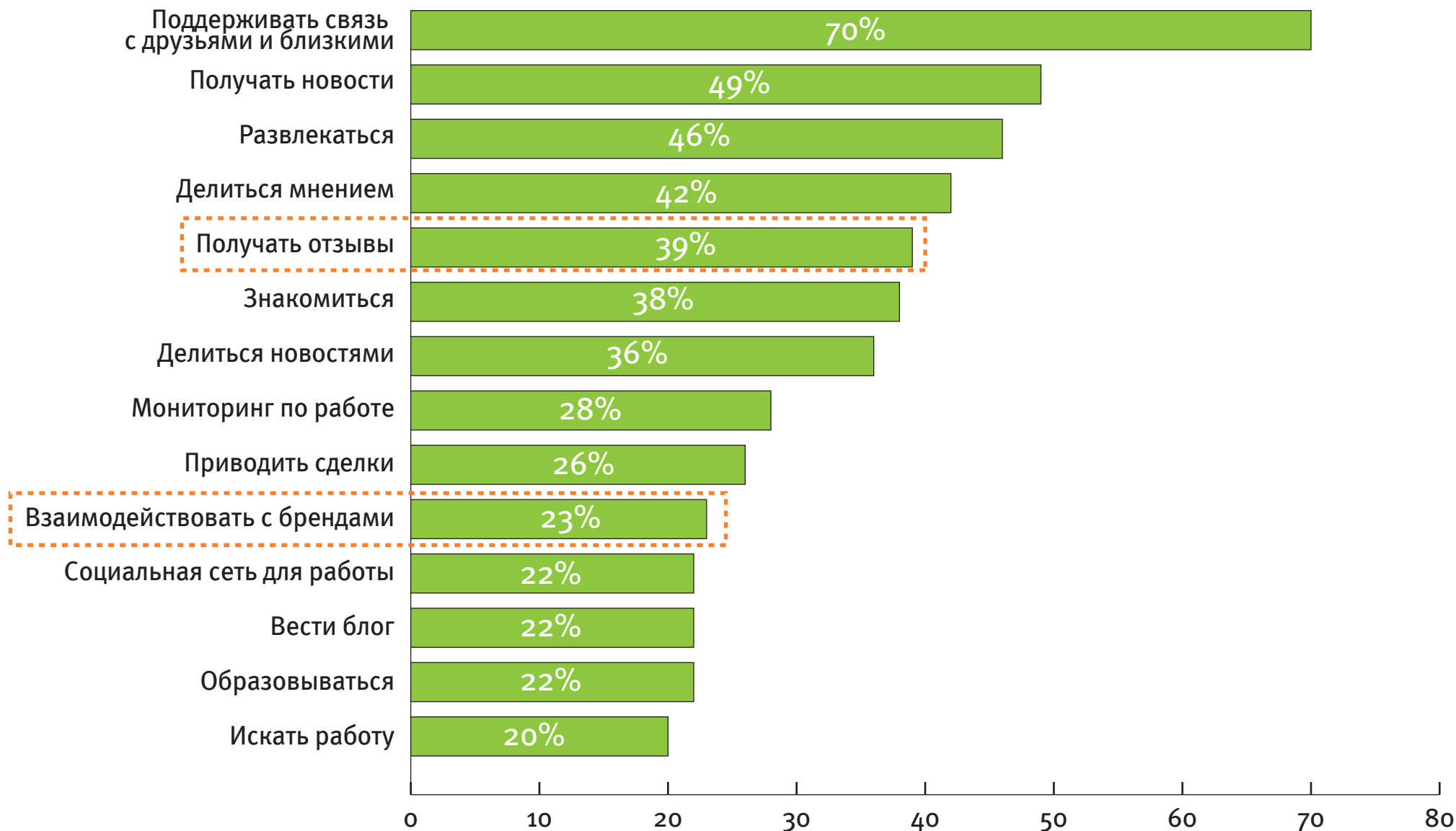


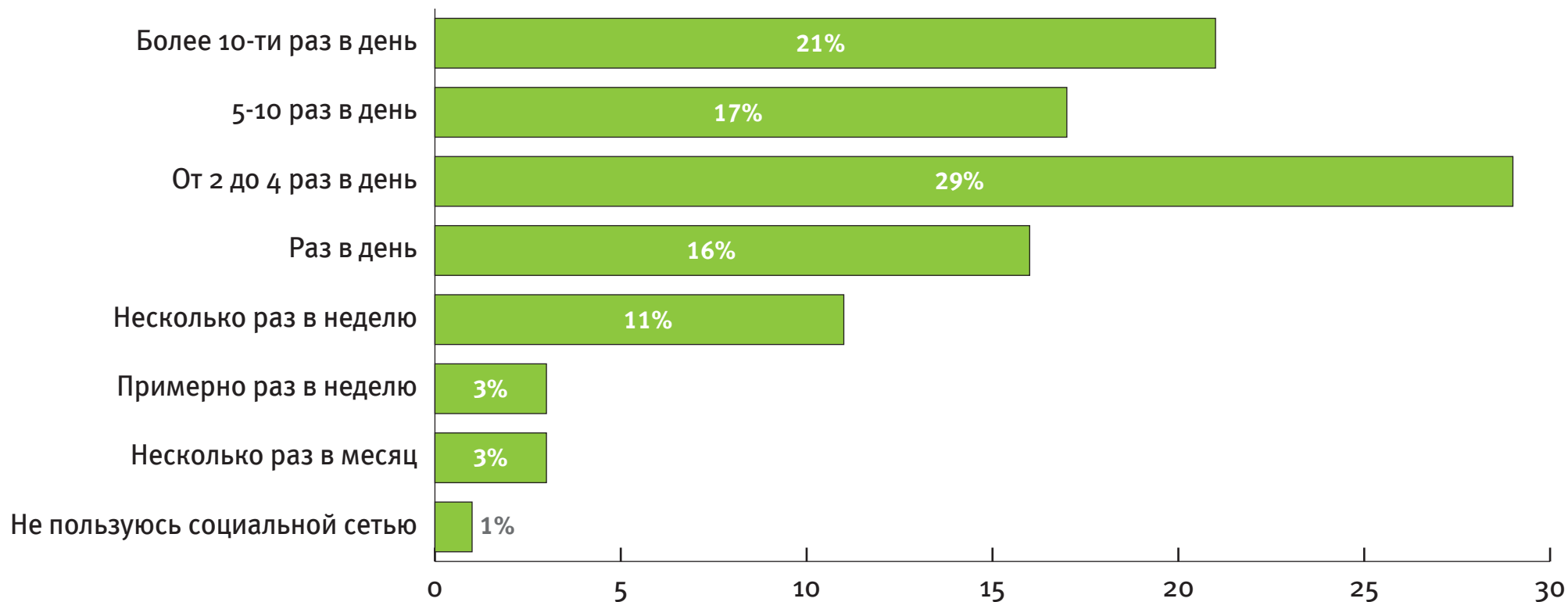
ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Зачем пользователи идут в Интернет



Зачем пользователи идут в СС





По данным TNS Web Index. 100 000+, 12-54, декабрь 2010 г.

Почти треть пользователей социальных сетей заходят в свой аккаунт **от 2 до 4 раз в день**. Примерно каждый пятый посещает их более **10 раз в день**.

Стереотипы поведения пользователей соцсетей

Пишу

1. Давние и активные участники соцсетей
2. Пишут, ведут блоги...
3. ...читают, комментируют блоги
4. Их интересуют вопросы политики, информация о событиях в мире и высоких технологиях
5. Пользуются приложениями, играми
6. Скорее среднего возраста – 72% - 25+ лет

Смотрю, читаю

1. Берут в соцсетях больше, чем отдают
2. Как правило, сами не размещают информацию в соцсетях
3. Но охотно черпают информацию в блогах, смотрят видео, читают новости
4. Активные посетители соцсетей: 30% посещают хотя бы один раз в день и чаще

Это нужно для работы

1. Давние, но не самые активные участники соцсетей, часто комментируют и ведут блоги
2. В значительной степени используют соцсети для налаживания бизнес-контактов, либо ведут здесь бизнес
3. В этой группе чаще, чем в других встречаются руководители, предприниматели...
4. ...и студенты ВУЗов
5. Практически не используют соцсети для развлечений

Хочу развлечься

1. Довольно активные пользователи соцсетей
2. Как и другие пользователи соцсетей, они читают блоги, узнают новости и общаются с друзьями, но больше всего их интересуют развлечения и в первую очередь онлайн-игры
3. Чаще всего это работающие люди, среднего возраста: клерки, служащие
4. Чаще пользователи Vkontakte и Odnoklassniki

Общаюсь без забот

1. Как правило, молодежь, в большей степени девушки
2. В соцсетях появились относительно недавно и проводят там относительно немного времени (заходят несколько раз в неделю)
3. Активно смотрят видео, делятся с друзьями фотографиями, видео и музыкой
4. Интересуются модой, музыкой и очень активно пишут рекомендации/рецензии на товары
5. Считают, что в сети общаются много, но это несерьезное общение

Классификация пользователей соцсетей

Создатели

ведут онлайн дневник (блог); пишут и выкладывают в сеть статьи, обзоры, рецензии, свое видео, музыку или аудио собственного сочинения

Критики

пользуются форумами; высказывают свое мнение на специальных тематических площадках для обсуждения, на форумах компаний, магазинов, в интернет-дневниках, создают/редактируют статьи в Википедии

Собираатели

добавляют метки (теги); участвуют в составлении рейтингов сайтов; используют RSS-потoki

Общественники

посещают сайты социальных сетей, пользуются интернет-дневниками (блогами)

Потребители

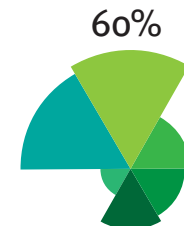
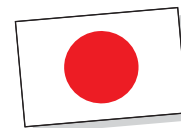
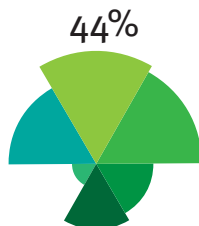
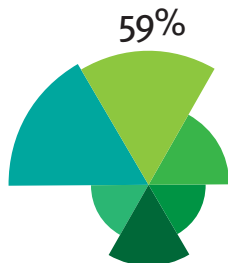
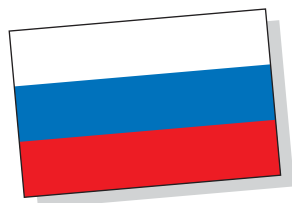
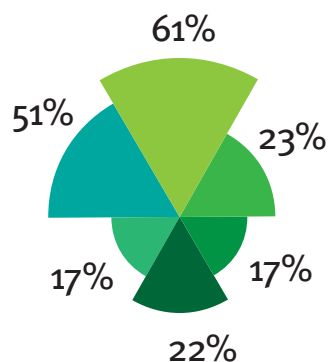
скачивают, прослушивают видео/аудио; читают форумы, посещают рекомендованные сайты

Неактивные

Ничего из вышеперечисленного

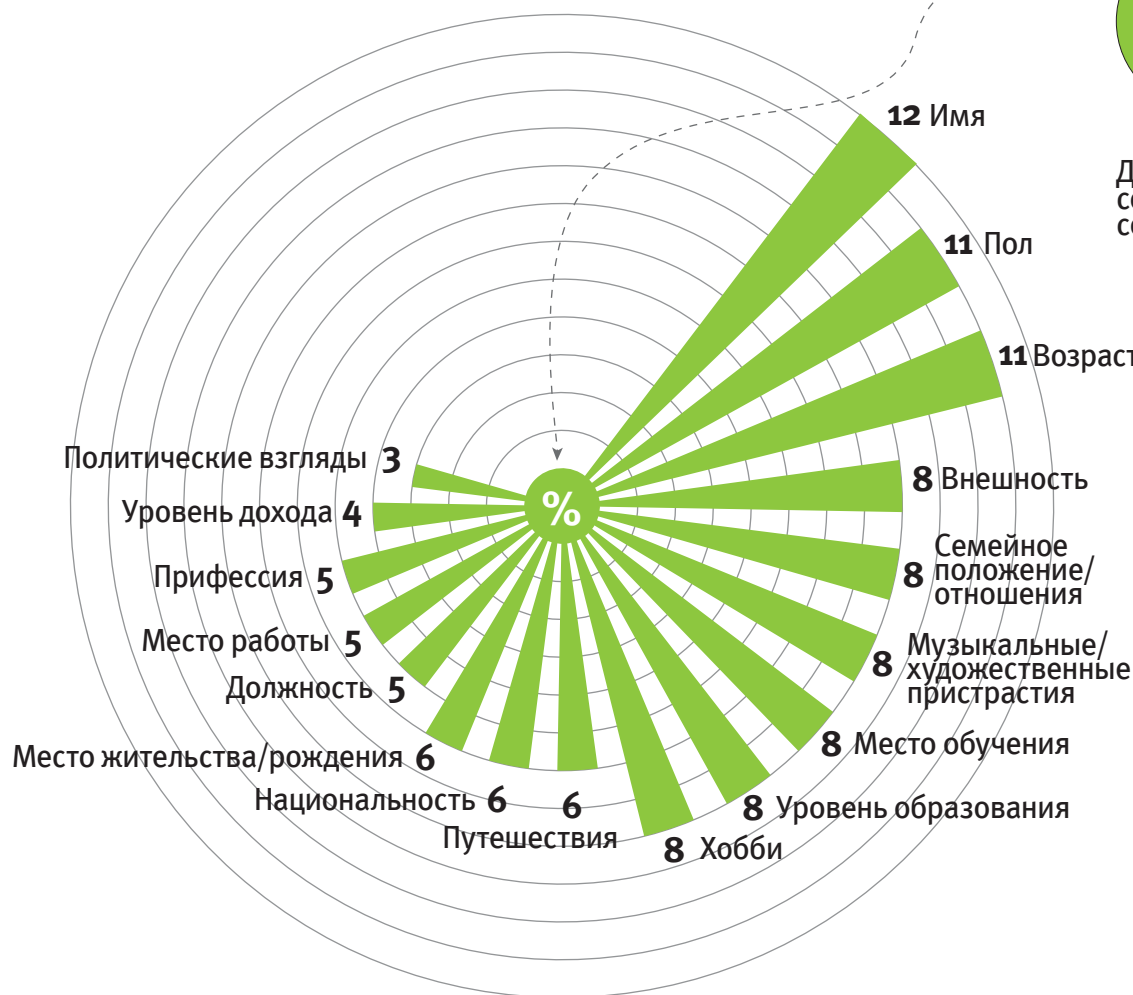
Модели социального поведения пользователей в интернете в разных странах

Соотношение групп пользователей в социальных сетях по странам, в процентах (сумма может превышать 100%)



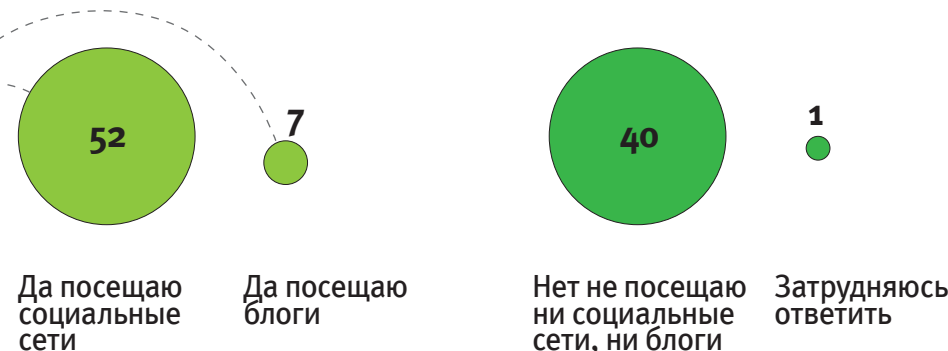
Личные данные, которые чаще всего искажают пользователи блогов и соцсетей

% от числа тех, кто всегда сообщает о себе неправду при использовании социальными сетями



Посещаете ли вы социальные сети и блоги?

% от общего числа опрошенных



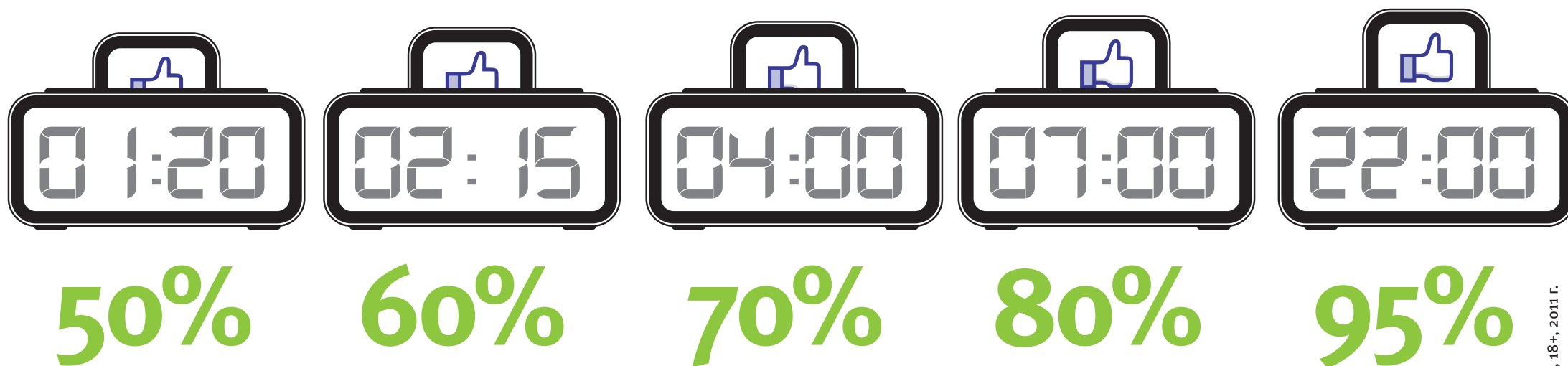
Сообщать о себе в соцсетях неправду хотя бы однажды приходилось половине пользователей (**51%**).

В первую очередь, к этому склонны 18-24-летние респонденты (**59%** опрошенной молодежи).

Чаще всего пользователи социальных сетей искажают информацию о своем имени и возрасте (**по 29%**).

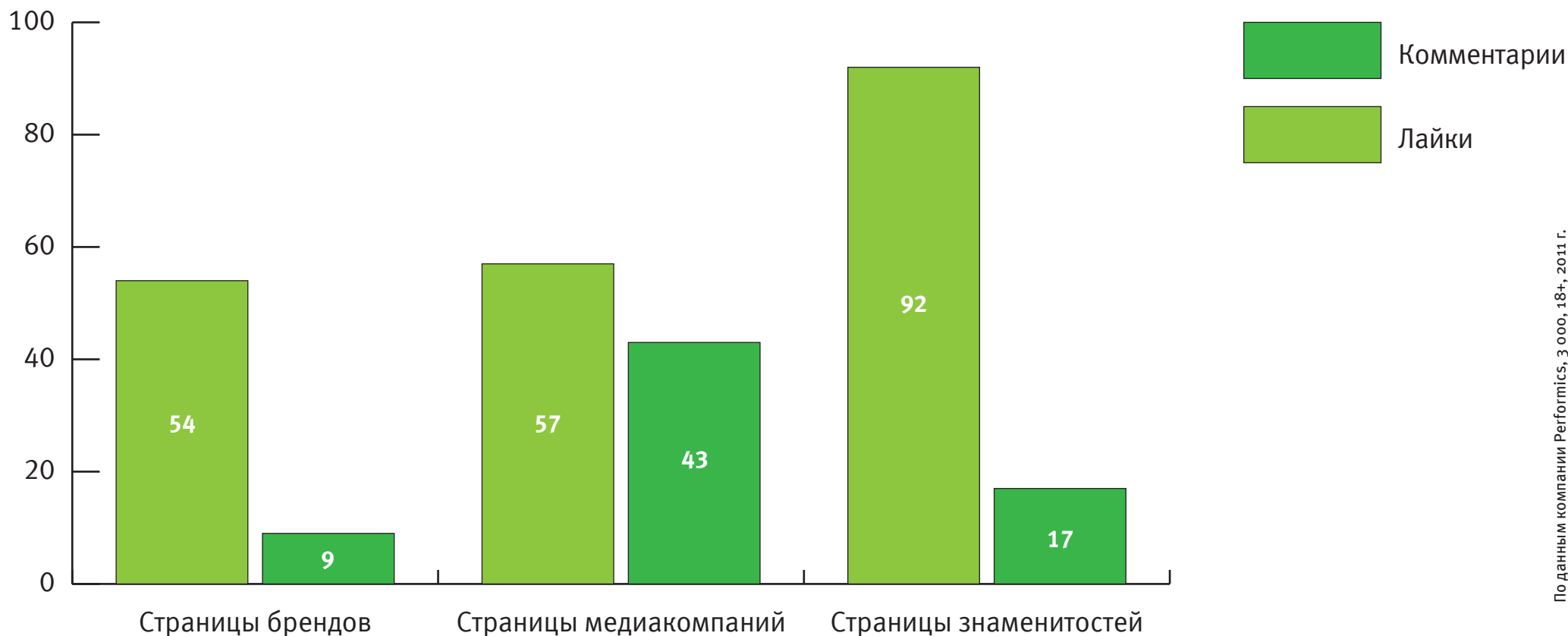


Процент «лайков» в зависимости от времени, прошедшего с публикации материала



Половина (**50%**) всех «лайков» делаются в первые 80 минут «жизни» материала, **80%** – за первые 7 часов, и **95%** – за 22 часа.

Откомментируем и отлайкаем!



По данным компании Performics, 3 000, 18+, 2011 г.

Записи на страницах знаменитостей получают в 2 раза больше «лайков» (в среднем 92 «лайка» на запись) по сравнению со страницами брендов и медиакомпаний. Зато к материалам на страницах медиакомпаний в 2,5 раза больше комментариев (в среднем 43 комментария на пост), нежели на страничках артистов, и в 5 раз больше, чем на страницах брендов.

Зачем люди с высоким доходом идут в соцсети

Причины, по которым люди с высокими доходами используют социальные сети
январь 2010 (процент от опрошиваемых)

Слышали, что друзья и члены семьи пользуются ими	55%
Поиск утеряных контактов с друзьями и одноклассниками	53%
Возможность делиться новостями с друзьями и родственниками	47%
Развлечения	40%
Обмен фотографиями	39%
Выражение себя	19%
Профессиональные знакомства	19%
Получение новостей	16%
Быть частью общества	14%
Получение обратной связи на собственную активность	14%
Распространение собственных мыслей и идей	13%
Поиск новых друзей	11%
Продвижение себя или своего дела	11%
Поиск эксклюзивных предложений	7%
Изучение товаров для покупок	7%
Поиск купонов для скидок	6%
Продажа или покупка товаров	6%
Участие в конкурсах	6%
Слежение за знаменитостями	5%
Другое	7%

Возможно, это ваши конкуренты.

Используйте это

49%
пользователей

считают, что коммуникация с брендом в социальных медиа приведет к будущей покупке. *

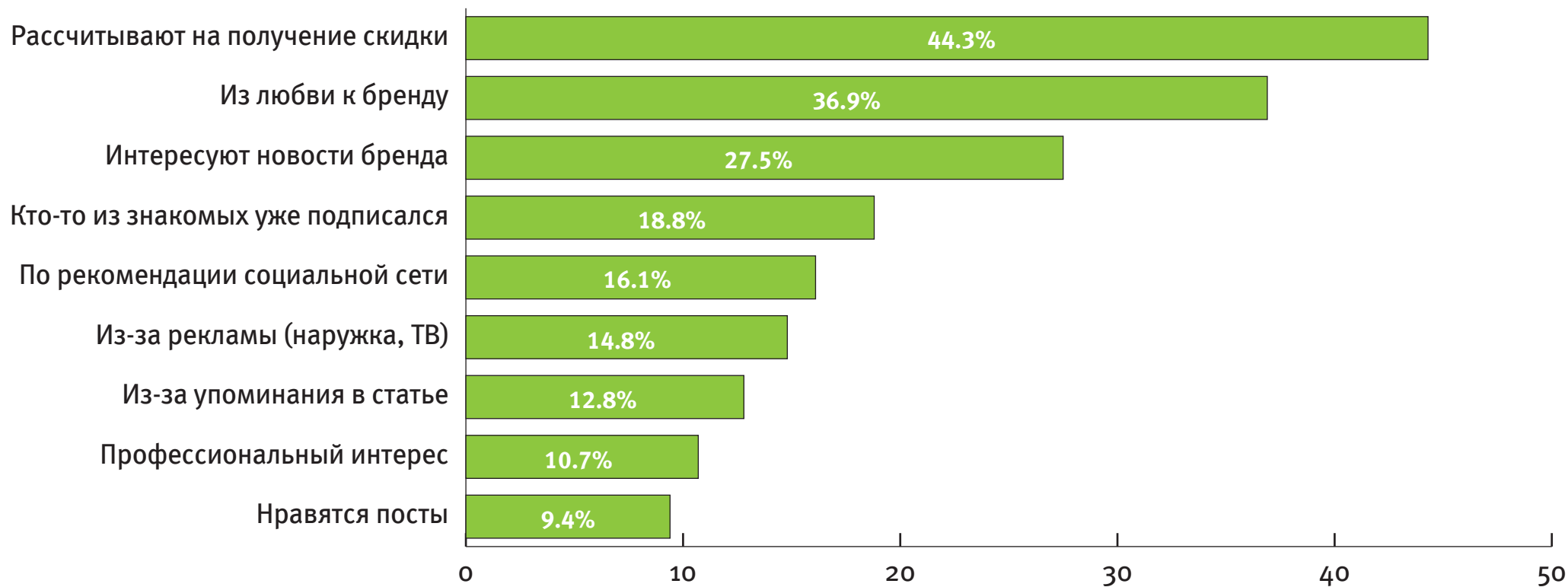
64%
потребителей

отметили, что после покупки продукта им было бы интересно, что происходит в компании-производителе. Они были бы рады чувствовать себя в постоянном контакте с брендом. При этом **74%** потребителей узнают новости о бренде на его страничке в **Facebook**. **

**в 1.5
раза
больше**

затрат на покупки в Сети приходится на пользователей Facebook и Twitter, чем на других интернет-пользователей.

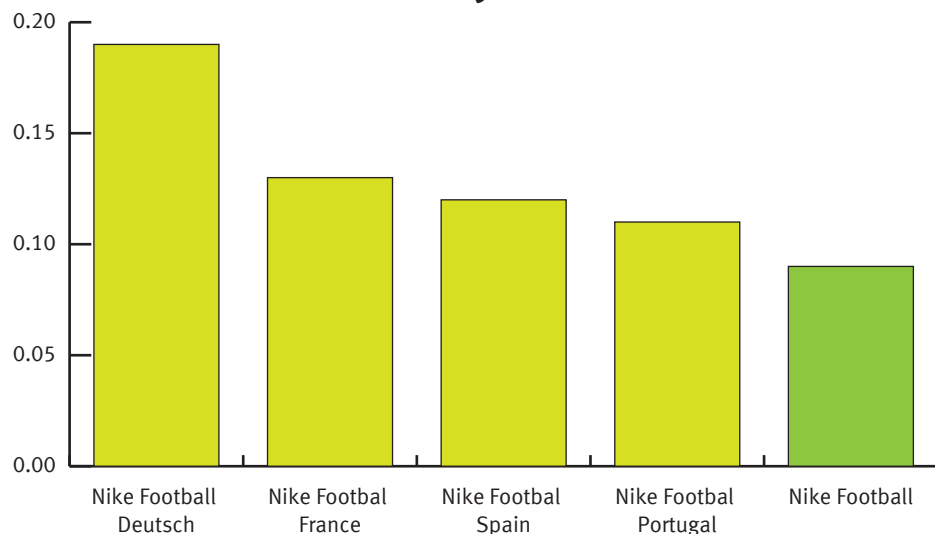
Почему люди подписываются на аккаунты брендов в соцсетях



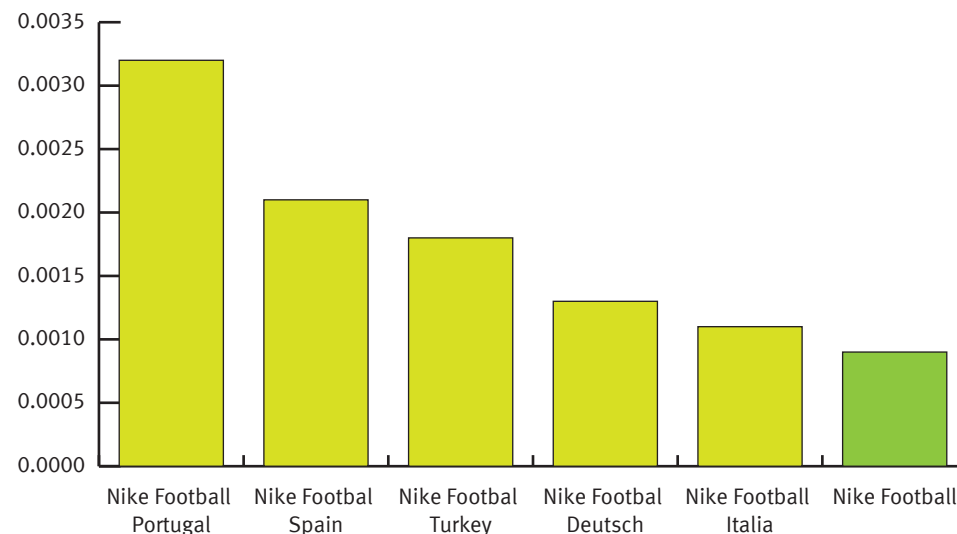
Уже есть мировая страница бренда, зачем локальная?

Недавно проведенное исследование страниц бренда в facebook показало (на примере Nike Football), что активность и вовлеченность аудитории в коммуникацию с брендом гораздо выше на локальных площадках.*

**Вовлеченность аудитории
в коммуникацию**



**Индекс активности
на стене**



* Международные страницы изображены зеленым прямоугольником.

Больше всего времени в соцсетях проводят девушки в возрасте от 15 до 24 лет.

Следом за ними идут женщины в возрасте от 45 до 54 лет. Они тратят на посещение сайтов соцсетей в среднем 5,5 часа в месяц, что вдвое больше аналогичного показателя у мужчин этого возраста.

Четверг и пятница – наиболее успешные дни для взаимодействия с аудиторией в Facebook и Twitter.

Мужчины и молодежь больше поддаются влиянию соцсетей.

Они чаще читают в них новости, взаимодействуют с пользователями и комментируют материалы.

С удовольствием ответим на любые ваши вопросы.

+7 (495)926-77-99