ПРИКЛАДНОЕ ПО ДЛЯ АНАЛИЗА РЫНКА НА ОСНОВЕ ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Выполнил: Студент гр.496М
Горбатов А.А.

Руководитель: доцент кафедры менеджмента ТПУ, кандидат экономических наук Фигурко А.А.

ТОМСК 2016

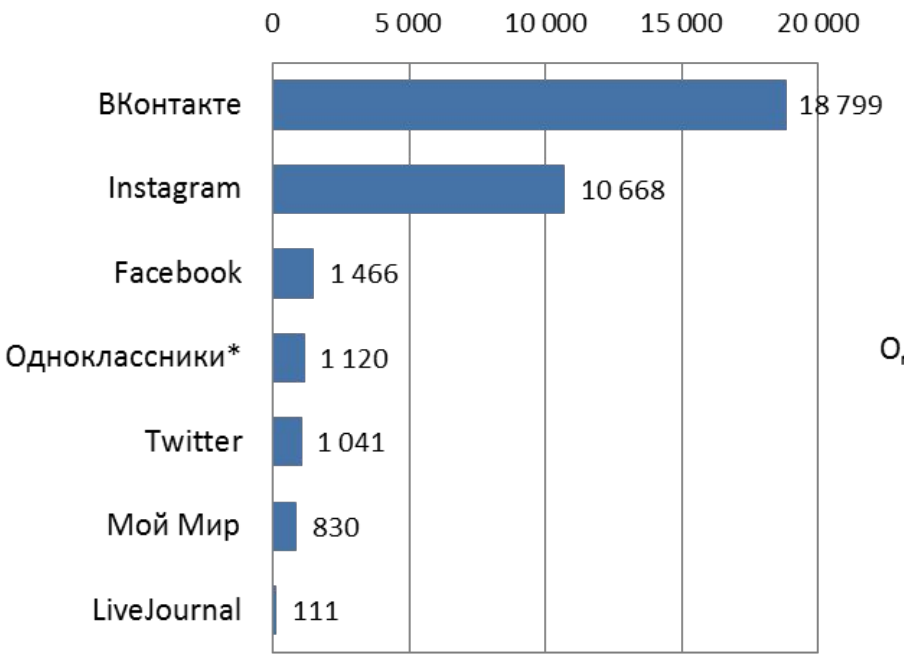
АНАЛИЗ РЫНКА

- Сегментация и кластеризация рынка
- Расчет емкости рынка (спроса)
- Анализ популярности бренда

АКТУАЛЬНОСТЬ

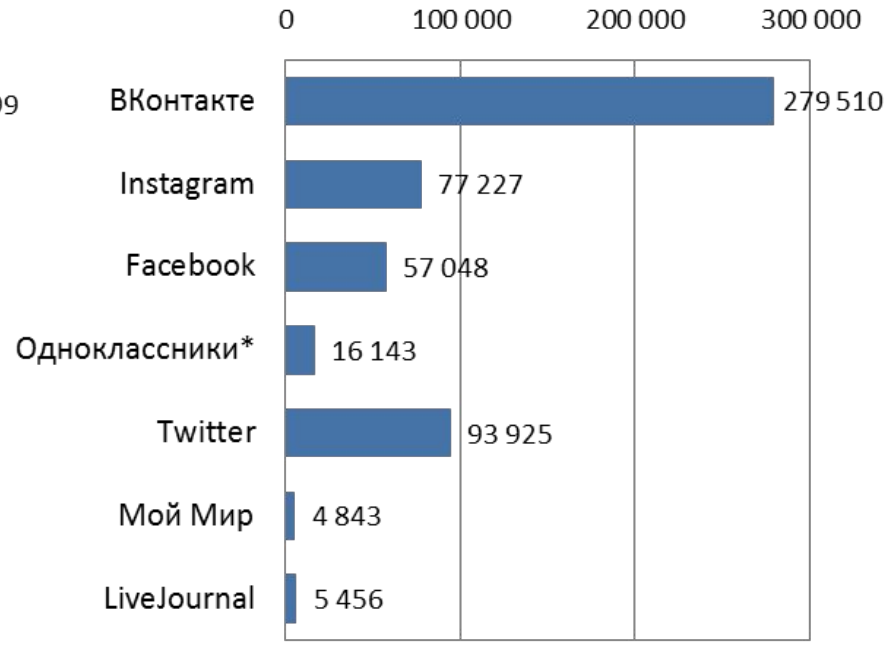
АВТОРОВ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС.

Россия, декабрь 2015



СООБЩЕНИЙ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС.

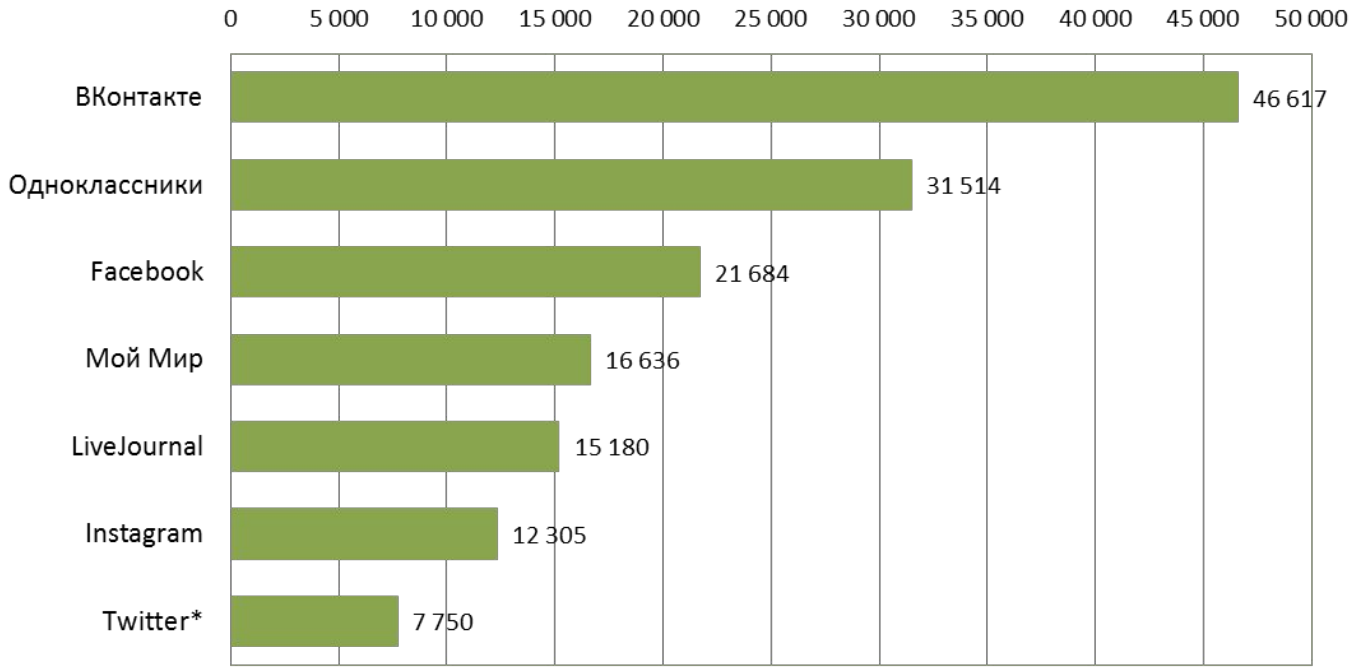
Россия, декабрь 2015



АКТУАЛЬНОСТЬ

АУДИТОРИЯ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС. ЧЕЛОВЕК

Россия, 12-64 лет, ноябрь 2015



АКТУАЛЬНОСТЬ

ВКОНТАКТЕ

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

46 617 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

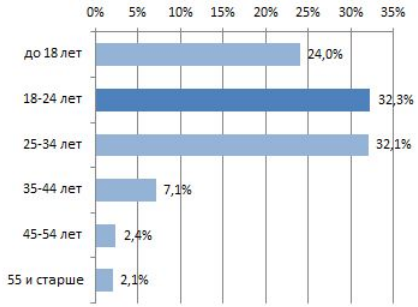
18 798 900

ПОЛ АВТОРОВ**

43,7% **56,3%**

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 32,7% авторов)



ОДНОКЛАССНИКИ

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

31 514 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

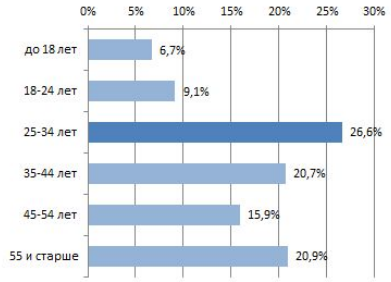
1 120 200

ПОЛ АВТОРОВ**

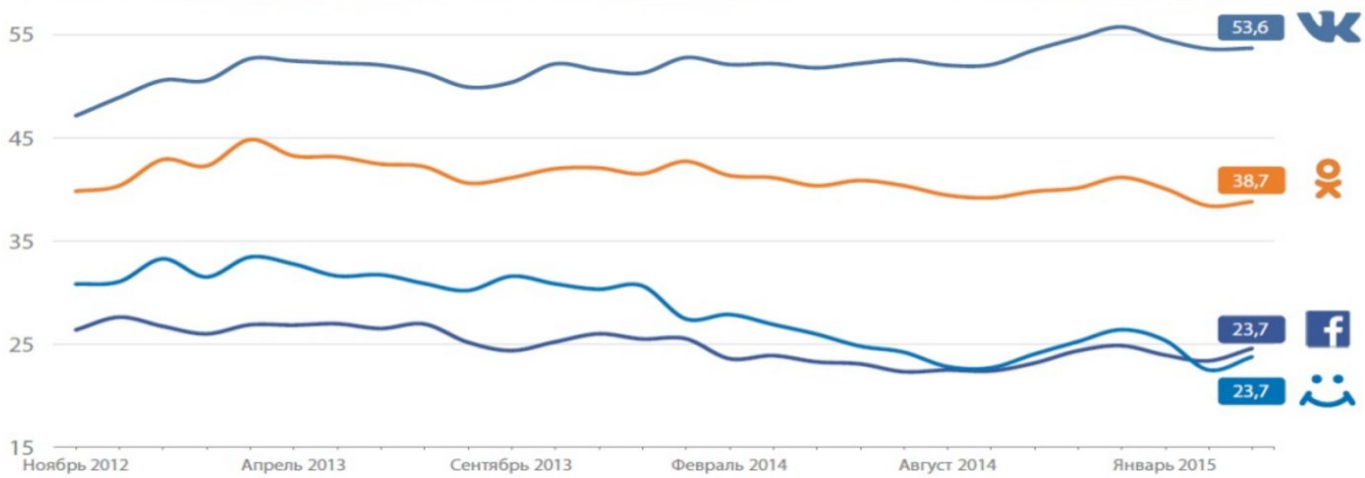
30,9% **69,1%**

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 64,7% авторов)



*TNS Web Index, ноябрь 20
**Brand Analytics, декабрь



Источник: TNS Web Index, март 2015, Россия (все города, 12–64 лет), MAU, млн человек.

ЗАДАЧИ

- Анализ предметной области
  - Выявление механизмов ретаргетинга
  - Изучение функционирования рынка рекламы
  - Обзор аналогов отечественных *и зарубежных*
- Разработка инструментов для сбора информации из открытого доступа (ВК, ОК, Twitter, Instagram)
- Фильтрация большого объема полученной информации
- Статистический анализ:
  - Регрессионный анализ
  - Ряды динамики
  - Кластеризация: Data Mining.

ОБЗОР АНАЛОГОВ

«Лидсканер»	«Медиалогия»	«Крибрум»	«Brandspotter»
Сервис поиска клиентов в социальных сетях для предпринимателей. Вы выбираете свою отрасль и город, и сразу видите поток сообщений потенциальных клиентов. Можно покупать потенциальных клиентов поштучно	Система мониторинга СМИ и медиа анализа в режиме реального времени Круглосуточный контроль информационного поля Автоматизированный анализ Поиск и анализ по объектам без инфошума	Система мониторинга социальных СМИ. Позволяет отслеживать и анализировать упоминания бренда, продуктов или услуг, ключевых персон, событий, географических названий. Автоматический алгоритм позволяет оценивать эмоциональную окраску высказываний и выстраивать интерактивные отчеты. Система отсеивает спам-сообщения и те, в которых бренд упоминается вскользь	Сервис предназначен для мониторинга брендов. Понимает сленг, который используется в социальных сетях, что дает ему возможность точнее оценивать тональность сообщений (положительная, отрицательная).

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!