

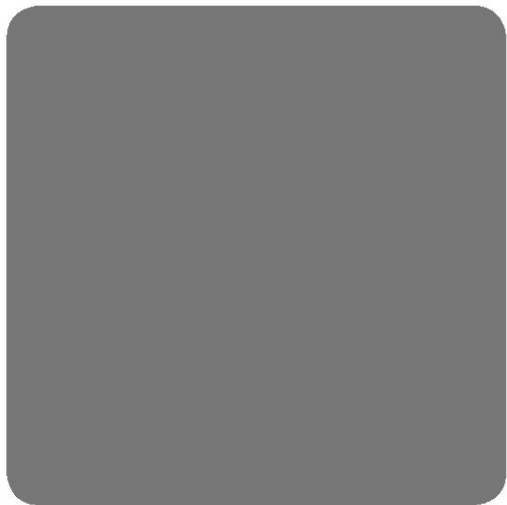


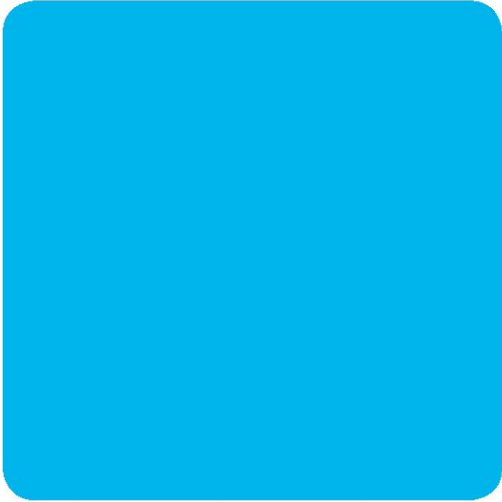
Медиург

Как использовать в  
измерении  
социальных медиа  
практику смежных  
отраслей?

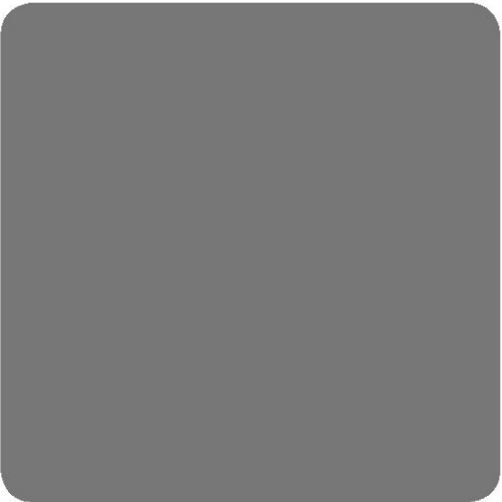


— Кому так или иначе интересно измерение коммуникации в социальных медиа?



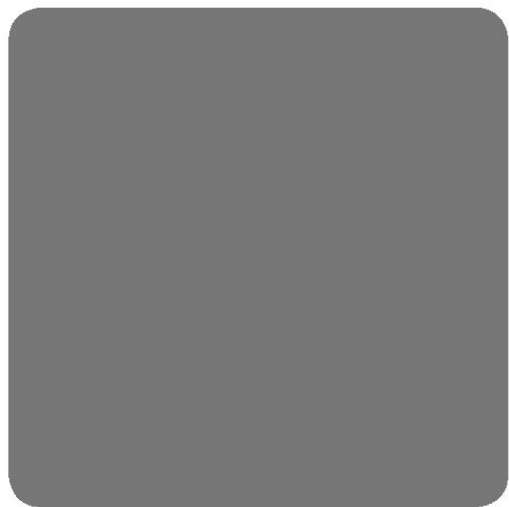


— Какие коммуникативные задачи решают в социальных медиа?





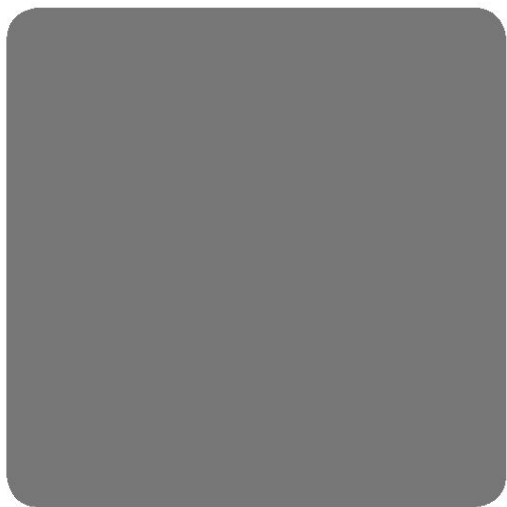
— Можно ли использовать  
аналогичные метрики для  
схожих задач?



# Реклама



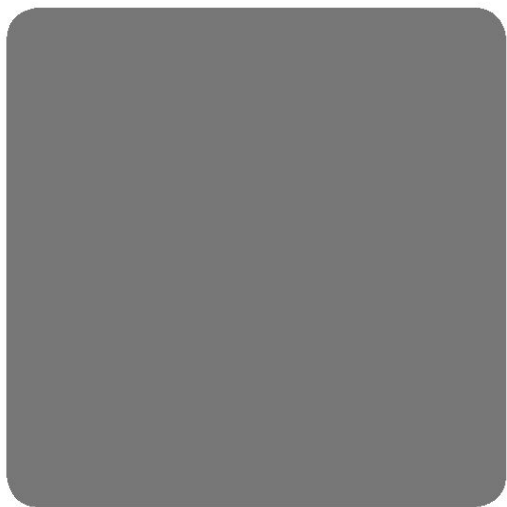
- Количество  
контактов
- Opportunities to see
- Sales leads
- CPRP, CPM
- CTR, CPC (метрики  
интернет-рекламы)



# Пиар



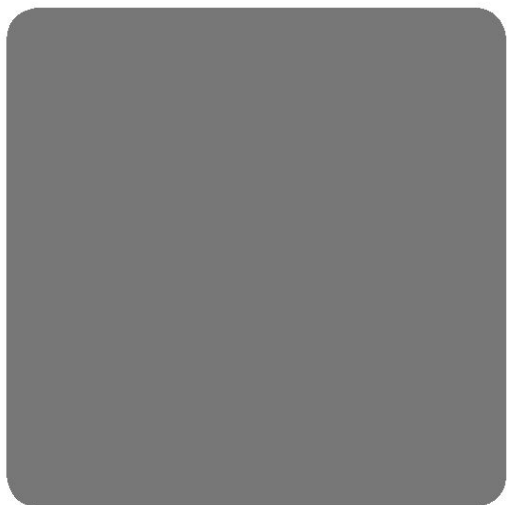
- Охват
- Проникновение ключевого сообщения
- Media Quality
- ~~PR Value~~
- Media Favorability
- Тип и формат сообщения
- Проникновение пресс-релизов



# CRM



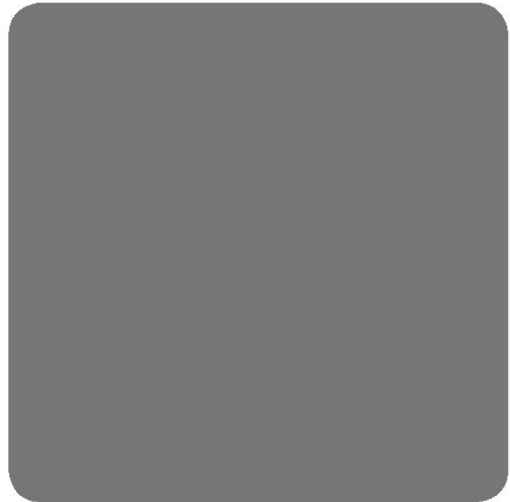
- Количество обработанных претензий
- Количество разрешенных претензий
- Количество пользовательских вопросов и ответов на них



HR



- Количество целевых сообщений, получаемых работниками компании
- Упоминаемость в контексте работы в компании
- Благоприятные сообщения сотрудников

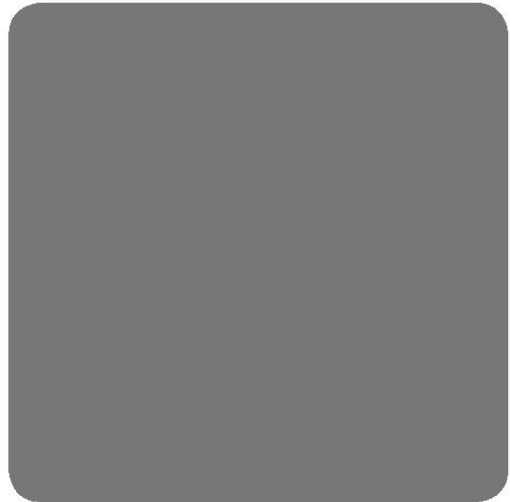




# Маркетинг



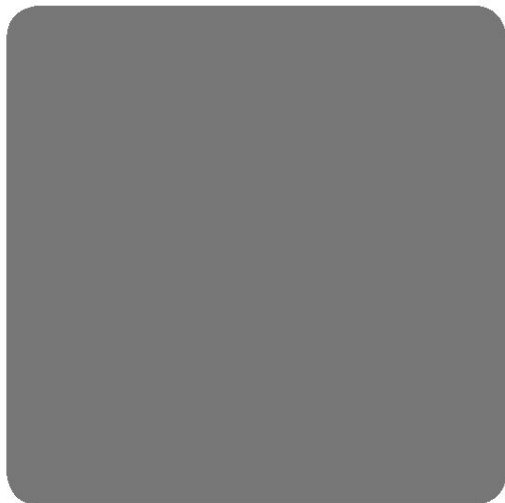
- Brand awareness
- Brand loyalty
- Brand engagement
- Reputation index



...и даже  
дистанционная  
психодиагностика



- Любовь
- Счастье
- Удовлетворение



— Лучшая  
качественная  
интерпретация  
количественных  
данных — ответ на  
вопрос «что делать».



Николай Григорьев,  
директор по исследованиям  
и стратегическому планированию  
агентства «Медиург»

[nick@mediurg.ru](mailto:nick@mediurg.ru)

8 916 354 34 80

