

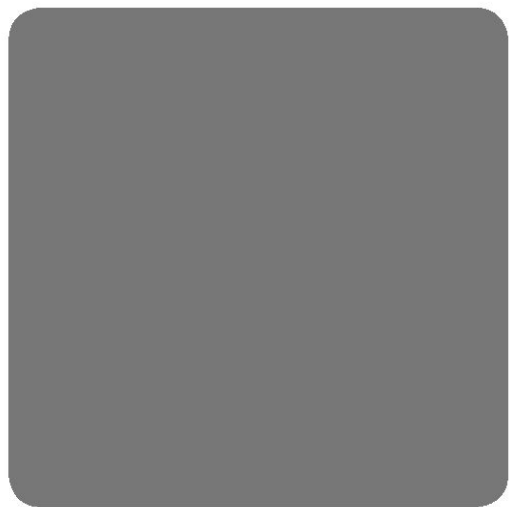


Медиург

Как использовать в
измерении
социальных медиа
практику смежных
отраслей?

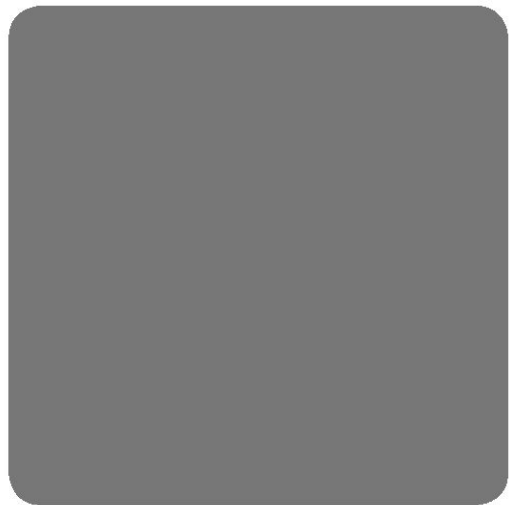


— Кому так или иначе интересно измерение коммуникации в социальных медиа?



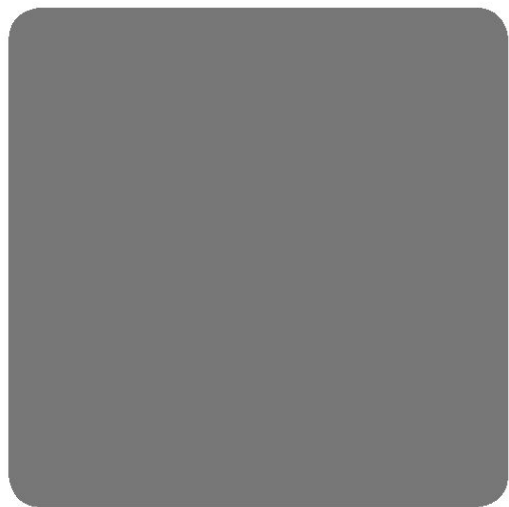


— Какие коммуникативные задачи решают в социальных медиа?





— Можно ли использовать
аналогичные метрики для
схожих задач?



Реклама



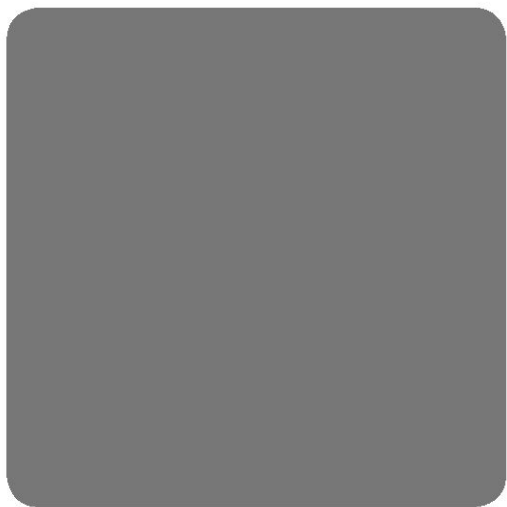
- Количество контактов
- Opportunities to see
- Sales leads
- CPRP, CPM
- CTR, CPC (метрики интернет-рекламы)



Пиар



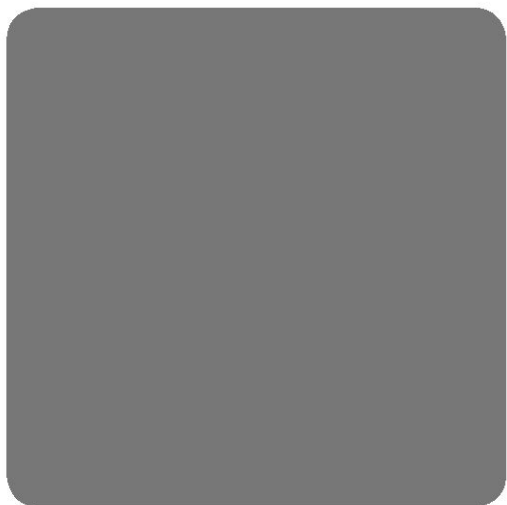
- Охват
- Проникновение ключевого сообщения
- Media Quality
- ~~PR Value~~
- Media Favorability
- Тип и формат сообщения
- Проникновение пресс-релизов



CRM



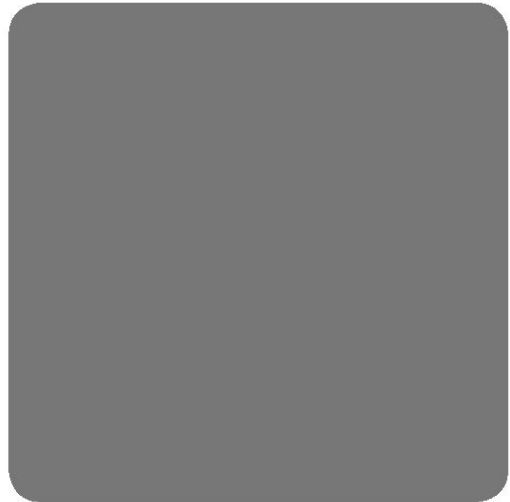
- Количество обработанных претензий
- Количество разрешенных претензий
- Количество пользовательских вопросов и ответов на них



HR



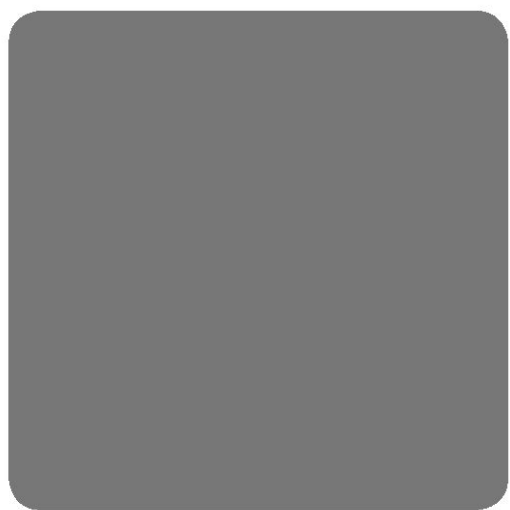
- Количество целевых сообщений, получаемых работниками компании
- Упоминаемость в контексте работы в компании
- Благоприятные сообщения сотрудников



Маркетинг



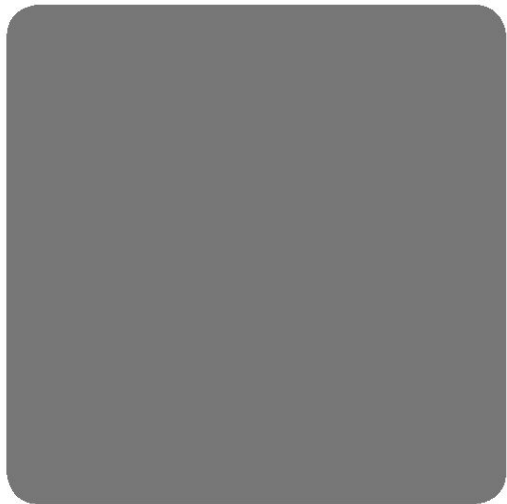
- Brand awareness
- Brand loyalty
- Brand engagement
- Reputation index



...и даже
дистанционная
психодиагностика



- Любовь
- Счастье
- Удовлетворение



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



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

nick@mediurg.ru

8 916 354 34 80

