



**WEBPROFITERS**  
ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

Развиваем Ваш Бизнес в  
интернете



# Количественные измерения эффективности социальных медиа

Юнисов

Андрей

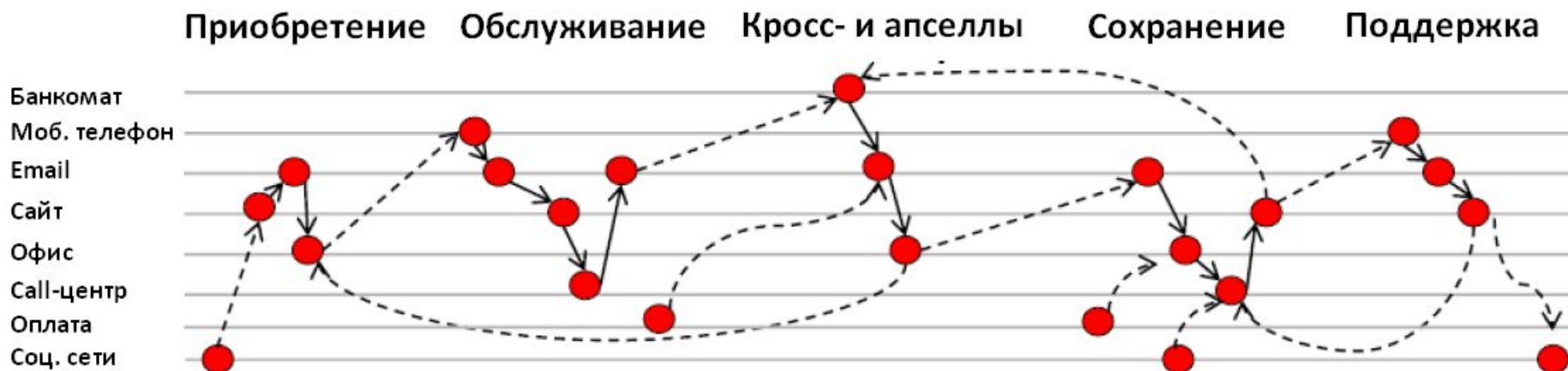
Управляющий партнер

# Рост числа каналов коммуникации с ЦА

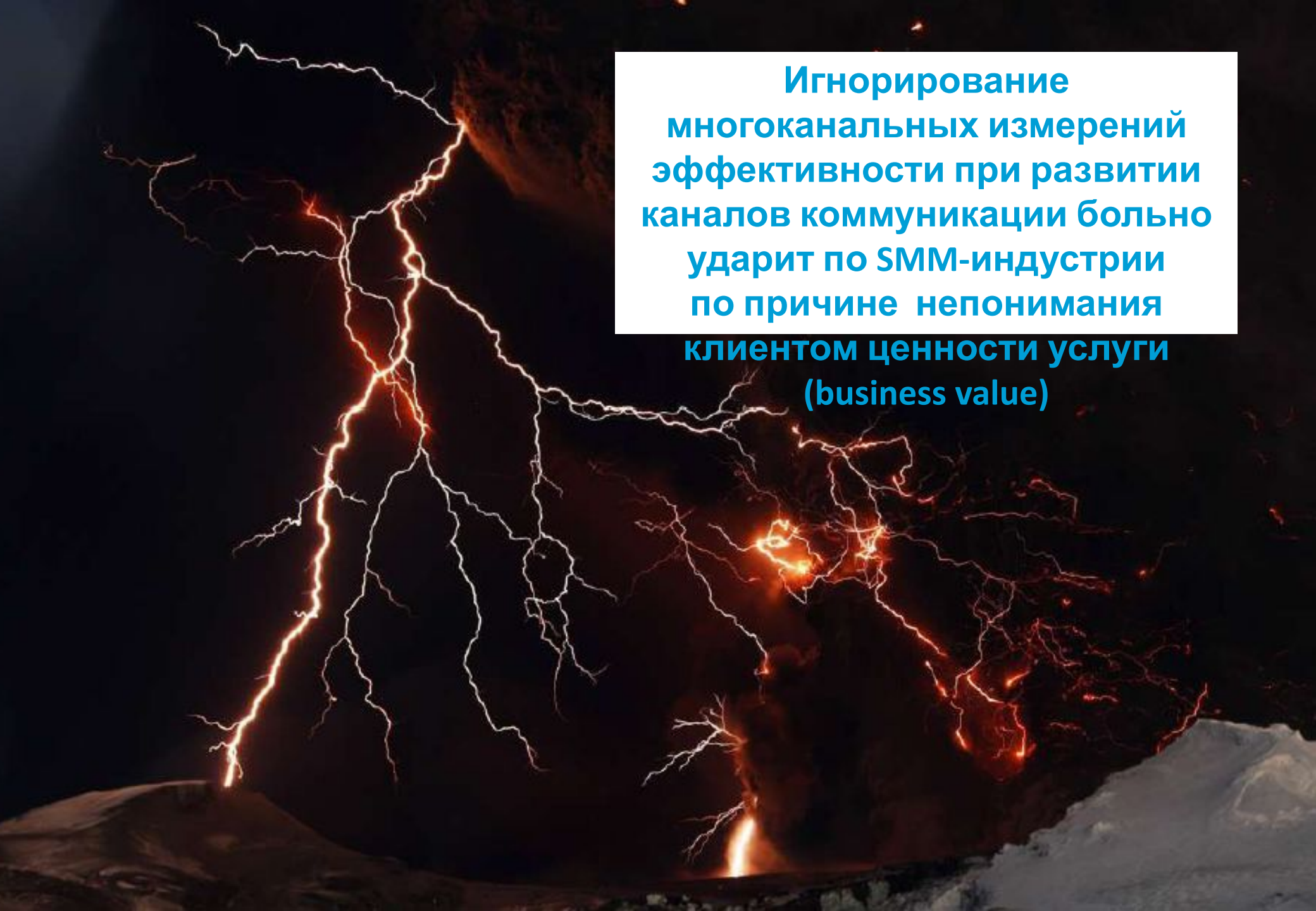
The image is a collage of various digital communication channels. At the top left is a VKontakte (VK) interface with a sidebar menu and a user profile for 'Лидия Лазар'. Next to it is the Odnoklassniki.ru login page with fields for email and password. To the right is the Twitter homepage with the slogan 'The best way to discover what's new in your world.' Below these are the Facebook login and sign-up pages. The sign-up page includes fields for name, email, and password, along with a 'Sign Up' button. On the right side of the collage is a news website interface with a search bar, navigation tabs like 'Новости', and several news articles with headlines and images.

Сегодня глава Южно-Уральского региона Михаил Юревич прокомментировал ситуацию, связанную с объявленным на сайте

# Многоканальность маркетинга

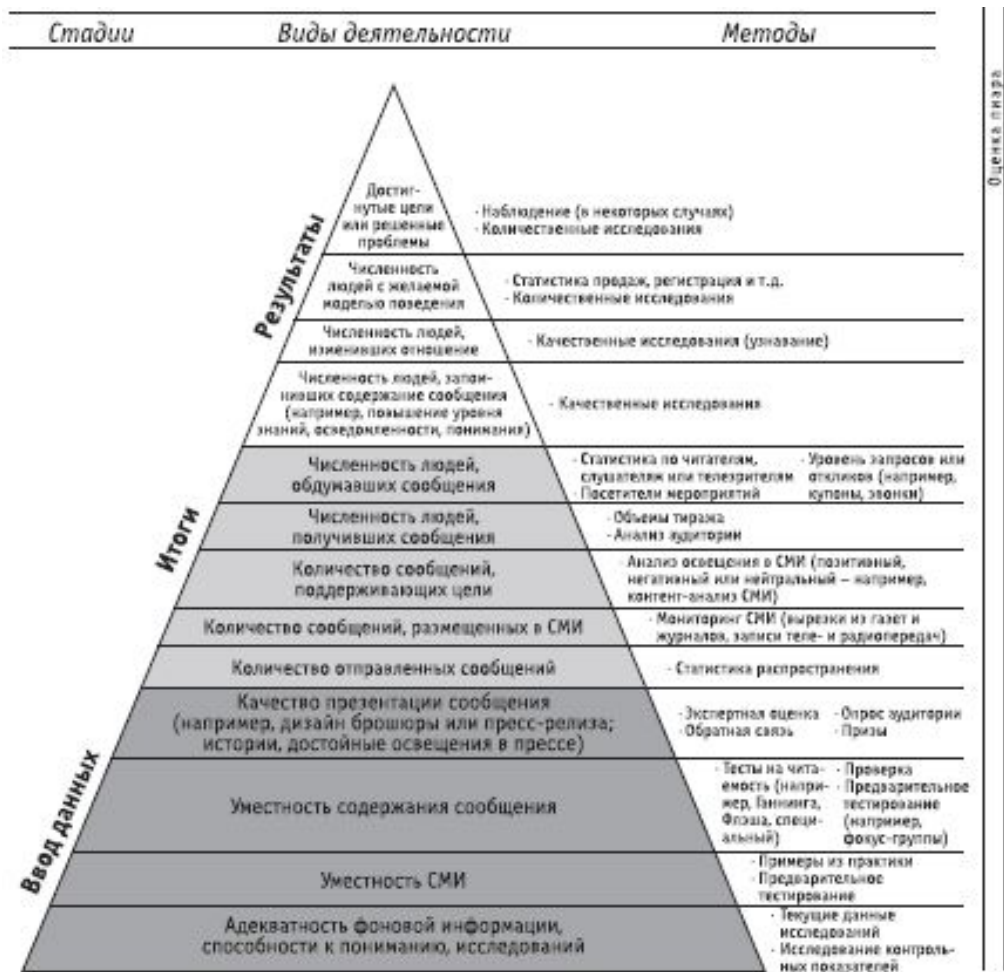


- **Маркетинг всегда был многоканальным инструментом**
- **Появляются новые дополнительные каналы коммуникации в интернете**
- **Измерения и анализ эффективности таких каналов сложен и требует специфических моделей**
- **Счетчики статистики и «on-site web analytics» не работают для НОВЫХ каналов коммуникации**



**Игнорирование  
многоканальных измерений  
эффективности при развитии  
каналов коммуникации больно  
ударит по SMM-индустрии  
по причине непонимания  
клиентом ценности услуги  
(business value)**

# Модель измерения эффективности SMM



## Упрощенная модель Джима Макнамара

- Отправленные сообщения
- Численность людей, получивших сообщение
- Численность людей, среагировавших на сообщение

Нашу модель мы будем основывать именно на этих трех метриках.

Это количественная модель.

# Количественная модель измерений для блога

## Охват

- Посещаемость блога (GA)
- RSS-подписчики (FeedBurner или встроенная статистика ЖЖ)

## «Conversation» rate

- Переходы на целевую страницу сайта (GA)
- Комментарии и трэkbэки постов (в платформе), а также ответные ссылки через поиск по блогам
- Репосты в соцсервисы (поиск по блогам + на самих share-кнопках)

## Вовлеченность ЦА

- (Комментарии + трэkbэки + обратные ссылки + перепосты)/посты
- Средняя длина комментария (плагин)
- Поведение на сайте

# Количественная модель измерений для Twitter

## Охват

- Фолловеры (TwitterCounter)
- Входы на Twitter с корпоративного сайта и других источников (GA)

## «Conversation» rate

- Ответы (replies)
- Переходы на целевую страницу сайта (GA)
- Переходы на страницу без GA (bit.ly)
- RT\Ретвиты (Re:Tweetist)
- Репосты в Facebook

## Вовлеченность ЦА

- Поведение на сайте
- Ответы/ретвиты и наоборот (ответить или поделиться)

# Самый «эффективный» Twitter или контрибуция автора



**Beyonce Knowles**

@beyonce

<http://www.beyonceonline.com>

+ Follow



Timeline

Favorites

Following

Followers

Lists



@Beyonce hasn't tweeted yet.



About @beyonce

0  
Tweets

11  
Following

1,042,281  
Followers

12,419  
Listed

- Число постов\твитов
- Средняя длина поста
- Кол-во неотвеченных ответов
- Средняя длина обсуждения в Twitter

Самый примитивный анализ качества можно провести, отслеживая процентное соотношение business-related и unrelated сообщений.



# Что отслеживать после построения модели?

- **Динамику представленных в модели метрик во времени**
- **Качественные данные анализа**
- **Динамику конверсии – «conversation rate»**
- **Дальнейшее поведение посетителей на сайте**

Спасибо за внимание!  
Shoot me with questions 🤗

**Андрей Юнисов**  
[andrey@webprofiters.ru](mailto:andrey@webprofiters.ru)  
+7 (903) 783-6448