



WEBPROFITERS
ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ

Развиваем Ваш Бизнес в
интернете



Количественные измерения эффективности социальных медиа

Юнисов

Андрей

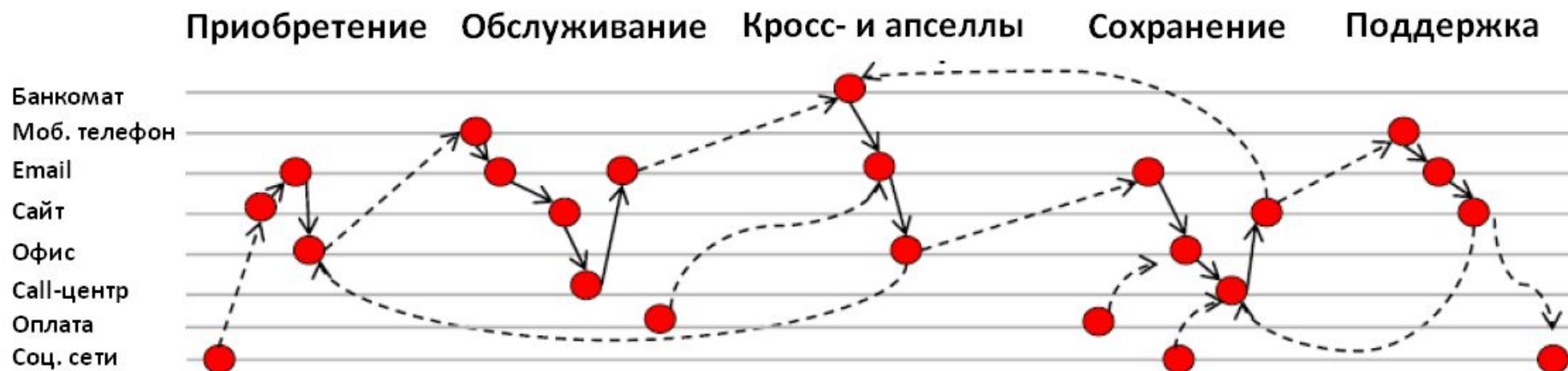
Управляющий партнер

Рост числа каналов коммуникации с ЦА

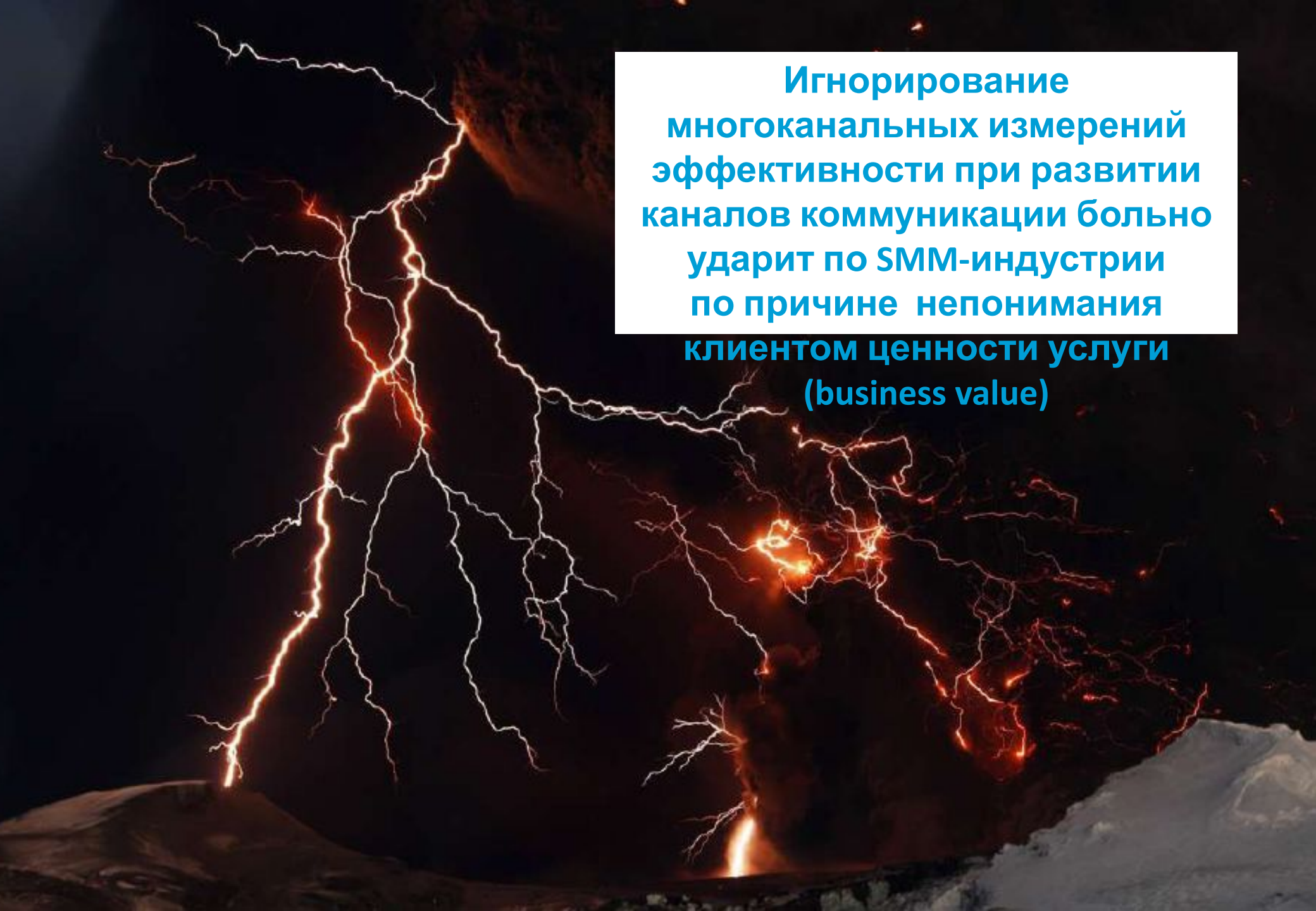
The image is a collage of various digital communication channels. At the top left is a VKontakte (VK) interface with a sidebar menu and a user profile for 'Лидия Лазар'. Next to it is the Odnoklassniki.ru login page with fields for email and password. To the right is the Twitter homepage with the slogan 'The best way to discover what's new in your world.' Below these are the Facebook login page and a 'Sign Up' form with fields for name, email, and password. On the right side, there is a news website interface with a search bar and a list of news items, including one about a top manager of Gazprom.

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

Многоканальность маркетинга

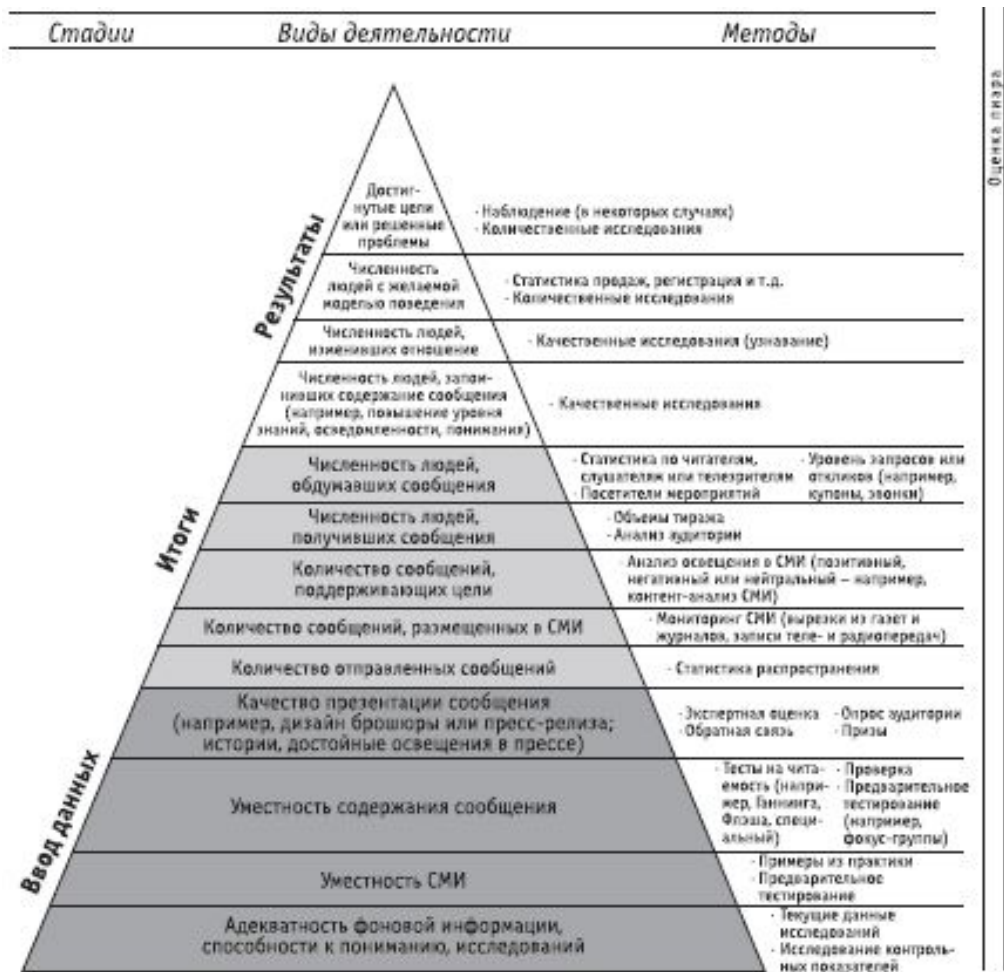


- **Маркетинг всегда был многоканальным инструментом**
- **Появляются новые дополнительные каналы коммуникации в интернете**
- **Измерения и анализ эффективности таких каналов сложен и требует специфических моделей**
- **Счетчики статистики и «on-site web analytics» не работают для НОВЫХ каналов коммуникации**



**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
+7 (903) 783-6448