

PR News

лидирующая компания в области
исследования коммуникаций

ЦИФРЫ, АНАЛИТИКА И МАГИЯ ИНСАЙТОВ



Лилия Глазова

владелец и генеральный директор
аналитической компании PR News



Ваш проводник в сфере оценки эффективности коммуникаций



владелец и генеральный директор
PR News, эксперт по
коммуникационным исследованиям и
оценке эффективности
коммуникаций



председатель АКООС (Ассоциация
компаний консультантов в области
связей с общественностью)



член жюри профессиональных
конкурсов и спикер международных и
российских
профессиональных конференций



Katz School of Business, University of
Pittsburgh, Executive MBA
МГУ им. М.В. Ломоносова,
Социологический факультет

О чем поговорим сегодня?

1

Как обстоят
дела с PR-м у
конкурентов?

2

Кто нас
любит/не
любит в
социальных
сетях?

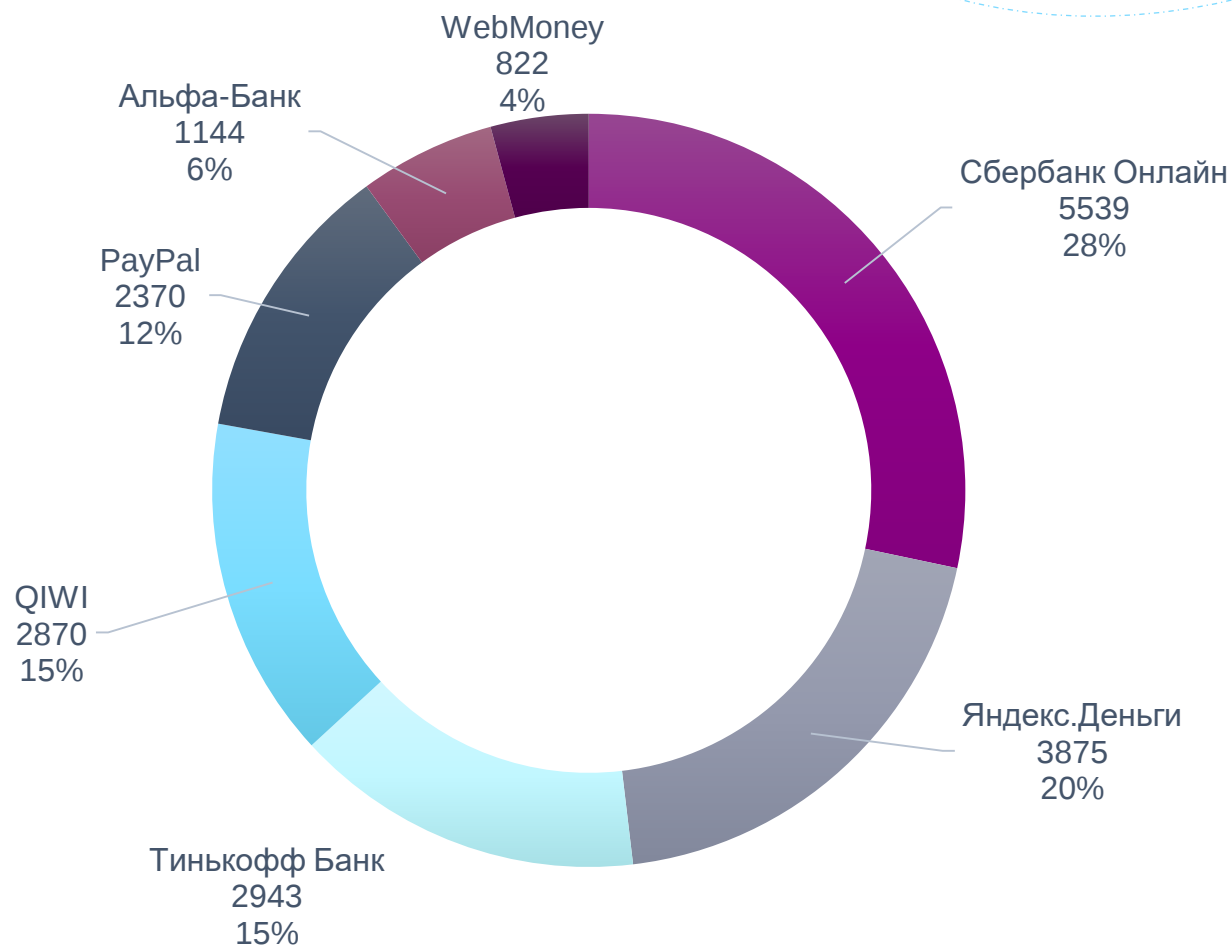
3

Как и кого
опрашивать?

Какой PR у конкурентов?

Качественная оценка – Share of Voice

SOV



SOV (share of voice)
интересно соотносить с
SOM (share of market)

Кто нас любит в соц. сетях?

Основные KPI



Охват

Количество подписчиков страницы
(рассматривается в динамике)



Вовлеченность

Engagement Rate / ER – существует
много разных формул



Реагирование

Response Rate /
Response Time

Охват

Рейтинг страниц брендов в социальных сетях



Рейтинг страниц

Лучшие посты



ВКонтакте



Одноклассники



Facebook



Twitter



YouTube



Pinterest

Рейтинг страниц от
Jaga Jam



Бренды



Россия



Страницы с наибольшей аудиторией

Количество участников



Coca-Cola

4 193 487



Durex

2 972 003



Сбербанк

2 876 560



AliExpress
Россия

2 873 957



SOKOLOV

2 821 357

Формула вовлеченности

ПОСТ

Вовлеченность на пост - количество реакций, которое в среднем совершает 100 пользователей на один пост.

$$\text{Post Engagement Rate} = \frac{\text{Лайки} + \text{Комментарии} + \text{Репосты конкретного поста}}{\text{Количество подписчиков на дату поста}} \times 100$$

[Метрики](#)
[Jaga Jam](#)

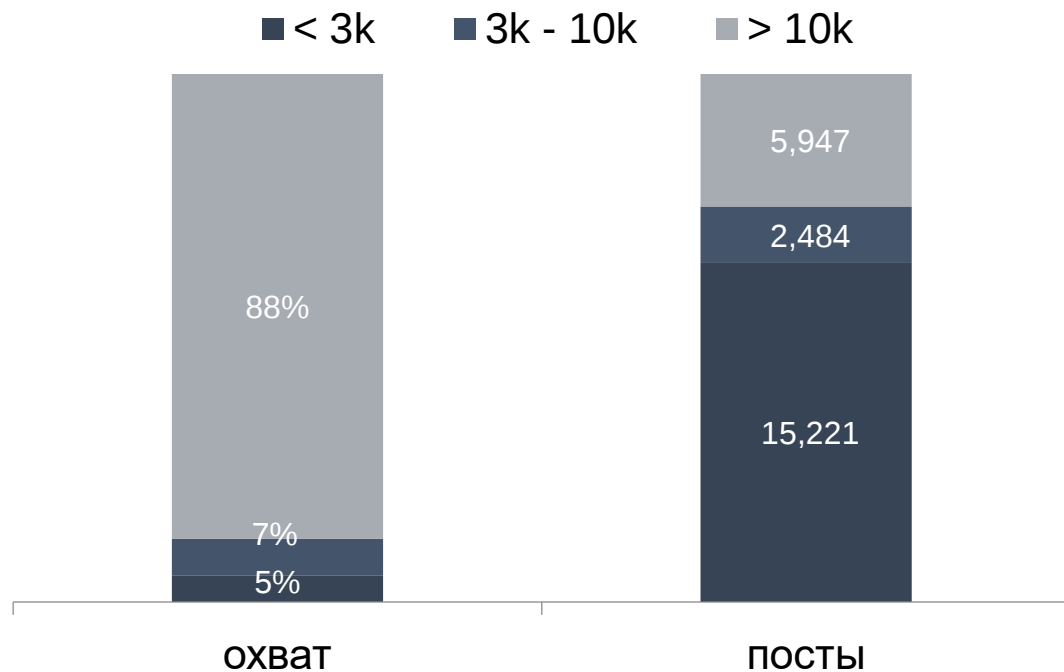


«Вовлеченность поста (на охват)» на конкретный пост или Post ER (на охват) на конкретный пост – количество реакций, которые совершают в среднем 100 охваченных пользователей на конкретный пост.

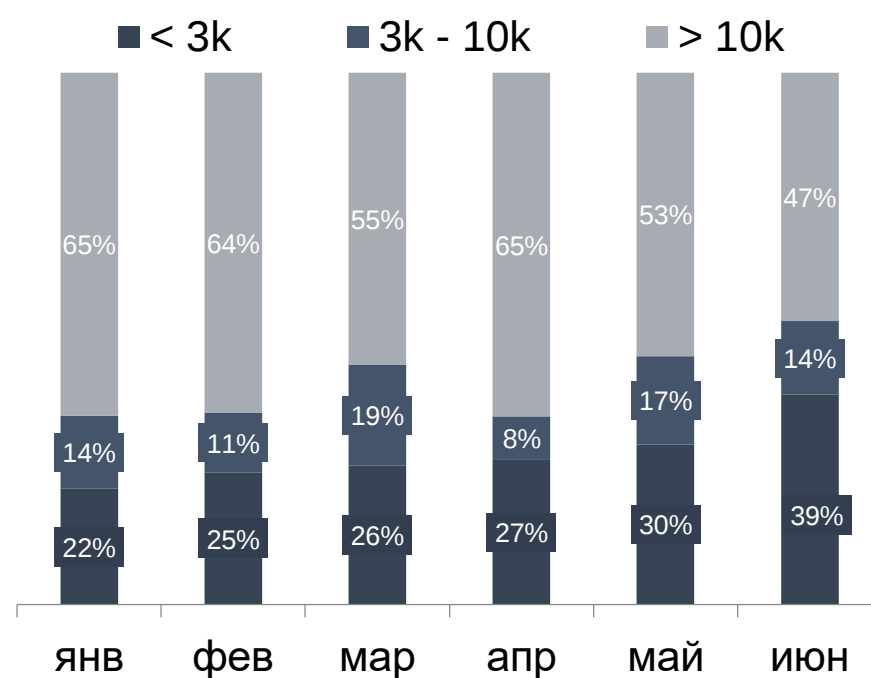
$$\text{Post ER (на охват) на конкретный пост} = \frac{\text{Лайки} + \text{Комментарии} + \text{Репосты конкретного поста}}{\text{Общий охват конкретного поста}} \times 100$$

Кто о нас говорит?

Охват



Вовлеченность



Сообщества и пользователей в соц. сетях обычно разделяют по количеству подписчиков. Макроинфлюенсеры создают охват. В структуре вовлеченности участвуют все виды инфлюенсеров.

Вовлеченность на пост



BURGER KING® Russia
02.04.2020 14:01

Фото · /wall-31333866_2409081



Хотим сказать большое «Спасибо» тем, кто сейчас на передовой борется с COVID-19. Если у кого-то из вас есть знакомые медработники, особенно из ...

[Показать целиком](#)

Лайки:	6 095
Комментарии:	981
Репосты:	588
Всего реакций:	7 664
Вовлеченность на пост:	0,36

Aviasales
18.03.2020 10:09

Видео · /107249432656233_27496...



Пока как-то не до разговоров о путешествиях, согласитесь. Поэтому предлагаем просто посмотреть на ребят, которые в этой ситуации ловят сплошные плюсы.

[Показать целиком](#)

Лайки:	58 334
Комментарии:	566
Репосты:	11 471
Всего реакций:	70 371
Вовлеченность на пост:	36,35

Альфа-Банк
24.03.2020 09:34

Фото · /130567960337902_306125...



Объявляем «Кредитный карантин» — для тех, кто пострадал от коронавируса. Мы в Альфа-Банке понимаем, что от коронавируса пострадали не только те, ...

[Показать целиком](#)

Лайки:	13 749
Комментарии:	2 105
Репосты:	1 367
Всего реакций:	17 221
Вовлеченность на пост:	43,47



Рейтинг постов от
Jaga Jam



Метрики реагирования



Response Rate - доля вопросов пользователей, получивших ответ от имени сообщества

Response Time - среднее время ответов на вопросы пользователей. Метрика определяет потраченное время между каждым вопросом и ответом и далее высчитывает среднее арифметическое между всеми значениями (не учитываются вопросы без ответов)

[Метрики
Jaga Jam](#)



Метрики реагирования



KLM Royal Dutch Airlines

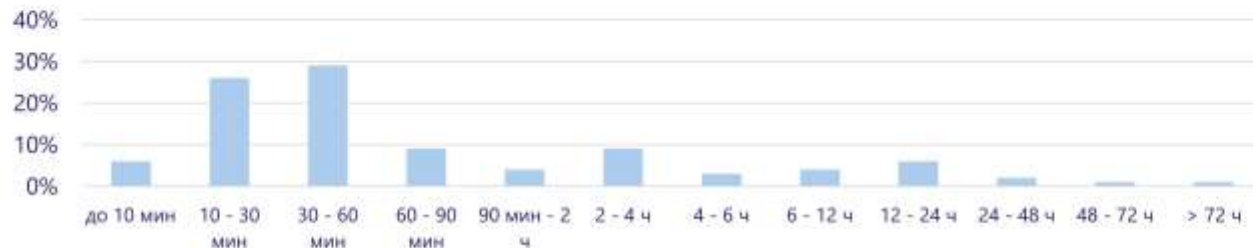
01.01.2016 – 31.12.2016

Реагирование бренда на вопросы пользователей

Вопросы с ответами и без ответов



Скорость ответов на вопросы пользователей от имени бренда



Вопросы пользователей

Всего вопросов

417

Дано ответов на вопросы

234

В среднем вопросов в месяц

34.8

Доля вопросов, получивших ответ

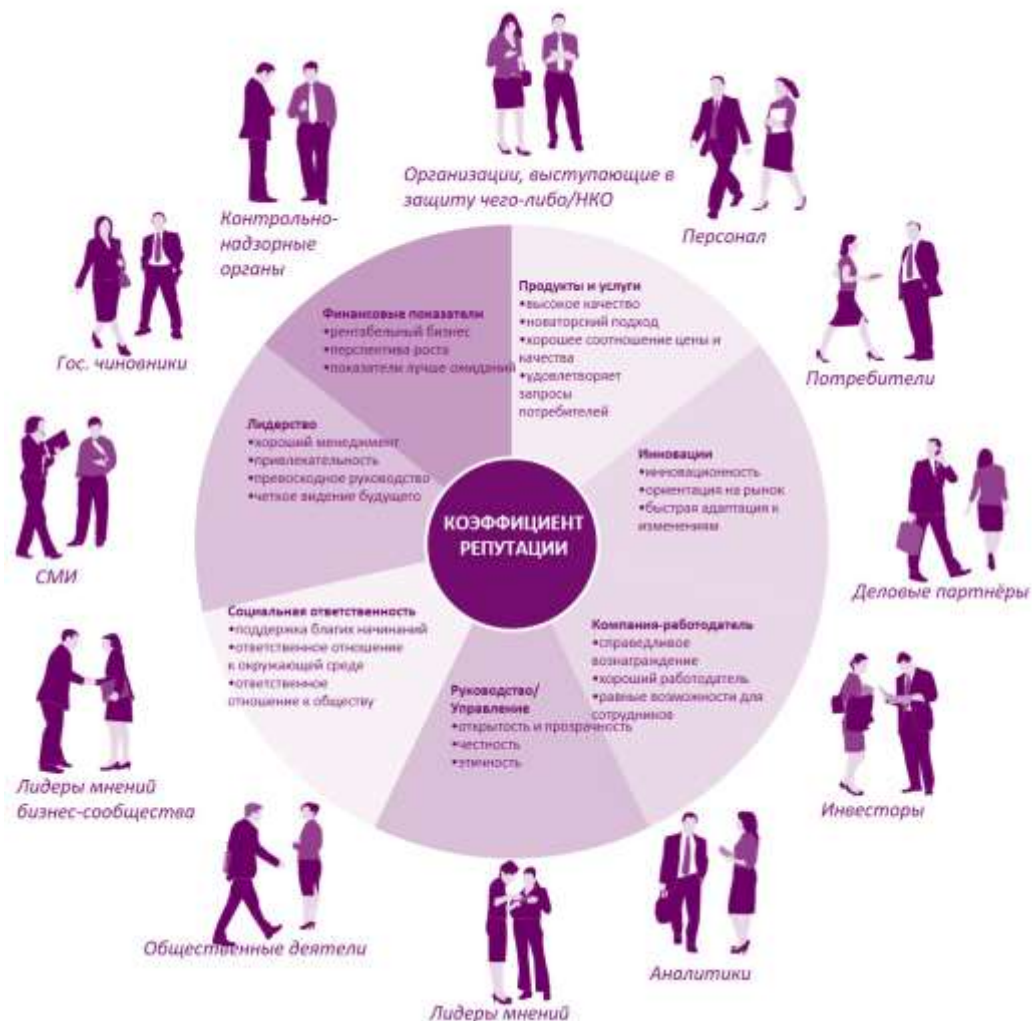
56%

Среднее время ответа

7 ч 19 мин

Кого и как опрашивать?

Репутационные критерии



Классическая модель репутации*, которая учитывает 7 «драйверов» репутации:

- Продукты и услуги (Products & Services)
- Лидерство (Leadership)
- Результативность (Performance)
- Условия труда (Workplace)
- Корпоративное гражданство (Citizenship)
- Инновации (Innovations)
- Управление (Governance)

Критерии варьируются в зависимости от целей и задач исследования. Либо уточняются в ходе поискового репутационного аудита.

Сервисы



Google Forms

**Бесплатный онлайн-
конструктор**



Яндекс Взгляд

**Онлайн-конструктор
+база респондентов**



Anketolog

**Онлайн-конструктор
+база респондентов**

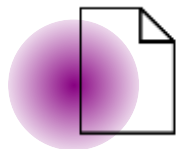


ПРАВИЛЬНЫЙ ВОПРОС - ПОЛОВИНА ОТВЕТА



КАК И О ЧЕМ СПРАШИВАТЬ СТЕЙКХОЛДЕРОВ?

Формы и построение вопросов



Открытые, проективные
вопросы →

ПОИСК ИНСАЙТОВ



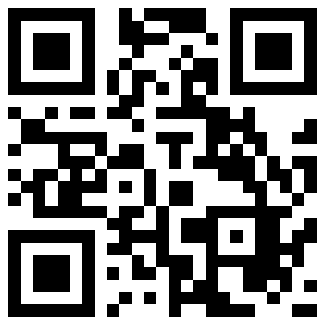
Закрытые вопросы, согласие с
утверждениями →

ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗ



Оценочные шкалы по
набору характеристик →

ИЗМЕРЕНИЕ РЕПУТАЦИИ



Лилия Глазова
Председатель АКООС
Генеральный директор PR News

Fb: [lilia.glazova](#)

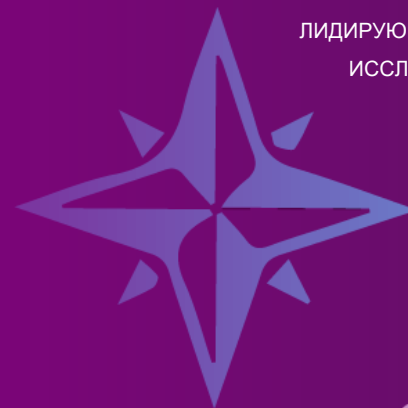
E-mail: lglazova@prnews.ru

Telegram: [@cominsights](#)

Телефон: +7 916 806 4743

ЛИДИРУЮЩАЯ КОМПАНИЯ В ОБЛАСТИ
ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ

PR News



СПАСИБО ЗА

ВНИМАНИЕ!

