

правило **ЗБ:**
Быстро, **Б**езопасно, **Б**есконтактно

январь – апрель 2020 г.

Что анализировали?

4

сегмента
рынка доставки

19

компаний

82

страницы
в социальных медиа

Период



Что анализировали?

4

сегмента



доставка готовой еды



доставка продуктов питания



мультикатегорийные площадки



ритейл (офлайн+онлайн)

Что изучали?

19

брендов



Что измеряли?



- количество и динамика постов администраторов групп и пользовательских
- бенчмарк и усредненные значения активности
- присутствие на разных площадках



- количество и динамика подписчиков
- динамика UGC
- вовлеченность и типы реакций
- Response Rate
- Response Time



- формат постов
- длина текста
- темы постов и типы контента
- хэштеги
- лучшее время для публикаций

[Метрики JagaJam](#)



Генерация контента 2019vs2020

+9%

усредненные значения
роста активности
всех брендов на всех площадках



Лидеры по
динамике

+60%
Ozon**

> в 15 раз
Окей

+111%
Утконос

> в 9 раз
Яндекс.Еда**

Аутсайдеры

-80%
Яндекс. Маркет

-44%
Метро

-36%
IGoods

-45%
DeliveryClub

***рост за счет пользовательского контента*

Динамика подписчиков 2020

+14%

усредненные значения
роста аудитории
всех брендов с начала 2020 года*

*анализ проводился по ключевым площадкам (VK, FB, Insta),
сравнивается динамика темпов прироста подписчиков

Среднее число
подписчиков

Динамика темпов
прироста**



279 тыс.

Ашан

+14%

Окей



225 тыс.

Озон

+8%

Яндекс. Маркет



97 тыс.

DeliveryClub

+10%

Яндекс. Еда



20 тыс.

Утконос

+26%

СберМаркет

**прирост с начала 2020 года по трем ключевым
площадкам (VK, FB, Insta)

Лидеры по подписчикам 2020



1. Wildberries	585 976	1. OZON	1 109 365	1. Ашан	3 818 047
2. DeliveryClub	469 581	2. Lamoda	639 411	2. Wildberries	91 909
3. Лента	349 635	3. Wildberries	603 329	3. Lamoda	71 518
4. Lamoda	324 928	4. Лента	568 213	4. Метро	69 240
5. OZON	228 339	5. Метро	195 244	5. OZON	58 025

Response Rate 2019vs2020

+29%

увеличилось число вопросов
пользователей

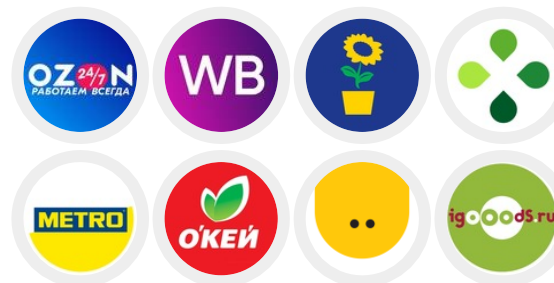
Больше 1000 вопросов получили



+174%

увеличилось число ответов на вопросы
пользователей

Более, чем на 100% увеличили
число ответов



Метрики
JagaJam



Response Rate 2019 vs 2020

Доля вопросов,
получивших ответы

2019

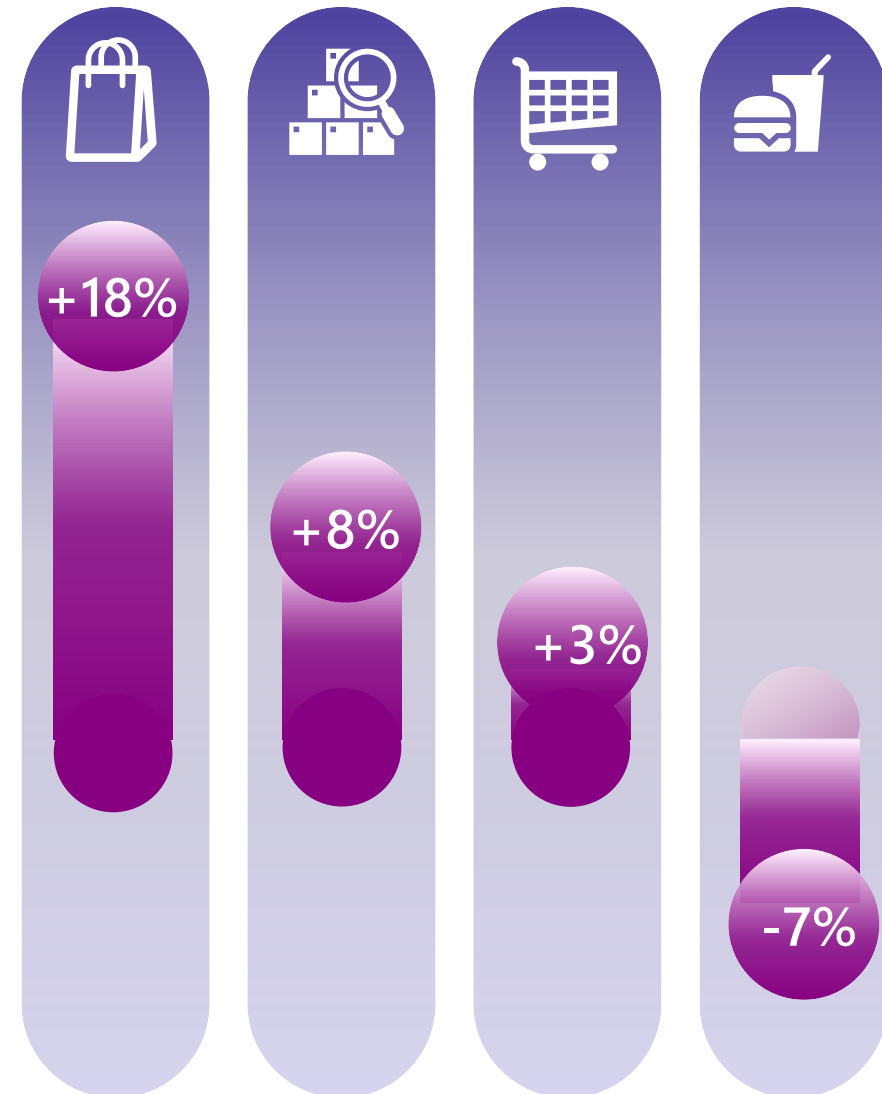
41% vs 47%

2020

Бенчмарк



Метрики
JagaJam



Response Rate 2020

Количество вопросов / Доля вопросов, получивших ответы



1. Беру!	781	84%	1. Глобус	421	86%	1. SaveTime	24	83%	1. Яндекс.Еда	287	59%
2. Lamoda	153	76%	2. Метро	472	77%	2. СберМаркет	228	64%	2. DeliveryClub	478	18%
3. Яндекс. Маркет	28	61%	3. Азбука Вкуса	322	75%	3. Утконос	472	49%			
4. Goods	269	58%	4. Лента	1711	64%	4. IGoods	152	48%			
5. Wildberries	4307	39%	5. Перекресток	1611	64%						
6. OZON	1697	32%	6. Ашан	277	46%						
			7. Окей	97	39%						

Анализ проводился по площадкам VK, FB, Insta, OK, TW

Response Time 2020

Топ-3 площадок по скорости ответов



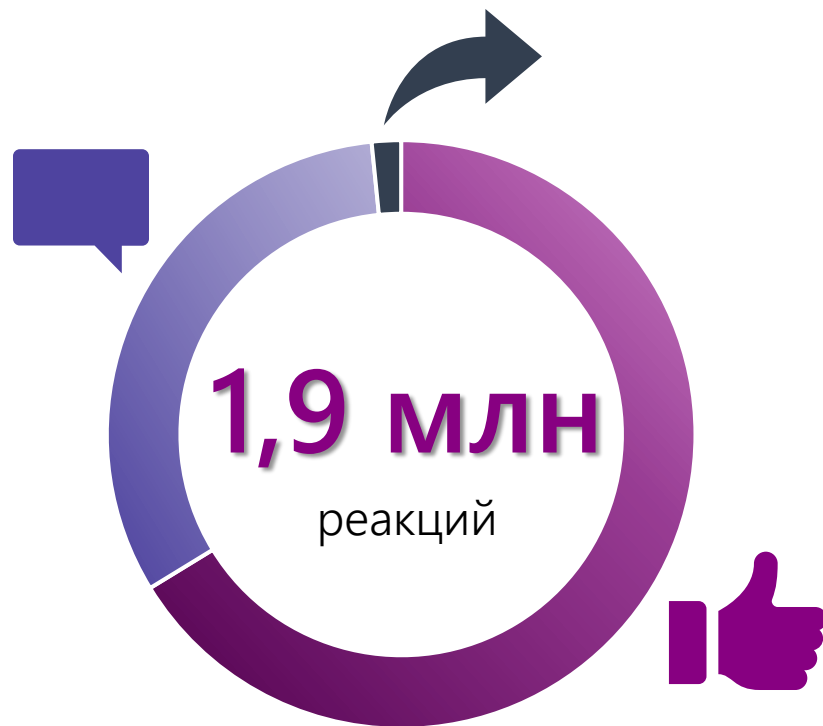
1. Беру!	1ч 24мин	1. Азбука Вкуса	3ч 15мин	1. IGoods	6ч 8мин	1. Яндекс.Еда	41 мин
2. Lamoda	5ч 13мин	2. Глобус	4ч 42мин	2. SaveTime	21ч 39мин	2. DeliveryClub	3ч 36мин
3. OZON	6ч 58мин	3. Ашан	1д 5ч 42мин	3. СберМаркет	1д 13ч 43мин		

Среднее время ответа на вопросы пользователей
от имени бренда

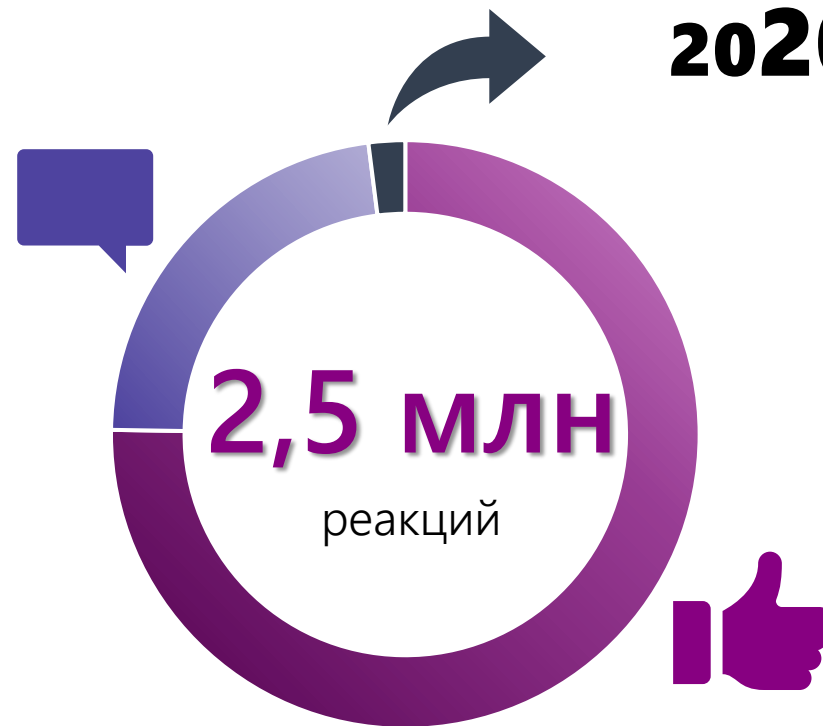
Анализ проводился по всем площадкам

Вовлеченность

2019



2020



*анализ проводился по ключевым площадкам (VK, FB, Insta)

Engagement Rate 2020



1. Беру!	1,22	1. Глобус	0,63 ⁺³	1. СберМаркет	5,78	1. Яндекс.Еда	1,15
2. Goods	0,50	2. Ашан	0,61 ⁺⁵ ▲	2. Утконос	0,68 ⁺¹ ▲	2. DeliveryClub	0,18
3. OZON	0,34	3. Перекресток	0,59	3. IGoods	0,30 ⁻¹ ▼		
4. Яндекс. Маркет	0,05	4. Лента	0,55 ⁻³ ▼	4. SaveTime	0,10		
5. Lamoda	0,04	5. Азбука Вкуса	0,41 ⁻³ ▼				
6. Wildberries	0,03	6. Окей	0,39 ⁻¹ ▼				
		7. Метро	0,14				

*анализ проводился по ключевым площадкам (VK, FB, Insta)

Тренд 2020: рост репутационного контента



Продающий

доминирует, занимает около двух третей инициированных потоков, доля сохраняется



Развлекательный

занимает в среднем 20%, стабилен – сохраняет долю



Вовлекающий

около 10%, за последний год его доля снизилась на треть



Репутационный

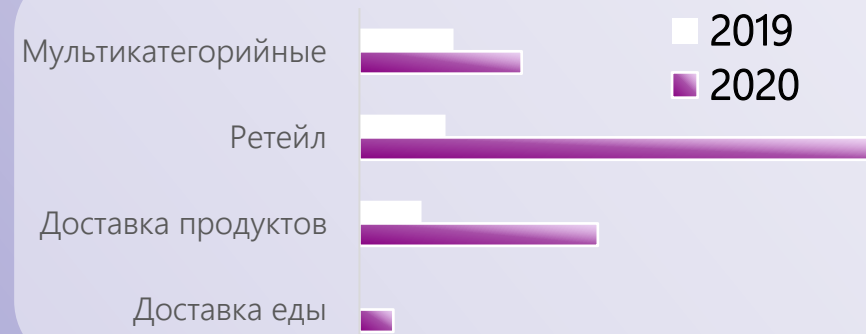
занимает небольшую долю (6%), но показывает взрывной рост – число выросло в три раза



Познавательный

составляет 5% потока, его доля уменьшилась на 14%

Динамика репутационного контента



Максимальное внимание имиджевым сообщениям уделили сетевые магазины. Ключевая тема: условия работы, безопасность и услуги, обусловленные распространением коронавирусной инфекции

** расчеты производились на данных инициированного контента (без учета UGC), количество сообщений на трех ключевых площадках (VK, FB, INST)*

Коронавирусная коммуникация

13%

доля коронавирусной
тематики в суммарном
контенте объектов*

**в расчетах учитывался инициированный контент (без учета UGC) на трех ключевых площадках (VK, FB, INST)*

Доля тематики в
сегменте**

Задают темп
обсуждения



15%

20%

Перекресток, Ашан, Окей



14%

17%

Утконос



11%

16%

Lamoda



невысокая активность - в сумме около 20
сообщений

**% от суммы сообщений в сегменте

Хроники пандемии

1
стадия

Адаптация, создание новых правил

Развитие темы в аккаунтах ретейлеров и сервисов стартовало с вынужденных изменений обслуживания: введения специализированных услуг, бесконтактной доставки, безналичного расчета

2
стадия

Социальная значимость, персонификация

Сообщения о мерах для обеспечения безопасности - «сервис социальной направленности» от первых лиц компаний

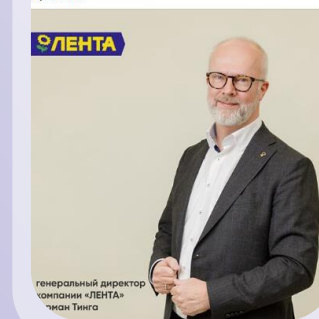
3
стадия

Создание УКП - «уникального карантинного предложения»

Специализированные товарные предложения, использование темы в контенте (хештеги, развлекательный и вовлекающий контент)

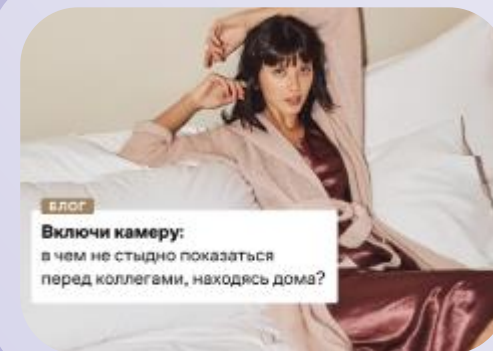
Первые лица

«АВКА ИЗ МАГАЗИНОВ»
...ли из соображений безопасности вы предпочитаете онлайн-заказы, онлайн-услуга, имеет в виду возможность совершать покупки в «ЛЕНТА» через наши партнерские платформы (Goods.ru и СберMarket).
50 тысяч сотрудников «ЛЕНТЫ», наши партнеры и поставщики усердно работают, чтобы вы могли купить все необходимое в «ЛЕНТА» каждый день.
Будьте здоровы и берегите себя!
С уважением,
генеральный директор «ЛЕНТЫ»
Герман Тинга

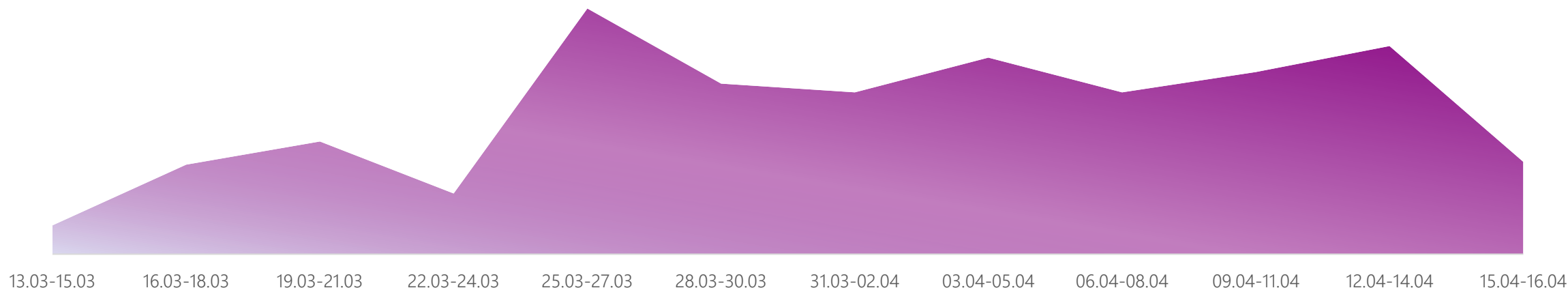


Гардероб на удаленке

#LaDOMA



Хроники пандемии



* расчеты производились на данных инициированного контента (без учета UGC), количество сообщений на трех ключевых площадках (VK, FB, INST)

Вовлеченность аудитории в коронавирусную тему

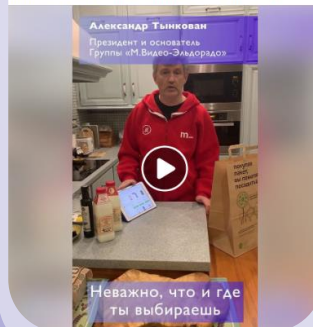
- Посты брендов по коронавирусной тематике вызывали в три раза больше реакций, чем обычный контент

0,63 vs 0,23

Engagement Rate постов на коронавирусную тему и обычного контента

- Наиболее выигрышными с точки зрения обратной связи являются посты, посвященные обеспечению бесперебойной работы и безопасности; и официальные сообщения от лица компании, цитаты представителей (первых лиц)

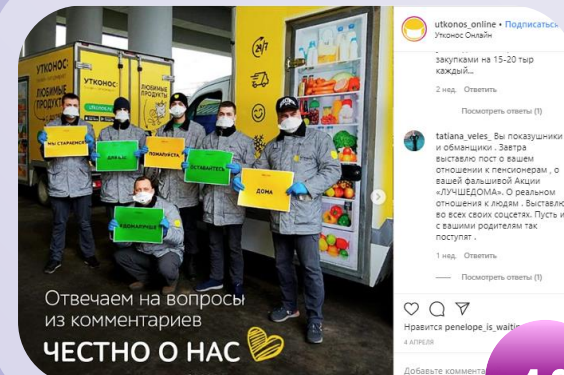
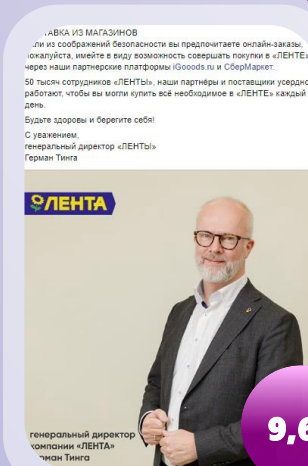
7,29



7,66



9,67



4,9

Семантика коронавирусной темы

Здоровье и безопасность транслируются как основополагающие ценности брендов



ЗДОРОВЬЕ

8%



БЕЗОПАСНОСТЬ

10%

от суммарного числа постов брендов по теме в коронавирусный период

Словоформы чаще встречались в контенте брендов:



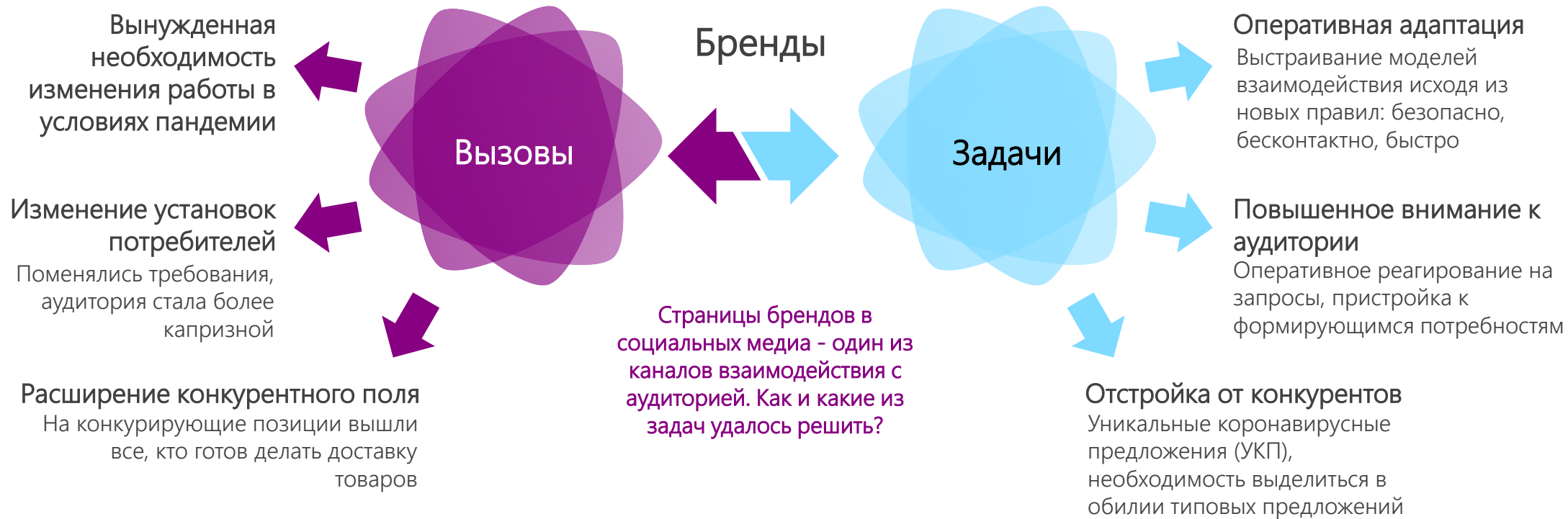
В сравнении с 2019 годом число постов тематики здоровья выросло в 3 раза, безопасности - в 13 раз*

**сравнивались массивы сообщений в целом*

Ситуация

ЧТО СЛУЧИЛОСЬ?

ЧТО ДЕЛАТЬ?



Правила коронакризисной коммуникации



ВИЗУАЛИЗАЦИЯ



ПЕРСОНИФИКАЦИЯ



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ



ОПЕРАТИВНОСТЬ



ПРИСОЕДИНЕНИЕ



КОЛЛАБОРАЦИИ

JagaJam

- Уникальная система продуктов в областях статистики и автоматизации при работе с социальными медиа.
- Большое количество инструментов: определение показателей эффективности сообществ, публикаций, конкурентов, команд, программ лояльности, взаимодействия с комментариями и т.п.
- Нейросеть определения тональности общения, негатива.
- Бесплатные рейтинги. Web-интерфейс и универсальный API для интеграций с другими системами. Консультанты.
- Открыт демонстрационный доступ.



**Все, что нужно
знать бренду
в социальных
сетях**

[JagaJam](https://jagajam.ru)



PR News



PR News - это лидирующая компания в области исследования коммуникаций, предоставляющая полный комплекс услуг:

- мониторинг СМИ
- медиааналитика
- коммуникационные исследования и консалтинг

Под ваши задачи составляется ТЗ и подбирается оптимальный комплекс услуг. Подобный подход позволяет разработать максимально эффективный план работы для достижения ваших целей.

Лидер в исследовании коммуникаций

[PR News](#)

