

Правило **ЗБ** e-commerce: **Быстро, Безопасно, Бесконтактно**

январь – апрель 2020 г.

Что анализировали?

4

сегмента

19

компаний

82

страницы
в социальных медиа



Что анализировали?

4

сегмента



доставка готовой еды



доставка продуктов питания



мультикатегорийные площадки



ритейл (офлайн+онлайн)

Что изучали?

19

брендов



Почему это актуально?

- Сегмент e-commerce переживает взрывной рост.
- Фокус внимания общественности сосредоточен на брендах этой категории. Они вынуждены быстро адаптироваться, чтобы удовлетворять спрос.
- Помимо выполнения основных функций – своевременная и безопасная доставка товаров – важным остается ведение эффективной коммуникации с потребителем: привлекать, вовлекать, закреплять лояльность.
- Одним из инструментов продвижения являются страницы в социальных сетях.
- От правильно выстроенного взаимодействия в том числе на этих площадках будет зависеть станет ли сложившаяся ситуация «вспышкой активности потребителей» или трамплином для роста лояльной аудитории.

Будем жить по-другому?

Потребность в дистанционной покупке продуктов изменяет рынок и потребительские установки

Бренды оказались под пристальным вниманием. У них появилась возможность проявить себя

Потренировать гибкость, оперативность, создать новые устойчивые модели взаимодействия

” Изоляция — шанс для людей создать лучшую версию себя, а для технологий — шанс доказать свою ценность для человечества.

Павел Дуров



На какие вопросы отвечали?

Изменение
коммуникации
брендов в
социальных сетях –
отражение
адаптации к кризису

- Как адаптируют бренды свою коммуникацию в поле социальных медиа во время кризиса?
- Какие стратегии продвижения выбирают игроки рынка?
- Как на это реагирует аудитория?
- Эффективно ли это в рамках актуальной ситуации?

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

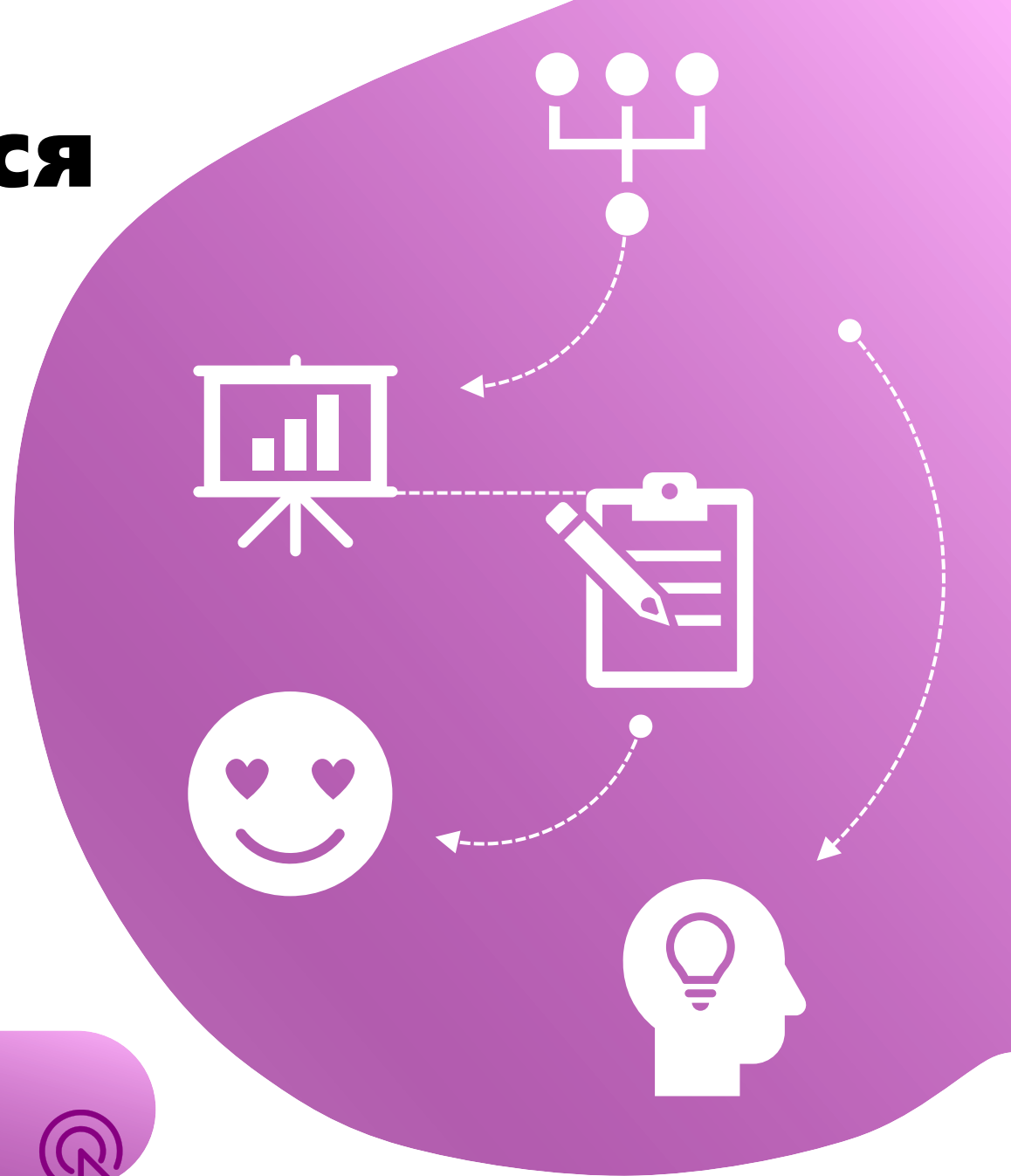
[Метрики JagaJam](#)



Как ориентироваться в исследовании?

- ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЗАМЫСЕЛ
- РАЗДЕЛ 1. Активность брендов в КоронаКризис
- РАЗДЕЛ 2. Контент-стратегия брендов
- РАЗДЕЛ 3. Поведение пользователей
- РЕЗЮМЕ

PR News



РАЗДЕЛ 1.

Активность брендов в КоронаКризис

Охват площадок

- Наиболее высоко интегрированы в социальные медиа мультикатегорийные платформы и ретейлеры. Компании эти сегментов, как правило, представлены на 5-6 площадках. Лидеры: Wildberries, Метро, Перекресток.
- Доставка продуктов пока только набирает обороты, за исключением Утконоса, у которого пять представительств. Число страниц у остальных 3-4.



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

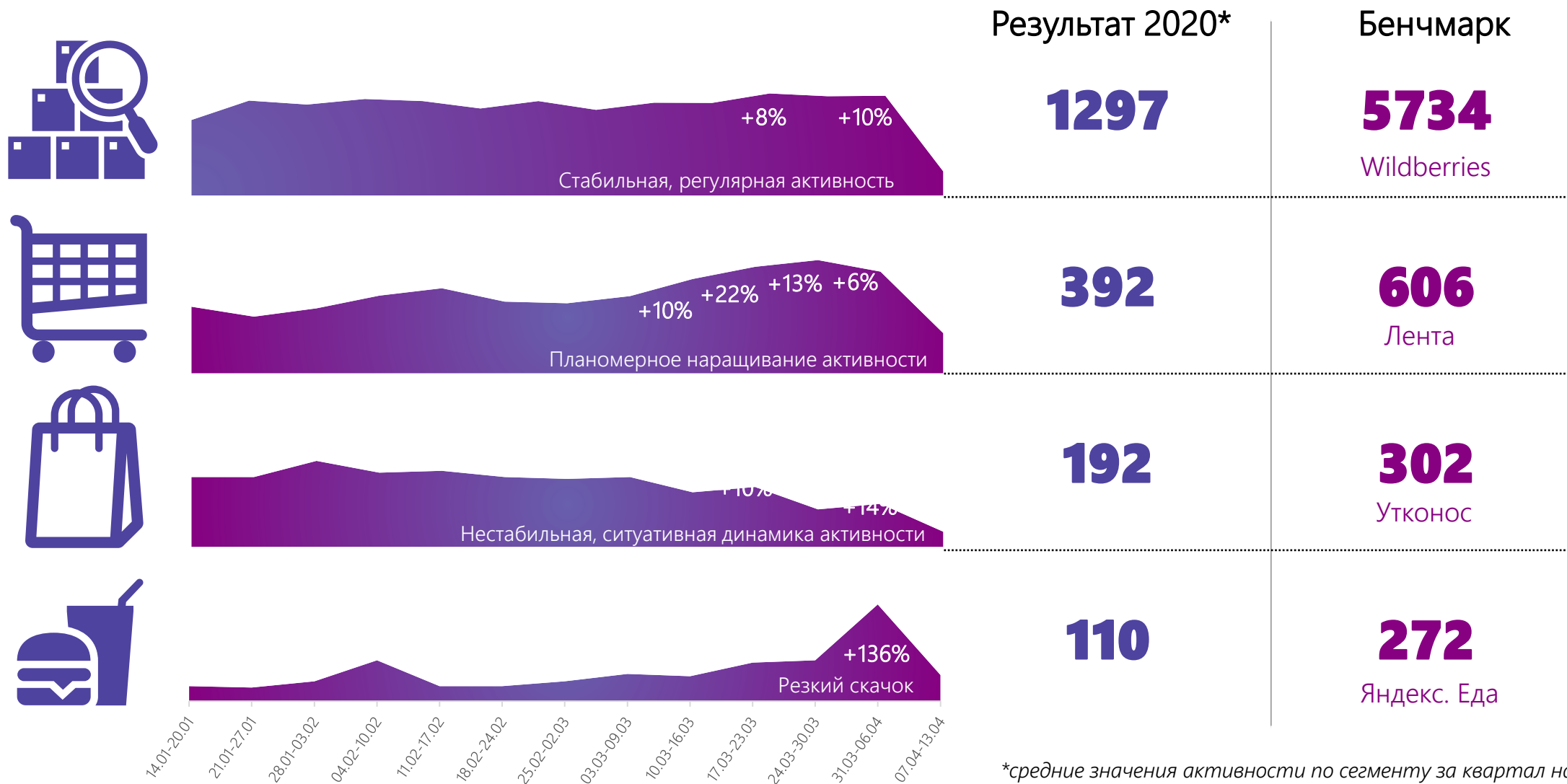
-44%
Метро

-36%
IGoods

-45%
DeliveryClub

***рост за счет пользовательского контента*

Генерация контента 2020



Основные площадки 2020



■ Facebook

■ Instagram

■ OK

■ Twitter

■ VK

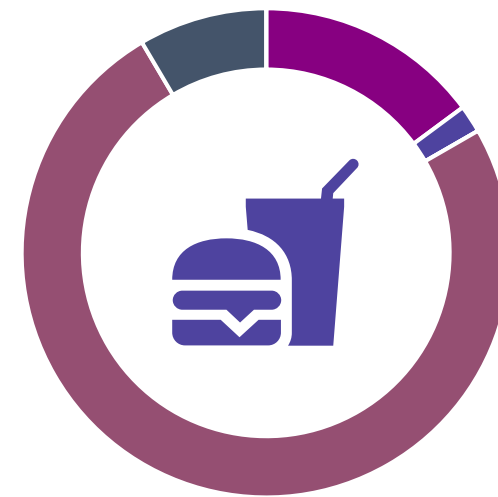
Акцент на работе через VK.
Чаще остальных
используют ресурсы OK.



Работает через
ключевые площадки:
VK, FB, INST.



Работает через
ключевые площадки: VK,
FB, INST.



Основная площадка
коммуникации – TW.

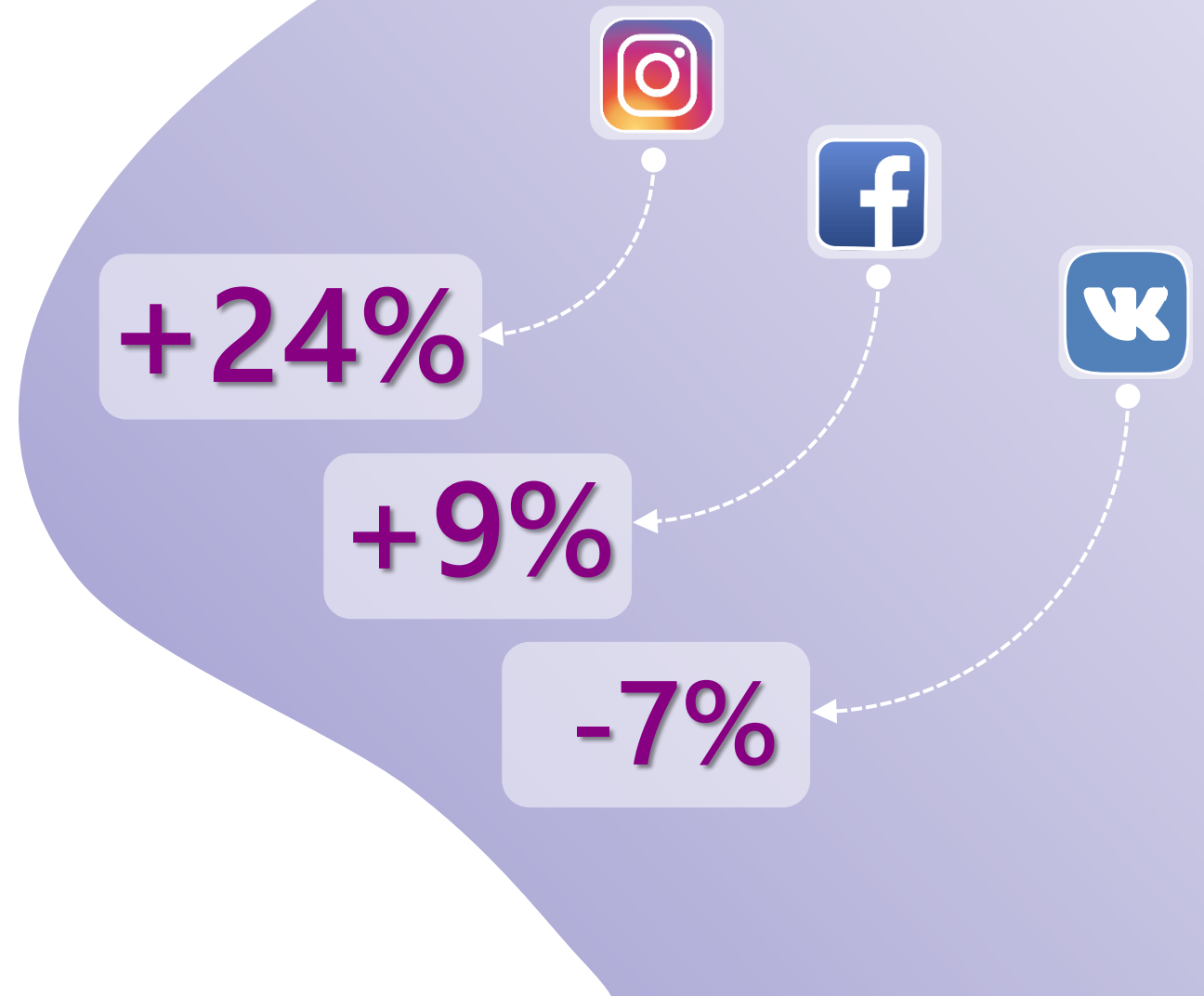
Генерация контента 2019vs2020

	OZON	Wildberries	Lamoda	Яндекс. Маркет	Беру!	Goods	Ашан	Лента	Метро	Окей	Азбука Вкуса	Глобус	Перекресток	Утконос	IGoods	SaveTime	СберМаркет	DeliveryClub	Яндекс. Еда
VK																			
FB			new 2020																
INST										new 2020		new 2020					new 2020		
OK																			
TW																			
YT												new 2020							

Позитивная динамика
 Отрицательная динамика
 Нет изменений

Основные площадки 2020

- Заметен тренд на визуализацию коммуникации. Наиболее активно усиливают свое присутствие в **Instagram**: OZON, Lamoda, Утконос и Лента.
- Популярной площадкой остается **Facebook**. Более активно его ресурсы в коммуникации с аудиториями стали использовать: Wildberries, Окей, Утконос и DeliveryClub.
- Бренды теряют интерес к **VK**. Отрицательная динамика по числу постов выявлена у Яндекс. Маркет, Беру!, СберМаркет, IGoods.
- **Одноклассники** стали чаще использовать: Wildberries, Окей, Утконос.



Генерация контента 2019vs2020



1. Wildberries	4214	1. Лента	478 ⁺¹ ▲	1. IGoods	234	1. DeliveryClub	55
2. Lamoda	685 ⁺¹ ▲	2. Метро	332 ⁻¹ ▼	2. Утконос	227 ⁺³ ▲	2. Яндекс.Еда	11
3. OZON	430 ⁻¹ ▼	3. Окей	268 ⁺⁴ ▲	3. SaveTime	209 ⁻¹ ▼		
4. Goods	277 ⁺¹ ▲	4. Глобус	265 ⁺³ ▲	4. СберМаркет	85 ⁻¹ ▼		
5. Яндекс. Маркет	67 ⁻¹ ▼	5. Перекресток	230 ⁻¹ ▼				
6. Бери!	44	6. Азбука Вкуса	214 ⁻¹ ▼				
		7. Ашан	177 ⁻⁴ ▼				

- На ключевых площадках активность брендов изменилась незначительно.

*Суммарные данные по VK, FB, INST

UGC контент на страницах брендов

- Тренд на открытость коммуникации: использование открытых стен в Facebook и коммуникации в Twitter для получения обратной связи от пользователей.
- В аккаунтах половины брендов присутствуют посты пользователей.
- В сравнении с 2019 годом доля пользовательского контента существенно выросла.

Facebook

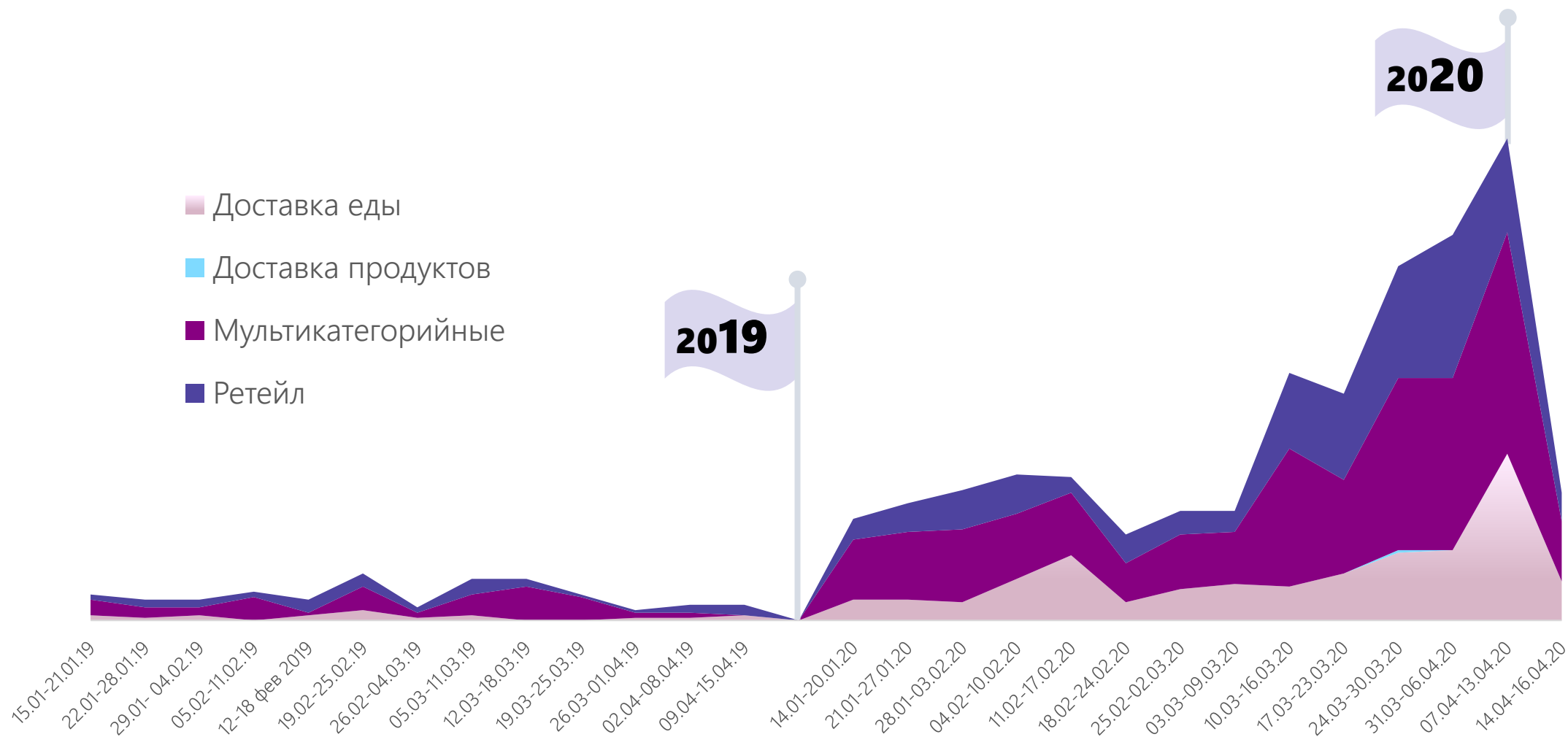
> в 2 раза

Twitter

Пользовательский
контент на
официальных
страницах брендов

> в 60 раз

UGC контент на страницах брендов



UGC контент на страницах брендов



Питер Паркер | I am clown. 🤡
@clique_TOP1

Курьеры Яндекс.Еды - герои, которые рискуют подхватить коронавирус доставляя нам еду. Оставляйте им чаевые, именно так вы покажете своё небезразличие и возможно сделаете приятно этим солнышкам 😊
[@YandexEda](#) мы вас любим ❤️

~#спасибокурьерам #твоимужики



Alexander Sayganov
@Shtaa

Помогаю маме-пенсионерке заказывать продукты онлайн. [@lentaruoofficial](#) Утконос [@perekrestok](#) Ашан - у вас есть куча косяков на сайтах. Готов стать добровольным консультантом-тестером. Давайте преодолеем эти трудности вместе.

5:36 AM · 3 апр. 2020 г. · [Twitter Web App](#)



Ольга Петрова ▶ Перекресток
25 марта · 🌐

Добрый день, Перекресток.
Вчера вам задавала вопрос, почему ваши продавцы работают без масок. Предоставила адреса как вы просили. А вы молчите. Удалили мои вопросы со страницы Х5. Закрыли комментарии. Думаете, можно просто удалять негативные отзывы и все будет прекрасно? Вопрос то открыт. Не хотите отвечать здесь- отлично. Задам вопрос Роспотребнадзору и в головной офис Х5.
Девчули, это уже не СММ- игра. Это вопрос жизни и смерти людей. Все. свои комменты здесь фотографирую. И стертые ВАМИ комментарии от поздних дат-тоже. Все это как подтверждение запроса будет предоставлено контролирующим органам. НЕЛЬЗЯ ТАК С ЛЮДЬМИ!



moralist 🌁
@todaymoralist

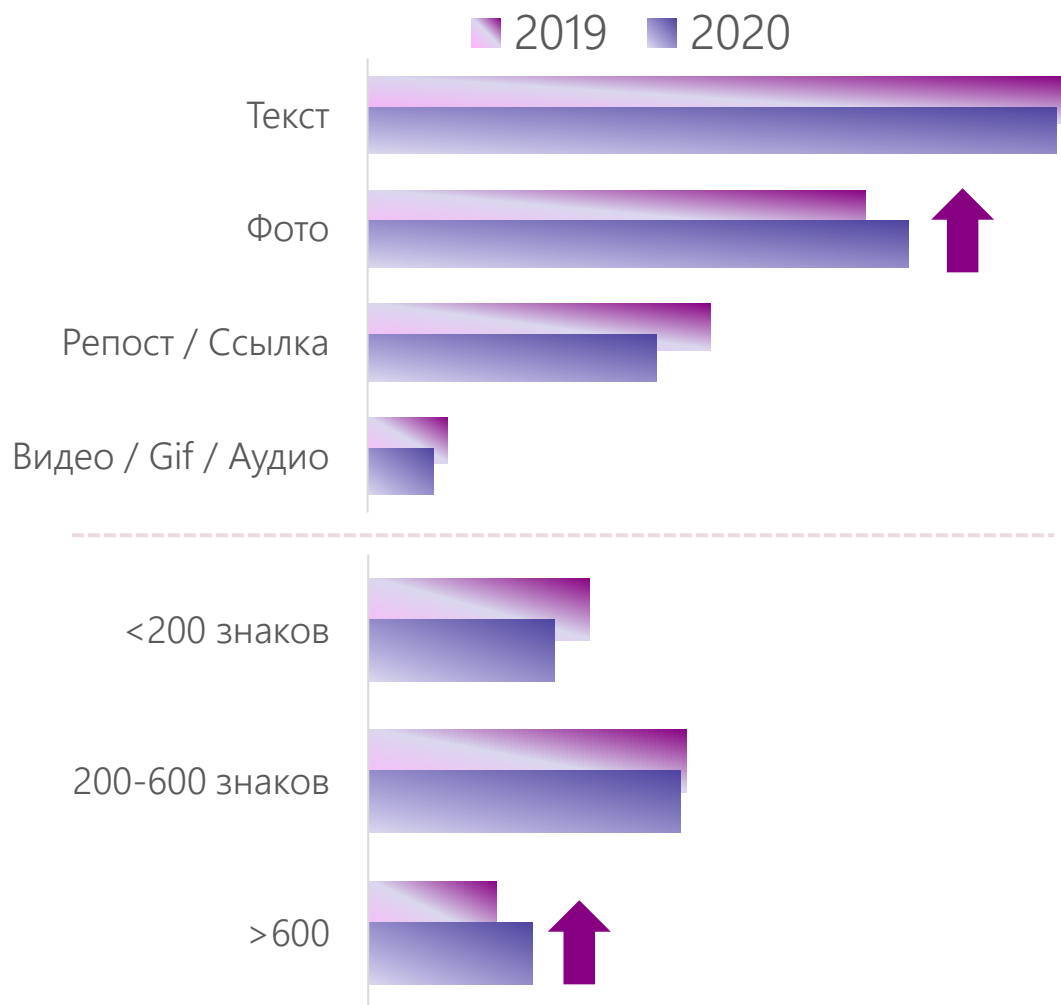
Просто в дикой ярости от того, что [@beru_russia](#) срывают мне доставку уже второй посылки. Они то первую ещё не отправили мне, а тут вторую не доставят, завтра ещё третью должны доставить, а если мне опять скажут, что перенесут доставку, то уйду обратно на [@ozon_ru](#)

10:27 PM · 15 апр. 2020 г. · [Twitter for iPhone](#)

РАЗДЕЛ 2.

Контент-стратегии брендов

Форматы и размеры



+9%

Лучше один раз увидеть, чем 100 раз прочитать. Тренд на визуализацию. Сопровождать информацию фото стали чаще, чем в 2019 году.

+28%

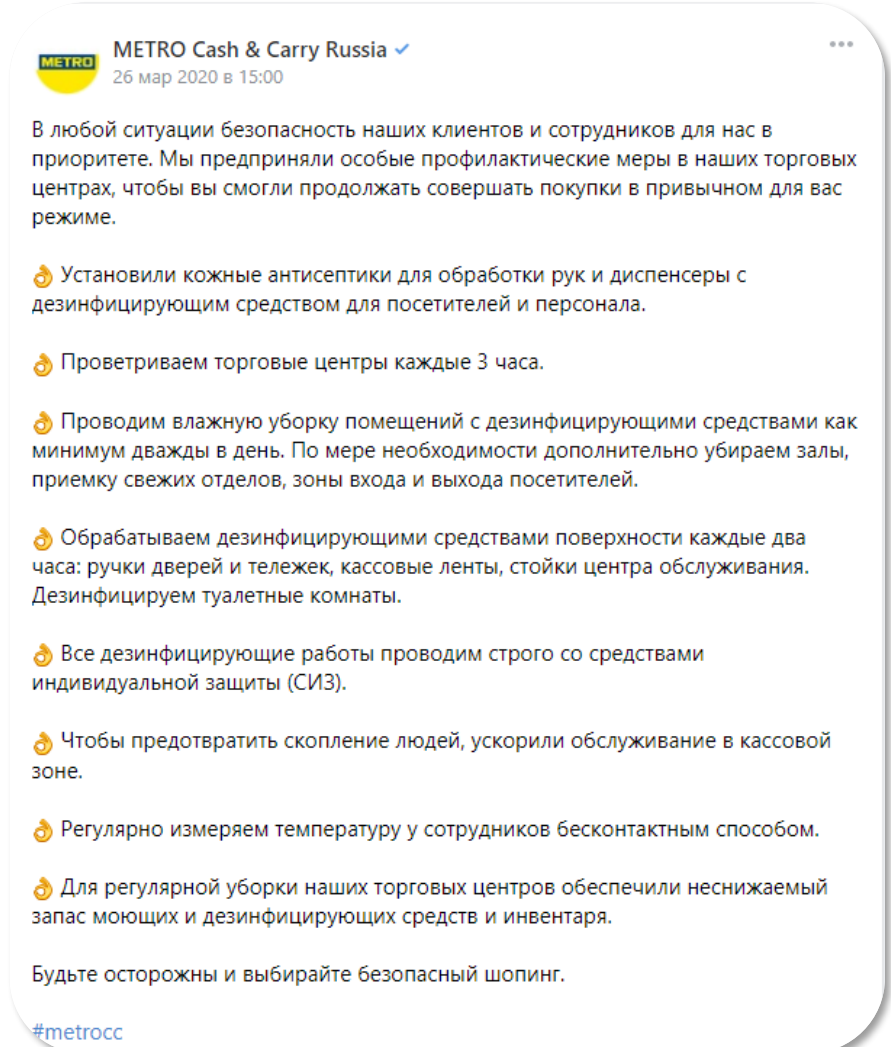
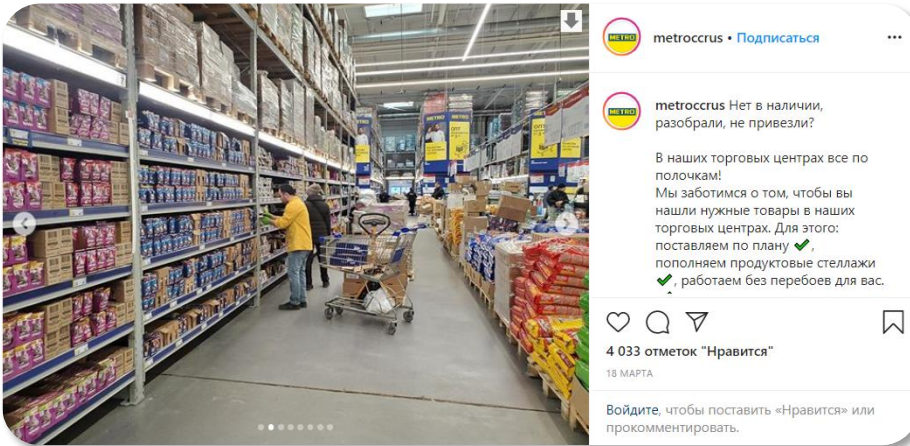
Много букв. Тенденция к длинным, содержательным текстам. Число текстов с количеством знаков более 600 увеличилось.

Снизилось число материалов в формате видео (-18%), репостов и ссылок (-16%) и текстов менее 200 знаков (-16%).

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

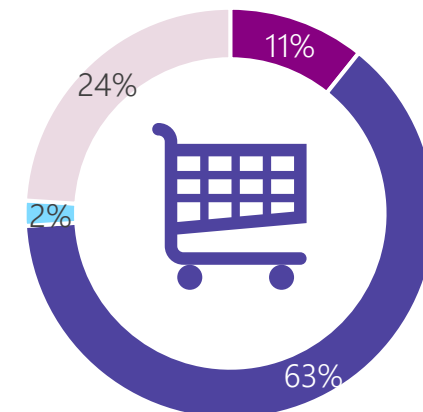
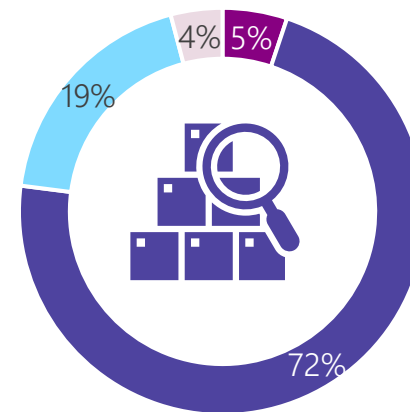
Визуализируется товар и информационные сообщения

Тексты с полезным для аудитории материалом становятся более подробными и содержательными

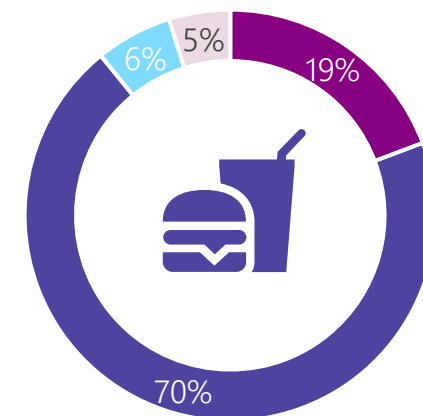
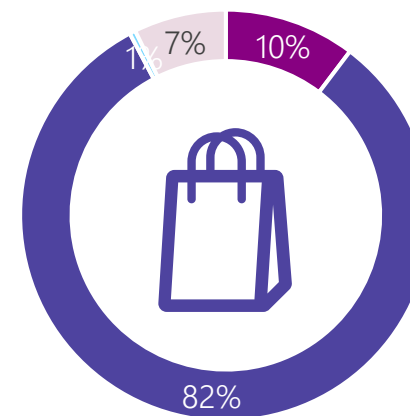


Форматы

- Основной формат работы – визуализация. У всех брендов преобладает фотоконтент. Особенно у представителей **доставки продуктов** (82% контента).
- **Мультикатегорийные** платформы отличает частое использование репостов и ссылок (19% контента).
- **Ретейл** помимо фото сосредоточен на видео (24%).
- Текстовые материалы характерны для представителей **доставки готовой еды** (19%).



■ Текст ■ Фото ■ Репост / Ссылка ■ Видео / Gif / Аудио



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

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

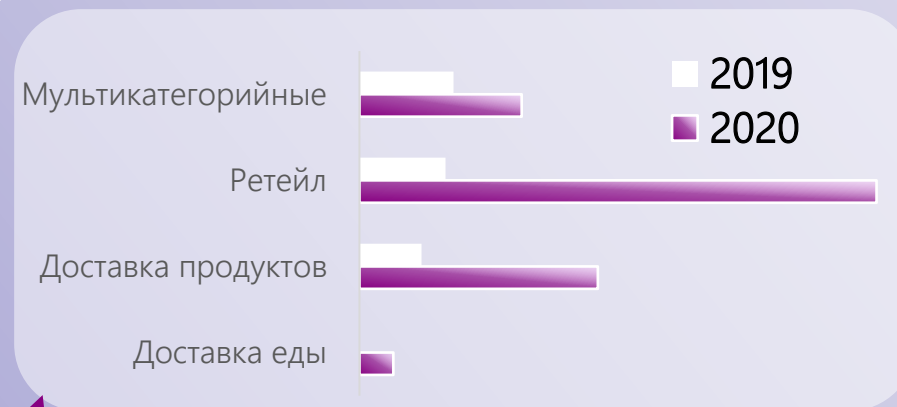
занимает небольшую долю (6%), но показывает взрывной рост – число выросло в три раза



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)*

Актуальная новостная повестка адаптируется под разные типы контента



Продающий

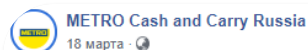


Вовлекающий



Развлекательный

Имиджевым материалам придает вес персонифицированность



Дорогие клиенты METRO!

Все мы узнаем из новостей, как ситуация с распространением коронавируса влияет на потребителей и торговые центры. Многие из вас своими глазами видели полупустые полки в магазинах, в том числе и в наших ТЦ.

Однако мы хотим официально, со всей ответственностью уверить вас, что запасов продуктов хватит каждому из нас. В России достаточно производства продуктов питания и сопутствующих товаров. Мы все столкнулись с новым временным вызовом - с необходимостью еще быстрее доставлять товары в магазины и пополнять полки. Стремление закупить все возможное про запас усложняет ситуацию.

И тем не менее мы действительно очень стараемся обеспечить тот повышенный спрос, который сейчас внезапно обрушился на рынок продуктового ритейла:

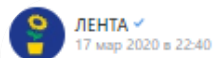
- Мы увеличили объем заказов продуктов увеличенного спроса более чем в пять раз.
- Мы увеличили мощность логистики и цепи поставок
- Все силы торговых центров брошены на своевременное получение и выкладку заказанных продуктов. Мы делаем все возможное, чтобы вовремя пополнять товары. Наши коллеги из торговых центров работают максимально оперативно и делают все, что в их силах.
- Мы постоянно увеличиваем количество сборщиков онлайн заказов и водителей, и в ближайшее время доступность слотов доставки вырастет.

Мы невероятно ценим ваше доверие к нам как площадки для закупок. Мы делаем все возможное, чтобы

просить вас не поддаваться
как легко окунуться в негативные

ыми и верить в то, что поставки
ны, а продовольственные
т кризис перестанет казаться
ранять уверенность, верить в
экономики.

собая благодарность
е каждый день стараются для



Дорогие покупатели!

В минувшие выходные правительство России ввело меры по противодействию распространению коронавируса, после чего СМИ начали писать об ажиотажном спросе и пустых полках в магазинах. Здоровье и безопасность сотрудников и клиентов «ЛЕНТЫ» являются для нас ключевым приоритетом. И я, как и вы, обеспокоен этими новостями и хочу ответить на ваши возможные вопросы о положении «ЛЕНТЫ».

НАЛИЧИЕ ТОВАРОВ

Команда «ЛЕНТЫ» делает всё, чтобы обеспечить полный ассортимент в магазинах и достаточный запас на распределительных центрах по всей стране. Мы зафиксировали повышение спроса на отдельные категории и заказали дополнительные объёмы продукции у поставщиков. Поставки осуществляются несколько раз в день.

БЕЗОПАСНОСТЬ

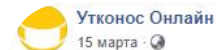
В соответствии с требованиями Роспотребнадзора в наших магазинах мы регулярно дезинфицируем все поверхности, тележки, сканеры для самостоятельных покупок, терминалы оплаты и проверяем температуру тела наших сотрудников, не допуская к работе никого с симптомами простудных заболеваний. Также мы установили дезинфекторы для рук на входе в наши гипермаркеты и супермаркеты.

Чтобы ограничить телесные контакты, вы можете пользоваться сканерами для самообслуживания. Мы настоятельно рекомендуем использовать бесконтактные карты – все магазины поддерживают контактную оплату.

ми, мы просим вас класть деньги на
бирать сдачу самостоятельно. То же

предпочитаете онлайн-заказы,
совершать покупки в «ЛЕНТЕ» через
Санкт-Петербург. Доставка продуктов и

партнёры и поставщики усердно работают,
в «ЛЕНТЕ» каждый день.



Дорогие клиенты!

За последние дни, учитывая текущую ситуацию, спрос на доставку продуктов очень вырос. Каждый день мы нанимаем все больше новых сотрудников для того, чтобы сохранить обещанный уровень обслуживания 🙌 Мы понимаем, что могут возникать некоторые задержки, и приносим свои извинения. Обещаем, мы сделаем все возможное для того, чтобы доставлять ваши заказы своевременно.

На данный момент временные интервалы заняты на несколько дней вперед, поэтому мы напоминаем, что у нас есть продукты. Это дополнительная возможность самовывоза заказа.

Мы благодарны за ваше доверие к Утконос ОНЛАЙН. Мы горды тем, что являемся частью вашей жизни, делаем ее комфортнее. Желаем вам здоровья и хорошего настроения.

Дэнни Перекалски и Команда Утконос ОНЛАЙН ❤️

ОБРАЩЕНИЕ К КЛИЕНТАМ



Дэнни Перекалски

генеральный директор Утконос ОНЛАЙН
и клиенты и коллеги

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

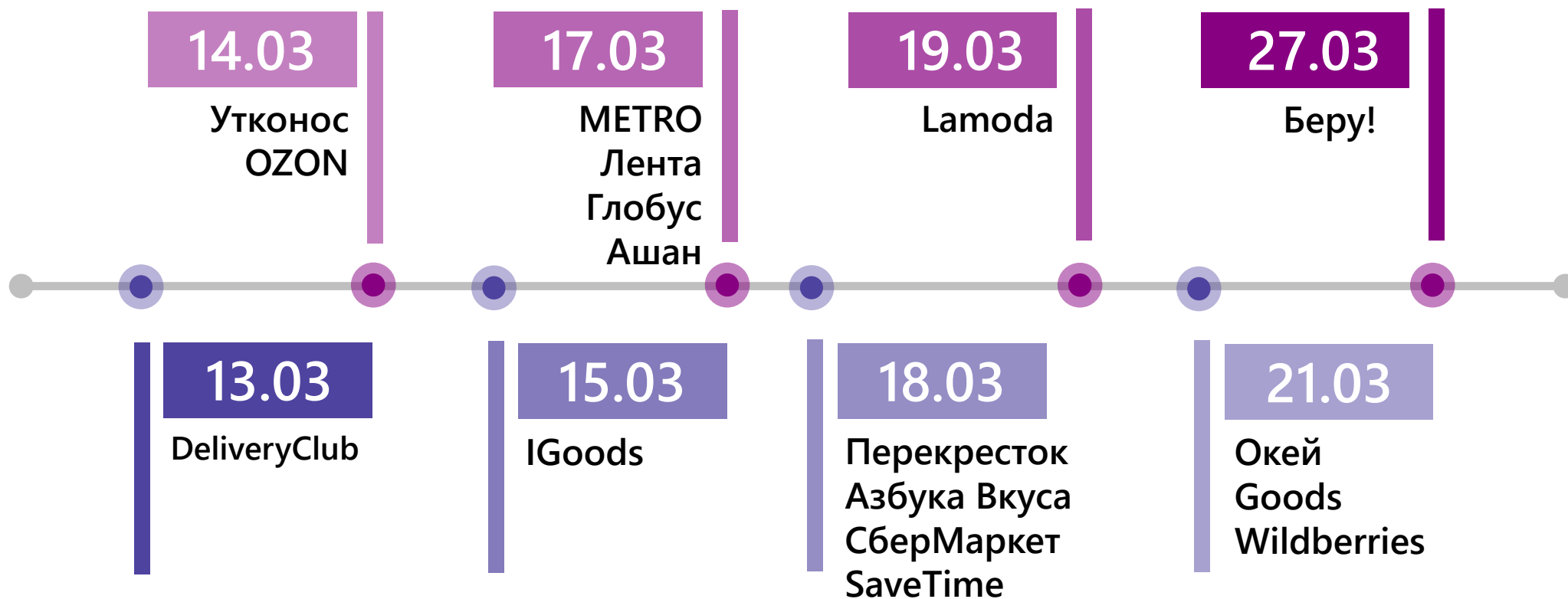


невысокая активность - в сумме около 20
сообщений

***% от суммы сообщений в сегменте*

Хроники пандемии

Первые инициированные сообщения брендов



Хроники пандемии

14.03

OZON объявил о подключении услуги бесконтактной доставки
Утконос заявил о задержках доставки в связи с возросшим спросом

25.03

Lamoda призывает оставаться дома, сетевые ретейлеры объявили о работе в штатном режиме

03.04

Пятёрочка поддерживает местные кафе.
Запуск флешмобов и марафонов

14.04

Позиционирование: Алла Бондаренко, операционный директор торговой сети
Перекресток, рассказывает о мерах безопасности

13.03

Delivery Club объявил о подключении услуги бесконтактной доставки

19.03

Delivery Club предупредил о безналичной оплате.
OZON объявляет о контроле над ценами;
IGoods набирает курьеров и сборщиков заказов.
Сетевые ретейлеры сообщают об обеспечении безопасности, складских запасах и социальных акциях для покупателей из группы риска

30.03

Предложение товаров и идей для времяпрепровождения в изоляции
Азбука Вкуса и **Яндекс.Еда** объединяют усилия

09.04

Продвижение новых услуг: Такси от **Ленты**, бесконтактная доставка и оплата в **СберМаркет**

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

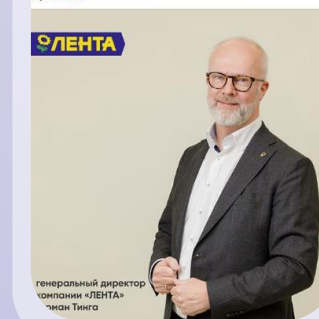
3
стадия

Создание УКП - «уникального карантинного предложения»

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

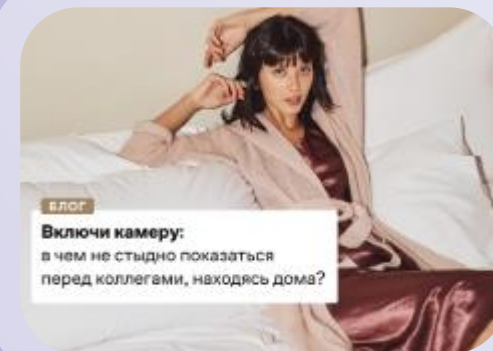
Первые лица

«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

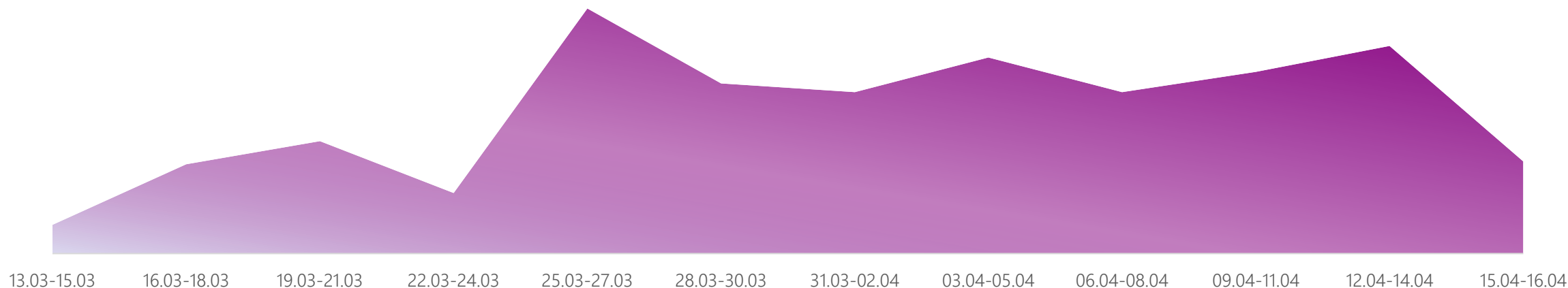


Гардероб на удаленке

#LaDOMA



Хроники пандемии



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

Этапы развития контента стартовали с решения базовой задачи – обеспечение безопасности и доступности



Розничная сеть «О'КЕЙ»

27 марта · 🌐

Мы работаем без изменений! 🌟

Всю следующую неделю О'КЕЙ продолжит радовать тебя скидками, вкусными продуктами и нужными товарами в обычном режиме. Все наши гипермаркеты будут работать по привычному расписанию, которое ты всегда найдешь на нашем сайте 🙌

Пожалуйста, соблюдай меры безопасности: держи дистанцию от посторонних людей, чаще дезинфицируй и мой руки, избегай рукопожатий и объятий 🙏

Запасайся витаминами в О'КЕЙ и будь здоров!

#ОКЕЙ #гипермаркетОКЕЙ #режимработыОКЕЙ #коронавирус #здоровье #выходные



Delivery Club

6 апреля в 21:23 · 🌐

Мы знаем, как вам важны любимые заведения. Главный способ поддержать их сейчас — заказать доставку. Мы предлагаем вам объединить усилия и помочь предпринимателям вместе. Расскажите о ресторанах, кафе, кондитерских, кофейнях, которые вы бы хотели видеть в Delivery Club, и мы постараемся помочь им в это непростое время. Мы свяжемся с ними и предложим подключиться к платформе без какой-либо комиссии.

Рассказать о заведениях можно тут: <https://supportlocal.delivery-club.ru/>



Поможем любимым ресторанам вместе

Расскажите о заведениях, которые вам дороги, и мы подключим их к доставке 📍



lamoda.ru ✓

30 мар 2020 в 1:00

Устраиваем спа-салон в домашних условиях 🛁

Выбираем на Lamoda всё необходимое, ожидаем бесконтактную доставку и приступаем к процедурам!

Подборка средств для ухода за лицом и телом: www.lamoda.ru/s/pfzfhf/

#LADOMA



Хроники пандемии

 Розничная сеть «О'КЕЙ»
4 апреля в 23:58 · 🌐

Мы работаем для тебя каждый день в обычном режиме! И да, к нам можно - режим изоляции позволяет тебе, передвигаясь на авто, добираться к гипермаркету О'КЕЙ 🙌

Для вашего спокойствия и для случаев, когда вы болеете или находитесь на карантине, мы ввели услугу бесконтактной доставки. Теперь вы можете оформить доставку «до двери», указав это в комментариях к заказу. В случае «бесконтактной доставки» курьер оставит ваши покупки у дверей и свяжется с вами сразу после этого, чтобы вы могли забрать свой заказ. Такая услуга доступна в случае оплаты по карте онлайн на сайте или в приложении сервиса.

С заботой, ваша команда СберМаркета

Погоуляем
с вашей
собакой!

#ОставайтесьДома

Бесплатный сервис для участников
Клуба Перекрёсток старше 65 лет



25 лет

Перекрёсток

ONE

Специальное
товарное
предложение во
время
самоизоляции

Обеспечение
безопасности /
запаса товаров

Информирование

Сообщения об
адаптации условий
работы и сервиса

Спец. услуги

Социальные
инициативы /
коллаборации

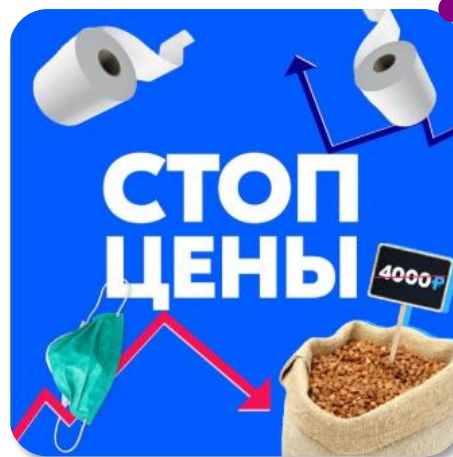
Полезный контент:
советы

ГРЕЧНЕВЫЙ ДЕСЕРТ



Давайте поддержим Диму в его самоизоляции в Испании, в ответ мастер стендапа и экспромта ответит на актуальные вопросы:

1. Как отличить вторник от субботы спустя 3 недели карантина?
2. Что с запасами гречи в Испании?
3. Какое испанское вино он предпочитает с гречей по понедельникам?



 Глобус
15 апреля в 00:34 · 🌐

Как сделать поездку за покупками безопасной? 🤔

Мы подготовили главные правила для любимых покупателей «Глобус». Сохраняйте их с себе, делитесь с близкими и друзьями! ❤️

Коронавирусная коммуникация



Характерно минимальное изменение контента. Из нового - включение **специальных предложений** на время самоизоляции, напоминание о бесконтактных услугах, призыв оставаться дома и совершать покупки онлайн



Наиболее часто встречались сообщения о **задержках** в доставке / проблемах, и специальных решениях, в том числе для обеспечения **безопасности курьеров и клиентов**. А также объявления о поиске сотрудников для сервиса и доставки



Три основных направления:

- сообщения о **штатном режиме** работы магазинов, безопасности для сотрудников и покупателей, пополнении складских запасов
- **социальные инициативы**, поддержка покупателей из группы риска, кафе и ресторанов
- развитие онлайн сервисов



Контент акцентирует внимание на обеспечении **безопасности курьеров и клиентов**: услуги бесконтактной доставки и безналичной оплаты

Язык коронавируса коммуникации

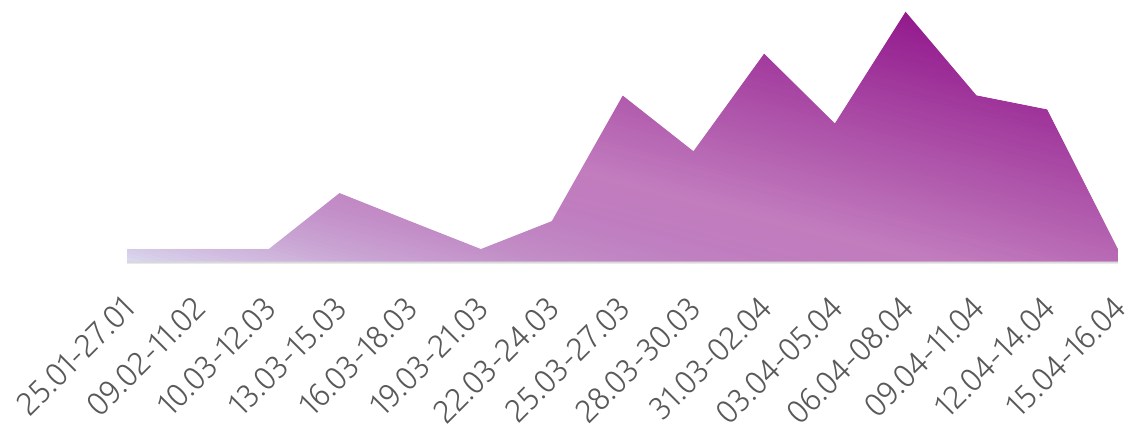


Word cloud containing the following terms:

- дезинфицировать
- продукт
- здоровый
- соблюдать
- безопасный
- маска
- безопасность
- здоровье
- дистанция
- курьер
- спрос
- помощь
- скидка
- средства
- оставаться
- вместе
- заботиться
- мера
- цена
- заказ
- необходимый
- доставка
- доставить
- сервис
- помочь
- бесконтактная
- доставка
- бесконтактный
- товар
- беречь
- самоизоляция
- покупка

UGC контент на страницах брендов

Сообщения, посвященные коронавирусной тематике



доставка



сервис



безопасность



расширение услуг



рост цен



благодарности

Заметный всплеск активности. Темы постов посвящены работе сервисов. Тональность по большей части негативная. Исключение – благодарности.



*На данных площадок брендов в FB, TW

UGC-контент содержит как жалобы или благодарности, так и предложения. Социальные сети реализуют желание клиентов высказаться



Gyulara Sadykh-zade ► Перекресток

10 апреля в 00:17 · 🌐

Перекресток бодро рапортует о том, что с 19 марта ввел бесконтактную доставку. Ха! Сегодня курьер был без маски, без каких бы то ни было средств защиты, а о том, что такое социальная дистанция, и понятия не имел. При том, что я нахожусь в группе риска; все норовил поближе подойти. На вопрос - где маска? - вежливо ответил, что, к сожалению, маски нет. Отлично, ребята, так держать! Главное - вовремя сделать широковежательное заявление. А как оно на самом деле - кого это волнует, ну, действительно!



вика горемыка

@chiffaaa

@YandexEda говорит: поддержите любимый ресторан на карантине. Очень хочу поддержать любимый ресторан МАКДАК @McDonalds но он ко мне не ездит :(плиииз сделайте чтонибудь, я не настолько далеко живу

3:44 AM · 10 апр. 2020 г. · Twitter for iPhone



Daria

@daria_lskv

Интересно пообщалась с @ozon_ru. Привезли заказ, оставили у двери (карантин же!). Только в заказе не мое. Звоню им. Мне говорят - приходите и возвращайте то, что вам привезли, тогда вернем деньги. Я говорю - так карантин же... А мне говорят - ну это не наша проблема, а ваша.))

8:36 PM · 23 мар. 2020 г. · Twitter Web App



Antitella

@Antitella

В моей голодной смерти в изоляции прошу винить @perekrestok . Ни заказ не доставили, ни отзвонились, ни на горячей линии никто не отвечает. Утконос хотя бы честно не принимает заказы

5:33 AM · 4 апр. 2020 г. · Twitter for iPhone

Вовлеченность аудитории в коронавирусную тему

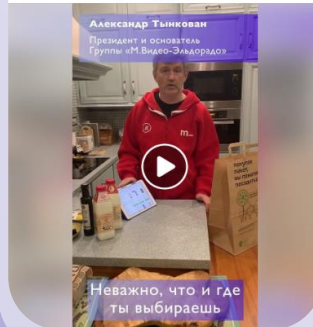
- Посты брендов по коронавирусной тематике вызывали в три раза больше реакций, чем обычный контент

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)

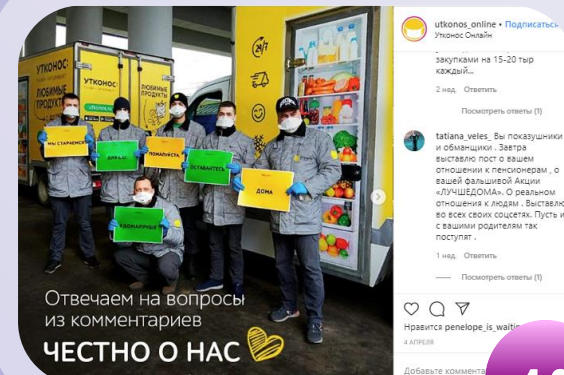
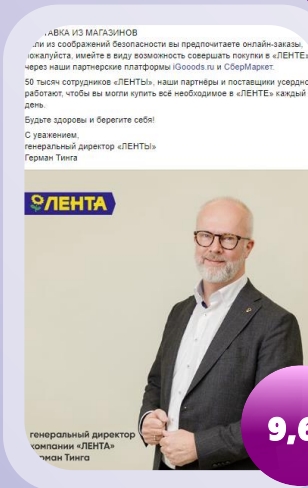
7,29



7,66



9,67



4,9

Хэштеги коронавирусной темы

#MyHeroesWearMasks
#безопасность
#ИЗОизоляция #ТоварЕсть #Covid2019
#оставайтесьдома #ЛУЧШЕДОМА
#безопасно
#LADOMA
#COVID #спасибокурьерам
#СидимДома
#STAYHOME #оставайсядома
#вместесправимся
#БезопасныеПокупкиMETRO
#МАКАРОНОВИРУС

38%

постов с хэштегами



Использовались как «общевиральные»,
так и уникальные хештеги

Семантика коронавирусной темы



ЗДОРОВЬЕ

8%



БЕЗОПАСНОСТЬ

10%

от суммарного числа постов брендов по теме в короновирусный 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*



ЗДОРОВЬЕ

ВИТАМИН организм вирус
натуральный соблюдать рацион
здоровый покупатель доставка
иммунитет безопасность содержать
средство ЗДОРОВЬЕ продукт
масло питание помогать заказ
ассортимент состав необходимый сахар
система забота овощи заботиться
товар сотрудник
полезный безопасный
вместе



БЕЗОПАСНОСТЬ

покупка
бесконтактный сотрудник
заказ беречь
режим дистанция мера ЗДОРОВЬЕ
покупатель товар
магазин маска курьер вместе
необходимый
БЕЗОПАСНОСТЬ
близкие скидка здоровый
средство продукт
безопасный соблюдать
заботиться бесконтактная доставка
помочь ОСТАВАТЬСЯ
доставка
дезинфицировать

Здоровье и безопасность транслируются как основополагающие ценности брендов



METRO Cash and Carry Russia

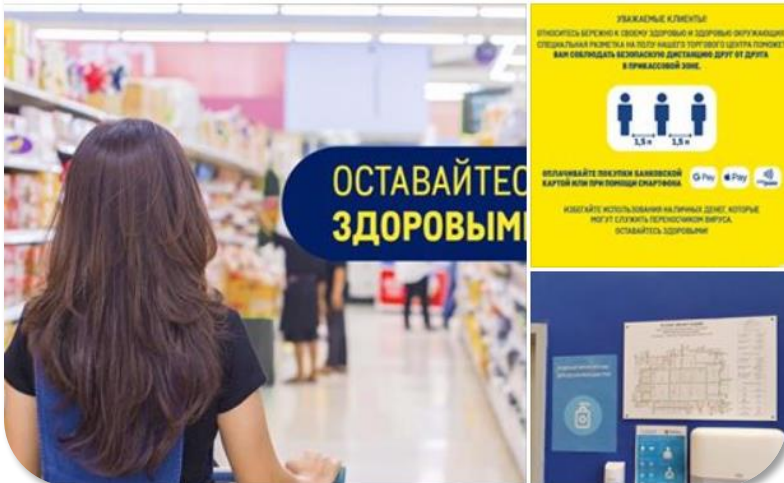
2 апреля в 00:19 · 🌐

Ваше здоровье – наш приоритет в любой ситуации. Мы хотим быть уверенными, что в наших торговых центрах вы находитесь в безопасности и комфорте, а потому ввели дополнительные меры:

- ◆ обеспечили наличие санитайзеров для покупателей и сотрудников;
- ◆ установили прозрачные ширмы на кассах, чтобы избежать прямых контактов между сотрудниками и покупателями;
- ◆ сделали разметки на полу в кассовых зонах для соблюдения дистанции между покупателями;
- ◆ регулярно дезинфицируем ручки продуктовых тележек;
- ◆ Предлагаем воспользоваться бесконтактной оплатой на всех наших терминалах.

Берегите себя и будьте здоровы.

#metrocc #ТоварЕсть



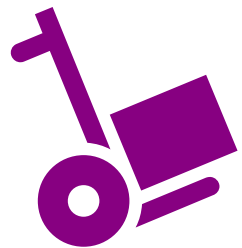
СберМаркет

9 апреля в 18:55 · 🌐

Чтобы чувствовать себя в безопасности, врачи рекомендуют не прикасаться к предметам общего пользования. К ним относятся и наличные деньги: на бумаге или металле могут задержаться бактерии. Именно поэтому в СберМаркете вы можете оплатить свой заказ картой на сайте, в приложении или курьеру, а ещё можно выбрать бесконтактную доставку, чтобы вообще свести риски к минимуму. Берегите себя, дорогие 🙏



Тема доставки раскрыта?



+122%

прирост темы в контенте брендов*

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



Доля темы в
потоках 2020**

45%

Динамика в
сравнении с 2019

>в 3 раза



33%

>в 1,7 раз



10%

>в 3,7 раз



2%

>в 1,9 раз

**% от суммы сообщений по сегментам

Фокус на доставке



ДОСТАВКА

- В 2020 году максимальная доля сообщений в контенте **сервисов доставки продуктов и еды**.
- А вот высокая позитивная динамика зафиксирована у ретейла (Метро, Лента, Перекресток). Что указывает на гибкую и **оперативную смену направления** контента.



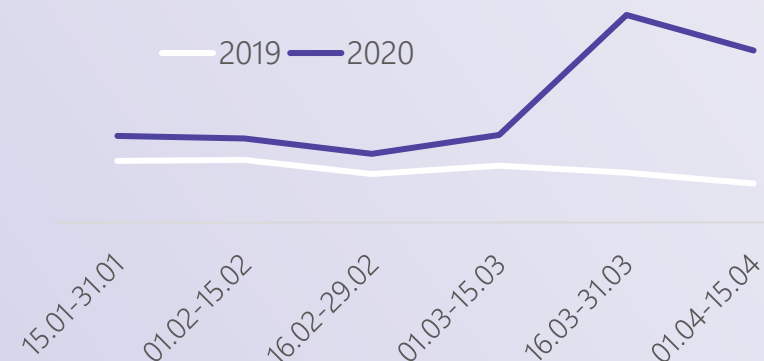
Бренды, которые быстро перестроились



2020: доставка=помощь, любовь

пакет интервал
КЛИЕНТ СКИДКИ
доставлять заказать
ПОМОЧЬ сумма удобный
онлайн доставить акция Товар
цена ПОКУПКА город
сайт ДОСТАВКА сотрудник
сумка еда сервис заказывать
привезти ассортимент комментарий
бесплатный курьер продукт
любить бесконтактный
вкусный приложение заказ
оставаться
работать любовь

Динамика темы



Сообщения о доставке помимо удобства сопровождаются смыслами помощи и безопасности



Утконос Онлайн ✓

30 мар 2020 в 21:25

Мы спешим на помощь! 🧡 Если вы и ваши близкие в силу возраста или в связи с инвалидностью не можете выйти из дома за покупками, напишите нам. Мы откроем доступ к возможности оформить заказ на ближайшие дни. Мы выделили дополнительные ресурсы, чтобы обеспечить вас всем необходимым 🇷🇺

❗ Просим вас проявить сознательность и не обращаться в случае, если вы не принадлежите к следующим группам населения: люди старше 65 лет и люди с инвалидностью без возможности выходить из дома ❗

Подробную информацию ищите на нашем сайте по ссылке g.utkonos.ru/Q1ET6

Ежедневно мы пополняем список покупателей, которым доступна срочная доставка, но наши ресурсы ограничены. Мы стараемся делать все возможное, чтобы доставить все заказы вовремя.

#лучшедома



iGoods.ru

24 марта · 🌐

Мы напоминаем, что сейчас вы можете воспользоваться бесконтактной передачей. 🧡 Просто укажите в примечании к заказу, что товары должны быть оставлены у двери, и выберете онлайн оплату.

Если вы впервые хотите воспользоваться оплатой по карте, то при оформлении заказа в разделе "Тип оплаты" отметьте пункт "Оплатить онлайн". После введения данных с карты спишется 1 рубль: это стандартная процедура для проверки платежеспособности вашей карты. Полная стоимость будет списана только после того, как вы примете заказ.

Берегите себя и будьте здоровы! 🧡

#igoods_сервис



Пользователи оперативно делятся отзывами о работе доставки, сообщая и плюсы, и минусы сервиса



Светлана Федотова ▶ Перекресток

2 апреля в 16:07 · 🌐

Теперь еще и не отвечают...

Сегодня видимо в качестве издевательства, прислали смску, что после 12 привезут заказ, от которого я вчера отказалась. Номер отказа 32867796 от 01.04.20. Зачем он мне, если вчера мы вынуждены были нарушить карантин и отправиться в магазин, т.к. наш заказ не привезли 31.03, перенесли без оповещения в 23.00 на следующий день, а во второй половине 01.04 вообще сообщили, что доставят 06.04.20



lia

@prblmslia

я, конечно, понимаю, что у @ozon_ru бесконтактная доставка. но чтоб на столько, что мне даже не позвонили по телефону, а потом не простучали/позвонили в дверь - не знала

благо, соседи хорошие и никто не стырил мою посылку, а сколько простояла там коробка - неизвестно



Марусь

@iMarussya

У @wildberries_ru только бесконтактная доставка, но при получении необходимо иметь паспорт или в/у. Подсовывать курьеру под дверь, видимо 😊

@perekrestok спасибо вам за чудных курьеров, которые ждали меня 40 минут у подъезда, чтобы передать доставку. Отличный сервис. От души благодарен!

РАЗДЕЛ 3.

**Поведение
пользователей**

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%

Сбер.Маркет

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

Динамика подписчиков 2020

+32%

Instagram

Аудитории ВКонтакте и Facebook
увеличились на 7% и 4% соответственно

Лидеры по приросту аудитории
на ключевых площадках



*Создали аккаунты на площадке



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

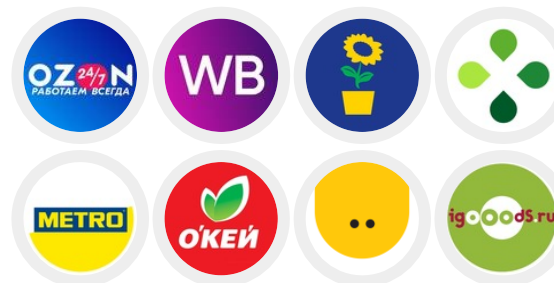
Больше 1000 вопросов получили



+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

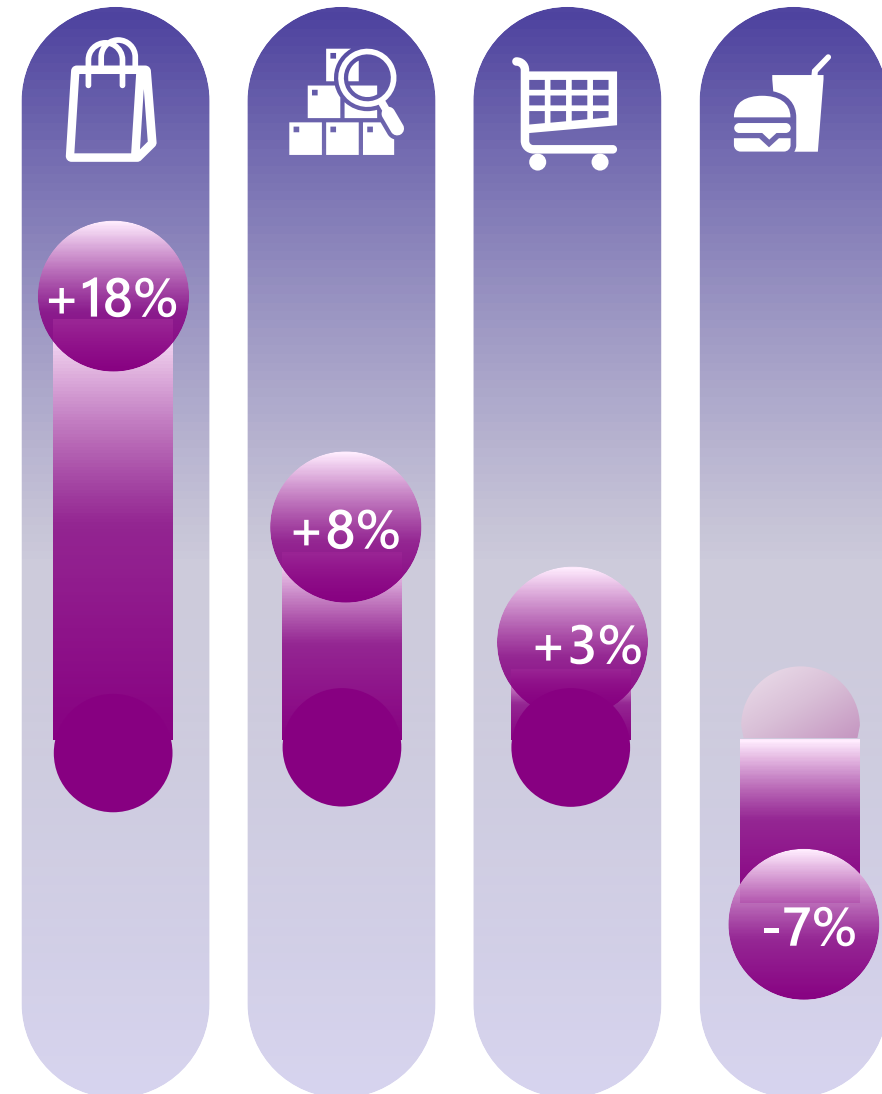
41% vs 47%

2020

Бенчмарк



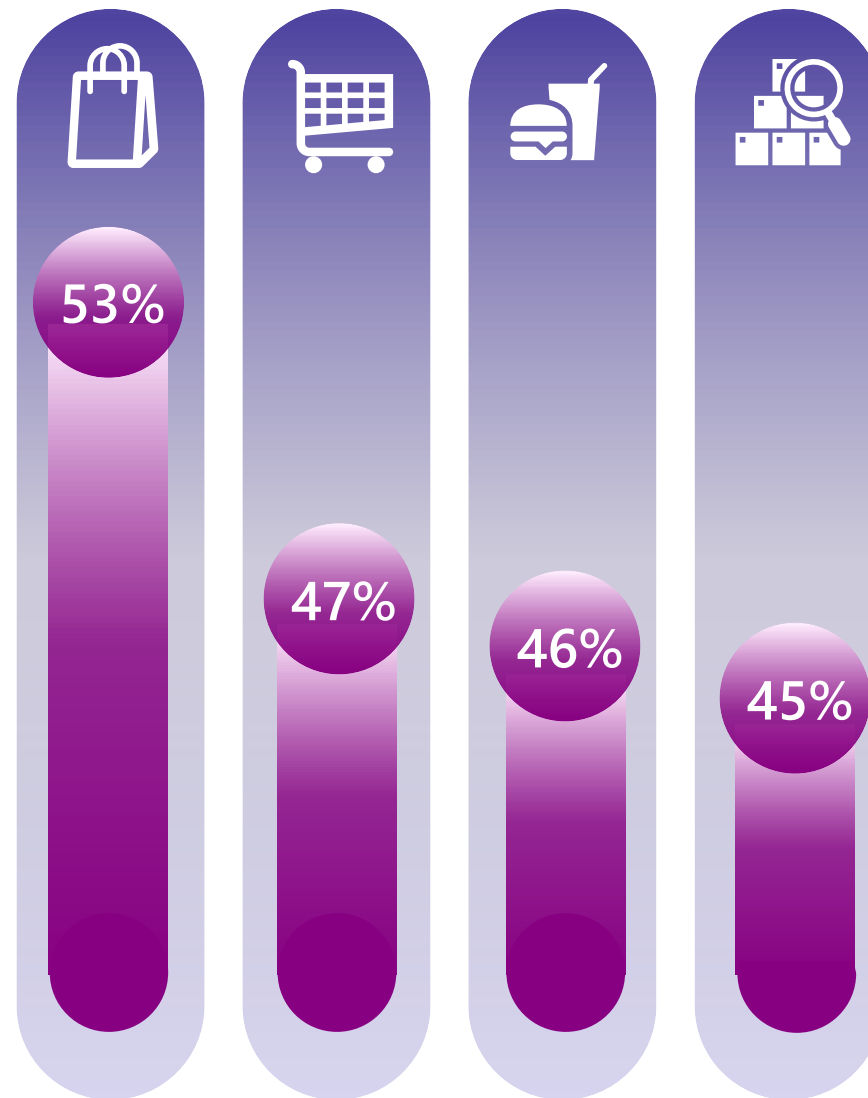
Метрики
JagaJam



Response Rate 2020

- Самый ответственные: доставка продуктов – минимальная доля вопросов без ответа (47%)
- У остальных неотвеченными остается больше половины вопросов 50%

[Метрики JagaJam](#)



Response Rate 2020

Количество вопросов / Доля вопросов, получивших ответы

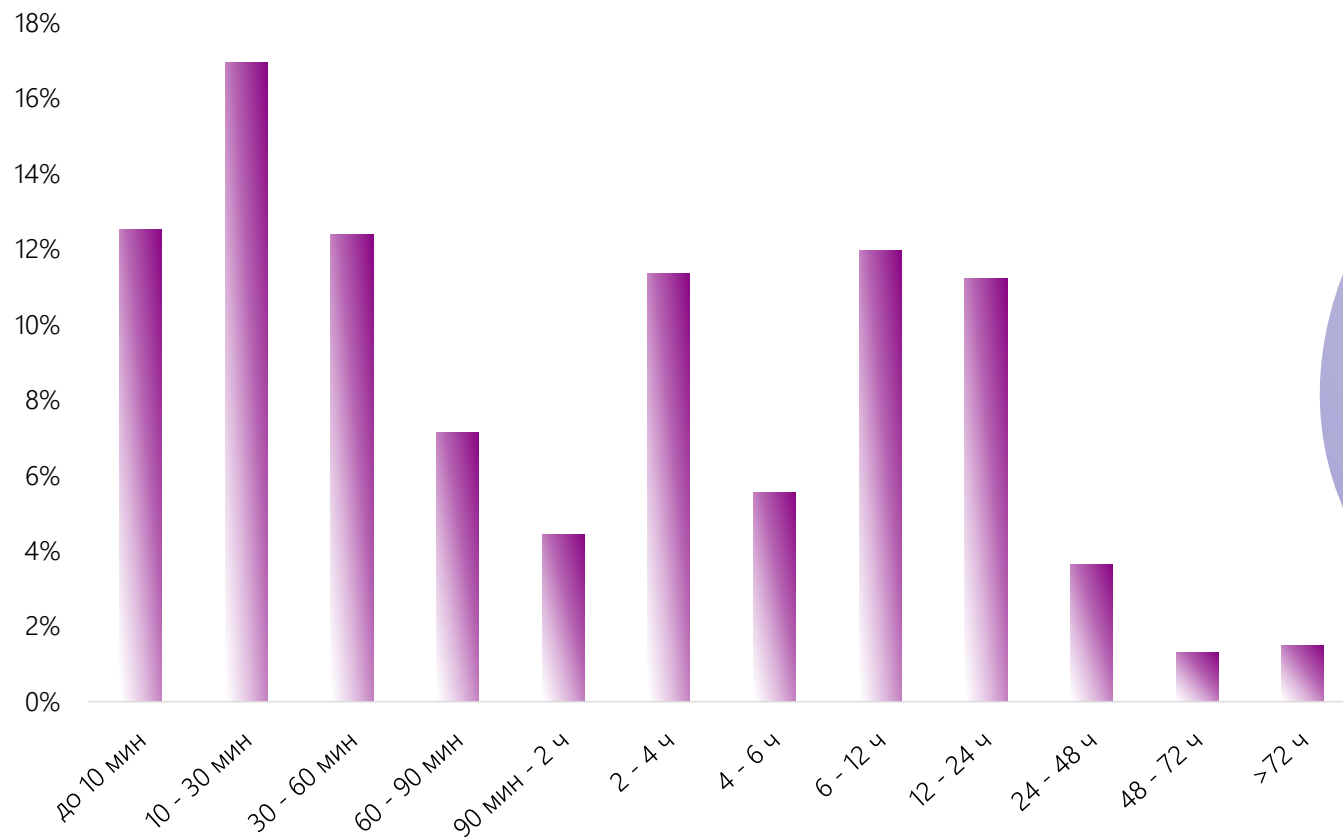


1. Беру!	781	84%	1. Глобус	421	86%	1. SaveTime	24	83%	1. Яндекс.Еда	287	59%
2. Lamoda	153	76%	2. Метро	472	77%	2. СберМаркет	228	64%	2. DeliveryClub	478	18%
3. Яндекс. Маркет	28	61%	3. Азбука Вкуса	322	75%	3. Утконос	472	49%			
4. Goods	269	58%	4. Лента	1711	64%	4. IGoods	152	48%			
5. Wildberries	4307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

среднее время ответа на вопросы пользователей от имени бренда



8

часов

среднее время ответа

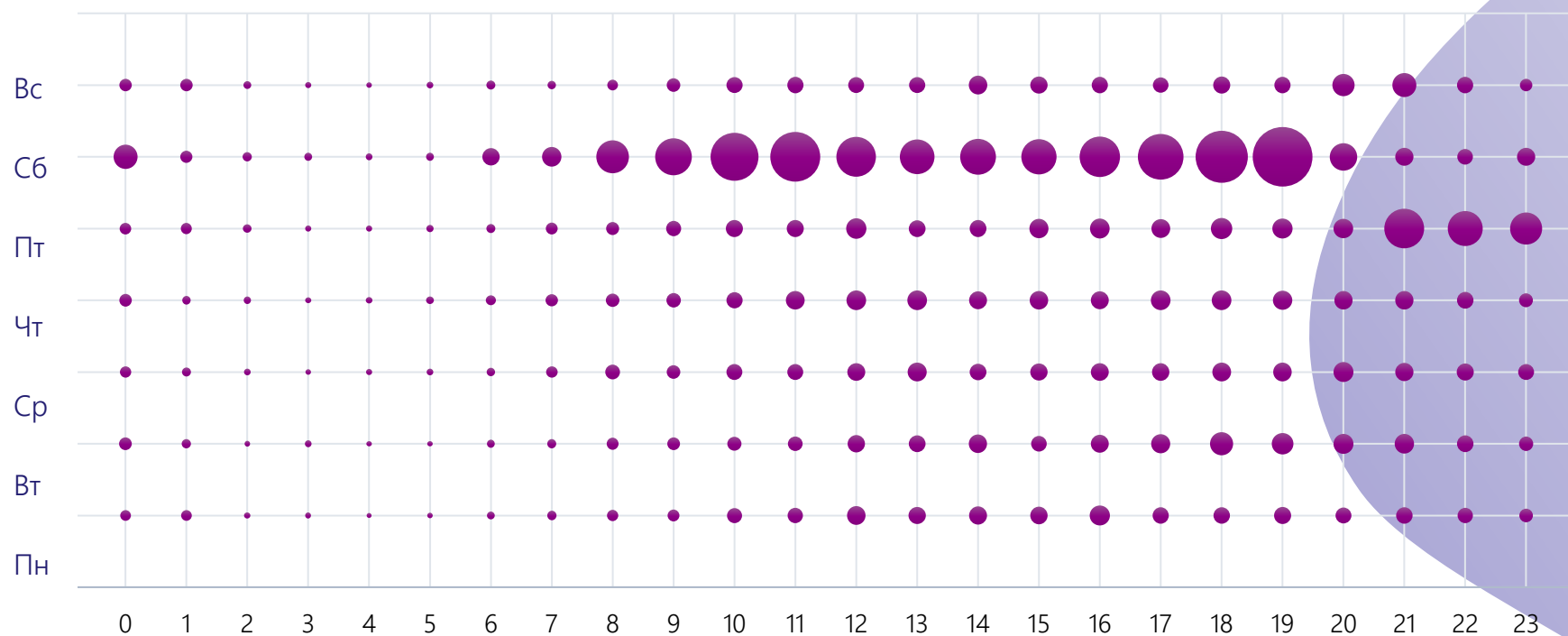
Response Time 2020

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		

Лучшее время для публикаций 2020



Максимальная активность

10 411

Сб, 19ч - 20ч

В среднем активностей в час

1 057

**посты и комментарии*

Engagement Rate 2019 vs 2020

2019

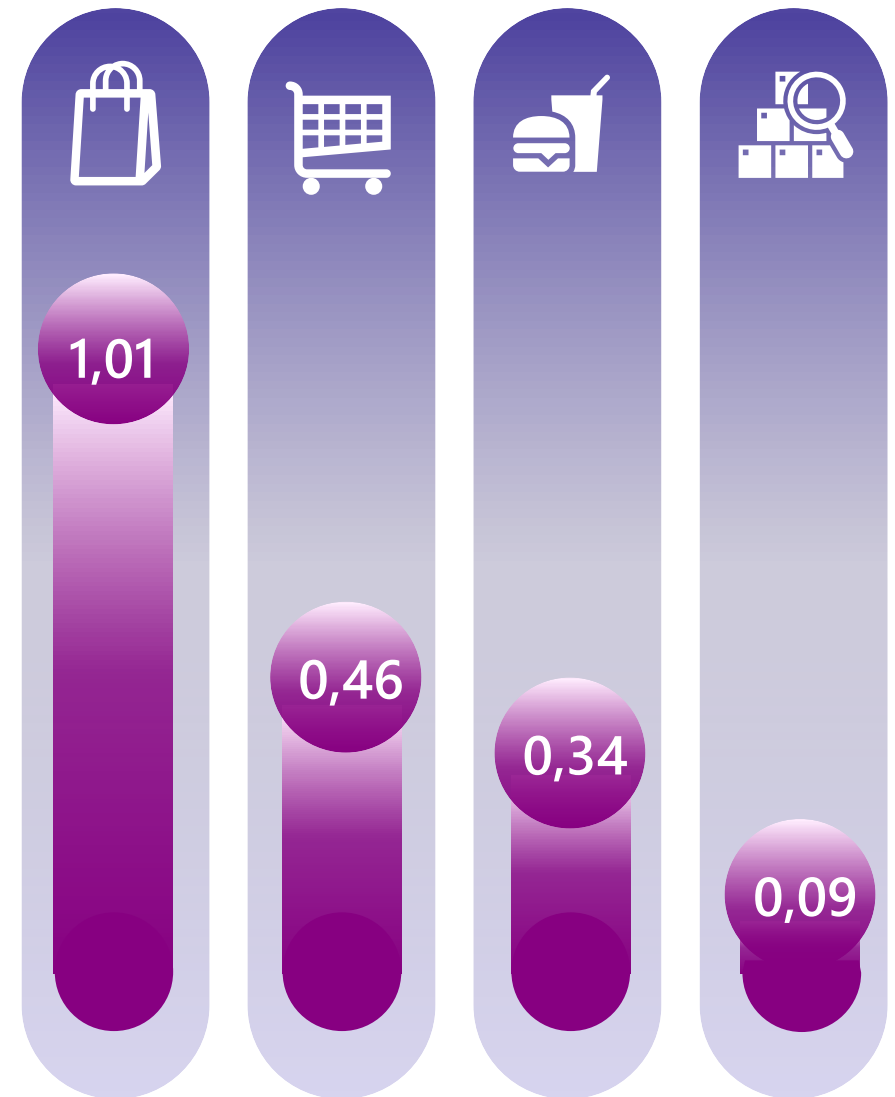
0,48 vs 0,26

2020

Бенчмарк

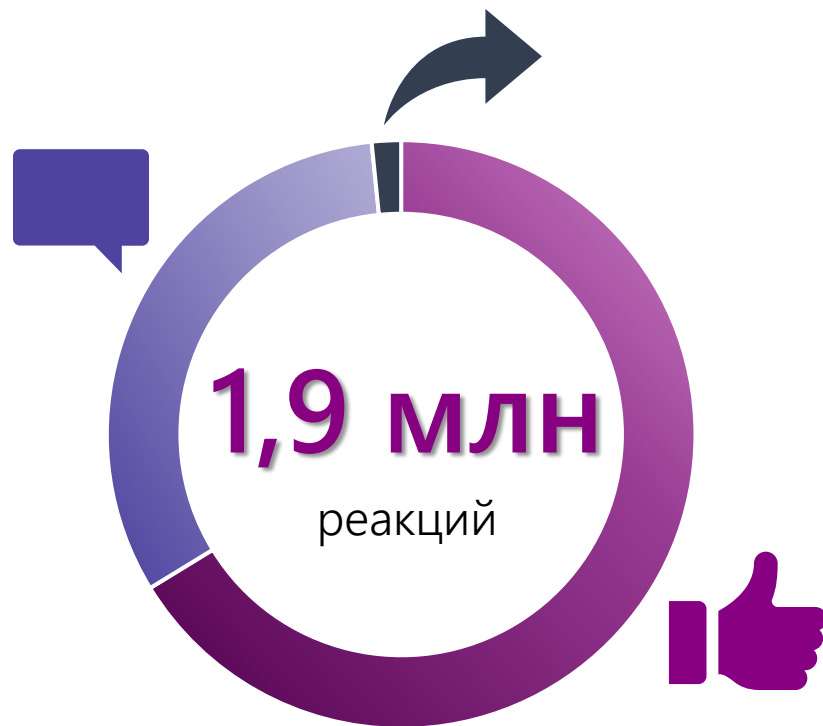


[Метрики
JagaJam](#)

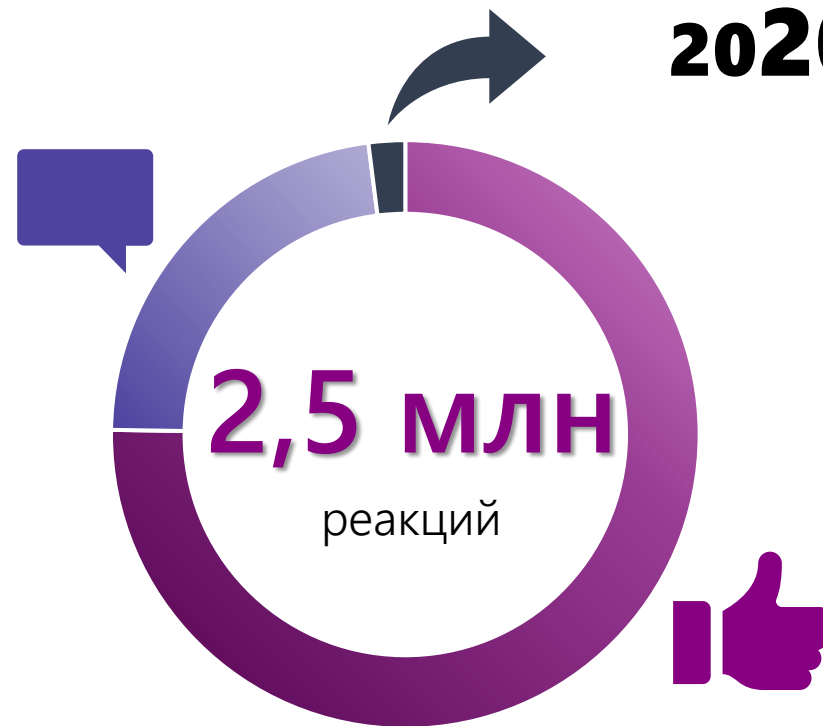


Вовлеченность

2019



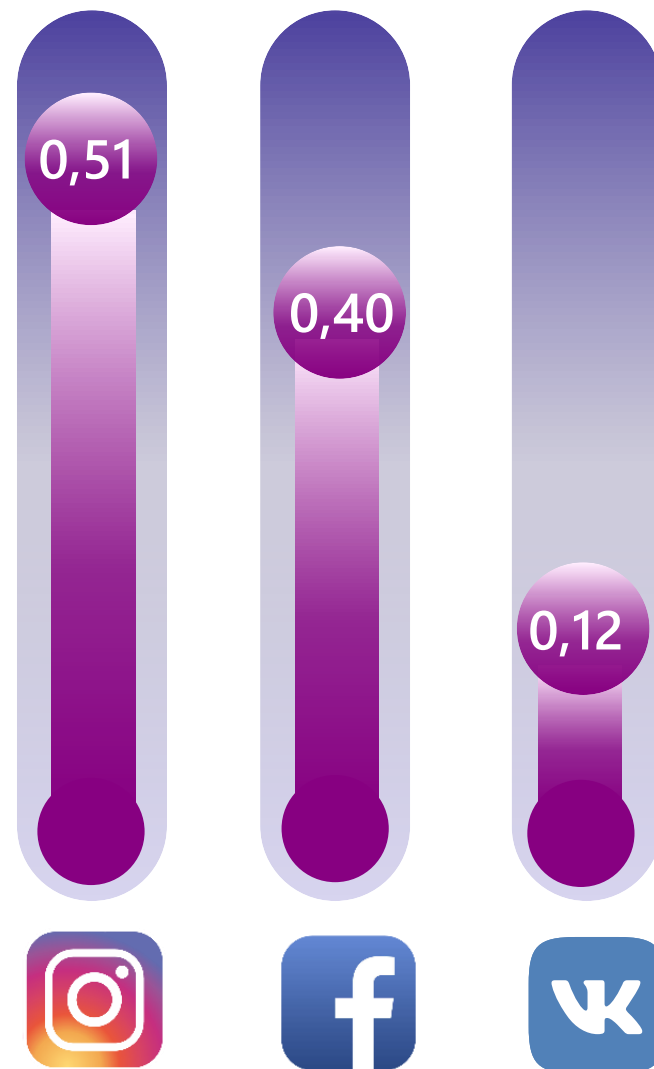
2020



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

Engagement Rate

Наибольший отклик аудитории обеспечивает Instagram. Посты на этой площадке собирают больше всего реакций подписчиков



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)

Максимальный результат по активности подписчиков демонстрирует вовлекающий контент

 **СберМаркет** ✓
18 янв 2020 в 19:00

Дарим 2020 бонусных баллов, которые равны 2020 рублям 🎁 Потратьте их на любимые продукты, да еще и с доставкой прямо на дом!

Выигрывать будем?

🔥 УСЛОВИЯ простые:

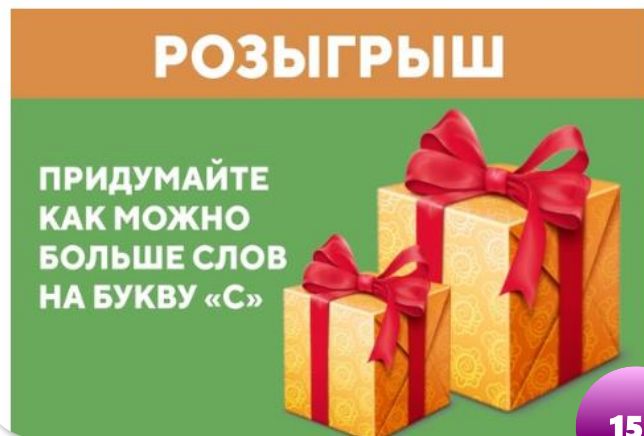
🔥 В комментариях под этим постом напишите как можно больше слов, начинающихся с буквы "[С]". Желательно использовать слова на кулинарную тему!

1 комментарий - 1 балл. 🎁

Наш бот в ответном сообщении сообщит вам результат. Можно писать только существительные не менее 3х букв. Чтобы участвовать, необходимо быть участником нашего сообщества! Репосты приветствуются и поощряются!

👤 Конкурс будет идти ровно неделю. Итоги подведем 25 января в 15:00.

Желаем удачи всем участникам!



156

 **OZON** ✓
8 фев 2020 в 1:04

Время подарков от Ozon! 🎁
В этом розыгрыше два победителя выберут себе любые подарки с Ozon! Первый — до 3000Р, а второй до 1000Р 🎁

Для участия:

1. Поставьте ❤️ на этот пост.
2. Пишите под ним «Хочу приз»!

Два раза до 21 часа завтрашнего дня мы В ЛЮБОЙ МОМЕНТ напишем слово «Стоп». И те, чьи комментарий соответственно окажутся последними над нашим, победят!

P.S. Количество комментариев от одного участника не ограничено, но использование вспомогательных программ для накрутки запрещено.



32,9

 **goods_ru** Участвуйте в розыгрыше трех наборов от @jundotome! 🌿

Условия:

- Быть подписанным на @goods_ru и @jundotome
- Отметить в комментариях двух друзей
- Профиль участника должен быть открытым

1 победитель получит:

- Концентрированный ЭКО гель для мытья посуды и детских принадлежностей
- Концентрированный гель для стирки черного белья
- Концентрированный гель для стирки белого белья



2 966 отметок "Нравится"
4 ФЕВРАЛЯ

25,1

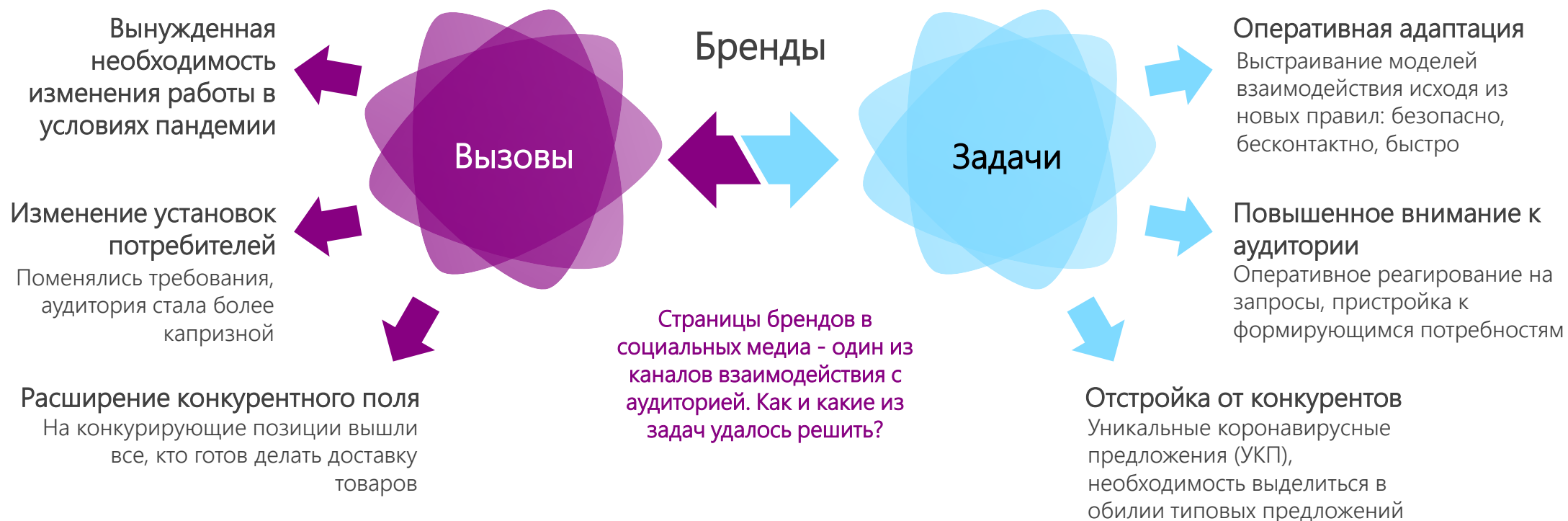
РАЗДЕЛ 4.

РЕЗЮМЕ

Ситуация

ЧТО СЛУЧИЛОСЬ?

ЧТО ДЕЛАЛИ?



Меняется мир – меняются правила

- Коронавирус изменил привычную среду и схемы взаимодействия
- Очертания новых моделей зависят от создания правил
- Тот, кто станет во главе этого процесса, имеет возможность формировать среду под себя, выступать трендсеттером



ПРЕДУГАДАТЬ,
ПЕРЕСТРОИТЬСЯ,
ПРЕДЛОЖИТЬ
ПЕРВЫМ

ПРЕДУГАДАТЬ, ПРЕДЛОЖИТЬ ПЕРВЫМ

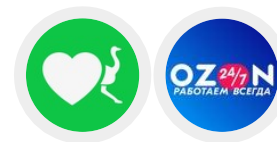
13 марта

Первые сообщения
брендов по теме

За две недели до начала
самоизоляции

предугадали

Первыми предложили
бесконтактную доставку



перестроились

Наиболее оперативно сообщили о
переключении с офлайн продаж на
доставку на дом



Капризная аудитория

- Аудитория живо интересуется материалами по коронавирусной тематике (вовлеченность на такие посты выросла в три раза)
- Эмоциональна
разбалансирована: характерны крайние реакции от резкого негатива до благодарности и признаний в любви брендам



ОТ НЕНАВИСТИ
ДО ЛЮБВИ
ОДИН ПОСТ

Контакт установлен

- ▼ Аудитория - паника, страх
- ▼ О чем и как говорить в этих условиях?
- ▼ Спокойствие, здоровье, безопасность
- ▼ Постоянно поддерживать связь
- ▼ Гарантия, забота, помощь – быстро, безопасно, бесконтактно



ПОНИМАЕМ
ПОМОГАЕМ
ПОДДЕРЖИВАЕМ
НЕ ПАНИКУЕМ

ПОНИМАЕМ, ПОДДЕРЖИВАЕМ

КОНТЕНТ

Разговор о важных ценностях. Кратно увеличивается присутствие смыслов: здоровье, безопасность. Содержательная линия «правильных магазинов» - соблюдаем правила и требования.

форматы

С передовой обращаются первые лица. Персонализированная коммуникация: бесперебойная работа, гарантии безопасности, бесконтактная доставка.
Используются адаптационные хештеги.
Увеличивается число репутационных материалов.

СВЯЗЬ

Увеличение объемов обработки вопросов пользователей (+174%), скорости реакции на вопросы. Открытость: увеличение UGC контента на страницах (в 60 раз на Twitter, в 3 раза на Facebook).

Уникальное коронакризисное предложение

- Создание контента на стыке карантина и привычной повседневности
- Развлекательный контент - сбить градус напряжения
- Неожиданные коллаборации как признак сплоченности брендов против пандемии
- Новое время - новые потребности, мы знаем, что вам понадобится завтра



МАКИЯЖ ВО ВРЕМЯ
ЧУМЫ

ГАРДЕРОБ ДЛЯ ZOOM

ВКУС ОТПУСКА ОТ
ИТАЛЬЯНСКИХ
МАКАРОН

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](#)

