BrandSpotter
Social media monitoring tool

К новым метрикам: почему метрика share of buzz устарела и что делать дальше.

12.04.2015

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Share of Buzz

BrandSpotter
Social media monitoring tool

- Share of buzz - одна их самых бесполезных метрик в Social Media. Традиции в индустрии тратить усилия и бюджеты на увеличение этой метрики значительно портит жизнь брендам.
- Сама по себе эта метрика совершенно ничего не дает бренду

Примеры:

- Активации
- Открытки
- Конкурсы «Поставь хештег»
- Игры (построй завод - название бренда репостится на стену)

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Как менялось понимание метрики share of buzz

BrandSpotter
Social media monitoring tool

- Share of buzz - **количество постов** о бренде
- Share of buzz - количество постов **о бренде в продуктовой категории**
- Share of White buzz - количество **положительных** постов о бренде в продуктовой категории

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

BrandSpotter
Social media monitoring tool

Почему неэффективная метрика так популярна?

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Это выгодно всем.
Кроме самого бренда.

К правильным метрикам

BrandSpotter
Social media monitoring tool

- Метрики потребления контента
- Метрики распространения контента
- Метрики лидогенерации
- Финальные метрики роста продаж благодаря контенту

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

К правильным метрикам

BrandSpotter
Social media monitoring tool

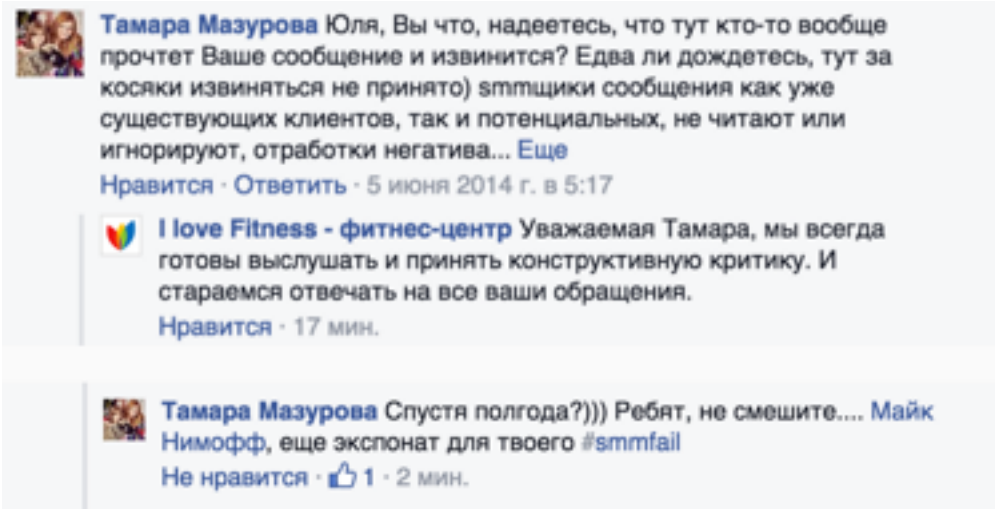
White buzz и Black Buzz

Вместо того, чтобы:

- растить количество нейтральных мнений, которые игнорируются аудиторией, а самими площадками часто отправляются в «спам»
- и даже работать над увеличением позитивных мнений

Лучше сосредоточиться на работе с негативом

…И работать с группами своего бренда



© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Свежие примеры

BrandSpotter
Social media monitoring tool

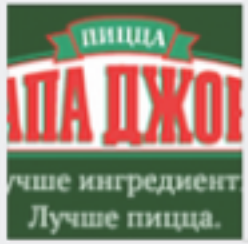
Претензия клиента:

Денис Махнёв
24 Февраль в 17:08

Пока вы везёте пиццу, - можно помереть от голода! Сделал заказ в 11:30 на на 14:30. В 15:10 позвонили и сказали, что якобы до меня дозвониться не могли и привезут через полтора часа. Сейчас уже 17:00... говорят что пицца будет с минуты на минуту! Офигенно поел вашей пиццы с коллегами в честь своего дня рождения! Спасибо, Папа Джонс за отвратительнейший сервис!

Ответ бренда в социальных сетях:

Papa John's Pizza Moscow Денис, нам искренне жаль, что такая ситуация произошла. Пожалуйста, отправьте подробный отзыв об этом через форму обратной связи на нашем сайте https://www.papajohns.ru/kontakty
Постараемся исправить ситуацию!



Контакты:
обратная связь
Свяжитесь с нами...
PAPAJOHNS.RU

Нравится · Ответить · 24 Февраль в 18:59

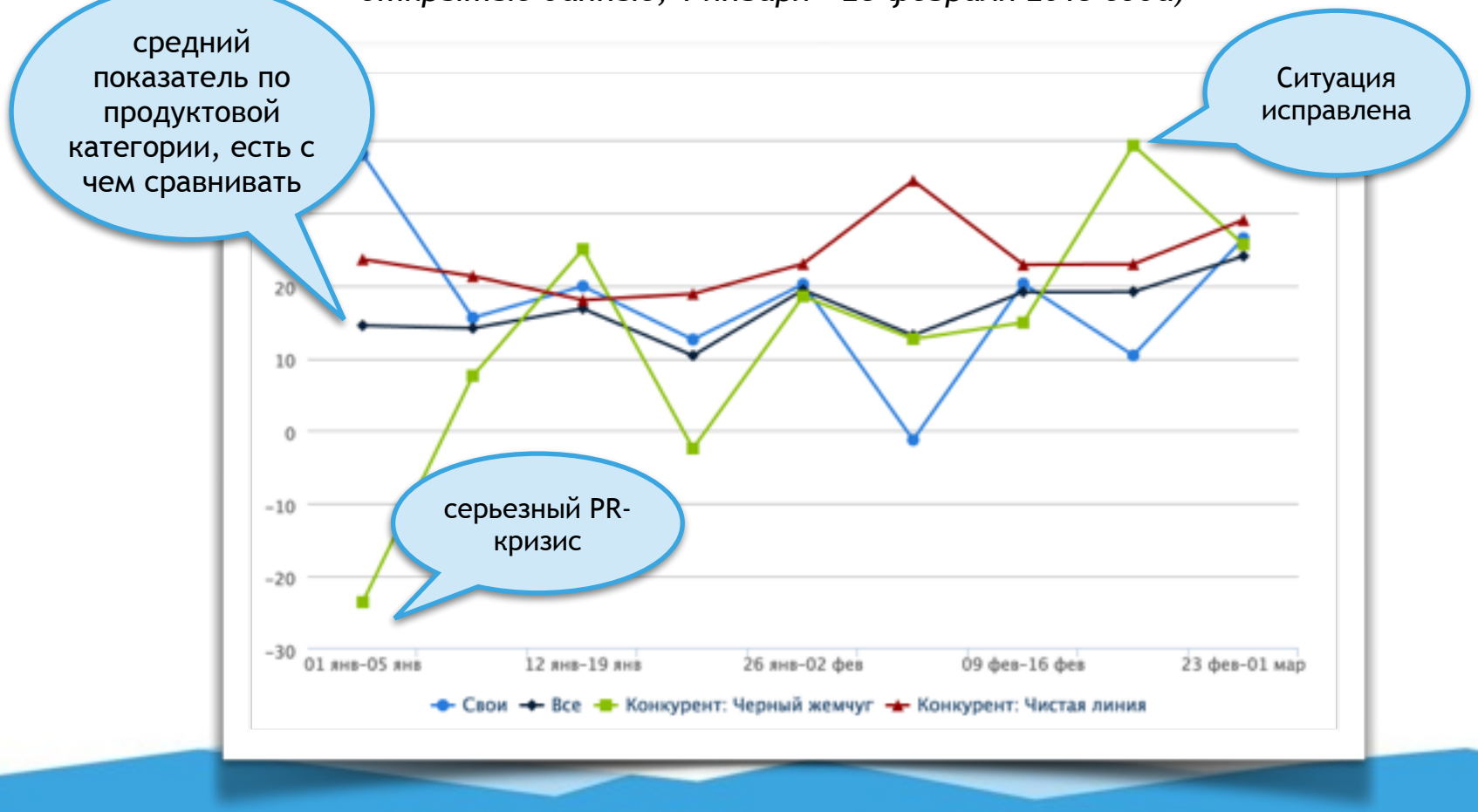
Любовь Соколова лол отличный ответ от официальной страницы
Нравится · Ответить · 24 Февраль в 19:00

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Метрика «Индекс репутации»

BrandSpotter
Social media monitoring tool

Метрика «Индекс репутации» на примере косметических брендов «Черный жемчуг», «Чистая линия», «Рецепты бабушки Агафьи» (тестовый аккаунт Brandspotter, открытые данные, 1 января - 28 февраля 2015 года)

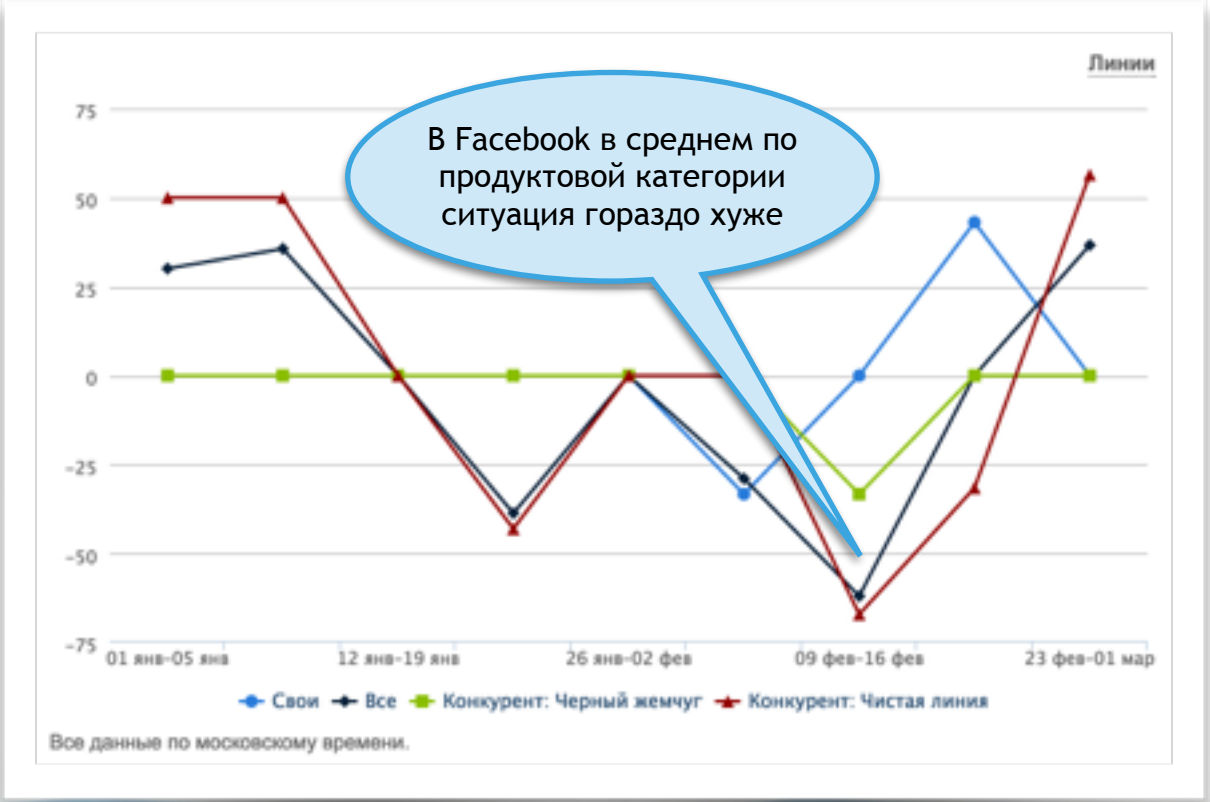


© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Метрика «Индекс репутации»

BrandSpotter
Social media monitoring tool

Метрика «Индекс репутации» на примере косметических брендов «Черный жемчуг», «Чистая линия», «Рецепты бабушки Агафьи» (тестовый аккаунт Brandspotter, открытые данные, Facebook, 1 января - 28 февраля 2015 года)



© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Кейсы: примеры плохих активаций

BrandSpotter
Social media monitoring tool

Описание фотоконкурса

Откуда у детей усы? От молока, кефира и молочных коктейлей, конечно! Как же это здорово - пить любимые напитки, а потом ходить с усами!

Сфотографируйтесь с молочными усами, загрузите свое фото у нас на сайте, разошлите ссылку всем друзьям, чтобы они могли проголосовать за вас.

Вместе со спонсором нашего конкурса в мае мы выберем самые красивые молочные усы и наградим троих победителей **призами от "ФрутоНяни"** - соки, пюре, компоты, коктейли - ммм, как вкусно!

Фотографии участников

Татьяна
Чита
22 голосов
2 Марта 2015

КОНСТАНТИН
Красноярск
12 голосов
1 Марта 2015

МАРИНА
Красноярск
10 голосов
1 Марта 2015

Галина
Калининград
1 голос
1 Марта 2015

Дарья
Нижний Новгород
20 голосов
27 Февраля 2015

Тамара
Ставрополь
191 голосов
27 Февраля 2015

Цель акции - заставить пользователей публиковать информацию в соцсетях и просить друзей проголосовать за фотографии их детей.

результаты - на сайте с посещаемостью более 1,5 не более 100 лайков за фото в день.

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»

Спасибо!

BrandSpotter
Social media monitoring tool

Илья Ермолаев

Директор по маркетингу BrandSpotter.ru

Презентация уже доступна в группе «Все о мониторинге соцмедиа»

https://www.facebook.com/brandspotter.ru

© 2014 ООО «Мониторинг социальных медиа»