

СЕНТЯБРЬ

# СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

**ОТЧЕТ**

Arrivomedia.ru  
olga@arrivomedia.ru  
+7 (495) 741 88 27  
Ольга Туртанова



# ПОДПИСНОЙ ЛИСТ

ДАТА ОТЧЕТА: 02 сентября

ДОГОВОР: № В-05/12/1 от 05 декабря

## ИСПОЛНИТЕЛЬ

ООО «Арриво»

Адрес: г. Москва, Головинское ш., д. 13, корп. 2

ИНН/КПП

Р/с

К/с

БИК

Тел.: +7 (495) 741 88 27

e-mail: olga@arrivomedia.ru

Генеральный директор \_\_\_\_\_

М.П.

## ЗАКАЗЧИК

Акционерное общество «Компания»

Юридический адрес: г. Москва, 2-й Тверской-Ямской пер., д. 15

ИНН/КПП

Р/с

К/с

БИК

Тел.:

Генеральный директор \_\_\_\_\_

М.П.

**01**  
**INSTAGRAM**

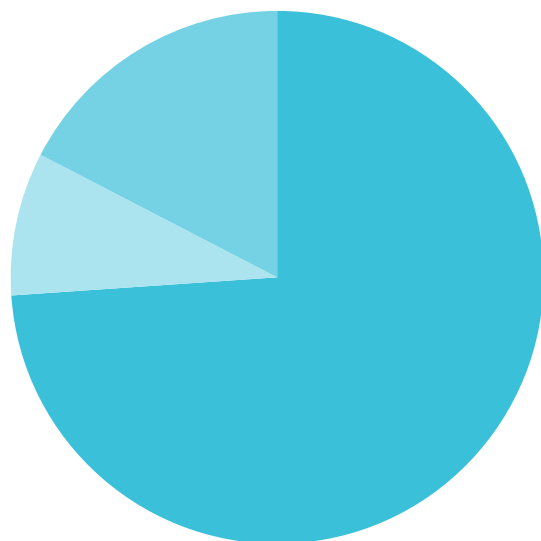
**02**  
**ВКОНТАКТЕ**

**03**  
**FACEBOOK**

# СВОДНАЯ СТАТИСТИКА

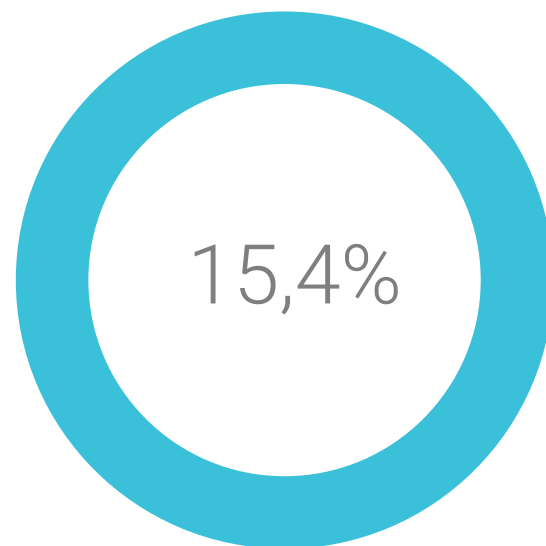
Аналитика сообществ ВКонтакте, Facebook, Instagram за 30 дней

## ВОВЛЕЧЕННОСТЬ



ЛАЙКИ 77,2%  
РЕПОСТЫ 13,2%  
КОММЕНТАРИИ 9,6%

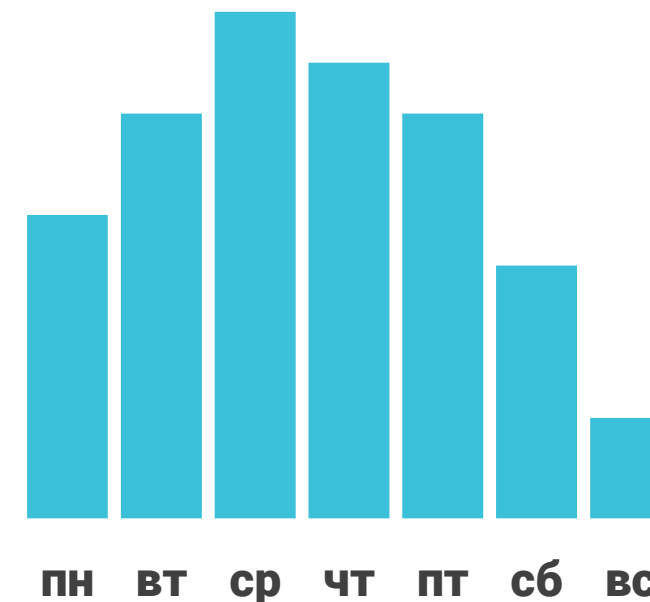
## ENGAGEMENT RATE



ПОКАЗАТЕЛЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ

$$ERR = \frac{\text{actions}}{\text{followers}} * 100$$

## АКТИВНОСТЬ АУДИТОРИИ



ЛУЧШИЕ ДНИ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ

<b>АБСОЛЮТНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват Суммарный охват аудитории в социальных сетях, на форумах и сайтах-отзовиках.	117 327	115 027
Прирост подписчиков Суммарный прирост подписчиков в социальных сетях.	1 056	1 008
Вовлеченность Общее количество лайков, репостов, комментариев, упоминаний, которые оставили подписчики сообществ.	8 674	7 885
Опубликовано материалов Количество постов, опубликованное во все социальные сети.	102	99

<b>СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ НА ОДИН ПОСТ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват	1 053	1 033
Лайки	62	61
Репосты	16	14
Комментарии	9	9
Стоимость привлеченного подписчика, руб.	116	121

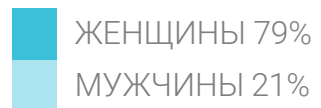
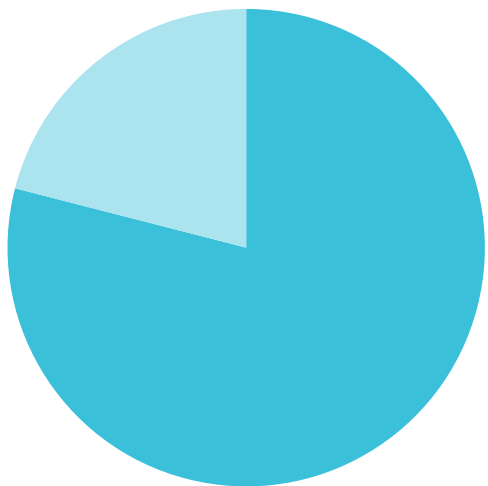
Статистика предоставлена аналитическими центрами

# ВКОНТАКТЕ

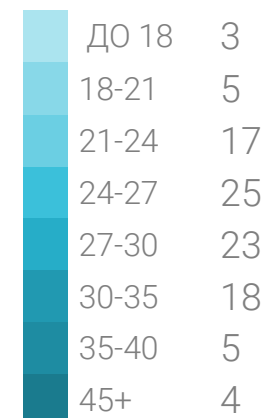
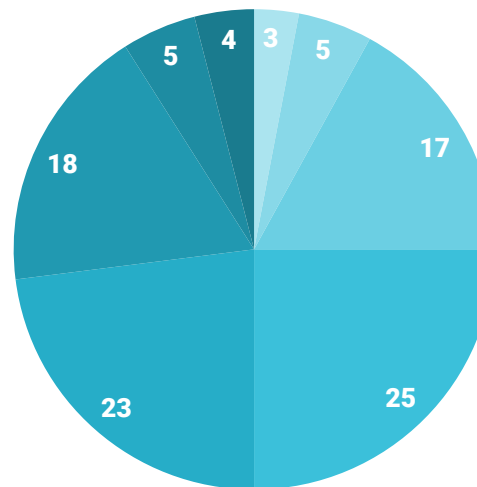
<b>АБСОЛЮТНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват Суммарный охват аудитории в социальных сетях, на форумах и сайтах-отзовиках.	52 145	51 123
Прирост подписчиков Суммарный прирост подписчиков в социальных сетях.	330	315
Вовлеченность Общее количество лайков, репостов, комментариев, упоминаний, которые оставили подписчики сообществ.	2 940	2 673
Опубликовано материалов Количество постов, опубликованное во все социальные сети.	34	33

<b>СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ НА ОДИН ПОСТ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват	1 534	1 549
Лайки	61	57
Репосты	17	16
Комментарии	9	9
Стоимость привлеченного подписчика, руб.	242,42	253,97

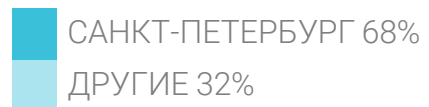
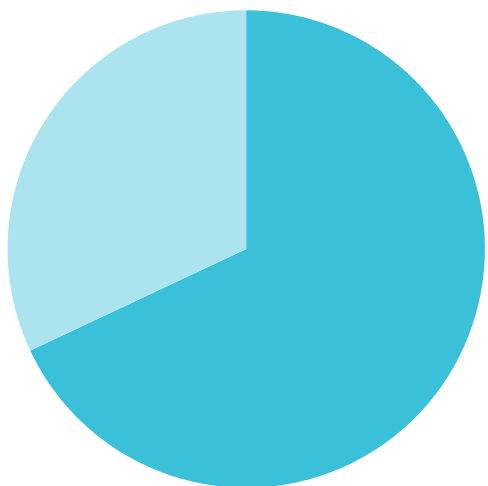
## ПОЛ



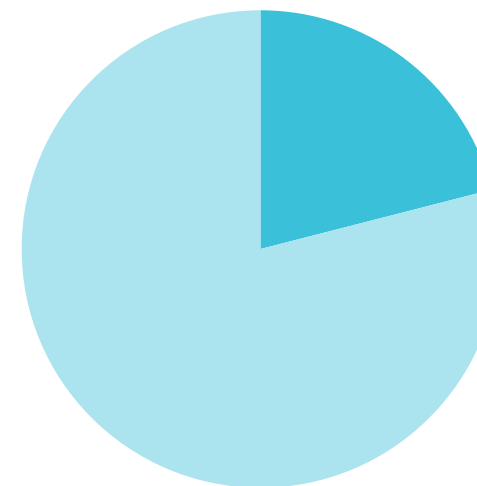
## ВОЗРАСТ, %



## ГЕОГРАФИЯ



## СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



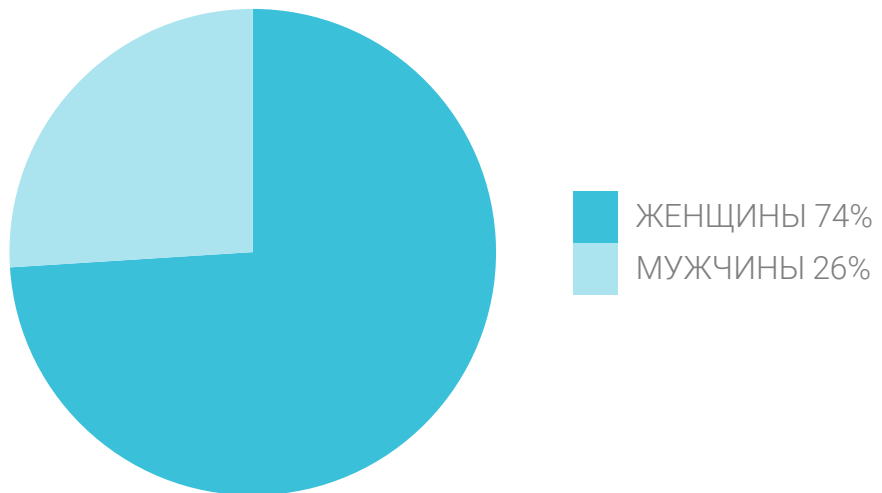
# FACEBOOK

<b>АБСОЛЮТНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват Суммарный охват аудитории в социальных сетях, на форумах и сайтах-отзовиках.	39 109	38 342
Прирост подписчиков Суммарный прирост подписчиков в социальных сетях.	274	265
Вовлеченность Общее количество лайков, репостов, комментариев, упоминаний, которые оставили подписчики сообществ.	2 205	2 005
Опубликовано материалов Количество постов, опубликованное во все социальные сети.	34	33

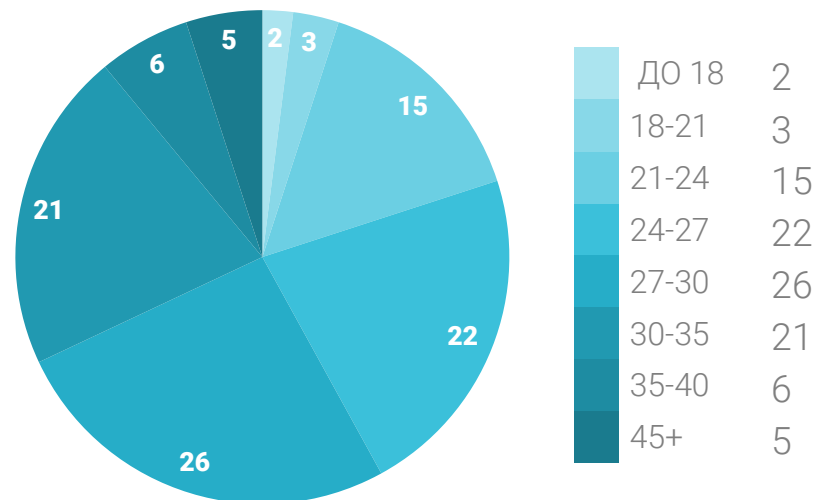
<b>СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ НА ОДИН ПОСТ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват	767	775
Лайки	42	40
Репосты	14	13
Комментарии	6	6
Стоимость привлеченного подписчика, руб.	145,45	152,38



## ПОЛ



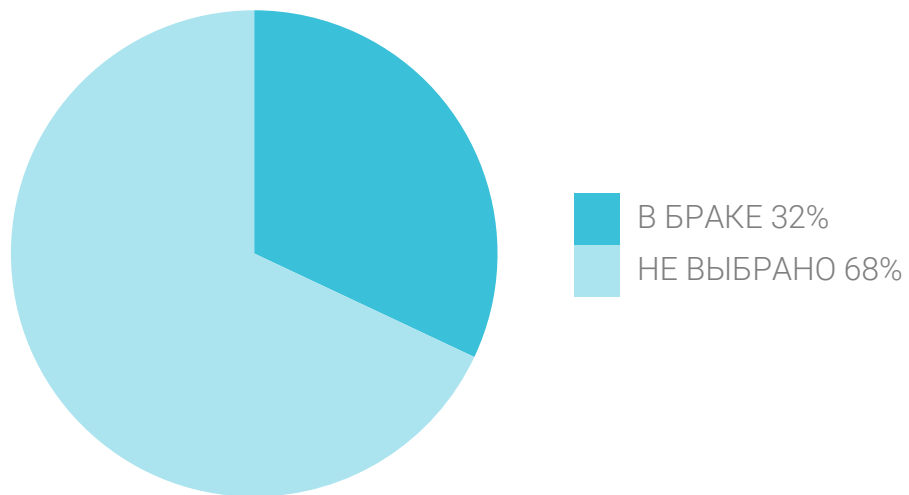
## ВОЗРАСТ, %



## ГЕОГРАФИЯ



## СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

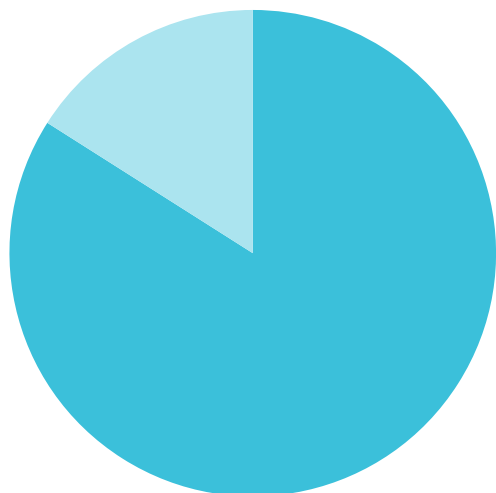


# INSTAGRAM

<b>АБСОЛЮТНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват Суммарный охват аудитории в социальных сетях, на форумах и сайтах-отзовиках.	26 073	25 562
Прирост подписчиков Суммарный прирост подписчиков в социальных сетях.	452	428
Вовлеченность Общее количество лайков, сохранений, комментариев, упоминаний, которые оставили подписчики сообществ.	3 528	3 208
Опубликовано материалов Количество постов, опубликованное во все социальные сети.	34	33

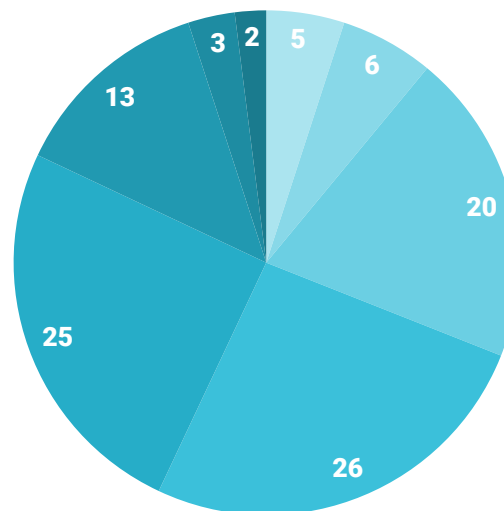
<b>СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ НА ОДИН ПОСТ</b>	<b>ОТЧЕТНЫЙ МЕСЯЦ</b>	<b>ПРЕДЫДУЩИЙ МЕСЯЦ</b>
Охват	767	775
Лайки	91	85
Сохранения	15	14
Комментарии	13	13
Стоимость привлеченного подписчика, руб.	121,21	126,98

## ПОЛ



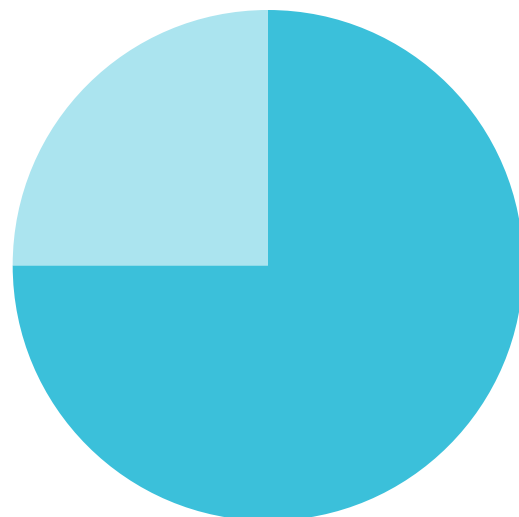
ЖЕНЩИНЫ 84%  
МУЖЧИНЫ 16%

## ВОЗРАСТ, %



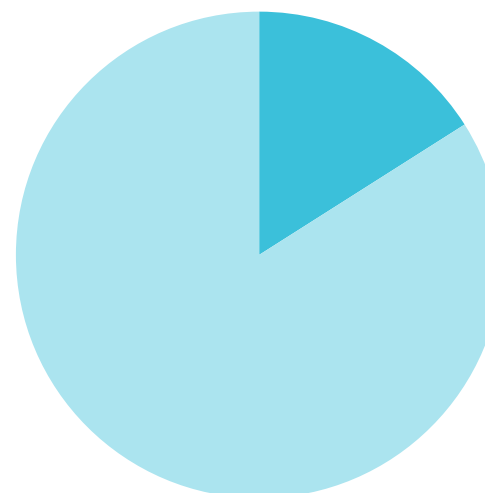
ДО 18 5  
18-21 6  
21-24 20  
24-27 26  
27-30 25  
30-35 13  
35-40 3  
45+ 2

## ГЕОГРАФИЯ











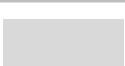
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ 75%  
ДРУГИЕ 25%

## СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



В БРАКЕ 16%  
НЕ ВЫБРАНО 84%

# ПОПУЛЯРНЫЕ ПОСТЫ

ПОСТ	СЕТЬ	ДАТА	ВОВЛЕЧЕННОСТЬ
 Augue iaculis in purus tempor undo congue magna egestas magna ipsum vitae purus and cubilia in primis augue.	ВК	03.09	72 лайк., 7 реп., 2 ком.
 Vitae auctor integer congue magna at pretium purus pretium ligula rutrum luctus risus velna auctor congue tempus undo magna.	ВК	15.09	71 лайк., 5 реп., 2 ком.
 An enim nullam tempor sapien gravida donec enim ipsum porta blandit justo integer odio velna vitae auctor integer luctus.	ВК	17.09	68 лайк., 3 реп., 1 ком.
 Aliquam orci nullam tempor sapien gravida orci donec enim ipsum porta justo at velna auctor congue magna laoreet augue.	FB	27.09	57 лайк., 3 реп., 3 ком.
 An enim nullam tempor sapien gravida donec enim ipsum porta blandit justo integer odio velna vitae auctor integer luctus.	FB	21.09	53 лайк., 2 реп., 2 ком.
 Augue iaculis in purus tempor undo congue magna egestas magna ipsum vitae purus and cubilia in primis augue.	FB	23.09	49 лайк., 3 реп., 1 ком.
 Vitae auctor integer congue magna at pretium purus pretium ligula rutrum luctus risus velna auctor congue tempus undo magna.	IG	16.09	115 лайк., 5 сохр., 7 ком.
 An enim nullam tempor sapien gravida donec enim ipsum porta blandit justo integer odio velna vitae auctor integer luctus.	IG	12.09	98 лайк., 3 сохр., 5 ком.
 An enim nullam tempor sapien gravida donec enim ipsum porta blandit justo integer odio velna vitae auctor integer luctus.	IG	11.09	87 лайк., 2 сохр., 5 ком.

# ТРАФИК НА САЙТ

СОЦ. СЕТЬ

INSTAGRAM

FACEBOOK

ВКОНТАКТЕ

ВСЕГО

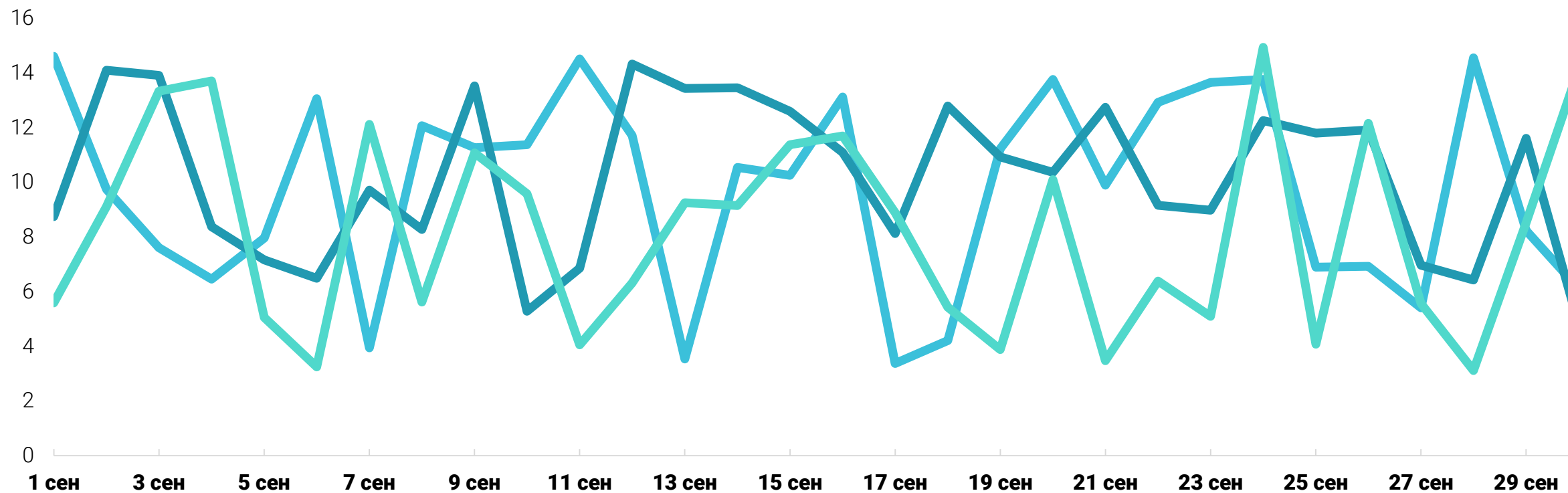
ПОСЕТИТЕЛЕЙ ЗА МЕС.

259

249

238

746

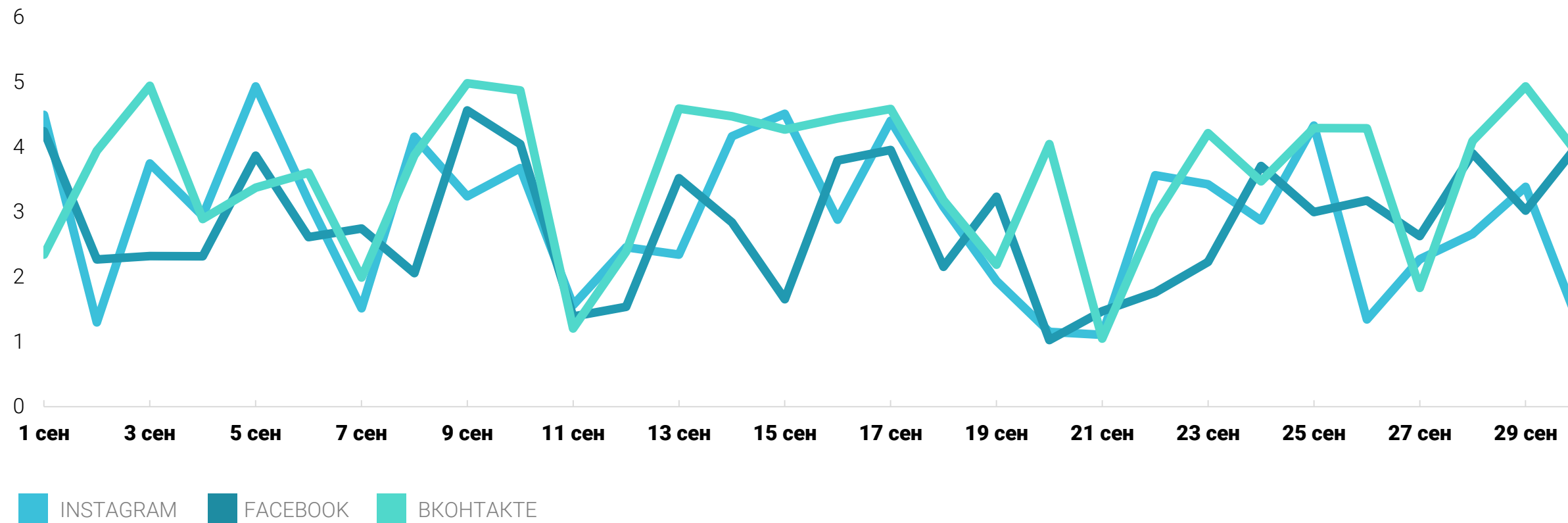


■ INSTAGRAM ■ FACEBOOK ■ ВКОНТАКТЕ

# ПРОДАЖИ

Заполнение лид-форм, личные сообщения, чат-боты, лендинги в социальных сетях, заявки на сайте по переходам из Instagram, Facebook, ВКонтакте.

СОЦ. СЕТЬ	INSTAGRAM	FACEBOOK	ВКОНТАКТЕ	ВСЕГО	КОНВЕРСИЯ	ВЫРУЧКА
ПОСЕТИТЕЛЕЙ ЗА МЕС.	80	81	98	259	34,6 %	<b>693 602 руб.</b>



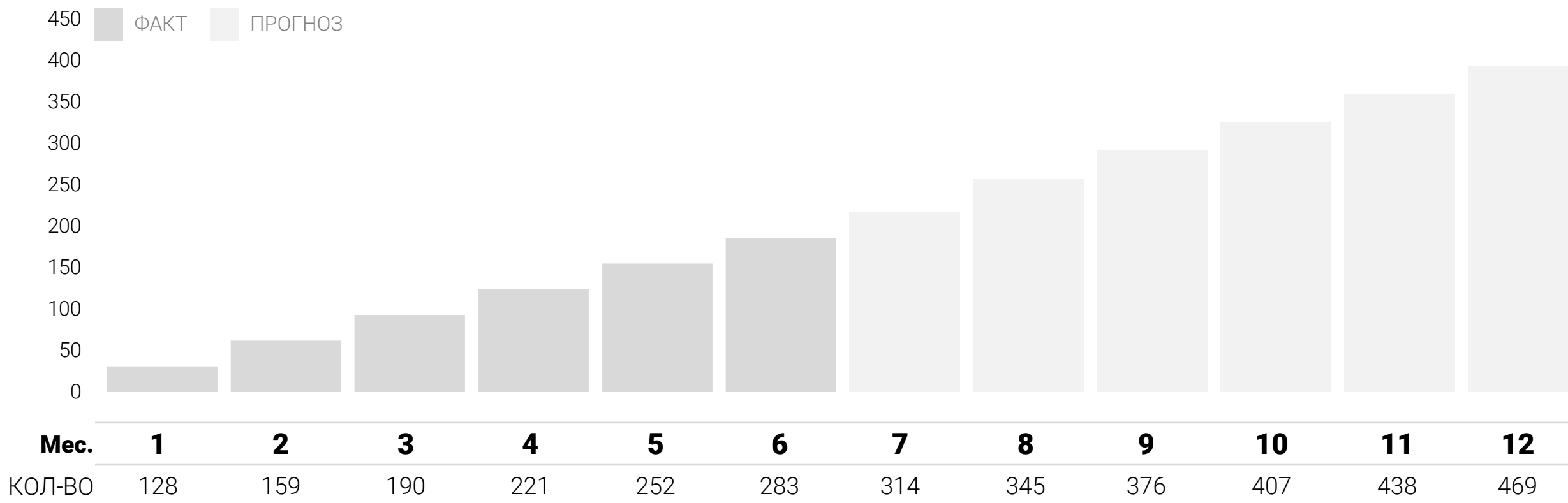
01  
**ОТЗЫВЫ**

02  
**ФОРУМЫ**

03  
**БЛОГИ**

# ДИНАМИКА

Фактический и прогнозный рост упоминаний бренда в интернете



Статистика предоставлена аналитическими центрами

AMetrics

YOUSCAN

IQ  
10 BUZZ

SimilarWeb

Яндекс Метрика

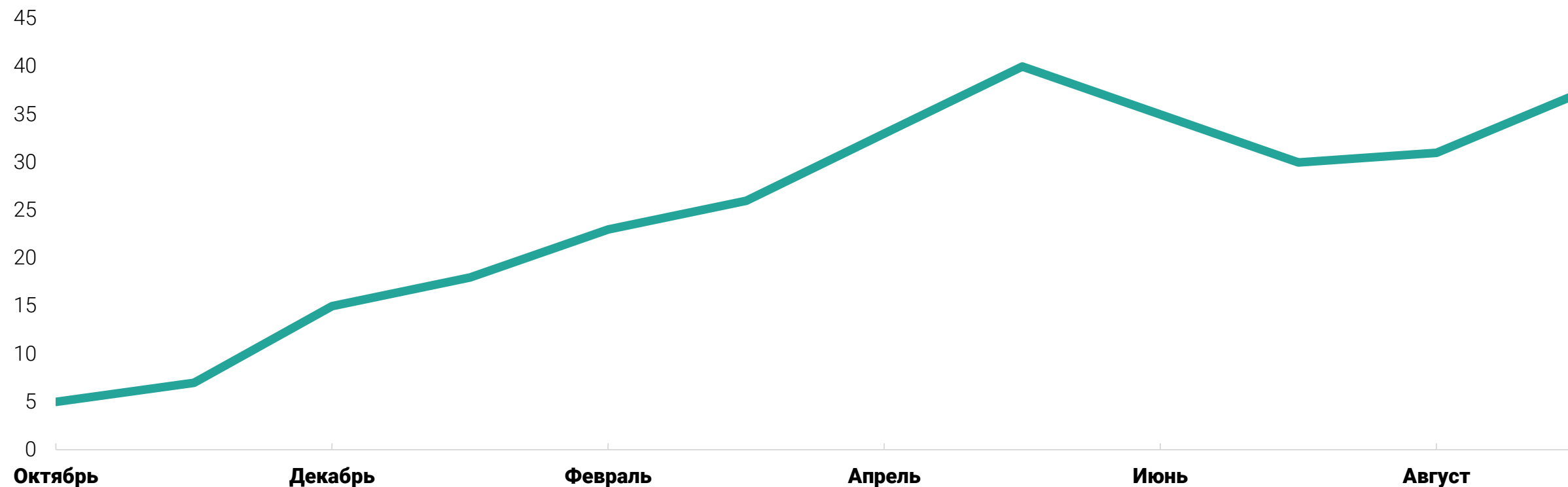
Google Analytics



# ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ УПОМИНАНИЯ

Опубликованы положительные отзывы на отзовиках, форумах и блогах о бренде.

На графике и в таблице показана динамика прироста упоминаний в положительной тональности.



Мес.	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь
КОЛ-ВО	5	7	15	18	23	26	33	40	35	30	31	37

# ОПУБЛИКОВАННЫЕ ОТЗЫВЫ

П/П	Дата	Ссылка	Ник
1	2 сен	<a href="http://otzovik.com">otzovik.com</a>	Masha080808
2	3 сен	<a href="http://gmstar.ru">gmstar.ru</a>	Алиса
3	3 сен	<a href="http://pravda-klientov.ru">pravda-klientov.ru</a>	Ольга
4	4 сен	<a href="http://spb.spravker.ru">spb.spravker.ru</a>	Елена
5	5 сен	<a href="http://твояфирма.рф">твояфирма.рф</a>	Наталья
6	7 сен	<a href="http://yp.ru">yp.ru</a>	Вера Александровна
7	8 сен	<a href="http://market.yandex.ru">market.yandex.ru</a>	Анна
8	10 сен	<a href="http://irecommend.ru">irecommend.ru</a>	Надя
9	12 сен	<a href="http://yandex.maps.ru">yandex.maps.ru</a>	Nadi Nadi
10	12 сен	<a href="http://zoon.ru">zoon.ru</a>	Виталина
11	12 сен	<a href="http://spr.ru">spr.ru</a>	Дарья Волкова
12	13 сен	<a href="http://otrude.net">otrude.net</a>	Наталья
13	14 сен	<a href="http://ozon.ru">ozon.ru</a>	МарияХохлова
14	14 сен	<a href="http://yell.ru">yell.ru</a>	matvej
15	16 сен	<a href="http://pleer.ru">pleer.ru</a>	rushjam

П/П	Дата	Ссылка	Ник
16	16 сен	<a href="http://onlinetrade.ru">onlinetrade.ru</a>	Виталина
17	17 сен	<a href="http://cataloxy.ru">cataloxy.ru</a>	Дарья Волкова
18	20 сен	<a href="http://babyblog.ru">babyblog.ru</a>	Вера Александровна
19	20 сен	<a href="http://google.business">google.business</a>	Анна
20	21 сен	<a href="http://otzyvy.pro">otzyvy.pro</a>	Наталья
21	21 сен	<a href="http://indeed.ru">indeed.ru</a>	МарияХохлова
22	22 сен	<a href="http://pravda-sotrudnikov.ru">pravda-sotrudnikov.ru</a>	matvej
23	23 сен	<a href="http://jams.ru">jams.ru</a>	Masha080808
24	23 сен	<a href="http://hh.ru">hh.ru</a>	Алиса
25	25 сен	<a href="http://Antijob.net">Antijob.net</a>	Анна
26	27 сен	<a href="http://vk.com">vk.com</a>	Надя
27	27 сен	<a href="http://ok.ru">ok.ru</a>	Nadi Nadi
28	28 сен	<a href="http://facebook.com">facebook.com</a>	Виталина
29	29 сен	<a href="http://Instagram.com">Instagram.com</a>	rushjam
30	30 сен	<a href="http://youtube.com">youtube.com</a>	Ольга

# СКРИНШОТЫ ОТЗЫВОВ



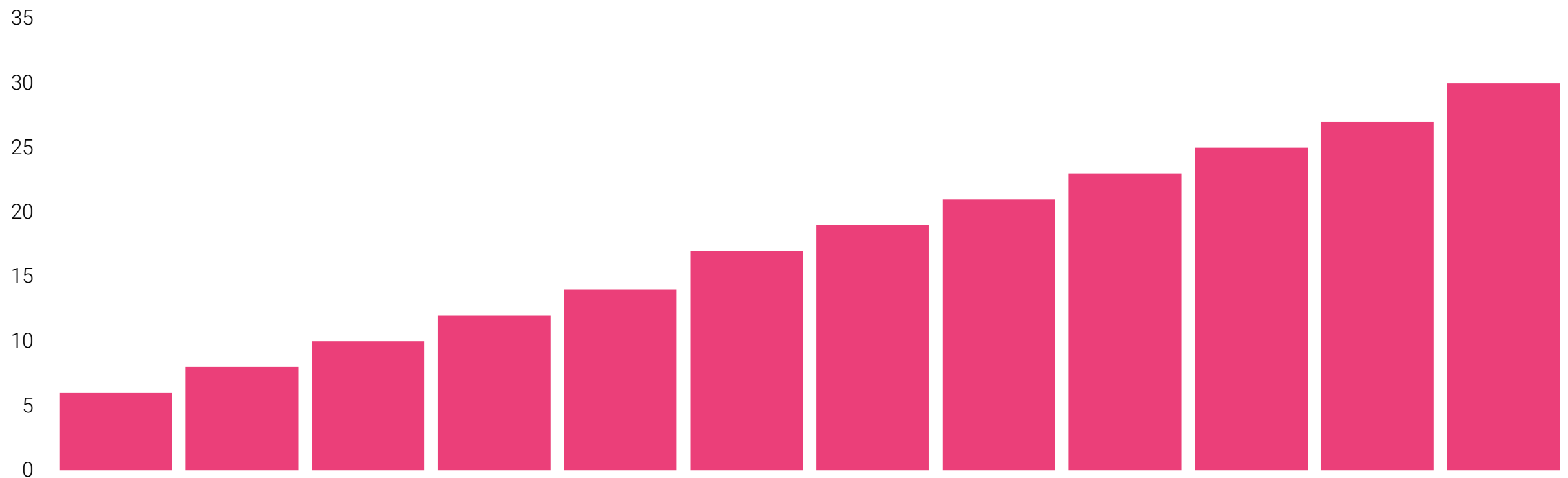
**ПЛОХОЙ ОТЗЫВ**



**ХОРОШИЕ ОТЗЫВЫ**

# НЕГАТИВ

В этом отчетном периоде нивелированы все негативные упоминания.  
Ниже представлен абсолютный график накопления негатива по бренду в интернете.



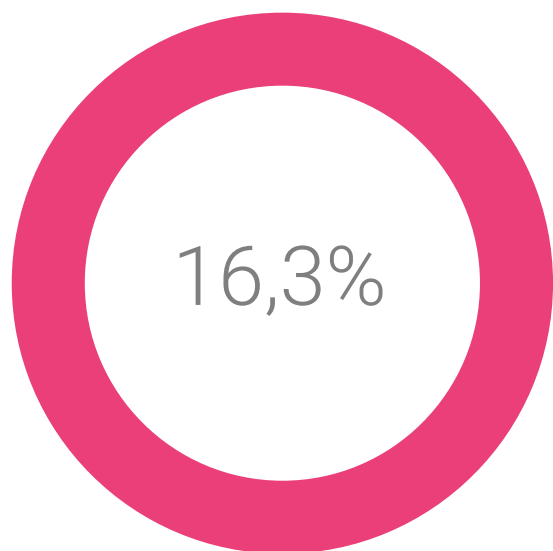
Мес.	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь
------	---------	--------	---------	--------	---------	------	--------	-----	------	------	--------	----------

КОЛ-ВО	1	2	3	4	7	6	5	4	3	5	7	2
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

# ПРОЦЕНТ НЕГАТИВА

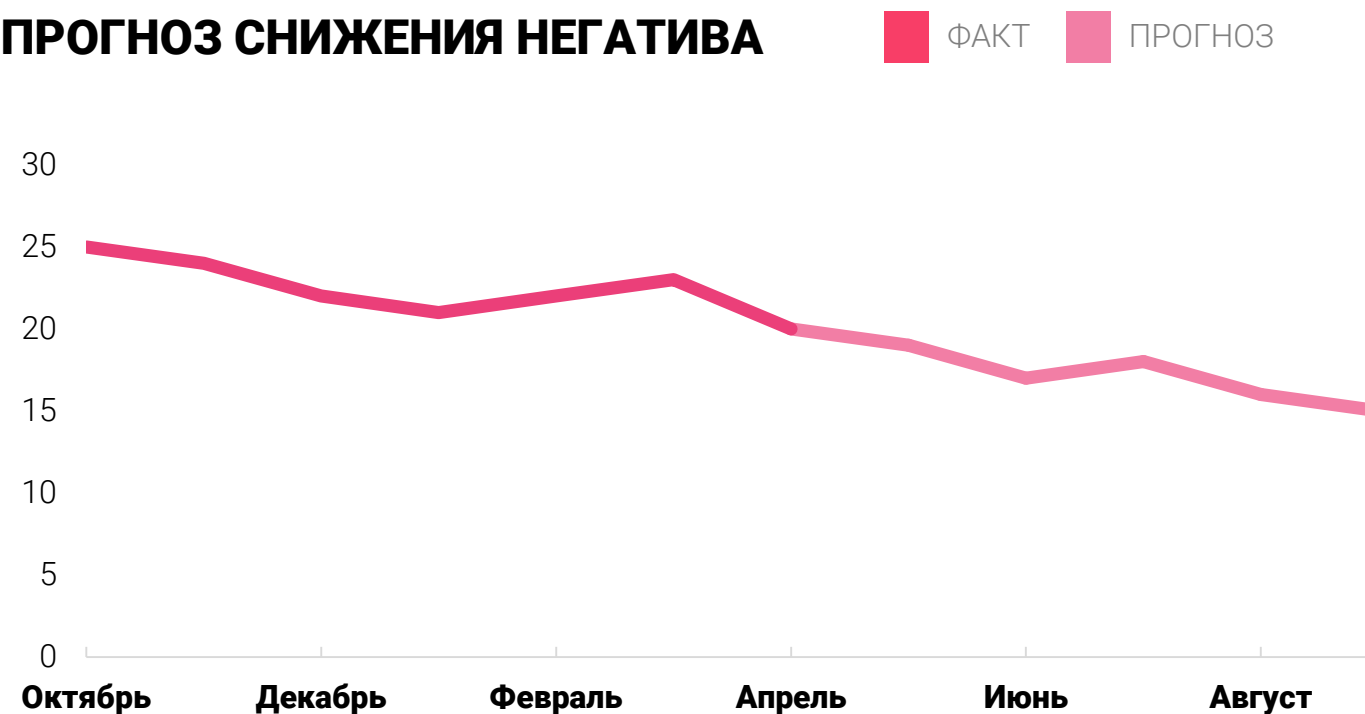
Сводное значение процента негатива с видимостью Lv более 50% в поисковых системах

## ПРОЦЕНТ НЕГАТИВА



Сводный процент видимого негатива определяется относительно всех репутационных упоминаний бренда.

## ПРОГНОЗ СНИЖЕНИЯ НЕГАТИВА

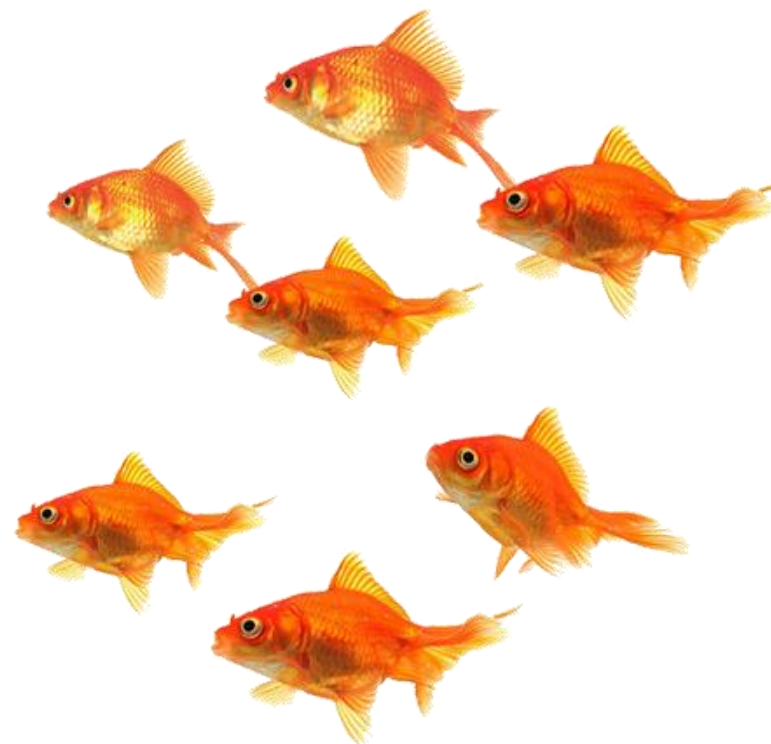


Стратегия ORM направлена на удаление/нивелирование негативных упоминаний с высокой видимостью на площадках и в поисковых системах. Публикация положительных отзывов также влияет на снижение негативных показателей.

# СКРИНШОТЫ ОТЗЫВОВ



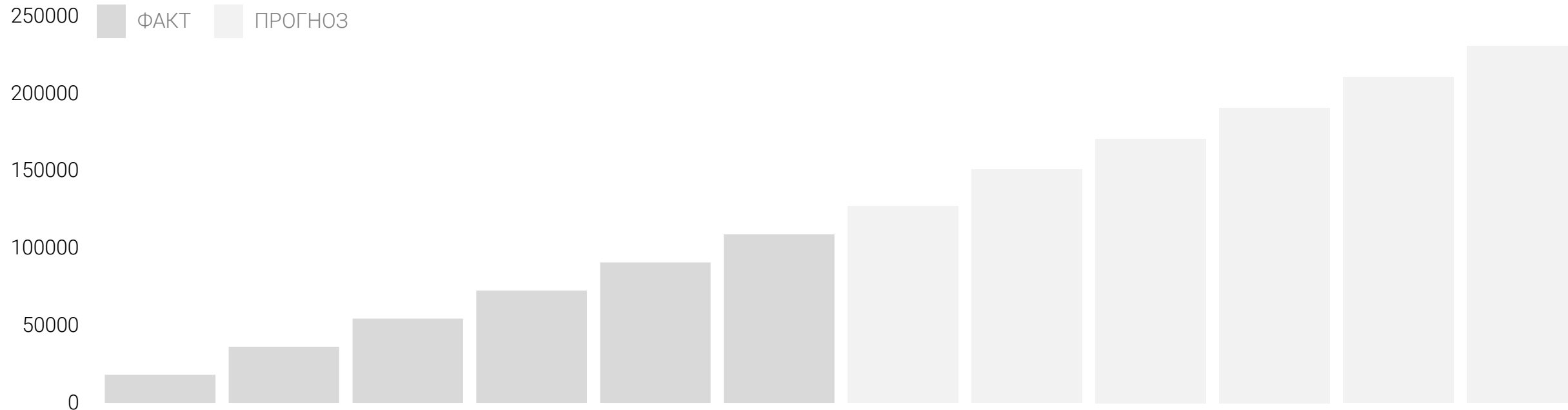
**ПЛОХОЙ ОТЗЫВ**



**ХОРОШИЕ ОТЗЫВЫ**

# ОХВАТ

Общее число показов упоминаний бренда в интернете. Учитываются показы в поисковой выдаче Яндекс и Google, на площадках-отзовиках, форумах, блогах, социальных сетях.



Статистика предоставлена аналитическими центрами

**AMetrics**

**YOU SCAN**

**IQ**  
10 1922

**SimilarWeb**

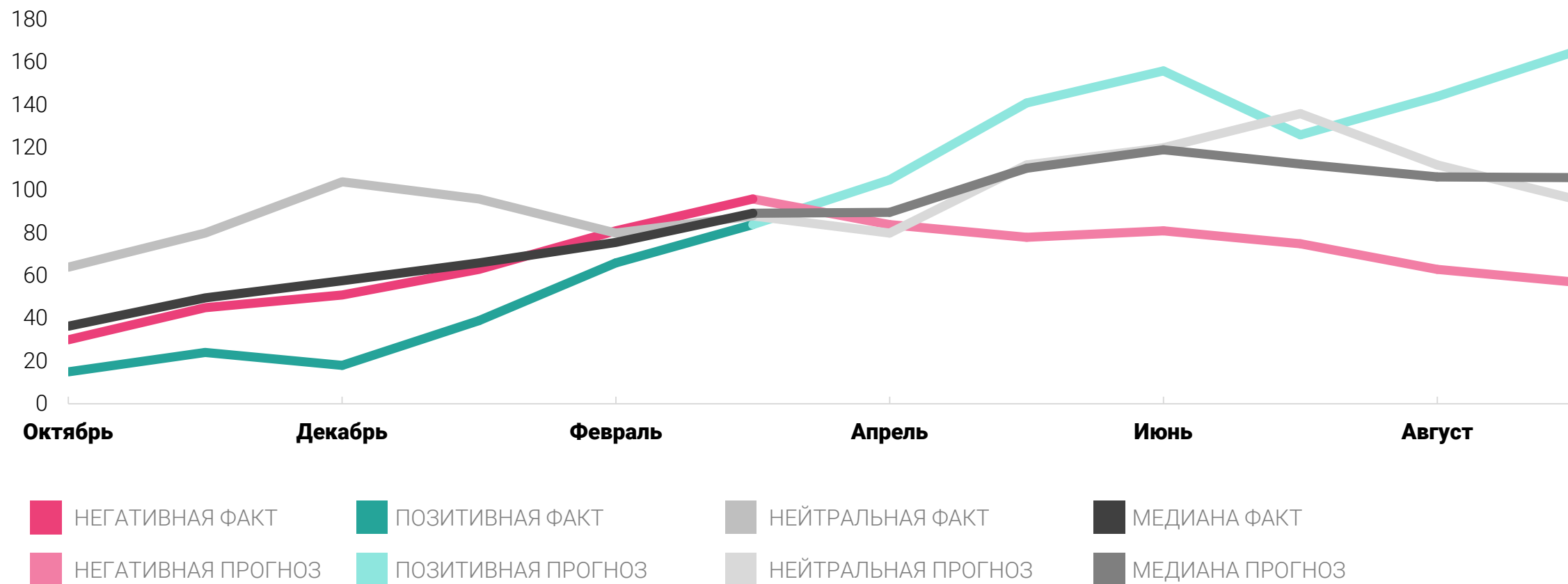
**Яндекс Метрика**

**Google Analytics**

# ВИДИМОСТЬ

Динамика видимости тональностей в поисковых системах и на площадках в интернете по репутационным запросам. С ростом охвата растет видимость не только позитивных тональностей, но и негативных и нейтральных.

Основная задача: удерживать тренд роста видимости позитива и снижения негатива.





# ХВАЛЯТ / РУГАЮТ



Согласно исследованию BrightLocal, 75% пользователей принимают решение о покупке на основе отзывов.

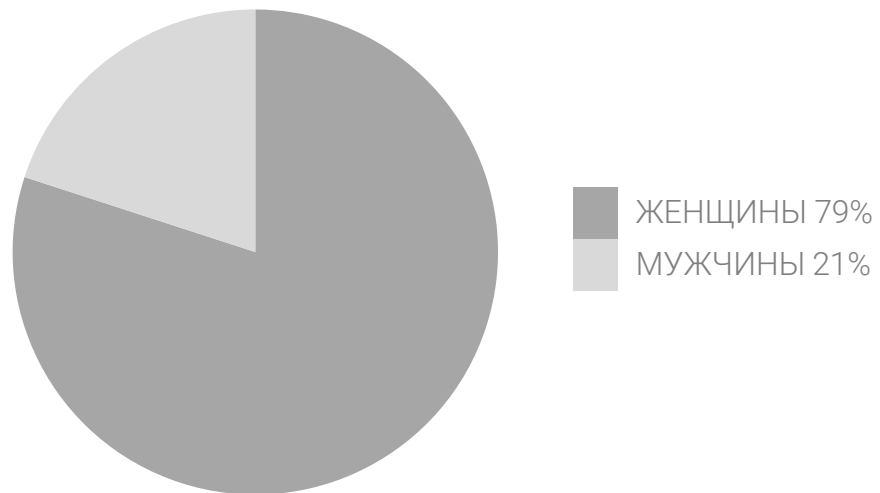
Регулярное появление отзывов – важная стратегия управления репутацией. Упоминания должны появляться постоянно на каждой площадке с промежутком между публикациями не более одного месяца. Клиенты видят, что компания развивается и о ней регулярно появляются мнения покупателей.

Уменьшение динамики или длинные перерывы в публикации отзывов снижают органический трафик и выручку от 10 до 30%.

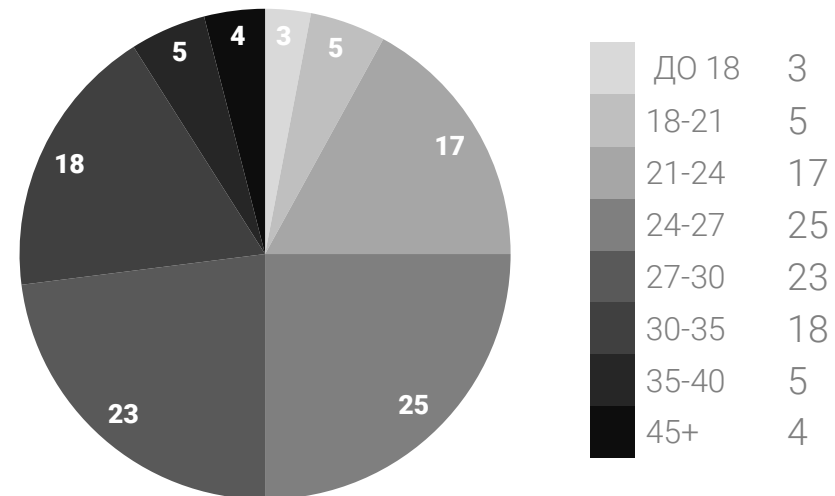
Рост упоминаний компании также увеличивает цитирование сайта и положительно влияет на SEO и рост трафика из поисковых систем.

# АУДИТОРИЯ

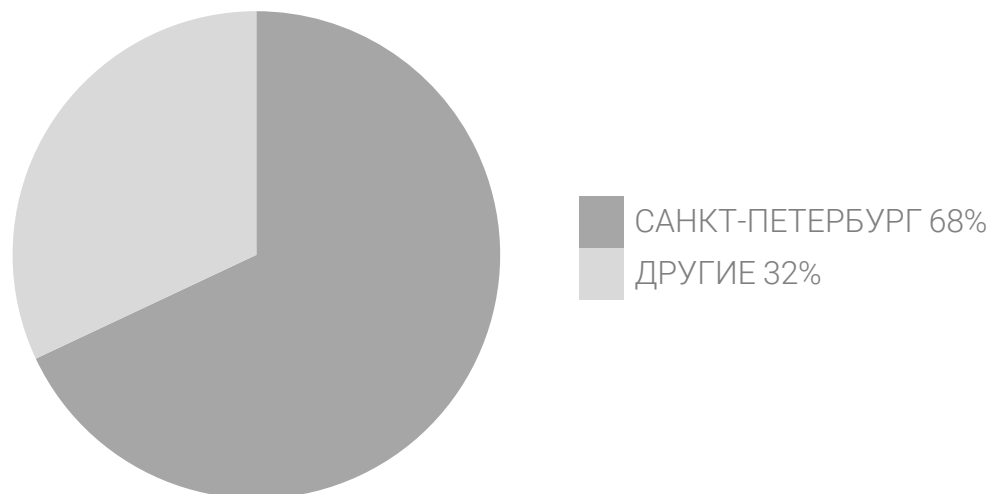
## ПОЛ



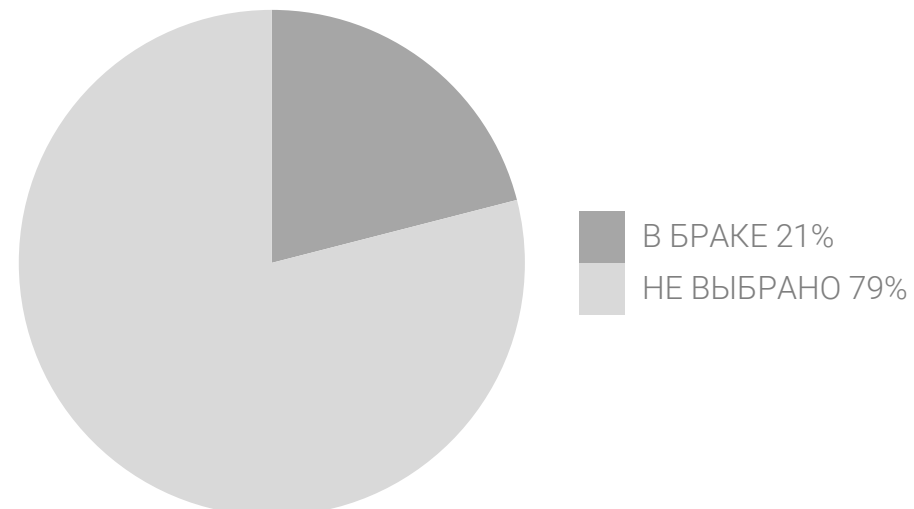
## ВОЗРАСТ, %



## ГЕОГРАФИЯ



## СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



# РЕЙТИНГИ

Динамика зависит от появления негатива и изменений алгоритмов рейтингования площадок. Несмотря на частичное падение на сотые процента, новые положительные отзывы увеличивают видимость упоминаний и долгосрочно влияют на рост рейтингов.

ПЛОЩАДКА	СЕНТЯБРЬ	АВГУСТ	ИЮЛЬ
Google	3,49	3,52	3,59
Yandex	3,84	3,71	3,82
Yell	3,37	3,39	3,33
Flamp	2,66	2,71	2,98
Zoon	2,63	2,52	2,54
Cataloxy	3,65	3,69	3,89
Yp	3,09	3,05	3,36
Spravker	3,62	3,65	3,45
Medbooking	3,33	3,38	3,44
Spr	2,73	2,81	2,95
Otzovik	2,39	2,42	2,43
Ulmart	4,06	4,01	3,89
Pleer	3,28	3,30	3,54
Ozon	3,94	3,86	3,72
Orgpage	3,56	3,65	3,62
<b>СРЕДНИЙ</b>	<b>3,42</b>	<b>3,39</b>	<b>3,37</b>

# КОНКУРЕНТЫ

Сравнительный анализ показывает, что конкуренты работают над репутацией в интернете. Ежемесячно публикуются новые отзывы, нивелируется негатив, изменяются рейтинги.

ПЛОЩАДКА	КОМПАНИЯ			КОНКУРЕНТ 1			КОНКУРЕНТ 2		
	% НЕГАТИВА	РЕЙТИНГ	ОТЗЫВОВ	% НЕГАТИВА	РЕЙТИНГ	ОТЗЫВОВ	% НЕГАТИВА	РЕЙТИНГ	ОТЗЫВОВ
Google	27,75	3,49	87	14,57	3,64	84	30,77	3,59	85
Yandex	17,48	3,84	115	11,83	3,82	117	15,43	3,82	115
Yell	31,76	3,37	107	29,90	3,34	105	14,23	3,33	104
Flamp	22,10	2,66	26	14,07	2,96	25	15,69	2,98	24
Zoon	20,95	2,63	8	27,93	2,57	9	12,51	2,54	8
Cataloxy	33,12	3,65	15	21,35	3,88	15	21,24	3,89	16
Yp	22,53	3,09	260	29,78	3,32	256	15,35	3,36	259
Spravker	25,58	3,62	13	24,95	3,45	12	21,57	3,45	12
Medbooking	18,48	3,33	83	12,56	3,40	83	28,81	3,44	82
Spr	20,70	2,73	64	16,49	2,97	61	11,36	2,95	61
Otzovik	34,78	2,39	152	17,36	2,42	153	29,23	2,43	155
Ulmart	33,27	4,06	62	18,31	3,85	62	14,23	3,89	63
Pleer	17,86	3,28	8	17,50	3,55	7	22,19	3,54	5
Ozon	28,76	3,94	13	22,91	3,73	11	29,52	3,72	14
Orgpage	21,14	3,56	1	15,44	3,59	2	26,35	3,62	4
Итого	<b>25,3</b>	<b>3,31</b>	<b>1012</b>	<b>19,66</b>	<b>3,36</b>	<b>1004</b>	<b>20,57</b>	<b>3,37</b>	<b>1008</b>

# ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ?

---

Позвоните +7 495 741 88 27

**ОТПРАВЬТЕ ЗАЯВКУ**

[info@arrivomedia.ru](mailto:info@arrivomedia.ru)

[arrivomedia.ru](http://arrivomedia.ru)

Головинское шоссе, 13/2,

Москва, 125212