



# Тренд-репорт 2021

Как меняется поведение и  
предпочтения аудитории в соцсетях





# Содержание

## Тренды в контенте

Аудитория соцсетей

Популярные типы контента

Тематики обсуждений

Соотношение позитивных и  
негативных постов

Популярные слова

Эмодзи

Аспекты обсуждений

Лонгриды VS Шортриды

Ссылки на внешние ресурсы

## Индустрии и бренды

Обсуждаемые индустрии

Популярные бренды

## Визуальная аналитика

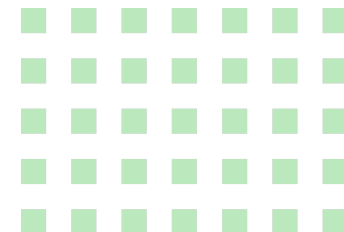
Логотипы

- Электроника
- Автоиндустрия
- Спорт

Типы изображений

Селфи

Содержание изображений



# Методология

## Цель

Проанализировать интересы и предпочтения аудитории социальных сетей, а также выявить ключевые тренды, которые определяют поведение пользователей.

## Методы

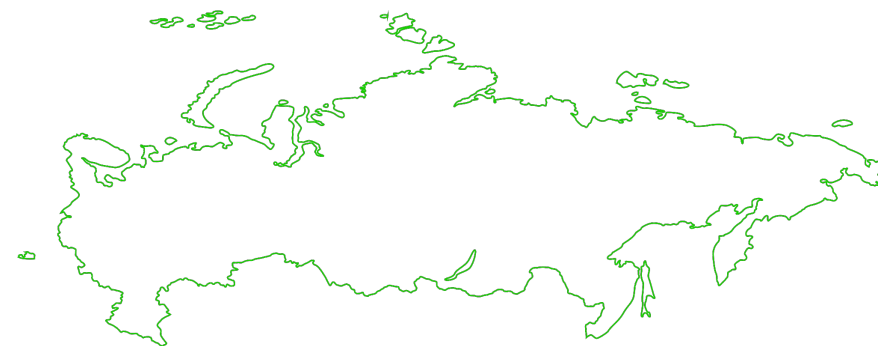
Исследование проводилось на базе данных социальных сетей, собранных с помощью системы мониторинга YouScan. Общее количество упоминаний: 619 тыс. (Sampling Rate 1 тыс. сообщений).

## Период

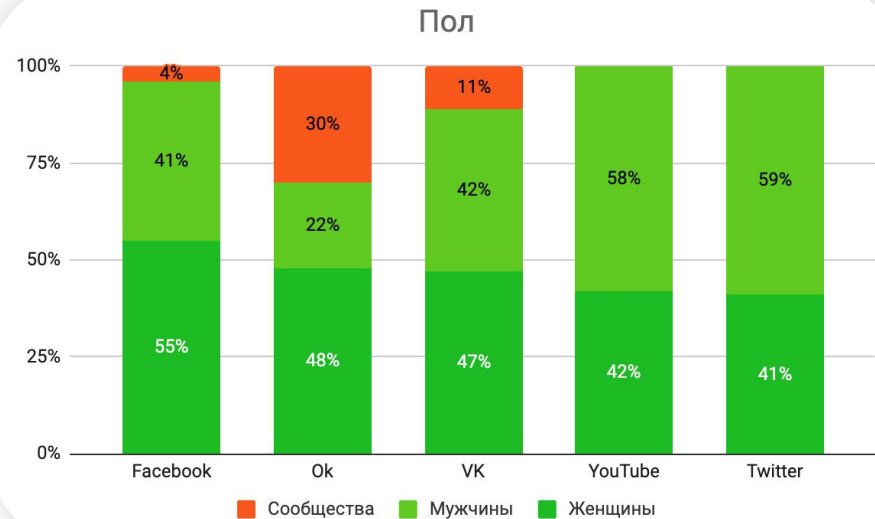
1 января 2021 года - 30 сентября 2021 года.

## География:

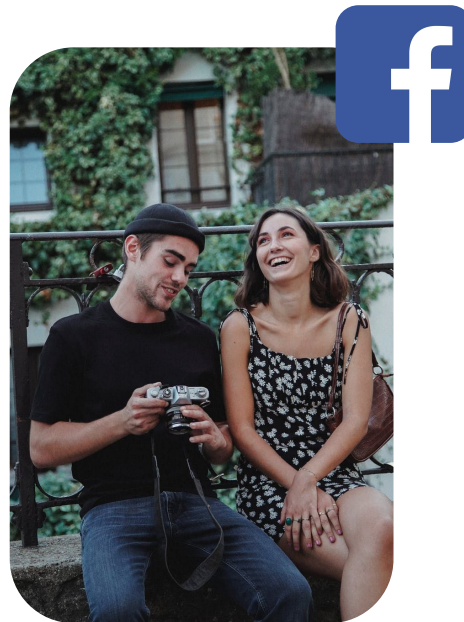
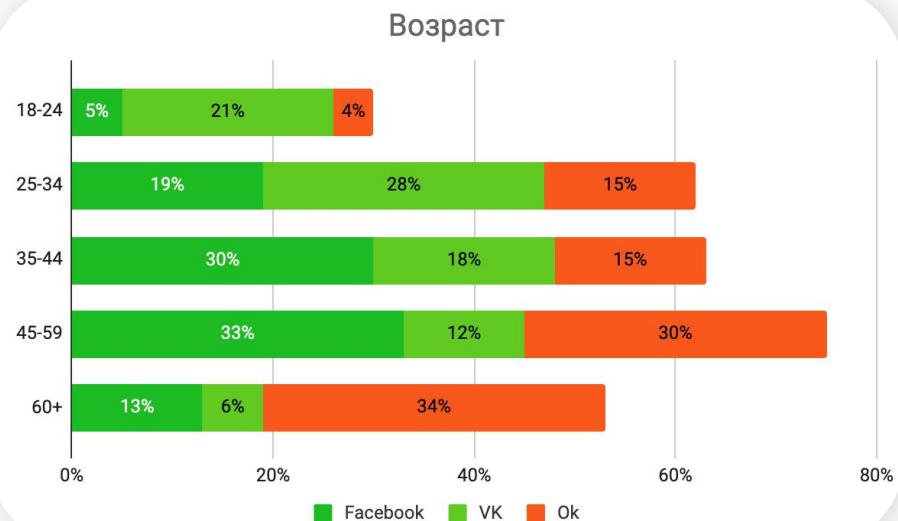
Россия



# Аудитория социальных сетей



В Facebook и Одноклассниках превагирует женская аудитория, в то время как мужчины предпочитают Twitter и YouTube. Вконтакте выбирают молодые люди до 35-ти лет, Facebook – миллениалы, Одноклассники – пользователи старше 40-ка.



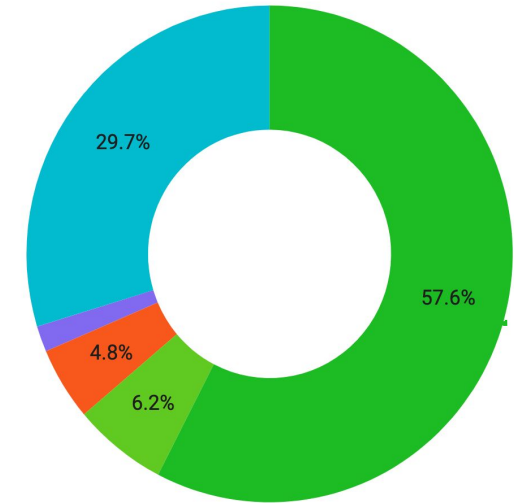


# Контент. Типы контента

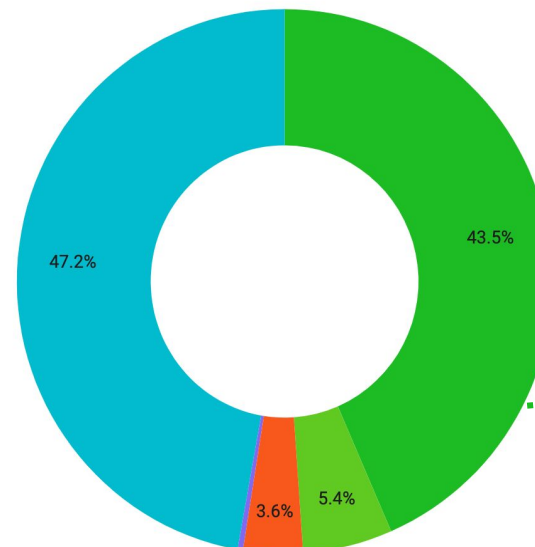
## Популярные типы контента в соцсетях

Посты личного характера доминируют как у российской аудитории соцсетей, так и у пользователей по всему миру. Второй по популярности – профессиональный контент.

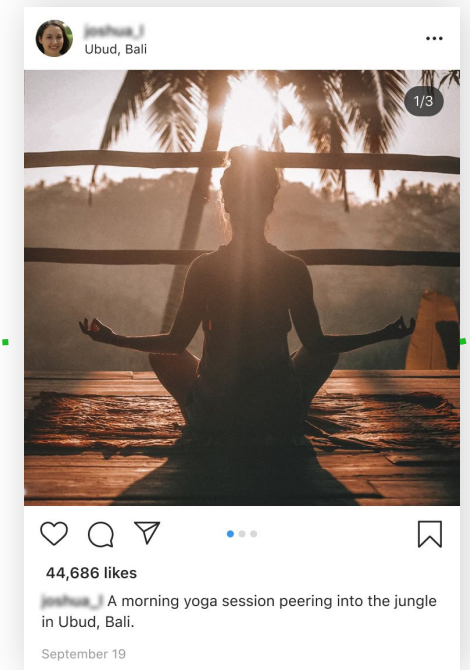
Главное отличие российской аудитории от общемировой в том, что в России активнее обсуждают новости, чаще обращаются с просьбами о помощи и делают посты на тему благотворительности.



● Личный ● Профессиональный ● Новостной ● Просьбы ● Другое



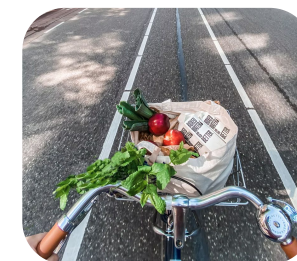
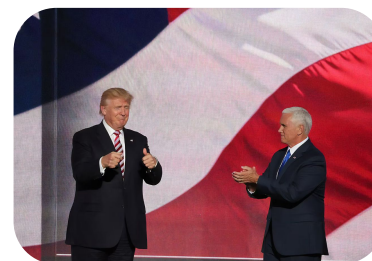
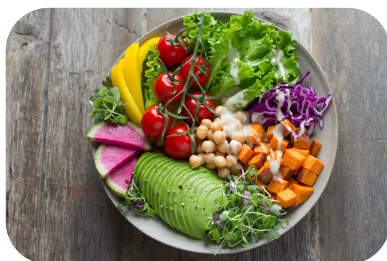
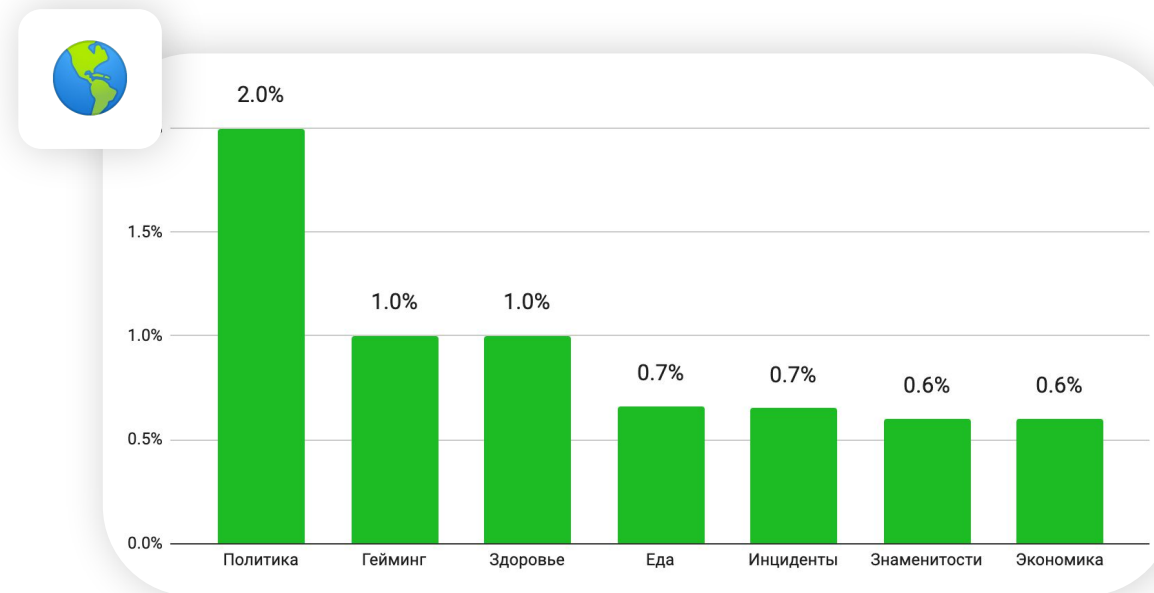
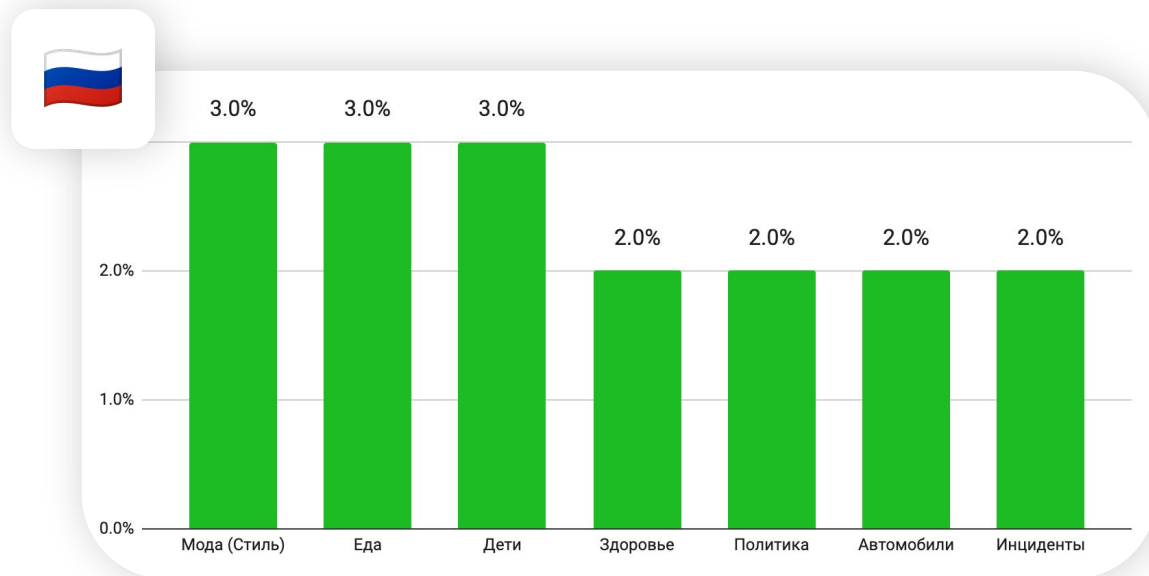
● Личный ● Профессиональный ● Новостной ● Просьбы ● Другое



# Контент. Тематики обсуждений

## Самые обсуждаемые темы в социальных медиа

Если пользователи по всему миру предпочитают обсуждать политику, компьютерные игры и здоровье, в России в топе интересов – мода, еда и дети.



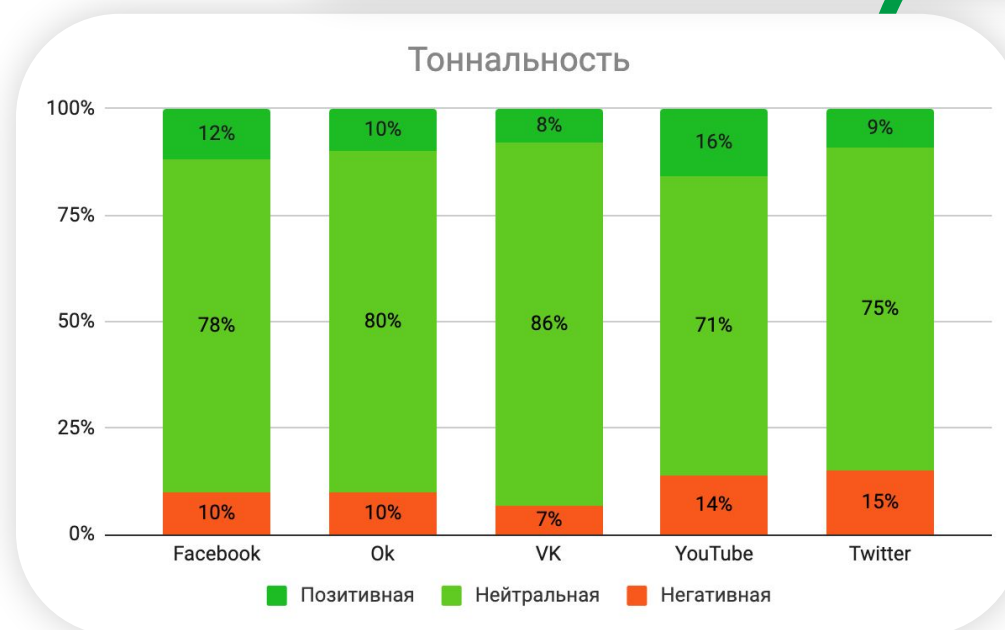
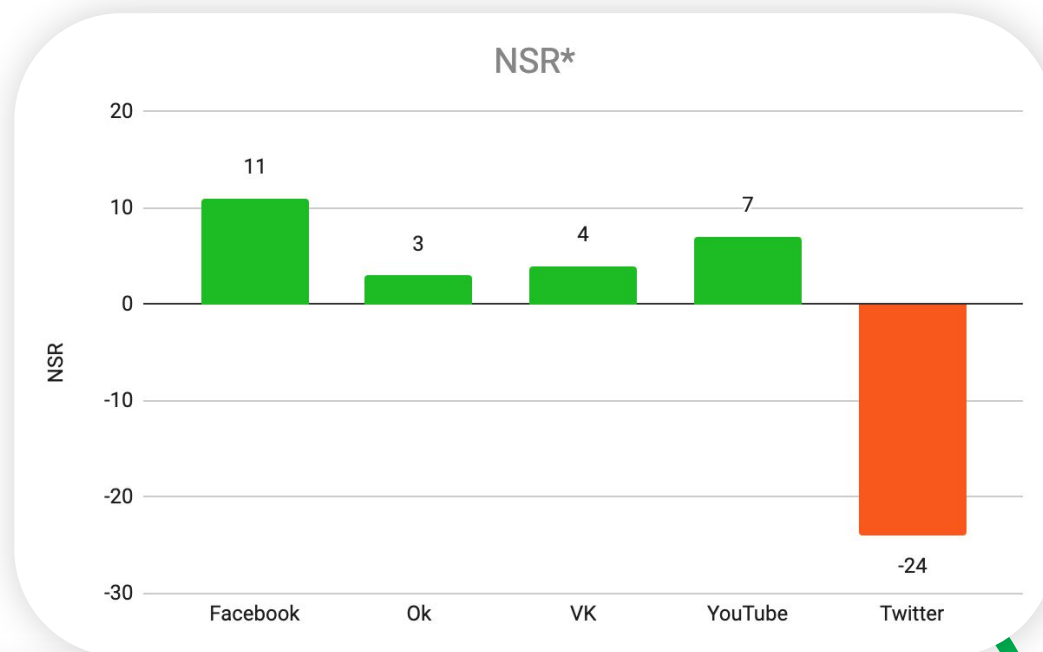
# Контент. Сентимент

## Соотношение позитивных и негативных постов в соцсетях

Facebook и YouTube лидируют по количеству позитивных упоминаний.

Основной источник негатива – Twitter: именно в этой соцсети сконцентрировано большое количество публикаций о политике. Пользователи обсуждают преимущественно персону Алексея Навального и события вокруг него.

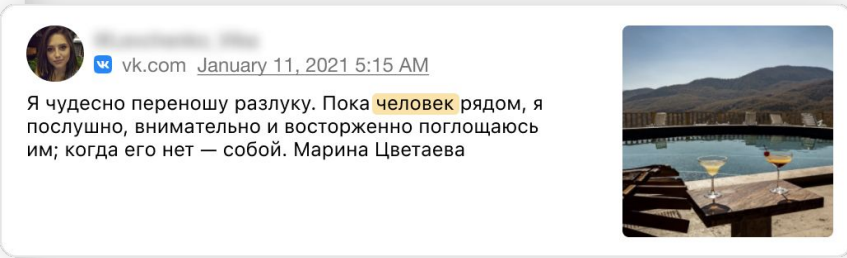
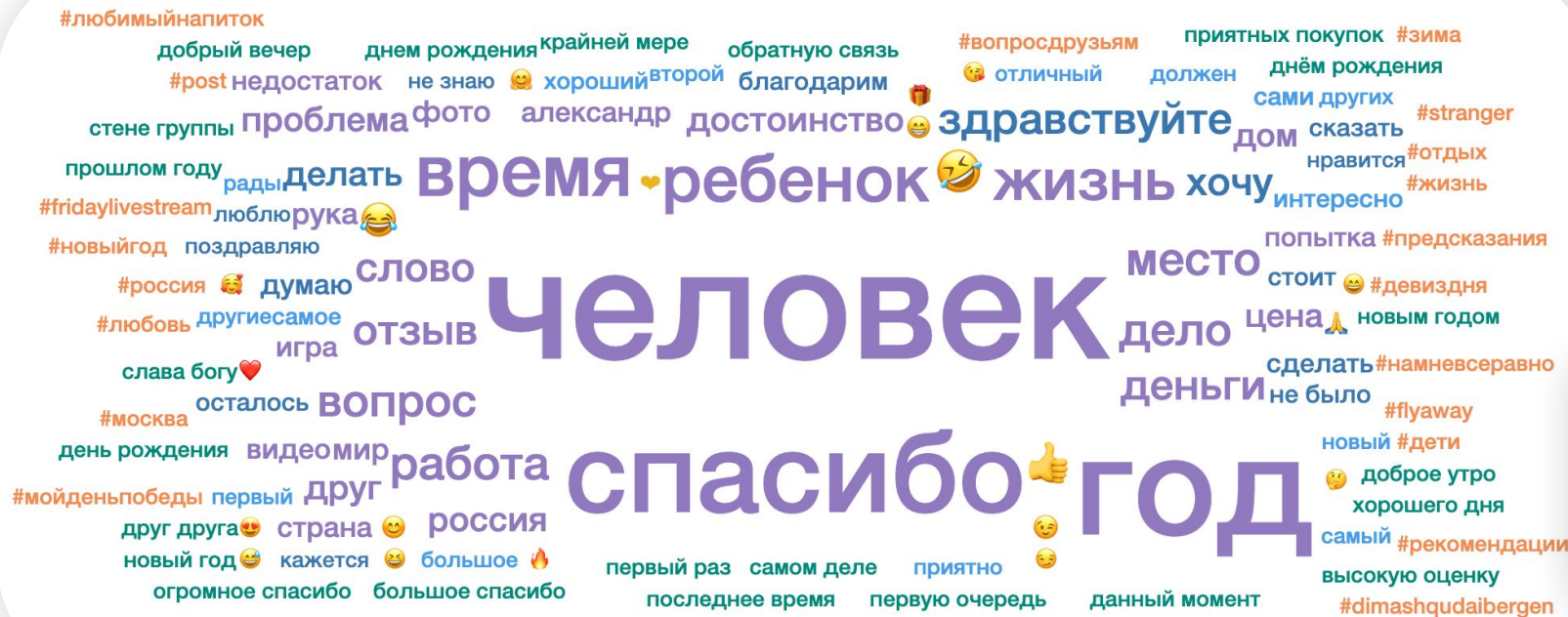
*\*NSR = (кол-во позитивных упоминаний - кол-во негативных упоминаний)/(кол-во позитивных упоминаний + кол-во негативных упоминаний)\*100*



# Контент. Облако слов

## Часто упоминаемые слова в соцсетях в России

Самым популярным словом в 2021 году в России стало слово “Человек”. Причина в том, что российские пользователи часто обсуждают ситуацию с соблюдением прав человека, а также постят философские посты на тему судьбы человека.





# Контент. Облако слов

## Популярные хештеги в соцсетях в России

Главным хэштегом 2021 года стал #ВопросДрузьям. Большую популярность он приобрел благодаря Одноклассникам. Пользователи публиковали различные фото в соцсети и с помощью этого хэштега предлагали аудитории угадать, кто изображен на фото, в каком месте оно сделано и т. п.

#новыйгод #отдых #рекомендации #жизнь #любимыйнапиток  
#предсказания #девиздня #мойденьпобеды #москва  
#намневсеравно #россия

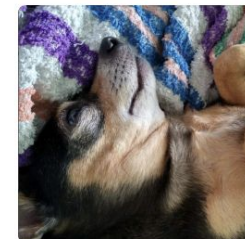
# #вопросдрузьям

#зима #flyaway #dimashqudaibergen #post  
#дети #stranger #fridaylivestream #любовь



ok.ru June 14, 2021 7:47 AM

Угадайте, кто на этом фото? #ВопросДрузьям



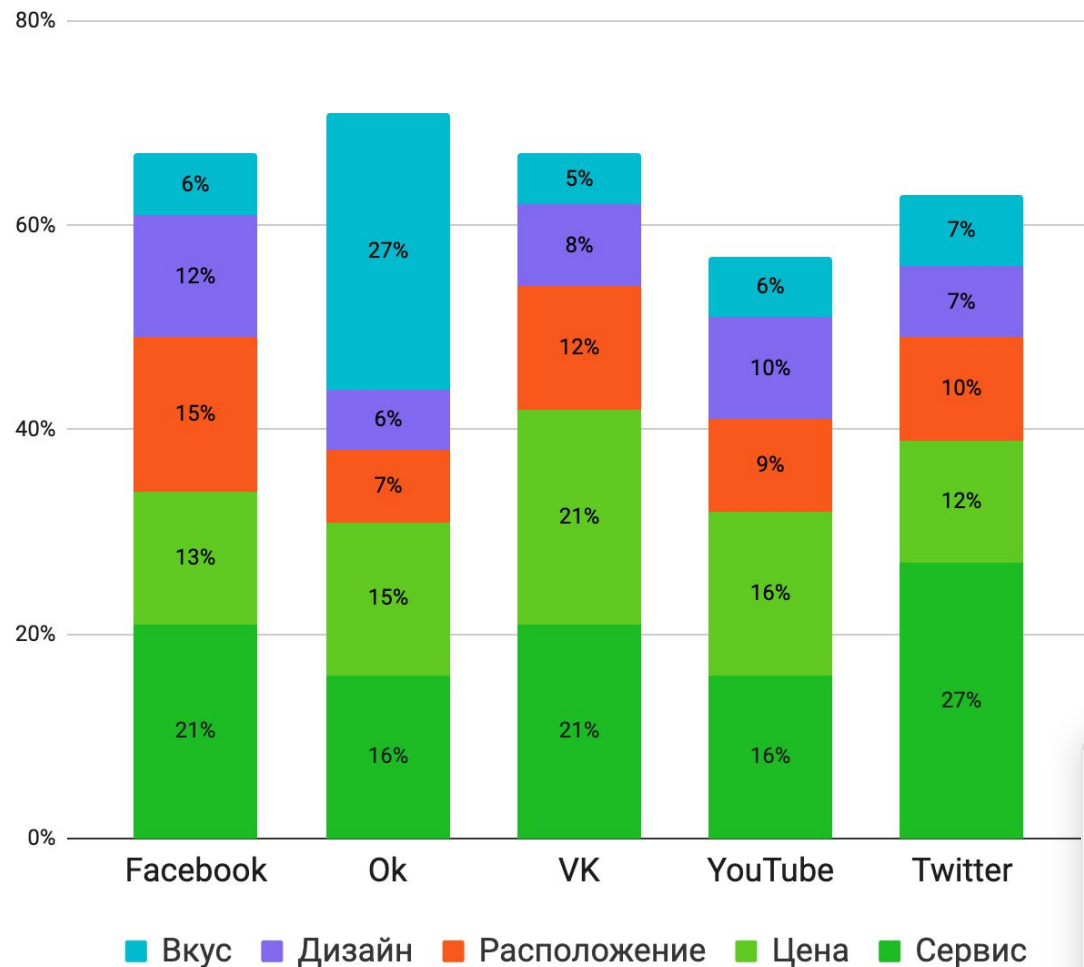


## Эмодзи, пользующиеся популярностью у российских пользователей соцсетей

[illegible]

# Контент. Аспекты обсуждений\*

Топ 5 аспектов



Самые обсуждаемые аспекты в России – цена на товары и услуги, а также качество сервиса. Именно эти характеристики упоминаются в большинстве постов во всех соцсетях за исключением Одноклассников. В ОК главным аспектом обсуждений стал вкус благодаря многочисленным рецептам, которые публикуют пользователи.

*\* Аспекты — это характеристики сервиса, услуги или товара, к которому пользователь может выразить свое отношение – позитивное, негативное или нейтральное. Аспектами могут быть дизайн, упаковка, вкус, цена, ассортимент, расположение и т. д. Аспекты определяются с помощью машинного обучения.*



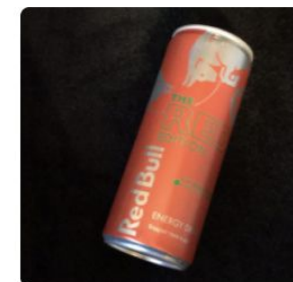
twitter.com January 6, 2021 0:06

Приятный летний вариант любимейшего напитка :)  
Достоинства: красивая упаковка, легко найти, не слишком сладкий, нет послевкуся подсластителя.

😊 Вкус

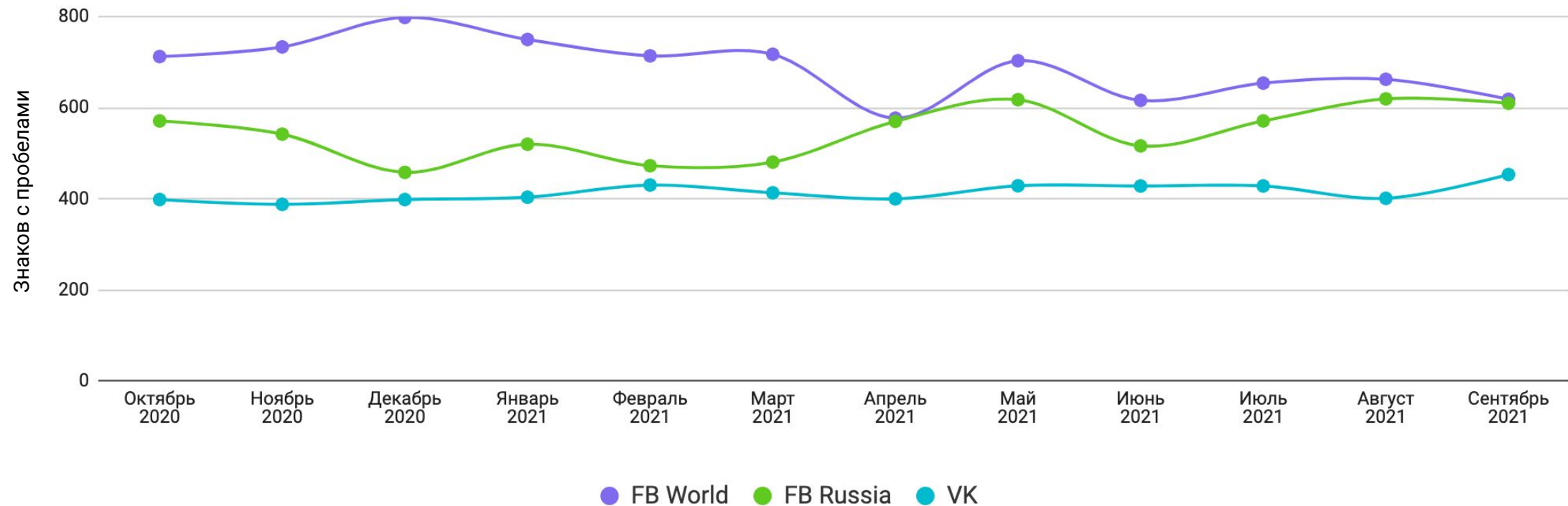
😊 Упаковка

😊 Дизайн



## Контент. Лонгриды vs Шортриды

Средняя длина Facebook-поста в России почти в 1,5 раза короче, чем в мире и составляет 500-600 символов с учетом пробелов. Если размер постов в мире сокращается, то в России – увеличивается. На соцсеть Вконтакте этот тренд не распространился: средняя длина поста здесь не растет и не уменьшается.



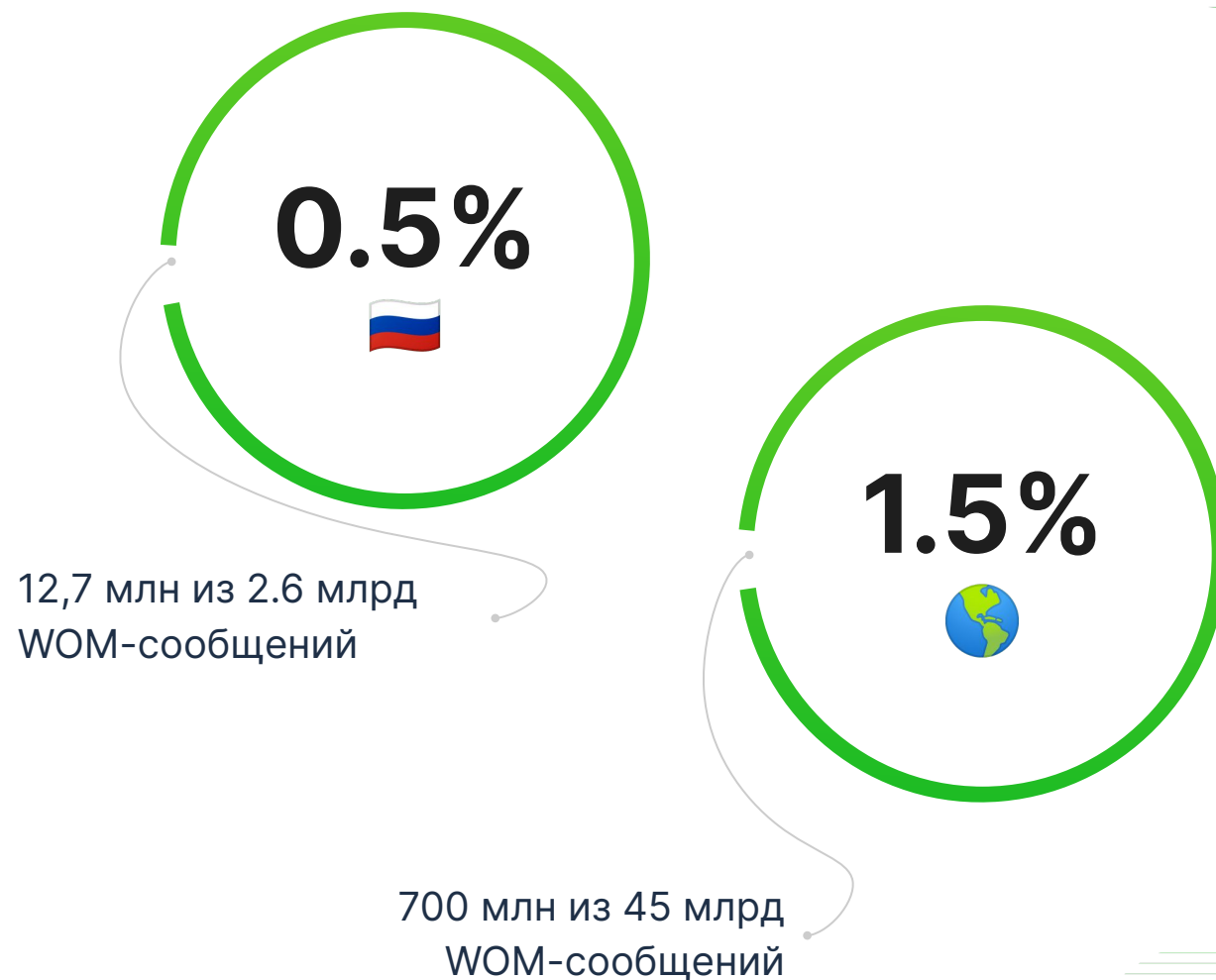
# Контент. Внешние ресурсы

Часто ли пользователи соцсетей публикуют ссылки на сторонние ресурсы на своих страницах?

В России таких публикаций всего 0,5%. В мире ссылки публикуют в 3 раза чаще, однако их количество все равно невелико – всего 1,5%.

Это значит, что вероятность того, что пользователи поделятся ссылкой на новость в СМИ, выгодную акцию интернет-магазина или любой другой контент со внешнего ресурса очень невелика.

*\*WOM-упоминания – посты, в которых пользователь делится своим опытом использования продукта, сравнивает бренды, жалуется или рекомендует, задает вопросы.*

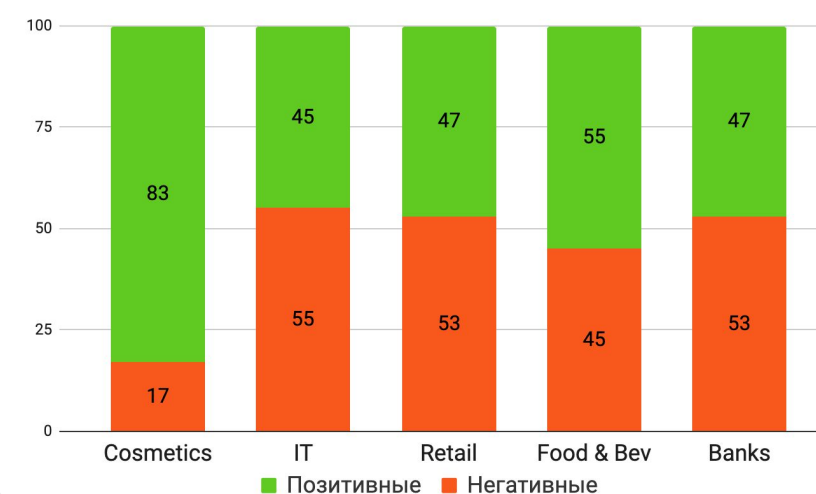
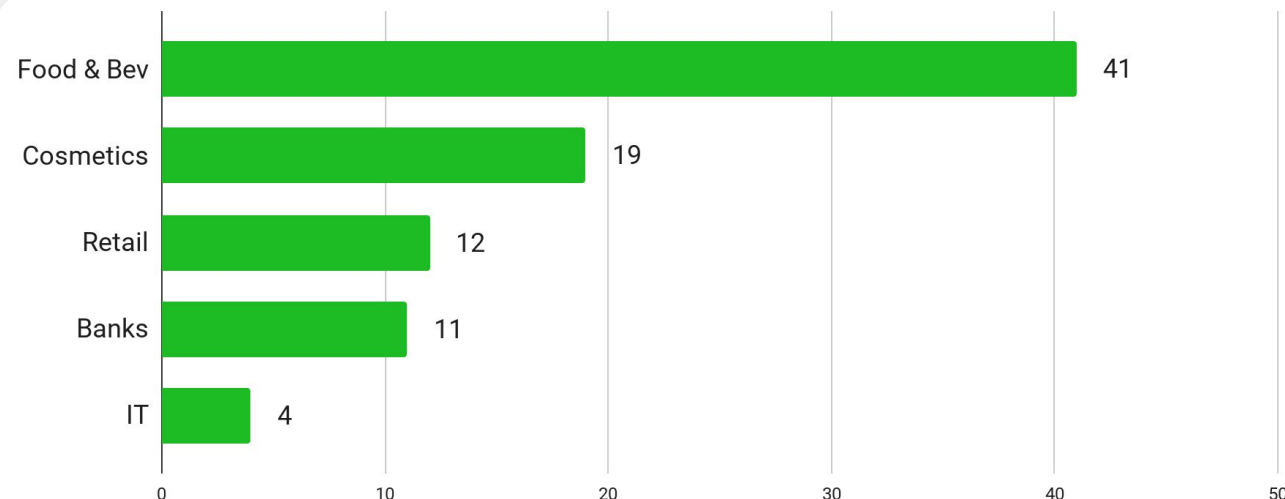


# Индустрии. Сентимент и вовлеченность

## Какие индустрии чаще всего обсуждают российские пользователи соцсетей

“Косметика” – единственная сфера, в которой доля позитивных постов выше, чем негативных.

Больше всего реакций (репостов, лайков и комментариев) на пост получают компании из индустрии “Еда и напитки”. Меньше всего пользователи соцсетей вовлекаются в обсуждение сферы IT.



Больше информации  
об индустриях в  
отчете с  
бенчмарками

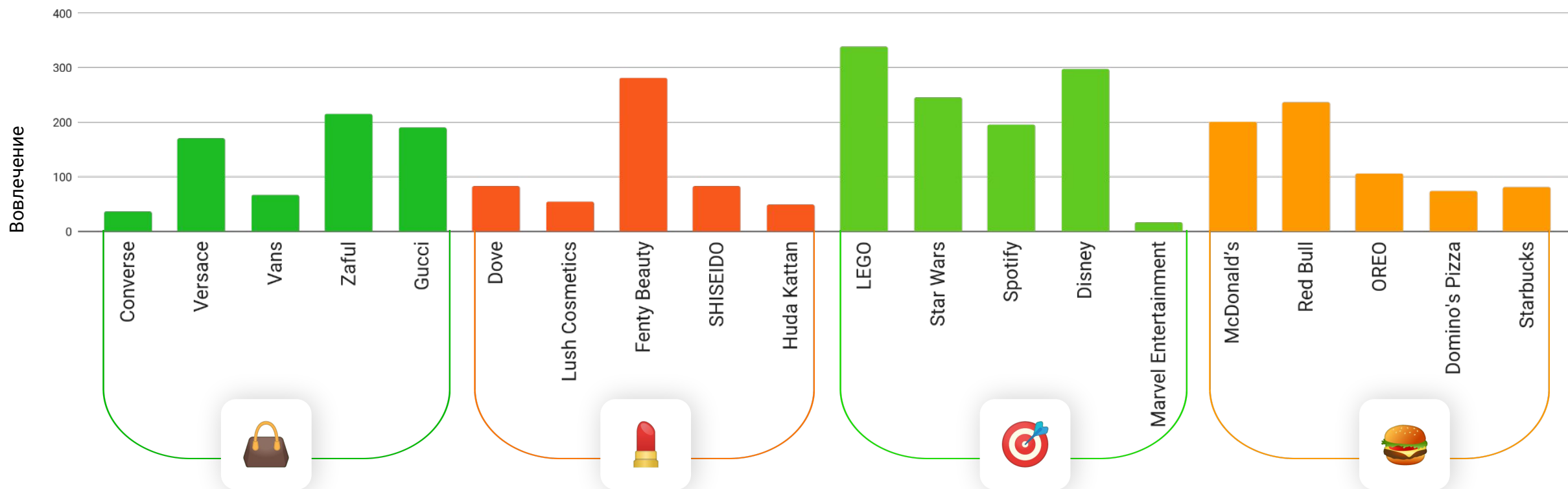
[Скачать отчет](#)



# Индустрии. Бренды

## Аккаунты каких брендов и индустрий наиболее популярны в соцсетях

Самые популярные индустрии в мире – это “Мода”, а также “Еда и напитки”. Бренды именно из этих сегментов собрали самое большое количество реакций (лайков, комментариев и репостов). Модный аккаунт #1 в соцсетях – это китайский ритейлер Zaful. В сегменте “Косметика” лидирует бренд певицы Рианны Fenty Beauty. В индустрии развлечений пальма первенства досталась Lego, а в сегменте “Еда и напитки” – Red Bull.



# Индустрии. Бренды

## Аккаунты каких брендов и индустрий наиболее популярны в соцсетях

Самые обсуждаемые индустрии в России – “Развлечения” и “Косметика”. Посты на страницах брендов из этих сфер собирают самое большое количество реакций – лайков, комментариев и репостов. В топе по вовлечению оказались преимущественно российские подразделения глобальных компаний: Netflix (Развлечения), Yves Rocher (Косметика), Canon (Технологии), Starbucks (Еда и напитки).



# Контент. Вовлечение (пример Pringles) 🌐

## В каких соцсетях посты одного и того же бренда наиболее популярны

Контент одного и того же бренда получает разное количество реакций (лайков, комментариев и репостов) от аудитории в зависимости от того, в какой соцсети он опубликован. Пример бренда Pringles подтверждает, что самое большое вовлечение брендам удастся получить в TikTok. На втором месте по эффективности – Instagram. Худшие результаты дает Facebook.

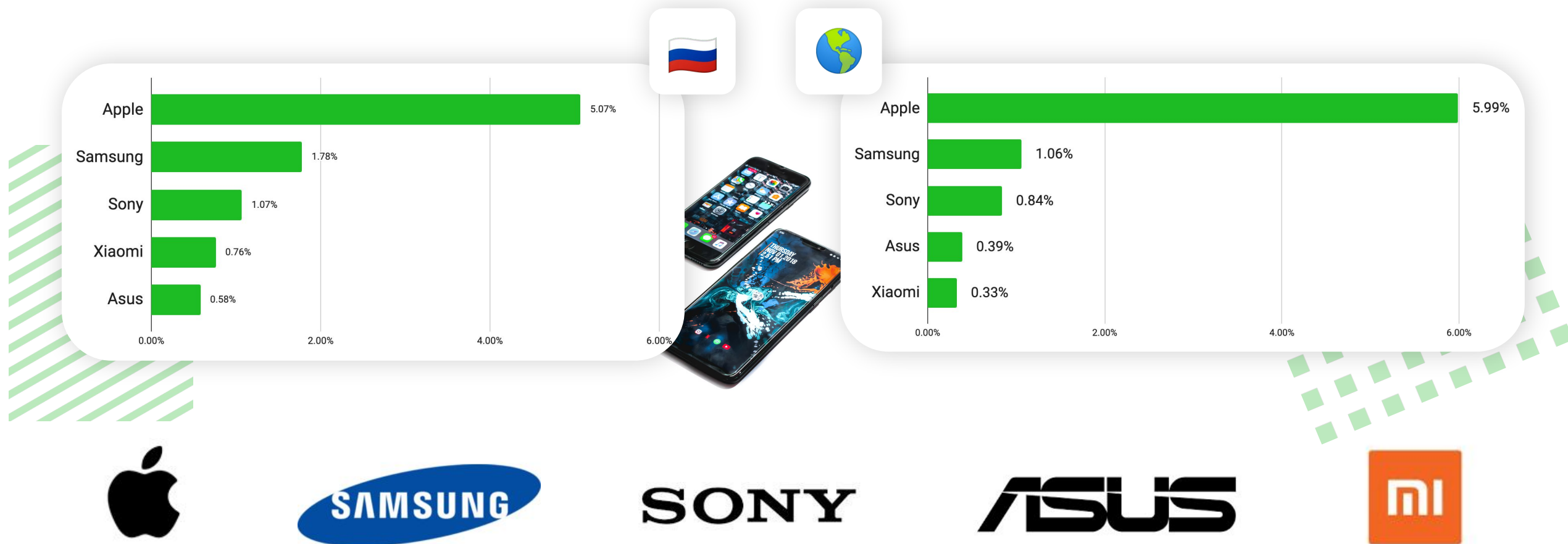
	Instagram (667K подписчиков)	Facebook (23.5M подписчиков)	Twitter (467K подписчиков)	TikTok (181K подписчиков)
“Новый вкус” (17 марта)	0.65%	0%	0.21%	—
“День дурака” (1 апреля)	1.98%	—	0.12%	—
“Новый вкус” (21 мая)	1.4%	0.01%	0.08%	14.5%
Пост “Люди счастливее летом” (21 июня)	0.17%	0%	0.02%	—
Пост “Время ланча” (24 августа)	0.48%	0%	0.03%	—
Пост “Хэллоуин” (1 октября)	0.30%	0%	0.04%	2.42%
Пост “Команды вкусов” (25 октября)	0.63%	0%	0.04%	—
“Movember” (1 ноября)	0.5%	0%	0.04%	—
“Созвездие” (5 ноября)	0.14%	0%	0.01%	—
“Всемирный день добра” (13 ноября)	0.3%	0%	0.02%	—



# Визуальная аналитика. Электроника

## Изображения с какими брендами пользователи соцсетей публикуют наиболее часто

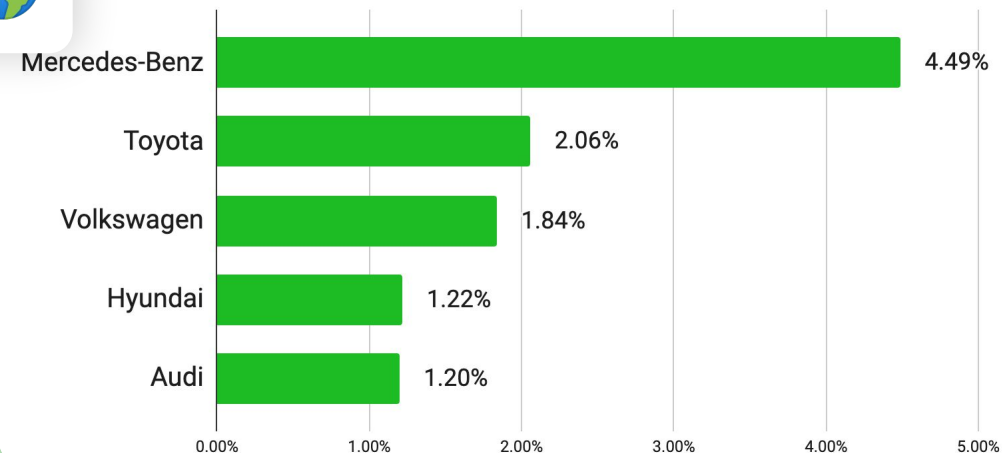
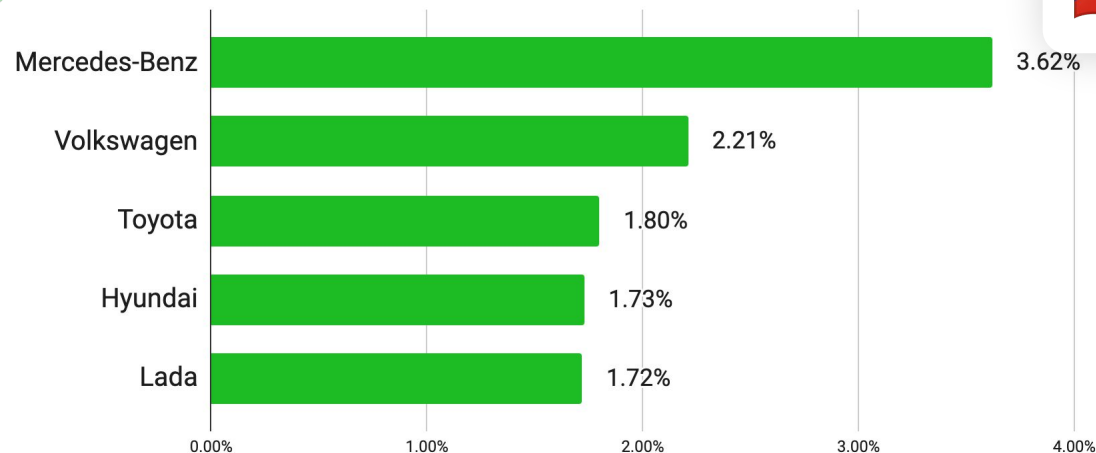
С помощью функции распознавания логотипов система мониторинга YouScan определила, что в сфере электроники самыми популярными брендами как в России, так и в мире стали Apple, Samsung и Sony.



# Визуальная аналитика. Автоиндустрия

## Изображения с какими брендами пользователи соцсетей публикуют наиболее часто

Mercedes-Benz – самый популярный автомобильный логотип в соцсетях как в России, так и в мире. Volkswagen и Toyota также оказались в тройке лидеров. Если в мире топ-5 закрывает бренд Audi, то в России это место досталось Lada.

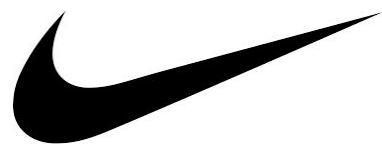
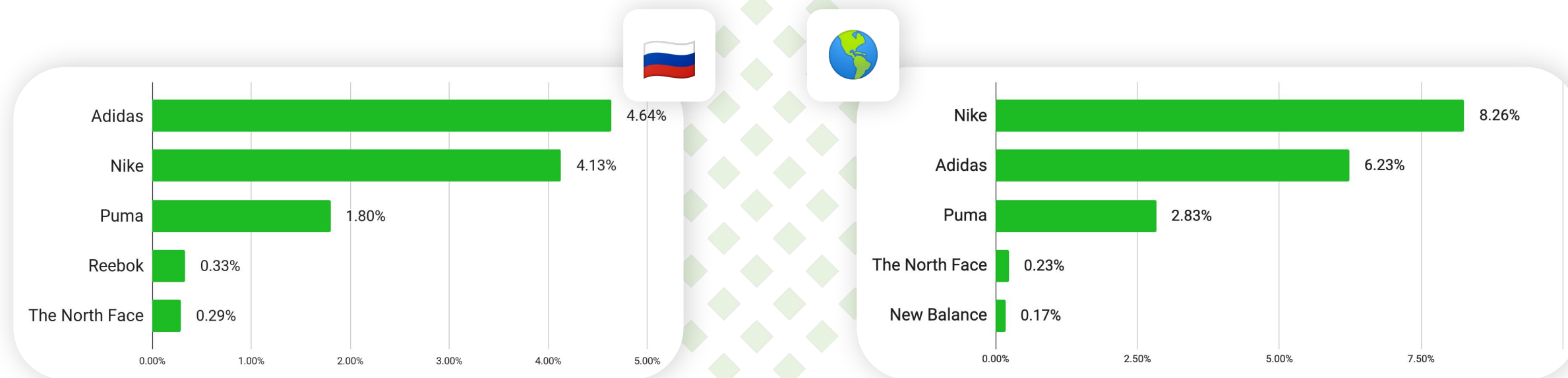




# Визуальная аналитика. Спорт

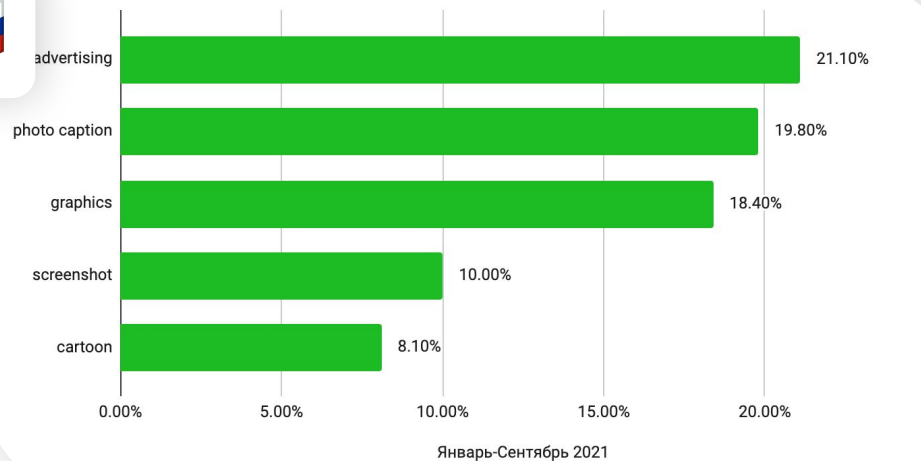
## Изображения с какими брендами пользователи соцсетей публикуют наиболее часто

Спортивным брендом №1 в России стал Adidas – именно этот логотип встречается на фото в соцсетях чаще, чем лого других брендов. В мире пальма первенства досталась Nike. Главное отличие от других стран мира – в России в пятерку популярных брендов вошел Reebok, в то время как в мире более популярен The North Face.

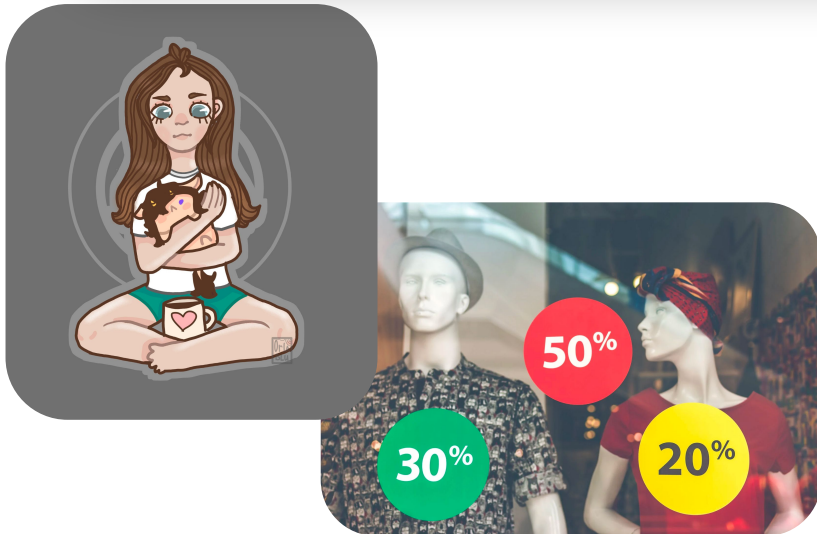
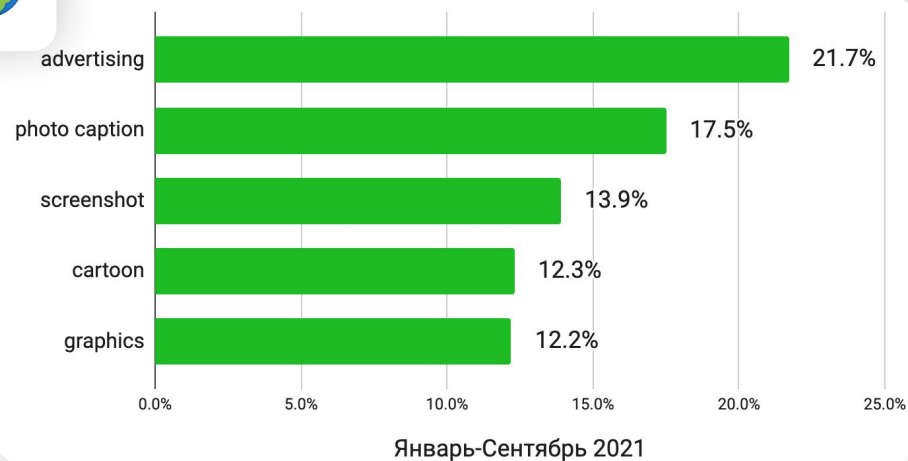


# Визуальная аналитика. Типы изображений

## Наиболее распространенные типы изображений

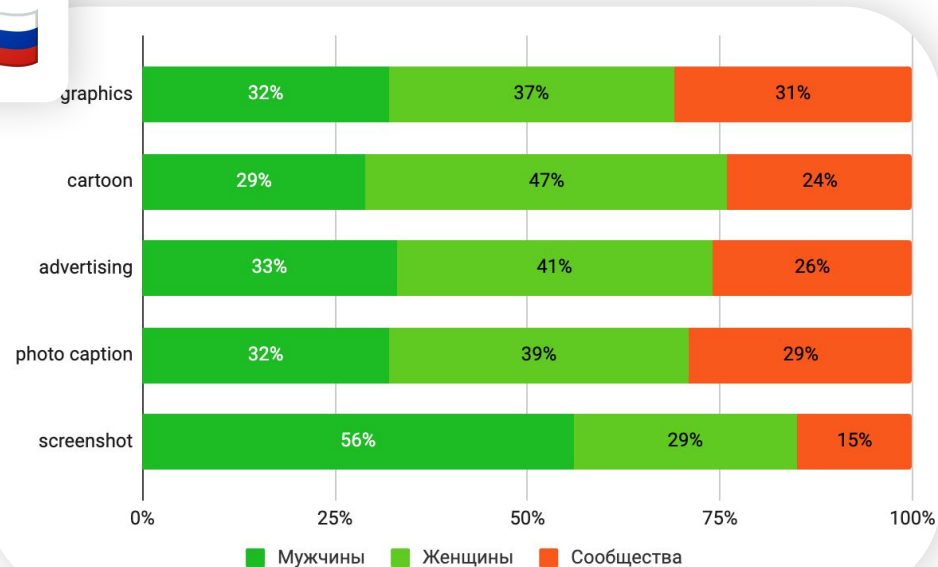


Самый популярный тип изображений как в России, так и в мире – реклама. Причина – во многочисленных коллаборациях брендов с инфлюенсерами. На втором и третьем месте – изображения с надписями и графика.



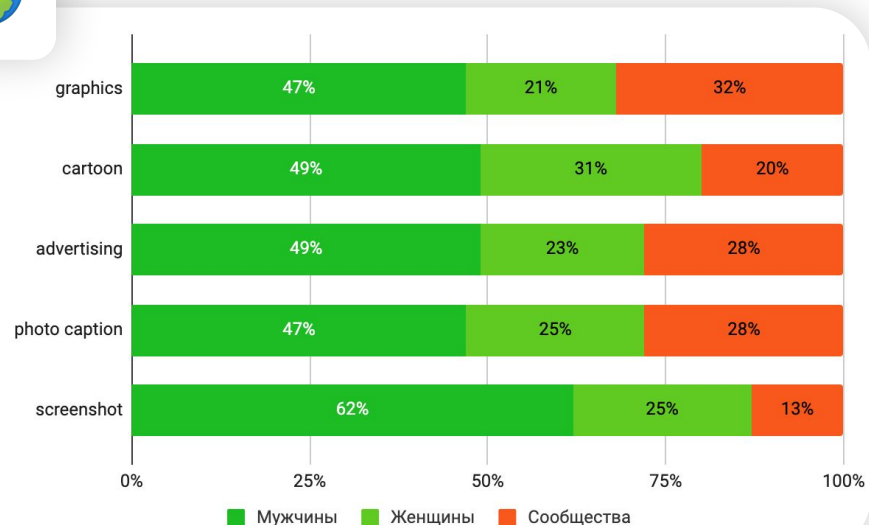
# Визуальная аналитика. Типы изображений

## Какие типы изображений чаще постят женщины и мужчины



Если в мире все самые распространенные типы изображений постят преимущественно мужчины, в России эта аудитория доминирует только в категории скриншотов.

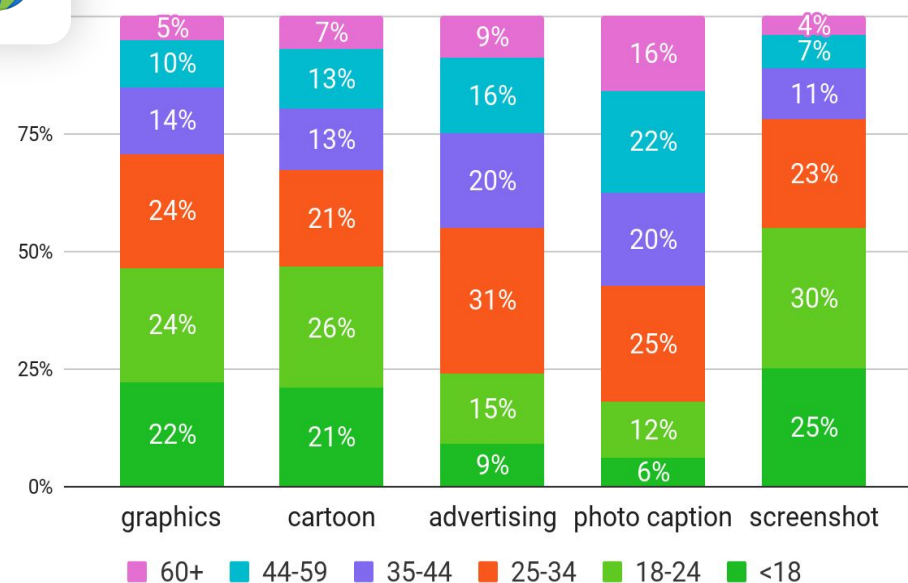
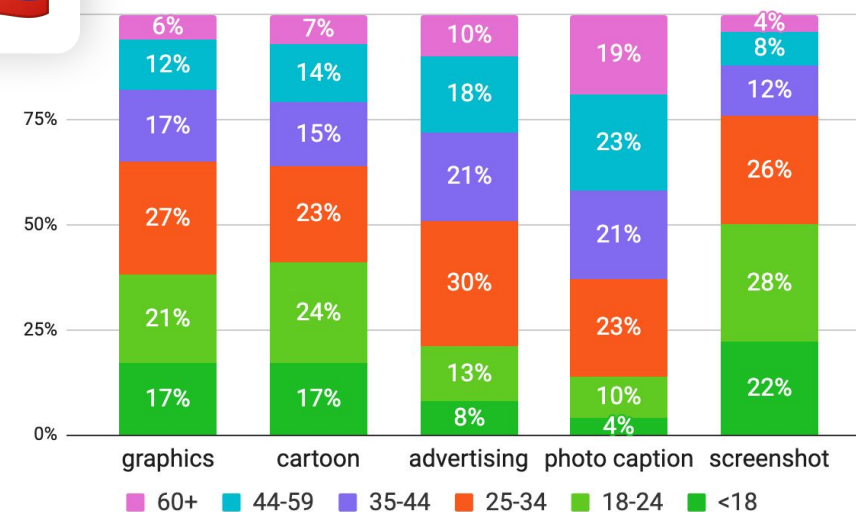
Графику, изображения, напоминающие мультфильмы, рекламу и изображения с надписями публикуют преимущественно женщины.



# Визуальная аналитика. Типы изображений

## Распределение популярных типов изображений по возрасту

Самый популярный визуальный контент среди аудитории до 24-х лет в России и в мире - скриншоты. Изображения с надписями чаще постят люди старше 45 лет, а рекламу - аудитория старше 25-и.

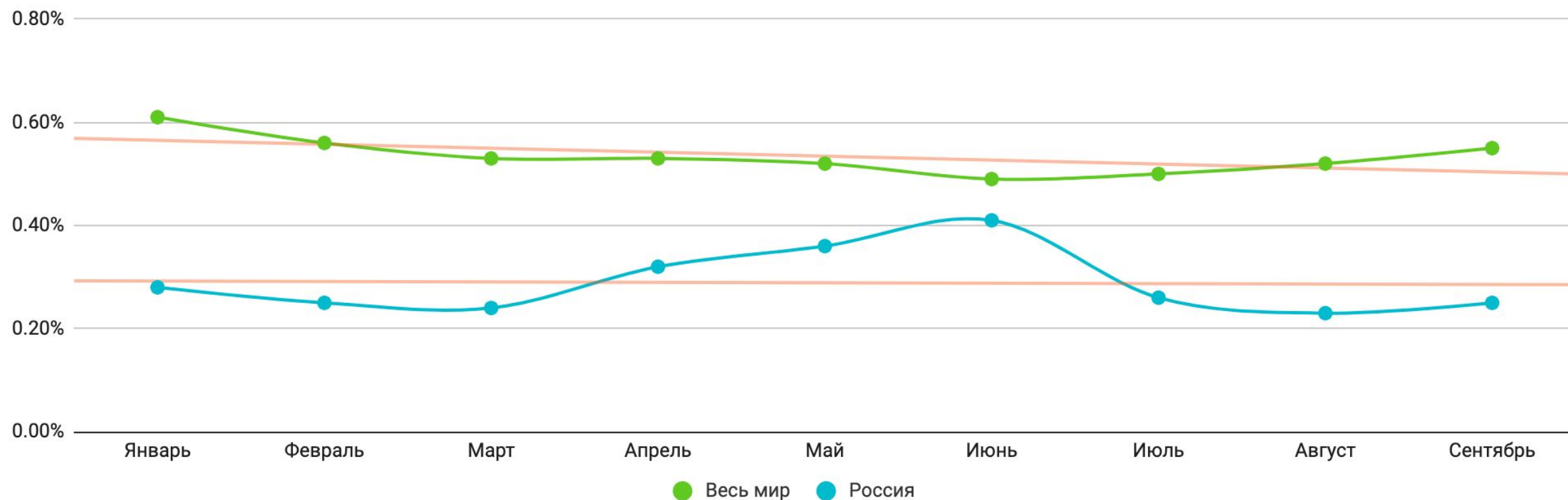


# Визуальная аналитика. Селфи

## Динамика популярности селфи в России и в мире

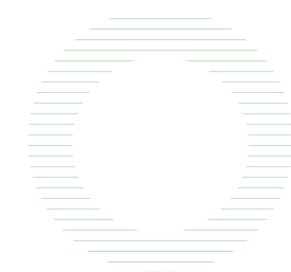
Первое селфи на камеру смартфона появилось на форуме в Австралии в 2002 году – то есть 20 лет назад. Несмотря на то, что этому виду фотографии так много лет, в 2021 году он был стабильно популярен в соцсетях: количество селфи не росло, однако и не падало.

Популярность селфи



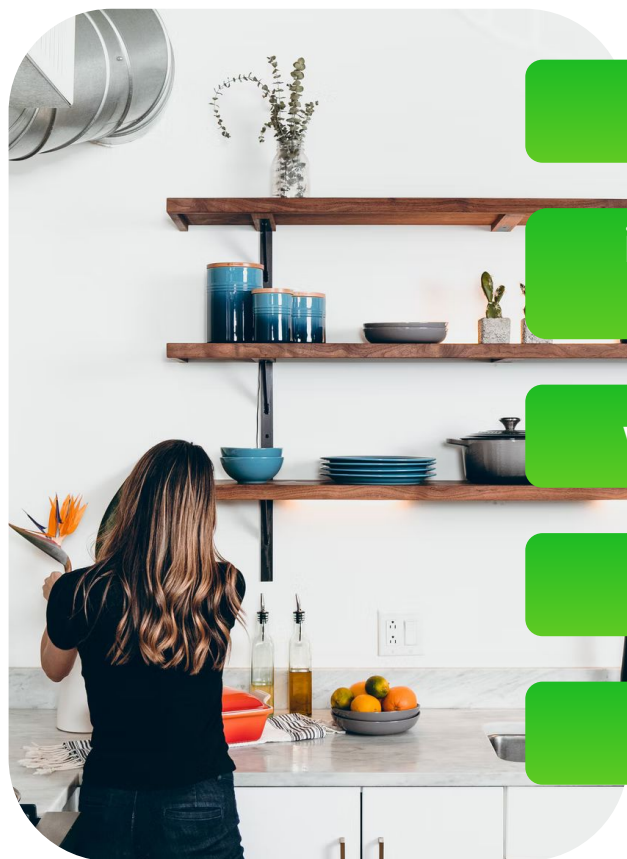


# Визуальная аналитика. Женщины vs Мужчины



## Изображения с каким содержанием чаще постят мужчины и женщины в России

Визуальная аналитика помогает понять, какие сцены, персоны, активности и объекты чаще всего присутствуют на изображениях, которые пользователи публикуют в соцсетях. На фото, которые постят женщины в России, самый популярный объект – платье, сцена – дизайн интерьера, активность – выпекание еды, а самый распространенный цвет – серый. У мужчин в топе – транспорт, природа и публичное выступление. Самый популярный цвет – также серый.



dress

interior  
design

woman

baking

grey

Объект

Сцена

Персона

Активность

Цвет

vehicle

nature

man

public  
speaking

grey

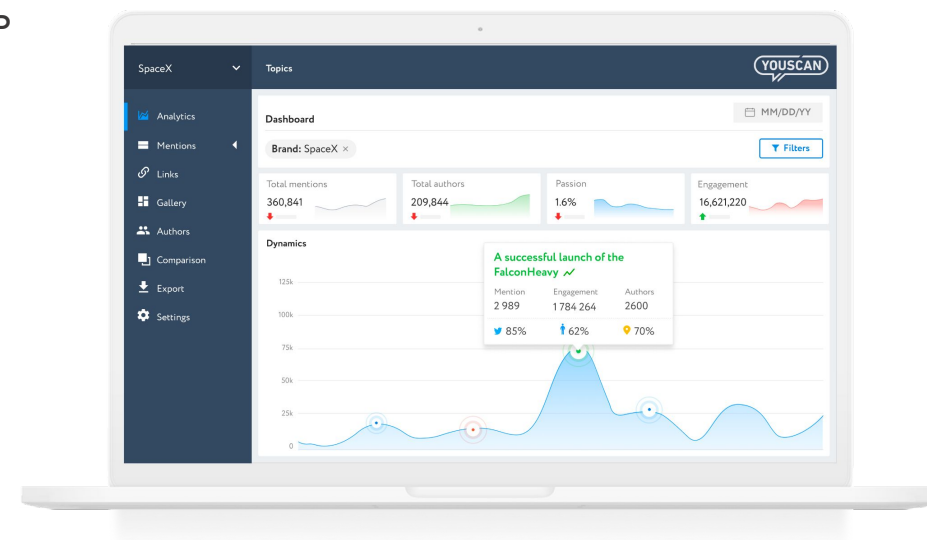


# О YouScan

**YouScan** – это система аналитики социальных медиа на базе искусственного интеллекта с лучшими в индустрии возможностями анализа изображений. Продукт помогает бизнесам по всему миру изучать мнения потребителей, находить клиентские инсайты и управлять репутацией брендов.

Система мониторит более 500 тыс. источников по всему миру, включая соцсети, онлайн-СМИ, сайты-отзовики, Google Maps, мессенджеры (Telegram), блоги и маркетплейсы.

Анализ тональности, способность находить тренды и возможность использовать умные оповещения в комбинации с интуитивным интерфейсом позволяет пользователям системы легко справляться с самыми сложными задачами.



[Получить демо-доступ](#)