

АНАЛИЗ ПРИСУТСТВИЯ БРЕНДА «РЕЦЕПТЫ БАБУШКИ АГАФЬИ» В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ОСНОВЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ОТЧЕТ

Отчет подготовлен для демонстрации методического подхода аналитического отдела компании «Мониторинг социальных медиа» (BrandSpotter.ru) к исследованиям, основанным на количественных данных. Центральный бренд для анализа и два бренда в роли его конкурентов выбраны произвольно. Ни один из упомянутых брендов не связан с компанией «Мониторинг социальных медиа», не является заказчиком данного отчета и не был поставлен в известность об исследовании.

В отчетах использованы данные из открытых источников. Имена авторов и текст упоминаний частично изменены без ущерба смыслу, ссылки на первоисточники (за исключением ссылок на профессиональных авторов тематических блогов о косметике) не приводятся для сохранения конфиденциальности в отношении сбора, использования, обработки хранения и защиты персональных данных пользователей.

Клиент: BrandSpotter.ru

Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

Оглавление

Краткое содержание.....	4
Количество упоминаний: 623	5
Динамика упоминаний по неделям	5
Тональность	7
Диаграмма распределения эмоциональных оценок.....	7
Динамика эмоциональных оценок.....	8
Источники	9
Сравнение с конкурентами	12
Количество упоминаний бренда и конкурентов	12
Источники упоминаний брендов-конкурентов	13
Динамика интереса к бренду и брендам-конкурентам.....	14
Динамика позитивных оценок	15
Динамика негативных оценок.....	15
Влиятельные пользователи	16
Упомянувшие бренд «Рецепты бабушки Агафьи».....	16
Упомянувшие бренды-конкуренты	17
Выводы	18
Контакты.....	19
Приложение 1: методология анализа	20
Приложение 2: описание наиболее популярных источников	21
Введение	21
Социальные сети	21
ВКонтакте.....	21
LiveJournal.com	22

Twitter.com	23
Блог-платформы.....	24
Blogger.com.....	24
Порталы отзывов и тематические ресурсы	25
Бэби.ру.....	25
Дети.Mail.ru	26
Irecommend	27
Forum.cosmo.ru.....	28
Региональные ресурсы.....	29
kirovchanka.ru	29
Yaportal.....	29

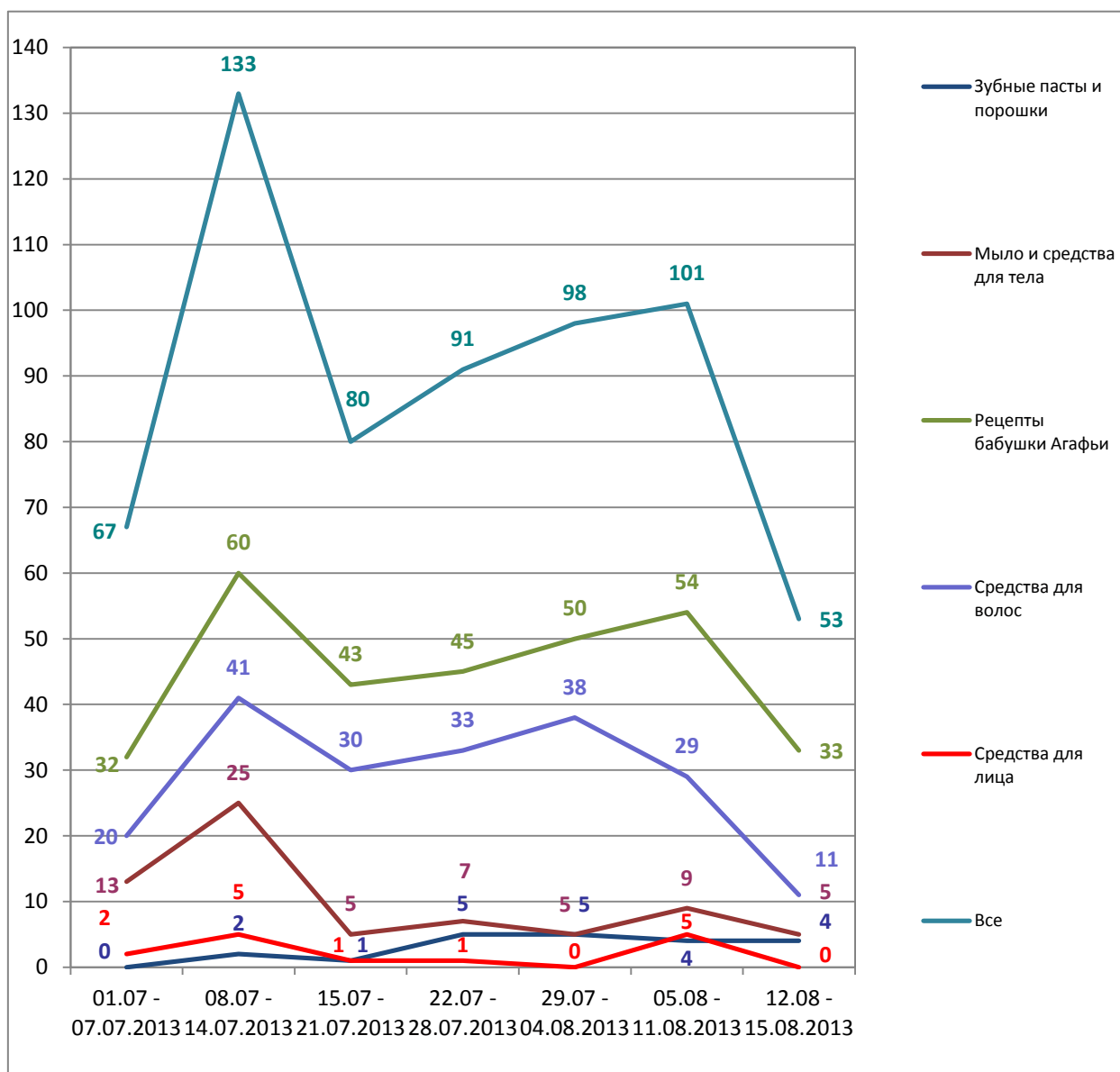
Краткое содержание

- **Темы.** При анализе массива упоминаний бренда «Рецепты бабушки Агафьи» были выявлены определенные устойчивые тенденции обсуждений, поэтому высказывания сгруппированы по следующим темам: «Средства для волос», «Мыло и средства для тела», «Зубные пасты и порошки», «Средства для лица» и «Рецепты бабушки Агафьи» (общая информация о бренде, а также упоминания различных продуктов в одном контексте).
- **Количество упоминаний** бренда в социальных медиа: 623 упоминания за период исследования. Средства для волос обсуждали в среднем 29 раз в неделю, мыло и средства для тела — 10 раз, зубные пасты и порошки — 3 раза, средства для лица — 2 раза, общую тему — 45 раз в неделю.
- **Эмоциональный фон.** Восприятие бренда можно охарактеризовать как нейтральное.
- **Источники.** 48% всех упоминаний бренда приходятся на социальную сеть ВКонтакте, по 9% высказываний зафиксировано в Твиттере и на тематическом портале deti.mail.ru.
- **Конкуренты.** В анализ вошли два конкурента бренда «Рецепты бабушки Агафьи»: «Чистая линия» (одинаковый ценовой сегмент и похожее позиционирование) и «Черный жемчуг» (близкий ценовой сегмент и российское производство). Конкурента «Черный жемчуг» упоминали в 4 раза реже брендов «Рецепты бабушки Агафьи» и «Чистая линия».

Данный тип отчета предполагает только анализ статистических данных. Содержание упоминаний привлекается к анализу для объяснения количественных всплесков динамики и заметных отличий в статистике по источникам, эмоциям и так далее.

Количество упоминаний: 623

Динамика упоминаний по неделям



Количество упоминаний бренда «Рецепты бабушки Агафьи» в социальных медиа с 1 июля по 15 августа 2013 года — 623. Максимум графика динамики упоминаний бренда на второй неделе периода обусловлен дискуссией на портале deti.mail.ru (58 высказываний, большинство из них — 10 июля). Автор исходного поста просит пользователей форума поделиться опытом использования продукции бренда:

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

Всем хорошего вечера! Кто-то пользуется данной линией косметической? Что-то есть из продукции, что прямо Вам подходит и реально нравится? Интересует отзыв о "Натуральном сибирском мыле для бани" — прям так народ в отзывах восхищается черным мылом, есть еще белое и цветочное, волосы необыкновенно как-то оживляет. Сколько людей- столько мнений, конечно. Но не верится, что большая часть отзывов- заказные и оплаченные))

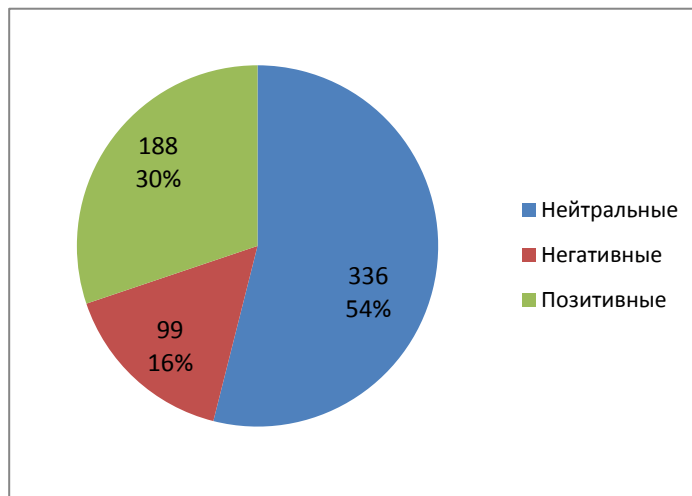
Vesnushka, пользовательница форума на портале дети.mail.ru

57 комментариев к этой записи отражают личное отношение потребителей к различным продуктам «Рецепты бабушки Агафьи», из них:

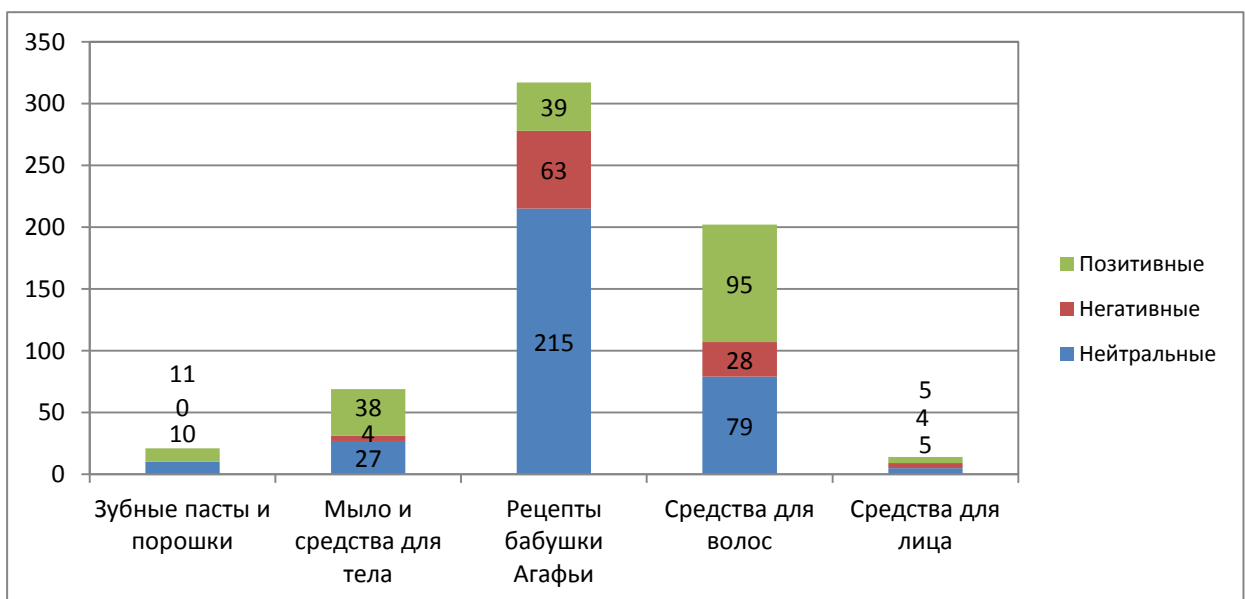
- 21 позитивная оценка;
- 15 оценок в негативном ключе;
- 21 упоминание не имеет выраженной эмоциональной окраски.

Тональность

Диаграмма распределения эмоциональных оценок



Восприятие бренда «Рецепты бабушки Агафьи» в социальных медиа можно охарактеризовать как нейтральное.



Наиболее позитивно пользователи отзываюся о зубных пастах и порошках «Рецепты бабушки Агафьи» (52% позитивных упоминаний, негатива нет).

Наибольшее количество негативных оценок — в общей теме «Рецепты бабушки Агафьи»: 12% позитивных и 20% негативно окрашенных высказываний (описание темы см. в [«Кратком содержании»](#)). К этой теме были также отнесены 44 перепоста списка компаний, тестирующих свою продукцию на животных:

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

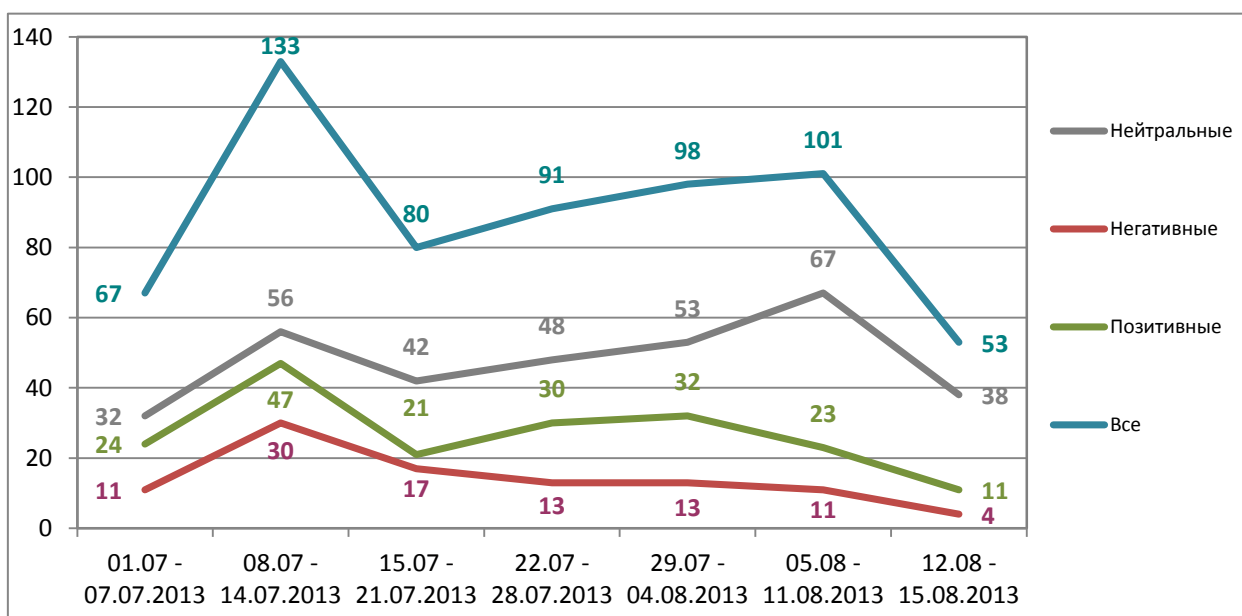
Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

Списки фирм, которые ПРОВОДЯТ опыты над животными:
Procter & Gamble... Русское поле. Рецепты Бабушки Агафьи.

Ирина, 29 лет, 36 друзей в сети ВКонтакте

Стоит отметить, что хотя упоминания «черного» списка различаются между собой минимально (одни и те же фотографии и в 90% случаев одинаковое вступление), конкурент «Чистая линия» в нем упоминается лишь в 10 случаях из 44.

Динамика эмоциональных оценок



Максимум графика нейтральных упоминаний в начале августа в основном обусловлен обсуждением совместных оптовых закупок продукции бренда — 32 высказывания в сети ВКонтакте и 6 на региональном ярославском форуме Yarportal.ru. Сообщения выглядят абстрактно, например:

здравствуйте 4607040314249 "ДР" маска д/волос "питательная" 500 мл. 6 77,32р. 4607040314287 "ДР" маска д/волос "шелковая" 500 мл. 6 77,32р.

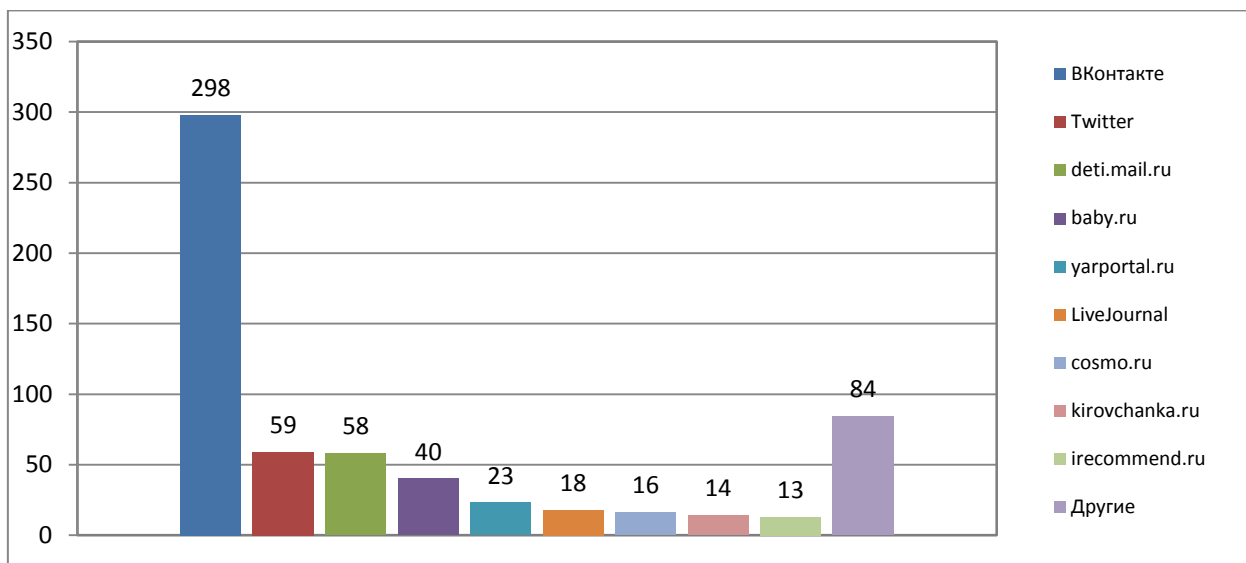
Chumaroska, 106 сообщений на форуме Yarportal.ru

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

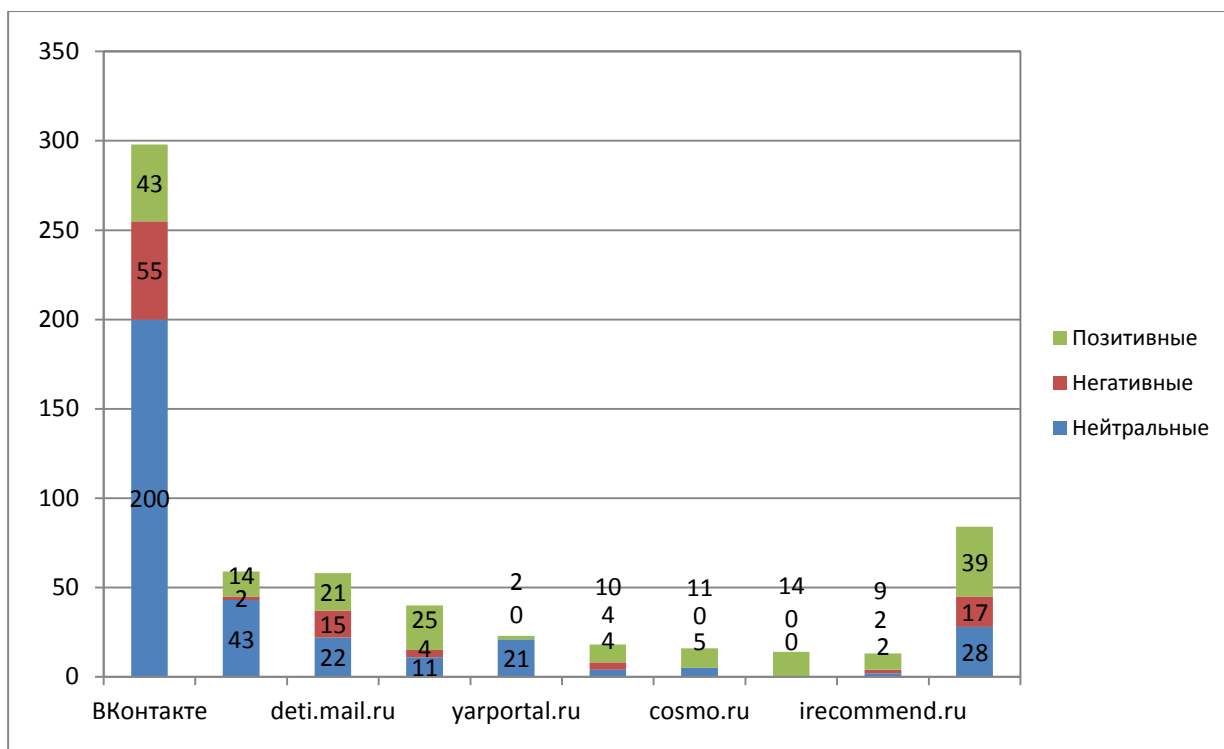
Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

Источники



Восприятие бренда на основных платформах нейтральное:

- 14% позитивных и 18% негативно окрашенных упоминаний в сети ВКонтакте;
- 24% позитивных и 3% негативно окрашенных высказываний в Твиттере;
- 36% позитивных и 26% негативно окрашенных упоминаний на форуме deti.mail.ru.



Отношение к бренду на форумах baby.ru, cosmo.ru и kirovchanka.ru позитивное.

Доля позитивных упоминаний на родительском форуме baby.ru составляет 63%, доля высказываний в негативном ключе — 10%. 21 из 25 позитивных упоминаний на этой платформе посвящены средствам по уходу за волосами — продукция «Рецепты бабушки Агафьи» (капсулы, шампуни, мыло) помогает молодым мамам справиться с проблемой выпадения волос после родов:

*у меня после родов лезли ужасно, спасибо бабушке Агафье за ее масочку...
хоть лезть так перестали*

ДеловаяКолбаса, молодая мама, Оренбург. Цитата с Baby.ru

Позитивно (56% позитивных и 22% негативно окрашенных высказываний) воспринимают бренд и пользователи LiveJournal, которым в целом свойственно критическое отношение к используемой продукции:

Мне банальная "бабушка Агафья" помогла-а чувствительность была акая, что я фрукты комнатной температуры есть не могла и воду только теплую пила

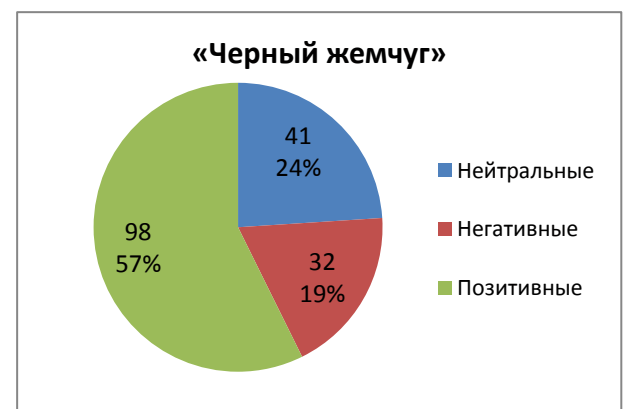
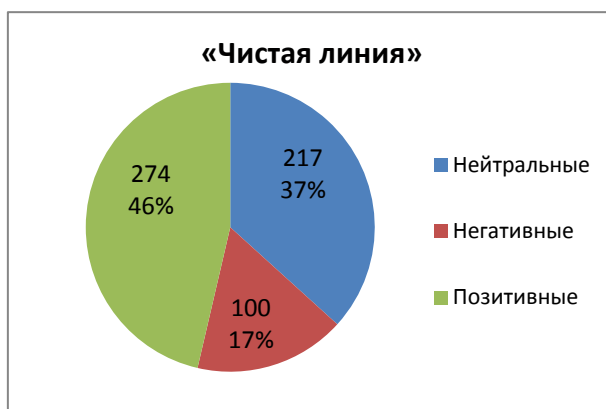
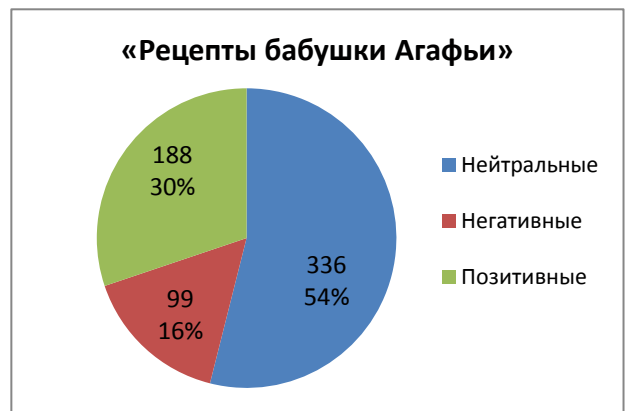
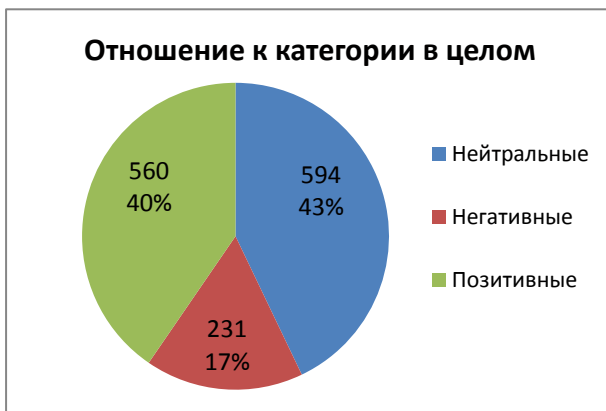
Пользователь Entaliya, настоящее имя и возраст скрыты, Украина, 266 постоянных читателей по статистике Livejournal, пишет в журнале пользователя natleo_rat, Москва, настоящее имя скрыто, 233 постоянных читателя по статистике Livejournal

Сравнение с конкурентами

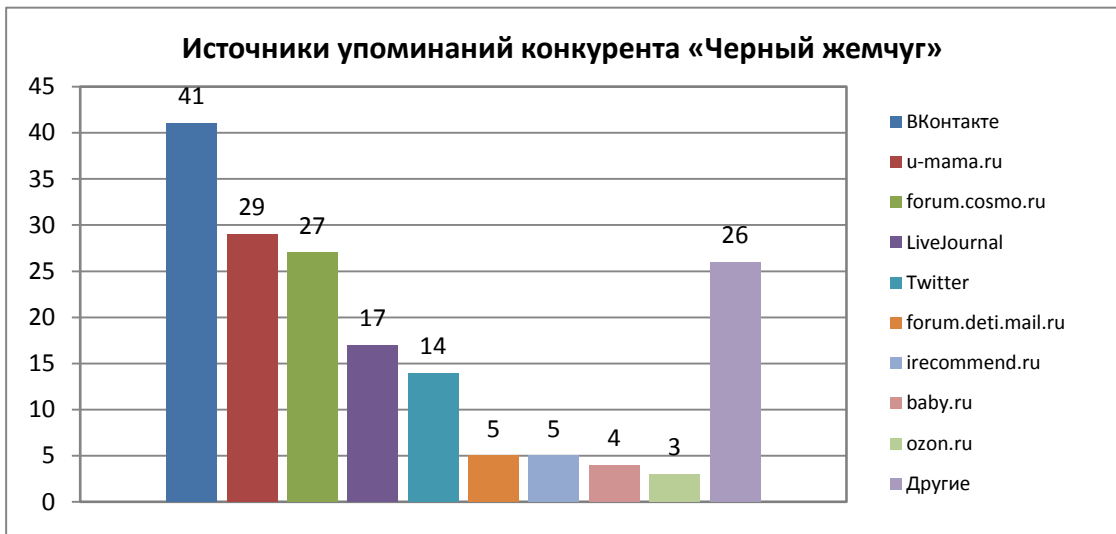
Количество упоминаний бренда и конкурентов



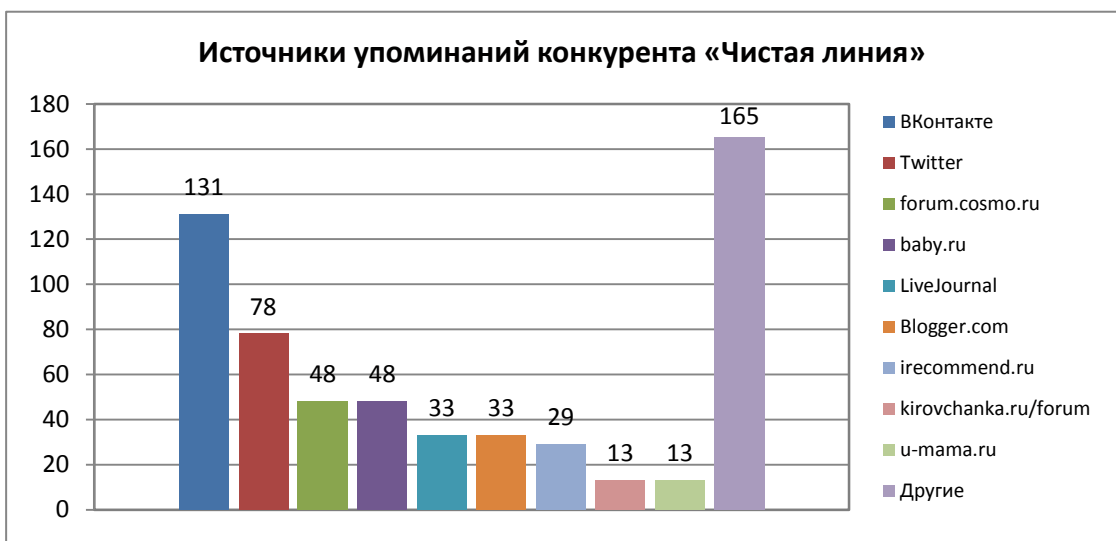
На первый взгляд кажется, что аудитория воспринимает конкурентов «Черный жемчуг» и «Чистая линия» более позитивно, чем бренд «Рецепты бабушки Агафьи» и категорию в целом. Обеспечены ли эти показатели большим количеством естественных положительных отзывов потребителей или усилены размещением дополнительных отзывов, инициированных самими брендами — вопрос, требующий углубленного анализа содержания сообщений.



Источники упоминаний брендов-конкурентов

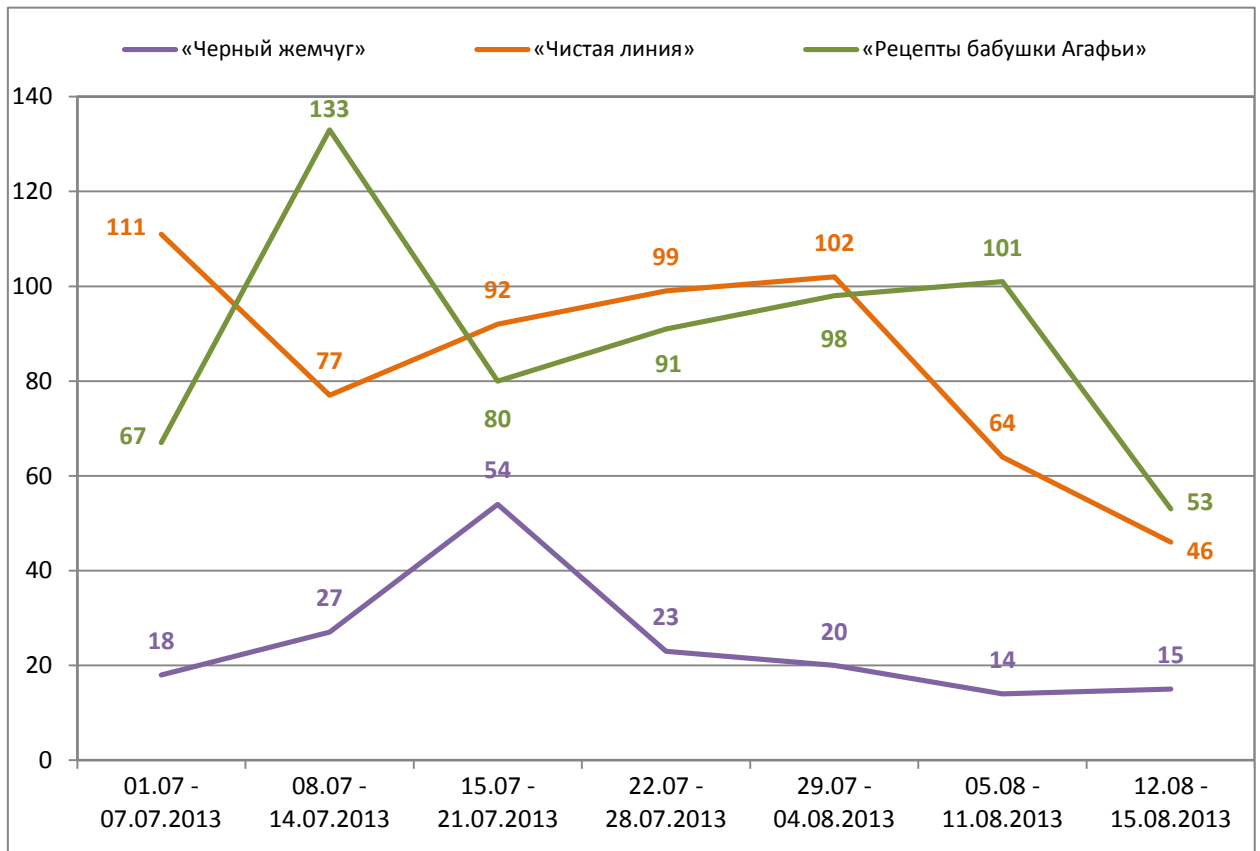


Единственное отличие картины распределения источников упоминаний «Черного жемчуга» от исследуемого бренда (см. «[Источники](#)») — то, что первый заметно чаще упоминают на форуме уральских родителей u-mama.ru. Объяснение этого см. на следующей странице.



Топ-10 источников упоминаний конкурента «Чистая линия» отличается от соответствующего списка исследуемого бренда заметной долей упоминаний на Blogger.com. На этой площадке чаще всего происходит не активное общение пользователей, а размещение развернутых постов о косметике от начинающих и профессиональных бьюти-блогеров.

Динамика интереса к бренду и брендам-конкурентам



Максимум графика упоминаний конкурента «Черный Жемчуг» на третьей неделе исследуемого периода обусловлен дискуссией на форуме u-tata.ru (23 высказывания, большинство из них приходится на 21 июля). Автор начального сообщения в дискуссии интересуется мнением других участниц форума о кремах «Черный жемчуг»:

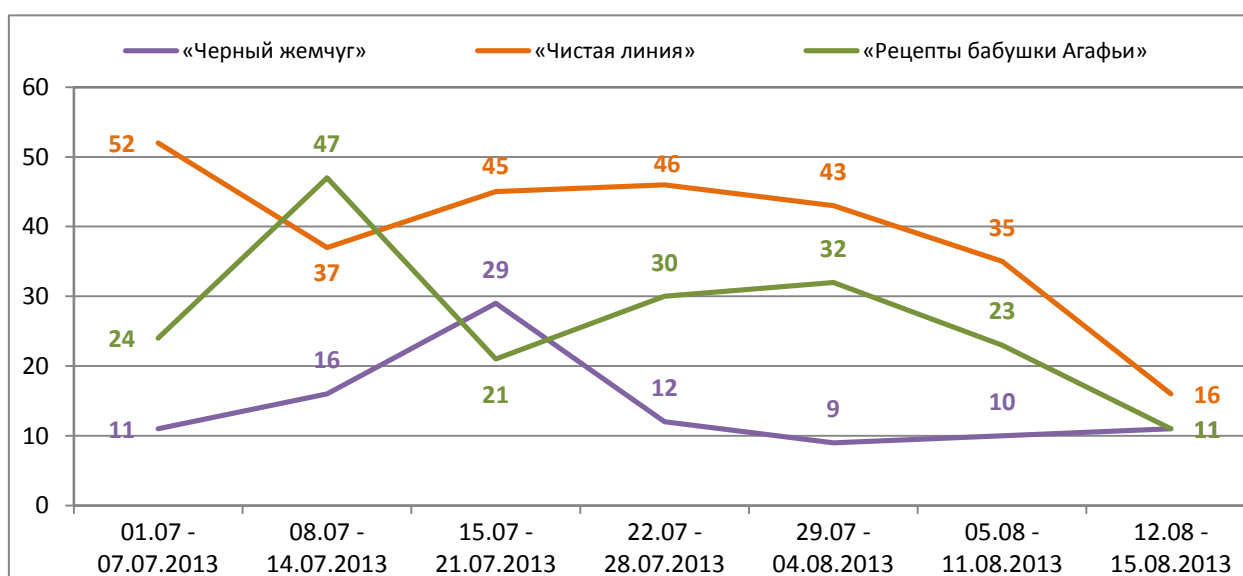
Вопрос к девушкам, пользуете? Нравится? Собственно, к чему спрашиваю...
У подруги муж ездит постоянно в Германию, у него там партнер, возит кремы эти туда, жена партнера и ее подружки ему заказывают, все в восторге... У них там он тоже имеется в продаже, но цена гораздо выше... Я задумалась, что в нем такого хорошего? Сама не использовала никогда.
Поделитесь опытом, пож-та.

Екатерина, участница форума u-tata, планирует ребенка

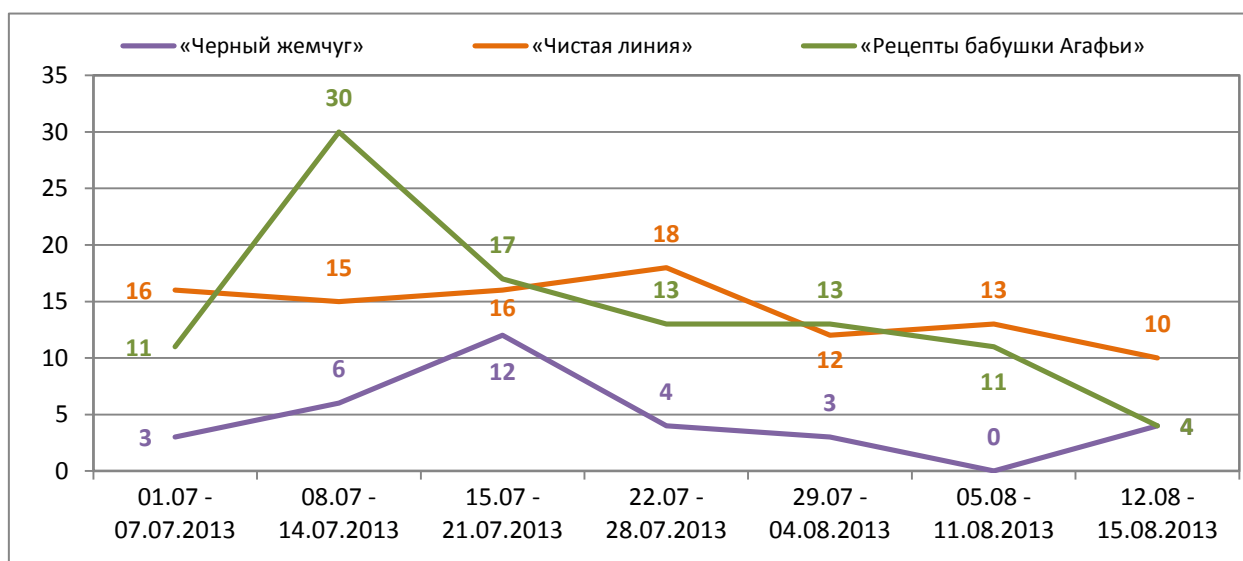
Из 22 комментариев к этой записи 12 позитивных, 5 в негативном ключе и 6 не имеют выраженной эмоциональной окраски.

В среднем бренду «Рецепты бабушки Агафьи» посвящали 4 позитивных, 7 нейтральных и 2 негативно окрашенных высказывания в день, бренду «Черный жемчуг» — 2 позитивных и по 1 нейтральному и негативно окрашенному упоминанию, бренду «Чистая линия» — 6 позитивных, 5 нейтральных и 2 негативно окрашенных высказывания в день.

Динамика позитивных оценок



Динамика негативных оценок



Влиятельные пользователи

Упоминавшие бренд «Рецепты бабушки Агафьи»

<i>Никнейм и сведения об авторе</i>	<i>Количество читателей</i>	<i>Количество упоминаний</i>	<i>Отношение к бренду</i>	<i>Контекст упоминания</i>
« Ради интереса! », познавательные заметки в Интернете	13244 (Твиттер)	1	=	Зубная паста "Брусничная" от Рецепты Бабушки Агафьи tinyurl.com/kfvyr4e
Галина Корниенко , бьюти-блогер, Одесса	2772 (LiveJournal)	1	=	в Штатах СТОЛЬКО хороших марок, что просить... передать шампунь от Агафьи как-то странно выглядит:). Хотя может для кого-то это действительно панацея, мало ли
KittyCat , блогер, Пермь	1277 (Твиттер)	1	+	Бабушка Агафья знает толк в травах

Стоит обратить внимание на влиятельного пользователя Галину Корниенко, автора журнала Gala's beauty, бьюти-блогера из Одессы, готового к сотрудничеству:

Я открыта для сотрудничества, продукцию на тестирование мне можно и нужно предлагать, единственное но: писать только положительные отзывы не гарантирую. Я выражаю только свое мнение, и делаю это максимально честно. Если средство совсем не подошло мне, это не значит, что оно плохое, в таких постах я указываю на это, и, исходя из состава, предполагаю, кому оно может подойти (только если это не откровенное г...). Связаться со мной можно по почте: [galinakrn \(at\) rambler.ru](mailto:galinakrn@rambler.ru) или [gala.kornienko \(at\) yahoo.com](mailto:gala.kornienko@yahoo.com).

Информация о пользователе в журнале Галины Корниенко

(<http://plush-koala.livejournal.com/profile>)

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

В своем блоге Галина регулярно пишет об органической косметике, в частности, недорогой — можно предположить, что отзывы о бренде «Рецепты бабушки Агафьи» в ее журнале будут выглядеть естественно. Кроме того, она упоминала бренд и раньше, в том числе в позитивном ключе:

У меня были подобные ампулы, только от Бабки Агафьи. Подписываюсь: очень достойная вещь. Покупала разные варианты и не один раз! Только мне на кожу головы нужна была одна ампула, иногда даже вторую открывала:)

Комментарий блогера в журнале пользователя imhostyle

Упомянувшие бренды-конкуренты

<i>Никнейм и сведения об авторе</i>	<i>Количество читателей</i>	<i>Количество упоминаний</i>	<i>Отношение к бренду</i>	<i>Контекст упоминания</i>
Anna Galaxy , бьюти-блогер, Луганск	268 (Blogger.com)	1	=	Представляю вашему вниманию крем для ног от марки "Черный жемчуг" интенсивное смягчение. с протеинами шелка, маслом авокадо, который смягчает и дезодорирует, способствует заживлению микротрещинок
		1	+	Фито-дезодорант от марки Чистая линия мне очень понравился. На данный момент это мой самый любимый дезодорант из категории аэрозолей

Нам удалось выявить бьюти-блогера, упоминавшего в анализируемый период продукцию брендов «Чистая линия» и «Черный жемчуг», что говорит в пользу того, что оба конкурента активно работают с тематическими блогерами. Сотрудничество с популярными бьюти-блогерами можно рекомендовать и бренду «Рецепты бабушки Агафьи».

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

Выводы

- Репутация бренда «Рецепты бабушки Агафьи» устойчива на протяжении периода исследования, отношение преимущественно нейтральное.
- Наиболее позитивно пользователи отзываются о зубных пастах и порошках «Рецепты бабушки Агафьи», большинство негативных упоминаний посвящены бренду в целом. Чаще всего обсуждали средства для волос и мыло, реже всего — зубные пасты и порошки.
- Продукцию бренда активно обсуждают пользователи форумов родительской тематики.
- Различия в источниках упоминаний бренда и конкурентов минимальны, восприятие всех трех брендов на отдельно взятых платформах схожее.
- Выявлен потенциальный адвокат бренда из числа влиятельных бьюти-блогеров, готовый к сотрудничеству.
- Оба конкурента, «Чистая линия» и «Черный жемчуг», сотрудничают с бьюти-блогерами, что можно рекомендовать и бренду «Рецепты бабушки Агафьи».

Контакты

Илья Ермолаев, директор по продажам,

ilya@brandspotter.ru,

+7 905 504-95-69.

Анна Мусатова, руководитель отдела по работе с клиентами,

anna.musatova@branspotter.ru,

+7 916 223 5264,

+7 499 253 2001.

Приложение 1: методология анализа

Основным методом сбора данных является мониторинг упоминаний ключевых слов на базе инструмента мониторинга BrandSpotter. Из общего объема данных исключаются спам и нерелевантные упоминания (не относящиеся к объекту анализа).

Массив упоминаний обработан для оценки тональности и разметки по темам упоминаний.

Количественный анализ основан на данных BrandSpotter.

Данный тип отчета предполагает только анализ статистических данных.

Содержание упоминаний привлекается к анализу для объяснения количественных всплесков динамики и заметных отличий в статистике по источникам, эмоциям и так далее.

Приложение 2: описание наиболее популярных источников

Введение

В мониторинг попадают только открытые записи. Информация об авторе сообщения доступна в ограниченном объеме и зависит от настроек приватности профиля автора. Личные данные, в силу особенностей общения в интернете, могут быть недостоверны (например, женщины могут указать возраст или семейное положение, отличающиеся от настоящего).

Социальные сети

ВКонтакте

Крупнейшая российская социальная сеть.

Ссылка: vk.com, vkontakte.ru.

Функционал: пользователи сети ВКонтакте могут заводить персональные страницы, а также организовывать сообщества двух видов: группы (записи в ленте может публиковать любой участник) и публичные страницы (публикация и редактирование сообщений доступны лишь администрации, подходят для официальных сообществ компаний и звезд). В последнем случае авторство сообщения принадлежит администраторам страницы. Типы сообщений: пост, комментарий. В социальной сети возможны как «лайки», которыми пользователи отмечают понравившуюся публикацию (она автоматически будет добавлена в персональный раздел меню «закладки»), так и републикации, перепосты («поделиться с друзьями»).

Аудитория: по данным TNS Web Index, в июле 2013 года:

- месячная аудитория — 51,213 миллионов человек;
- из них 24,5 млн. — мужчины и 26,6 млн. — женщины;
- наибольшая часть аудитории социальной сети находится в возрастных рамках 18-44 года (18-24 — 11 млн. человек, 25-34 года — 14,7 млн. человек, 35-44 года — 9,6 млн. человек).

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

LiveJournal.com

Также известный как «Живой журнал», или «ЖЖ» — платформа для ведения онлайн-дневников (блогов). Также «живым журналом» часто называется отдельный персональный блог, размещенный на этой платформе.

Ссылка: livejournal.com.

Функционал: предоставляет возможность публиковать свои и комментировать чужие записи, вести коллективные блоги («сообщества»), добавлять в друзья («френдить») других пользователей и следить за их записями в «ленте друзей» («френдленте»).

Аудитория: Количество русскоязычных блогеров на февраль 2013 года: 2 611 643 (Россия) и 434 428 (Украина). Возраст пользователей — 25-50 лет (по данным на январь 2013 года).

По данным TNS Web Index, в июле 2013 года:

- месячная аудитория — 18,492 миллионов человек;
- из них 9,5 млн. — мужчины и 8,99 млн. — женщины;
- наибольшая часть аудитории социальной сети находится в возрастных рамках 18-44 года (18-24 — 3,5 млн. человек, 25-34 года — 5,3 млн. человек, 35-44 года — 3,9 млн. человек).

В LiveJournal популярны «тематические блогеры» и так называемые «тысячники» — пользователи с более чем 1000 подписчиков. В Рунете «Живой Журнал», согласно его статистике, имеет значительную посещаемость, фактически функционируя в роли популярной социальной сети. Свои «живые журналы» есть у многих известных в России людей, а также у партий, общественных движений и организаций.

Twitter.com

Онлайн-сервис микроблогов.

Ссылка: twitter.com.

Функционал: сервис позволяет оставлять сообщения длиной не более 140 символов, подписываться на ленту сообщений другого человека, отвечать на чужие публикации и посылать личные сообщения. В Twitter невозможно создание тематических сообществ, каждое сообщение сугубо персонально. Однако на этом сервисе реализована и часто используется функция «ретвит», которая позволяет пользователю разместить понравившееся сообщение в своей ленте. Благодаря этому количество перепечаток некоторых твитов достигает нескольких тысяч. Также в этой социальной сети популярны «трансляции», когда информационные порталы используют систему микроблогов как RSS-канал и транслируют в нее заголовки.

Аудитория: По данным на февраль 2013 года, сервисом пользуется около 2 млн. уникальных русскоязычных пользователей, основной контингент социальной сети находится в возрасте 15-50 лет. По данным TNS Web Index, в мае 2013 года:

- количество еженедельно публикуемых русскоязычных сообщений (учитываются только публичные сообщения, не приватные беседы): примерно 37,5 млн. сообщений;
- среднее за неделю количество уникальных российских авторов, публикующих сообщения (учитываются как авторы постов, так и авторы комментариев): 2 млн. уникальных авторов;
- среднее количество посетителей за неделю: 5,5 млн. уникальных посетителей.

Данные TNS Web Index в июле 2013 отсутствуют.

В Twitter наибольшее среди всех социальных медиа количество «ботов» (поддельных пользователей, создаваемых для увеличения ссылочной базы или количества подписчиков пользователя) и «ложных трансляций» (когда содержание «твита» с упоминанием бренда не соответствует содержанию страницы по приложенной ссылке).

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

Блог-платформы

Blogger.com

Веб-сервис для ведения блогов, также известный как Blogspot, принадлежит компании Google.

Ссылка: blogger.com.

Функционал: с помощью сервиса любой пользователь может завести свой блог, не прибегая к программированию и не заботясь об установке и настройке программного обеспечения (в отличие от других популярных блог-движков, например, Wordpress, Drupal или Joomla — для их установки на хостинг с привязанным доменом нужно обладать начальными знаниями по web-программированию). Существует поддержка платформы в Microsoft Office 2007, что позволяет автору разместить в блоге текст, отформатированный в программе Word Office, и создавать аккуратно оформленные посты без знания html-верстки. Это один из первых проектов, предназначенных для блогинга, который способствовал популяризации этого вида интернет-деятельности. Blogger предлагает возможность вести блог коллективом из нескольких авторов. Функции социальной сети на этой платформе минимальны, однако в последних версиях в платформу интегрирована технология Google Friend Connect, позволяющая объединять подписки читателей с разных сайтов. Blogger разрешает автору блога зарабатывать деньги посредством размещения рекламы с помощью принадлежащего Google сервиса AdSense. По этой причине на платформе нередки авторские тематические блоги. Практически отсутствуют блоги «дневникового» формата.

Аудитория: средний возраст русскоязычной аудитории неизвестен. По данным на 2012 год, ежедневное количество записей на русском языке — около 9 тыс. записей.

Данные TNS Web Index за июль 2013 года отсутствуют.

**Аналитический отчет по упоминаниям
бренда «Рецепты бабушки Агафьи»
в социальных медиа**

Клиент: BrandSpotter.ru

Период: 1 июля — 15 августа 2013 года

Порталы отзывов и тематические ресурсы

Бэби.ру

Наиболее крупный российский «родительский» портал.

Ссылка: baby.ru.

Функционал: зарегистрированные пользователи сайта могут оставлять сообщения в одном или нескольких тематических сообществах одновременно, а также комментировать чужие записи.

Аудитория: по статистике сайта, на ресурсе зарегистрировано немногим менее 8,5 млн. человек. По данным, представленным сайтом в рекламном медиа-ките, за апрель 2013:

- просмотров страниц в сутки — 98 065 883;
- уникальных посетителей в сутки — 8 474 467;
- средний возраст — 20–40 лет, имеют детей (63%).

По данным TNS Web Index, в июле 2013 года:

- месячная аудитория — 6,35 млн. человек;
- из них 2,48 млн. — мужчины и 3,86 млн. — женщины;
- наибольшая часть аудитории социальной сети находится в возрастных рамках 18-44 года (18-24 — 1,39 млн. человек, 25-34 года — 2,6 млн. человек, 35-44 года — 1,17 млн. человек).

Поскольку основная аудитория — молодые мамы, обладающие большой впечатлительностью, то этот ресурс — благоприятная почва для выражения эмоционального отношения к брендам.

Дети.Mail.ru

Медиа-проект коммуникационного портала Mail.ru.

Ссылка: deti.mail.ru

Функционал: в основном общение потребителей происходит на форуме.

Аудитория:

По данным статистики Mail.ru:

- 3 144 631 посетителя в неделю (630 615 мужчин и 1 857 570 женщин);
- 2 077 811 посетителя из России (416 678 мужчин и 1 227 387 женщин);
- основную аудиторию составляют женщины из России в возрасте 25-40 лет.

По данным TNS Web Index, в июле 2013 года:

- месячная аудитория — 6,95 млн. человек;
- из них 2,63 млн. — мужчины и 4,89 млн. — женщины;
- наибольшая часть аудитории находится в возрастных рамках 25-54 года (25-34 года — 2,09 млн. человек, 35-44 года — 1,64 млн. человек, 45-54 года — 1,32 млн. человек).

Irecommend

Российский рекомендательный портал.

Ссылка: irecommend.ru.

Функционал: пользователи оставляют отзывы о разнообразных коммерческих продуктах — товарах, событиях, концертах, фильмах, отелях и т. д., и могут заработать деньги: если сообщение набирает 1000 просмотров, то пользователь получает 50 рублей. Из-за широкого ассортимента возможных тем для обсуждения и высокой пользовательской активности сайт максимально подходит для массового распространения как позитива, так и острого негатива.

Аудитория: среднее количество посещений сайта в сутки — около 78 000 уникальных посетителей в сутки (по данным рейтинга Liveinternet). Информация о количестве зарегистрированных пользователей, их возрасте, географии пользователей и владельцах сайта не разглашается.

Данные TNS Web Index отсутствуют.

Forum.cosmo.ru

Форум интернет-версии журнала «Cosmopolitan».

Ссылка: forum.cosmo.ru.

Функционал: линейный форум (пользователи могут заводить новые темы и отвечать на сообщения в уже существующих темах).

Аудитория: информация о пользователе минимальна, доступны имя автора и дата регистрации, остальная информация заполняется по желанию пользователя.

Количество пользователей, зарегистрированных на форуме, и средний возраст аудитории не разглашаются, однако можно предположить, что последний совпадает с показателями целевой аудитории журнала — это преимущественно женщины в возрасте 20-50 лет.

По данным TNS Web Index, в июле 2013 года:

- месячная аудитория — 2,3 млн. человек;
- из них 0,79 млн. — мужчины и 1,52 млн. — женщины;
- наибольшая часть аудитории социальной сети находится в возрастных рамках 25-54 года (25-34 года — 2,09 млн. человек, 35-44 года — 1,64 млн. человек, 45-54 года — 1,32 млн. человек).

Региональные ресурсы

kirovchanka.ru

Первый кировский интернет-портал для женщин. Существует 3 года. Общение преимущественно происходит на форуме.

Ссылка: kirovchanka.ru/forum

Функционал: линейный форум (пользователи могут заводить новые темы и отвечать на сообщения в уже существующих темах).

Аудитория: информация о пользователе минимальна, доступны имя автора и дата регистрации, остальная информация заполняется по желанию пользователя. Всего на форуме 68 340 пользователей, которые оставили 3 258 340 сообщений в 70 384 темах. Пол пользователей, зарегистрированных на форуме, и средний возраст аудитории не разглашаются. Краткий анализ заполненных профилей показывает, что это женщины (около 70%) и мужчины (около 30%) в возрасте 20–50 лет. Данные TNS Web Index в июле 2013 года отсутствуют.

Yarportal

Ярославский региональный форум.

Ссылка: yarportal.ru.

Функционал: линейный форум (пользователи могут заводить новые темы и отвечать на сообщения в уже существующих темах).

Аудитория: к настоящему моменту 100 388 пользователей оставили 14 457 468 сообщений. Число уникальных посетителей в сутки — 34 600 (по данным Liveinternet, более подробная статистика на Liveinternet скрыта).

Данные TNS Web Index в июле 2013 года отсутствуют.