

# АНАЛИЗ РЕПУТАЦИИ БРЕНДА «РЕЦЕПТЫ БАБУШКИ АГАФЬИ» В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ОСНОВЕ СОДЕРЖАНИЯ УПОМИНАНИЙ

## ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ОТЧЕТ

---

Отчет подготовлен для демонстрации методического подхода аналитического отдела компании «Мониторинг социальных медиа» (BrandSpotter.ru) к исследованиям, основанным на мнениях пользователей. 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

Введение .....	4
Анализ восприятия .....	5
Общие наблюдения .....	5
Натуральность .....	6
Упаковка .....	6
Совместные покупки .....	7
«Рецепты бабушки Агафьи» .....	9
Диаграмма распределения эмоциональных оценок .....	9
Источники .....	12
Средства для волос .....	13
Диаграмма распределения эмоциональных оценок .....	13
Источники .....	15
Мыло и средства для тела .....	16
Диаграмма распределения эмоциональных оценок .....	16
Источники .....	19
Средства для лица .....	20
Диаграмма распределения эмоциональных оценок .....	20
Источники .....	21
Зубные пасты и порошки .....	22
Диаграмма распределения эмоциональных оценок .....	22
Источники .....	23
Конкурентный анализ .....	24
Отзывы: прямое сравнение с конкурентами .....	24
Конкуренты: детали .....	26

«Чистая линия».....	26
«Черный жемчуг» .....	32
Влиятельные пользователи .....	36
Упомянувшие бренд «Рецепты бабушки Агафьи».....	36
Упомянувшие бренды-конкуренты .....	37
Выводы.....	38
Контакты.....	40
Приложение: методология анализа.....	41
Приложение 2: описание наиболее популярных источников.....	42
Введение .....	42
Социальные сети .....	42
ВКонтакте.....	42
LiveJournal.com .....	43
Twitter.com .....	44
Блог-платформы.....	45
Blogger.com.....	45
Порталы отзывов и тематические ресурсы .....	46
Бэби.ру.....	46
Дети.Mail.ru .....	47
Irecommend .....	48
Forum.cosmo.ru.....	49
Региональные ресурсы.....	50
kirovchanka.ru .....	50
Yaportal.....	50

## Введение

Данный тип отчета предполагает только анализ содержания упоминаний.

Статистические данные привлекаются к анализу для объяснения специфичности сообщений на разных источниках и создания более полной картины эмоционального отношения к продукту.

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).

Наиболее обширная дискуссия была найдена на портале [deti.mail.ru](http://deti.mail.ru) (58 высказываний, большинство из них — 10 июля). Автор исходного поста просит пользователей форума поделиться опытом использования продукции бренда:

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 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.

В дискуссии упоминаются все типы продуктов, кроме зубных паст, предпочтение отдается средствам для волос и для тела.

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

**Период:** 1 июля — 15 августа 2013 года

## Анализ восприятия

### Общие наблюдения

Отношение к бренду «Рецепты бабушки Агафьи» у пользователей менее доброжелательное, чем к брендам-конкурентам «Черный жемчуг» и «Чистая линия», но следует отметить, что во всех темах, где обсуждаются непосредственно продукты «Рецепты бабушки Агафьи», количество позитивных упоминаний превышает количество негативных и количество нейтральных, а в темах «Мыло и средства для тела» и «Зубные пасты» позитивных упоминаний больше половины. Отношение к бренду ухудшается при обсуждении общего качества средств, выпускаемых компанией, или самой компании. Как правило, пользователи выбирают определенные продукты бренда, которые им подходят, но разочаровываются в остальных.

Авторский негатив — преимущественно сообщения о неэффективности продукции или индивидуальных реакциях (зуд, аллергия), а также пренебрежительное отношение к марке. 44 из 99 негативных упоминаний — перепечатки списков компаний, которые тестируют продукцию на животных (все они отнесены к общей теме). Другая перепечатываемая информация без доказательств: у компании сменился собственник, вследствие чего изменились рецептуры некоторых шампуней, ухудшилось их качество (1 сообщение в рамках исследуемого периода, однако за пределами периода находится еще несколько). Еще один пользователь пишет об ухудшении качества шампуней, но не строит гипотез о причинах. Тем не менее, у бренда «Рецепты бабушки Агафьи» доля негативных упоминаний ниже, чем у конкурентов.

У марки «Рецепты бабушки Агафьи» довольно широкий ассортимент, но средства для волос и для тела обсуждаются намного чаще, чем средства для лица. Отчасти это связано с тем, что пользователи охотно экспериментируют с недорогими средствами для тела и волос, но опасаются применять бюджетные средства для кожи лица.

Отзывы на «хит-продукты» (черное мыло с 37 травами и сыворотки для кожи лица) преимущественно позитивные, информация о них передается через «сарафанное радио», пользователи готовы приложить усилия, чтобы найти средство в продаже. Таким образом, из всего обширного ассортимента очищающих, увлажняющих и питательных средств для кожи лица и век обсуждаются в первую очередь сыворотки.

### Натуральность

Упор на натуральность продукции делают нечасто (кроме обсуждения зубных паст), в обзорах упоминают, но не всегда считают это преимуществом, чаще пишут про эффект от средств, «подшло» или «не подошло». Встречаются сообщения о том, что на самом деле состав не является натуральным, например, в черном мыле содержится лаурилсульфат натрия, а в шампуне — парабены.

Даже те пользователи, которые пользуются продукцией и хорошо о ней отзываются, иногда пишут, что не доверяют эко-сертификатам российских производителей.

### Упаковка

В интервью журналу «Эксперт» (26 мая 2006 года) Андрей Трубников, генеральный директор компании-производителя, отмечал, что большое внимание уделяется упаковке как важной части впечатлений от приобретения и использования продукции, поэтому мы обратили внимание на этот аспект.

Сообщение, посвященное исключительно упаковке, найдено всего одно:

Сделал симпатичный органайзер из упаковки зубной пасты «Бабушки Агафьи». #ru\_lh #лимитавмоскве



Паша Коперник, Москва, 248 подписчиков, 5 лайков на Instagram.com

В обзорах продукции пользователи не заостряют внимание на упаковке и не считают ее ключевым свойством, но отмечают, что она им нравится. Есть свидетельства того, что упаковка узнаваема: *«мыло то самое, с листочком»* (подробнее см. раздел [«Средства для волос»](#)), *«пользовалась какой-то маской в банке по форме, как у Агафьи, с бумажкой сверху»*.

Не найдено ни одного сообщения о том, что упаковка неудобная или дешевая, тогда как у конкурента «Чистая линия» такая критика встречается.

### Совместные покупки

Около 140 упоминаний бренда (22% от общего количества) — сообщения о совместных покупках продукции.

Совместная покупка (СП) — групповое приобретение неких товаров по более низкой цене или товаров, отсутствующих в широкой продаже. Для организации СП не нужны специальные технические средства, часто они проводятся в социальной сети ВКонтакте.

Как правило, упоминания брендов в таком контексте нейтральные, кроме тех случаев, когда пользователи заводят специальный тред с отчетами об использовании товаров (например, такая практика есть на специализированном «покупочном» форуме mikai.ru).

Обычно процесс совместной покупки проходит по такой схеме: организатор распространяет информацию о продуктах и цены на них, указывает размер своей комиссии и условия покупки: дату окончания приема заказов, минимальный объем, способы оплаты и т.д. Как правило, организатором выступает обычный потребитель продукции или владелец магазина, который торгует этой продукцией в розницу.

Для брендов сотрудничество с физическими лицами — организаторами СП может стать хорошей возможностью для получения обратной связи от рядовых покупателей.

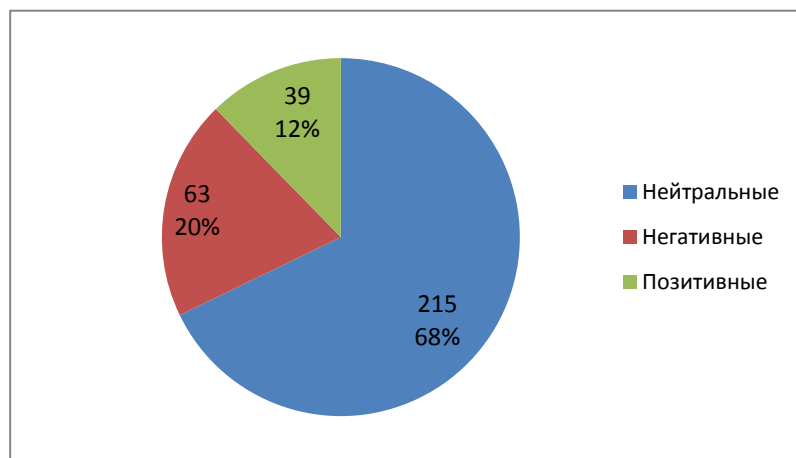
Учитывая низкие цены на продукцию исследуемого бренда и частые жалобы пользователей на то, что определенные продукты сложно найти, вопросы о том, где купить и активное участие в СП, мы предполагаем, что дистрибуционная сеть фирмы «Первое решение» (производителя бренда «Рецепты бабушки Агафьи») недостаточно развита для оперативного удовлетворения запросов покупателей.

В поддержку этого говорит и то, что за исследуемый период не найдено пользователей, участвующих в совместных покупках продукции «Черный жемчуг» или «Чистая линия», которые представлены более широко, чем «Рецепты бабушки Агафьи».



## «Рецепты бабушки Агафьи»

### Диаграмма распределения эмоциональных оценок



К этой теме отнесены обсуждения компании в целом и сообщения, в которых пишут про несколько продуктов из разных линеек. Пример упоминания:

мне нравится и черное мыло и маски для волос  
на лицо продукцию Агафьи мазать опасаясь  
а на волосы — отлично

Альфа Самка, информация о пользователе скрыта. Цитата с Дети.mail.ru

Подавляющее большинство **позитивно** окрашенных упоминаний — сообщения о регулярном использовании различных продуктов бренда, впечатления о них. Упоминаний натуральности как ключевого преимущества всего 4. Например, при обсуждении «смертельных» ингредиентов в продукции Avon:

Да после этого буду покупать только в аптеки или проверены годами  
средства чистая линия и сто рецептов красоты, ну еще по советам фирму  
бабушки Агафьи.

Анонимный автор на irecommends.ru

**Негатив** — перепечатки списка компаний, которые тестируют продукцию на животных (44), отзывы о том, что большинство испробованных продуктов не понравилось. Типичное упоминание:

пены для ванн хорошо на кожу действуют  
 мыло сушит сильно  
 шампуни, бальзамы, маски — не пошло, волосы как грязные, шампунь пенится плохо и не моет волосы  
 крем для лица, тоник, лосьон тоже мимо  
 эмульсия для волос с микроаслами и микровоском для укладки мне подходят.  
 А так не особо хорошее качество у продукции, большинство не понравилось.

Сакура, 16 444 сообщения на форумах Дети.mail.ru

Кроме потребительских сообщений «пользуюсь, мне нравится/не нравится», существуют два основных контекста упоминаний:

- ассоциирование бренда с народными рецептами, а самой бабушки — символа бренда — с травницами, знахарками и колдуньями. Отношение к бренду может быть разное, в зависимости от мнения пользователя о натуральных и народных средствах; иногда сравнивают с шампунем для лошадей, который некоторое время был популярен как средство для мытья волос среди пользовательниц интернета — тоже своего рода народный рецепт.

Примеры упоминаний:

Лечись рецептами бабушки Агафьи, Геннадия Петровича Малахова, доктора Попова и силой земли, ТОЛЬКО НЕ ХОДИ В НАШИ ПОЛИКЛИНИКИ.

Анастасия, 23 года, 1 395 подписчиков в twitter.com

Чувствую себя какой то бабушкой  
Агафьей с этими травами на стене :)

[pic.twitter.com/Xs3BYRt4rj](https://pic.twitter.com/Xs3BYRt4rj)

View translation

Reply Retweet Favorite More



Валерия, город Чайковский, 52 подписчика в twitter.com

- упоминание бренда как пример недорогого товара с низкой эффективностью или способного навредить, ширпотреб. Как правило, отношение негативное (4 сообщения), хотя встречаются и нейтральные упоминания:

если вам косметолог не работает на косметике «Бабушка Агафья», а использует хоть скольконибудь приличный итальянский, французский или израильский бренд — смело ложитесь.

Анна, 28 лет, Украина, 36 подписчиков в LiveJournal

Два пользователя сообщают, что бренд ассоциируется у них в первую очередь с женщинами преклонного возраста, одно упоминание негативное и одно шутовое:

Заказы на Д.Р.: пуховый платок, кресло качалка, серия кремов рецепты от бабушки агафьи, книги- юный садовод, 1000 рецептов консервации и соленья. Недельный абонемент в Красный крест. Р

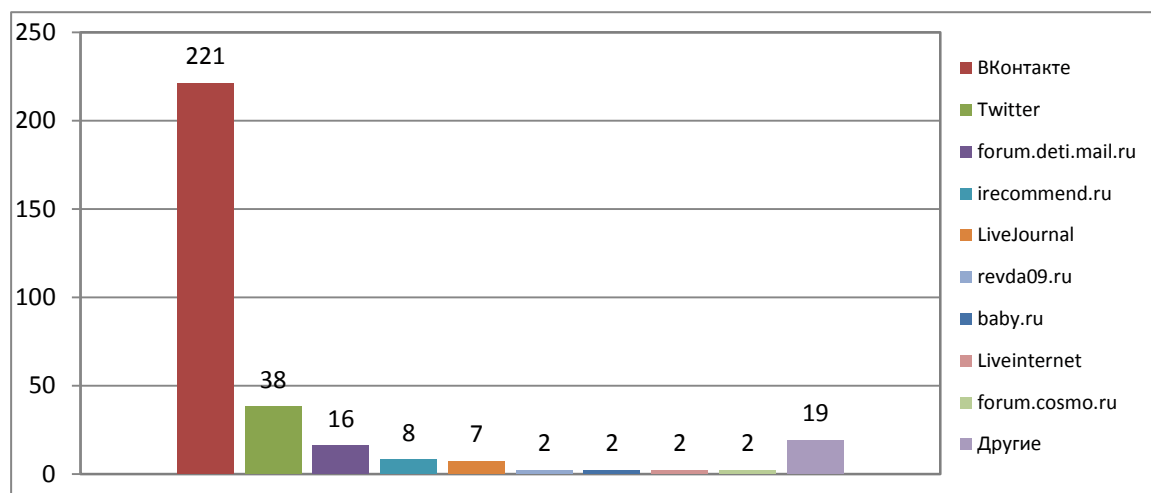
Виктория, Смоленск, 22 года. Цитата из сети ВКонтакте

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

**Период: 1 июля — 15 августа 2013 года**

Найдено около 10 упоминаний о том, что бренды «Рецепты бабушки Агафьи» и более дорогая и популярная Natura Siberica принадлежат одному производителю, но сведений о взаимном влиянии брендов не обнаружено.

#### Источники

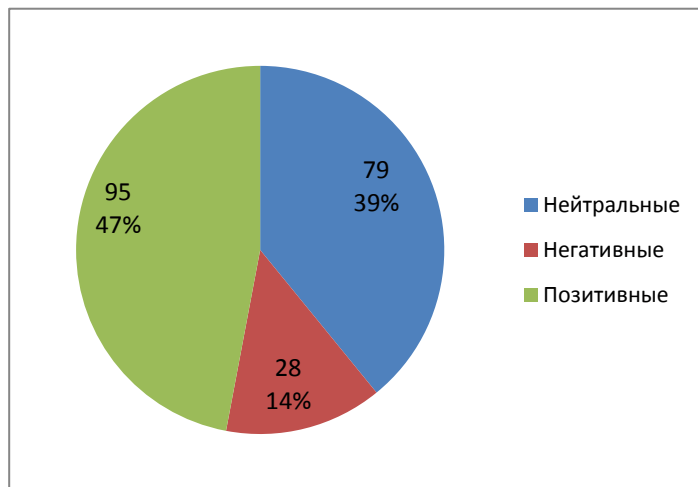


В отличие от остальных тем, где основной массив упоминаний находился на площадках с крупными обсуждениями бренда (deti.mail.ru, u-mama.ru), большинство сообщений общей темы находится в социальной сети ВКонтакте, что обусловлено перепечатками «черного списка» компаний и организации совместных покупок. Соответственно, отношение на этой площадке хуже, чем в других источниках: доля негативных упоминаний — 20%, позитивных — всего 5%.

7 из 16 упоминаний на сайте deti.mail.ru несут негативную оценку — из-за того, что общее качество продукции бренда пользователи оценивают намного хуже, чем отдельные продукты. Всего на этой площадке 58 упоминаний, из них 25% окрашены негативно и 36% — позитивные. Все они расположены в одной ветке обсуждения под заголовком «Рецепты бабушки Агафьи»: кто-нибудь пользуется этой линией косметической?», о котором мы уже писали во введении.

## Средства для волос

### Диаграмма распределения эмоциональных оценок



Наиболее популярный контекст обсуждений средств для волос — прекращение выпадения и стимулирование роста волос, почти все обсуждения в этом контексте позитивные. Пользователи делятся собственным опытом и рекомендуют друг другу маски, шампуни и ампулы с лечебным комплексом для волос. Тема особенно популярна на родительских ресурсах, потому что у многих после женщин после родов начинают активно выпадать волосы — найдено около 40 сообщений на сайтах бэби.ру (20), kirovchanka.ru (6), materinstvo.ru (4), forum.deti.mail.ru (2), sibmama.ru, samarskie-roditeli.ru, vladmama.ru и других.

Отношение к продуктам для волос в основном доброжелательное, но единого мнения нет. Пользователи пишут как о том, что пользуются средствами для волос только от этого бренда, так и о том, что попробовали их от безысходности, потому что ничего больше не помогало.

Из всех продуктов для волос и кожи головы чаще всего упоминают **шампунь**: 106 упоминаний, из которых 55 позитивных и 16 негативных.

Как правило, пользователи не указывают, какой именно шампунь им подошел или не подошел. Наиболее частая жалоба — шампунь сушит волосы, даже в сочетании с бальзамом, и плохо пенится. Также встречаются индивидуальные реакции в виде зуда и шелушения кожи головы. Хвалят чаще всего укрепляющий шампунь,

который помогает остановить активное выпадение волос и стимулирует их рост. Кроме этого пишут, что шампуни помогают от перхоти и делают волосы мягкими, хорошо очищают (несмотря на то, что плохо пенятся). Пример упоминания:

волосы у меня до пояса, поэтому можете верить:)

Если мою шампунем, то только «Рецептами бабушки Агафьи» — но и то — далеко не каждым тюбиком, потому что после смены собственника марки, у многих товаров состав изменился коренным образом. Составы шампуней объяснять долго, но вкратце — даже в «элитных» салонах рукодельной косметики с заоблачными ценами зачастую торгуют такими же «Шамту-Шаума-Хед\_эн\_Шолдерс-Пантин-Сьос-Глис\_Кур-Гарньер-и пр.пр.», только под другими марками — составы у всех одинаковые. И только некоторые пузырьочки «Бабушки Агафьи» еще правда — полезны для волос.

Наталья, Москва, цитата из сети ВКонтакте

**Маски** упоминаются 44 раза, из них 24 позитивно и 5 негативно. Самые популярные — репейная и дрожжевая. Маски применяются чаще всего для укрепления волос и прекращения их выпадения. Найден совет добавлять горчичный порошок в готовую маску от «Рецепты бабушки Агафьи» для стимулирования роста волос. Претензии к маскам — отсутствие заявленного эффекта. Примеры упоминаний:

постоянно пользуюсь дрожжевой маской. Волосы после нее выглядят шикарно! Единственный минус у этой маски — ее неэкономичность. Я за месяц не одну банку расходую, благо цена позволяет.

Никнейм «Белая горячка», информация о пользователе скрыта. Цитата с дети.mail.ru

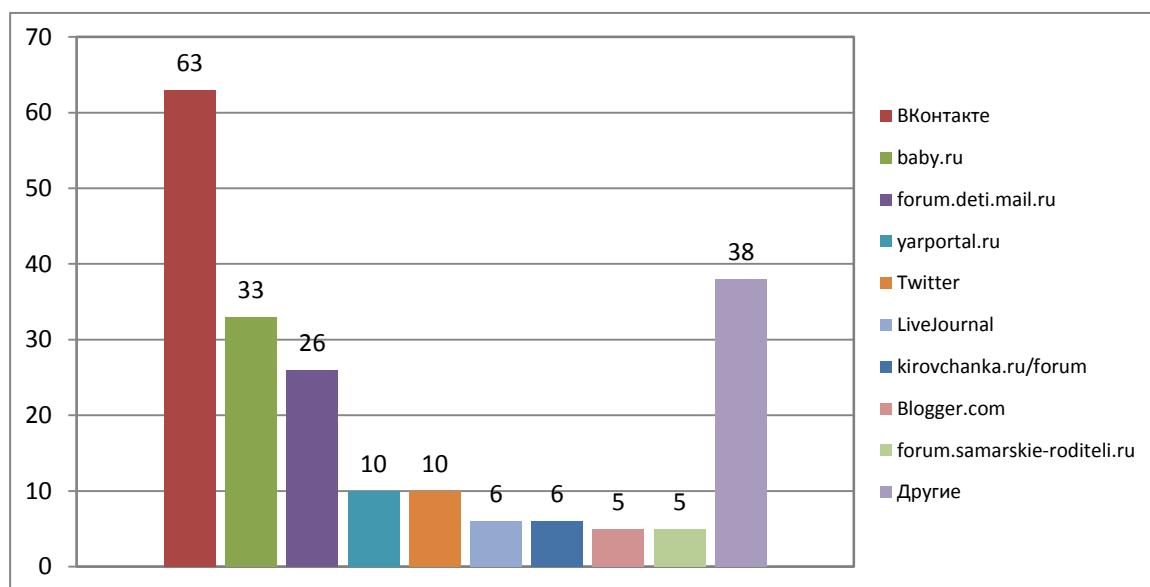
А у меня волосы отрасли быстро после стрижки, за год наверное см 8-13 выросло, не пользовалась никакими масками и средствами для роста, правда сейчас купила маску «Рецепты бабушки Агафьи» дрожжевая. Пахнет вкусно, но пока что результата я не увидела.

Таня, 17 лет, Лесозаводск. Цитата из сети ВКонтакте

**Бальзамы** упоминаются 23 раза, из них 9 с позитивной оценкой и 3 с негативной. По сообщениям пользователей бальзамы укрепляют волосы и придают им мягкость. Чаще всего упоминают бальзам для ослабленных и окрашенных волос. Негативные упоминания — объявления о бесплатной раздаче бальзама теми пользователями, которым он не подошел, никаких конкретных претензий к этому продукту не найдено.

**Растительные комплексы для волос в ампулах** упоминаются 10 раз, из них 3 положительно (рекомендуют в борьбе с выпадением волос) и 1 раз отрицательно (без объяснения причин).

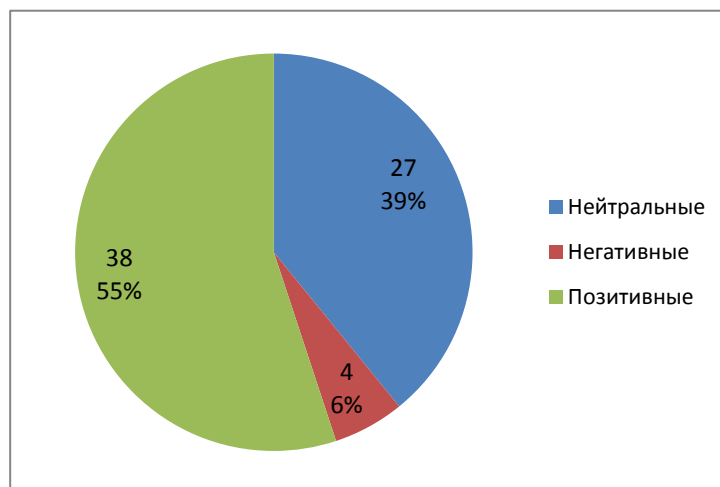
#### Источники



В социальной сети ВКонтакте и на yarportal.ru упоминания чаще всего посвящены совместной покупке средств, на baby.ru обсуждают средства для прекращения выпадения волос.

## Мыло и средства для тела

### Диаграмма распределения эмоциональных оценок



Отношение к средствам для тела положительное, пользователи дают высокую оценку мылу для бани: черному, цветочному, белому.

Негатив в этой теме:

- 2 сообщения о ненатуральности черного мыла. Оно критикуется за то, что эффективность продукта разная при использовании в домашних условиях и в бане, «видимо химия задействована», и приводится в пример как псевдоорганический продукт, который на самом деле содержит жесткую моющую основу:

ну лично я много пересмотрела инфы про вредность веществ в косметике. Хочется больше конкретики. Например, таблицу вредности. Ну типа самые вредные ПАВы (лаурил, лаурет), далее менее (кокамидопропилбетаин, глюкозиды...). Может быть разоблачение фирм «органических», которые хвастаются натуральностью (бабушка агафья со своим знаменитым черным мылом с сульфатами))))). Ну вот как-то так.

Людмила Степанюк, 26 лет, Киев, 65 друзей в ВКонтакте

- аллергическая реакция на крем для тела;
- предубежденное отношение к недорогому жидкому мылу для рук.



Один из самых обсуждаемых продуктов марки — «Натуральное сибирское мыло для бани» (или черное мыло), его используют как для тела, так и для волос. 26 из 44 упоминаний этого продукта содержат позитивную оценку. В треде с вопросом о понравившихся продуктах бренда «Рецепты бабушки Агафьи» на площадке deti.mail.ru в первую очередь называют именно черное мыло.

Пользователи расходятся во мнениях относительно эффективности этого продукта в качестве шампуня, пишут как о том, что мыло хорошо промывает волосы, делает их приятными на ощупь, так и о негативных эффектах: волосы остаются грязными, теряют влагу, кончики секутся.

Мыло помогает бороться с воспалениями на теле, иногда с этой же целью его используют и для лица. Пользователи также отмечают приятный запах: *«пахнет просто изумительно, травами», «как в детстве у бабушки в деревне»*. Несмотря на то, что анализируется только летний период, мы можем заключить, что популярность продукта в летнее время вырастает, поскольку у пользователей увеличивается количество проблем с воспалениями.

Отдельно стоит упомянуть упаковку средства: покупателям очень нравится высушенный березовый листок на поверхности мыла, который ассоциируется только с этим продуктом: *«моюсь только ... банным березовым жидким мылом из банки, то самое с листочком, Рецепты бабушки Агафьи»*.

В упоминаниях серии «Мыло Агафьи для бани» и других средств для тела встречаются жалобы на «сложную» текстуру средств: плохо распределяются или размыливаются, слишком густые, но при этом общее отношение доброжелательное из-за эффекта или дешевизны:

Еще фаворит — соляной скраб антицеллюлитный с апельсином из серии «Рецепты Бабушки Агафьи». Наносить тяжело — масса очень густая и плотная. Но кожа после него — ммм -- просто сказка Запах апельсина потом еще долго будет преследовать

Арабика, 27 лет, 1 586 сообщений на форуме mujane.ru

Отношение к другим мылам для бани схожее, но упоминаются эти продукты намного реже — всего около 10 раз.

Жидкое мыло для рук получило 7 отзывов, из которых 6 позитивных, 1 — негативный. Пользователи не всегда абсолютно довольны этим мылом, но готовы рекомендовать его друзьям из-за низкой стоимости:

Плюсы:

- литровая бутылка с хорошим дозатором, которой надолго хватает;
- отмывает загрязнения с рук хорошо, даже масло какое-нибудь;
- кожу не сушит.

Минусы:

- вязкое, не очень хорошо пенится, но, в принципе, раз отмывает хорошо, то, наверное, минусы не очень страшные.

В принципе, я без претензий. Хорошее мыло, тем более за свои деньги.

Цена: ок. 50 руб. в Астане Оценка: 8

Пользователь momodolly в сообществе Beautyclub

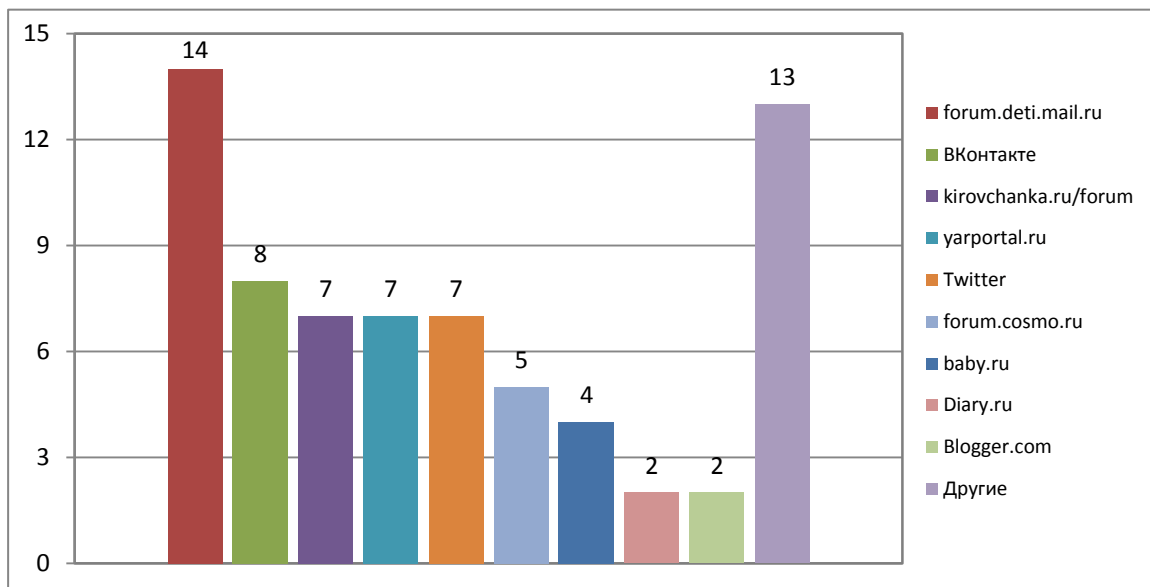
Обнаружено 2 сообщения о том, что этим мылом можно мыть и посуду.

Хорошие оценки получили скрабы и кремы для тела, а также крем для рук и ванночка для ног, но упоминания об этих продуктах одиночные:

Из того, что я люблю и пользуюсь уже много лет — ванночка для ног смягчающая «Аптечка бабушки Агафьи». Она просто чудесная! Перед педикюром я ее делаю (я дома стала педикюриться, выходит даже лучше, чем в салоне, но дольше, так как ковыряюсь дольше)... Даже потрескавшиеся пятки после нее и пемзы (или как там эту штука называется типа терочки) становятся мягкими, розовыми, как у младенчика.

ScorpiOlga, Астана, двое детей, 2 696 сообщений на форуме materinstvo.ru

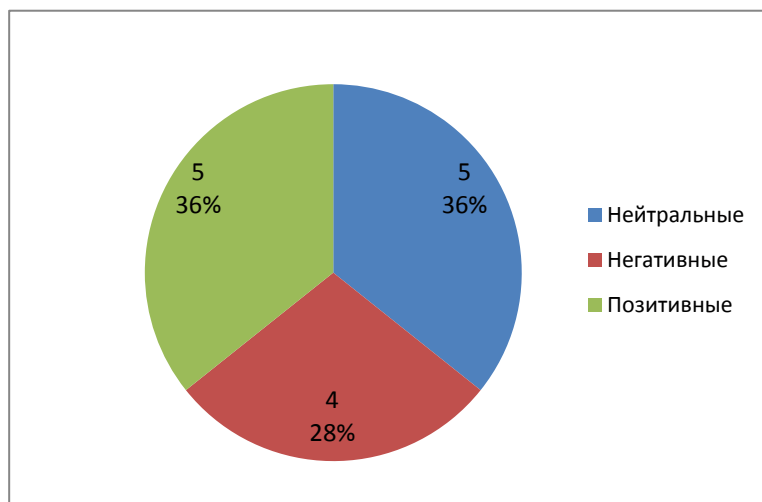
## Источники



На всех площадках, кроме deti.mail.ru и yarportal.ru (на последнем проводилась совместная закупка), высказывания разрозненные, список источников не представляет материала для анализа.

## Средства для лица

### Диаграмма распределения эмоциональных оценок



Средства для лица обсуждаются намного реже, чем другие группы продуктов бренда. Это обусловлено и низкой ценой, вызывающей предубежденность, и низкой эффективностью средств. Например, сообщение, обобщающее дискуссию в уже упомянутом треде на deti.mail.ru:

тут как-то кремы активно не хвалили — в основном мыльно- шампунные средства

Vesnushka, информация о пользователе скрыта

В позитивном ключе упоминаются сыворотки для лица:

Сыворотка Рецепты бабушки Агафьи как увлажнение шла помню очень неплохо и было вымазано пару-тройку бутылочков, там для разных возрастов, но разницы по эффекту не припомню. Впитывается хорошо, довольно легкая, под тональником не скатывается. Но без спецэффектов. Все-таки сыворотка такой продукт...очень разный в зависимости от того, на что нацелен.

Renaudot, 31 сообщение на форуме cosmo.ru, зарегистрирована в июле 2013

Информация о них передается через «сарафанное радио», пользователи готовы прилагать усилия, чтобы найти средства в продаже:

очень хорошие отзывы о сыворотке для лица, но я у нас ее к сожалению не могу у нас найти

Mari, есть дочь. Цитата с дети.mail.ru

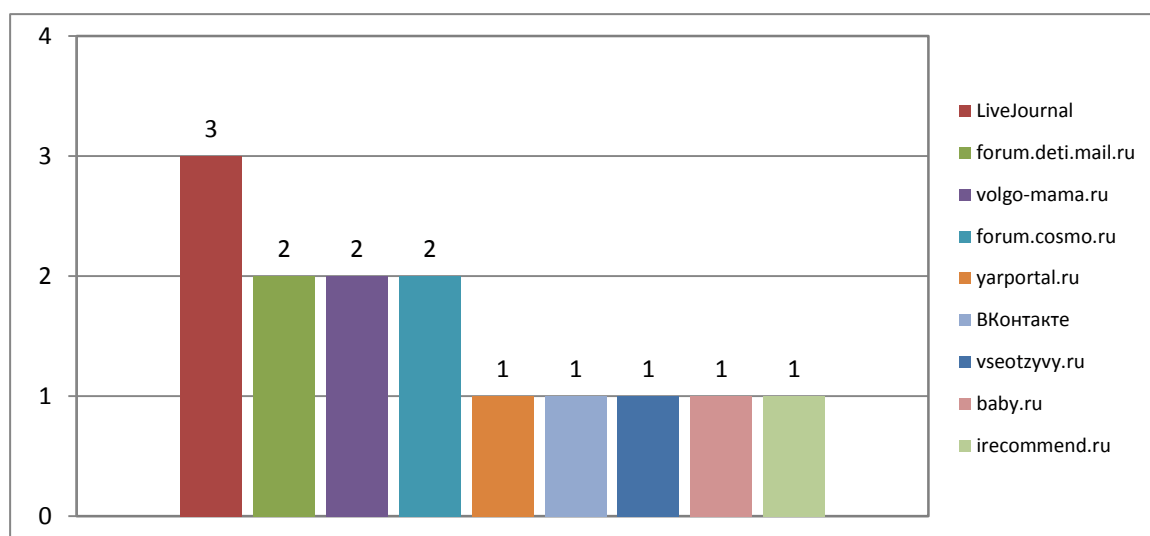
Негативные оценки у средств для снятия макияжа и очищения:

лучше смыть косметику простой водой. на коже остается какой-то налет, забились поры, появились воспаления. И косметику он плохо с лица снимает. В общем больше покупать не буду.

про «Средство для снятия макияжа 3 в 1». Цитата с дети.mail.ru

Встречаются одиночные высказывания о кремах для кожи лица и век, но в них отсутствует оценочное авторское суждение, поэтому эти сообщения не имеют ценности для анализа.

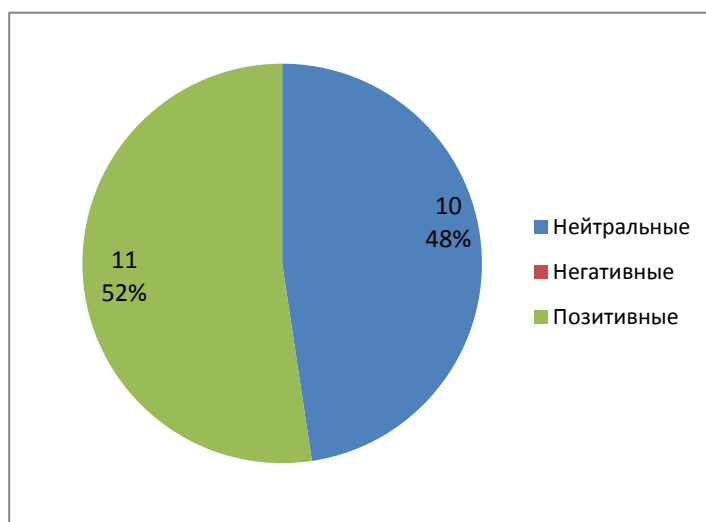
#### Источники



На всех площадках высказывания разрозненные, список источников не представляет материала для анализа.

## Зубные пасты и порошки

### Диаграмма распределения эмоциональных оценок



Отношение к зубным пастам бренда доброжелательное: 11 сообщений из 21 содержат позитивную оценку, негативные упоминания отсутствуют.

Следует отметить, что при обсуждении других продуктов бренда пользователи не делают упор на натуральность (кроме тех случаев, когда идет анализ составов), но зубные пасты ценят именно за отсутствие «химии». Вторая причина выбора этих паст — необычный приятный вкус. Еще одним преимуществом называют бережное воздействие пасты на чувствительные зубы и воспаленные десны.

Встречаются жалобы на то, что зубные пасты недостаточно хорошо очищают зубной налет, но пользователи все равно высоко их оценивают.

Выдержка из обзора пасты на сайте отзывов Ladiesproject:

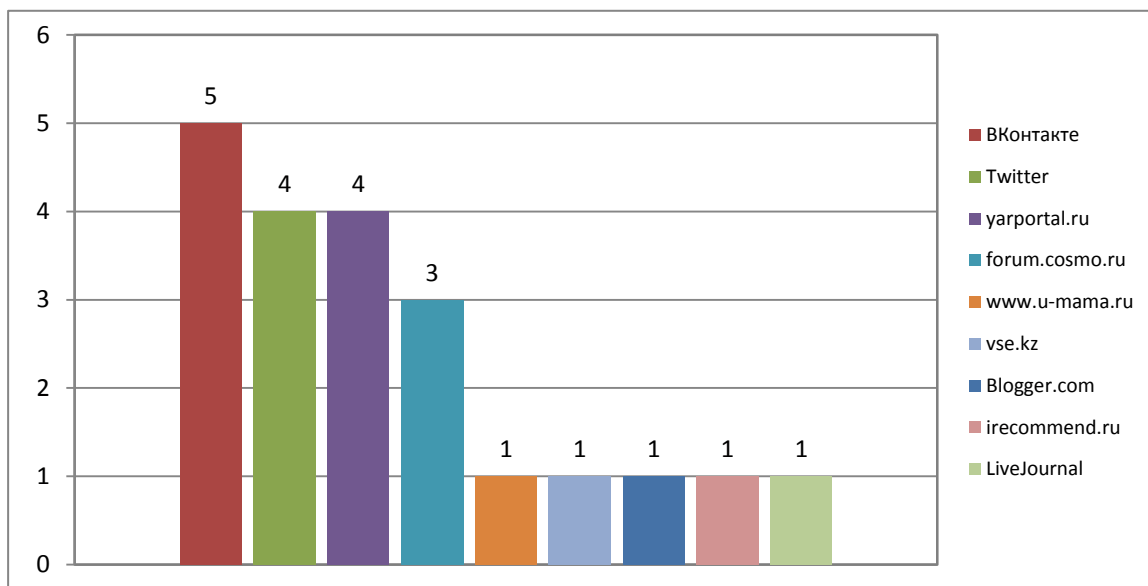
Эта паста просто создан для людей, которые не очень любят мяту, но и от сладких фруктовых паст тоже тошнит. Брусника прекрасно приглушает мяту, мята оттеняет вкус ягод. В общем, попробуйте.

После пасты такое ощущение, что ты почистил зубы и после этого попил ягодного сока (гранатового, вишневого, виноградного)

...Насчет очищения — согласна. Но вот она ни капельки не отбеливает, это минус. За это и снижу балл, потому что мне кажется не реально чистить зубы ей постоянно. Налет не уйдет. Поэтому, скорее всего, на утро куплю другую пасту, отбеливающую. А вечером буду чистить этой.

Алексанка, 25 лет, Хабаровск, 12 отзывов на сайте Ladiesproject

#### Источники



Малое количество упоминаний не позволяет проанализировать отношение к данному виду продукции бренда на отдельных ресурсах. 3 позитивные оценки найдены на форуме журнала «Космо» в ветке «Что из дешевого нас радует?, ~часть 25~». 3 позитивные оценки — в группах и блогах социальной сети ВКонтакте, посвященных «натуральному» образу жизни.

## Конкурентный анализ

### Отзывы: прямое сравнение с конкурентами

Бренд «Рецепты бабушки Агафьи» редко сравнивают с другими брендами, упоминают в одном ряду или противопоставляют «дешевое/дорогое», «проф/люкш-ширпотреб». Таково, например, сравнение с популярным средством для смягчения кутикулы и пяток от компании Lush:

какой-то бабушкой Агафьей и Лимонной сенсацией. бабушка за 30 руб действует, а сенсация за 460 только пахнет хорошо. ею же и кутикулы.

radugaw, Воронеж, 65 подписчиков, цитата из LiveJournal

Конкретные средства «Рецепты бабушки Агафьи» и конкурентов не сравниваются, но есть сравнения брендов в целом.

В позитивном ключе:

Судя по качеству иностранной косметики, я с Вами опять соглашусь, такой невообразимый ужас порой бывает в этих баночках, что и отдать кому-то стыдно. У нашей пусть не такая красивая упаковка, зато содержание хорошее. Мне «Чистая линия» не подошла, вроде бы и вреда никакого нет, но и эффекта я не заметила, а вот кремы бабушки Агафьи и тоники «Маграв» нравятся, у «Ста рецептов» хочу попробовать средства для снятия макияжа, почитала тут, отзывы положительные. И зачем, спрашивается, платить больше, а главное — за что?

Karmen\_I, зарегистрирована на портале Irecommend 7 недель назад,

4 отзыва на ресурсе



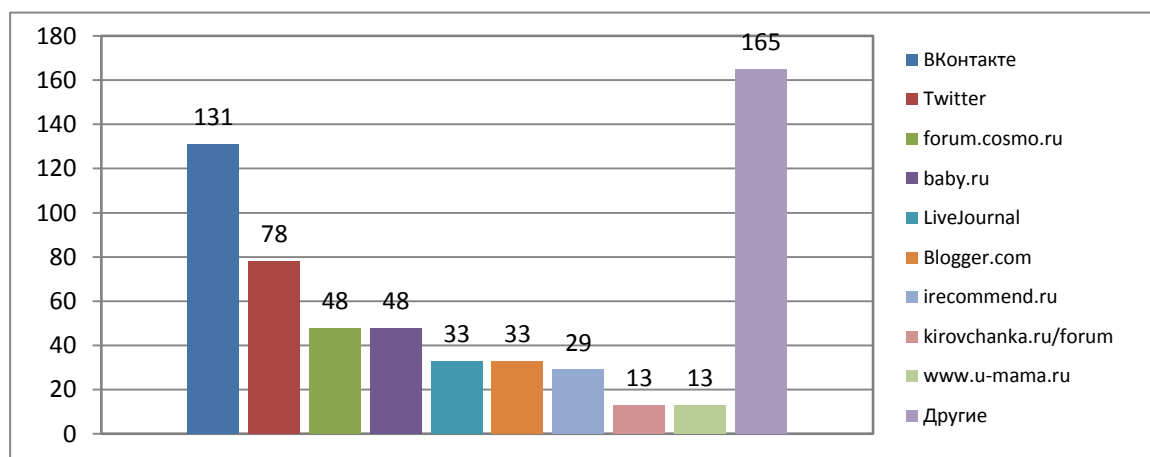
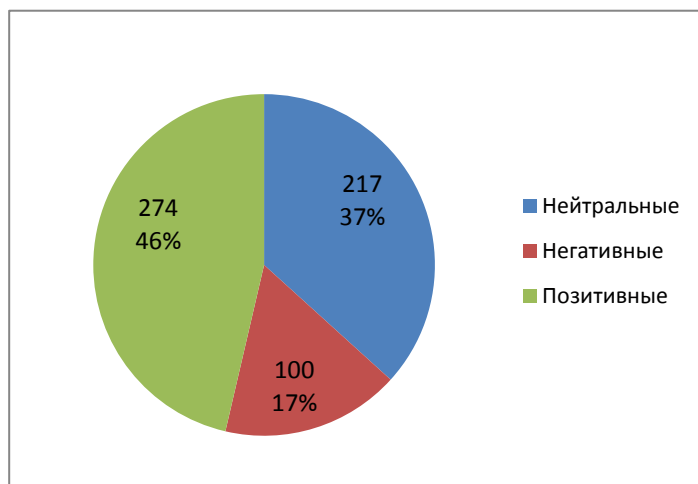
В негативном:

ну да, я прям производители «рецепты бабушки агафьи» и «натура сиберика» не врут? Врут еще наглее — в самом начале вода с экстрактами... и т.д. там этих экстрактов может быть в таком мизерном количестве, что в «нормальном» описании состава они стояли где-нибудь в самом конце. Вот так вводят в заблуждение, а никто и не замечает.

Ирина31, зарегистрирована на iRecommend 2 года и 10 месяцев назад,  
58 отзывов на ресурсе.

## Конкуренты: детали

### «Чистая линия»



Бренд «Чистая линия» проводит активную работу в социальных медиа: ведет собственную группу в сети ВКонтакте, а также есть основания полагать, что у брендов «Чистая линия», «Черный жемчуг» и других брендов концерна Unilever работают агенты влияния и проводится работа с блогерами.

В собственной группе в сети ВКонтакте ««ЧИСТАЯ ЛИНИЯ»: Красота от природы!» (6 748 участников) проводятся конкурсы, публикуется информация о новых продуктах и мелкие заметки, потенциально интересные женской аудитории. Среди публикаций можно выделить советы по уходу за кожей и волосами при помощи продуктов питания или подручных средств, в том числе в сочетании с продукцией бренда «Чистая линия».

Бренд «Чистая линия» обсуждают в нескольких контекстах:

- как и у всех брендов, часто встречаются отзывы о косметике, обсуждение средств, которые «подходят» или «не подходят»;
- использование бренда в качестве примера при нейтральном или негативном отношении: *«перепробовала все от Чистой линии до профессиональных шампуней», «кто-то пользуется хоть Чистой линией, а кожа идеальная»;* в негативном ключе часто противопоставляется люксовой косметике:

Простите еще раз, пжлст, а мы тут чем занимаемся? Носим Абибас, нюхаем Эйвон и пользуемся Чистой линией, параллельно трындим тут со знанием дела о Шанель и Том Форд?

Пользовательница Провокатор, 13 881 сообщений на форуме Kirovchanka

- упоминания «Чистой линии» как недорогой, но качественной российской косметики; простого продукта, достаточного для ухода, аналог «детского» крема или «того самого простого советского крема», которые считаются достаточными для качественного поддержания хорошего состояния кожи — в противовес обилию средств дорогих люксовых брендов или профессиональному уходу.

читаю каждый раз тему и иногда шоке и от кол-ва названий) и от их цен))

Я никакими кремами не пользуюсь)

Только молочко для снятия, и то самое простое- 100 рецептов красоты или Чистая линия) и вполне меня устраивает))

eIena91, сын 7 месяцев, цитата с форума sv-mama.ru

впервые слышу и не задумывалась никогда исследовать состав.Я пользуюсь Гарньер-мне подходит и нравится, а иногда-Чистая линия-подходит еще лучше.А вообще.наши звезды и даже не наши, а зарубежные,

у которых вагон средств уходит на поддержание своей молодости и красоты уверяют, что самые простейшие и недорогие старосоветские крема самые эффективные и действенные.

Lunatic, Москва, трое детей, цитата с портала baby.ru

Позитивные оценки содержатся преимущественно в сообщениях об использовании продукции, чаще всего это средства для волос, скраб для лица и кремы для лица серии «Идеальная кожа».

Негатив:

- отсутствие заявленного эффекта (около 50);
- негативные эффекты после использования: аллергия, перхоть, зуд, воспаления и прочее (7);
- 11 перепечаток списка компаний, тестирующих продукцию на животных, а также 3 авторских сообщения на ту же тему.
- 15 сообщений о неудовлетворительном качестве продукции, противопоставление более дорогих брендов или сравнение с брендами, которые считаются заведомо некачественными (например, «Де Шели»);
- наличие в составе компонентов, которые считаются «химическими», вредными (сульфаты, парабены и т. д.), недовольство тем, что марка позиционируется как экологичная и натуральная, но таковой не является (13 сообщений):

я в принципе неплохо отношусь к Флоресану, не считаю их «ненормальной» маркой. Во всяком случае, с такими составами они не позиционируют себя как натуральную косметику, в отличии, например, от Чистой Линии.

johnny, 1 год и 6 недель на сайте irecommend.ru, 84 отзыва

Стоимость продукции выступает как негативным фактором (например, «крем для лица не должен стоить три копейки»), так и преимуществом, например, по критерию «цена-качество» или отсутствию подделок:

Как-то смотрела передачу про косметические подделки. Практически всю косметику подделывают и отличить внешне от оригинала почти невозможно. А российскую недорогую косметику подделывать смысла нет.

Очень нравится еще «Чистая линия»

Roni-Roni, 8 недель на сайте irecommend.ru, 31 отзыв

Чаще всего обсуждается продукция по уходу за кожей лица (180 упоминаний, из них 91 позитивное и 28 негативных), в том числе самый известный продукт бренда — скраб для лица с абрикосовыми косточками, который получил 62 упоминания (33 позитивных и 4 негативных). Чаще всего скраб используют по прямому назначению, отмечают его сильные отшелушивающие и очищающие свойства, некоторые пользователи пишут о том, что используют его постоянно. Этот продукт упоминают также для того, чтобы проиллюстрировать свойства скрабов других брендов: «по силе такой же, как «Чистая линия» с абрикосовыми косточками». Встречаются упоминания об использовании продукта для тела, потому что для лица этот скраб слишком неприятный или травмирующий кожу.

В отличие от обсуждений продукции «Рецепты бабушки Агафьи», обсуждается значительная часть линейки по уходу за лицом. Обсуждение сывороток отсутствует. Хорошие отзывы у матирующего крема для лица и крема от прыщей из серии «Идеальная кожа»: на 30 упоминаний 23 позитивных и всего 2 негативных. Самая частая жалоба на эту и другие серии кремов — недостаточное увлажнение. Трижды встречаются сообщения о том, что косметолог или пользователь, регулярно посещающий косметолога и покупающий более дорогие продукты, использует продукцию бренда.

Пример такого сообщения:

сходила к косметологу на Гамарника. мне сказали почти полностью все противоположное да, волос сухой, ломкий, редкий (но это наследственное, тут ничего не поделаешь) но ничего страшного нет, можно походить на мезо, но это по желанию. видимых показаний нет. Очень понравилась косметолог жаль не помню как зовут. Она мне посоветовала пользоваться шампунями и масками «чистая линия»...еще выразилась забавно, мол «копеечные» но хорошие и честно-говоря с тех пор только их и покупаю и оч довольна, т.к. волос стал заметно лучше хотя раньше только профессиональными типа Loreal, matrix пользовалась

-=koshka=-, 93 сообщения на форуме. Цитата с форума vladmama.ru

Продукция для волос упоминается около 150 раз, из них 14 негативно и 58 — позитивно. Обсуждают не только шампуни, бальзамы и маски, но и спреи для волос (тогда как у бренда «Рецепты бабушки Агафьи» этот продукт практически не упоминается). Среди жалоб на шампуни — появление перхоти, иссушивание волос, аллергия, отсутствие эффекта.

мне чистая линия не нравится запахами- дюже химические... и шапмуни- бальзамы наоборот дико сушат кожу головы и сами волосики...

Ольга, г. Энгельс, цитата с портала Baby.ru

5 раз предлагается самостоятельно добавлять активные компоненты в продукты «Чистая линия», например горчичный порошок или мумие.

Продукцию для тела упоминают 61 раз, из них 40 позитивно и 2 негативно.

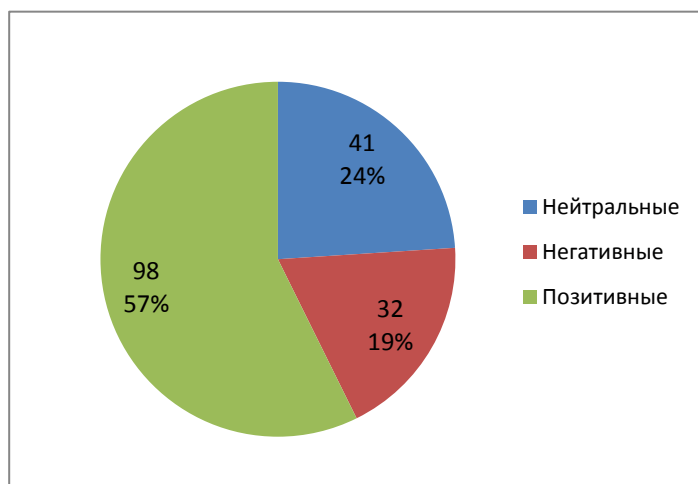
17 раз упоминают новинку — дезодорант (8 позитивно и 2 негативно), и 18 раз кремы для упругости кожи и от целлюлита (12 позитивных, негатив отсутствует).

Пользователям нравятся запах и консистенция средств, отмечается положительное воздействие на кожу.

Если продукцию «Чистой линии» для волос и для тела обсуждают прямо, делятся впечатлениями, советуют, то вместе с сообщениями о том, что нравятся и подходят средства для лица встречаются ремарки *«вы не поверите»* или *«только не смейтесь»*.

Чаще всего продукцию для лица и тела сравнивают с брендами Faberlic, Avon, Le Petit Marseillais, Natura Siberica, «Сто рецептов красоты», Mary Kay, Yves Rocher; средства для волос — с Gliss Kur, Pantene и другими средствами масс-маркета.

### «Черный жемчуг»



«Черный жемчуг» имеет образ массивно рекламируемого бренда: пользователи сообщают, что продукты им подходят, но конкретный эффект от использования не называют. Исключение — хит марки, скраб для тела «Идеальная кожа», информацией о котором пользователи охотно делятся.

У бренда есть собственная группа «[Черный Жемчуг: быть красивой каждый день!](#)» в социальной сети ВКонтакте (1 837 участников), где публикуется информация о конкурсах, шутки, советы по похудению. Конкурсы, проводимые брендом, не набирали большой популярности, оживленных дискуссий в группе нет.

«Черный жемчуг» имеет наиболее высокую долю позитивных оценок среди анализируемых брендов. Чаще всего положительно окрашенные сообщения содержат краткую информацию «*мне подошло средство*», иногда с кратким описанием эффекта. 6 раз продукцию бренда сравнивают с более дорогими брендами (Vichy, Clarins) и другими продуктами масс-маркета (Avon, L'Oreal):

[Черный жемчуг молочко для снятия макияжа био программа с экстрактом лаванды. Ни чуть не уступает люксу.](#)

CHRISTI86, Москва, в треде «Что из дешевого нас радует?, ~ часть 25 ~»,  
цитата с форума портала cosmo.ru



моей коже подходят, пользуюсь уже лет 10 (с 20-ти).

нравится легкая структура у большинства продуктов, нет ощущения жирнявой пленки после применения.

Ленада, информация скрыта, цитата с форума u-mama.ru

4 раза пользователи отмечают гипоаллергенность уходовых средств для лица:

Вообще вся эта серия Idilica очень даже не плоха. Аллергии не вызывает, в комочки на коже не скатывается. Впитывается хорошо. Коже комфортно, запах приятный, неагрессивный.

Татьяна, 47 лет, 115 отзывов в интернет-магазине ozon.ru

Кстати, про крема «Агафьи» еще не слышала. но вот на своей коже убедилась, что не все бренды одинаково полезны. Как вспомню жуткую крапивницу на Виши и Лореаль, так руки к Черному жемчугу сами тянутся.

Ясения, Ростов, 7 430 сообщений на форуме rostovmama.ru

Одно сообщение содержит похвалу производителю:

очень неплохая косметика у ООО консерн «Калина», они же бывшие «Уральские самоцветы». Черный жемчуг, чистая линия — это все их линейки продуктов. По качеству, на мой взгляд, они не просто не хуже живанши, а в несколько раз лучше.

minytkа, 28 лет, Москва,

в сообществе LiveJournal «kosmetichka» (24 770 участников)

#### Негатив:

- субъективные оценки об эффективности средств для конкретного пользователя;
- предубежденное отношение, недоверие к бренду, «ширпотребный» образ (6);

- сравнение с люксовым и профессиональным уходом (2 сообщения):

после 30 при средней генетике очень бросается в глаза, кто дома прыщи давит и черный жемчуг размазывает, а кто к косметологу ходит регулярно

Sova, участница форума u-mama.ru

Прочитала сейчас клиентке лекцию по уходу за кожей, в очередной раз поразившись количеству мифов, бродящих в головах людей. Это и «химия» в косметике и продуктах, и «сползающий ботокс», и творящие чудо крема от «Черного жемчуга».

Перепечатка в LiveJournal, автор текста — Екатерина Животкова, врач-косметолог, главврач клиники эстетической медицины, Екатеринбург, 2 189 подписчиков

- содержание рекламы, обвинение в обмане потребителя;
- непроверенный слух:

вспомнила, что завод который производит черный жемчуг, одновременно выпускает и крем для обуви эффектон. меня папа очень любит этим эффектоном ботинки дрючить, но не везде он продается. Интересно, там сильно отличается состав?

sealmouse, Санкт-Петербург, 16 подписчиков

Комментарий в сообществе LiveJournal «kosmetichka» (24 770 участников)

- 11 перепечаток черного списка, распространяемого в сети ВКонтакте, содержит упоминание бренда «Черный жемчуг», что намного меньше, чем у «Рецепты бабушки Агафьи» (44).

Самый популярный продукт марки — скраб для тела «Идеальная кожа» с содержанием кофеина, иногда пользователи самостоятельно добавляют в него молотый кофе для усиления эффекта. Пользователям нравится запах, консистенция и воздействие продукта: частички скраба мелкие, не царапают, продукт не сушит

кожу и не оставляет жирной пленки, кожа становится гладкая и «напитанная».

Типичное упоминание:

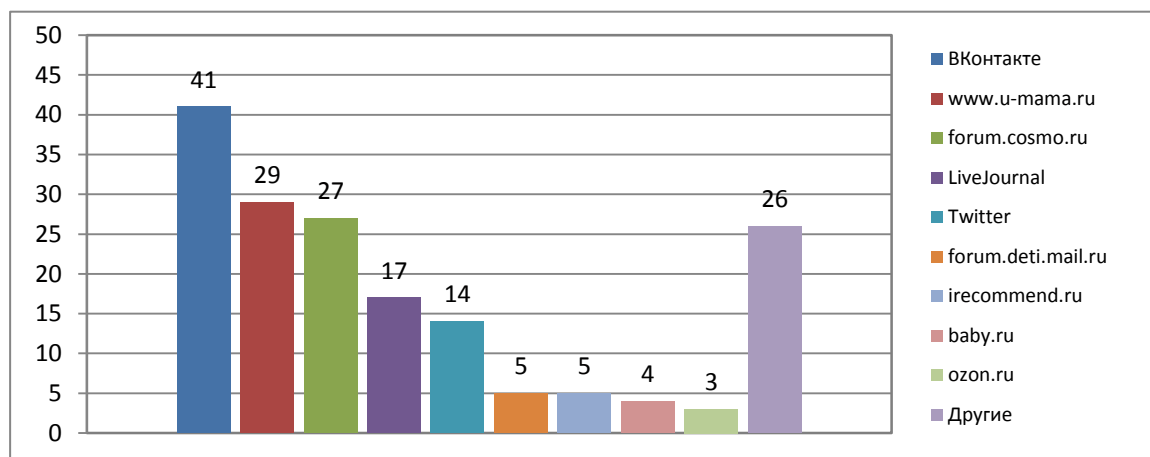
шикарный скраб «черный жемчуг» — кофе!!!!!!!!!!!! сходила с ним в баньку..mmm..шикарный запах шоколада и кофе!!!! этот аромат еще долго оставался на мне.и мягенькая кожа! а утром так ровно лег загар!

Монго\_88, Уфа, 134 сообщения на форуме ruzyaka.ru,  
зарегистрирована в апреле 2013

Из 30 упоминаний этого продукта только 1 негативное, а позитивных — 25.

В обсуждениях кремов для кожи лица и век (42 упоминания) чаще всего не указывают конкретный вид крема, разве что возрастную категорию (исключение — серия «Идилика»). 33 упоминания содержат позитивную оценку кремов и 5 — негативную.

По 5 сообщений, упоминающих о средствах для снятия макияжа и пенки для очищения кожи (все позитивные). 8 — о кремах против целлюлита (из них 4 позитивных и 3 негативных).



На сайте u-mama.ru «Черный жемчуг» упоминался в тред, посвященном этому бренду, больше половины упоминаний позитивные. Такая же ситуация на форуме cosmo.ru: упоминания сконцентрированы в двух ветках («Что из дешевого нас радует» и «Скрабы для тела»), отношение позитивное.

## 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>
« <a href="#">Ради интереса!</a> », познавательные заметки в Интернете	13244 (Твиттер)	1	=	<a href="#">Зубная паста «Брусничная» от Рецепты Бабушки Агафьи</a> <a href="http://tinyurl.com/kfvyr4e">tinyurl.com/kfvyr4e</a>
<a href="#">Галина Корниенко</a> , бьюти-блогер, Одесса	2772 (LiveJournal)	1	=	<a href="#">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</a>
<a href="#">KittyCat</a> , блогер, Пермь	1277 (Твиттер)	1	+	<a href="#">Бабушка Агафья знает толк в травах</a>

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>)

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>
<a href="#">Anna Galaxy</a> , бьюти-блогер, Луганск	268 (Blogger.com)	1	=	<a href="#">Представляю вашему вниманию крем для ног от марки «Черный жемчуг» интенсивное смягчение, с протеинами шелка, маслом авокадо, который смягчает и дезодорирует, способствует заживлению микротрещинок</a>
		1	+	<a href="#">Фито-дезодорант от марки Чистая линия мне очень понравился. На данный момент это мой самый любимый дезодорант из категории аэрозолей</a>

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».

## Выводы

- Отношение ко всем анализируемым брендам доброжелательное. Доля негатива у бренда «Рецепты бабушки Агафьи» ниже, чем у конкурентов, несмотря на попадание в список компаний, тестирующих свою продукцию на животных. Пользователи сети ВКонтакте, распространяющие список, ссылаются на сайт российского центра защиты прав животных «Вита» (<http://www.vita.org.ru/exper/firmu-testirov.htm>), однако там эта информация не обнаружена.
- Продукты «Рецепты бабушки Агафьи» часто приводятся как пример недорогого средства как в нейтральном, так и в негативном ключе. Кроме этого, пользователи считают средства бренда близкими к народным. Слова «бабушка Агафья» для некоторых пользователей является синонимом слов «травница» или «знахарка».
- У бренда есть два вида продукции, информация о которых передается по «сарафанному радио», а отзывы преимущественно положительные: «Натуральное сибирское мыло для бани» («черное мыло») и сыворотки для лица.
- Средства для волос и для тела воспринимаются пользователями хорошо, имеют образ недорогих, но качественных продуктов. Шампуни и маски помогают от выпадения волос, бальзамы делают волосы блестящими, мыло для бани можно использовать и как шампунь, и как гель для душа. Низкая цена средств говорит в их пользу. Среди жалоб наиболее частые — иссушивание волос и отсутствие эффективности.
- При обсуждении продуктов для лица низкая цена приводится как недостаток, кроме сообщений о сыворотках.
- Зубные пасты и порошки — единственные средства, при обсуждении которых пользователи делают упор на натуральность продукции.

- Аудитория у бренда очень широкая. Естественно, в первую очередь это женщины, которые выбирают средства для всей семьи, однако они сильно отличаются по финансовым возможностям, возрасту и отношению к эко-продуктам. Большинство из них выбирает определенные продукты, которые им подходят, но есть и такие, которые считают качественными все продукты этого производителя.
- Оба бренда-конкурента ведут активную работу в социальных сетях и блогах, есть основания предполагать, что они также используют агентов влияния.
- «Чистая линия» воспринимается в первую очередь как недорогая отечественная продукция, отношение к качеству ее разное. Бренд часто приводится в качестве примера дешевого средства. Хит-продукт — скраб для лица с абрикосовыми косточками.
- «Черный жемчуг» имеет образ широко рекламируемой недорогой косметики, в первую очередь для лица. Мнения об эффективности разнятся. Самый популярный продукт — скраб для тела «Идеальная кожа» с кофеином.

## Контакты

Илья Ермолаев, директор по продажам,

[ilya@brandspotter.ru](mailto:ilya@brandspotter.ru),

+7 905 504-95-69.

Анна Мусатова, руководитель отдела по работе с клиентами,

[anna.musatova@branspotter.ru](mailto:anna.musatova@branspotter.ru),

+7 916 223 5264,

+7 499 253 2001.



## Приложение: методология анализа

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

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

Количественный анализ основан на данных BrandSpotter. Качественный анализ основан на анализе мнений. Для анализа мнения выбираются только высказывания, имеющие выраженное мнение по отношению к объекту мониторинга.

## 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](http://vk.com), [vkontakte.ru](http://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).

### 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](http://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](https://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**

**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](http://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.

## Порталы отзывов и тематические ресурсы

### Бэби.ру

Наиболее крупный российский «родительский» портал.

**Ссылка:** [baby.ru](http://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](http://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](http://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](http://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](http://kirovchanka.ru)

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

**Ссылка:** [kirovchanka.ru/forum](http://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](http://yarportal.ru)

Ярославский региональный форум.

**Ссылка:** [yarportal.ru](http://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.