

**А. А. Осмехина**

**Научный руководитель: И. Б. Резник**

*Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина  
Екатеринбург*

## **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ АВТОРСКОГО КОНТЕНТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ВКОНТАКТЕ И INSTAGRAM**

**Аннотация:** в статье проводится сравнение двух популярных в России социальных сетей Вконтакте и Instagram с целью анализа эффективности данных площадок для размещения авторского контента и продвижения проекта. В работе были использованы статистические, математические и аналитические методы.

**Ключевые слова:** Интернет-маркетинг, SMM-продвижение, коэффициент вовлеченности, социальные сети.

**A. A. Osmekhina**

**Scientific supervisor: I. B. Reznik**

*Ural Federal University  
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin  
Ekaterinburg*

# ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE PLACEMENT OF AUTHOR'S CONTENT IN SOCIAL NETWORKS VKONTAKTE AND INSTAGRAM

**Abstract:** the article compares two popular social networks in Russia, Vkontakte and Instagram, and analyzes the effectiveness of these sites for posting author's content. The following methods were used: statistical, mathematical, and analytical.

**Keywords:** Internet-marketing, SMM-promotion, Engagement Rate, social networks.

На сегодняшний день Интернет и социальные сети предоставляют компаниям широкие возможности для информирования потребителей о своих услугах или продуктах. Эффективность размещения информации о компании на разных площадках Сети — один из ключевых показателей успешности маркетинговой компании и SMM. Для изучения параметров эффективности размещения авторского контента было проведено сравнительное исследование двух площадок.

Цель работы: сравнительный анализ параметра вовлеченности в двух группах в социальных сетях, а также изучение их внутрисетевой активности с целью выяснения возможностей и перспектив SMM авторского курса по макияжу.

Для размещения авторского контента были выбраны социальные сети ВКонтакте и Instagram. Чтобы определиться с наиболее эффективной площадкой для размещения контента, был проведен сравнительный анализ страницы в социальных сетях с похожей тематикой. Исследуемые аккаунты принадлежат одному пользователю и имеют схожие по смыслу и тематике названия. Группа ВКонтакте: «Мы профи: парикмахер, визажист, ногти, косметолог» [2]; в свою очередь страница в Instagram имеет заголовок: «we\_are\_hairdressers» [1]. Данные, полученные в результате анализа этих групп, использовались для расчета эффективности размещения авторского контента, а также для создания собственной эффективной рекламной кампании в дальнейшем.

Одним из самых наглядных показателей эффективности контента является коэффициент вовлеченности (Engagement Rate, ER). ER — это удельный вес целевых действий пользователей в пересчете на один пост, период времени или на одного пользователя [3]. Именно этот коэффициент необходимо рассчитать для сравнения двух площадок.

Возможность работы со статистическими данными и показателями для расчета ER в социальных сетях предоставляют онлайн-сервисы LiveDune [4] и Popsters [1].

Для анализа страницы в Instagram был использован сервис LiveDune, который предоставляет статистику по страницам. В течение недели был проведен сбор необходимой информации: количество подписчиков, динамика роста числа подписчиков, количество постов, лайков и комментариев за разные периоды.

Для анализа страницы ВКонтакте были использованы статистика ВКонтакте и онлайн-сервис Popsters. Сервис также позволяет проанализировать необходимые данные, которые были собраны за неделю пользования: количество подписчиков, рост подписчиков, количество постов, лайков и комментариев за разные периоды. Полученные данные были сведены в единую сравнительную таблицу:

Параметр	ВКонтакте	Instagram
Количество подписчиков	74 238	97 390
Рост подписчиков за последние 30 дней	+ 825	+ 10 862
Посты за последние 30 дней	524	261
Количество лайков за последние 30 дней	16 481	179 144
Количество комментариев за последние 30 дней	830	5 036

Окончание таблицы

Количество реакций на одинаковые публикации (01.03.2021)	лайки	61	453
	комментарии	0	11

Проанализировав сравнительную таблицу, можно заметить, что количество подписчиков в Instagram больше на 23 152 человека, чем в социальной сети ВКонтакте. Также рост подписчиков, количество лайков и комментариев за месяц, реакции на одинаковые публикации в Instagram превышают аналогичные показатели ВКонтакте в несколько раз. Для более точного результата необходимо рассчитать показатели ER за неделю и за месяц:

$ER = (\text{среднее кол-во реакций на пост за период} / \text{кол-во постов за период}) / (\text{кол-во подписчиков}) \times 100.$

Показатели актуальны на 01.03.2021 на 21:00.

Параметры (за месяц)	ВКонтакте	Instagram
Среднее количество реакций на пост: количество лайков + количество комментариев	$16\,481 + 830 = 17\,311$	$179\,144 + 5\,036 = 184\,180$
Количество постов	524	261
Параметры (за неделю)	ВКонтакте	Instagram
Среднее количество реакций на пост: количество лайков + количество комментариев	$3\,191 + 131 = 3\,322$	$38\,066 + 1\,298 = 39\,364$
Количество постов	140	71

$ER = (17\,311/524) / (74\,238) \times 100 = 0,0445$  (ВКонтакте за месяц).

$ER = (184\ 180/261)/(97\ 390) \times 100 = 0,724582$  (Instagram за месяц).

$ER = (3\ 322/140)/(74\ 238) \times 100 = 0,03196284$  (ВКонтакте за неделю).

$ER = (39\ 364/71)/(97\ 390) \times 100 = 0,56928076$  (Instagram за неделю).

В результате расчетов можно сделать вывод, что ER ВКонтакте за неделю и месяц примерно в 17 раз меньше, чем ER в Instagram.

Таким образом, становится очевидным, что показатели уровня вовлеченности для групп, связанных с темами косметологии и визажа, значительно выше в социальной сети Instagram, нежели в ВКонтакте. Автор считает сеть Instagram более эффективной площадкой для размещения авторского контента, связанного с темой визажа, а также более перспективной социальной сетью для осуществления SMM личного проекта.

### **Библиографический список**

1. Мы парикмахеры. URL: [https://www.instagram.com/we\\_are\\_hairdressers/](https://www.instagram.com/we_are_hairdressers/) (дата обращения: 01.03.2021).

2. Мы профи: парикмахер, визажист, ногти, косметолог. URL: [https://vk.com/we\\_profі](https://vk.com/we_profі) (дата обращения: 01.03.2021).

3. Engagement rate (ER): расчет и значения показателей. URL: <https://blog.calltouch.ru/engagement-rate-er-raschet-i-znacheniya-pokazatelej/> (дата обращения: 01.03.2021).

4. LiveDune. Сервис комплексной работы в соцсетях. URL: <https://pro.livedune.ru/> (дата обращения: 01.03.2021).

5. Popsters. Сервис аналитики постов и страниц конкурентов в социальных сетях. URL: <https://popsters.ru/> (дата обращения: 01.03.2021).