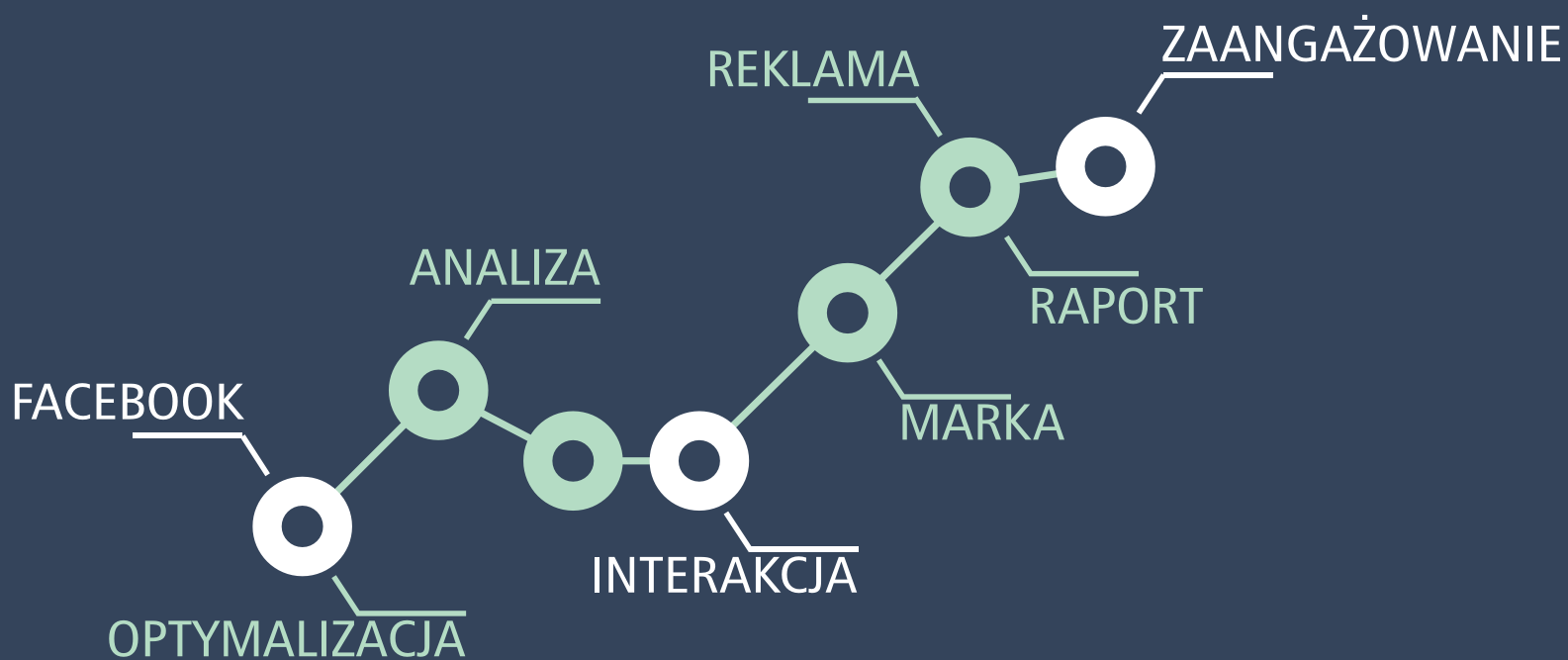


FANPAGE TRENDS

LUTY 2014



FANPAGE TRENDS POLSKA LUTY 2014

TELEKOMUNIKACJA



Magdalena Górnicka

Account Manager
faceADDICTED

Luty dla telekomów to miesiąc niełatwy: wiele osób wyjeżdża na ferie, a na zimowych wyjazdach, o problemy z zasięgiem nietrudno :) Przekłada się to również na nieco zmniejszoną aktywność fanów w tym miesiącu.

Tematami, które zdominowały komunikację, były z pewnością walentynki i olimpiada w Soczi. Jednak nie są to tematy typowe tylko dla tej branży – złotymi medalami żyła cała Polska.

W kategorii Telekomunikacja czołówka jest silna i niewiele się w niej zmienia. Szczególnym przykładem jest ranking zaangażowania, gdzie aż pięć pierwszych miejsc pozostało bez zmian w stosunku do stycznia.

Liderem zaangażowania i interactivity pozostaje Plus, na jego fanpage'u zamieszczony został również najpopularniejszy w lutym post. Co trzeba zauważyć – jest to post de facto ofertowy, zawierający link do oferty. Osiągnięcie więc rekordowych interakcji przy poście tego typu to duże osiągnięcie.

Zazwyczaj, najpopularniejsze posty to treści lifestyle'owe czy rozrywkowe, jak – drugi w rankingu najpopularniejszych – post Serca i Rozumu.

Należy również odnotować tendencję wzrostową T-Mobile w zaangażowaniu i interactivity – bo do tej pory ten fanpage odstawał pod tymi względami od Plusa, Play i Orange. Teraz, jak widać, zmierza w dobrym kierunku.

Pod względem liczby zaangażowanych, największe spadki zaliczył Cyfrowy Polsat i Mobile Vikings Polska, przy czym ten ostatni cały czas pozostaje bardzo obiecującym "nowym przybyszem" w całej tej kategorii.

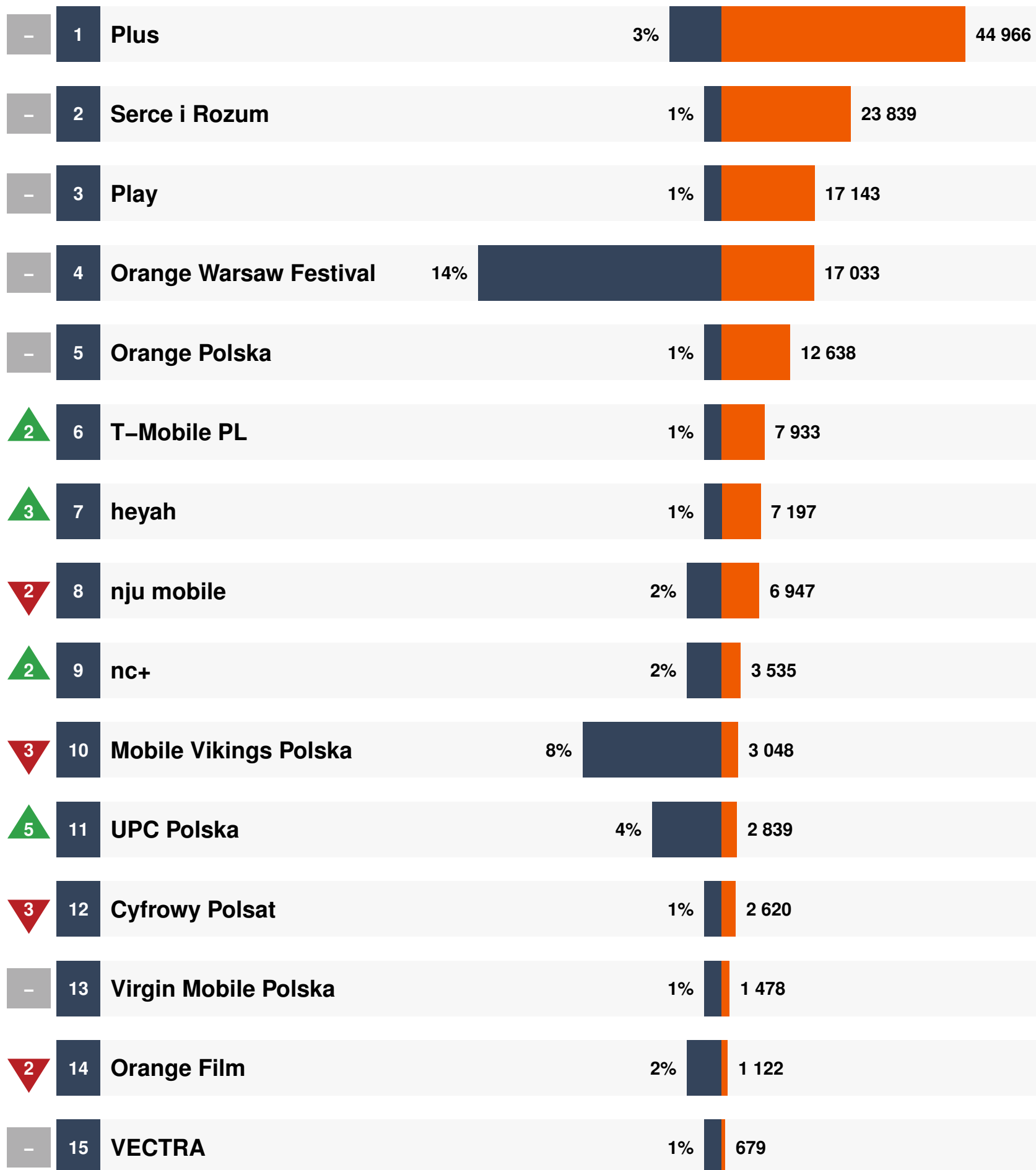


-	1	Serce i Rozum	2 335 910	+3% (+61 807)
-	2	Play	2 133 902	+1% (+20 502)
-	3	Orange Polska	1 769 360	+1% (+9 851)
-	4	Plus	1 431 982	+1% (+18 676)
-	5	heyah	759 080	+2% (+13 934)
-	6	T-Mobile PL	579 946	+3% (+17 438)
-	7	Cyfrowy Polsat	507 808	+2% (+10 326)
-	8	nju mobile	413 466	+6% (+23 025)
-	9	nc+	174 560	+3% (+5 235)
-	10	Virgin Mobile Polska	129 971	0% (- 231)
-	11	Orange Warsaw Festival	117 765	+8% (+9 162)
-	12	sms.priv.pl	107 767	+1% (+581)
-	13	MTV Mobile Polska	92 340	0% (- 189)
-	14	UPC Polska	69 299	+5% (+3 574)
-	15	Orange Film	57 787	+1% (+614)

Średnia w kategorii: 363 119 (+ 6 774)

Wykres prezentuje liczbę fanów na koniec miesiąca, a także jej przyrost.

Procent zaangażowanych ■ Liczba zaangażowanych



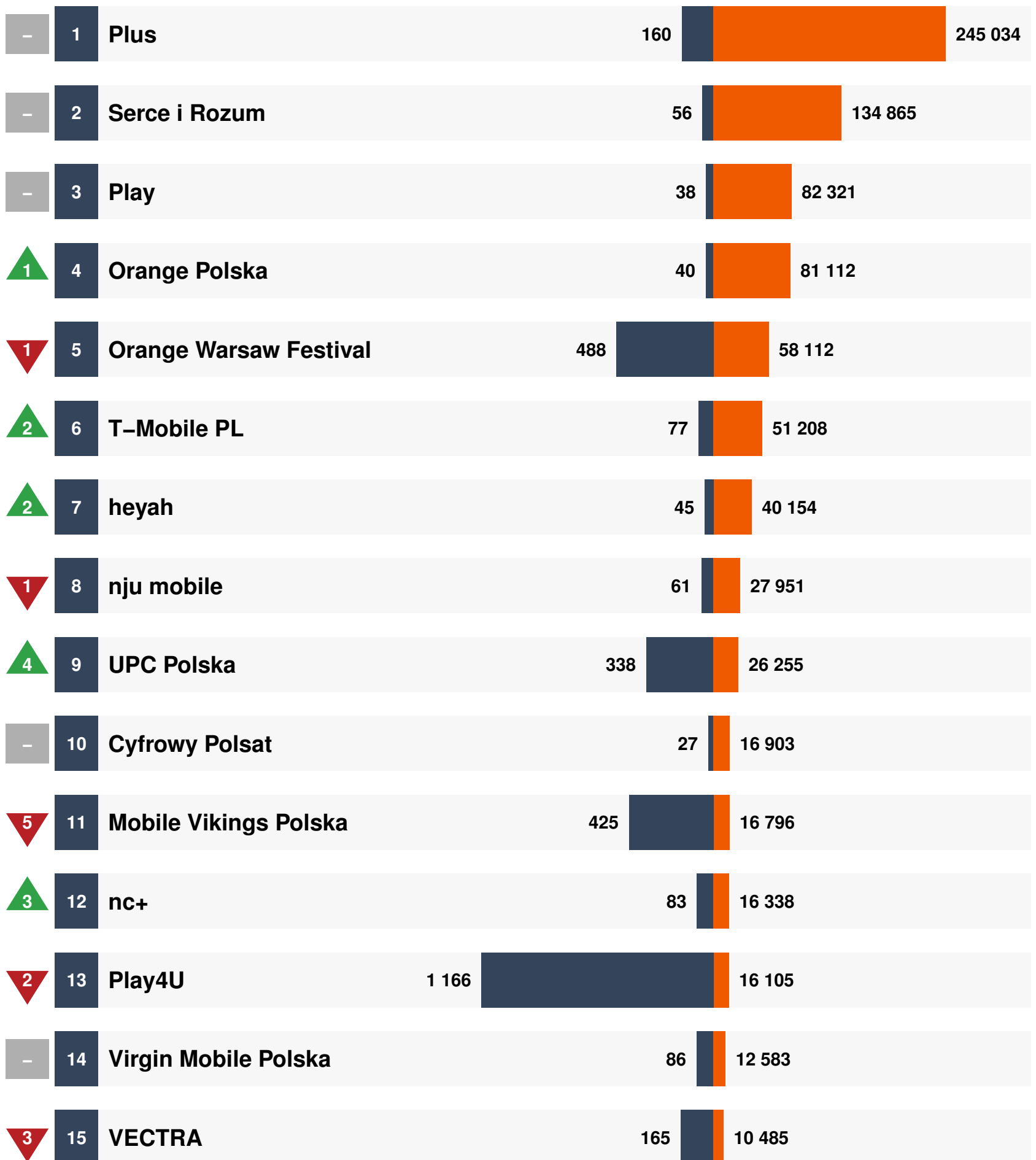
Średnia w kategorii:

2% | 5 177

Zaangażowany to użytkownik, który w analizowanym okresie wchodził w interakcje z treściami na stronie, poprzez klikanie "lubię to", komentowanie, postowanie lub głosowanie w ankietach.

Wartość procentowa może być większa niż 100%, gdyż Facebook umożliwia wykonanie aktywności użytkownikom, którzy nie są fanami.

Relative Interactivity ■ Interactivity Index



Średnia w kategorii:

143 | 28 493

Interactivity Index to zbiorczy wskaźnik wszystkich aktywności w obrębie fanpage'a w ciągu miesiąca.

Relative Interactivity uwzględnia wielkość fanpage'a, a zatem umożliwia porównanie fanpage o zróżnicowanej liczbie fanów.

▲3	1	Serce i Rozum	24 237
▼1	2	Plus	19 582
▼1	3	Play	11 994
▲2	4	nju mobile	11 252
–	5	Orange Warsaw Festival	7 514
▲1	6	heyah	7 254
▼4	7	Orange Polska	7 186
–	8	T-Mobile PL	7 157
–	9	Mobile Vikings Polska	5 671
–	10	Cyfrowy Polsat	4 609
–	11	nc+	2 680
–	12	UPC Polska	2 504
–	13	Orange Film	740
▲2	14	Virgin Mobile Polska	653
▼1	15	VECTRA	377

Średnia w kategorii: 3 836

Wykres przedstawia średnią dzienną liczbę osób odnoszącą się do fanpage'a w ciągu miesiąca.

Plus

Niedziela, 02.02.2014, godz: 16:40

Wpisujcie Wasze typy w komentarzach! Aby dowiedzieć się, jaka oferta najbardziej do Was pasuje, nie musicie prowadzić długich wyliczeń :) Wystarczy, że rozwiążecie quiz: <http://bit.ly/QuizSprawdzOferte>

Interactivity Index: 42 063

♀ 48% • ♂ 52% 👍 2759 • 💬 9374 • 📧 113

Serce i Rozum

Piątek, 21.02.2014, godz: 21:05

Serce, czemu Ty jeszcze nie śpisz?

Interactivity Index: 39 739

♀ 77% • ♂ 23% 👍 6671 • 💬 271 • 📧 1999

heyah

Środa, 19.02.2014, godz: 11:41

[multimedia / brak tekstu]

Interactivity Index: 8 799

♀ 41% • ♂ 59% 👍 487 • 💬 2006 • 📧 18

Orange Polska

Poniedziałek, 24.02.2014, godz: 15:45

Masz Orange na kartę? Rozdajemy pakiety 100 minut do wszystkich sieci ważne 30 dni :) Jak je wygrać? Dokończ zdanie na grafice. Na Twoje zgłoszenie czekamy do 27.02 do końca dnia. Wśród najciekawszych odpowiedzi wyłonimy 100 zwycięzców :) Regulamin: <http://bit.ly/1fwJDmX> Pamiętajcie, że w Orange

Interactivity Index: 10 200

♀ 48% • ♂ 52% 👍 816 • 💬 2250 • 📧 24

T-Mobile PL

Czwartek, 27.02.2014, godz: 14:03

Symboliczny jeden lub dwa pączki, czy ile uda się tylko zmieścić? Którą opcję dziś wybieracie?

Interactivity Index: 8 036

♀ 56% • ♂ 44% 👍 1868 • 💬 1342 • 📧 50

Metodologia Fanpage Trends Polska

Cel

Celem opracowania jest identyfikacja tendencji zachodzących na stronach portalu społecznościowego Facebook (Strony na Facebooku), takich jak wzrosty i spadki liczby fanów, aktywności użytkowników itp. Raport zawiera rankingi 15 najlepszych stron pod względem wybranych wskaźników oraz zmianę ich pozycji w stosunku do poprzedniego zestawienia.

Strony objęte analizą

W raporcie są uwzględniane strony znajdujące się na portalu Facebook, których grupę docelową oraz zaangażowanych stanowią głównie Polacy. Sotrender analizuje ponad 100 tys. polskich stron, z czego największe z nich poddawane są bardziej szczegółowej analizie. W opracowaniu "Fanpage Trends Polska Luty 2014" uwzględnionych zostało 9 214 najważniejszych stron. Dane dotyczące wszystkich aktywności na analizowanych stronach pobierane są za pomocą interfejsu programowania aplikacji (API) Facebook i podlegają jego ograniczeniom. Analizy i porównania prowadzone są łącznie oraz w podgrupach wyodrębnionych ze względu na branżę i tematykę przez Sotrender Research Team.

Okres badania

Zestawienie Fanpage Trends przygotowywane jest w cyklu miesięcznym. Zbierane dane obejmują czas od pierwszego do ostatniego dnia danego miesiąca. Zestawienie "Fanpage Trends Polska Luty 2014" obejmuje okres od 01.02.2014 do 28.02.2014.

Wskaźniki

Fani strony – użytkownicy, którzy polubili profil strony.

Zaangażowani – użytkownicy, którzy w analizowanym okresie wykonali przynajmniej jedną aktywność na stronie (polubienie, komentarz, dodanie postu lub zdjęcia bądź oddanie głosu w ankiecie).

Interactivity Index – zbiorczy wskaźnik wszystkich aktywności w obrębie strony.

Relative Interactivity – zbiorczy wskaźnik wszystkich aktywności fanów w obrębie stron w wybranym okresie, z uwzględnieniem liczby fanów.

Liczba osób, które o tym mówią – średnia dzienna liczba osób odnosząca się do strony w danym przedziale czasowym.

Top posty – najlepsze wpisy administratorów strony wybrane na podstawie wartości Interactivity Index.

Infografika

Dane przedstawione w infografice dotyczą wyłącznie stron komercyjnych. Z kolei warunkiem obecności w rankingach „Najbardziej Uważnych” oraz „Najszybciej komentujących” jest dodatkowo posiadanie co najmniej 50 tysięcy fanów oraz przynajmniej tylu postów użytkowników ile jest dni w badanym miesiącu, co daje przeciętnie jeden post dziennie. Jako odpowiedź strony przyjmujemy do rankingu „Najbardziej Uważnych” zarówno skomentowanie jak i polubienie wpisu użytkownika, natomiast do „Najszybciej komentujących” tylko skomentowanie.



Masz pytania?

Napisz do nas:

contact@sotrender.com

facebook.com/Sotrender

twitter.com/Sotrender