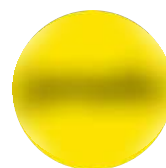


**Аудит SMM**



## **ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ТЕХНИКИ**

Цель: Привлечение аудитории потенциальных покупателей и увеличение продаж

## **АНАЛИЗ КОНТЕНТА ЗА 01.01 - 30.06.2022**

| KPI                                      | Instagram | Facebook | LinkedIn         |
|------------------------------------------|-----------|----------|------------------|
| Подписчики                               | 4 999     | 190      | 109              |
| ER, %                                    | 14,55     | 1,8      | -                |
| Количество постов<br>(в среднем/в месяц) | 3         | 3        | 3 за весь период |
| Лайки                                    | 7 490     | 44       | 30               |
| Комментарии                              | 7 053     | 14       | 2                |
| Количество конкурсов                     | 1         | -        | -                |



анализирует **SENIOR SMM** специалист  
Ирина Мазур

**ТОП постов за период 01.01-30.06.2022**



14.04.2022 в 01:56



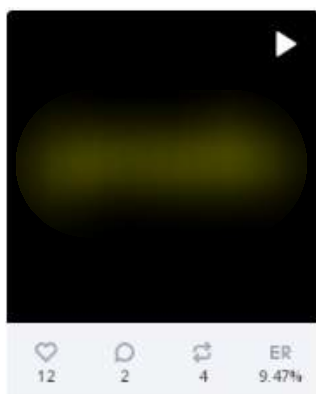
05.04.2022 в 05:24



28.03.2022 в 04:31



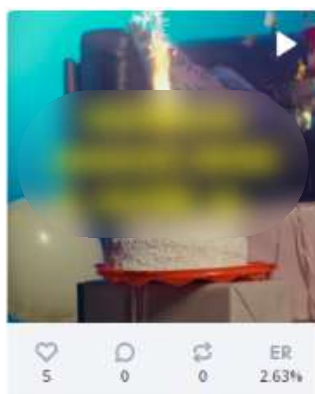
24.03.2022 в 11:26



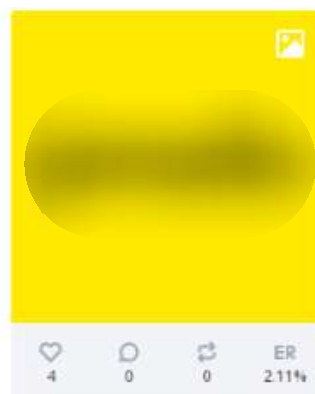
09.02.2022 в 11:29



21.02.2022 в 06:00



09.03.2022 в 05:59



07.01.2022 в 05:39

### **ЧТО ХОРОШО В АККАУНТАХ:**

- высокий уровень вовлеченности ER, по сравнению с конкурентами в Instagram
- следование айдентике бренда при разработке оформления Instagram
- проведение вовлекающих активностей, которые повышают уровень ER
- современный минималистичный стиль формирования Instagram сетки
- интересная рубрика: фото, которые можно сделать с помощью техники [REDACTED]
- использование хештегов Instagram

### **ЗОНЫ РОСТА:**

- активное присутствие только в одной соцсети - конкуренты стараются обеспечить активность на нескольких площадках
- практически отсутствует видео контент, отсутствует применение инструментов продвижения Instagram - Reels, Highlights
- отсутствие фото участников команды, амбассадоров бренда, для создания доверительного отношения к бренду у потенциальных клиентов и подписчиков
- сдержанный подход к написанию текстов, иногда слишком минималистичный
- отсутствие считываемого Tone of voice бренда

## КОНКУРЕНТИ .

### АНАЛИЗ КОНТЕНТА ЗА 01.01 - 30.06.2022

| KPI                                      | Instagram | Facebook | LinkedIn   |
|------------------------------------------|-----------|----------|------------|
| Подписчики                               | 35 465    | 83 455   | 8 830      |
| ER, %                                    | 0,33      | 0,03     | нет данных |
| Количество постов<br>(в среднем/в месяц) | 15        | 17       | нет данных |
| Лайки                                    | 9 990     | 2 081    | нет данных |
| Комментарии                              | 1 304     | 426      | нет данных |
| Количество конкурсов                     | -         | -        | нет данных |

## КОНКУРЕНТИ .



259 2 ER  
0.74%

23.04.2022 В 09:00



09.01.2022 В 09:24



241 1 ER  
0.68%

04.04.2022 В 02:30



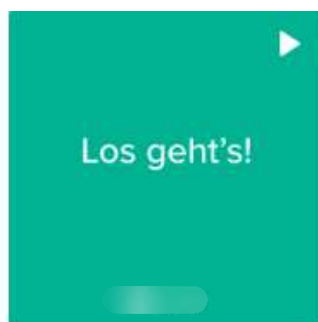
231 2 ER  
0.66%

01.03.2022 В 03:58



231 3 23 ER  
0.31%

02.03.2022 В 11:09



90 123 5 ER  
0.26%

15.04.2022 В 10:25



156 2 12 ER  
0.20%

16.06.2022 В 08:34



49 45 0 ER  
0.11%

26.06.2022 В 08:30

## **КОНКУРЕНТИ .**

### **ВЫВОД**

Большая часть публикаций дублируется в Facebook и Instagram.

Основная часть публикаций - графический дизайн и уникальные иллюстрации в стилистике бренда.

Наиболее популярные посты - цитаты известных личностей о вопросах экологии, переработки отходов. Также присутствует много контента социальных тематик.

Страница в LinkedIn несет больше HR-направление, чем продвижение самого бренда.

Большое количество аудитории подписчиков вероятнее всего обусловлено популярностью бренда за пределами соцсетей.

Продвижение бренда в соцсетях происходит благодаря присутствию и коммуникации во всех возможных социальных каналах, а не благодаря другим активностям. Так бренд активно присутствует в YouTube, Twitter, Pinterest

## КОНКУРЕНТИ .

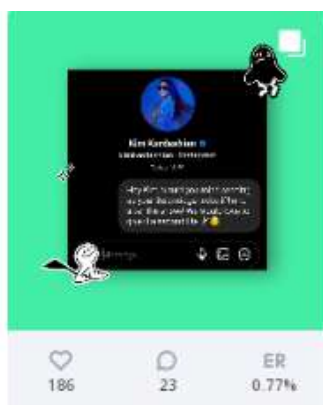
### АНАЛИЗ КОНТЕНТА ЗА 01.01 - 30.06.2022

| KPI                                      | Instagram  | Facebook | LinkedIn   |
|------------------------------------------|------------|----------|------------|
| Подписчики                               | 27 308     | 381 888  | 55 685     |
| ER, %                                    | нет данных | 0,001    | нет данных |
| Количество постов<br>(в среднем/в месяц) | 5          | 6        | нет данных |
| Лайки                                    | 3 068      | 136      | нет данных |
| Комментарии                              | 125        | 36       | нет данных |
| Количество конкурсов                     | -          | -        | нет данных |

## КОНКУРЕНТИ .



19.03.2022 В 09:00



05.03.2022 В 09:23



27.04.2022 В 08:31



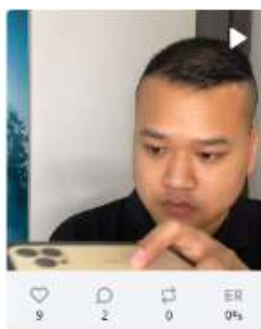
15.02.2022 В 05:42



14.04.2022 В 10:34



19.03.2022 В 09:00



17.05.2022 В 12:12



28.04.2022 В 06:26



28.03.2022 В 06:09

## **КОНКУРЕНТИ .**

### **ВЫВОД**

В аккаунте много фанового контента с участием амбассадоров бренда: видеообзоры, юмористические скетчи. Это в том числе очерчивает Tone of voice, а также повышает охваты. Большинство видео загружены в формате Reels, что позволяет получить бесплатные охваты и просмотры.

Несмотря на успех видео в Reels наиболее популярные по показателю вовлеченности публикации - графические баннеры с айдентикой бренда, юмор с использованием инфо поводов.

В Facebook дублируется преимущественная часть контента из Instagram. Огромное количество подписчиков и очень низкий уровень вовлеченности ER (0,001%) страницы Facebook дает основания полагать, что подписчики это накрученные боты или аудитории совсем не интересен контент на странице.

Вовлекающие механики и конкурсы за период, взятый для анализа не проводились.

Страница в LinkedIn несет больше HR-направление и знакомство с командой, внутренней жизнью компании

## КОНКУРЕНТИ . **АД-ИНДЕКС**

### АНАЛИЗ КОНТЕНТА **АД-ИНДЕКС** ЗА 01.01 - 30.06.2022

| KPI                                      | Instagram | Facebook | LinkedIn   |
|------------------------------------------|-----------|----------|------------|
| Подписчики                               | 20 334    | 23 157   | 172        |
| ER, %                                    | 0,946     | 0,081    | нет данных |
| Количество постов<br>(в среднем/в месяц) | 5         | 8        | нет данных |
| Лайки                                    | 743       | 604      | нет данных |
| Комментарии                              | 30        | 215      | нет данных |
| Количество конкурсов                     | -         | -        | нет данных |

## KONKURRENTH .

Unsere Grafikerin ist  
im Urlaub



Wir wünschen Euch aber trotzdem  
einen schönen Muttertag!

♡ 68    💬 2    ER 3%

08.05.2022 B 09:37



♡ 35    💬 0    ER 1.50%

22.06.2022 B 01:39

WENN DU DEN MUTTERTAG  
VERGESSEN HAST UND EIN LAST-  
MINUTE-GESCHENK BRAUCHST



♡ 31    💬 1    ER 1.37%

25.04.2022 B 01:07



♡ 29    💬 1    ER 1.29%

23.05.2022 B 12:40



♡ 151    💬 149    🔄 41    ER 1.47%

10.01.2022 B 02:30



♡ 61    💬 10    🔄 11    ER 0.35%

03.06.2022 B 11:35



♡ 45    💬 15    🔄 11    ER 0.31%

09.02.2022 B 01:18



♡ 41    💬 5    🔄 3    ER 0.21%

31.01.2022 B 09:38

## **КОНКУРЕНТИ .**

### **ВЫВОД**

Большая часть публикаций дублируется в Facebook и Instagram.

Качество графического контента реализовано на низком уровне. Этот аккаунт на втором месте по уровню вовлеченности ER (0,946%), но несмотря на это уровень вовлеченности в 15 раз ниже чем в аккаунтах Janado. Пользователи чаще всего взаимодействуют с ситуативным контентом.

Также компания проводит онлайн аукционы, в которых можно получить товары практически бесплатно. Рубрикатор Instagram представлен преимущественно продающим контентом и презентацией товаров. В Facebook также используются инфо поводы такие как коллаборации с известными компаниями для привлечения внимания.

В LinkedIn очень редко выходят публикации. Также бренд присутствует в YouTube, Twitter, а также TikTok.

## **ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ [REDACTED]**

Аккаунты [REDACTED] имеют наиболее высокий уровень вовлеченности не только среди конкурентов, а и в сравнении со средними показателями для других страниц Instagram:

ER Instagram [REDACTED] = 14,55%

ER Instagram средний = 3,5%

Но на высокий показатель уровня вовлеченности, в том числе влияет проведение конкурса 14.04.2022.

Несмотря на высокую вовлеченность аудиторию поклонников бренда [REDACTED] стоит расширять и вовлекать другими инструментами:

- делать видео обзоры
- более активно транслировать позицию касательно социальный и экологических вопросов
- показывать амбассадоров бренда, личный бренд сотрудников компании (возможно менеджеры, продавцы), чтобы формировать доверие и более лояльное отношение
- расширить рубрикатор с использованием ситуативного и развлекательного контента, юмора
- разработать более продающий дизайн оформления постов и внедрить его
- разработать Tone of voice и применять в текстах
- использовать инструменты Instagram Reels, Stories и Highlights
- использовать несколько каналов продвижения (в зависимости какой тип контента есть возможность генерировать)

## ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ INSTAGRAM HIGHLIGHTS КОНКУРЕНТОВ



## **АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ**

По состоянию на 30 июня нет активных рекламных кампаний в аккаунте [REDACTED]

### **РЕКЛАМА КОНКУРЕНТОВ**

На данный момент конкуренты активно используют рекламные инструменты продвижения в соцсетях.

Цели рекламных кампаний:

- привлечение пользователей на сайт, а также информирование о продукции компании: акцент делается на разнице в стоимости новой и б/у техники [REDACTED], эмоциональные ролики с целью вовлеченность или узнаваемость бренда ([http://\[REDACTED\]](http://[REDACTED])). У одного из конкурентов ([http://\[REDACTED\]](http://[REDACTED])) преобладают ремаркетинговые кампании с динамическими товарами для показа.
- продвигают большее кол-во рекламных объявлений (более 5 одновременно)
- в рекламе используют формат видео, также формат каруселей, площадки для показа РК - Facebook, Instagram

# АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Refurbed® smartphones opener nieuwe mogelijkheden. Tot 40% goedkoper, 100% duurzaam en met min. 12 maanden garantie.



smartphone  
Refurbed® iPhone  
Tot 12 maanden garantie

Shop Now

Refurbed® smartphones opener nieuwe mogelijkheden. Tot 40% goedkoper, 100% duurzaam en met min. 12 maanden garantie.



smartphone  
Refurbed® iPhone  
Tot 12 maanden garantie

Shop Now

Refurbed® smartphones opener nieuwe mogelijkheden. Tot 40% goedkoper, 100% duurzaam en met min. 12 maanden garantie.



smartphone  
Like new, only better.  
Refurbed  
Tot 12 maanden garantie

Shop Now

Bis zu 70 % günstiger als neu - entdecke jetzt erneuerte Geräte, kostenlose Lieferung.

## Professionell erneuerte Tech.

Bis zu -70 % als neu und -92 % CO2e. 2 Jahre Extragarantie.

BackMarket

BackMarket  
Freischick kostenlos! (über erneuert)

Shop Now

Studenten erhalten einen 5% Extra-Rabatt auf erneuerte Technik, die bereits bis zu 70% günstiger ist als neu.

## Das schwierigste daran wird sein, es in deine Tasche zu stecken.



BackMarket  
Student  
BackMarket  
Erstklassige, erneuerte Technik  
5% Extra-Rabatt für Studenten

Shop Now

Studenten erhalten einen 5% Extra-Rabatt auf alles. Sogar wenn du die Klausurrelevante Vorlesung verpasst.

## Das Jahr beginnt mit guten Noten in Finanzierung & Investition.



BackMarket  
Student  
BackMarket  
Erstklassige, erneuerte Technik  
5% Extra-Rabatt für Studenten

Shop Now

Mit Akkust wird Dein Traumprodukt lebendig. Jetzt Partner anmelden & Abo starten!



TELEFON  
Kabel Telefon (Kabeltelefon) Audio (7.821.11)  
1000-11.000 Stück / 100-1000 Stück  
Kabeltelefon mit Display (Kabeltelefon) / 1000-11.000 Stück

Shop Now



TELEFON  
Kabel Telefon (Kabeltelefon) Audio (7.821.11)  
1000-11.000 Stück / 100-1000 Stück  
Kabeltelefon mit Display (Kabeltelefon) / 1000-11.000 Stück

Shop Now



TELEFON  
Kabel Telefon (Kabeltelefon) Audio (7.821.11)  
1000-11.000 Stück / 100-1000 Stück  
Kabeltelefon mit Display (Kabeltelefon) / 1000-11.000 Stück

Shop Now

## **РЕКОМЕНДАЦИИ К РЕКЛАМНЫМ КАМПАНИЯМ**

- Стоит Активнее Использовать Ремаркетинговые Рекламные Кампании С Отдельными Офферами (Распродажи, Скидки) Или Каталоги Товаров С Товарами С Разных Категорий. Цель Таких Кампаний - Повторное Взаимодействие С Аудиторией, Коммуникация И Допродажа Товаров С Сайта.
- Нужно Тестировать Конверсионные Рекламные Кампании С Различными Форматами Рекламных Креативов (Статические Картинки, Видео Или Слайд-Шоу)
- Для Роста Вовлеченности И Узнаваемости Бренда Janado Среди Потенциальных Клиентов Стоит Также Запускать В Продвижение Посты Со Страниц В Соц. Сетях Facebook & Instagram С Интересными Рубриками. Цель - Польза Для Потенциальных Клиентов.
- Необходимо Настроить Дополнительные События Пикселя На Сайте В Разделе “Корзина Покупателя” И “Оформление Покупки”, Так Как На Данный Момент Удастся Зафиксировать Только Срабатывание События “Добавить В Корзину”.
- Для Сбора Дополнительных Данных О Пути Пользователей На Сайте Нужно Поставить Несколько События В Разделе “Оформление Покупки”. С Их Помощью Возможно Настроить Более Эффективные Ремаркетинговые Кампании.

Наша цель - рост бизнеса клиентов.

Наша миссия - увеличивать количество успешных бизнесов.

Наш сайт - <https://adindex.ua/>

Наши клиенты - <https://adindex.ua/klienty-o-nas-p84/>

Кейсы наших клиентов - <https://adindex.ua/cases-p4/>

Мы в СМИ - <https://adindex.ua/my-v-smi-p28/>