**6. Аналіз контенту спільноти соціальної мережі**

**Мета складової**: отримати практичні навички з аналізу контенту спільноти соціальної мережі за певними напрямками.

**Загальні відомості**

Групами у соціальних мережах називають об'єднання людей (користувачів) за спільними інтересами. Вони представлені у вигляді окремих веб-сторінок, де публікуються новини, пости на ту чи іншу тему, користувачі можуть спілкуватись між собою, ділитися інформацією тощо.

щоб бути в курсі новин, які публікуються в тому чи іншому співтоваристві, на нього необхідно підписатися.

Також користувачі можуть створювати свої групи, запрошувати до них друзів та знайомих, публікувати контент і навіть заробляти.

Заробіток здійснюється:

за рахунок реклами. Якщо спільнота має велику аудиторію, рекламодавці будуть зацікавлені у просуванні свого продукту через нього;

створення сторінки компанії/бренду. Тобто група саме про ваш проект, до неї вступатимуть зацікавлені у продукті користувачі.

Деякі компанії використовують групи в соціальних мережах не стільки заради продажу товарів чи послуг, скільки заради створення іміджу та репутації. Пряме спілкування зі споживачем, публікація корисних матеріалів, інформування про важливі новини та заходи – все це допомагає підвищити довіру та лояльність аудиторії (як існуючої, так і потенційної).

Але щоб паблік почав приносити дохід, його потрібно розкрутити. Способів розкручування існує дуже багато, починаючи з ручних розсилок запрошень і закінчуючи найновішими інструментами реклами в SMM (Social Media Marketing).

Розкручена група дасть компанії наступне:

швидке та легке поширення інформації;

створення позитивних відносин із клієнтами та підвищення їх лояльності;

формування іміджу та репутації;

популяризація бренду, підвищення впізнаваності;

прямі продажі;

цільовий трафік на основний сайт компанії;

легке використання нових продуктів;

можливість отримання зворотного зв'язку та прямого контакту зі споживачем;

швидке проведення різноманітних досліджень, опитувань (без великих витрат);

залучення нових потенційних клієнтів (збільшення охоплення);

отримання додаткового або основного прибутку.

**Завдання**

Виконайте аналіз контенту спільноти соціальної мережі за напрямом (на вибір): особистий блог, бьюті-блок, професійна спільнота, спортивний блог, маркетинг та продаж, розважальна спільнота.

1. Визначте цільову аудиторію спільноти відповідно до завдань користувача.

2. Опишіть основні типи контенту, які є у спільноті.

3. Виявіть найбільш популярні теми, які викликають більший інтерес у передплатників.

4. Оцініть рівень взаємодії адміністрації спільноти з учасниками – зворотній зв'язок, інтерактиви, оновлення та ін.

5. Оцініть рівень унікальності контенту в спільноті, наявність власних ідей контенту.

6. Зробіть висновки щодо відповідності контенту спільноти інтересам цільової аудиторії.

**Контрольні запитання**

1. Проаналізуйте переваги використання груп у соціальних мережах.

2. Які існують культурологічні аспекти віртуальних спільнот соціальних мереж?

3. Як можна підвищити довіру та лояльність аудиторії в соціальних мережах?

4. Проаналізуйте переваги Social Media Marketing.