



JagaJam

# ПРИСУТСТВИЕ БАНКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

АВГУСТ, СЕНТЯБРЬ 2014

## СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

47,2%

По итогам I-го полугодия 2014 года 47,2% россиян не доверяют банкам. Ситуация ухудшилась по сравнению со II-м полугодием 2013 года (42,6%).

60,6%

За 2014 год доля россиян, пользующихся услугами банков, сократилась с 62,0% до 60,6%. Ситуация ухудшается.

ФАКТОРЫ ВЫБОРА  
БАНКА

**РОСТ:** Господдержка банка и выгодные условия.

**СПАД:** Хорошая репутация и срок существования.

Источник: Synovate Comcon <http://www.comcon-2.com/default.asp?artID=2969>

## КОММЕНТАРИИ К ОБЗОРУ

1. Обзор присутствия банков в социальных сетях проводится по выборке TOP-50 российских банков на сентябрь 2014 года.
2. Рейтинг TOP-50 составлен и опубликован на сайте [www.banki.ru](http://www.banki.ru).
3. Не все банки из TOP-50 развивают сообщества в социальных сетях. Поэтому в данном обзоре аналитика представлена только по той части банков из TOP-50, которые присутствуют в социальных сетях.

# КАРТА ПРИСУТСТВИЯ TOP-50 БАНКОВ РОССИИ В СОЦСЕТЯХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	FB	VK	OK	TW	INST	YT	LJ	FSQ	G+
1	Сбербанк России									
2	ВТБ									
3	Газпромбанк									
4	ВТБ 24									
5	Банк Москвы									
6	Россельхозбанк									
7	Альфа-Банк									
8	ФК Открытие (бывш. НОМОС-Банк)									
9	ЮниКредит Банк									
10	Национальный Клиринговый Центр									
11	Промсвязьбанк									
12	Росбанк									
13	Райффайзенбанк									
14	Московский Кредитный Банк									
15	Россия									
16	Банк «Санкт-Петербург»									
17	Русский Стандарт									
18	Ак Барс									
19	Уралсиб									
20	МДМ Банк									

Страница:

1 2 3

TOP-50 российских банков по версии Banki.ru на сентябрь 2014 года.

# КАРТА ПРИСУТСТВИЯ TOP-50 БАНКОВ РОССИИ В СОЦСЕТЯХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	FB	VK	OK	TW	INST	YT	LJ	FSQ	G+
21	Ханты-Мансийский Банк									
22	Нордеа Банк									
23	Хоум Кредит Банк									
24	Связь-Банк									
25	Ситибанк									
26	Зенит									
27	Петрокоммерц									
28	Национальный Банк «Траст»									
29	Бинбанк									
30	Глобэкс									
31	Восточный Экспресс Банк									
32	Московский Областной Банк									
33	Возрождение									
34	СМП Банк									
35	Уральский Банк Реконструкции и Развития									
36	Банк «Открытие»									
37	ИНГ Банк									
38	МТС-Банк									
39	Московский Индустриальный Банк									
40	Новикомбанк									

Страница:

1 2 3

TOP-50 российских банков по версии Banki.ru на сентябрь 2014 года.

# КАРТА ПРИСУТСТВИЯ TOP-50 БАНКОВ РОССИИ В СОЦСЕТЯХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	FB	VK	OK	TW	INST	YT	LJ	FSQ	G+
41	Абсолют Банк									
42	Внешпромбанк									
43	Совкомбанк									
44	ОТП Банк									
45	Татфондбанк									
46	Транскапиталбанк									
47	Кредит Европа Банк									
48	РосЕвроБанк									
49	Российский Капитал									
50	МСП Банк									

Страница:

1 2 3

TOP-50 российских банков по версии Banki.ru на сентябрь 2014 года.

# КАРТА ПРИСУТСТВИЯ TOP-20 ЕВРОПЕЙСКИХ БАНКОВ В СОЦСЕТЯХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	FB	VK	OK	TW	INST	YT	LJ	FSQ	G+
1	HSBC Holdings — UK									
2	Banco Santander — Spain									
3	BNP Paribas — France									
4	Lloyds Banking Group — UK									
5	Allied Irish Banks (AIB) — Ireland									
6	UBS — Switzerland									
7	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) — Spain									
8	Barclays — UK									
9	Royal Bank of Scotland Group — UK									
10	Nordea Bank — Sweden									
11	Intesa Sanpaolo — Italy									
12	ING Group — Netherlands									
13	Standard Chartered — UK									
14	UniCredit — Italy									
15	Credit Suisse Group — Switzerland									
16	Societe Generale — France									
17	Deutsche Bank — Germany									
18	Credit Agricole — France									
19	Handelsbanken — Sweden									
20	Swedbank — Sweden									

TOP-20 европейских банков по версии Banksdaily.com на апрель 2014 года.

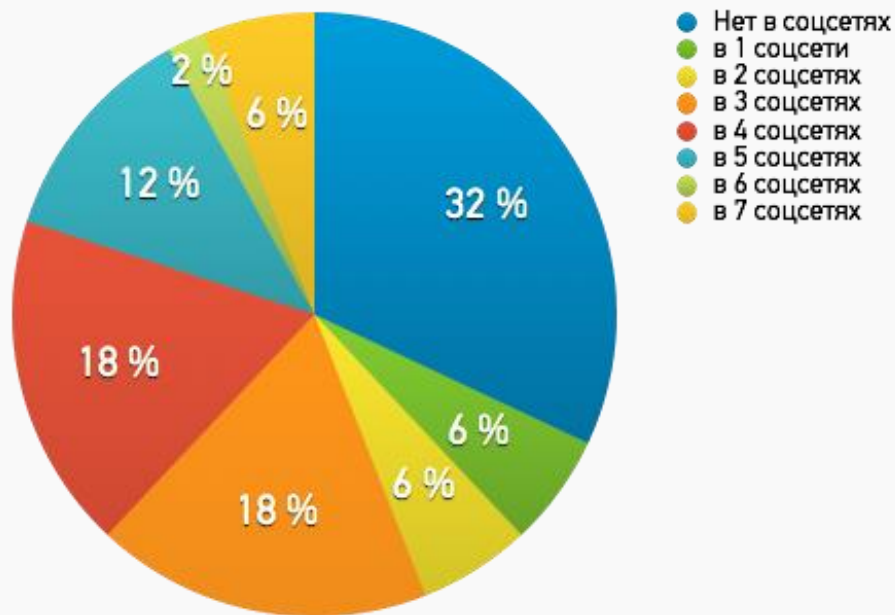
# ОДНОВРЕМЕННОЕ ПРИСУТВИЕ БАНКОВ В НЕСКОЛЬКИХ СОЦСЕТЯХ

# 32%

российских банков из TOP-50 не представлены в соцсетях.

# 4

среднее количество соцсетей, в которых присутствует банк из TOP-50, реализующий SMM.

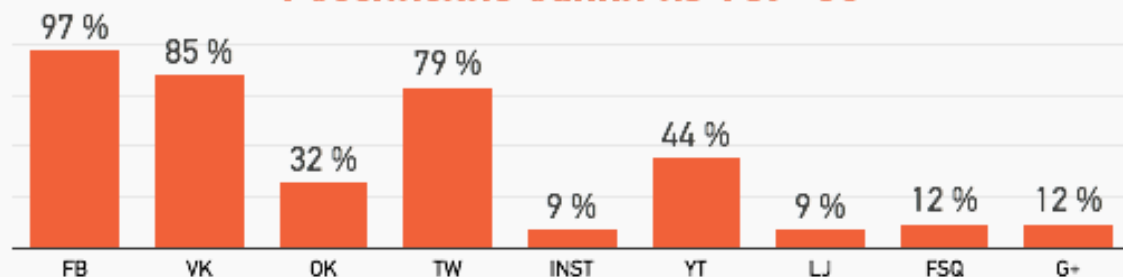


ПРИСУТВИЕ В СОЦСЕТЯХ	КОЛИЧЕСТВО БАНКОВ ИЗ TOP-50	ДОЛЯ БАНКОВ ИЗ TOP-50
Нет в соцсетях	16	32%
в 1 соцсети	3	6%
в 2 соцсетях	3	6%
в 3 соцсетях	9	18%
в 4 соцсетях	9	18%
в 5 соцсетях	6	12%
в 6 соцсетях	1	2%
в 7 соцсетях	3	6%



# В КАКИХ СОЦСЕТЯХ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПРИСУТСТВУЮТ БАНКИ

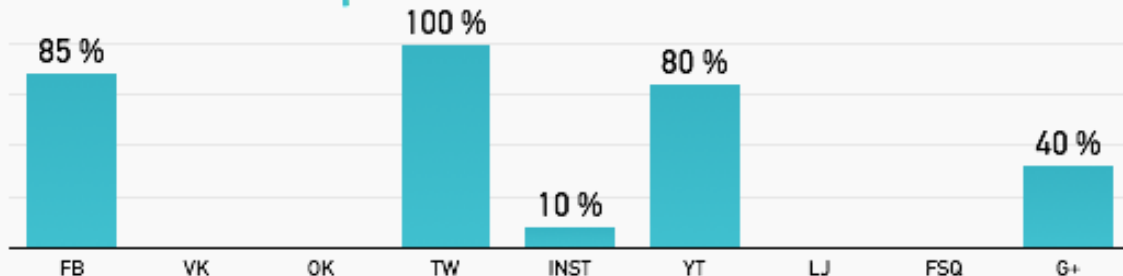
## Российские банки из TOP-50



Российские банки из TOP-50, реализующие SMM, ориентируются на зарубежный опыт при выборе соцсетей для присутствия.

97% банков из выборки присутствуют в Facebook, 79% — в Twitter, 44% — в YouTube.

## Европейские банки из TOP-20

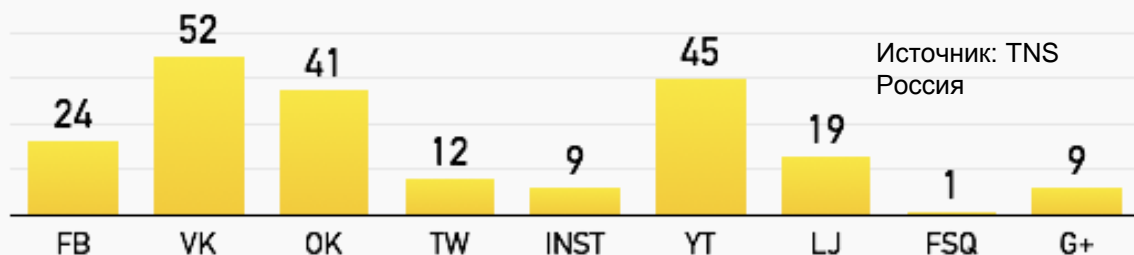


Российским соцсетям уделено меньше внимания:

85% банков из выборки есть во «ВКонтакте», в «Одноклассниках» — только 32%.

# РЕКОМЕНДОВАННОЕ ПРИСУТСТВИЕ ДЛЯ РОССИЙСКИХ БАНКОВ

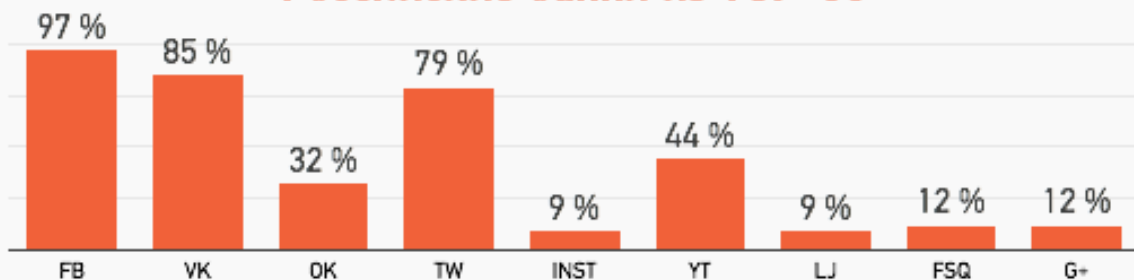
Аудитория соцсетей в России в мае 2014 года, млн. чел.



Основная российская аудитория сосредоточена:  
«ВКонтакте» — 52 млн. чел.,  
YouTube — 45 млн. чел.,  
«Одноклассники» — 41 млн. чел.

Именно на этих соцсетях стоит сделать основной фокус при реализации SMM.

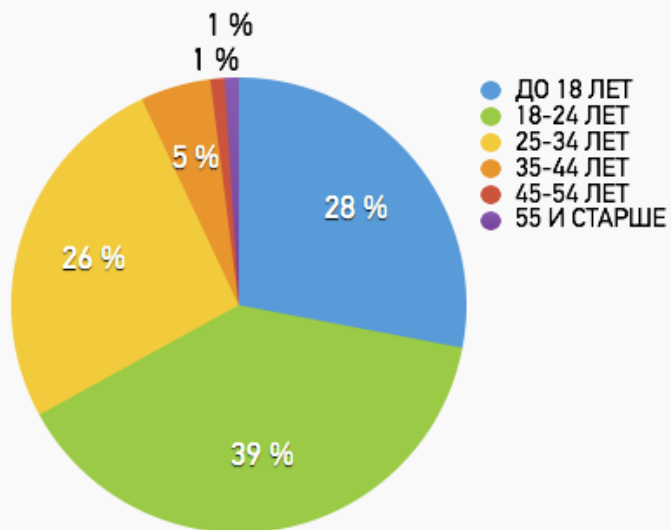
## Российские банки из TOP-50



## ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ «ВКОНТАКТЕ» И «ОДНОКЛАССНИКИ»

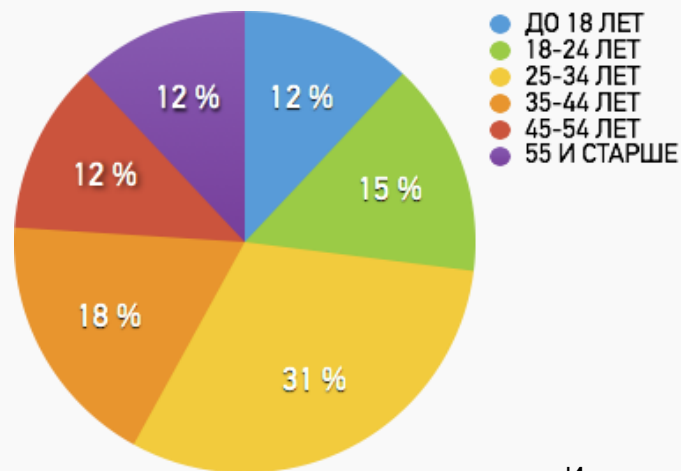
### «ВКонтакте»

Ежемесячная аудитория в мае 2014 года составила 52,1 млн. пользователей, из которых 18,1 млн — активные авторы. 58,8% активных авторов составляют женщины. В разрезе возрастной структуры авторов преобладает молодежь от 18 до 24 лет — 39% авторов.



### «Одноклассники»

Аудитория сети в мае 2014 года составила 40,8 млн. пользователей, из которых 2,5 млн. — активные авторы. Наибольшая часть активной аудитории сети — 63,5% — женского пола. Что касается возрастной структуры в социальной сети — среди активных авторов преобладает группа 24-34 лет.



Источник: TNS  
Россия

## ОСНОВНЫЕ МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ СООБЩЕСТВ В СОЦСЕТЯХ

1. КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ СООБЩЕСТВА,
2. ЯДРА АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ,
3. ДОЛЯ АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ СРЕДИ ПОДПИСЧИКОВ СООБЩЕСТВА,
4. КОЛИЧЕСТВО КОНТЕНТА,
5. КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА КОНТЕНТ,
6. АКТИВНОСТЬ,
7. ВОВЛЕЧЕННОСТЬ,
8. ИНДЕКСЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ: ИНДЕКС ОДОБРЕНИЯ, ИНДЕКС УСИЛЕНИЯ, ИНДЕКС РАСПРОСТРАНЕНИЯ.

### **ОСНОВНОЙ ТРЕНД: ОТ КОЛИЧЕСТВА К КАЧЕСТВУ**

Еще год-два назад основным критерием успешности развития сообщества в соцсети было количество подписчиков.

Сейчас ситуация изменилась в сторону качества:

- Соответствие подписчиков сообщества портрету целевой аудитории,
- Вовлекающие свойства контента.

# FACEBOOK: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	КОП-ВО УЧАСТН. НА 20.10.14	ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (А1)			ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (А5)			КОЛИЧЕСТВО ОПУБЛИКОВАННОГО КОНТЕНТА			КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА КОНТЕНТ		
			08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА
1	Обербанк	299420	33121	31560	-4,7 %	5959	5514	-7,5 %	256	243	-5,1 %	12303	11088	-9,9 %
2	ВТБ	159162	3207	2490	-22,4 %	375	229	-38,9 %	128	65	-49,2 %	9193	6540	-28,9 %
3	ТРАСТ	77824	463	498	7,6 %	111	103	-7,2 %	74	84	13,5 %	2319	2076	-10,5 %
4	Промсвязьбанк	33640	1287	1588	23,4 %	283	295	4,2 %	107	128	19,6 %	6361	7413	16,5 %
5	ЮниКредит Банк	26772	241	260	7,9 %	55	82	49,1 %	226	228	0,9 %	1321	1802	36,4 %
6	ВТБ24	25928	1328	1691	27,3 %	293	328	11,9 %	90	78	-13,3 %	6647	8026	20,7 %
7	Банк Москвы	13763	826	728	-11,9 %	164	127	-22,6 %	193	110	-43,0 %	4000	3576	-10,6 %
8	Альфа-Банк	11142	474	561	18,4 %	66	104	57,6 %	112	119	6,3 %	1713	2264	32,2 %
9	УРАЛСИБ	9259	143	93	-35,0 %	37	28	-24,3 %	73	63	-13,7 %	771	566	-26,6 %
10	БИНБАНК	7232	351	297	-15,4 %	48	68	41,7 %	201	160	-20,4 %	1532	1759	14,8 %
11	Возрождение	6412	49	21	-57,1 %	7	4	-42,9 %	16	11	-31,3 %	180	63	-65,0 %
12	Банк "ОТКРЫТИЕ"	5762	1027	313	-69,5 %	71	55	-22,5 %	94	104	10,6 %	1998	972	-51,4 %
13	МДМ Банк	5659	539	105	-80,5 %	132	39	-70,5 %	112	56	-50,0 %	3965	1052	-73,5 %
14	Райффайзенбанк	5473	244	301	23,4 %	56	83	48,2 %	47	53	12,8 %	1071	1389	29,7 %
15	Росбанк	5053	1031	603	-41,5 %	134	77	-42,5 %	120	100	-16,7 %	3459	1970	-43,0 %
16	Банк «Финансовая Корпорация Открытие»	4713	34	18	-47,1 %	2	0	-100,0 %	8	3	-62,5 %	61	37	-39,3 %
17	КРЕДИТ ЕВРОПА БАНК	4422	35	13	-62,9 %	2	3	50,0 %	11	10	-9,1 %	65	24	-63,1 %
18	Русский Стандарт	3834	91	77	-15,4 %	27	29	7,4 %	65	68	4,6 %	698	627	-10,2 %
19	Нордеа Банк	3319	56	109	94,6 %	8	11	37,5 %	27	35	29,6 %	183	225	23,0 %
20	Банк "Санкт-Петербург"	2998	118	161	36,4 %	24	29	20,8 %	94	115	22,3 %	707	973	37,6 %
21	Банк Хоум Кредит	2885	207	197	-4,8 %	49	36	-26,5 %	80	74	-7,5 %	1031	793	-23,1 %
22	Уральский банк реконструкции и развития	2491	63	199	215,9 %	23	48	108,7 %	152	168	10,5 %	755	1426	88,9 %
23	Московский Индустриальный банк	2104	138	11	-92,0 %	30	1	-96,7 %	84	17	-79,8 %	808	10	-98,8 %
24	АК БАРС	1314	16	9	-43,8 %	5	2	-60,0 %	45	36	-20,0 %	64	27	-57,8 %
25	Восточный экспресс банк	1091	44	22	-50,0 %	12	9	-25,0 %	245	119	-51,4 %	362	244	-32,6 %

# FACEBOOK: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	КОЛ-ВО УЧАСТН. НА 20.10.14	ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (A1)			ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (A5)			КОЛИЧЕСТВО ОПУБЛИКОВАННОГО КОНТЕНТА			КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА КОНТЕНТ		
			08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА
26	ОТП Банк	872	56	106	89,3 %	13	21	61,5 %	35	19	-45,7 %	209	391	87,1 %
27	СМП Банк	754	69	52	-24,6 %	5	9	80,0 %	6	7	16,7 %	158	150	-5,1 %
28	РОССИЙСКИЙ КАПИТАЛ	748	7	6	-14,3 %	2	3	50,0 %	48	59	22,9 %	36	42	16,7 %
29	МОП Банк	349	14	31	121,4 %	2	5	150,0 %	24	63	162,5 %	21	85	304,8 %
30	Татфондбанк	326	52	26	-50,0 %	20	13	-35,0 %	304	68	-77,6 %	351	232	-33,9 %
31	Ханты-Мансийский банк	300	18	23	27,8 %	4	7	75,0 %	15	39	160,0 %	54	92	70,4 %
32	Внешпромбанк	152	10	10	0,0 %	2	2	0,0 %	43	29	-32,6 %	16	16	0,0 %

# FACEBOOK: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

## ТОП-5 БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ В FACEBOOK

### ПО ЧИСЛЕННОСТИ:

1. Сбербанк
2. ВТБ
3. ТРАСТ
4. Промсвязьбанк
5. ЮниКредит Банк

### ПО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (ЯДРО А5, СЕНТЯБРЬ):

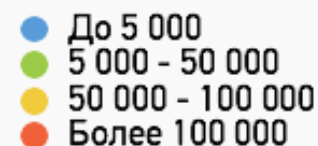
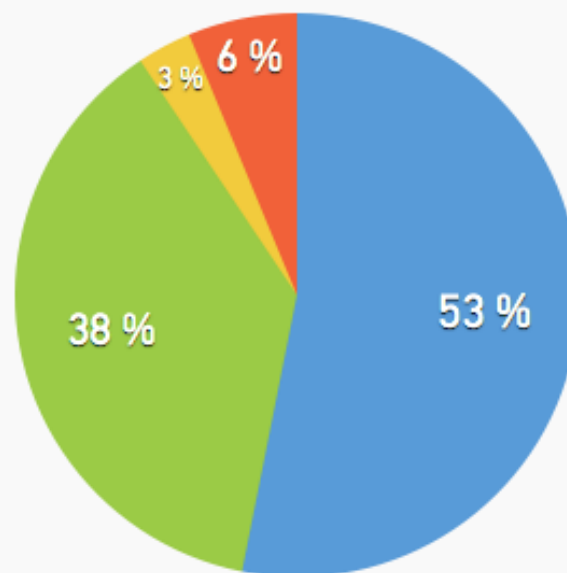
1. Сбербанк
2. (+1) ВТБ24
3. (+1) Промсвязьбанк
4. (-2) ВТБ
5. Банк Москвы

В сентябре 2014 сообщества ВТБ24 и Промсвязьбанка показали прирост активной аудитории в Ядре А5: **+11,9%** и **+4,2%** соответственно.

В абсолютных значениях лидером по численности активной аудитории является сообщество Сбербанка.

Наиболее быстро теряет активную аудиторию сообщества ВТБ (**-38,9%**) и Банка Москвы (**-22,6%**) по Ядру А5.

## ЧИСЛЕННОСТЬ БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ В FACEBOOK



# «ВКОНТАКТЕ»: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	КОП-ВО УЧАСТН. НА 20.10.14	ЯДРОАКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К1)			ЯДРОАКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К5)			КОЛИЧЕСТВО ОПУБЛИКОВАННОГО КОНТЕНТА			КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА КОНТЕНТ		
			08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА
1	Обербанк	1438032	3816	49359	1193,5 %	203	12537	6075,9 %	48	47	-2,1 %	12674	222277	1653,8 %
2	ЮниКредит Банк	166589	384	527	37,2 %	30	36	20,0 %	100	107	7,0 %	1441	1825	26,6 %
3	Уральский банк реконструкции и развития	160321	762	954	25,2 %	68	197	189,7 %	300	88	-70,7 %	4430	5718	29,1 %
4	ТРАСТ	28386	101	137	35,6 %	24	26	8,3 %	38	44	15,8 %	1319	1465	11,1 %
5	Альфа-Банк	27228	396	474	19,7 %	36	38	5,6 %	36	35	-2,8 %	1385	1410	1,8 %
6	Русский Стандарт	25547	191	220	15,2 %	21	24	14,3 %	54	42	-22,2 %	989	1069	8,1 %
7	Банк Хоум Кредит	25333	593	566	-4,6 %	60	65	8,3 %	34	37	8,8 %	2380	2327	-2,2 %
8	Банк «Санкт-Петербург»	22264	351	310	-11,7 %	19	27	42,1 %	43	543	1162,8 %	1134	1247	10,0 %
9	ОТП Банк	18736	157	152	-3,2 %	11	9	-18,2 %	14	11	-21,4 %	543	495	-8,8 %
10	Банк Москвы	15007	118	89	-24,6 %	10	8	-20,0 %	84	55	-34,5 %	5028	2767	-45,0 %
11	УРАЛСИБ	14885	108	110	1,9 %	11	10	-9,1 %	34	32	-5,9 %	496	504	1,6 %
12	Промсвязьбанк	14117	604	581	-3,8 %	101	87	-13,9 %	48	43	-10,4 %	2646	2262	-14,5 %
13	БИНБАНК	11211	329	260	-21,0 %	50	34	-32,0 %	102	77	-24,5 %	2876	2223	-22,7 %
14	Возрождение	9757	13	20	53,8 %	3	4	33,3 %	16	28	75,0 %	59	107	81,4 %
15	МДМ Банк	7559	90	79	-12,2 %	21	20	-4,8 %	56	24	-57,1 %	1711	533	-68,8 %
16	Восточный экспресс банк	6583	118	97	-17,8 %	18	12	-33,3 %	81	103	27,2 %	645	454	-29,6 %
17	Росбанк	5986	275	159	-42,2 %	34	15	-55,9 %	42	49	16,7 %	1761	694	-60,6 %
18	Московский Индустриальный банк	5044	138	121	-12,3 %	15	9	-40,0 %	42	40	-4,8 %	530	443	-16,4 %
19	АК БАРС	4969	85	137	61,2 %	8	12	50,0 %	32	40	25,0 %	330	1144	246,7 %
20	КРЕДИТ ЕВРОПА БАНК	3881	5	14	180,0 %	0	0		3	3	0,0 %	9	56	522,2 %
21	Ханты-Мансийский банк	3718	100	110	10,0 %	7	16	128,6 %	13	66	407,7 %	322	573	78,0 %
22	ВТБ24	2907	202	205	1,5 %	21	21	0,0 %	36	34	-5,6 %	776	874	12,6 %
23	Татфондбанк	2345	211	72	-65,9 %	42	16	-61,9 %	370	30	-91,9 %	1009	434	-57,0 %
24	Нордеа Банк	2130	13	10	-23,1 %	2	0	-100,0 %	7	8	14,3 %	31	20	-35,5 %
25	Банк "ОТКРЫТИЕ"	2074	42	66	57,1 %	2	5	150,0 %	6	19	216,7 %	98	188	91,8 %
26	СМП Банк	1043	7	19	171,4 %	0	0		3	3	0,0 %	16	48	200,0 %
27	РОССИЙСКИЙ КАПИТАЛ	572	9	9	0,0 %	1	2	100,0 %	28	31	10,7 %	38	42	10,5 %
28	Райффайзенбанк	345	0	60		0	11		0	32		0	264	
29	Внешпромбанк	78	4	2	-50,0 %	0	0		27	20	-25,9 %	7	3	-57,1 %



# «ВКОНТАКТЕ»: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

## ТОП-5 БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ ВО «ВКОНТАКТЕ»

### ПО ЧИСЛЕННОСТИ:

1. Сбербанк
2. ЮниКредит Банк
3. Уральский банк реконструкции и развития
4. ТРАСТ
5. Альфа-Банк

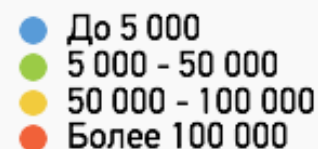
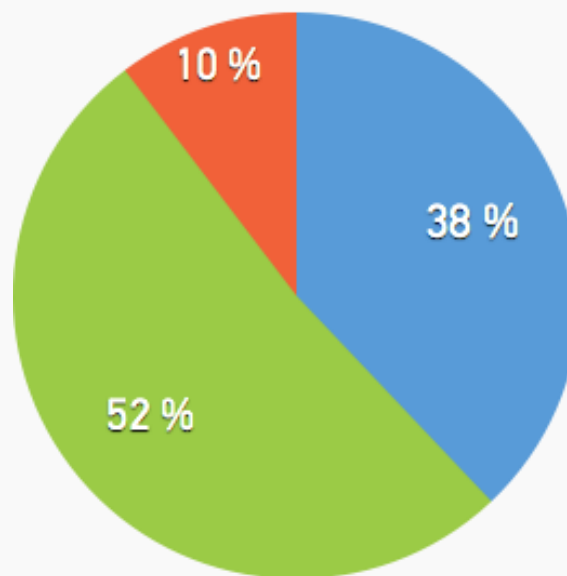
### ПО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (ЯДРО К5, СЕНТЯБРЬ):

1. Сбербанк
2. (+1) Уральский банк реконструкции и развития
3. (-1) Промсвязьбанк
4. Банк ХоумКредит
5. (+4) ЮниКредит Банк

Наибольший рост по количеству активной аудитории в Ядре А5 показало сообщество ЮниКредит Банка, поднявшись на 4 позиции. Рост составил **+37,2%**. — по темпам прироста активной аудитории. Так же на **+25,2%** выросла активная аудитория в сообществе Уральского банка реконструкции и развития.

Сообщество Промсвязьбанка упало на одну позицию (**-3,9%**).

## ЧИСЛЕННОСТЬ БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ ВО «ВКОНТАКТЕ»



## «ОДНОКЛАССНИКИ»: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	КОП-ВО УЧАСТН. НА 20.10.14	ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К1)			ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К5)			КОЛИЧЕСТВО ОПУБЛИКОВАННОГО КОНТЕНТА			КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА КОНТЕНТ		
			08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА
1	Сбербанк	1070817	9602	8242	-14,2 %	265	217	-18,1 %	87	86	-1,1 %	16763	14284	-14,8 %
2	ТРАСТ	33727	114	142	24,6 %	8	6	-25,0 %	77	86	11,7 %	551	621	12,7 %
3	Альфа-Банк	15948	133	96	-27,8 %	13	7	-46,2 %	62	43	-30,6 %	369	263	-28,7 %
4	Банк Хоум Кредит	14437	332	281	-15,4 %	31	33	6,5 %	80	76	-5,0 %	1043	961	-7,9 %
5	Русский Стандарт	12518	57	60	5,3 %	7	6	-14,3 %	61	42	-31,1 %	169	166	-1,8 %
6	Восточный экспресс банк	7126	86	105	22,1 %	10	9	-10,0 %	64	117	82,8 %	288	323	12,2 %
7	МДМ Банк	5981	61	31	-49,2 %	12	8	-33,3 %	112	41	-63,4 %	625	205	-67,2 %
8	Банк "Санкт-Петербург"	5132	176	142	-19,3 %	7	8	14,3 %	98	123	25,5 %	463	335	-27,6 %
9	Уральский банк реконструкции и развития	2063	112	129	15,2 %	12	26	116,7 %	150	137	-8,7 %	590	735	24,6 %
10	Совкомбанк	1509	52	33	-36,5 %	9	10	11,1 %	73	54	-26,0 %	310	217	-30,0 %
11	СМП Банк	136	6	5	-16,7 %	0	0		6	7	16,7 %	8	10	25,0 %

# «ОДНОКЛАССНИКИ»: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

## ТОР-5 БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ В «ОДНОКЛАССНИКАХ»

### ПО ЧИСЛЕННОСТИ:

1. Сбербанк
2. ТРАСТ
3. Альфа-Банк
4. Банк Хоум Кредит
5. Русский Стандарт

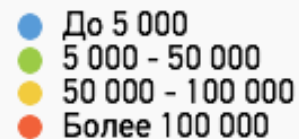
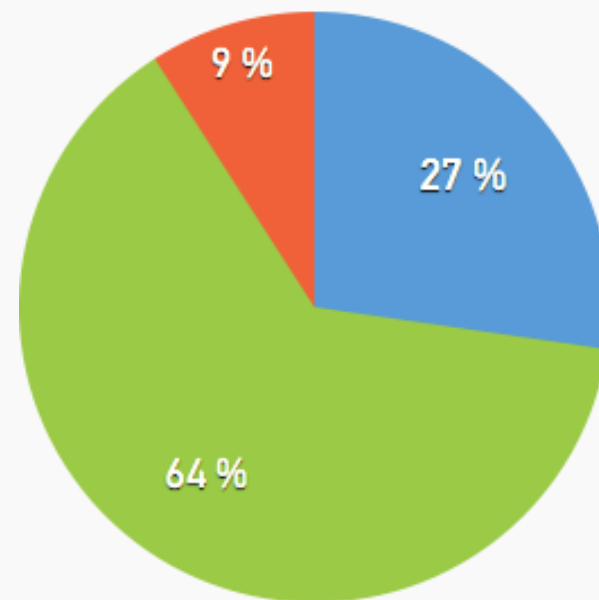
### ПО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (ЯДРО К5, СЕНТЯБРЬ):

1. Сбербанк
2. Банк ХоумКредит
3. (+1) Уральский банк  
реконструкции и развития
4. (+2) Совкомбанк
5. Восточный экспресс банк

Активность в банковских сообществах в «Одноклассниках» крайне низкая. Активных пользователей из Ядра К5 — единицы.

В этой связи говорить о приростах активной аудитории и сравнивать сообщества между собой некорректно.

## ЧИСЛЕННОСТЬ БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ В «ОДНОКЛАССНИКАХ»



# TWITTER: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	КОП-ВО УЧАСТН. НА 20.10.14	ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К1)			ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К5)			КОЛИЧЕСТВО ОПУБЛИКОВАННОГО КОНТЕНТА			КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА КОНТЕНТ		
			08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА
1	Обербанк	237378	681	815	19,7 %	20	22	10,0 %	315	437	38,7 %	1177	1315	11,7 %
2	Альфа-Банк	21679	74	96	29,7 %	1	3	200,0 %	437	504	15,3 %	135	236	74,8 %
3	ТРАСТ	21630	15	28	86,7 %	0	0		30	39	30,0 %	68	49	-27,9 %
4	ВТБ	16615	1	15	1400,0 %	1	4	300,0 %	7	25	257,1 %	9	242	2588,9 %
5	ВТБ24	8758	3	24	700,0 %	0	0		63	73	15,9 %	5	41	720,0 %
6	Промсвязьбанк	5234	14	15	7,1 %	1	3	200,0 %	71	108	52,1 %	41	41	0,0 %
7	Банк Москвы	4526	11	24	118,2 %	2	1	-50,0 %	48	45	-6,3 %	74	45	-39,2 %
8	Банк Хоум Кредит	4378	15	7	-53,3 %	0	0		77	81	5,2 %	23	17	-26,1 %
9	Росбанк	3595	1	2	100,0 %	0	0		47	48	2,1 %	7	9	28,6 %
10	Русский Стандарт	2734	31	30	-3,2 %	6	3	-50,0 %	249	247	-0,8 %	97	81	-16,5 %
11	Восточный экспресс банк	2476	2	3	50,0 %	0	0		33	24	-27,3 %	4	7	75,0 %
12	АК БАРС	2097	9	0	-100,0 %	0	0		20	85	325,0 %	16	10	-37,5 %
13	ОТП Банк	1799	5	4	-20,0 %	0	0		17	14	-17,6 %	9	5	-44,4 %
14	Уральский банк реконструкции и развития	1774	13	44	238,5 %	0	4		53	247	366,0 %	30	152	406,7 %
15	Банк «Санкт-Петербург»	1669	11	11	0,0 %	0	0		43	39	-9,3 %	28	18	-35,7 %
16	ЮниКредит Банк	1608	12	9	-25,0 %	1	1	0,0 %	102	84	-17,6 %	38	29	-23,7 %
17	КРЕДИТ ЕВРОПА БАНК	1523	0	0		0	0		2	3	50,0 %	0	0	
18	МДМ Банк	1234	8	3	-62,5 %	0	0		50	21	-58,0 %	14	5	-64,3 %
19	РОССИЙСКИЙ КАПИТАЛ	1000	2	2	0,0 %	0	1		15	23	53,3 %	4	8	100,0 %
20	МСП Банк	872	4	5	25,0 %	0	1		27	41	51,9 %	6	12	100,0 %
21	Нордеа Банк	561	3	3	0,0 %	0	0		6	5	-16,7 %	10	9	-10,0 %
22	Татфондбанк	426	3	3	0,0 %	0	0		24	30	25,0 %	12	18	50,0 %
23	Возрождение	418	0	0		0	0		4	2	-50,0 %	0	0	
24	БИНБАНК	296	6	4	-33,3 %	2	1	-50,0 %	28	23	-17,9 %	19	18	-5,3 %
25	Московский Индустриальный банк	238	0	0		0	0		2	0	-100,0 %	0	0	
26	Внешпромбанк	14	1	1	0,0 %	0	0		23	19	-17,4 %	1	1	0,0 %

# TWITTER: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

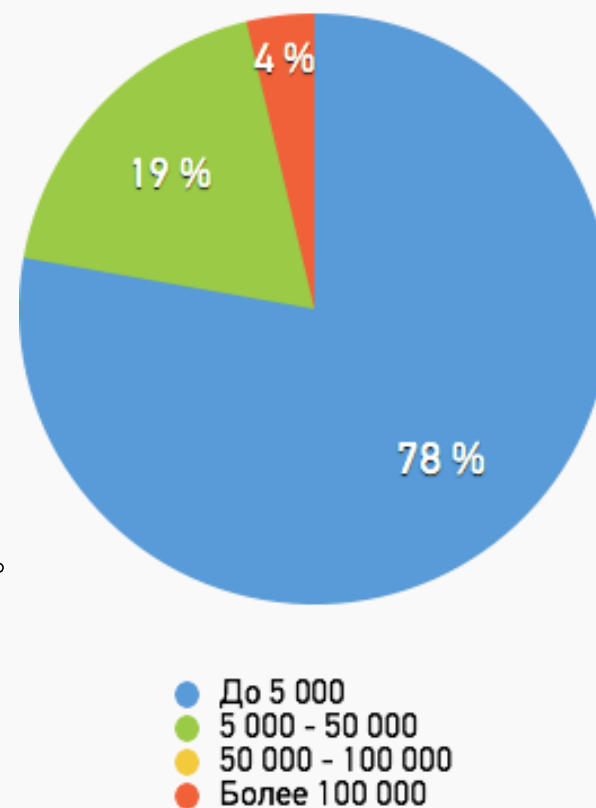
## ТОП-5 БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ В TWITTER

### ПО ЧИСЛЕННОСТИ:

1. Сбербанк
2. Альфа-Банк
3. ТРАСТ
4. ВТБ
5. ВТБ24

Активность в банковских сообществах в «Одноклассниках» крайне низкая. Активных пользователей из Ядра К5 ,близка к нулю.  
В этой связи говорить о приростах активной аудитории и сравнивать сообщества между собой некорректно.

ЧИСЛЕННОСТЬ БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ В TWITTER



# INSTAGRAM: АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ В БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВАХ

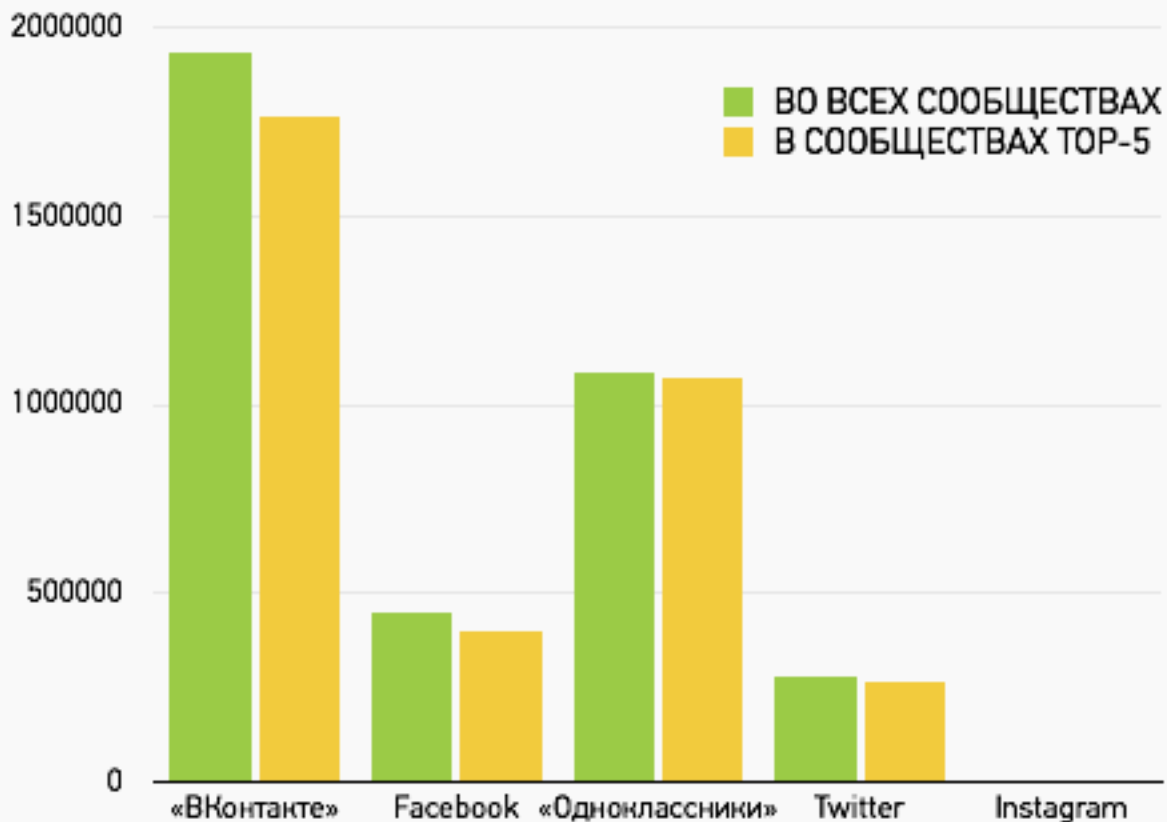
#	НАИМЕНОВАНИЕ БАНКА	КОП-ВО УЧАСТН. НА 20.10.14	ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К1)			ЯДРО АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ (К5)			КОЛИЧЕСТВО ОПУБЛИКОВАННОГО КОНТЕНТА			КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА КОНТЕНТ		
			08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА	08.14	09.14	ТЕМП ПРИРОСТА
1	Промсвязьбанк	2295	643	557	-13,4 %	117	120	2,6 %	14	14	0,0 %	1875	1819	-3,0 %
2	АК БАРС	1126	15	71	373,3 %	0	0		1	2	100,0 %	22	103	368,2 %
3	БИНБАНК	705	188	253	34,6 %	74	105	41,9 %	32	43	34,4 %	1371	2130	55,4 %

Банки крайне редко используют INSTAGRAM для собственного продвижения. INSTAGRAM-каналы банков имеют малое количество подписчиков.



# ПОДПИСЧИКИ БАНКОВСКИХ СООБЩЕСТВ В РАЗНЫХ СОЦСЕТЯХ

## КОЛИЧЕСТВО УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ ИЗ TOP-50



«ВКонтакте»	1931338
Facebook	448240
«Одноклассники»	1088850
Twitter	282036
Instagram	3989



Более 90% всех уникальных пользователей состоит в сообществах Сбербанка.

### ПРИМЕЧАНИЯ:

На графике представлены данные на 24.10.2014. Для сообществ в Facebook учтены только активные пользователи состоящие и не состоящие в сообществе.

## ОДНОВРЕМЕННОЕ УЧАСТИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СООБЩЕСТВАХ НЕСКОЛЬКИХ БАНКОВ

СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ	ПОДПИСЧИКИ ВСЕХ СООБЩЕСТВ ИЗ TOP-50			ПОДПИСЧИКИ ВСЕХ СООБЩЕСТВ ИЗ TOP-5		
	В ОДНОМ	В ДВУХ	В ТРЕХ	В ОДНОМ	В ДВУХ	В ТРЕХ
«ВКонтакте»	95,8 %	3,8 %	0,3 %	97,0 %	2,9 %	0,1 %
Facebook	90,8 %	7,0 %	1,5 %	94,6 %	4,8 %	0,5 %
«Одноклассники»	98,9 %	0,9 %	0,1 %	99,2 %	0,6 %	0,1 %
Twitter	92,4 %	5,3 %	1,1 %	93,9 %	4,8 %	0,9 %

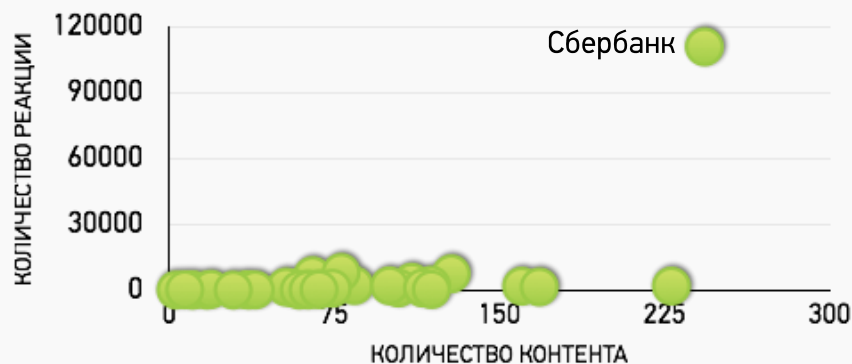
Вступая в сообщество банка, пользователь соцсети, чаще всего, не вступает в сообщества других банков. По количеству пользователей, состоящих сразу в нескольких банковских сообществах, лидирует Facebook.

Если рассматривать банковские сообщества из категории TOP-5, видим, что небольшая часть пользователей состоит сразу в нескольких сообществах банков из той же категории.

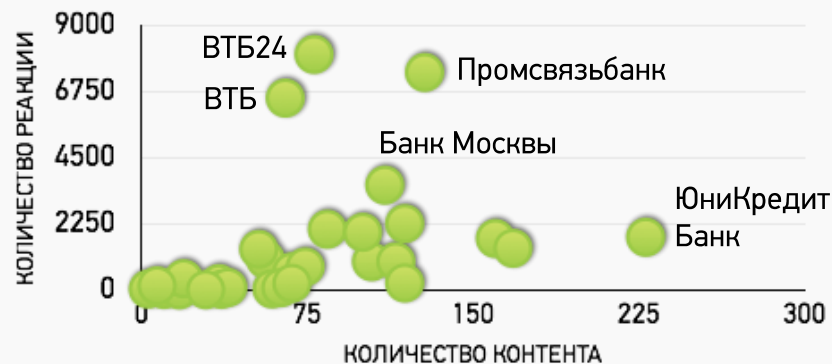


# ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ, СЕНТЯБРЬ 2014

ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В FACEBOOK



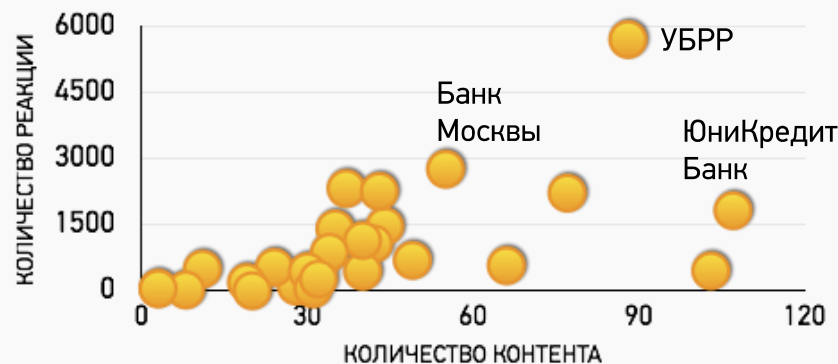
ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В FACEBOOK



ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В «ВКОНТАКТЕ»

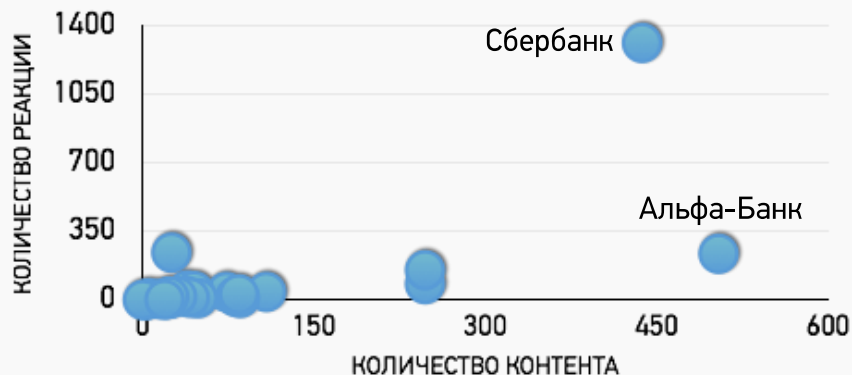


ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В «ВКОНТАКТЕ»

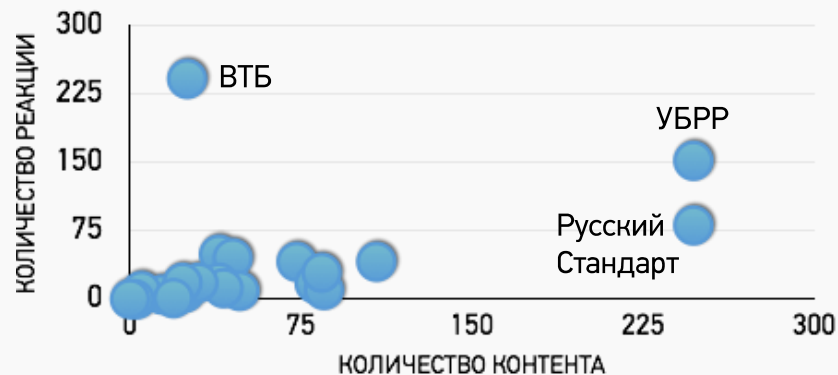


# ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ, СЕНТЯБРЬ 2014

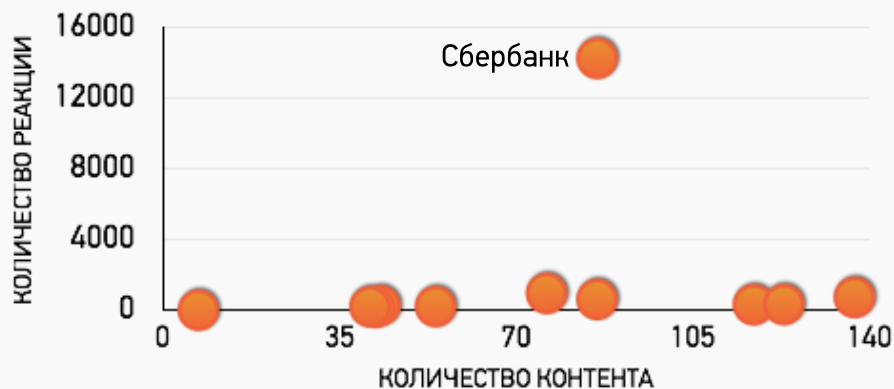
ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В TWITTER



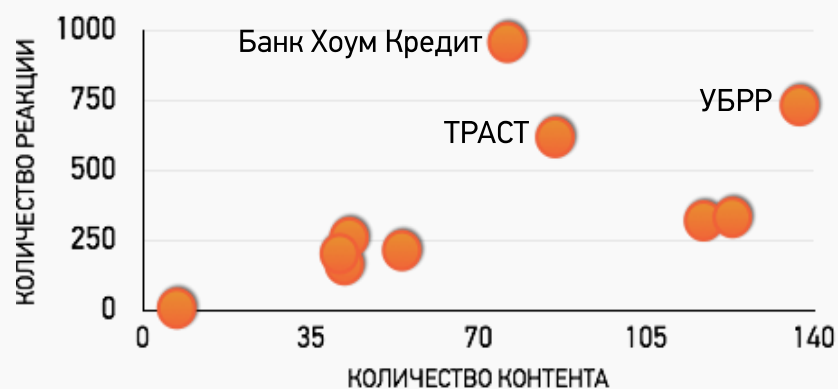
ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В TWITTER



ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В «ОДНОКЛАССНИКАХ»



ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ БАНКОВ В «ОДНОКЛАССНИКАХ»



# МОДЕЛИ ПРИСУТСТВИЯ БАНКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## СБЕРБАНК: LIFESTYLE-ЖУРНАЛ С БАНКОВСКИМ УКЛОНОМ

Контент направлен как на существующих клиентов банка, так и на потенциальных.

- Общественные события с участием или при поддержке банка.
- Информационная и техническая поддержка: информирование о семинарах, технических работах.
- Развлекательно-познавательный контент.
- Игровые механики, приложения, викторины.
- Образование клиентов: банковские продукты и банковские технологии.
- Обратная связь с клиентами — обсуждения.
- HR.



### Обсуждения

258 тем

### Вакансии территориальных банков Сбербанка

1 сообщение. Последнее от Сбербанк: Банк друзей, 24 окт в 16:27 →

### Сбербанк: все вопросы

30554 сообщения. Последнее от Альфиры Рияновой, сегодня в 9:08 →

### Служба заботы о клиентах: Устройства самообслуживания

2011 сообщений. Последнее от Сбербанк: Банк друзей, вчера в 19:47 →

**БАНК ДРУЗЕЙ**

Для роста нужен вклад

Откройте онлайн-вклад с повышенной ставкой

# МОДЕЛИ ПРИСУТСТВИЯ БАНКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

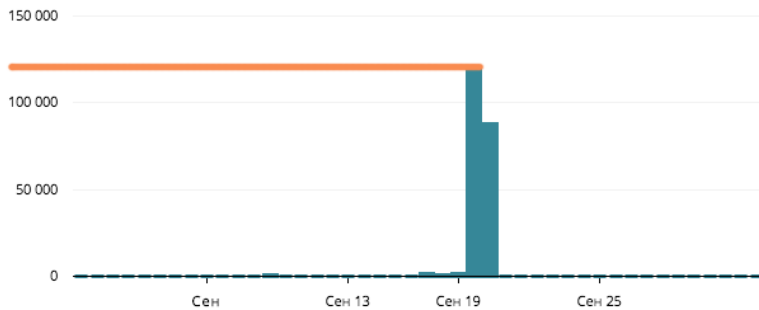
## СБЕРБАНК: ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ УЧАСТНИКОВ В СООБЩЕСТВО БАНКА

Периодическое использование викторин, конкурсных механик и игровых приложений.

## СТРАТЕГИЯ

1. Резкий «нагон» новой аудитории.
2. Удержание аудитории разносторонним контентом в сообществе.

КОЛИЧЕСТВО РЕАКЦИЙ НА ПУБЛИКАЦИИ



**Сбербанк: Банк друзей**

**Загадка о пчелке-цветочнице**

**СБЕРБАНК**

Перед поездкой на ярмарку пчелка собрала 100 бочонков меда. Себестоимость изготовления одного бочонка составила 300 монет. На ярмарке она продала 85 бочонков по 1000 монет за штуку.

Помогите пчелке посчитать, какую чистую прибыль с продаж она получит, учитывая все расходы?

19 сен 2014 в 16:06 | Это спам | Поделиться | Мне нравится **51750**

**65 625 комментариев**

**Алексей Мухин**  
1ая-50500  
19 сен в 16:09 | Это спам | Ответить | Мне нравится **572**

# МОДЕЛИ ПРИСУТСТВИЯ БАНКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## БАНК ВТБ: PR-ПОДДЕРЖКА

- Освещение культурных событий, спортивных мероприятий, благотворительных акций, проходящих при поддержке банка.
- Деловые новости, в которых речь идет о банке.
- Ежепятничные «поздравляшки».

И в продолжении темы еды - наша пятничная мудрость. С главным правилом обеда в офисе 😊



# МОДЕЛИ ПРИСУТСТВИЯ БАНКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## УРАЛЬСКИЙ БАНК РЕКОНСТРУКЦИИ И РАЗВИТИЯ: ПРАГМАТИЧНЫЙ ПОДХОД

- Основной упор на информирование о сервисах банка.
- Кобрендинговые проекты, партнерские программы.
- Деловые и культурные новости, связанные с банком.
- Образовательный контент: банковские продукты и технологии.
- Обратная связь с пользователями через обсуждения.
- Мотиваторы и мысли великих людей.



### Обсуждения

42 темы

**Личный консультант УБРИР. Вопросы по кредитам, картам, вкладам, Интернет-банку и сервисам УБРИР.**

1152 сообщения. Последнее от Марии Левченко, сегодня в 7:19 →

**Кто откуда? Отмечаемся...**

185 сообщений. Последнее от Виктора Корнеева, вчера в 11:33 →

**Из-за каких причин банк может отказать в кредите**

475 сообщений. Последнее от Марии Левченко, вчера в 7:56 →



# ЧТО ЕЩЕ МОГУТ БАНКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ С ПОМОЩЬЮ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

Простое и понятное предложение.  
Настройки таргетинга рекламы делают ее  
максимально эффективной.

## МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Количество контактов с рекламным носителем (охват),
- Количество переходов по рекламе на сайт,
- Количество сформированных заявок,
- Количество выполненных заявок.



**Тинькофф Кредитные Системы**  
Реклама · 🌐

👍 Нравится Страница

До 300 тыс. руб. Решение за 2 мин. Доставка на дом Бесплатно!



Ваша карта  
ждет вас

**Кредитная карта за 5 мин!**

Оформить заявку

[WWW.TCSBANK.RU](http://WWW.TCSBANK.RU)

Подробнее

# ЧТО ЕЩЕ МОГУТ БАНКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## КОНКУРСНЫЕ ВОВЛЕКАЮЩИЕ МЕХАНИКИ, ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ

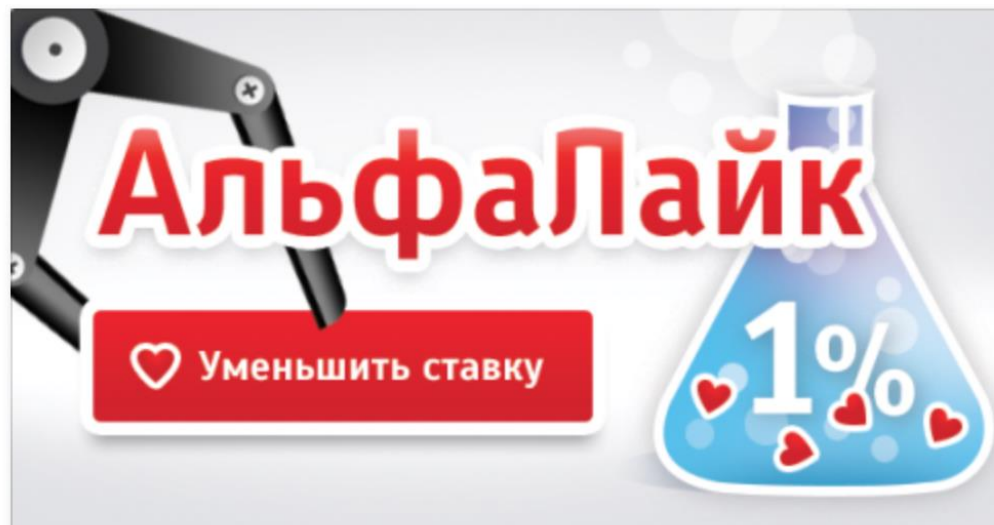
Рекламная поддержка предложения на старт. Далее информацию о предложении распространяют сами пользователи.

## ОПАСНОСТЬ

Среди участников конкурсов огромную долю составляют «призолы». Им важен приз, а не предложение.

## МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Рекламный охват на старте,
- Количество участников механики,
- Охват публикации среди друзей участников механики,
- Количество сформированных «лидов»,
- Количество обработанных «лидов».



### АльфаЛайк

Друзья! Если мое сообщение наберет больше всего лайков, я получу специальное предложение от Альфа-Банка – кредит наличными до 750 000 рублей по ставке от 1% годовых. Двое счастливицков в августе уже получили...

[LIKE.ALFABANK.RU](http://LIKE.ALFABANK.RU)



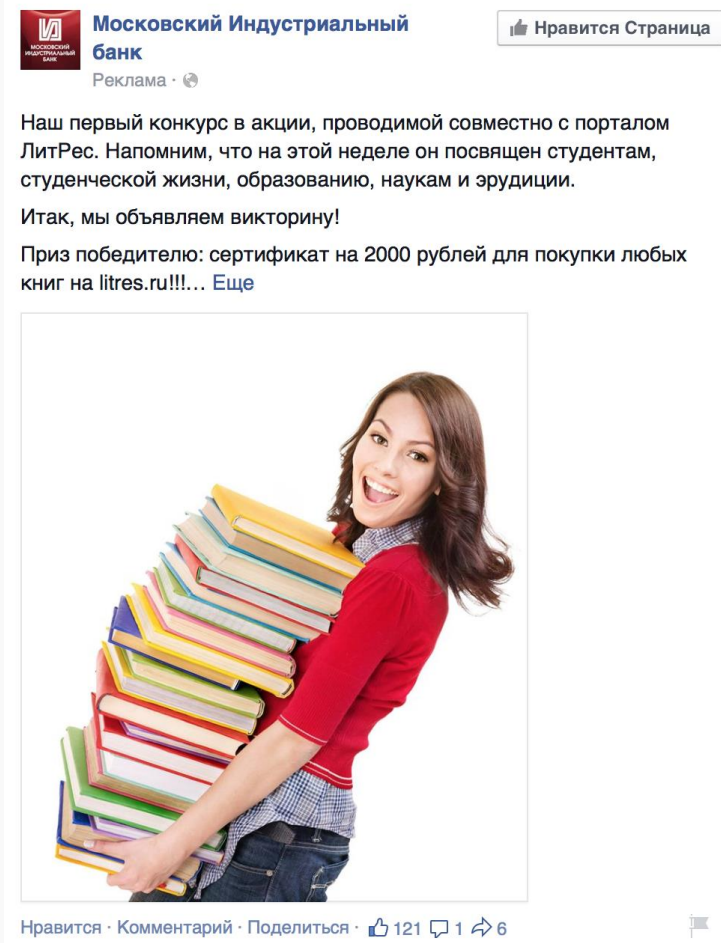
# ЧТО ЕЩЕ МОГУТ БАНКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## КОБРЕНДИНГОВЫЕ АКЦИИ

Кобрендинговые акции позволяют привлечь аудиторию партнера по акции в свое сообщество.

## МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Информационный охват акции среди целевой аудитории,
- Перетекание аудитории — количество «общих» пользователей до и после акции.



**Московский Индустриальный банк**  
Реклама · 🌐

Нравится Страница

Наш первый конкурс в акции, проводимой совместно с порталом ЛитРес. Напомним, что на этой неделе он посвящен студентам, студенческой жизни, образованию, наукам и эрудиции.

Итак, мы объявляем викторину!

Приз победителю: сертификат на 2000 рублей для покупки любых книг на [litres.ru](http://litres.ru)!!!... [Еще](#)

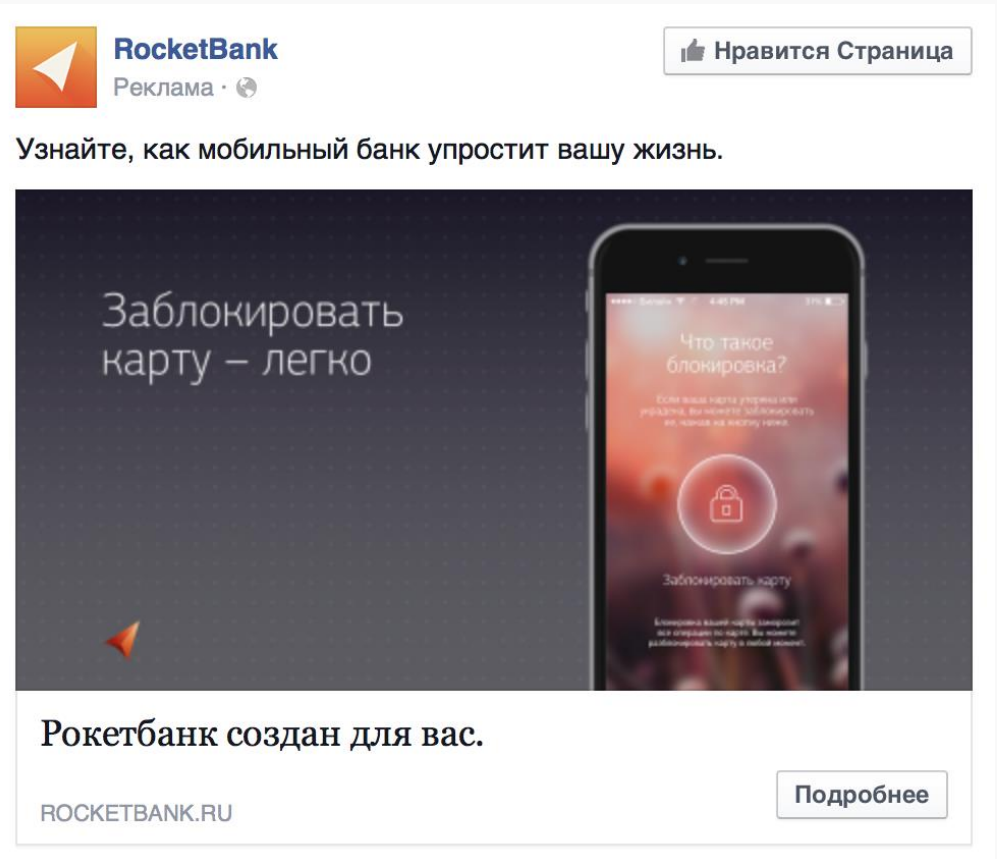
Нравится · Комментарий · Поделиться · 👍 121 🗨 1 ➦ 6

# ЧТО ЕЩЕ МОГУТ БАНКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## ТРАФФИК НА САЙТ БАНКА

### МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Количество контактов с рекламным носителем (охват),
- Количество переходов по рекламе на сайт,
- Количество сформированных заявок,
- Количество выполненных заявок.



**RocketBank**  
Реклама · 🌐

👍 Нравится Страница

Узнайте, как мобильный банк упростит вашу жизнь.

Заблокировать карту – легко

Что такое блокировка?  
Если ваша карта утеряна или украдена, вы можете заблокировать ее онлайн на любую сумму.

Заблокировать карту

Рокетбанк создан для вас.

ROCKETBANK.RU

Подробнее

# ЧТО ЕЩЕ МОГУТ БАНКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## РАБОТА С НЕГАТИВОМ

Пользователи намеренно вставляют хэш-теги в надежде обратить на себя внимание бренда и получить помощь.

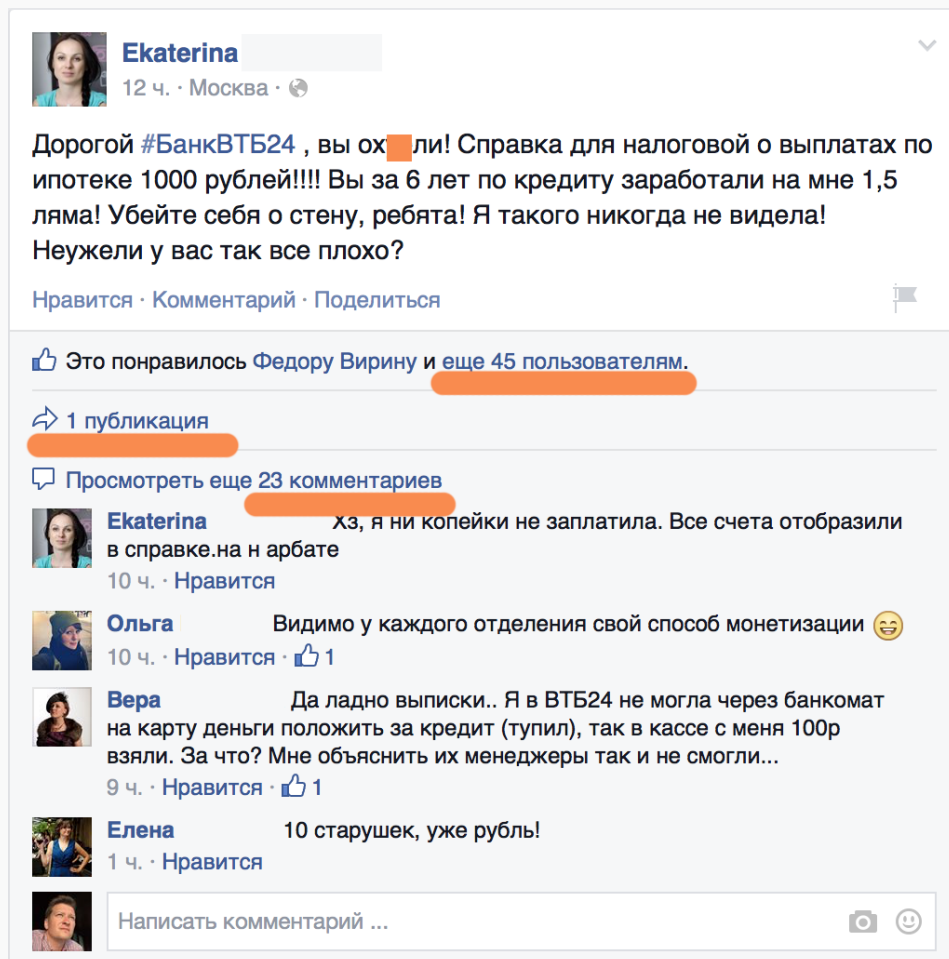
Негатив должен быть погашен или нейтрализован! Необходимо из недовольных пользователей делать лояльных.

Важно мониторить хэш-теги и упоминания брендов банков в соцсетях: и своего, и конкурентов.

Можно успешно играть на негативных публикациях о конкуренте, оперативно предлагая более качественный сервис.

## МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Количество обработанных негативных публикаций, комментариев.
- Количество решенных сложностей.



**Ekaterina** 12 ч. · Москва · 🌐

Дорогой #БанкВТБ24 , вы ох...ли! Справка для налоговой о выплатах по ипотеке 1000 рублей!!!! Вы за 6 лет по кредиту заработали на мне 1,5 ляма! Убейте себя о стену, ребята! Я такого никогда не видела! Неужели у вас так все плохо?

Нравится · Комментарий · Поделиться

👍 Это понравилось Федору Вирину и еще 45 пользователям.

🔗 1 публикация

💬 Просмотреть еще 23 комментариев

**Ekaterina** Хз, я ни копейки не заплатила. Все счета отобразили в справке.на н арбате  
10 ч. · Нравится

**Ольга** Видимо у каждого отделения свой способ монетизации 😊  
10 ч. · Нравится · 👍 1

**Вера** Да ладно выписки.. Я в ВТБ24 не могла через банкомат на карту деньги положить за кредит (тупил), так в кассе с меня 100р взяли. За что? Мне объяснить их менеджеры так и не смогли...  
9 ч. · Нравится · 👍 1

**Елена** 10 старушек, уже рубль!  
1 ч. · Нравится

Написать комментарий ...

# ЧТО ЕЩЕ МОГУТ БАНКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ С ПОМОЩЬЮ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СЕРВИСОВ

## ГЛУБОКАЯ АНАЛИТИКА СОБСТВЕННЫХ СООБЩЕСТВ

- Аудитория,
- Эффективность контента,
- Активность аудитории.

## КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА

- Бенчмаркинг,
- Анализ сообществ конкурентов,
- Формирование списков активных пользователей конкурентов и ретаргетинг рекламы на них.

## МОНИТОРИНГ УПОМИНАНИЙ

- Работа с негативом,
- Мониторинг конкурентной активности.

## ПРОДВИНУТЫЙ РЕТАРГЕТИНГ

- Поиск и сегментирование целевой аудитории по заданным условиям,
- Формирование списка ID пользователей.

## SCORING ДАННЫХ

Получение данных о большом количестве пользователей: пол, возраст, гео, интересы, семейное положение, практика покупок, социальные связи и т.п.

На основе данных формируют персональные услуги и продукты, принимают решение о выдаче кредитов.

# JAGAJAM.COM — СЕРВИС СОЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ И АНАЛИТИКИ

JagaJam — это сервисная платформа для построения эффективного маркетинга в социальных медиа.

JagaJam предназначен для SMM-специалистов, бренд-менеджеров, маркетологов, сотрудников digital-агентств.

JagaJam необходим для:

- проведения эффективного маркетинга в социальных медиа на этапах планирования, реализации и модернизации SMM-стратегии;
- организации эффективного присутствия бренда в социальных сетях;
- построения эффективных коммуникаций с целевой аудиторией;
- проведения конкурентной разведки и изучения отраслей.

JagaJam — это отраслевой (SMM) стандарт метрик, используемых для оценки эффективности развития сообществ в социальных медиа, как брендами, так и digital-, SMM-агентствами.



# JagaJam

www.jagajam.com  
+7 (495) 984-23-64  
info@jagajam.com

Не забудьте вступить в наши сообщества в соцсетях:

<https://www.facebook.com/JagaJam>

<https://vk.com/jagajam>

[https://twitter.com/jagajam\\_media](https://twitter.com/jagajam_media)

[http://instagram.com/jagajam\\_media](http://instagram.com/jagajam_media)

<http://www.odnoklassniki.ru/jagajam>