

АНАЛИТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА

Социальные медиа – ключевой инструмент цифрового рынка, обеспечивающий глубокое и эффективное взаимодействие с потенциальными покупателями, дающий возможность точной настройки рекламных компаний, минимизирующий расходы на привлечение новых заказов. Одним из ключевых преимуществ на потребительском рынке, в настоящее время, является умение накапливать, анализировать и использовать опыт взаимодействия с клиентами. Социальные медиа – один из наиболее эффективных инструментов, применяемых для этих целей.

Важно, что компании малого и среднего бизнеса могут эффективно применять все преимущества активного использования социальных медиа, наравне с крупными корпорациями. Поэтому, обучение персонала компаний МСБ применению аналитического инструментария для социальных сетей – важная составляющая комплекса мер государственной поддержки.

Основными направлениями анализа социальных сетей являются:

Продвижение и продажи: ориентированы на донесения до целевой аудитории информации о товарах и услугах компании, легенде и ценностях бренда, отзывах клиентов;

Исследование рынка: выявление потребностей, получение обратной связи и накопление опыта. Таргетирование аудитории для оптимизации PR и рекламы;

Конкурентная разведка: исследование предложения, аудитории и каналов сбыта конкурентов. Изучение сильных и слабых мест их продукции и услуг – на основе клиентских отзывов;

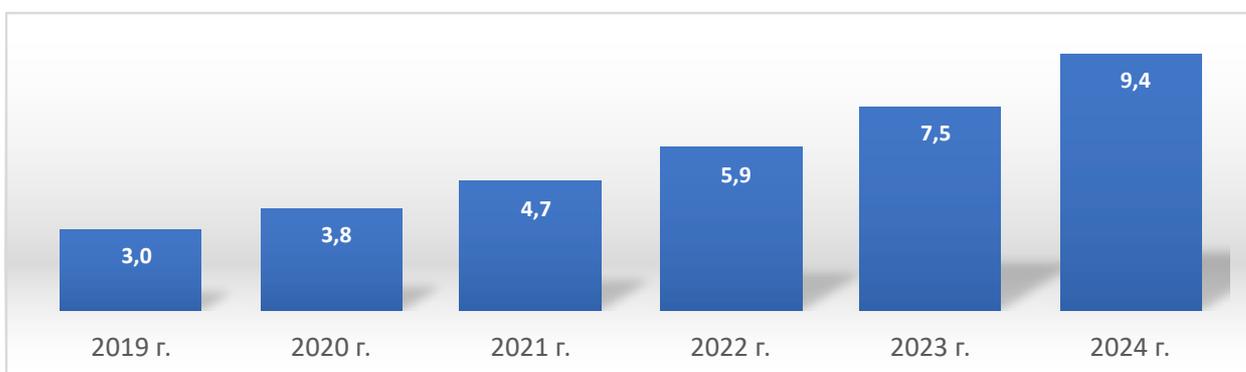
Поиск новых сотрудников, оценка кандидатов и управление персоналом;

Скоринг и безопасность: оценка надежности партнеров по бизнесу на основе профилей и активности в социальных сетях, аналитика в интересах общественной безопасности, выявление мошенничества.

Ожидается, что самым быстроразвивающимся сегментом рынка будут приложения для управления рисками, оценки клиентов и партнеров и предотвращения мошенничества.

Суммарно, текущий мировой рынок инструментов анализа социальных медиа оценивается в \$3 миллиарда, прогноз роста к 2024 году – \$9,4 млрд.

Динамика и прогноз мирового рынка инструментов анализа социальных медиа, \$ млрд.



Лидерами мирового рынка инструментов анализа социальных медиа являются не только крупные разработчики ПО, такие как ORACLE, ADOBE, и специалисты в облачных решениях (Salesforce), но и сравнительно небольшие компании (Clarabridge, Brandwatch). Разработка новых решений в области анализа социальных медиа – перспективная ниша для высокотехнологичных стартапов, и в России и во всем мире.