



На сегодняшний день социальные сети все больше начинают напоминать паутину, которая затягивает миллионы. Но если не обращаться к философским рассуждениям, то анализ, проведенный, чтобы понять, какая аудитория социальных сетей в Рунете, может удивить

Сети – это паутина, которая затягивает многих. И чем настойчивее человек сопротивляется, тем больший получается обратный эффект. И если не вдаваться в философские размышления о глобальных проблемах, то стоит провести анализ статистики сетей в Рунете.

Статистика социальных сетей

До сих пор лидером по объему аудитории остается сеть ВКонтакте. И это не удивительно, здесь уже 53,6 млн. активных пользователей. На втором месте известные всем Одноклассники, а на третьем – Facebook, который наконец-таки смог обогнать вымирающий Мой Мир.

Да, мнение о том, что Facebook является самой глобальной паутиной, для рынка России обычный миф. Набирать обороты он начал недавно. Таким образом, рекламные кампании стоит проводить в основных социальных сетях: Вконтакте, Facebook, Одноклассники.

Но как же Twitter, Instagram и ЖЖ? В реальности они находятся на вершине рейтинга социальных сетей по числу уникальных авторов. На втором месте Инстаграм, а на третьем – Твиттер. Рекламные кампании в социальных сетях обладают некоторой изюминкой. Размещение ее в Твиттере стало возможным недавно. А касаясь Инстаграм, то, невзирая на постоянных рекламных подписчиков, оригинальный кабинет для рекламы будет открыт только осенью.

Тренды социальных сетей

Общие тенденции таковы, что в Одноклассниках и Вконтакте снижаются темпы прироста аудитории социальных сетей. А число активных пользователей скачет то вниз, то вверх. И только на Фейсбуке наблюдается стабильность динамики. Уникальная аудитория Facebook колеблется в пределах 2-4%, а если вспоминать, что доля пользователей Facebook в социальных сетях России незначительна, то цифры очень маленькие.

Во Вконтакте уникальная аудитория составляет 10-15%, а Одноклассники имеют только 7-8%. Дополнительные выводы: сейчас пользователи все чаще обладают аккаунтами в нескольких сетях сразу, а это говорит о снижении показателя уникальности аудитории. Кроме того, данные социальных сетей объединяются.