

RAPORT STRATEGICZNY 2020

Warszawa, 2021

The background is a solid orange color with a pattern of interlocking gears of various sizes. A large, semi-transparent white arrow points diagonally upwards from the bottom left towards the top right, passing behind the text.

CO ZNAJDUJE SIĘ W RAPORCIE?

CO ZNAJDUJE SIĘ W RAPORCIE?

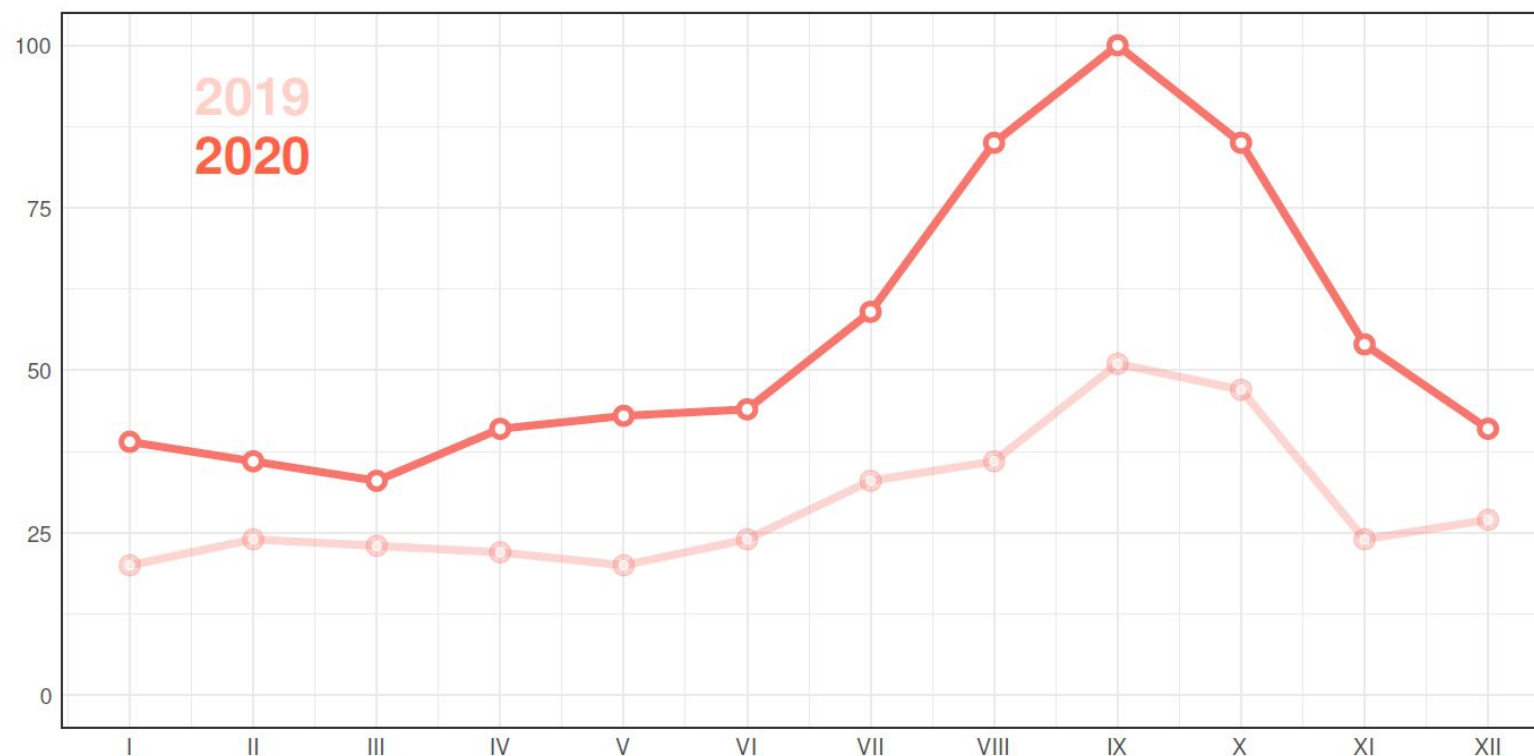
- W raporcie znajduje się **analiza strategiczna komunikacji w mediach społecznościowych Marki X, konkurencji oraz kluczowych produktów.**
- Analiza obejmuje rok 2020 w porównaniu do roku 2019 ze szczególnym uwzględnieniem kontekstu pandemii Covid-19.
- Analizę przygotowano za pomocą autorskich narzędzi firmy Sotrender objętych badaniem **Channel Benchmarks**, służącym do śledzenia i porównywania wyników uzyskiwanych na kanałach własnych marek na Facebooku.
- Raport zawiera **wnioski i rekomendacje.**

The background features a warm orange color palette. It is filled with various sizes of interlocking gears, some of which are semi-transparent, creating a sense of depth and mechanical complexity. Overlaid on the right side of the image is a large, 3D-style arrow pointing diagonally upwards and to the right. The arrow is composed of several translucent, overlapping planes in shades of light orange and white, giving it a dynamic, forward-moving appearance.

TRENDY ZAINTERESOWAŃ

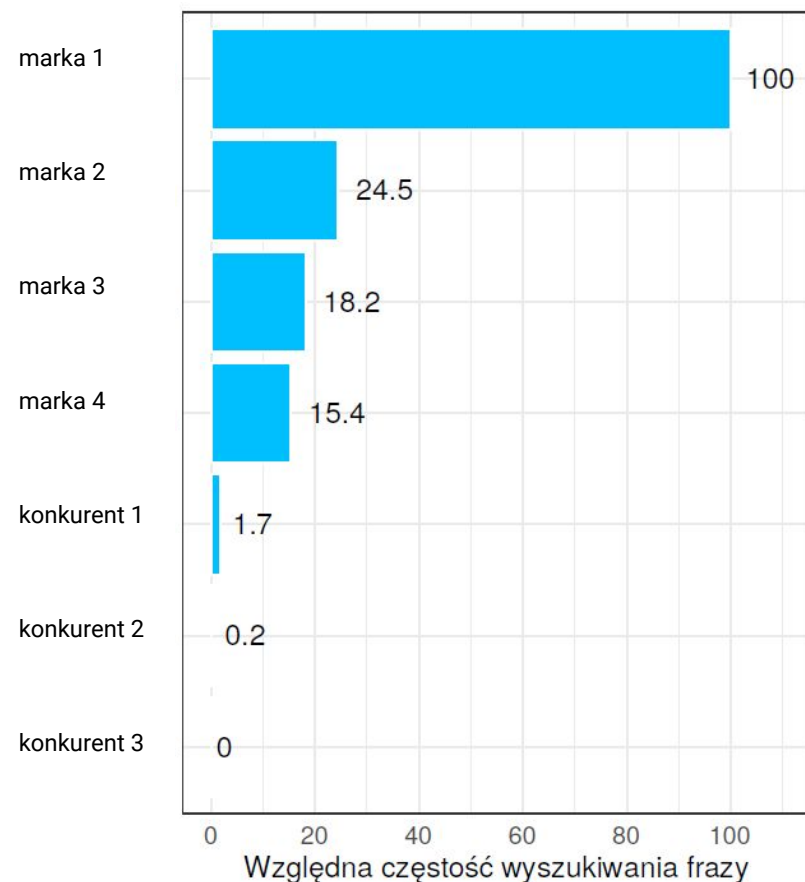
CZĘSTOŚĆ WYSZUKIWANIA FRAZY XXX

CO ANALIZUJEMY?: Oceniamy zainteresowanie Twoją marką, konkurencją, produktami. Analizujemy trendy.

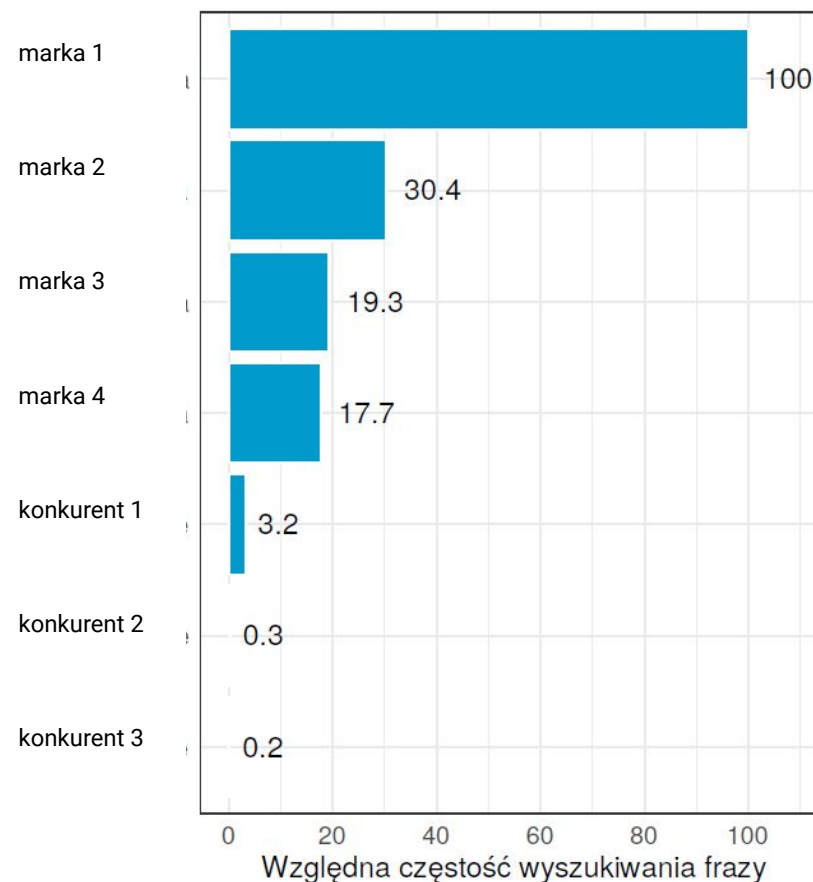


WZGLĘDNE ZAINTERESOWANIE POSZCZEGÓLNYMI MARKAMI

ROK 2019



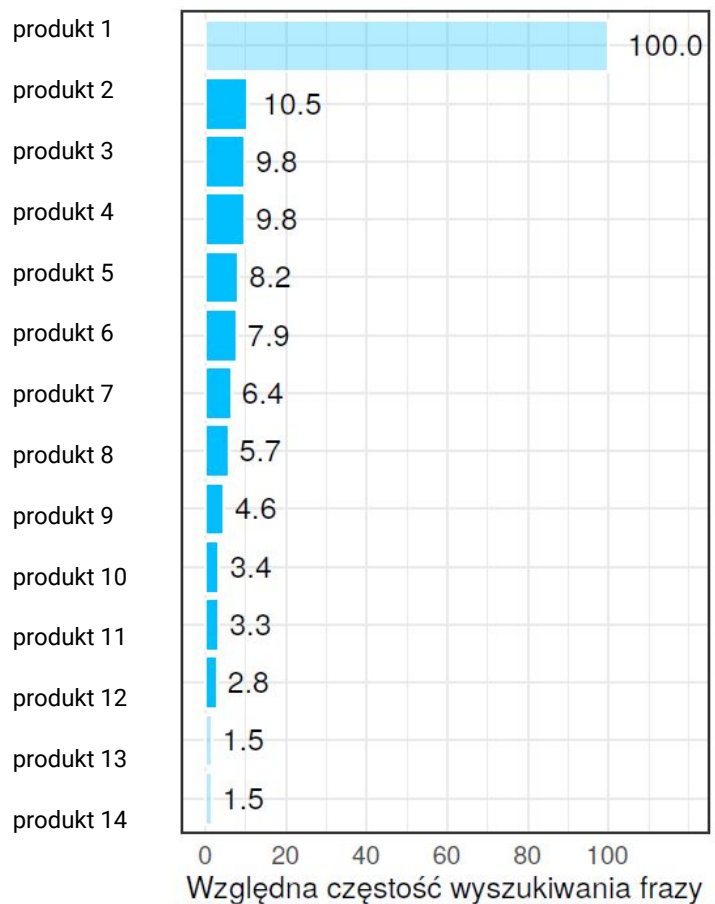
ROK 2020



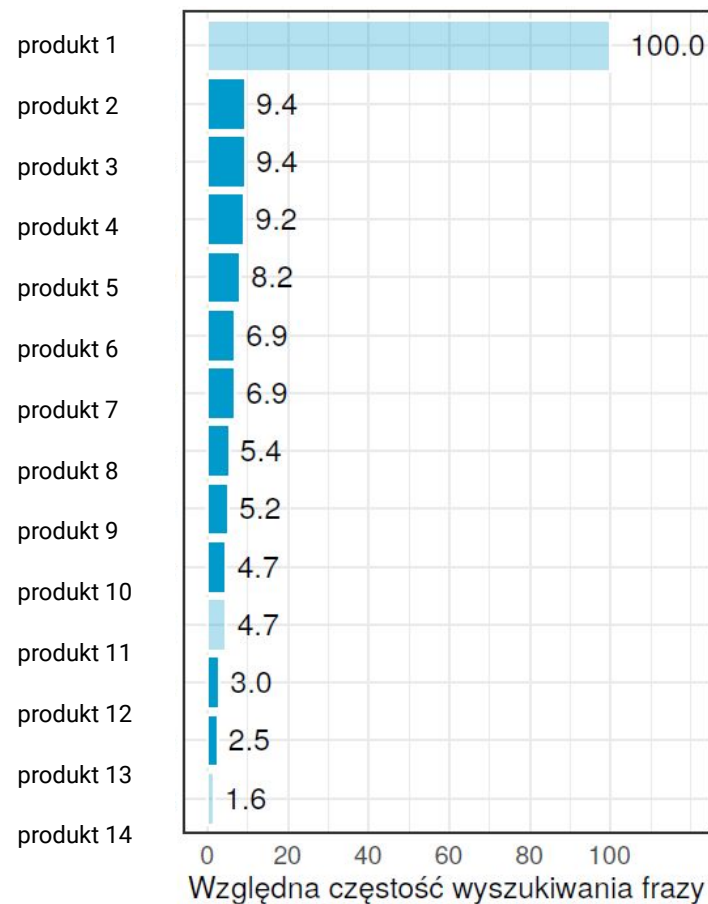
- Oceniamy zainteresowanie Twoją marką, konkurencją, produktami.
- Budujemy rankingi.

WZGLĘDNE ZAINTERESOWANIE POSZCZEGÓLNYMI PRODUKTAMI

ROK 2019



ROK 2020



- Oceniamy zainteresowanie Twoją marką, konkurencją, produktami.
- Porównujemy się z rokiem 2019, śledzimy zmiany wywołane Covid-19

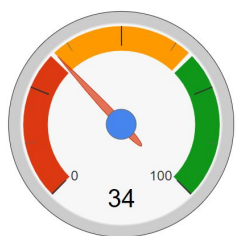


ANALIZA ZAANGAŻOWANIA

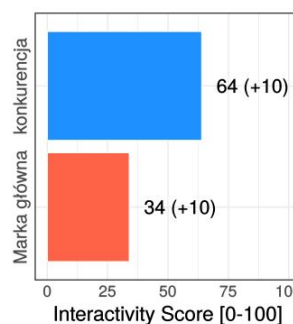
KLUCZOWE WSKAŹNIKI

KLUCZOWE WSKAŹNIKI: INTERACTIVITY SCORE - 2020 VS. 2019

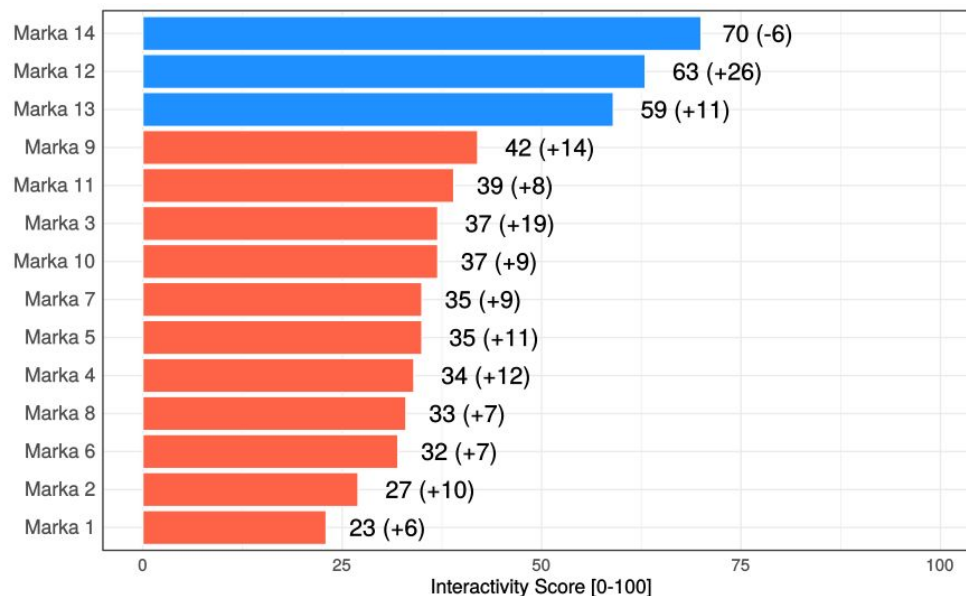
Marka X



2020 VS. 2019*



INTERACTIVITY SCORE 2020 VS. 2019



JAK INTERPRETOWAĆ WYNIKI?

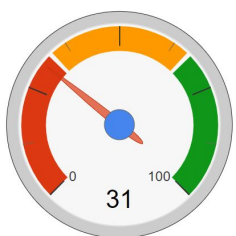
INTERACTIVITY SCORE jest funkcją miar **zaangażowania profilu na Facebooku**.

Analizujemy łączną liczbę reakcji (like, love, ha-ha, sad, angry, wow), komentarzy pod postami i udostępnień postów.

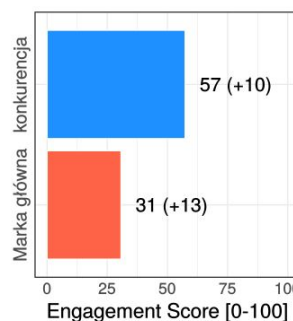
Wskaźnik ten ukazuje relatywną pozycję analizowanych profili na tle **reprezentatywnej próby profili Facebook** (4000+ profili) należących do różnych branż. INTERACTIVITY SCORE jest wystandaryzowany w zakresie od **0 (brak zaangażowania)** do **100 (rekordowe zaangażowanie)**. Wartość X wskaźnika oznacza, że ważona średnia liczby reakcji, komentarzy i udostępnień postów (Interactivity Index - INI) dla danego profilu była w danym okresie wyższa, niż dla X% profili na Facebooku.

KLUCZOWE WSKAŹNIKI: ENGAGEMENT SCORE - 2020 VS. 2019

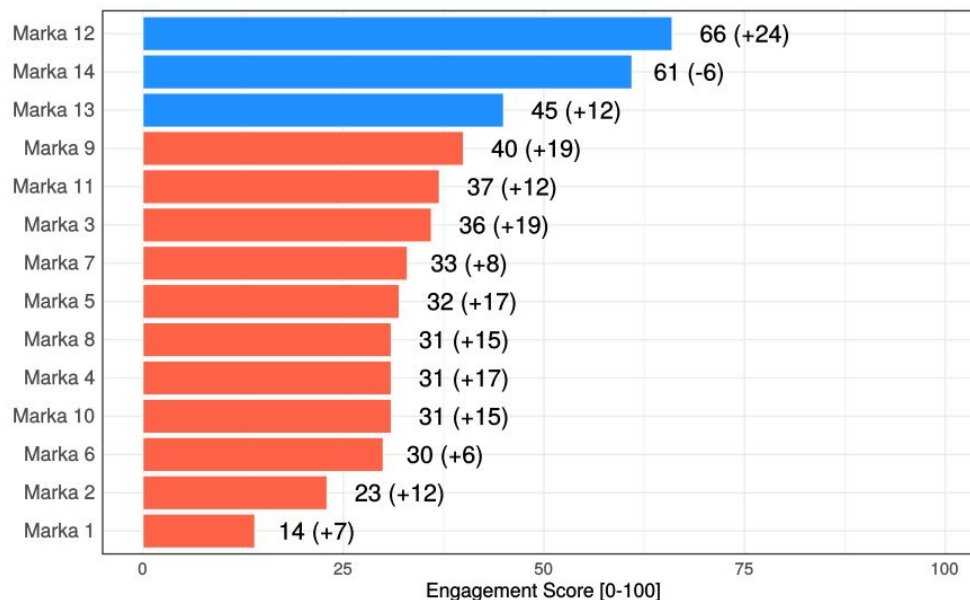
Marka X



2020 VS. 2019*



ENGAGEMENT SCORE 2020 VS. 2019



JAK INTERPRETOWAĆ WYNIKI?

ENGAGEMENT SCORE jest miarą jakości postów na Facebooku

Czyli ich zdolności do wzbudzania zaangażowania u odbiorców. Jest on funkcją liczby reakcji, komentarzy i udostępnień przypadających na 1 post.

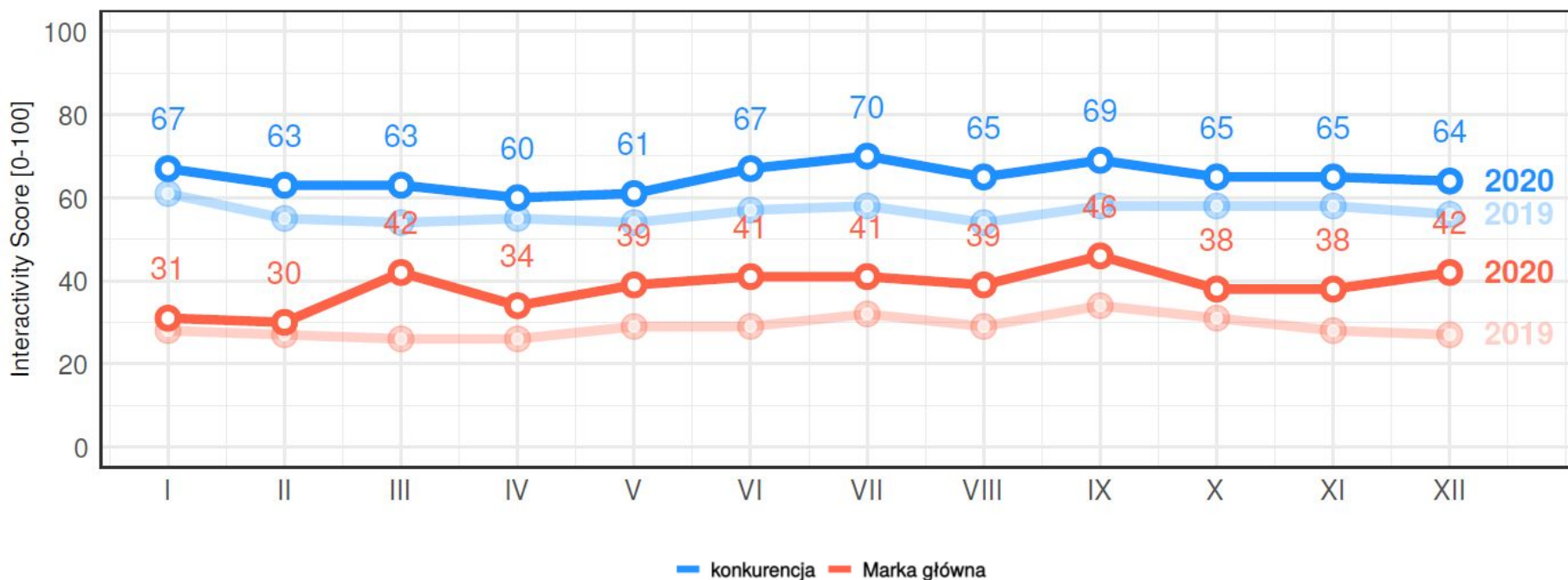
Wskaźnik ten ukazuje relatywną pozycję profilu na tle ogółu profili Facebook. W odróżnieniu od Interactivity Score - premiuje profile rzadziej publikujące, ale **dostarczające bardziej angażujące treści**.

ENGAGEMENT SCORE jest wystandaryzowany w zakresie od 0 do 100. Wartość X oznacza, że ważona średnia liczby reakcji per post, komentarzy per post i udostępnień per post dla profilu była w danym okresie wyższa, niż dla X% profili Facebook.

INTERACTIVITY SCORE: Marka X VS. KONKURENCJA

CO ANALIZUJEMY?: Analizujemy zmianę wskaźników w czasie, porównujemy Twoją markę z konkurencją.

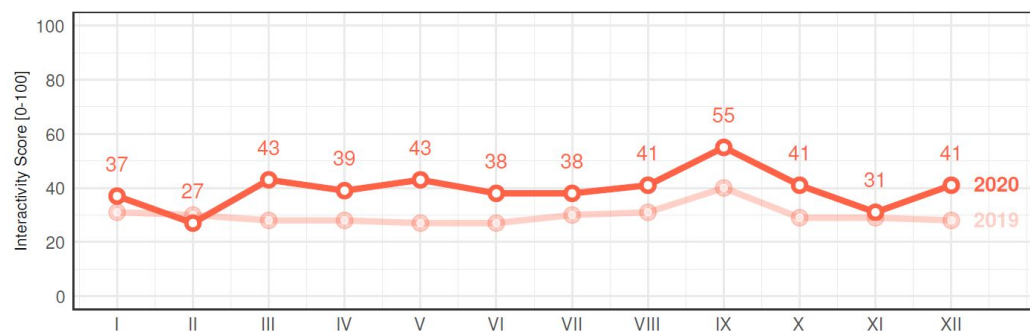
INTERACTIVITY SCORE 2020 VS. 2019



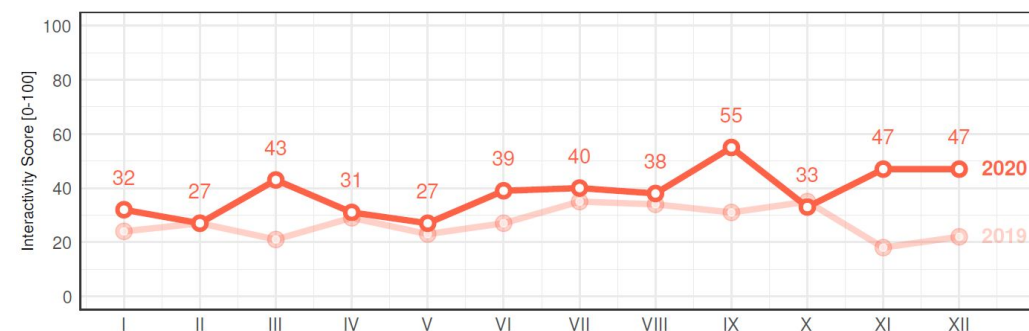
INTERACTIVITY SCORE: 2020 VS. 2019

CO ANALIZUJEMY?: Analizujemy zmianę wskaźników w czasie, szczegółowo analizujemy Twoje marki oraz marki konkurencyjne.

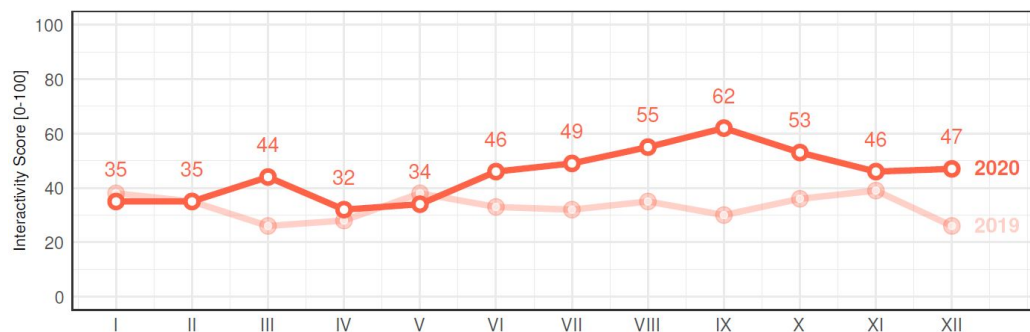
MARKA 1



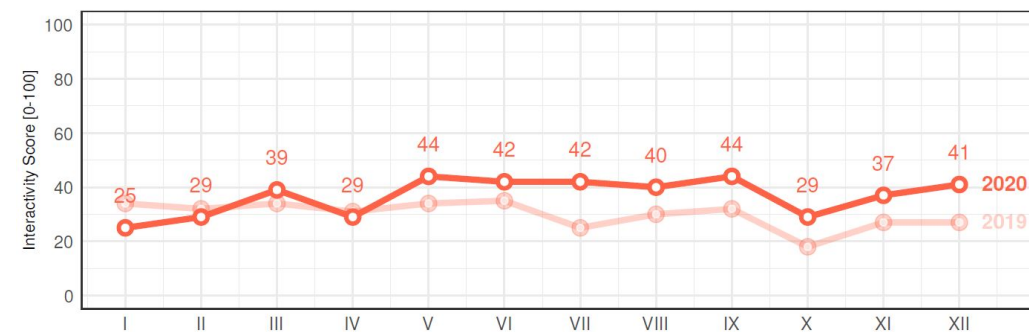
MARKA 2



KONKURENT 1



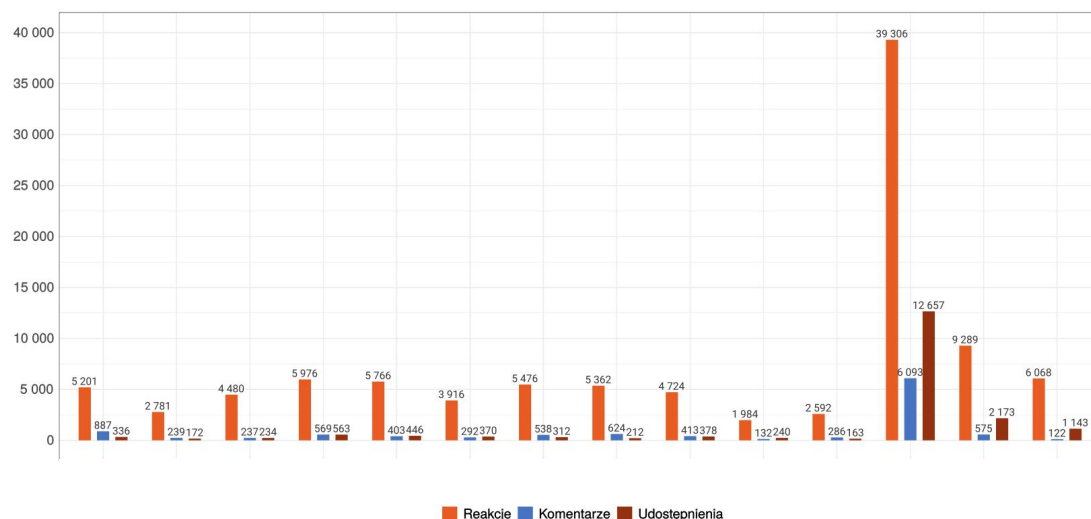
KONKURENT 2



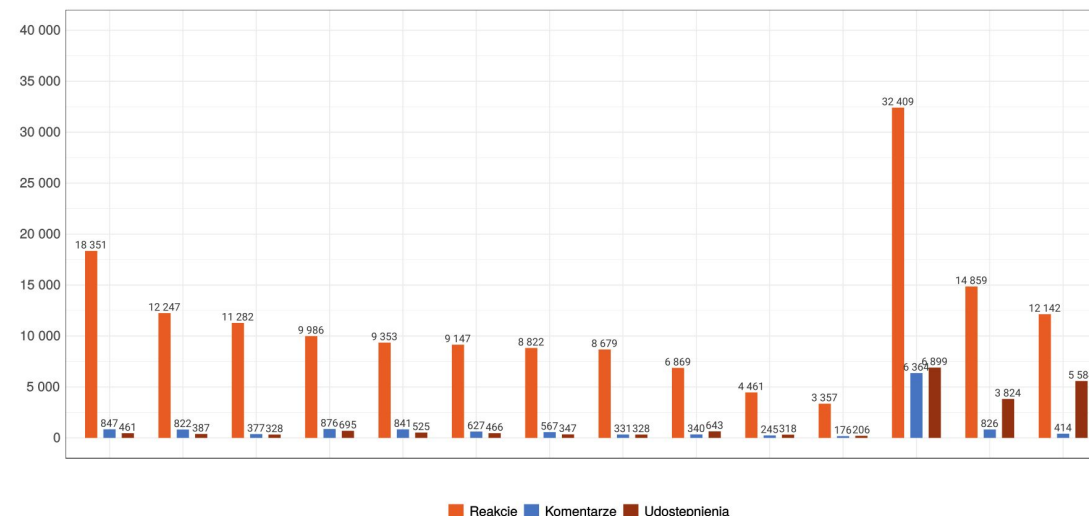
KLUCZOWE FORMY ZAANGAŻOWANIA: 2020 VS. 2019

CO ANALIZUJEMY?: Analizujemy główne formy zaangażowania, które wchodzą w skład zagregowanych wskaźników. Porównujemy je w czasie.

KLUCZOWE FORMY ZAANGAŻOWANIA 2019

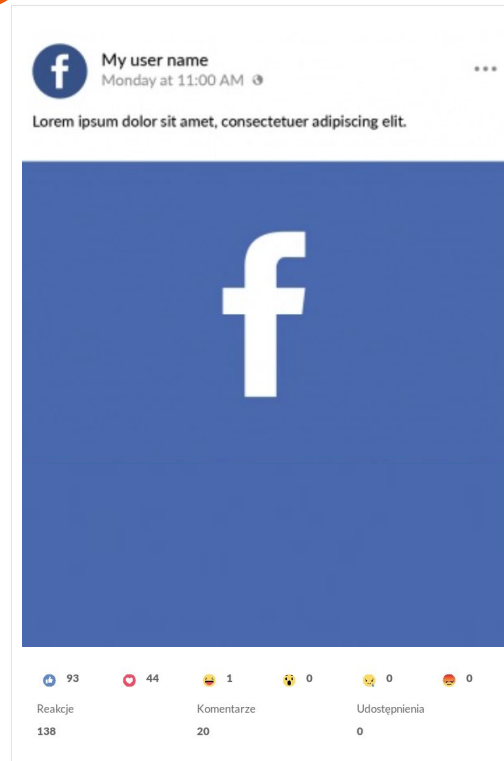
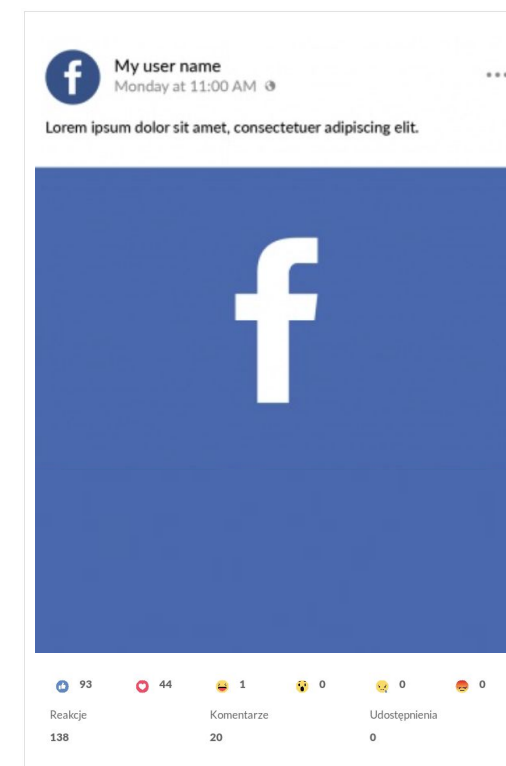


KLUCZOWE FORMY ZAANGAŻOWANIA 2020



NAJLEPSZE TREŚCI: ZAANGAŻOWANIE - wszystkie treści (2020)

CO ANALIZUJEMY?: Tworzymy rankingi najlepszych treści pod względem zaangażowania dla Twojej marki i konkurencji.

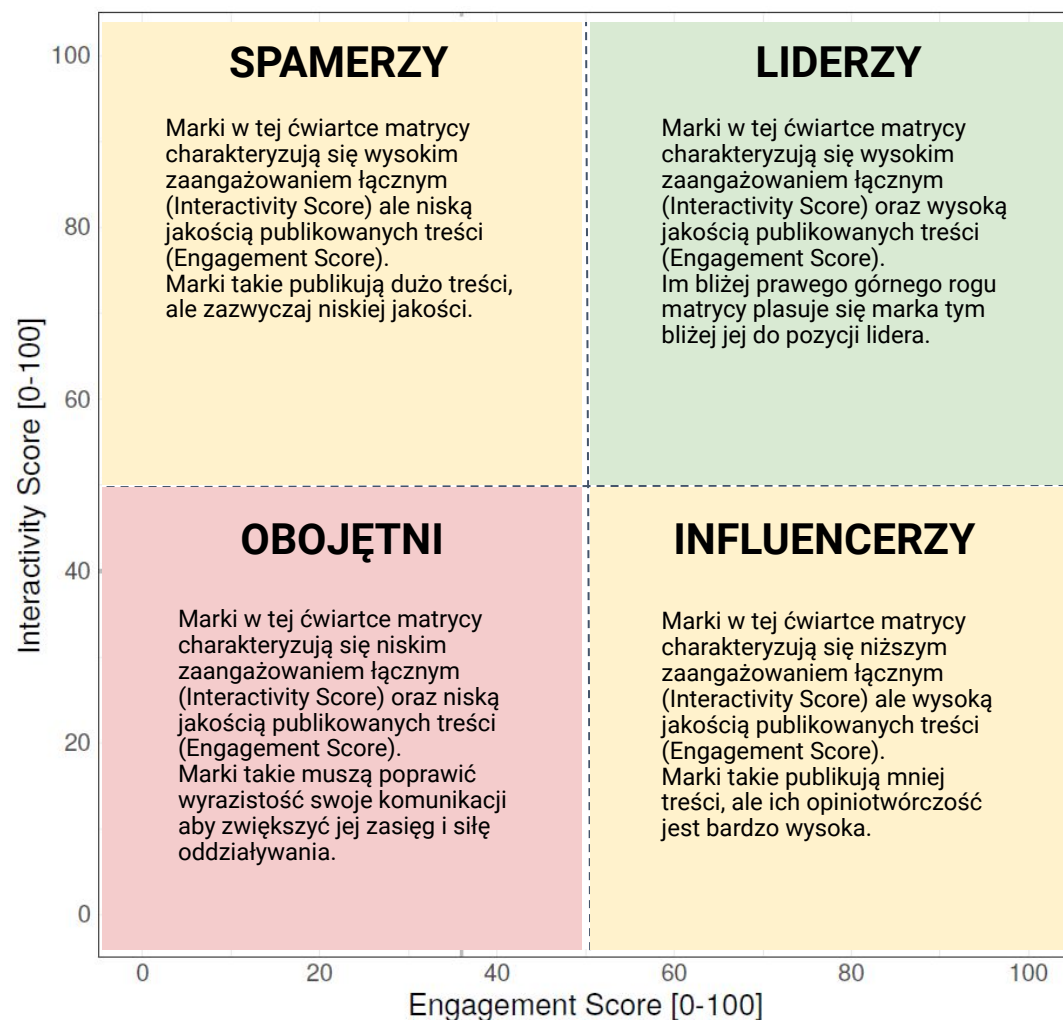
1**INI: 7 121**<http://facebook.pl/link>**2****INI: 6 786**<http://facebook.pl/link>**3****INI: 6 166**<http://facebook.pl/link>



ANALIZA ZAANGAŻOWANIA

MATRYCE DIAGNOSTYCZNE

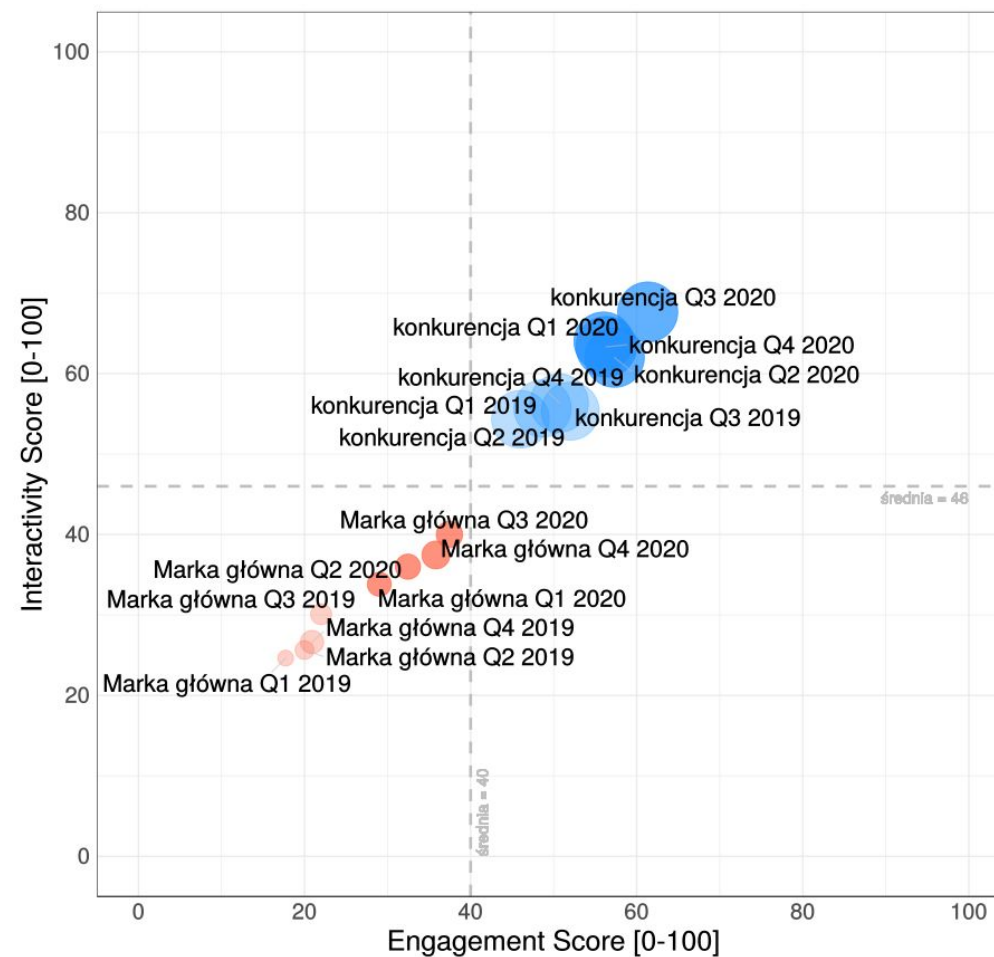
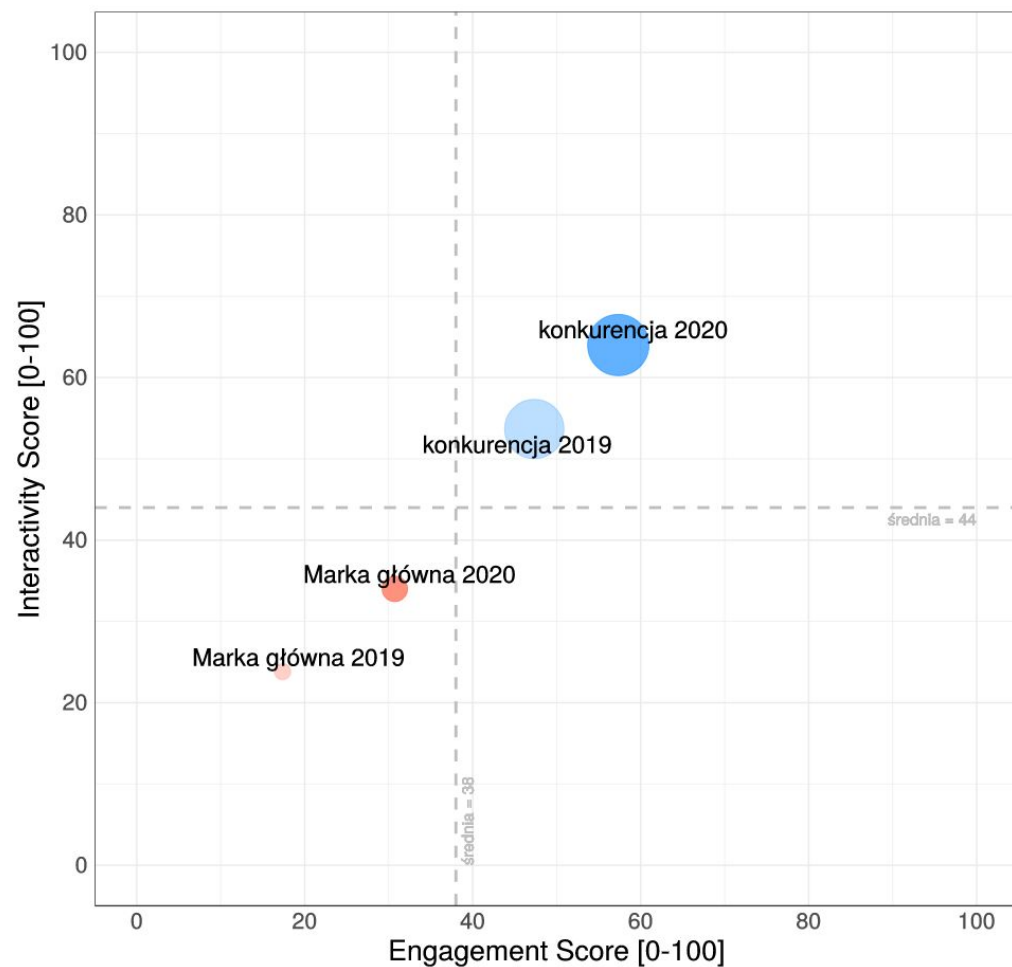
MATRYCA ZAANGAŻOWANIA



JAK INTERPRETOWAĆ WYNIKI?

- Pozycję marki należy interpretować w zależności od tego, **w której ćwiartce matrycy się znajdzie**.
- Im **bliżej skrajnych pozycji** (rogów matrycy), tym charakterystyka mocniej odnosi się do marki.
- Im **bliżej środka**, tym bardziej nieokreślona jest pozycja marki i oznacza to, że plasuje się w okolicach średnich wyników i kolejne działania komunikacyjne powinny być wzmacniane.
- **Śledzenie pozycji na matrycy w czasie** pomaga zrozumieć drogę jaką odbywa marka w odbiorze swojej komunikacji i zdiagnozować czy jest to kierunek pożądany czy wymaga korekty i który aspekt komunikacji należy wzmocnić.
- Pozycję na matrycy można śledzić **na tle wszystkich ponad 4000 marek**, wtedy patrzymy na pozycję na matrycy wyskalowanej 0-100 lub w **zbliżeniu na własną branżę i bezpośrednią konkurencję**.

MATRYCA ZAANGAŻOWANIA: XXX w skali całego Facebooka



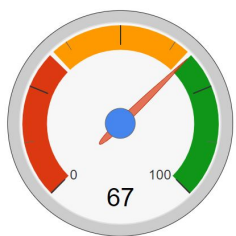
Wielkość punktów odzwierciedla średnią liczbę fanów profili w danym kwartale



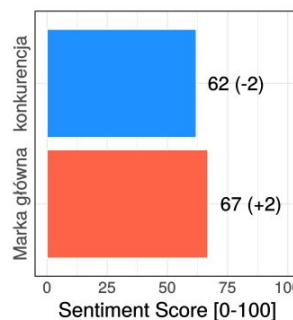
ANALIZA ZAANGAŻOWANIA EMOCJONALNEGO KLUCZOWE WSKAŹNIKI

KLUCZOWE WSKAŹNIKI: SENTIMENT SCORE - 2020 VS. 2019

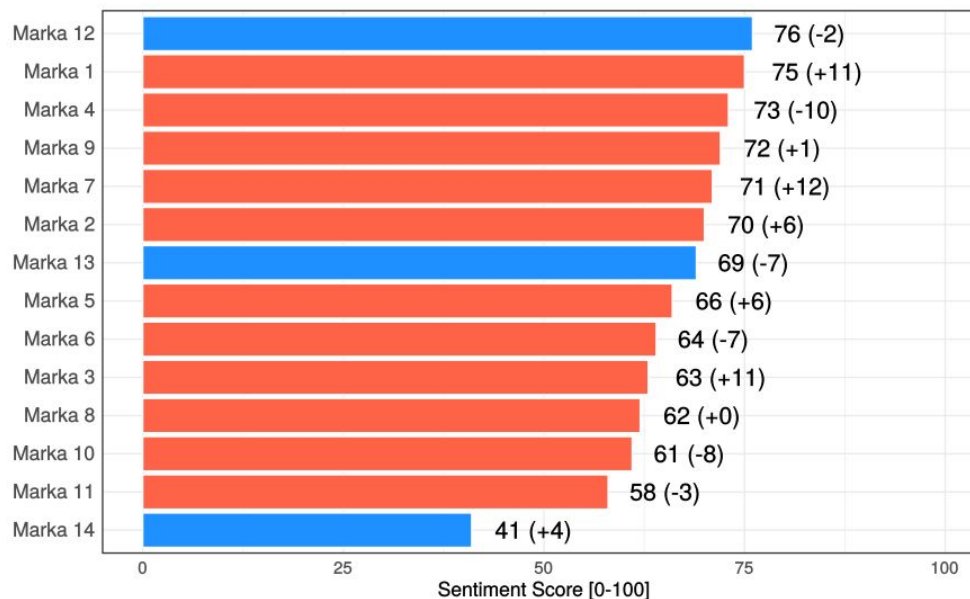
Marka X



2020 VS. 2019*



SENTIMENT SCORE 2020 VS. 2019



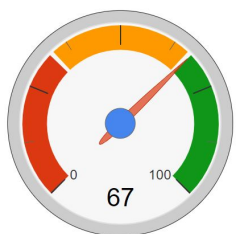
JAK INTERPRETOWAĆ WYNIKI?

SENTIMENT SCORE jest miarą temperatury emocji w dyskusji pod postami na profilu.

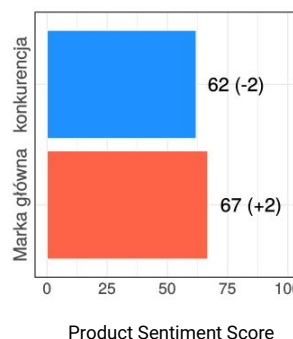
Bazuje on na algorytmie **sztucznej inteligencji**, wykrywającym wydźwięk (sentiment) komentarzy pod postami: pozytywny, neutralny lub negatywny. SENTIMENT SCORE może **przyjmować wartości od 0 (wyłącznie komentarze negatywne) do 100 (same komentarze pozytywne)**. Wartość 50 oznacza równowagę między komentarzami pozytywnymi i negatywnymi.

KLUCZOWE WSKAŹNIKI: PRODUCT SENTIMENT SCORE - 2020 VS. 2019

Marka X
(Produkty łącznie)

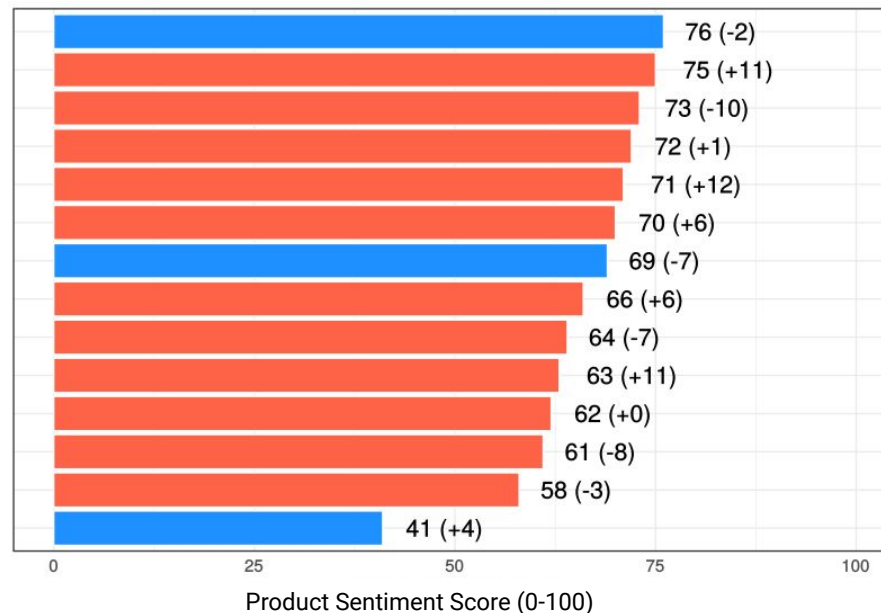


2020 VS. 2019*



PRODUCT SENTIMENT SCORE 2020 VS. 2019

produkt 1
produkt 2
produkt 3
produkt 4
produkt 5
produkt 6
produkt 7
produkt 8
produkt 9
produkt 10
produkt 11
produkt 12
produkt 13
produkt 14



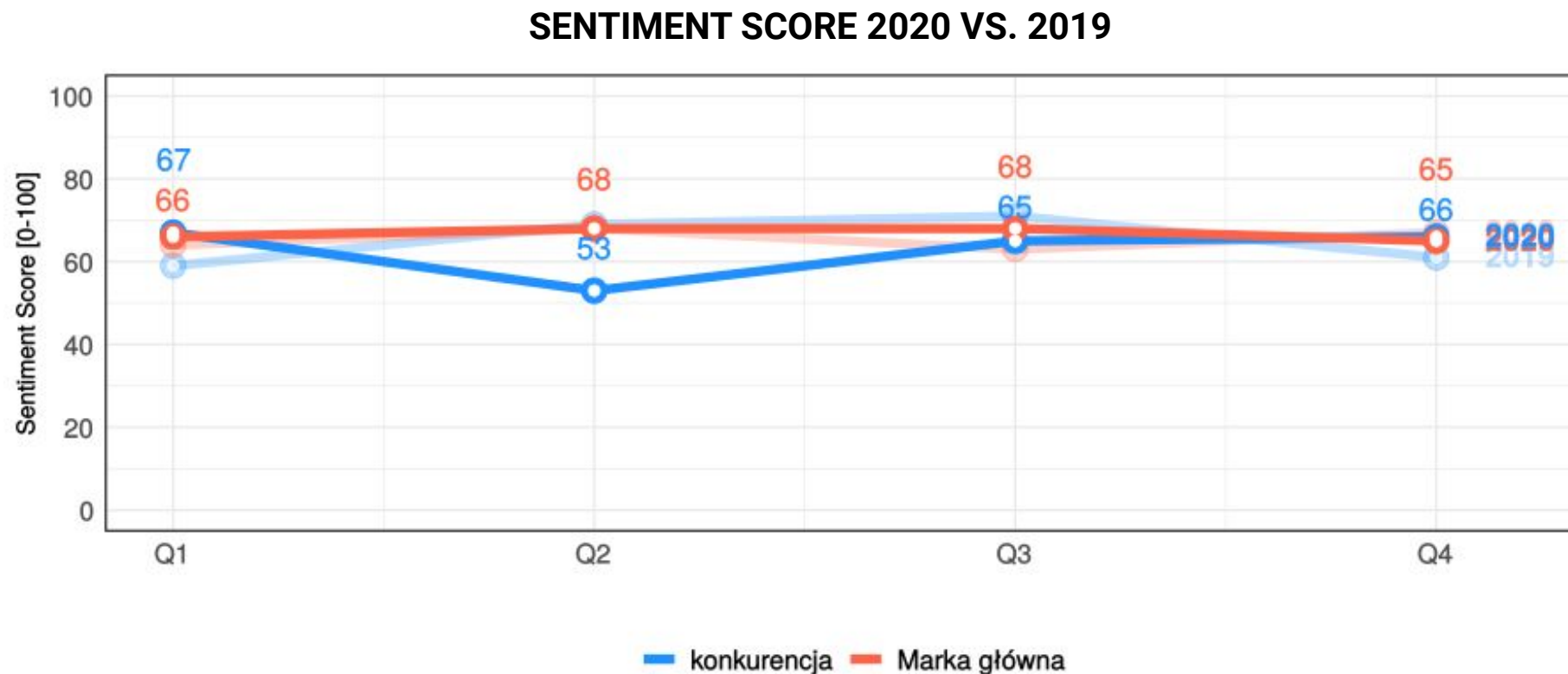
JAK INTERPRETOWAĆ WYNIKI?

PRODUCT SENTIMENT SCORE jest miarą temperatury emocji w dyskusji pod postami na profilu dotyczącymi konkretnych produktów.

Bazuje on na algorytmie sztucznej inteligencji, wykrywającym wydźwięk (sentymen) komentarzy pod postami: pozytywny, neutralny lub negatywny. PRODUCT SENTIMENT SCORE może przyjmować wartości od 0 (wyłącznie komentarze negatywne) do 100 (same komentarze pozytywne). Wartość 50 oznacza równowagę między komentarzami pozytywnymi i negatywnymi.

SENTIMENT SCORE

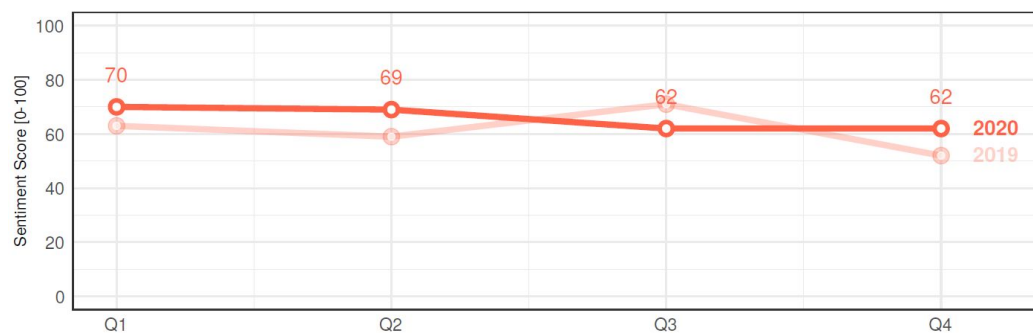
CO ANALIZUJEMY?: Analizujemy zmianę wskaźników w czasie, porównujemy Twoją markę z konkurencją. W zależności czy istnieje wystarczająca ilość danych agregujemy wskaźniki do postaci miesięcznej lub kwartalnej.



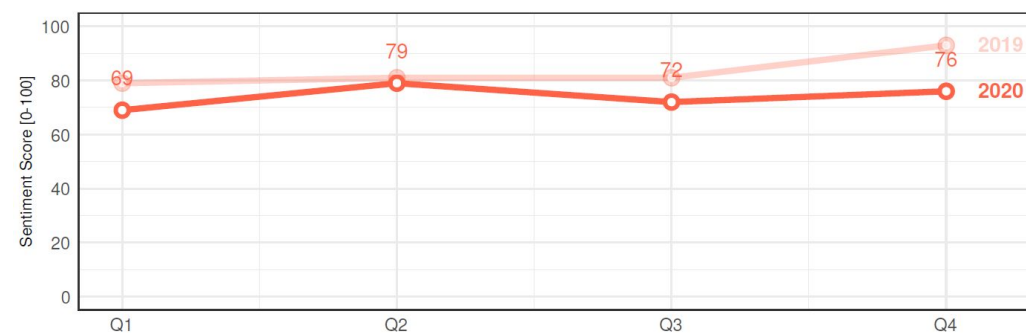
SENTIMENT SCORE: 2020 VS. 2019

CO ANALIZUJEMY?: Analizujemy zmianę wskaźników w czasie, szczegółowo analizujemy Twoje marki oraz marki konkurencyjne.

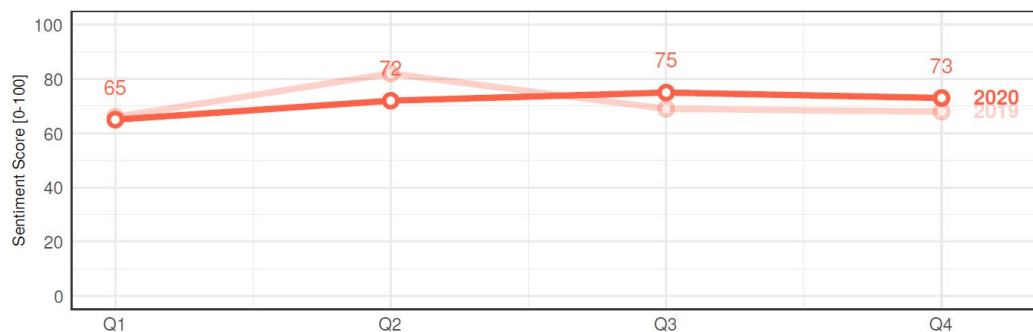
MARKA 1



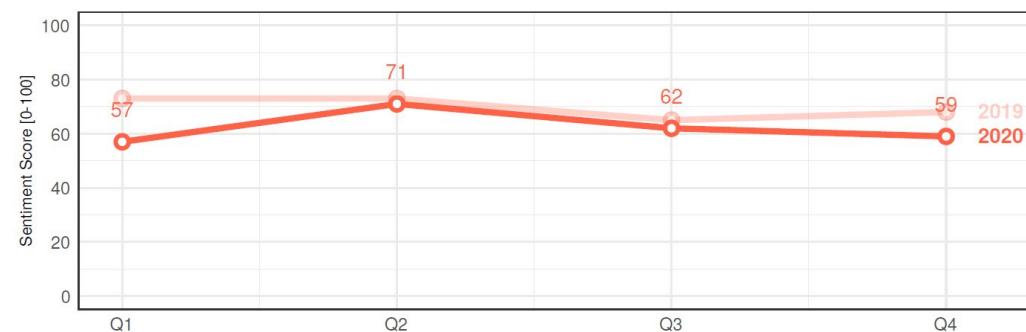
MARKA 2



KONKURENT 1



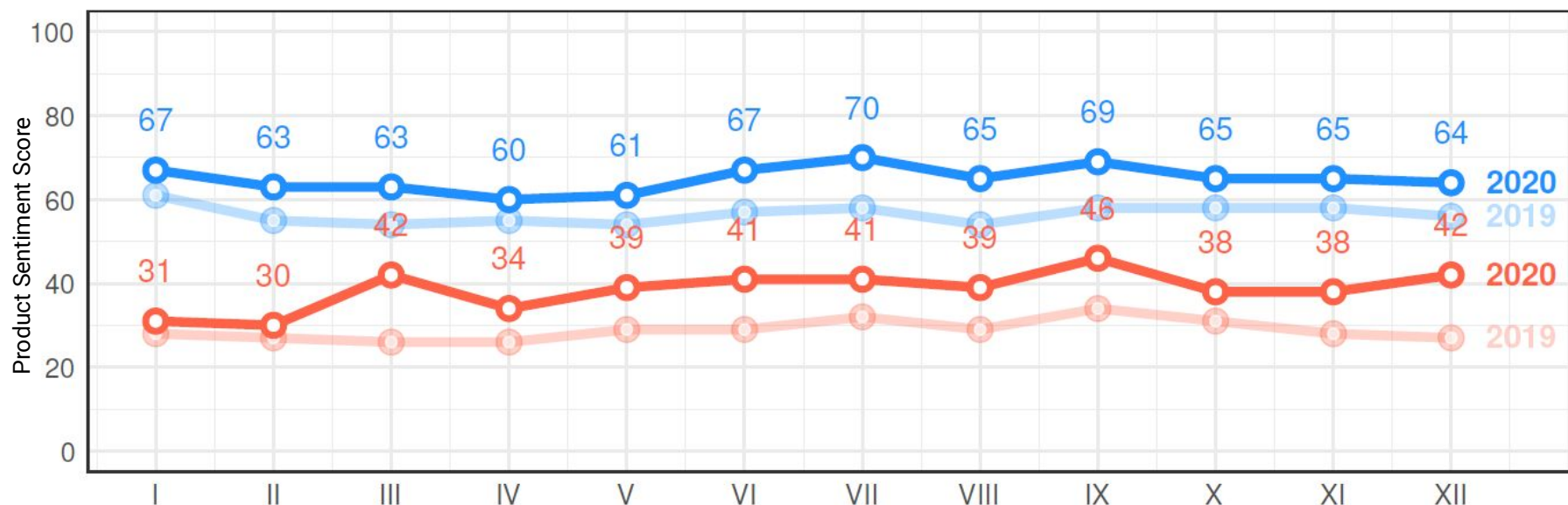
KONKURENT 2



PRODUCT SENTIMENT SCORE: Marka X VS. KONKURENCJA

OBSERWACJE: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam at tortor commodo, iaculis dolor quis, rhoncus eros. Maecenas non risus rutrum, facilisis nunc eget, malesuada eros. Vestibulum varius vehicula pulvinar. Maecenas congue massa cursus,

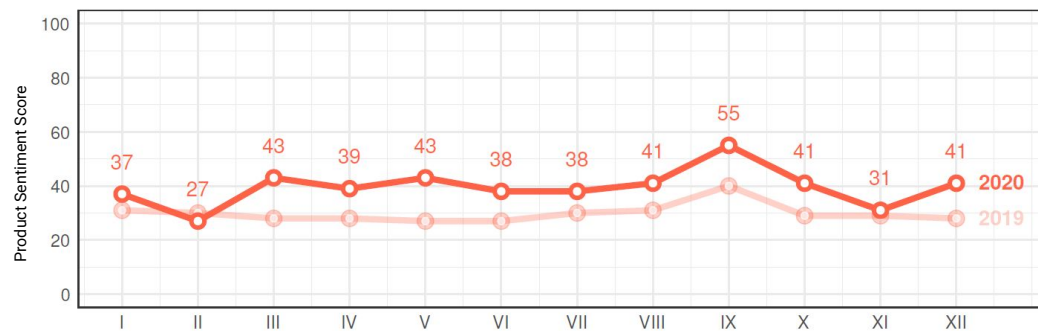
PRODUCT SENTIMENT SCORE 2020 VS. 2019 (Wszystkie produkty łącznie)



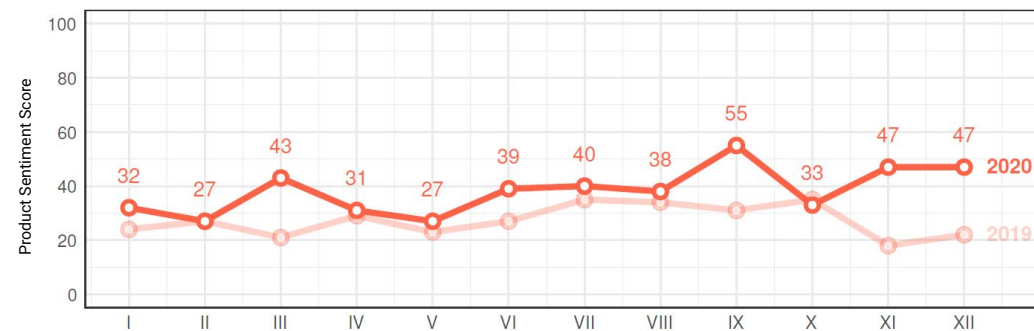
PRODUCT SENTIMENT SCORE: 2020 VS. 2019

CO ANALIZUJEMY?: Analizujemy zmianę wskaźników w czasie, porównujemy Twoje produkty z produktami konkurencji.

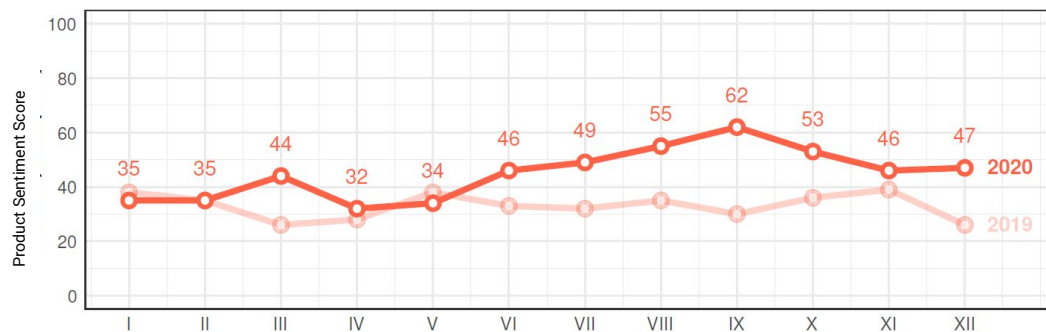
PRODUCT 1



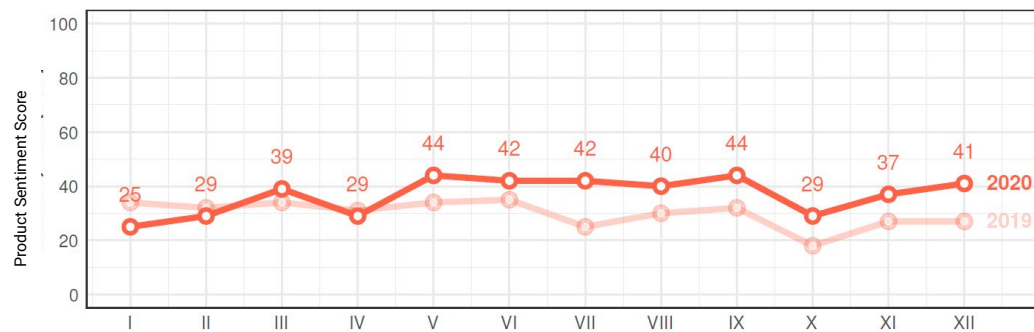
PRODUCT 2



PRODUKT KONKURENCJI 1



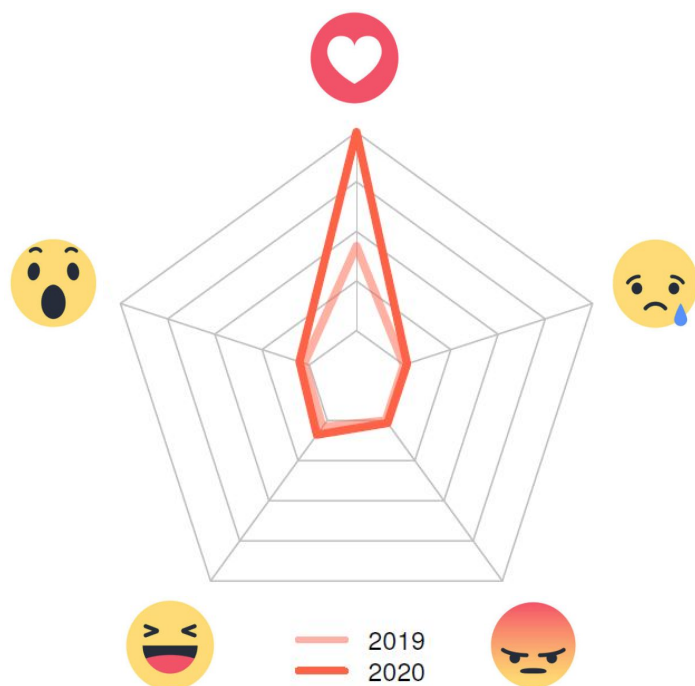
PRODUKT KONKURENCJI 2



ANALIZA REAKCJI (poza polubieniami)

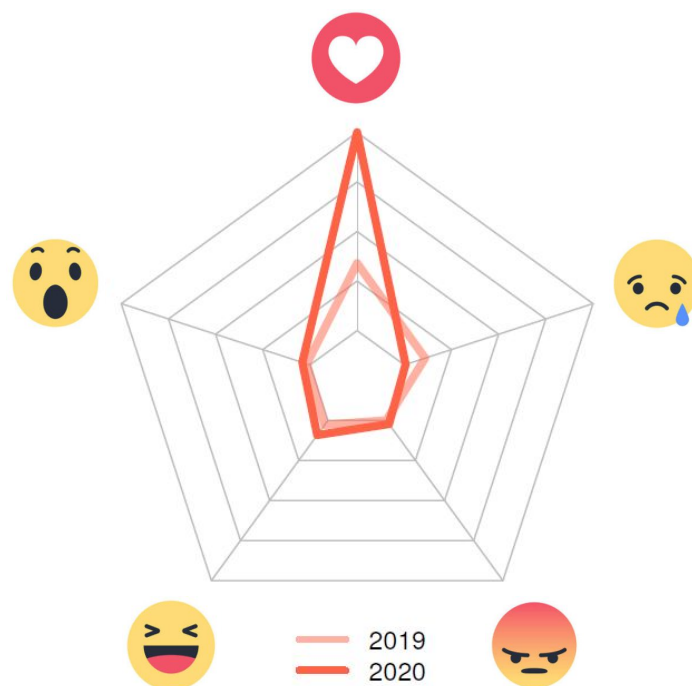
CO ANALIZUJEMY?: Analizujemy główne reakcje, które wpływają na zaangażowanie emocjonalne wokół Twoich marek i konkurencji. Porównujemy je w czasie.

MARKA 1



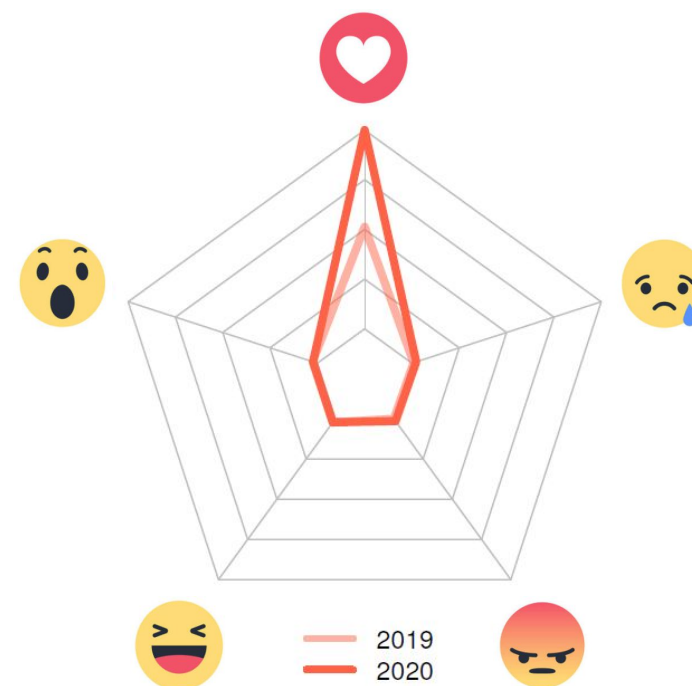
Skala 0-1377 (liczba reakcji LOVE, rok 2020)

KONKURENT 1



Skala 0-1997 (liczba reakcji LOVE, rok 2020)

KONKURENT 2



Skala 0-1454 (liczba reakcji LOVE, rok 2020)

NAJLEPSZE TREŚCI: SENTYMENT - wszystkie treści (2020)

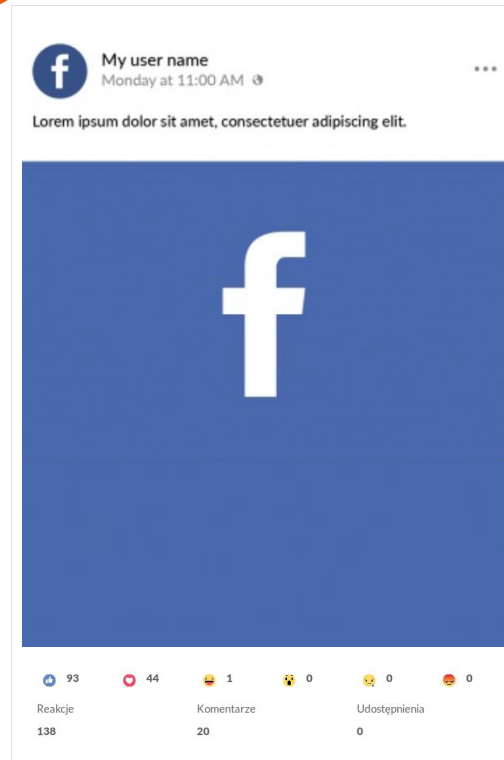
CO ANALIZUJEMY?: Tworzymy rankingi najlepszych treści pod względem sentymentu dla Twojej marki i konkurencji.

1 SENTIMENT SCORE: 100



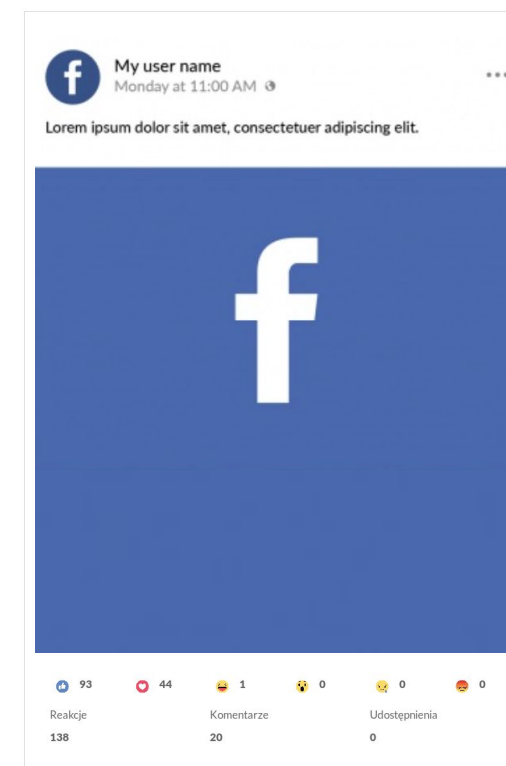
<http://facebook.pl/link>

2 SENTIMENT SCORE: 100



<http://facebook.pl/link>

3 SENTIMENT SCORE: 100

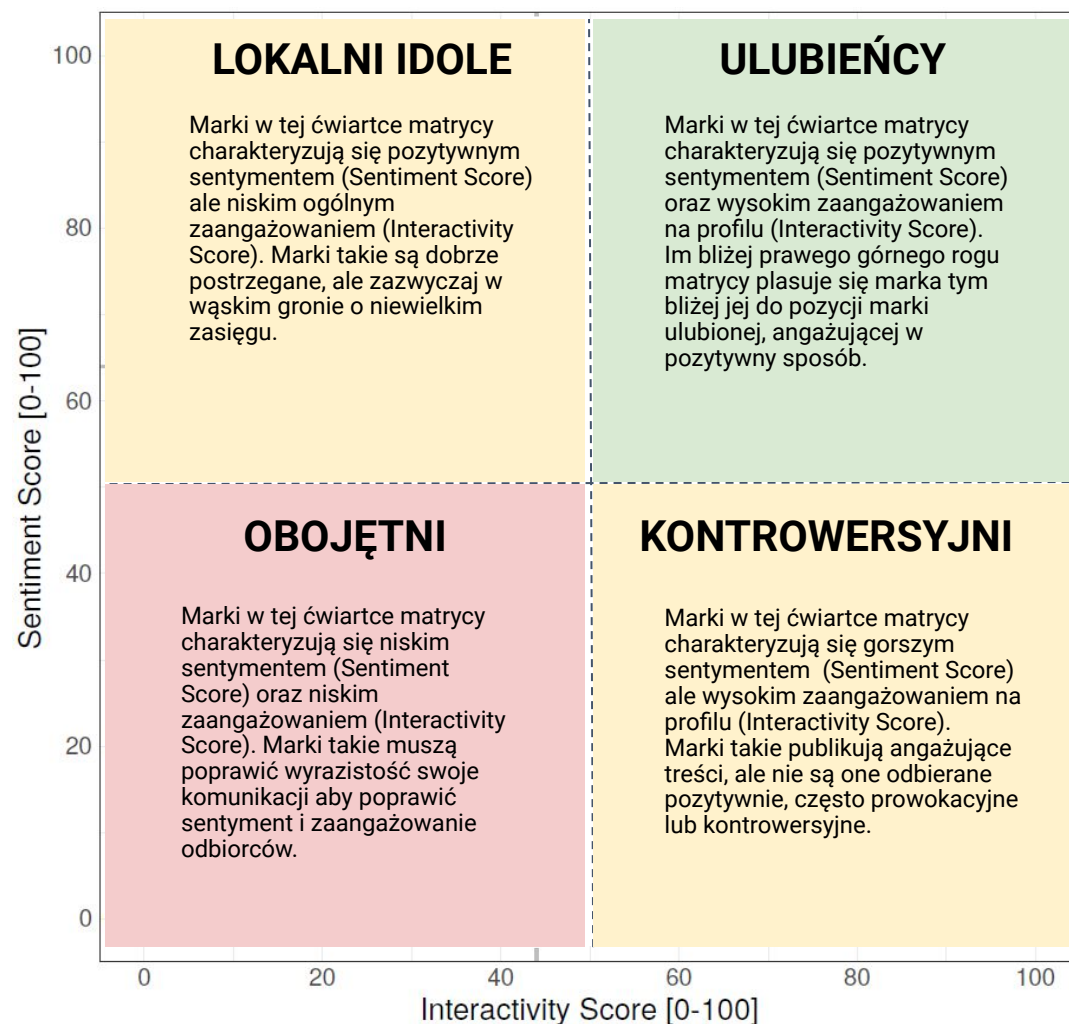


<http://facebook.pl/link>



ANALIZA ZAANGAŻOWANIA EMOCJONALNEGO MATRYCE DIAGNOSTYCZNE

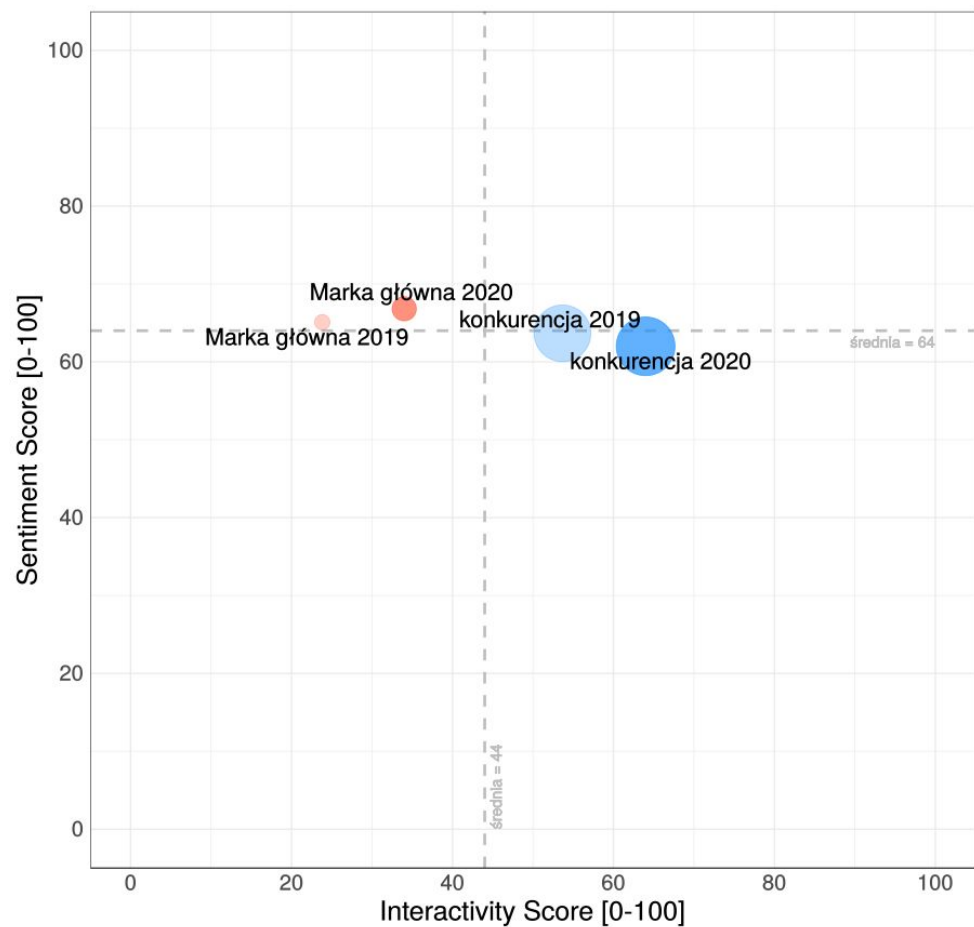
MATRYCA ZAANGAŻOWANIA EMOCJONALNEGO



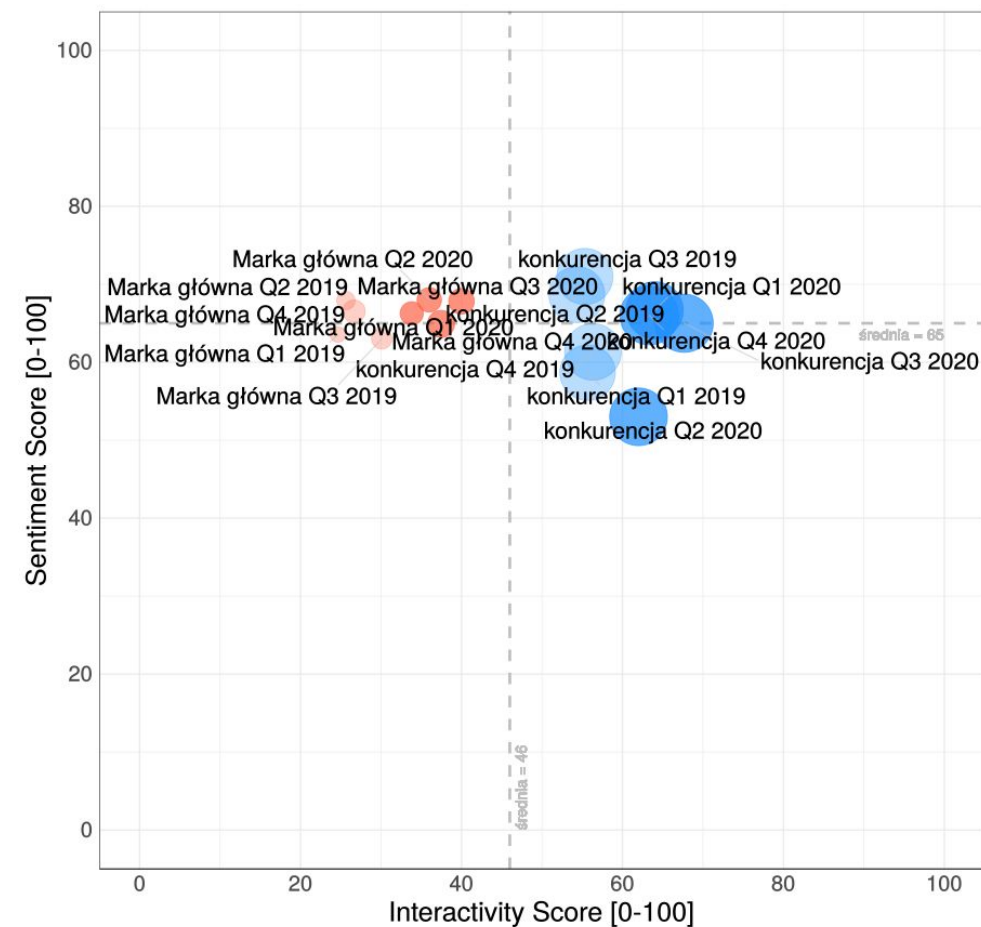
JAK INTERPRETOWAĆ WYNIKI?

- Pozycję marki należy interpretować w zależności od tego, **w której ćwiartce matrycy się znajdzie**.
- Im **bliżej skrajnych pozycji** (rogów matrycy), tym charakterystyka mocniej odnosi się do marki.
- Im **bliżej środka**, tym bardziej nieokreślona jest pozycja marki i oznacza to, że plasuje się w okolicach średnich wyników i kolejne działania komunikacyjne powinny być wzmacniane.
- **Śledzenie pozycji na matrycy w czasie** pomaga zrozumieć drogę jaką odbywa marka w odbiorze swojej komunikacji i zdiagnozować czy jest to kierunek pożądany czy wymaga korekty i który aspekt komunikacji należy wzmocnić.
- Pozycję na matrycy można śledzić **na tle wszystkich ponad 4000 marek**, wtedy patrzymy na pozycję na matrycy wyskalowanej 0-100 lub w **zbliżeniu na własną branżę i bezpośrednią konkurencję**.

MATRYCA ZAANGAŻOWANIA EMOCJONALNEGO



Wielkość punktów odzwierciedla średnią liczbę fanów profili w danym roku



Wielkość punktów odzwierciedla średnią liczbę fanów profili w danym kwartale

The background image is a warm, orange-toned photograph of a person's hand touching a tablet. The tablet screen shows a website with a circular logo and some text. In the foreground, there is a white cup of coffee on a saucer. Overlaid on the right side of the image is a 3D bar chart with three bars of increasing height, colored in a light orange/pink shade. The overall composition suggests a professional or business context.

DZIĘKUJEMY ZA ZAUFANIE

DZIAŁAMY W OPARCIU O ZAAWANSOWANĄ TECHNOLOGIĘ ORAZ DOŚWIADCZONY ZESPÓŁ NAUKOWCÓW I ANALITYKÓW

KOMPETENCJE

Sotrender to jedyna w Polsce firma badawcza, specjalizująca się w analizach mediów społecznościowych a założona przez uznanych badaczy oraz analityków m.in. dr. Jana Zająca i dr. hab. Dominika Batorskiego.

WYJĄTKOWOŚĆ

Dzięki naszemu podejściu możemy odpowiadać na potrzeby za pomocą:

- specjalnej aplikacji analitycznej w modelu SaaS
- dodatkowych usług badawczych
- wykorzystaniu własnych modeli AI stworzonych w oparciu o Machine Learning i Deep Learning

DOŚWIADCZENIE

Ponad 1000 użytkowników narzędzia Sotrendera w 21 krajach. Z naszych rozwiązań badawczych skorzystało już ponad 150 podmiotów – zarówno agencji reklamowych, domów mediowych, jak i klientów korporacyjnych. Zrealizowaliśmy już ponad 200 projektów badawczych, w tym wiele dla instytucji publicznych.

DOŚWIADCZONY W PROJEKTACH AI ZESPÓŁ

- 2/3 36 os. zespołu to programiści, machine learning researchers oraz data scientists
- Realizujemy innowacyjne projekty AI oraz Machine Learning w oparciu o m.in. granty pozyskane z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju i realizowane m.in. przy współpracy z najlepszymi ośrodkami akademickimi w Polsce tj. Politechniką Warszawską oraz Politechniką Wrocławską.



Politechnika Wroclawska

**Politechnika
Warszawska**



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju

ZAUFALI NAM:



MASZ PYTANIA? SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI



Aleksander Winciorek
Insights Lead
+48 502 281 627
a.winciorek@sotrender.com



Magdalena Świątek
Senior Customer Success Specialist
+48 694 119 327
magda@sotrender.com