

Как социальные сети зарабатывают на пользователях?

Автор: Russian Washington
22 Мая, 2012



Издание CNN Money поделило выручку нескольких крупных интернет-компаний (были взяты данные за один квартал на конец декабря 2011 года) на количество пользователей. Оказалось, что меньше самой популярной социальной сети Facebook, пользователем которой является почти каждый восьмой житель Земли, зарабатывают на своей аудитории только сайт микроблогов Twitter и Microsoft — меньше доллара.

Больше всего зарабатывает поисковик Google.

До последнего квартала 2010 года более 90% выручки Facebook приносила реклама. По итогам четвертого квартала 2011 года на рекламу приходится 83% выручки, а остальные 17% приносят платежи от компаний, которые на платформе социальной сети разрабатывают платные приложения (например, игры).

Популярная игра Farm Ville (виртуальная ферма) в 2011 году принесла компании 12% выручки.

Facebook лидирует на рынке медийной рекламы. Самое большое количество рекламных показов — на Facebook. выход в лидеры компания осуществила за год.

По данным Emarketer, почти половина всей рекламы в Интернете в США приходится на пять крупнейших игроков: Facebook, Google, Yahoo, Microsoft и AOL. В 2011 доля рынка Facebook составляла 14%. По прогнозам экспертов агентства, лидерство социальная сеть сохранит только в этом году, а затем уступит его поисковику Google.

10 млрд минут в день на Facebook

Один из наиболее успешных видов рекламы в социальных сетях — поведенческая или таргетированная реклама, которая предлагает пользователю товары и услуги в зависимости от его настроек в профайле и запросов поисковика.

Например, если девушка меняет статус в профайле «Без пары» на «Помолвлена», то у нее на странице начнут появляться рекламные баннеры с предложением свадебных салонов.

Facebook знает, что вы любите, что слушаете, смотрите, куда ездите, что едите. При

Как социальные сети зарабатывают на пользователях?

Автор: Russian Washington
22 Мая, 2012

правильно подобранных критериях Facebook оценивает свою точность попадания в целевую аудиторию в 90%, при 35% в среднем по рынку. Рекламные компании не могут этого не ценить, не говоря о том, что их вдохновляет количество времени, проводимое пользователями на сайте социальной сети.

На Facebook приходится 20% всего времени, проведенного пользователями в Интернете, отмечает эксперт. По данным самого сайта, в декабре 2011 года все пользователи Facebook проводили на сайте ежедневно 9,7 млрд минут.

Согласно некоторым исследованиям, средний пользователь социальной сети Facebook имеет 229 «друзей». Если пользователь ставит отметку «нравится» странице какого-нибудь товара или услуги, то шансы на то, что его «друзья» запомнят этот товар, (сообщение о том, что пользователю «нравится» товар появится в их ленте сообщений) увеличиваются на 60%, посчитали в компании Nielsen.

Когда пользователь ищет что-то в Интернете, то он проводит на каждой странице немного времени — меньше минуты, а когда он заходит на свою страницу в социальную сеть, то проводит там много времени и обращает внимание в том числе и на рекламу. Уровень откликов на рекламу, размещенную в социальных сетях, выше.

Крупнейшая по числу пользователей в России сеть «ВКонтакте» использует западную модель, объясняют эксперты, то есть число платных сервисов у них минимальное. А сеть «Одноклассники», напротив, предлагает ставить особые оценки фотографиям пользователям за 20-35 рублей.

"Самое главное — соблюдать баланс платных и бесплатных услуг. Если сделать очень много сервисов платными, то аудитории будет неинтересно, потому что активное ядро не платит за услуги, но привлекает людей и создает ажиотаж. Важно их не отпугнуть."

Если сделать много бесплатных опций, то во введении платных не будет смысла, добавляет эксперт.

В 2008 году сайт ввел платную регистрацию. Это оказалось неудобным не только для тех, кто не хотел платить за создание страницы в «Одноклассниках», но и для уже зарегистрированных пользователей, которые ограничивали себя в общении, потому что их друзья не хотели регистрироваться на сайте за деньги.

В результате разработчики отошли от этого способа регистрации. Сейчас в России «Одноклассники» — вторая сеть по числу пользователей после «ВКонтакте» (ежедневная посещаемость 33 млн пользователей). У «Мой Мир» (входящей, как и «Одноклассники», в состав Mail.ru Group) — 4,9 млн ежедневных пользователей (данные на конец 2011 года).

У «Одноклассников» 18,3 млн пользователей в день, но там, в отличие от «ВКонтакте» и Facebook, рекламодатели со своей аудиторией практически не общаются — там не создаются группы компании, товара или услуги.

Как социальные сети зарабатывают на пользователях?

Автор: Russian Washington
22 Мая, 2012

На такой платформе можно сделать спецпроект, который охватывает широкую аудиторию. Пользователи «Одноклассников» старше и живут в большем количестве регионов.

А в Facebook или «ВКонтакте» рекламные проекты планируются на год или два, и их аудитория — города-миллионники.

Рекламодатели, которые хотят больше общаться с аудиторией, выбирают в первую очередь российскую социальную сеть, а в Facebook группы дублируют «на будущее», понимая, что это выход на мировую аудиторию.

Российские сети иногда сильно удивляют западных рекламодателей, которые не верят своим глазам, видя, сколько людей собирает группа, учитывая недостаточную развитость рынка, говорит эксперт.

Однако объясняется это тем, что в группах крупных брендов больше половины пользователей — боты. В апреле заместитель генерального директора компании «ВКонтакте» Илья Перекопский сказал, что, например, на странице лапши «Роллтон» 76% пользователей — боты. В группе Adidas — 59% ботов, у Coca-Cola — 37%.

[Source](#)