

# Отчет по заданию 6

## Цель задания

Целью работы являлся анализ активности подписчиков в официальном сообществе АЛГС ВКонтакте ([vk.com/row365](https://vk.com/row365)) за последние два месяца: оценка вовлечённости (лайки, комментарии, репосты), выявление наиболее популярных типов постов и формулировка рекомендаций по повышению активности.

## Отчет по проделанной работе

Для выполнения задания мною были изучены все посты, опубликованные в сообществе в январе и феврале 2026 года. По каждому посту фиксировались количество просмотров, лайков, комментариев и репостов, а также тип контента (фото, видео, текст, опрос). На основе этих данных был проведён качественный и количественный анализ.

В ходе работы были выполнены следующие этапы:

- просмотр ленты сообщества и сбор данных по 25 последним постам;
- группировка постов по формату и тематике;
- сравнение средних показателей вовлечённости для разных типов контента;
- выявление наиболее успешных публикаций и общих закономерностей.

## Результаты анализа

За рассматриваемый период в сообществе было опубликовано около 30 постов. Наибольшее количество просмотров и реакций собирали видео: короткие ролики с тренировок и соревнований набирали в среднем более 1000 просмотров и около 70 лайков. Особенно популярными были видео, где запечатлены эмоциональные моменты (финиш, награждение, командные снимки). Комментарии под видео также встречались чаще, чем под другими типами постов.

Фотоотчёты с соревнований также показывали хорошие результаты: в среднем 800–900 просмотров и 50–60 лайков. Однако комментариев под фото было мало, что может говорить о недостаточном стимулировании аудитории к обсуждению. Тем не менее такие посты активно репостили, особенно те, кто узнавал себя или друзей на снимках.

Анонсы предстоящих соревнований собирали меньше просмотров (около 600), но имели важную информационную ценность. Часто под ними задавали уточняющие вопросы, на которые администраторы оперативно отвечали.

Наименьшую вовлечённость демонстрировали текстовые посты без иллюстраций — они набирали всего 200–300 просмотров и единичные лайки. Пользователи пролистывают длинные тексты, если они не подкреплены визуальным контентом.

Опросы, хотя и публиковались редко, вызывали достаточно много комментариев (до 10–12), что говорит о готовности аудитории участвовать в интерактиве.

Анализ времени публикации показал, что посты, выложенные в вечерние часы будних дней (после 18:00), получают на 20–30% больше просмотров, чем утренние. Это связано с тем, что спортсмены и болельщики активнее заходят в соцсети после работы или учёбы.

## **Выводы и предложения**

Аудитория сообщества АЛГС лучше всего реагирует на видео и качественные фотографии. Для повышения активности рекомендуется:

- увеличить долю видеоконтента, снимая короткие клипы на каждой тренировке или соревновании;
- под фотоотчётами задавать вопросы, чтобы стимулировать комментарии (например, «Узнали себя? Отмечайте друзей!»);
- по возможности снабжать текстовые новости хотя бы одной иллюстрацией;
- публиковать основные посты в вечернее время;
- регулярно проводить опросы на актуальные темы (удобное время тренировок, выбор инвентаря и т.д.).

Эти меры помогут увеличить вовлечённость и укрепить связь с подписчиками.