



# DonorSearch

## АНАЛИЗ СОЦСЕТИ ВКОНТАКТЕ

Исследование демографии группы проекта DonorSearch на основе данных из соцсети Вконтакте за период 2011-2021год

1DA+ Борисов Сергей

# ОГЛАВЛЕНИЕ



- Оглавление
- Цели исследования
- Выводы
- Соотношение количества мужчин и женщин
- Просмотры и посещаемость
- Возраст участников
- Приток и отток участников
- Соотношение групп по возрасту среди женщин
- Соотношение групп по возрасту среди мужчин
- Рейтинг городов по количеству участников
- Рейтинг городов по соотношению количества участников к населению
- Рейтинг стран по количеству участников
- Соотношение видов откликов на посты
- Соотношение видов активности в группе
- Сравнение охватов по годам

# ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Обработать статистику собранную Вконтакте
- Рассмотреть состав участников в разрезе пола и возраста на всём протяжении времени наблюдений
- Проследить географию участников группы
- Сделать анализ активности в группе
- Проанализировать эффективность рекламных кампаний ВК



# ВЫВОДЫ

- Количество женщин в группе ВК превышает количество мужчин. Соотношение с 2017 начало меняться в сторону мужчин и к нынешнему времени почти уравнилось.
- Наблюдается, резкий пик посещений группы в 2017 году - в 1 млн, и спад в течение последующих нескольких лет. Пики посещаемости отмечены в международный день донора крови - 14 июня.
- Начиная с 2011 года населённость группы обратно пропорциональна возрасту. С 2018 года группа 30-45 стала быстро догонять более молодые группы и к 2021 вышла на первое место. Удержание у групп 30-45 и 45+ заметно лучше, чем у остальных.
- Женщины 18-21 года удерживаются в группе значительно лучше аналогичной группы мужчин.
- Удержание группы 30-45 лет более ярко выражено среди мужчин, чем среди женщин.



# ВЫВОДЫ

- До 2017 года приток стабильно опережал отток. Начиная с 2018 года наблюдается обратная ситуация. Отток увеличивается и достиг очередного пика в 2021 году.
- В абсолютных значениях лидеры списка - наиболее населённые города: Москва, Санкт-Петербург, Казань.
- Если учитывать соотношение количества участников группы к населению городов, топ городов меняется: Казань, Санкт-Петербург, Красноярск.
- Подавляющую часть аудитории группы в ВК составляют жители России.



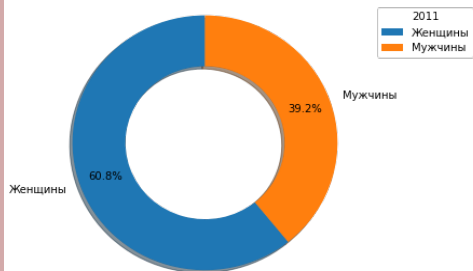
# ВЫВОДЫ

- Лайки - топливо соцсети. Комментарии в итоге побеждают репосты.
- С 2011 по 2017 годы были популярны "Комментарии к обсуждениям", и "Комментарии к фотографиям".
- "Комментарии к фотографиям" стали основным видом активности после 2018 года. На втором месте - "Добавление в закладки"
- Посты хорошо завирусились в 2019 году, подняв охваты при небольшом вложении в рекламу в ВК. Далее виральный и рекламный охваты снижаются, зато охват подписчиков показывает заметный рост. В 2021 году происходит затяжной спад, участники уходят охваты падают.

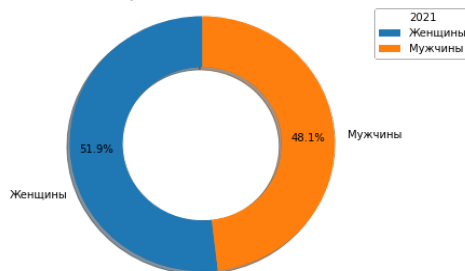


# СООТНОШЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

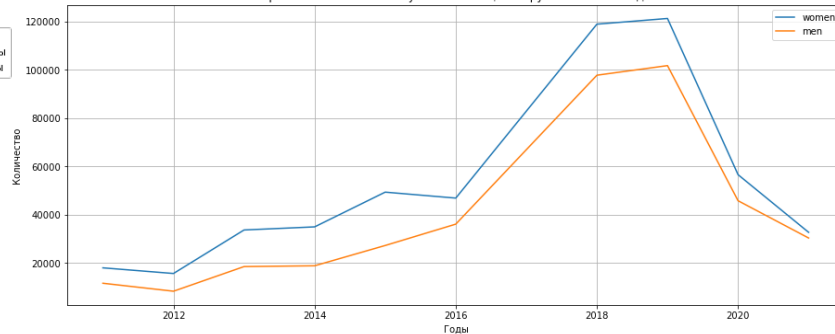
Количество мужчин и женщин в долях по годам



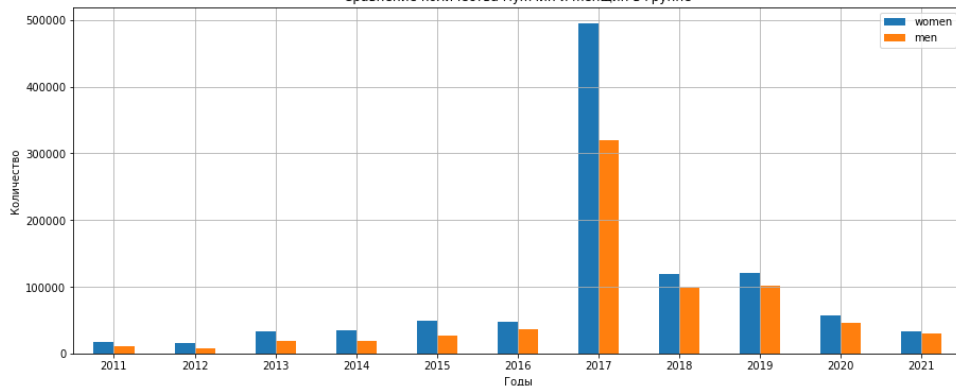
Количество мужчин и женщин в долях по годам



Сравнение количества мужчин и женщин в группе без 2017 года



Сравнение количества мужчин и женщин в группе



Количество женщин в группе ВК превышает количество мужчин. Соотношение на протяжении 2011-2016 годов было примерно 3 к 2, но с 2017 начало меняться в сторону мужчин и к нынешнему времени почти уравнилось.

# ПРОСМОТРЫ И ПОСЕЩАЕМОСТЬ



Количество уникальных посетителей коррелирует с количеством просмотров и количеством участников группы.

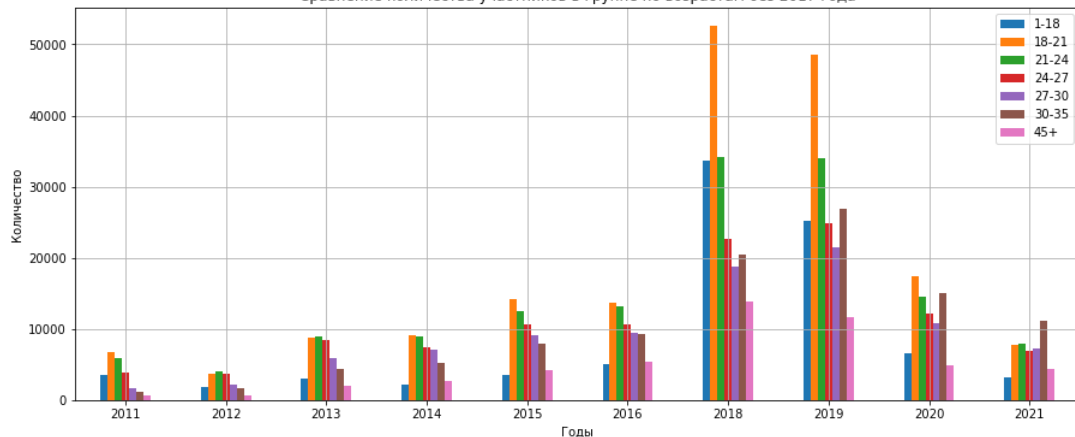
Плавное увеличение с 2011 по 2016 год, резкий пик в 2017 году - в 1 млн, и спад в течение последующих нескольких лет.

При этом повышенная активность, отмечается в июне начиная с 2017 года. Пики посещаемости ожидаемо отмечены в международный день донора крови - 14 июня.

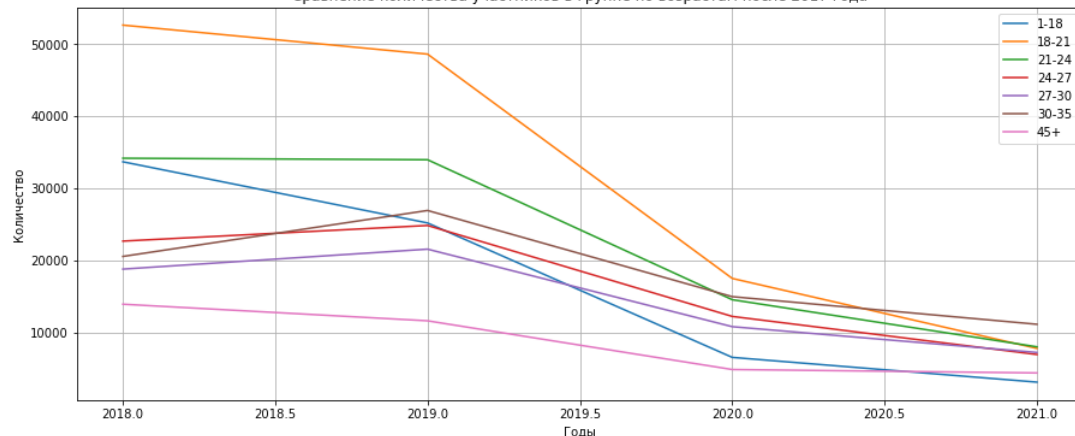


# ВОЗРАСТ УЧАСТНИКОВ

Сравнение количества участников в группе по возрастам без 2017 года



Сравнение количества участников в группе по возрастам после 2017 года



2011

age	age_value
1-18	3526
18-21	6772
21-24	5930
24-27	3785
27-30	1717
30-35	1105
35-45	646
45+	560

2016

age	age_value
1-18	5087
18-21	13607
21-24	13207
24-27	10624
27-30	9437
30-35	9268
35-45	6426
45+	5391

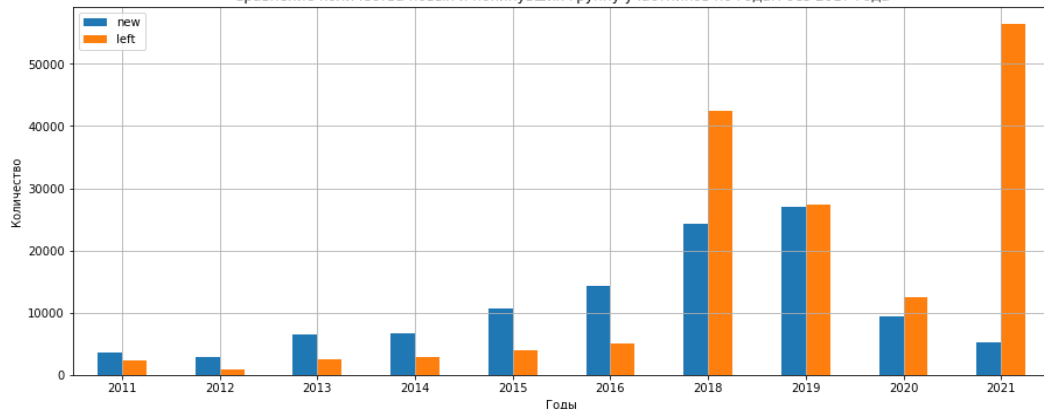
2021

age	age_value
1-18	3105
18-21	7775
21-24	8002
24-27	6934
27-30	7222
30-35	11126
35-45	11289
45+	4383

Начиная с 2011 года населённость группы в целом была обратно пропорционально возрасту. Однако с 2018 года группа 30-45 стала быстро догонять более молодые группы и к 2021 вышла на первое место. Удержание у групп 30-45 и 45+ несколько лучше, чем у остальных. "Старение" аудитории в группе может быть связано и с проблемами самого сервиса ВК

# ПРИТОК И ОТТОК УЧАСТНИКОВ

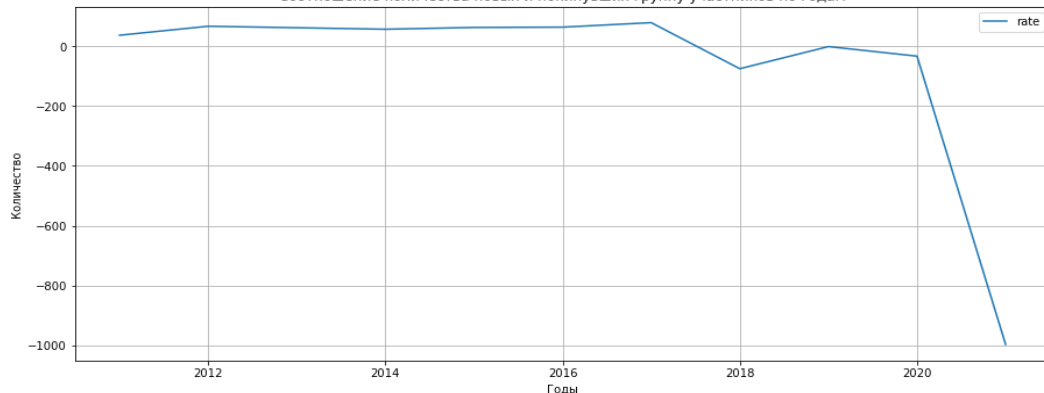
Сравнение количества новых и покинувших группу участников по годам без 2017 года



До 2017 года приток стабильно опережал отток, начиная с 2018 года наблюдается обратная ситуация.

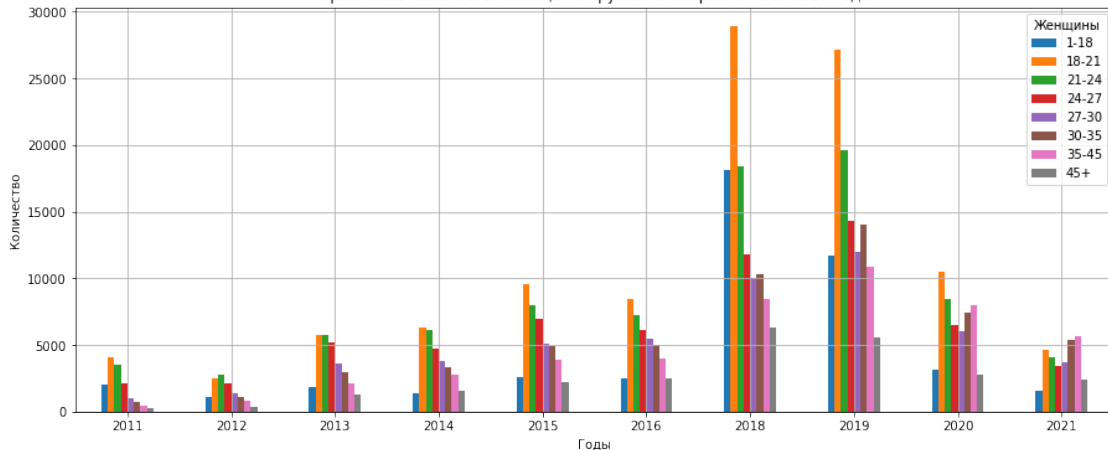
Есть вероятность, что часть участников схлынула после пикового 2017 года. Тем не менее с 2018 по 2020 год приток был сравним с оттоком, а в 2021-м году произошла резкая потеря участников, при крайне низком уровне пополнения.

Соотношение количества новых и покинувших группу участников по годам

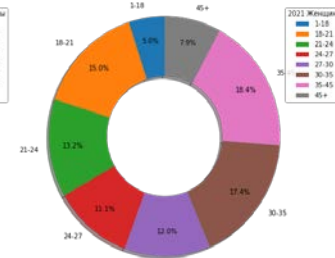
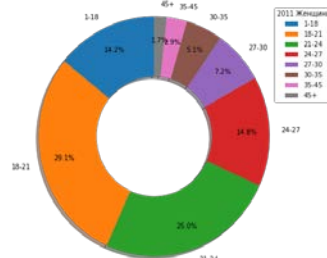
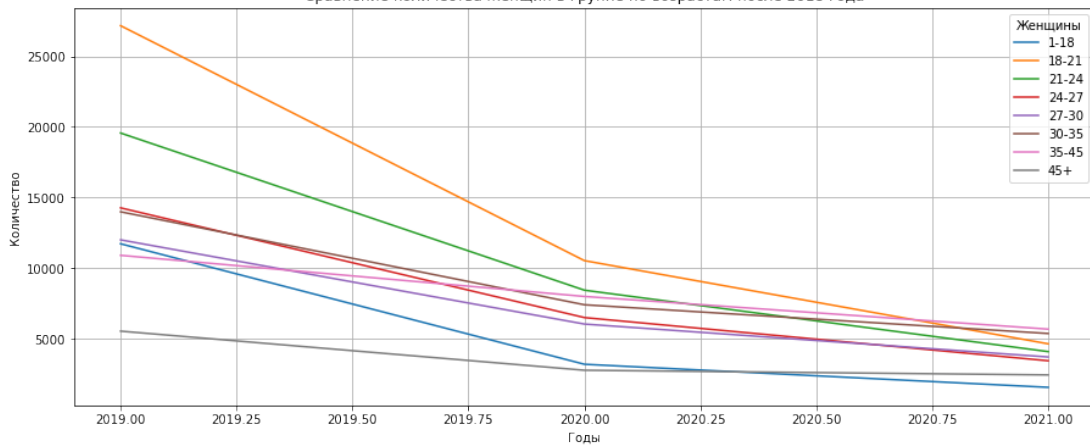


# СООТНОШЕНИЕ ГРУПП ПО ВОЗРАСТУ СРЕДИ ЖЕНЩИН

Сравнение количества женщин в группе по возрастам без 2017 года



Сравнение количества женщин в группе по возрастам после 2018 года

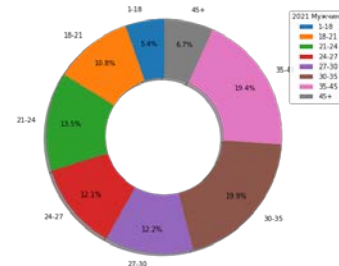
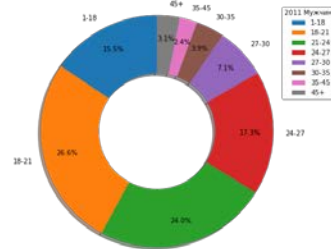
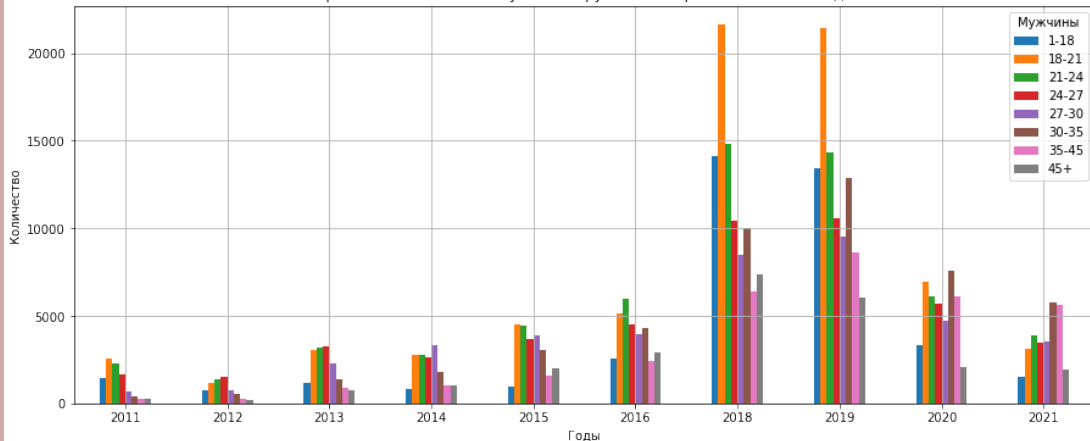


Общие тенденции и динамика состава группы сходны для мужчин и женщин. Группа 30-45 выходит на первые места.

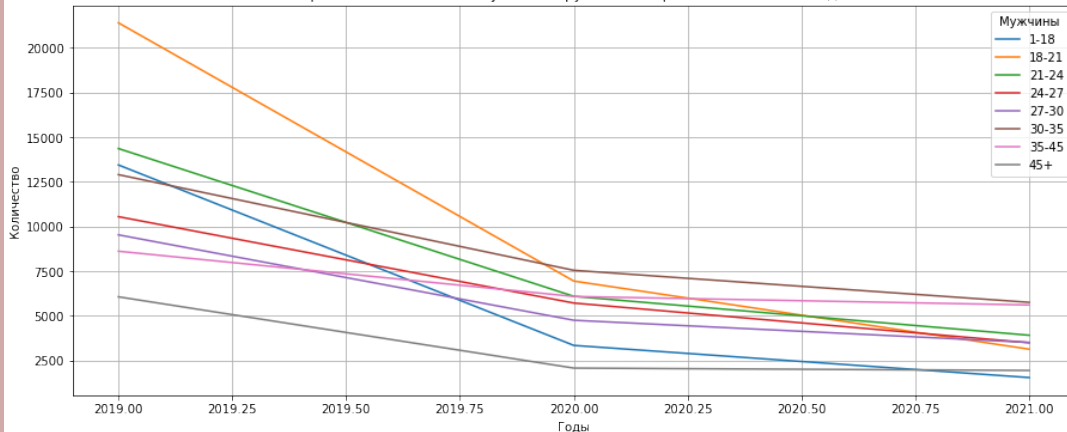
Однако женщины 18-21 года удерживаются значительно лучше аналогичной группы мужчин.

# СООТНОШЕНИЕ ГРУПП ПО ВОЗРАСТУ СРЕДИ МУЖЧИН

Сравнение количества мужчин в группе по возрастам без 2017 года



Сравнение количества мужчин в группе по возрастам после 2018 года

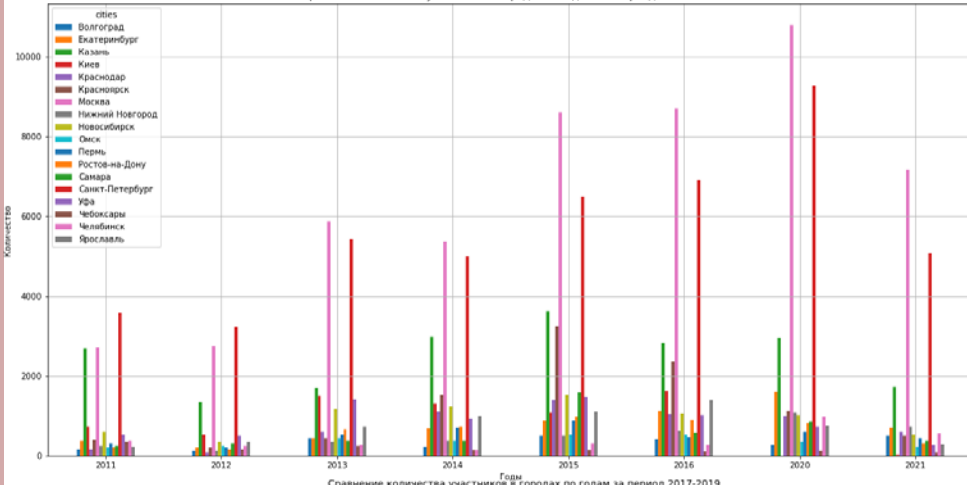


Общие тенденции и динамика состава группы сходны для мужчин и женщин. Группа 30-45 выходит на первые места.

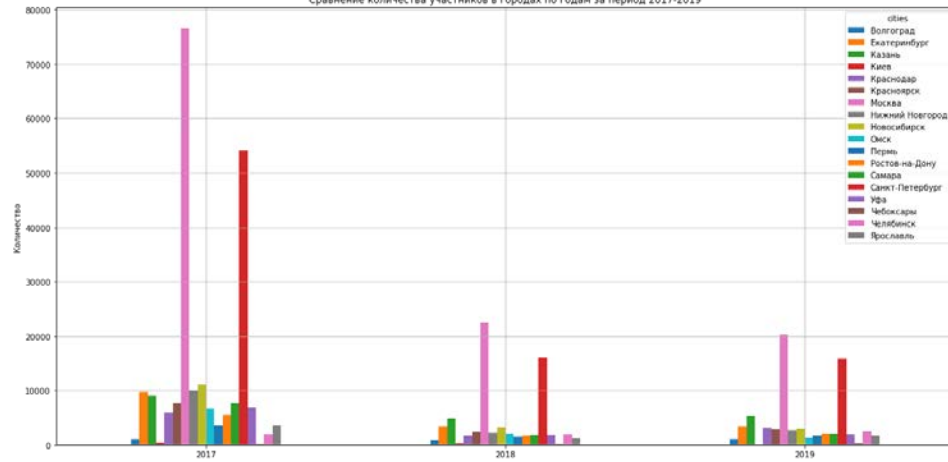
Однако удержание группы 30-45 лет всё же более ярко выражено среди мужчин, чем среди женщин.

# РЕЙТИНГ ГОРОДОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ УЧАСТНИКОВ

Сравнение количества участников в городах по годам без периода 2017-2019



Сравнение количества участников в городах по годам за период 2017-2019



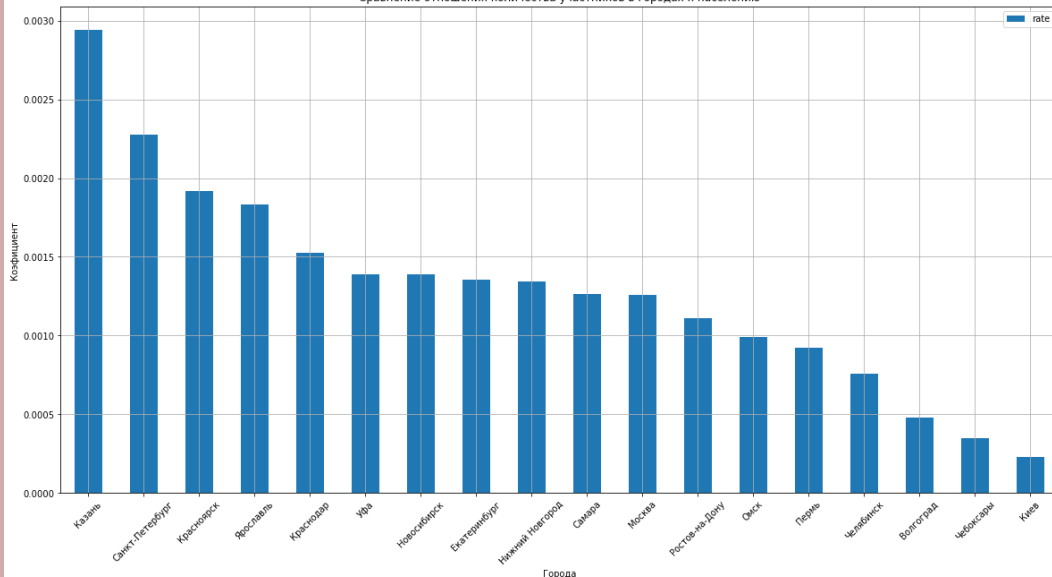
В абсолютных значениях лидеры списка - наиболее населённые города:

Москва,  
Санкт-Петербург,  
Казань,  
Новосибирск,  
Екатеринбург,  
Красноярск,  
Нижний Новгород,  
Уфа,  
Краснодар,  
Самара.

cit_value	
cities	
Москва	171346
Санкт-Петербург	130851
Казань	39040
Новосибирск	24724
Екатеринбург	22589
Красноярск	22489
Нижний Новгород	18883
Уфа	17212
Краснодар	16564
Самара	16072

# РЕЙТИНГ ГОРОДОВ ПО СООТНОШЕНИЮ КОЛИЧЕСТВА УЧАСТНИКОВ К НАСЕЛЕНИЮ

Сравнение отношения количества участников в городах к населению



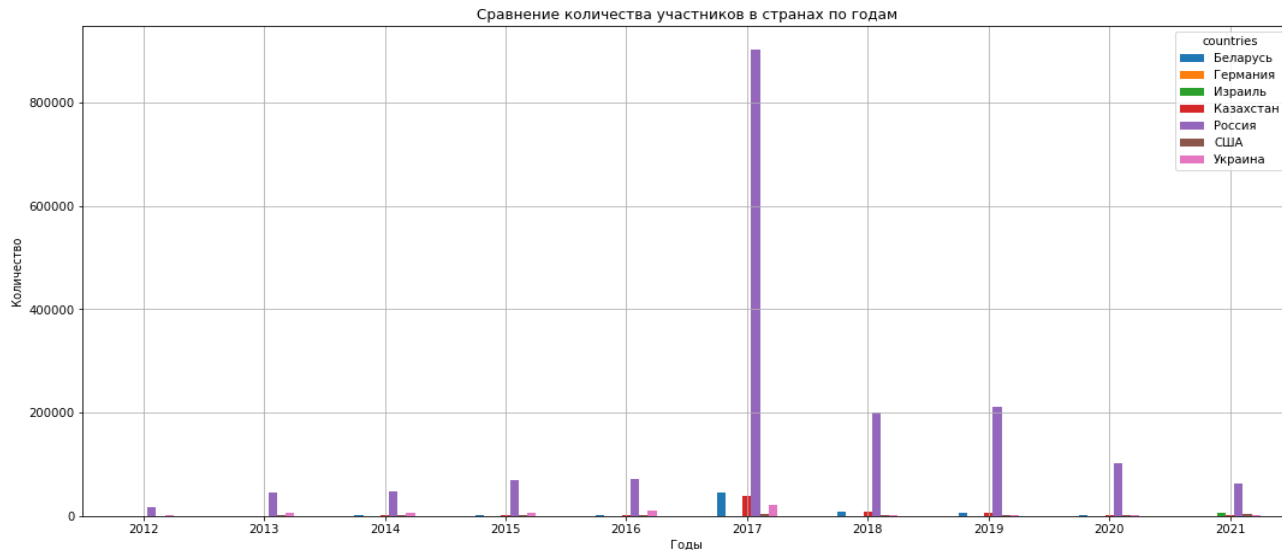
Однако, если учитывать соотношение количества участников группы к населению городов, то топ 10 меняется:

Казань,  
Санкт-Петербург,  
Красноярск,  
Ярославль,  
Краснодар,  
Уфа,  
Новосибирск,  
Екатеринбург,  
Нижний Новгород,  
Самара.

city	rate
Казань	0.002944
Санкт-Петербург	0.002276
Красноярск	0.001916
Ярославль	0.001832
Краснодар	0.001524
Уфа	0.001390
Новосибирск	0.001389
Екатеринбург	0.001355
Нижний Новгород	0.001345
Самара	0.001262

Москва по второму показателю не попадает даже в первую десятку, а Казань, Петербург и Красноярск уверенно держат первую тройку.

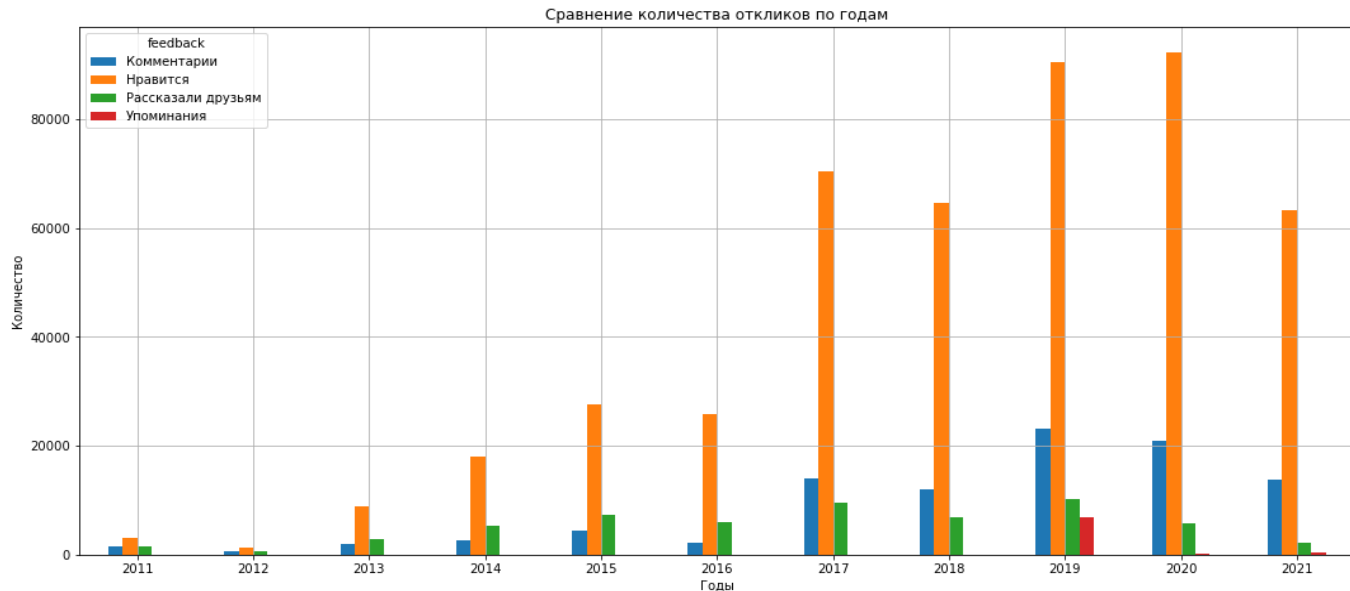
# РЕЙТИНГ СТРАН ПО КОЛИЧЕСТВУ УЧАСТНИКОВ



Больших сюрпризов нет, подавляющую часть аудитории группы в ВК составляют жители России.

До 2017 года процентов 10-15 участников приходили с Украины, однако после запрета доступа к соцсети украинский трафик упал до незначительных показателей.

# СООТНОШЕНИЕ ВИДОВ ОТКЛИКОВ НА ПОСТЫ

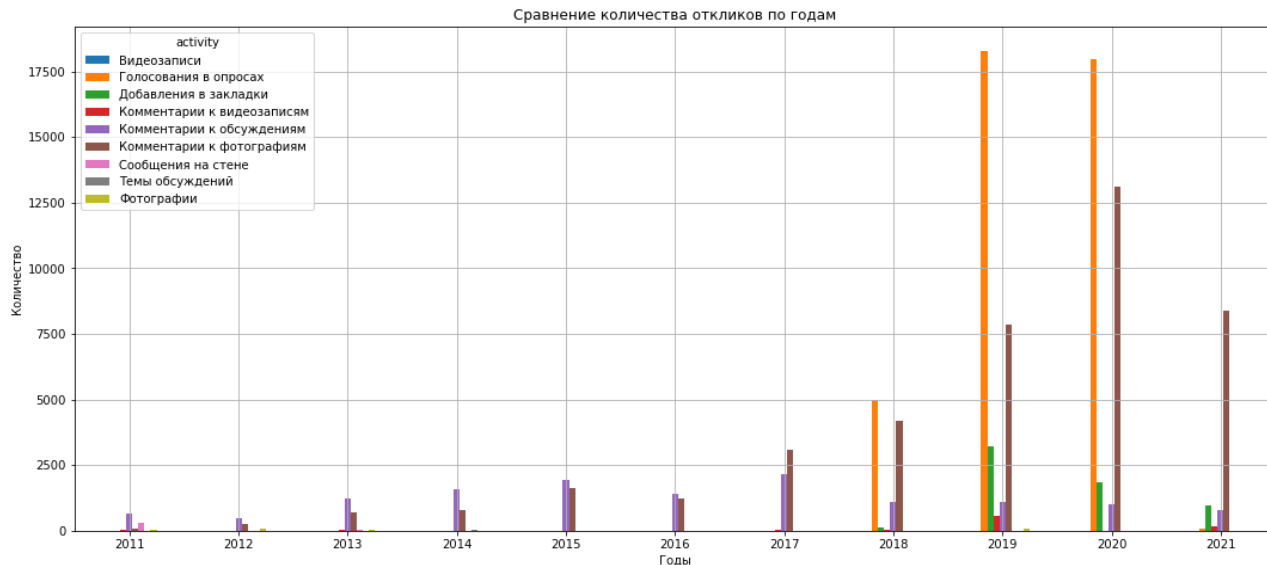


Лайки - топливо соцсети. Что бы ни случилось, их всегда больше чем любых других реакций.

За второе место борются комментарии и репосты. Однако в итоге комментарии побеждают репосты с большим отрывом.

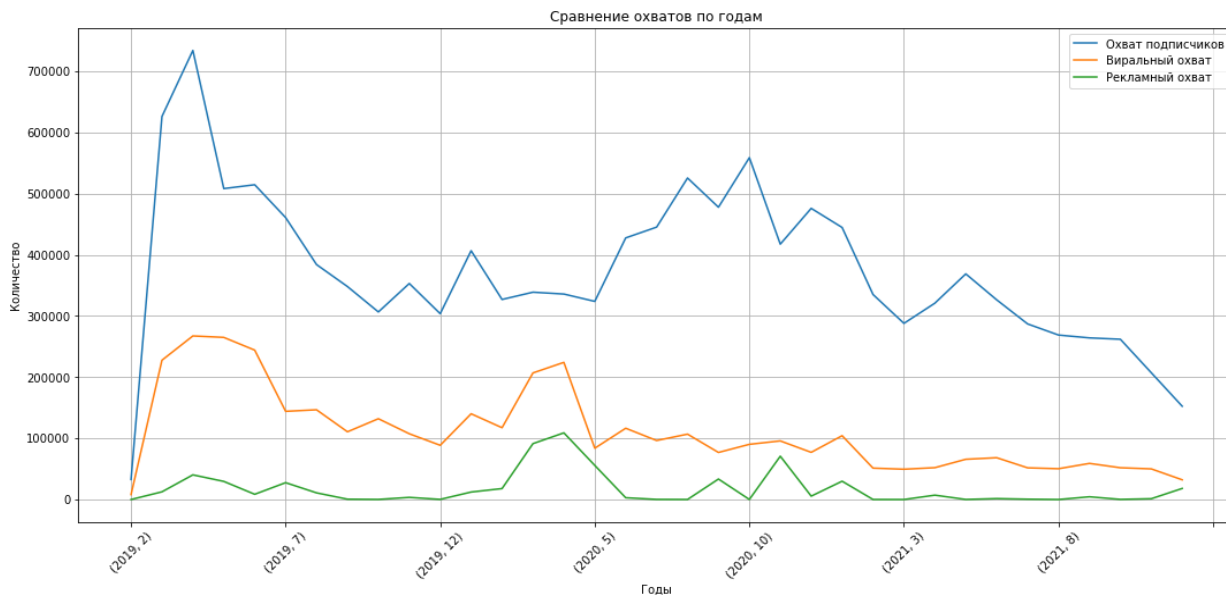


# СООТНОШЕНИЕ ВИДОВ АКТИВНОСТИ В ГРУППЕ



С 2011 по 2017 годы были популярны "Комментарии к обсуждениям", и "Комментарии к фотографиям". В 2018 году - "Голосование в опросах" затмило все активности. В 2021 году опросы резко пропали из популярных активностей, а "Комментарии к фотографиям" стали основным видом активности. После 2018 года "Добавление в закладки" вышло на третье, а затем на второе место по частоте использования.

# СРАВНЕНИЕ ОХВАТОВ ПО ГОДАМ



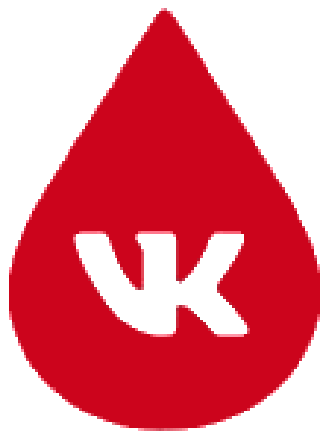
В данных за 2019-2021 годы, можно проследить, что в 2019 году посты достаточно хорошо завирусились, подняв охваты при небольшом вложении в рекламу в ВК. На графике виден результат рекламной кампании в первой половине 2020 года. Далее виральный и рекламный охваты не радуют пиками, зато охват подписчиков показывает заметный рост. В 2021 году происходит затяжной спад, охваты падают, что коррелирует с оттоком участников группы.

# ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ



Статистика группы соцсети вконтакте за 10 лет по срезам:

- возраст, пол, география
- охват, количество просмотров
- характеристики контента (аудио / видео, приложения, фотоальбомы...)
- динамика взаимодействий с контентом (сообщения, комментарии, лайки, шеры, репосты)
- динамика участников сообщества (присоединились, вышли)
- данные по постам за 2 года
  - дата и автор публикации
  - 35 символов из заголовка
  - взаимодействие с постом и реакция на него



СПАСИБО!