



Raport aktywności branż na Facebooku za maj 2011

Warszawa 13 czerwca 2011



Kochamy zniewalającą zabawę w oparach Axe, którymi spryskujemy ciuchy od Reserved. Każdy z nas ma swój rozum i serce ale komunikujemy się z nim Nokią gdy już zaspokoiliśmy mały głód.

Brzmi znajomo? Napoleon, system analizujący dane na ponad 11 tys. fan pagey, ustawił w zwartym szyku 10 największych polskich stron Facebooka z kluczowych branż: żywność, odzież/moda, kosmetyki/uroda, telekomunikacja i elektronika.

Niekwestionowanym liderem w angażowaniu fanów do dyskusji w maju była Telekomunikacja Polska. Jej fan page Serce i Rozum miał najwięcej aktywnych użytkowników z całego zestawienia. I choć nie jest najliczniejszy w naszym raporcie (więcej Polaków lubi ciuchy od Reserved) to sympatyczne pluszaki wciągają w dyskusję, bawią i budzą emocje.

Ranking został stworzony na podstawie danych dostarczanych przez system Napoleon (<http://catNapoleon.com>) autorstwa firmy CheeseCat, który codziennie analizuje jednocześnie ruch na ponad 11 tysiącach największych polskich stronach na Facebooku. Autorski współczynnik zaangażowania fanów - Social Interaction Index (SII) ilustruje poziom aktywności fanów danej strony czyli liczbę publikowanych przez nich postów, komentarzy i like'ów w relacji do liczby sympatyków danego fan page'a, zakładając różne wagi dla każdego z typów aktywności.











Z analizy monitorowanych przez Napoleona fan page'y wynika, że coraz chętniej angażujemy się w dyskusje. W maju pojawiło się na nich 1 233 679 komentarzy, czyli o 10,5 proc. więcej niż w kwietniu. Odnotowaliśmy też podobny wzrost "lajków" zamieszczanych wpisów. Było ich aż 3 651 961, czyli 9,8 więcej niż w poprzednim miesiącu.



Dalej prezentujemy dane z pierwszego zestawienia.











Banki

Polskie banki boją się kontaktu z własnymi klientami w mediach społecznościowych? Jedną z największych krajowych instytucji finansowych w kraju, Pekao, w ogóle nie posiada strony firmowej w serwisie Facebook. Uznany za najlepszy przez Związek Banków Polskich PKO BP nie pozwala swoim fanom umieszczać własnych postów na stronie firmowej. Według Miesięcznika Finansowego BANK pierwsze miejsce wśród banków internetowych zajął Bank Handlowy SA. Tyle, że nie posiada fan page'a na Facebooku. Najwięcej fanów ma Bank Zachodni WBK.

		Tytuł	Liczba fanów*	% aktywnych fanów**	SII
1		Bank Zachodni WBK	19 705 (+38,1%)	1,847 % (+1,0%)	2,52 (+19,0%)
2		ING Bank Śląski	16 715 (+0,7%)	0,586 % (-64,1%)	1,18 (-6,5%)
3		mBank Polska	15 440 (+8,9%)	0,771 % (-50,6%)	1,53 (-13,2%)
4		BNP Paribas Fortis	12 817 (+1,5%)	0,343 % (-50,0%)	0,13 (-67,0%)
5		Alior Bank	11 370 (+4,5%)	1,574 % (+32,6%)	0,94 (+7,2%)
6		PKO Bank Polski	9 656 (+31,7%)	2,434 % (-7,1%)	4,93 (-37,7%)
7		Nordea Bank Polska	4 754 (+7,2%)	2,040 % (+102,1%)	2,22 (+172,8%)
8		LUKAS Bank SA	4 608 (+19,0%)	1,215 % (-6,7%)	2,25 (+20,7%)
9		eurobank	4 128 (b.d.)	1,066 % (+29,4%)	0,77 (+83,3%)
10		Ja i Mój Biznes	3 865 (+42,8%)	4,269 % (+3,1%)	3,62 (-43,4%)


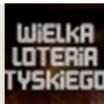


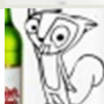

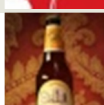


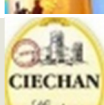
Alkohol

Pytanie ze strony Sobieski Vodka: Jak smakuje ciepły Król? Odpowiedź: Wciąż lepiej niż schłodzona konkurencja. I coś w tym jest, bo niezmiennie od miesięcy król wódek jest tylko jeden i ciągle szczerze obdarza swoich poddanych prezentami. Magiczną barierę 100 tys. fanów przekroczył już na początku kwietnia. Teraz jego armia fanów niewiele ustępuje liczebnie dwóm kolejnym pretendentom do tronu.

		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		Sobieski Vodka Poland	107 998 (+4,6%)	1,571 % (+10,7%)	0,94 (-19,0%)
2		Wódka Żołądkowa Gorzka	60 509 (+6,4%)	2,196 % (-26,3%)	1,71 (-32,9%)
3		Wyborowa	48 012 (+1,4%)	1,833 % (+17,6%)	1,19 (+5,6%)
4		Jacob's Creek Polska	33 983 (+8,8%)	2,334 % (+12,6%)	2,19 (+97,2%)
5		Ballantine's w Polsce	32 354 (+7,2%)	3,755 % (-28,5%)	2,22 (-31,7%)
6		Żubrówka	29 635 (+3,3%)	2,750 % (+2,3%)	2,44 (-34,3%)
7		Ambasadorki	24 390 (+5,0%)	3,542 % (-35,4%)	4,25 (-30,1%)
8		Absolutni	19 883 (+6,2%)	1,323 % (-24,9%)	0,90 (-16,2%)
9		Chivas Regal Polska	16 890 (+11,3%)	1,966 % (-12,9%)	1,14 (-11,0%)
10		Jameson w Polsce	16 602 (+2,2%)	1,966 % (-12,9%)	0,44 (-26,8%)






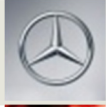

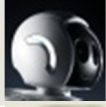


Piwo

Drevny Kocur uchodził za wzór do naśladowania: bawił, angażował, zaskakiwał. Tymczasem Budweiser w tym roku traci fanów (choć w maju utrzymał stan posiadania) a serca i gardła podbija konkurencja: Desperados, Tyskie, Żywiec.

		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		Desperados Polska	122 226 (+21,3%)	2,832 % (+30,2%)	1,88 (+19,0%)
2		Tyskie	126 654 (+15,9%)	1,495 % (+38,1%)	0,94 (-12,1%)
3		Lech	65 079 (b.d.)	5,747 % (+105,7%)	b.d.
4		Żywiec. Męskim Zdaniam.	41 956 (+45,3%)	1,435 % (+39,7%)	0,99 (+14,3%)
5		Drevny Kocur	38 179 (b.d.)	2,915 % (-33,7%)	2,24 (-36,4%)
6		Warka	36 598 (+0,9%)	0,290 % (-76,7%)	0,19 (-80,2%)
7		Ciechan Miodowe	22 194 (+8,8%)	0,635 % (+281,1%)	0,40 (+490,2%)
8		Carlsberg PL	16 500 (+12,2%)	0,442 % (-66,0%)	0,14 (-80,5%)
9		Łomża Niepasteryzowane	16 055 (b.d.)	4,790 % (-8,5%)	3,09 (-12,7%)
10		Ciechan	15 695 (+3,4%)	0,185 % (-3,3%)	0,05 (-7,4%)

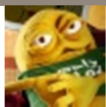
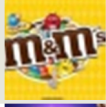


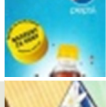
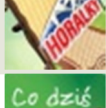


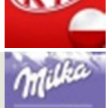

Motoryzacja

Dealer opon i felg ma ciekawszą ofertę dla internautów niż Honda, Volvo a nawet Renault wspierające się F1 i Robertem Kubicą. To dobra lekcja dla firm, które zapominają o angażujących aplikacjach i wsłuchiwaniu się w potrzeby fanów.

		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		Mercedes-AMG PL	20 569 (+10,4%)	1,536 % (-59,2%)	1,22 (-55,8%)
2		KIA Motors Polska	20 858 (b.d.)	1,769 % (-1,9%)	1,33 (b.d.)
3		BMW	20 565 (+5,6%)	4,240 % (-35,9%)	3,08 (-45,4%)
4		VERVA Street Racing	13 555 (b.d.)	8,263 % (+495,7%)	4,21 (b.d.)
5		Mobil 1	18 140 (+13,3%)	0,976 % (-55,5%)	1,41 (+13,0%)
6		Mercedes-Benz Polska	16 384 (+20,0%)	4,681 % (+12,6%)	4,54 (-12,4%)
7		kelban.pl	14 288 (b.d.)	15,062% (+264,7%)	31,52 (b.d.)
8		Honda Dream Zone	10 247 (+1,2%)	1,552 % (+156,5%)	1,46 (+195,6%)
9		Volvo Auto Polska	9 889 (+1,3%)	4,601 % (-11,1%)	4,71 (-3,5%)
10		Renault Sport PL	9 779 (b.d.)	3,058 % (-22,7%)	2,10 (-21,4%)




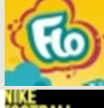
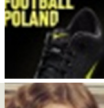
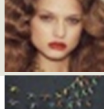
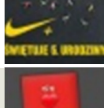
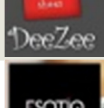
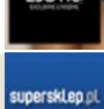
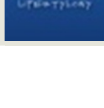
Żywność

Mniaahhahaha! Mały głód nie musi niczego rozdawać. Wystarczy, że jest obok, na zabawnych grafikach, w dowcipnych docinkach, zaczepnych zapytaniach. Angażuje i wciąga w swoją obsesję. Wedel, by tak aktywizować fanów, ogłosił nabór na Ambasadora Fabryki Przyjemności.

		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		Mały Głód	312 842 (+8,9%)	2,980 % (+64,4%)	2,23 (+37,5%)
2		M&M's Polska	249 143 (+15,6%)	0,594 % (-42,7%)	0,46 (-43,8%)
3		E. Wedel	189 981 (+16,9%)	1,446 % (+59,9%)	2,54 (+87,1%)
4		KFC Polska	125 682 (+16,7%)	0,797 % (-49,1%)	1,72 (+13,1%)
5		PEPSIpl	117 783 (+5,9%)	0,638 % (-13,6%)	0,61 (-73,2%)
6		Horalky	105 647 (+4,6%)	3,018 % (-37,4%)	3,52 (-41,3%)
7		Co dziś na obiad	96 675 (+12,2%)	0,929 % (-5,7%)	2,35 (+8,5%)
8		Musi być głośno, kiedy jest impreza!	90 674 (+1,6%)	0,375 % (-62,1%)	0,14 (-69,9%)
9		Kit Kat Polska	78 878 (+18,5%)	1,694 % (+7,4%)	1,78 (+2,9%)
10		Milka Razem dla Tatr	74 096 (+4,5%)	2,088 % (-22,5%)	3,06 (-42,0%)











Odzież / moda

Niekwestionowanym liderem odzieżowych stron jest firma LPP. To właściciel marek z czołowej dziesiątki: Reserved, Cropp, House i Mohito. Po kryzysie związanym z atakiem spamu wpisują się w powiedzenie: co nas nie zabije, to wzmocni.

		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		Reserved	376 694 (+10,2%)	0,268 % (-81,1%)	0,32 (-67,4%)
2		House	335 009 (+18,8%)	0,569 % (-7,0%)	0,42 (+3,3%)
3		Cropp	335 471 (+10,4%)	1,196 % (+0,9%)	0,67 (-19,5%)
4		FLO	97 126 (+4,4%)	2,197 % (-46,3%)	2,22 (-19,1%)
5		Nike Football Poland	78 318 (+17,1%)	4,829 % (+24,2%)	7,39 (+14,9%)
6		Mohito	49 005 (+37,0%)	2,298 % (+10,8%)	1,35 (-23,6%)
7		Nike Running Poland	45 692 (+1,6%)	1,646 % (-66,0%)	2,53 (-60,5%)
8		www.dezee.pl	38 026 (+10,6%)	16,581 % (+4,6%)	28,04 (-6,0%)
9		Esotiq	38 309 (+2,3%)	0,890 % (-59,5%)	0,79 (-50,8%)
10		Supersklep.pl	33 130 (+6,0%)	1,228 % (-61,1%)	1,87 (-37,6%)


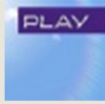

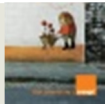
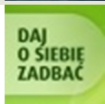

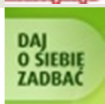



Kosmetyki / uroda

Wilkinson i Timotei to majowi zwycięzcy w walce o serca internautów na Facebooku. Obie strony zanotowały ogromny wzrost fanów. Jak robi to producent maszynek do golenia? Siara! I wszystko jasne.

		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		AXE PL	94 615 (b.d.)	0,955 % (-62,3%)	0,47 (-66,0%)
2		AVON Polska	56 146 (+15,3%)	2,194 % (-23,0%)	2,88 (-18,6%)
3		Avon Malaysia	37 298 (+9,6%)	1,960 % (+14,2%)	2,18 (-16,9%)
4		Wilkinson	29 836 (+55,0%)	3,144 % (-3,5%)	3,66 (-24,1%)
5		Rimmel Polska	27 842 (+7,6%)	0,984 % (-62,9%)	2,03 (-18,2%)
6		Oriflame Poland	26 406 (+6,9%)	2,946 % (-5,7%)	3,76 (-18,1%)
7		Timotei	23 687 (+44,1%)	2,449 % (+9,2%)	3,53 (-71,8%)
8		Vichy Consult	20 633 (+3,1%)	1,076 % (-34,1%)	0,89 (-37,1%)
9		Garnier – Dbaj o siebie	18 295 (+7,1%)	1,203 % (-6,8%)	1,21 (-32,5%)
10		Ziaja Polska	16 543 (+4,7%)	2,273 % (+30,1%)	4,07 (+39,1%)

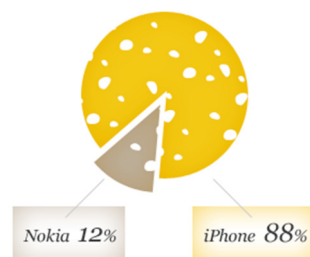
Telekomunikacja

Telekomunikacja Polska S.A. udowadnia, że łącząc pomysłową kampanię reklamową w klasycznych mediach z budowaniem społeczności wokół swoich wizerunkowych gwiazd z włączki i pluszu można osiągnąć sukces i zyskać przychylność konsumentów.

		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		Serce i Rozum	324 857 (+33,7%)	8,103 % (+23,0%)	7,85 (+1,1%)
2		Play	230 621 (+7,6%)	2,055 % (-46,8%)	2,27 (-53,2%)
3		Heyah	169 907 (+4,6%)	2,749 % (-15,0%)	2,34 (-31,6%)
4		Orange Polska	163 233 (+23,5%)	4,807 % (+372,7%)	6,38 (+330,3%)
5		Plus	84 966 (+33,2%)	5,127 % (+456,3%)	7,21 (+453,3%)
6		Muzodajnia	73 718 (+12,1%)	1,883 % (-29,8%)	2,29 (+4,6%)
7		36i6	51 475 (+1,3%)	0,971 % (-65,9%)	0,79 (-64,1%)
8		Era	48 932 (+8,7%)	1,647 % (-16,0%)	3,20 (-8,2%)
9		MixPlus	46 628 (+2,3%)	0,798 % (-11,0%)	0,43 (-53,8%)
10		FreeM	46 640 (+11,8%)	2,204 % (+84,2%)	4,71 (+83,8%)

Elektronika

W branży elektronicznej najwięcej fanów wciąż ma Nokia, ale aktywniejsi są użytkownicy produktów Sony Ericsson. Nie oznacza to jednak, że to ci producenci telefonów komórkowych budzą największe zainteresowanie. Na analizowanych przez Napoleona stronach w maju najczęściej padało słowo iPhone - 4091 razy. Dla porównania: fani wymieniali słowo Nokia 564 razy.



		Tytuł	Liczba fanów	% aktywnych fanów	SII
1		NokiaPoland	83 741 (+26,9%)	0,910 % (-0,9%)	0,74 (-23,8%)
2		ToshibaPolska	68 505 (+0,8%)	0,121 % (-71,8%)	0,10 (-71,9%)
3		iStudent	64 729 (b.d.)	0,340 % (+78,9%)	0,23 (+85,8%)
4		Lenovo Polska	56 906 (+2,2%)	0,715 % (-57,8%)	1,29 (-9,2%)
5		Nikon Polska	51 074 (+4,3%)	1,374 % (-49,1%)	0,80 (-69,8%)
6		Sony Ericsson Poland	43 152 (+13,3%)	2,584 % (+5,5%)	4,88 (-3,5%)
7		Philips Polska	42 780 (+8,8%)	0,704 % (-37,4%)	1,13 (-41,3%)
8		ASUS Polska	39 085 (+7,3%)	1,724 % (-18,5%)	1,94 (-28,2%)
9		Sony Poland	28 677 (+5,2%)	1,590 % (-8,4%)	1,63 (-30,2%)
10		Intel Polska	22 563 (+14,8%)	2,938 % (-26,0%)	2,84 (-57,5%)

To pierwsza edycja raportu przygotowanego przez CheeseCat i Mediarun. Będziemy je publikowali co miesiąc. W kolejnych edycjach pokażemy kolejne branże, przeanalizujemy nowe strony i przedstawimy nowe spojrzenie na rozwój marek w największym serwisie społecznościowym świata. Zapraszamy.

* Stan na 31.05.2011 i zmiana liczby fanów w porównaniu do kwietnia

** Fani aktywni w maju i ich zmiana w porównaniu do kwietnia, b.d. – brak danych



www.catNapoleon.com

System Napoleon to platforma kompleksowo wspierająca działania marketingowe na Facebooku. Umożliwia zaawansowaną publikację treści na fan page'ach, moderację dyskusji fanów, koordynację pracy wieloosobowych zespołów moderatorów, monitoring działań oraz benchmarking marek konkurencyjnych.



CheeseCat Sp. z o.o. jest firmą specjalizującą się w tworzeniu aplikacji do działań marketingowych w mediach społecznościowych (m. in. aplikacji do konkursów, gier).

Flagowym produktem jest Napoleon – aplikacja do zarządzania fan page'ami na Facebooku.

CheeseCat świadczy także usługi w dziedzinie integracji systemów CRM, call center, sklepów online i serwisów www z platformą Facebook

CheeseCat Sp. z o.o.
ul. Altowa 4
02-386 Warszawa
hello@cheesecat.com
tel. +48 22 378 32 99