

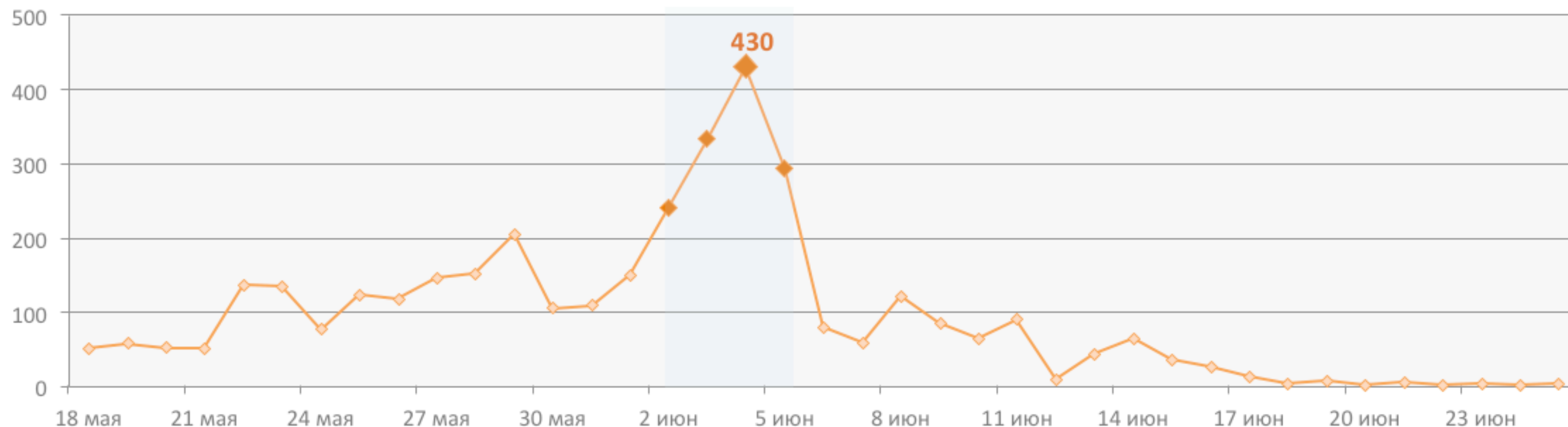


Оценка эффективности мероприятия
с помощью мониторинга инфополя в соцмедиа

Интерес к событию в движении

Для анализа события интересно провести мониторинг по расширенному периоду. Фестиваль «Серебряный Меркурий» проходил **2-5 июня 2015 г.** Для анализа выбран период, включающий **2 недели до и 3 недели после события.**

Всего за период с **18 мая по 24 июня** зафиксировано **3718 упоминаний** фестиваля в социальных медиа от **1262 уникальных авторов.**



Интерес к событию в движении

Фаза 1 / «Накануне»

В течение 2-х недель до старта интерес к фестивалю постепенно нарастал от 50 до 200 сообщений в день.

Фаза 2 / «В моменте»

В день открытия фестиваля начался резкий рост интереса, который достиг своего пика в 3-й день проведения (430).

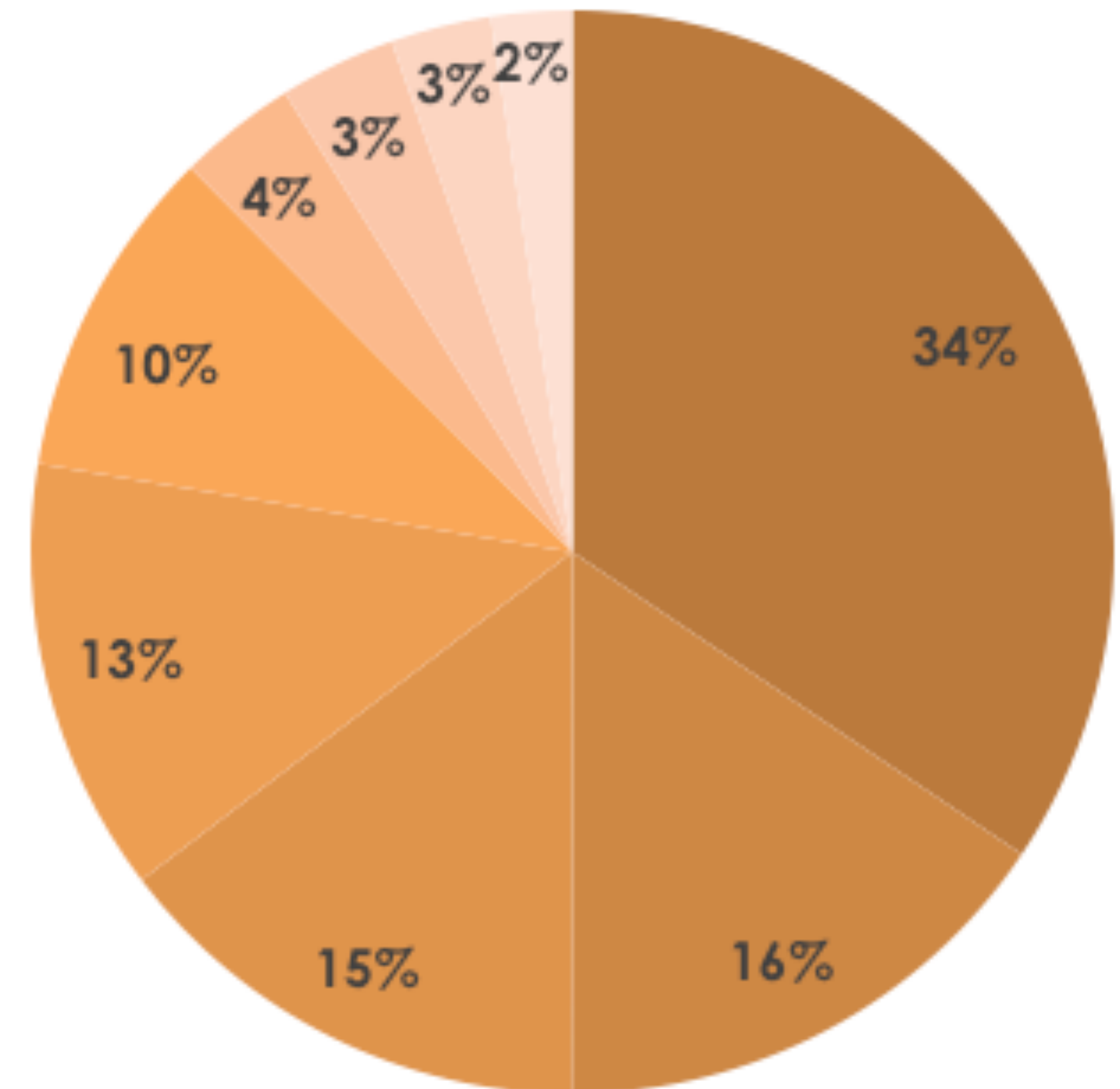
Фаза 3 / «После»

В течение недели после завершения интерес плавно утихал, на 3-й неделе остались единичные упоминания.

Структура информационного поля

Упоминания фестиваля в социальных медиа можно условно разделить на **9 однородных структурных блоков.**

- **Накануне** события наиболее популярны были репосты Тизера и Анонсы
- **Во время** – Самоцитирование и Отзывы участников
- **После** – Объявление победителей



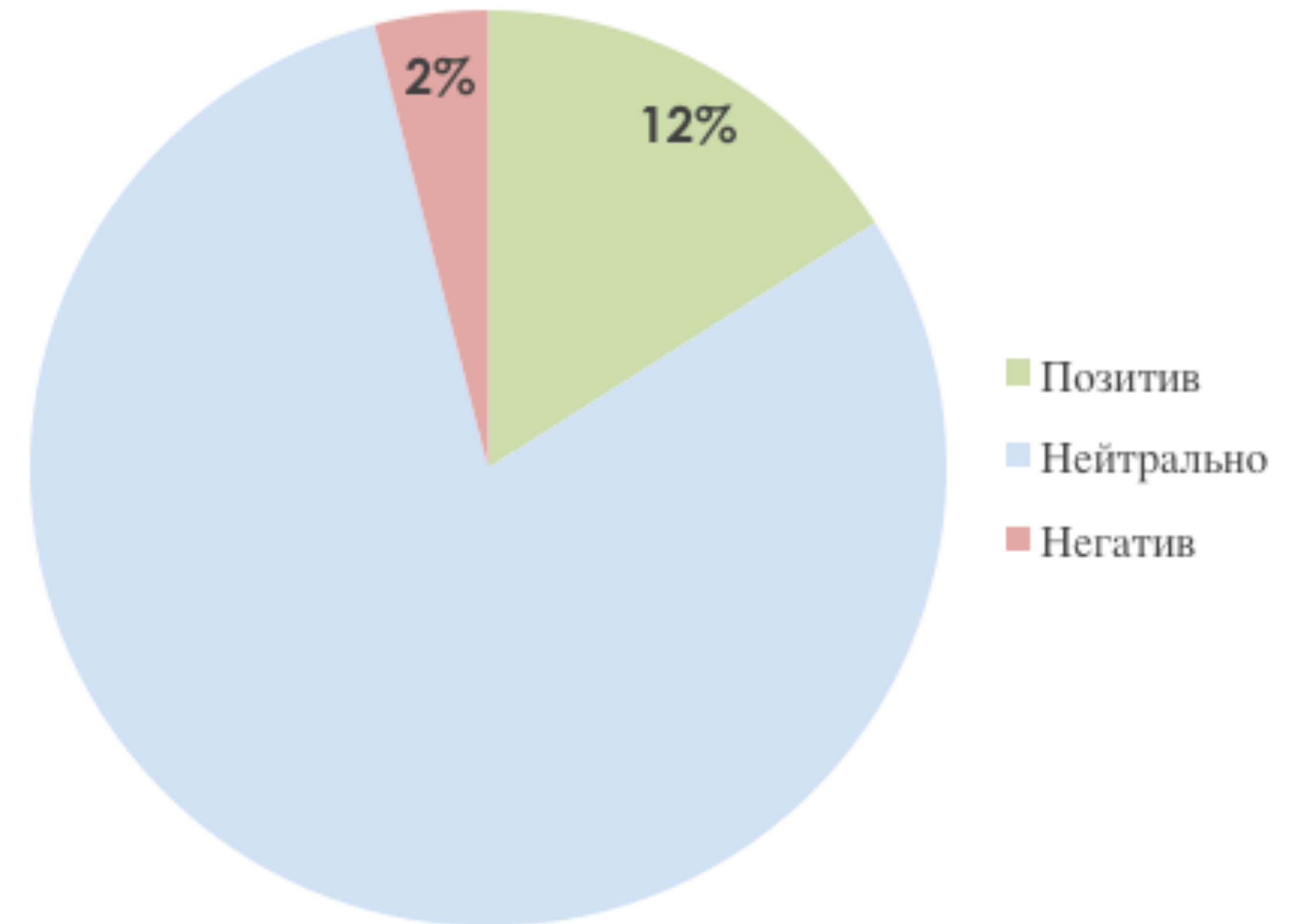
Структура информационного поля

- Вирусное распространение получил **Тизер фестиваля (34%)**: *Где встретить в Москве красивую девушку? #серебряныймеркурий* [Новинки кино](#), 22 мая 2015 г.
- **Объявление победителей** также популярно в соцмедиа (**16%**): *«Серебряный Меркурий»*: проект *Yota и Revolta Motors* выиграл золото. [Yota](#), 10 июня 2015 г.
- **Самоцитирование** занимает значимый элемент инфополя (**15%**): *Михаил Симонов вручает приз президента РАМУ*, [Серебряный Меркурий](#), 5 июня 2015 г.
- **Check-In** входит в «обязательный набор» участника (**13%**): *Обожаю высоту #отель #серебряныймеркурий*, [Инк Дарья](#), 5 июня 2015 г.
- **Анонсы фестиваля** особенно популярны накануне (**10%**): *15 юбилейный фестиваль «Серебряный Меркурий»*: 2–5 июня [KudaGo](#), 1 июня 2015 г.
- **Приглашения от спикеров** – вечный двигатель фестиваля (**4%**): *меня отправили на панель! если серьезно: тетя Ира впервые выступает на конференции в качестве - спикера. Я начала волноваться - уже сейчас! приходите, и вы впервые в жизни увидите меня серьезной!*, [Ирина Дорохина](#), 22 мая 2015 г.
- **Отзывы слушателей** – способ выражения причастности (**3%**): *Как правильно слушать доклады участников #серебряныймеркурий*, [Майк Нимофф](#), 4 июня 2015 г.
- Выявлены также **Впечатления жюри/оргкомитета** (**3%**): *Фестиваль Серебряный Меркурий с каждым годом все масштабнее и интереснее! Участвуем с Маурицио в жюри!!! 😊* [Елена Якунина](#), 2 июня 2015 г.
- **Статьи о фестивале** – последний тематический блок (**2%**): *Фестиваль «Серебряный Меркурий». Что находится за границами маркетинга, брендов и нашего сознания?* [Cossa](#), 16 июня 2015 г.

«50 ОТТЕНКОВ» ТОНАЛЬНОСТИ

Градус обсуждений фестиваля в социальных медиа – **невероятно теплый**. Преобладает позитивный фон, причем форма выражения эмоций – яркая, интенсивная.

В позитивном эмоциональном спектре упоминаний «Серебряного Меркурия» выделяется **благодарность** участников за насыщенную программу, вырывающую из офисных будней, снабжающую сетью свежих контактов, а также **восторг** от общей атмосферы места проведения, **интерес** к программе выступлений и **удивление** от молекулярного мороженого и креативных идей.



«50 ОТТЕНКОВ» ТОНАЛЬНОСТИ

Позитив превысил негатив в 6 раз (12%), пользователи в восторге от интересного содержания, душевной атмосферы и креативных идей.

Негатив представлен точечно (2%), отдельные критические замечания связаны с переносом времени секций и подбором работ в номинациях. Скандальная история, связанная с бойкотом, полностью забыта.

Спасибо

Пост благодарности фестивалю "Серебряный Меркурий"! На столе у нас 40 новых анкет, а значит четыре десятка людей, с которыми мы познакомились на стенде "Гилеля»!

Восторг

*Мы с @mariyagrishina в восторге от этого места!
#фестивальрекламы #серебряныймеркурий #корстон
#москва*

Интерес

*Я пойду! Интересно, что там будет!
#серебряныймеркурий*

Удивление

Серебряный Меркурий удивил коктейлями с жидким азотом и молекулярным мороженым

Жажда душевного общения

- Чем объясняется такой высокий уровень лояльности к фестивалю? **Качественный анализ упоминаний «Серебряного Меркурия»** позволяет оцифровать формулу успеха фестиваля в среде пользователей социальных медиа.
- Первым фактором, определяющим столь широкий спектр позитивных эмоций – это **герои фестиваля**, организаторы, спикеры, слушатели (упоминается в **24%** отзывах участников).
- Одни из наиболее интенсивных позитивных эмоций вызваны приятными **встречами**, наполненным и интересным общением в рамках события.
- **Ценность человеческого общения** остается одной из базовых – особенно в случае принадлежности аудитории к близким профессиональным группам.
- Зона психологического комфорта и сплетение креативных идей стимулируют **кулуарное общение**, авторы продолжают делиться впечатлениями от душевных встреч в социальных сетях **в течение 2-х недель с момента закрытия фестиваля.**

Жажда душевного общения

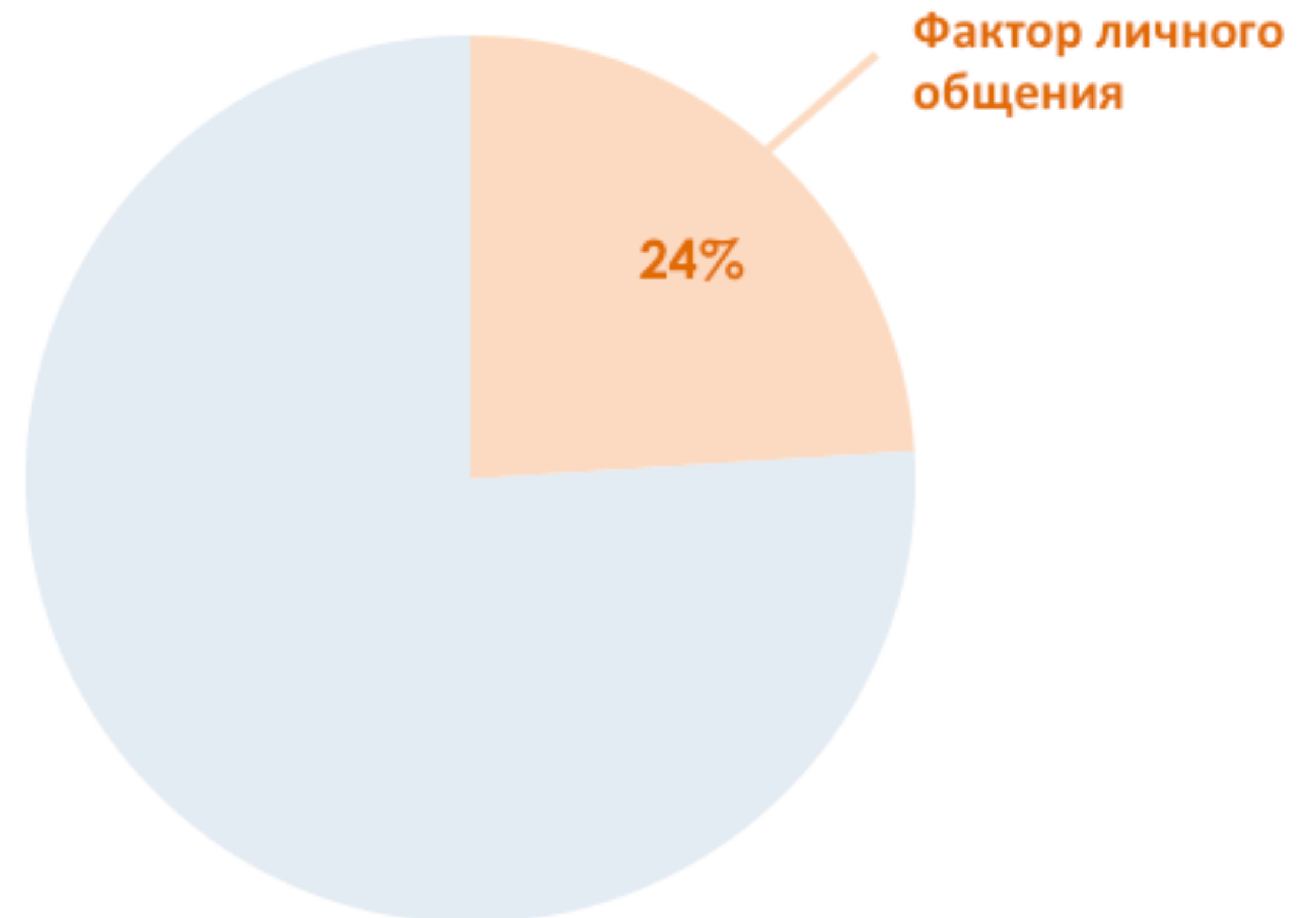
Это поиск нового визуального языка, про который ты читал лекцию на Серебряном Меркурии, и который *мы так душевно обсудили в кулуарах?* [Михаил Рюмин](#), 6 июня 2015 г.

Душевный получился круглый стол #Repost @silvermercury2015 [Виктория Вирта](#), 5 июня 2015 г.

Серебряный Меркурий, спасибо за красоту, *за общение с чудесными людьми*, за море полезной информации! [Виктория Куча](#), 6 июня 2015 г.

На минуту забежала поздравить Янина Урусова, и поставили в самый центр композиции из *необыкновенных, как оказалось, людей*. Стояла, глазами хлопала. *Надеюсь, доведется пообщаться еще и не раз!* [Лола Шурыгина](#), 4 июня 2015 г.

Мои Любимые Сладули!!! #серебряныймеркурий подарил массу положительных эмоций!!! 😊 [Анастасия Сухоненкова](#), 8 июня 2015 г.



Информационный голод

- Вторым компонентом успеха фестиваля является его **содержательный аспект, насыщенная программа выступлений, креативные идеи, полезная информация.**
- Пользователи отмечают пищу для ума, которая появилась у них во время проведения фестиваля, а особенно – **ту актуальность и практичность идей, которую не получишь из книг, она рождается в процессе дискуссий на тематическом событии.**
- Стоит подчеркнуть, что пользователи отмечают не только полезное содержание выступлений, но и тот **заряд вдохновения, которое обеспечивает форма живого представления информации.** Участие в дискуссиях способствует желанию применить материал на практике.

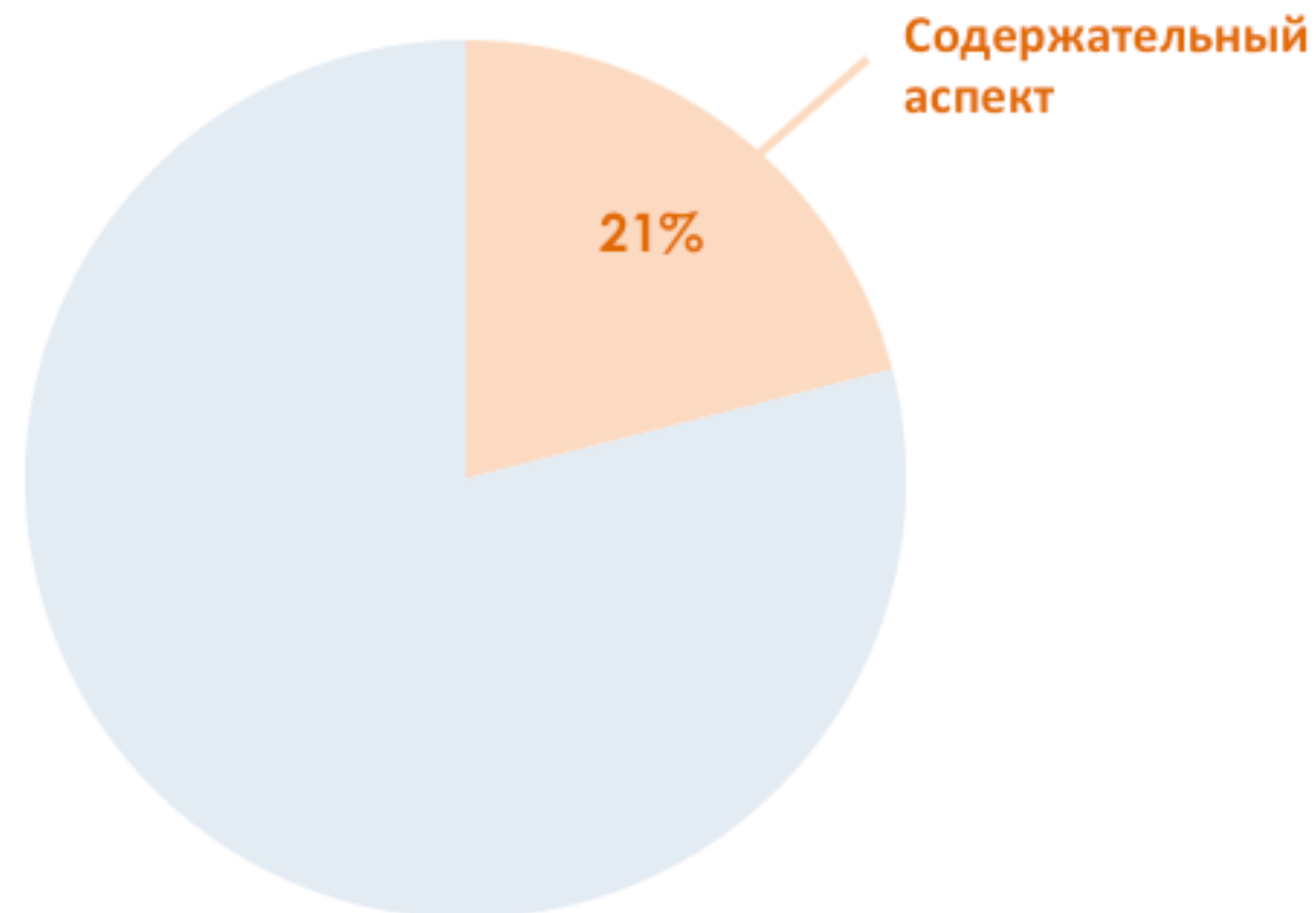
Информационный голод

На [#silvermercury](#) есть блок для event-менеджеров, **очень интересно** для продуктовых/товарных брендов. Для услуг пока ничего интересного, увы (но **общая суть интересна**).
[Инна Марина](#), 4 июня 2015 г.

Вика, огромное спасибо за семинар в рамках Серебряного Меркурия! Это было круто! **Много ценной и полезной информации по существу!**
[Дарья Ефремова](#), 5 июня 2015 г.

Серебряный Меркурий, спасибо за красоту, за общение с чудесными людьми, за **море полезной информации!**
[Виктория Куча](#), 6 июня 2015 г.

[#silvermercury](#) Лекция "Страх и ненависть в Маркетинге: только +18" была просто потрясна, **особенно полезную информацию** получил от основателя [#Бурлеска](#) и [#Virgins](#), Артёма Овечкина, **столько знаний, выверенных практикой**, из уст одного человека я давно не слышал!
[Никита Колобанов](#), 4 июня 2015 г.



Вкус победы

- Третий определяющий фактор безусловного успеха фестиваля – это **вкус победы** (45% отзывов участников связаны с объявлением наград).
- Пользователи с удовольствием **делятся фотографиями заработанных наград** (а также своих счастливых лиц рядом с заветной статуэткой).
- **Соревновательный аспект** бьет по позитиву даже радость от душевного общения и полезность содержания выступлений.
- **Участники фестиваля остаются людьми, которые любят играть, и выигрывать.** Множество номинаций и наград в этом контексте – существенный плюс мероприятия, это позволяет большей доле аудитории ощутить свою значимость.
- Удовлетворенные наградой **пользователи с удовольствием распространяют весть о своих победах**, это делает «Меркурий» еще популярнее.

Вкус победы

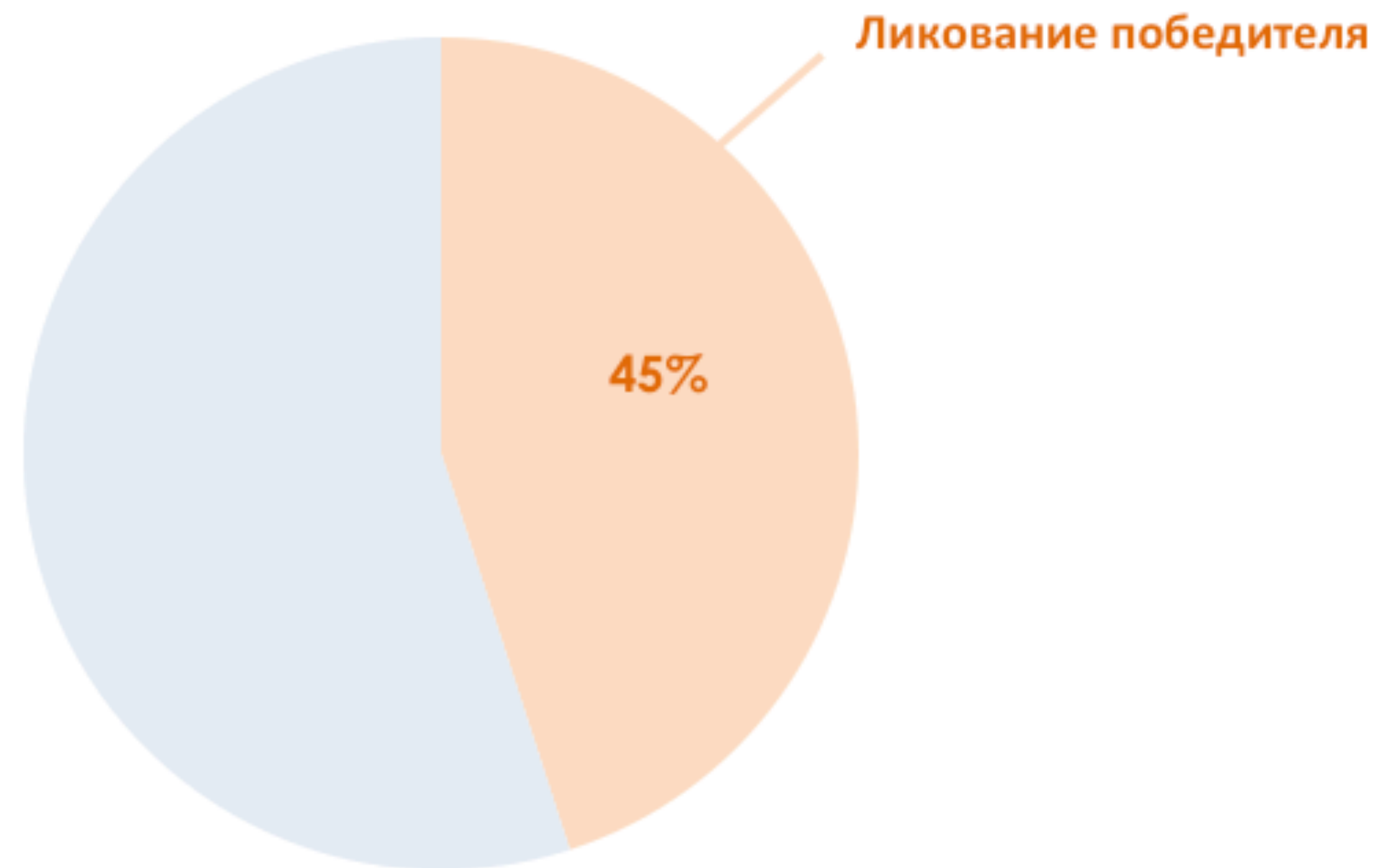
Вот такое лицо у человека, который **получил 4 Серебряных Меркурия** и теперь гонит на свадьбу. Не свою, если что. #yilt2015?
[Серафима Гурова](#), 6 июня 2015 г.

Это был наш первый Меркурий – за креативность #silvermercury2015 [Янина Урусова](#), 17 июня 2015 г.

Э **Голд мазафака!** Серебряный Меркурий!
[Frederik Schtoltz](#), 4 июня 2015 г.

Четыре первых! И одно второе! Ребята, это круто!) #серебряныймеркурий! [Анна Баева](#), 3 июня 2015 г.

И снова "Золото" на Серебряном Меркурии за "Стратегию и эффективность" проекта Hasbro! **Поздравляем себя!))!!! 😊** [Екатерина Ивович](#), 8 июня 2015 г.



Что можно улучшить?

Отмеченные недостатки

- **Недовольство вызывают переносы секций** – часть пользователей страдает, когда сбивается план их насыщенного дневного графика. Действительно, не всегда секции удается начинать точно минута-в-минуту.
- Аудитория, однако, не понимает, почему **о задержках сообщают только на входе в секцию или же преуменьшают их длительность**. Система онлайн-оповещений могла бы сделать ожидание участников гораздо комфортнее.

Выдержки из отзывов участников

*Приехала на секцию на Серебряный Меркурий. И мне на входе говорят: **ой, а секция на час позже начнется**. И это был 4 перенос времени [Лапук Мария](#), 5 июня 2015 г.*

*У них и вчера был **бардак со временем**. [Виктория Вирта](#), 5 июня 2015 г.*

*Я к 17 хотел ехать. Мне сказали, что будет "небольшая задержка". Я решил ехать к 17:15. Теперь понял, что такое **небольшая** по их мнению. [Денис Терехов](#), 5 июня 2015 г.*

Что можно улучшить?

Отмеченные недостатки

Второй важный момент, который был выявлен в процессе мониторинга, – это **объединение разноплановых работ в одну категорию**, это провоцирует **субъективный выбор победителя**. Данная проблема присуща креативным дисциплинам – следует точнее очерчивать критерии победы в номинации.

Выдержки из отзывов участников

*Вчера я первый раз в жизни принял участие в оффлайн голосовании фестиваля “Серебряный Меркурий”. [...] Также я хотел бы отметить **странный подбор работ в категориях, где сравнивалось несравнимое**. Например, эта милая собачка и оформление Hennessy X.O VIP Room . Что вам ближе — звездолет или хрен к жирному холодцу?*

[Гриша Коченов](#), 4 июня 2015 г.

ЧТО МОЖНО УЛУЧШИТЬ?

Отмеченные недостатки

Крутые авторы отмечают **недостаточно сильный подбор работ в отдельных номинациях** – им не хватает «волшебного пинка», чтобы сделать прорывной скачок в конкурентной среде.

Выдержки из отзывов участников

*Друзья, эта неделя - сплошной **ретроградный Меркурий**. Хуже я признаться не помню, а, может, хуже и не было. Закончила он-лайн голосование за проекты Серебряного Меркурия. [...] **Где вот этот вот волшебный пинок**, типа я завтра встану и сделаю круче?*

[Серафима Гурова](#), 22 мая 2015 г.

Что можно улучшить?

Отмеченные недостатки

Некоторые пользователи отметили **пересечение дат проведения важных фестивалей**, что может оттягивать часть участников от одного или другого мероприятия. Этот момент не относится к недостаткам фестивалей, скорее, он является нормальным результатом конкуренции. Однако, необходимо учитывать пересечение событий при планировании тематических секций.

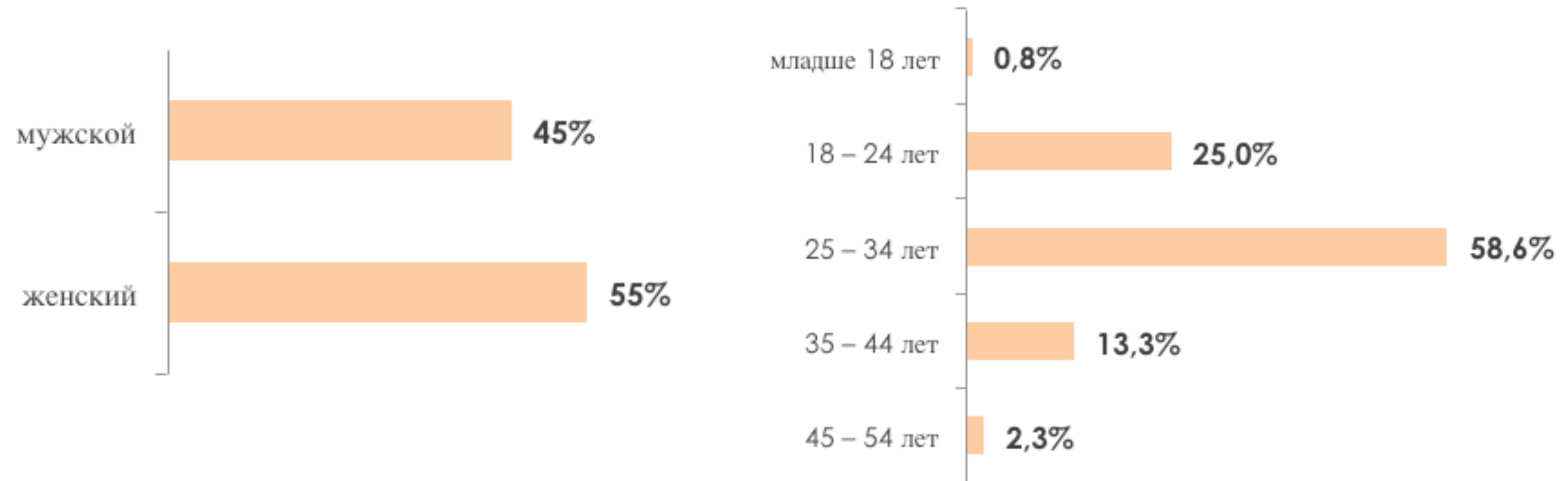
Выдержки из отзывов участников

*Ну а если без шуток, то фестиваль OPEN нужно убирать с первых дней лета на другие даты (хотя бы потому, **что он пересекается с "Серебряным Меркурием"** и это оттягивает часть потенциальных участников, да и **экспертов** жюри тоже). Я вот из-за OPEN не смог принять участие в жюри Серебряного Меркурия!*

[Андрей Пуртов](#), 10 июня 2015 г.

Целевая аудитория

Типичным участником обсуждений фестиваля является пользователь **от 25 до 34 лет (58,6%** аудитории социальных медиа), смещений в гендерном распределении не зафиксировано – **женщин (55%)** немного больше, чем **мужчин (45%)**.



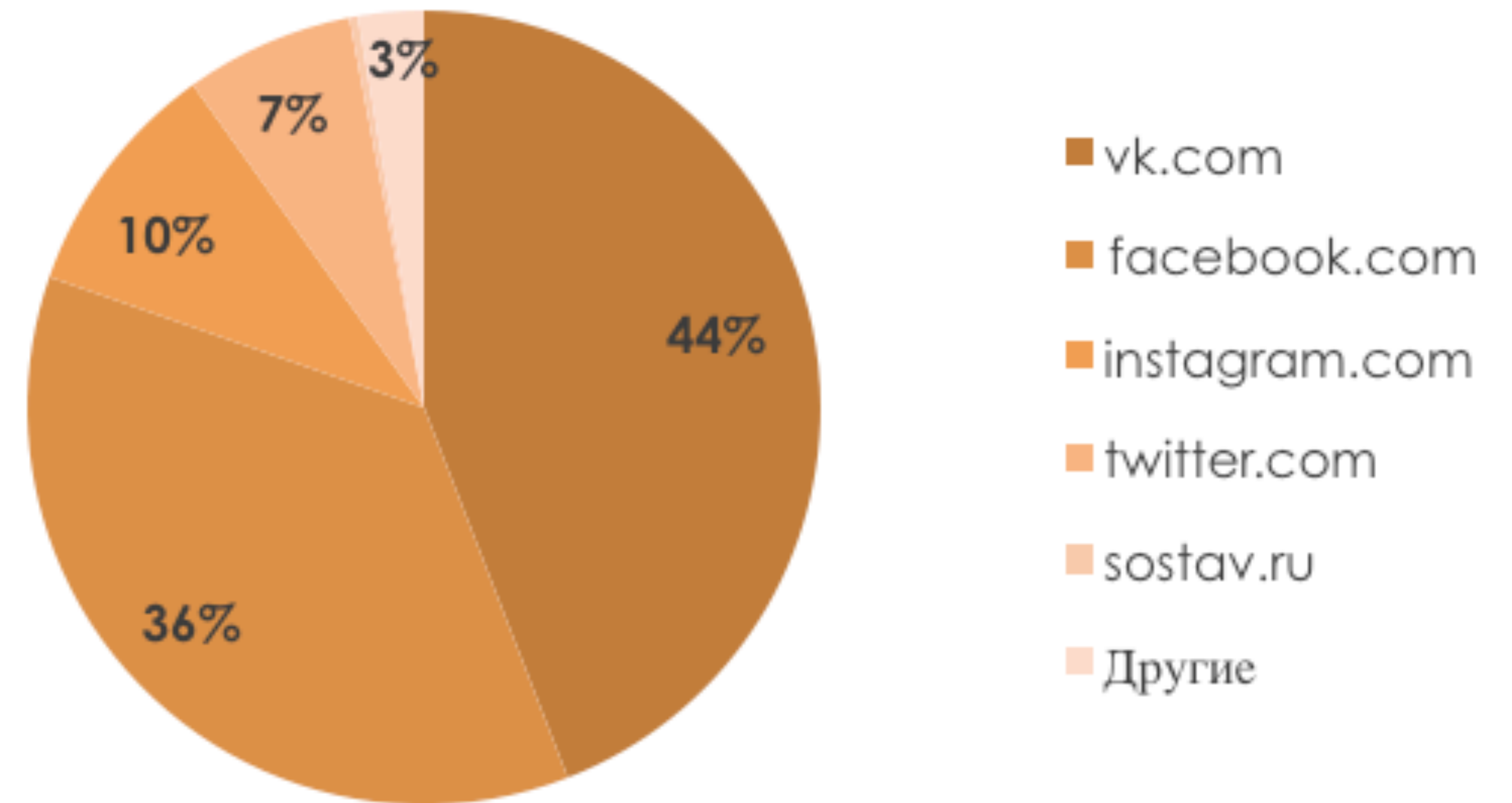
Целевая аудитория

Площадками концентрации целевой аудитории являются социальные сети **ВКонтакте**, **Facebook** и **Instagram**.

Лидерами являются **ВКонтакте** (44%) и **Facebook** (36%).

Популярен также **Instagram** (10%) с его selfie-форматом. **Twitter** задействован в меньшей степени (7%), из спец. ресурсов отмечился **Sostav.ru** (3%).

Площадки концентрации ЦА



Объем упоминаний по конкурентам

- Для понимания уровня освещенности события в соцмедиа **удобно рассмотреть объем упоминаний по конкурирующим событиям** схожей тематики.
- Так, для оценки степени популярности «Серебряного Меркурия» мы выбрали 2 альтернативных события, близких по тематике и времени проведения – **РИФ+КИБ 2015** и **СПИК 2015**. В качестве параметра сравнения выступает объем упоминаний за период проведения.
- Количественный анализ упоминаний по конкурентам показывает, что **«Серебряному Меркурию» есть, куда расти**, объем упоминаний РИФ демонстрирует, что большой потенциал целевой аудитории реализован не полностью.
- По сравнению же с более локальной конференцией СПИК **«Меркурий» выглядит увереннее и количественно, и качественно** (интерес к событию более стабилен во времени и содержательнее).

Объем упоминаний по конкурентам

[РИФ+КИБ](#), 22 – 24 апреля 2015 г.

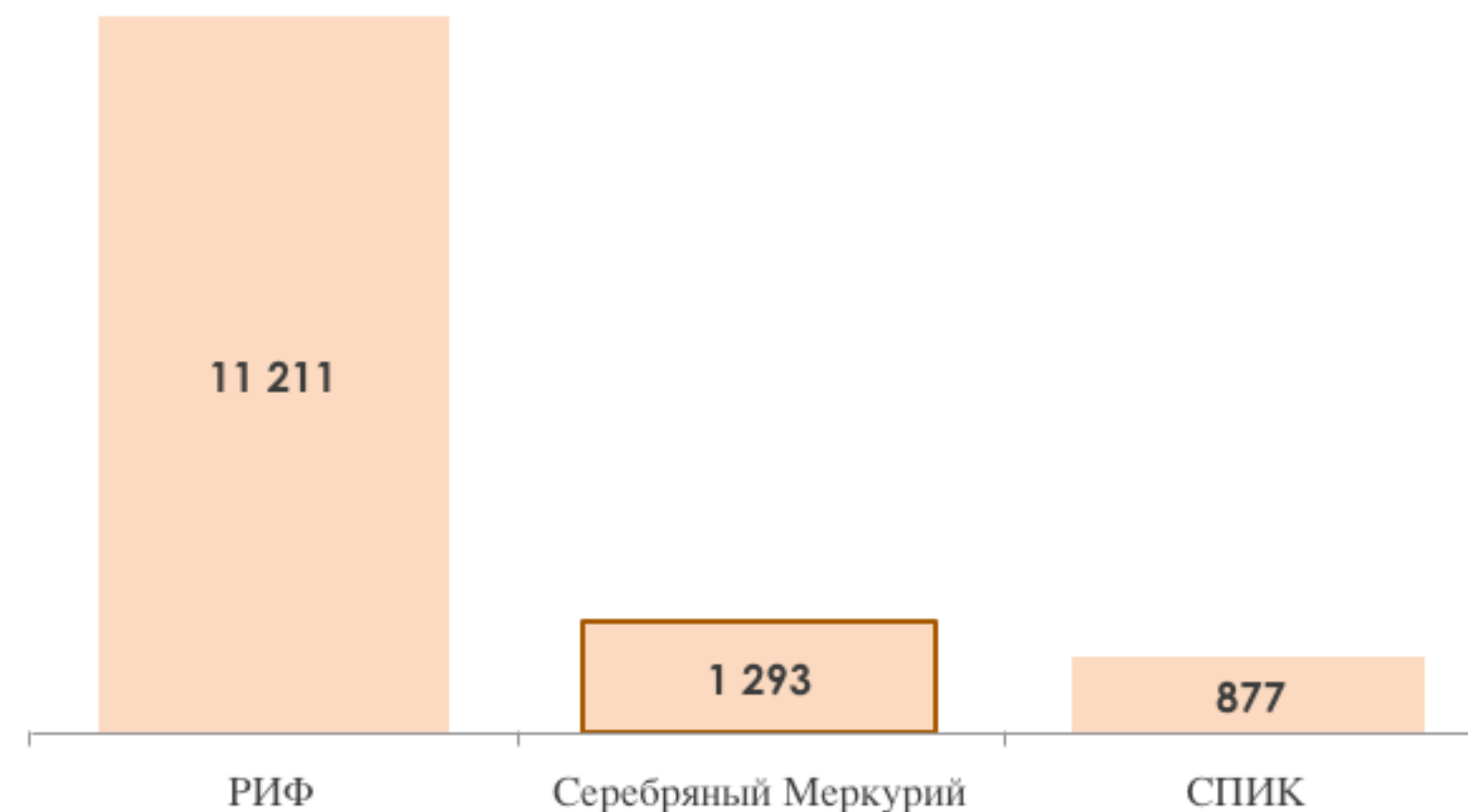
XIX Российский интернет-форум является безусловным лидером в социальных медиа (**11 211** упоминаний за период проведения). Данное событие почти в 9 раз популярнее «Серебряного Меркурия», при этом интерес аудитории отличается высокой стабильностью.

[Серебряный Меркурий](#), 2 – 5 июня 2015 г.

Исследуемый фестиваль собрал меньше упоминаний в соцмедиа, чем *РИФ+КИБ* (всего **1 293** упоминания за период проведения), но в **1,5** раза больше, чем *СПИК*. Интерес также подвержен временным колебаниям (максимальная активность – в предпоследний день).

[СПИК](#), 28 – 29 мая 2015 г.

Санкт-Петербургская интернет конференция обсуждалась реже других (**877** упоминаний), причем интерес здесь еще более стабилен.



Выводы

- **Интерес к фестивалю «Серебряный Меркурий» нашел яркое отражение в соцмедиа:** нагреваясь в течение 2-х недель до старта, объем упоминаний достиг абсолютного пика в предпоследний день проведения. В целом, в сегменте тематических событий «Меркурий» можно отнести к крепким середнячкам: объем упоминаний по событию в 1,5 раза превосходит СПИК, но в 8.6 раз меньше, чем у РИФ +КИБ. Активное вовлечение незадействованных сегментов ЦА позволит повысить стабильность интереса.
- **В структуре информационного поля события преобладают репосты вирусного видеотизера фестиваля, а также информация о победителях.** Значимая доля в общем объеме упоминаний принадлежит также **содержательным отзывам участников – спикерам, слушателям, жюри/ оргкомитету.** Пользователи с гордостью демонстрируют причастность к событию в соцсетях посредством selfie и check-in, а также активных приглашений на определенные выступления: участники события сами стимулируют его продвижение.
- **Лингвистический анализ текстов выявил шестикратное преобладание позитива над негативом –** причем, градус позитивных эмоций принадлежит к высокому спектру благодарности, восторга, искреннего интереса и удивления. Основными составляющими успеха «Меркурия» являются подбор участников (аудитория соцмедиа отмечает жажду душевного общения), интересное и насыщенное содержание выступлений (информационный голод) и множество наград (люди любят побеждать).