

SOSIAALISET VERKOSTOT VENÄJÄLLÄ, TALVELLA 2015-2016 LUKUJA, TRENDEJÄ, ENNUSTEITA

Tämän kirjoituksen tavoite on selventää edes vähän Venäjän sosiaalisen median nykytilannetta ja antaa perusteita sen valitsemiseksi yhdeksi markkinoinnin työkaluista.

Internetin käyttäjiä Venäjällä oli kesällä 2015 noin 77,5 milj. henkilöä, ja näistä 62 milj. kävi internetissä päivittäin. Venäjän sosiaalisissa verkoissa aktiivisia kirjoittajia oli joulukuussa 2015 noin 37 milj. henkilöä.

On nähtävissä, että sosiaalisten medioiden käyttö markkinoinnissa kasvaa.

Agency Assessments International (AAI) konsulttitoimiston ”Raportissa markkinoinnin tendensseistä v.2015-2016” sanotaan, että v.2016 panostus markkinointiin kokonaisuutena pienenee vähitellen, mutta varmasti sosiaalisessa mediassa lisääntyvät. Raportissa korostetaan kahta tärkeintä trendiä markkinoinnin kommunikoinnissa ja tutkimuksissa eli kehitetään kaikkea mikä liittyy sosiaaliseen mediaan ja kaikkea mikä liittyy informaatioon.

Mitä tulee tapahtumaan.

- Kuluttajakommunikointi muuttuu suoraksi, yksilölliseksi ja interaktiiviseksi. Onko se mainontaa tai markkinointia tai imagon luomista? Sosiaalisen median merkitys kasvaa, kun analysoidaan ympäristön mielipiteitä tuotteen myynnin edistämiseksi ja brändin-imagon hallitsemiseksi.
- Uutisista jo yli 99% luodaan sosiaalisessa mediassa ei tiedotusvälineissä.
- Toisen tutkimuslaitoksen PEW Research tuoreen tutkimuksen mukaan 63 % RuNetin (Internet Venäjällä) käyttäjistä katsoo uutisia myös sosiaalisista medioista.

Sama tutkimuslaitos haastatteli 475 suuren venäläisyhtiön markkinointipäällikköä ja he aikovat käyttää sosiaalisia medioita markkinoinnissa ja tulevat panostamaan siihen kolmesta – kahteenkymmeneen prosenttiin markkinointibudjetista, riippuen toimialasta. Esimerkkinä alkoholituotteet joilla on kielto mediamainonnassa (videotaulu, TV) niin sosiaaliselle medialle annetaan n.20 % mainosbudjetista.

Mainontaan on arvioitu käytetyn sosiaalisissa medioissa v.2013 n. 6,3 tuhatta miljardia ruplaa, v.2014 se oli n. 7,4 tuhatta miljardia ruplaa (kasvu 18 %). Kriisin vaikutuksesta mainonnan kasvu on hidastunut ja ollut 15 % vuonna 2015.

Venäjä on suuri

Mainittu Brand Analytics (BA) tutkimus on kattava ja sitä voidaan käyttää tehokkaana työkaluna markkinointia suunniteltaessa. Meidän käytössä on ollut tiedot sosiaalisten verkostojen käyttäjistä, kirjoittajista, iästä, sukupuolesta ja asuinalueesta.

Sosiaalinen verkko	Aktiiviset kirjoittajat yhteensä	Aktiiviset käyttäjät	Levittäytyminen Venäjän alueille
VK.ru (Vkontakte.ru)	18 798 900	0-18, 19-24, 25-34 Naiset 56,3% Miehet 43,7%	Luoteis-Venäjä, Moskova, Tatarstan, Sevastopol
Facebook	1 465 850	25-34, 35-44 Naiset 58% Miehet 42%	Moskova, Altai-tasavalta, Pietari
Ok.ru (Одноклассники)	1 120 200	25-34, 35-44 ja yli 55v. Naiset 69,1% Miehet 30,9%	Maan alue Uralin vuoristosta itäänpäin
Twitter	1 041 100	Twitterissä ei ole ikäkriteeriä Naiset 48,4% Miehet 51,6%	Pietari, Moskova, Novosibirsk
Мой мир (moi mir)	829 750	25-34, 35-45 Naiset 58,2% Miehet 41,8 %	Cheljabinskin alue, Sevastopol, Moskova
Live Journal	110 950	18-24, 25-34 Naiset 44,1% Miehet 55,9%	Moskova, Pietari

Tiedot yhteenvetona suomenkielisenä suunnittelun avuksi

Vkontakte on Venäjällä suosituin sosiaaliverkko ja sen käyttäjäkantaan kuuluvat kaiken-ikäisiä ihmisiä. Aktiivisimmat ryhmät ovat 18 - 35-vuotiaita ja alle. Alaikäisten määrä on 24 % eli n.4,5 miljoona käyttäjää. Luvut näyttävät, että VK.ru sosiaaliverkko on orientoitunut nuoreen väestöön eli 88% käyttäjiä ovat alle 34 vuotiaita.

Venäläisessä liiketoiminnassa VK.ru käytetään markkinoinnissa tuotteen tunnettavuuden tekemiseksi ja tuotesivuston näkyvyyden edistämiseksi. Siinä tarjotaan mm. tavaroita ja palveluita kuluttajille. VK.ru:ssa käytetään sekä maksullisia työkaluja että ilmaisia.

Facebook eroaa kovasti muista venäjänkielisistä sosiaaliverkoista ja sen sisältö on orientoitunut ensisijaisesti liikeyhteyksiin ja liiketoimintaan. Kuten näemme BA tutkimuksesta Facebookin aktiivisin ryhmä on 25-45 vuotiaat eli 68%. Maantieteellisesti suurin osa käyttäjiä on kahdesta pääkaupungista eli Moskovasta ja Pietarista. Tätä voidaan selittää sillä, että suuret bisnekset keskittyvät näihin kaupunkeihin.

Teini-ikäisten huomion kiinnittämiseksi löytyvät omat työkalut eli käytössä ovat VK.ru ja ok.ru (**Одноклассники eli luokantoverit**), näiden sosiaaliverkkojen yhteinen käyttäjämäärä on n. 4 600 000 alaikäistä nuorta.

Одноклассники (ok.ru) alkuaan luotiin kuin seurusteluprojekti, mutta kehittyvä online-business toi mukaan omia muutoksia ja tällä hetkellä jonkun tavararyhmän myynnin edistäminen

luokkatoverien kesken on aivan tavallista. Tässä verkossa ei onnistu finanssialan tai koneenrakennusalan tuotteiden edistäminen, mutta yleisiä teemoja kuten kulinaria, vaatteet, onnittelukortit,... eli kaikki mikä koskee mm. viihdealaa ja tuo mukanaan positiivisuuden sopii tänne.

Instagram sosiaaliverkko kasvoi viime vuonna (2015) Venäjällä 5-kertaisesti. Pew Research Centerin tutkimuksen mukaan noin 17 % kaikkien sosiaaliverkkojen yli 18- vuotiaista käyttäjistä käy Instagramissa päivittäin.

Tämän sosiaaliverkon ytimenä ovat 18-29 vuotiaat nuoret. Kyseessä on Milleniumin sukupolven ihmisiä, jotka usein tekevät ostopäätöksiä sosiaalisen aseman vaikutuksesta. Käyttäjistä 57% käyttää Instagramia vähintään kerran päivässä ja 35% tekevät sitä muutama kerta päivässä.

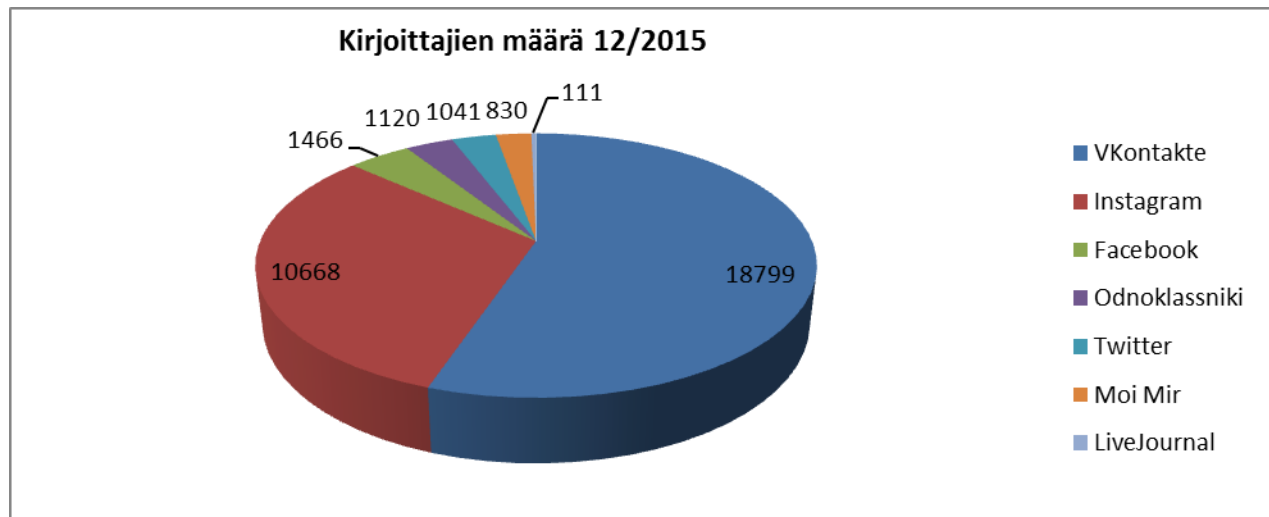
http://www.pewinternet.org/2015/08/19/mobile-messaging-and-social-media-2015/2015-08-19_social-media-update_09/

Yleensä markkinoinnissa Venäjällä käytetään laajasti koko sosiaalisen verkon mahdollisuutta: VKontakte, FaceBook, Twitter, Instagram, YouTube, Ok.ru (Однокласники), LiveJournal, LiveInternet, Moi mir (Мой Мир), LinkedIn, Ammattilaiset (Профессионалы.ру), Minun piiri (Мой круг), Minä (Я.ру), Google+

Eri tietolähteistä kerättyjä lukuja, trendejä, ennusteita ja omia mielipiteitä

Internet-yhteisöjen aktiivisuus = aktiiviset kirjoittajat 12/2015

Aktiivisten kirjoittajien määrä osoittaa Internet-yhteisöjen aktiivisuutta. Joulukuussa 2015 Venäjällä oli noin 37 miljoonaa aktiivista kirjoittajaa. VKontakte on Venäjän suosituin sosiaalisen median väline, joka on jatkuvassa kasvussa, Instagram kasvoi hurjasti 5-kertaiseksi 2015 kevääseen verrattuna, Twitterissä aktiivisten kirjoittajien määrä oli vastaavana aikana laskussa.

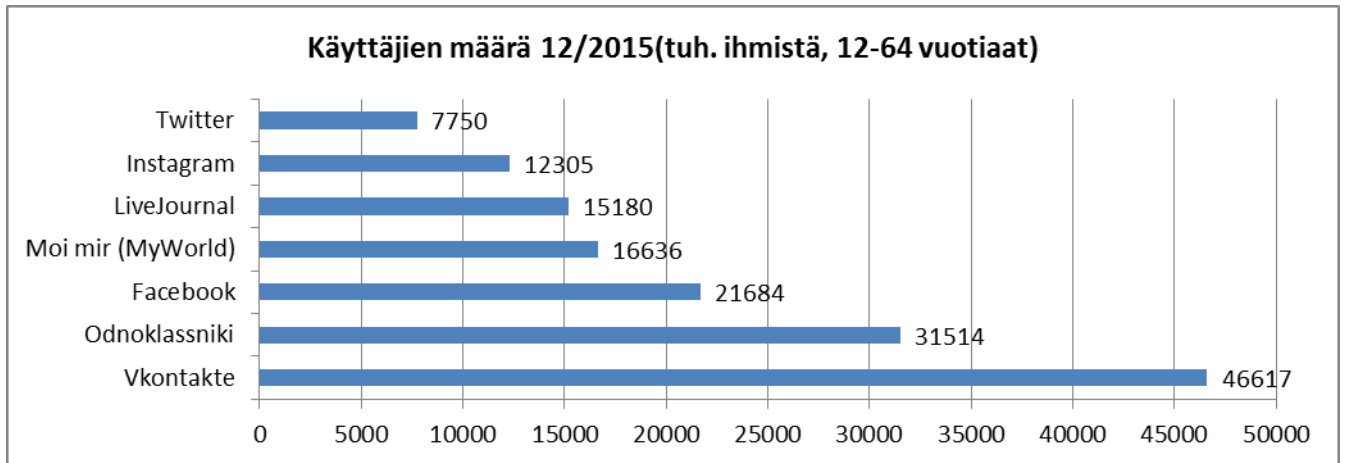


Sosiaalisten yhteisöjen käyttäjät/yleisö, marraskuussa 2015

TNS mukaan useimpien sosiaalisten verkostojen kuukausittainen kävijöiden määrä laskee hieman,

mutta on olemassa tietoja jotka osoittivat myös kasvua (maailman johtava media- ja markkinointitietojen alla toimiva yritys, <http://en.tns-global.ru/about/>).

Käyttäjien määrä nousi Vkontaktessa 46,6 miljoonaan, toiseksi sijoittui Odnoklassniki (Luokkatoverit) - 31,5 miljoonaan. Facebook yleisö joulukuussa 2015 oli 21,7 miljoonaa ihmistä, Moi Mir (MyWorld) - 16,6 miljoonaa ja LiveJournal- 15,2 miljoonaa. Instagram seuraajien osuus joulukuussa kasvoi 2 miljoonalla ja oli 12,3 miljoonaa ihmistä. Twitter yleisö on pysynyt lähes muuttumattomana ollen 7,7 miljoonaa ihmistä.



Sosiaalisten verkostojen [käyttäjät](#) Venäjällä 2012-2015 (milj. käyntiä kuukaudessa)



Lähde: TNS-GLOBAL

Yhteenveto [käyttäjät](#) maantieteellisestä jakaumasta, tammikuu 2014

Venäjän alueet

Sosiaaliset yhteisöt

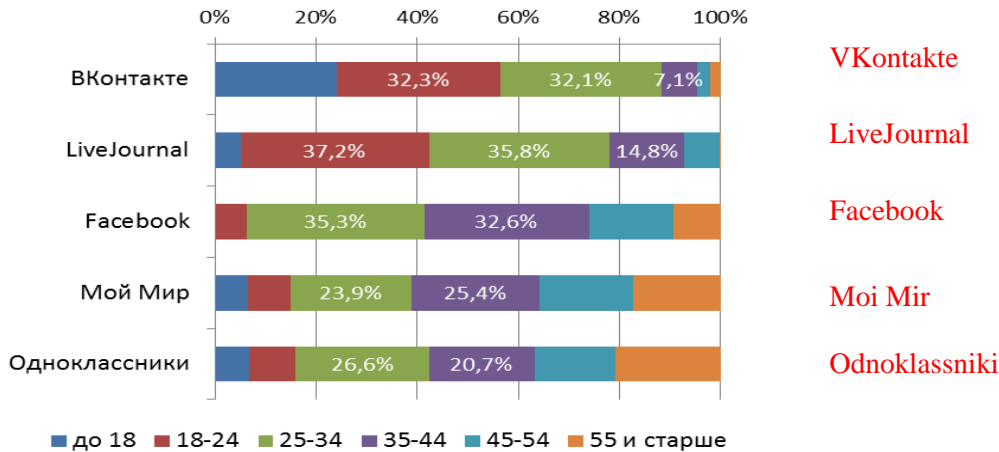
Keski-Venäjä (Tsentralnyi raion)
 Volgan alue (Privolžski raion)
 Etelä-Venäjä (Južnyi raion)
 Siperia (Sibirsi raion)
 Uralin alue (Uralsi raion)
 Luoteis-Venäjä (Severo-Zapadnyi raion)
 Kauko-Itä (Dalnevostocnyi)

	B	o	Smiley	facebook	Twitter
Keski-Venäjä (Tsentralnyi raion)	28%	27%	27%	31%	30%
Volgan alue (Privolžski raion)	20%	19%	20%	19%	20%
Etelä-Venäjä (Južnyi raion)	15%	17%	16%	15%	14%
Siperia (Sibirsi raion)	13%	16%	14%	13%	13%
Uralin alue (Uralsi raion)	9%	9%	9%	8%	9%
Luoteis-Venäjä (Severo-Zapadnyi raion)	11%	7%	9%	10%	11%
Kauko-Itä (Dalnevostocnyi)	4%	5%	5%	4%	4%

TNS, tammikuu 2014, kävijät kuukaudessa

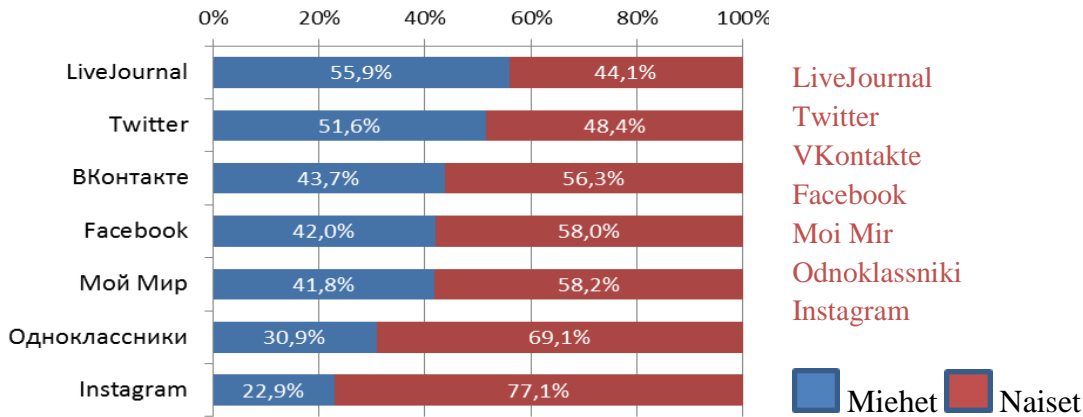
Kirjoittajien sosiodemograafisten ominaisuuksien vertailu

Ikäryhmä, joulukuu 2015



Kuluneen kuuden kuukauden aikana sosiaalisen median kirjoittajien keski-ikä nousi, kun taas alle 18-vuotiaita kirjoittajia oli vähemmän. LiveJournal ja Vkontakte yhteisöjen kirjoittajista suurin osa on 18-24 ja 25-24 vuotiaita ihmisiä, muissa verkoissa kirjoittajina ovat 25-34 ja 35-44 vuotiaat. Tutkimuksessa ei ollut tietoja yhteisöjen Twitter ja Instagram kirjoittajien iästä.

Sukupuoli, joulukuu 2015



Näyttää siltä, että naiset ovat alttiimpia Instagram ja Odnoklassniki - riippuvuudelle kuin miehet (Instagram - 77,1% kirjoittajista) ja (Odnoklassniki - 69,1% kirjoittajista), LiveJournalissa ja Twitterissä on enemmän miehiä.

Alkuperäiset tiedot venäjäksi:

Suomenkielisenä on esitetty Vkontakte ja Facebook.

Venäjänkielisinä tietolähteistä löytyvät: VKontakte, Odnoklassniki (Luokkakaverit), Facebook, Moi Mir (My World), LiveJournal, Instagram ja Twitter.

Vkontakte vk.com

KÄYTTÄJIEN MÄÄRÄ KUUKAUDESSA

46 617 000

(ihmisiä, jotka kävivät sivulla vähintään kerran kuukaudessa)

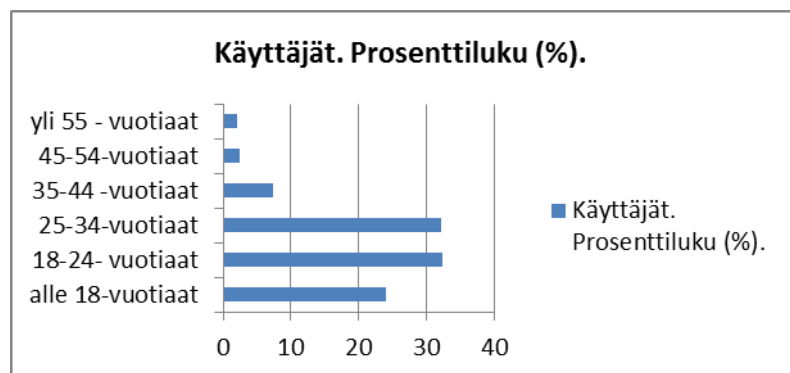
AKTIIVISTEN KIRJOITTAJIEN MÄÄRÄ

18 798 900

(Aktiivinen kirjoittaja on henkilö, joka laittaa vaikkapa yksi julkinen viesti kuukaudessa)

KIRJOITTAJIEN SUKUPUOLI

Kirjoittajien ikä (32,7% kirjoittajista on tiedossa ikä)





Vkontakte kirjoittajien maantieteellinen jakauma (joulukuu 2015)



Alue	Kirjoittaja	% ko alueen väestöstä
Venäjä	18 798 902	12,9
1. Pietari	1 594 824	31,72
2. Moskova	2 773 482	23,15
3. Murmanskin alue	151 315	19,39
4. Kaliningradin alue	183 858	19,26
5. Sevastopol	72 129	18,79
6. Karjalan Tasavalta	116 274	18,26
7. Vologdan alue	202 191	16,9
8. Tatarstanin Tasavalta	640 100	16,75
9. Cheljabinskaja oblast	571 798	16,41
10. Arkankelin alue	190 003	16,39

Brand Analytics, декабрь 2015

Facebook <https://www.facebook.com/>

**KÄYTTÄJIEN MÄÄRÄ
 KUUKAUDESSA**

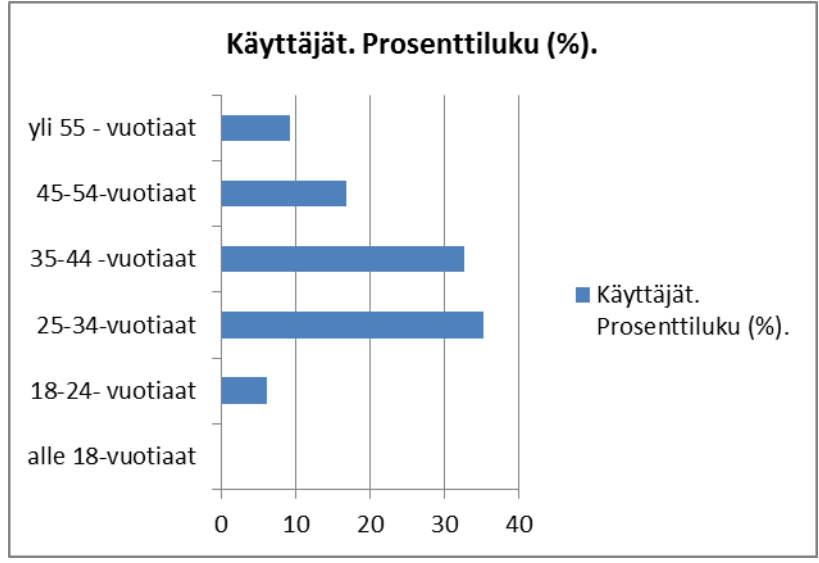
21 684 000
 (ihmisiä, jotka kävivät sivulla vähintään kerran kuukaudessa)

**AKTIIVISTEN KIRJOITTAJIEN
 MÄÄRÄ**

1 465 850
 (Aktiivinen kirjoittaja on henkilö, joka laittaa vaikkapa yksi julkinen viesti kuukaudessa)

KIRJOITTAJIEN SUKUPUOLI

Kirjoittajien ikäryhmä (3,3% kirjoittajista on ikä tiedossa)





58,0
%



42,0%

Facebookin kirjoittajien maantieteellinen jakauma (joulukuu 2015)



Alue	Kirjoittaja	% ko alueen väestöstä
Venäjä	1 465 823	1,01
1. Moskova	764 905	6,39
2. Altai Tasavalta	7 896	3,75
3. Jaroslavin alue	40 491	3,18
4. Pietari	117 083	2,33
5. Kaliningradin alue	14 664	1,54
6. Severnaja Osetija	9 365	1,33
7. Tomskaja oblast	9 464	0,89
8. Sverdlovskaja oblast	37 674	0,87
9. Primorski krai	15 946	0,82

*Brand Analytics, декабрь 2015

Trendit, ennusteet ja mielipiteet

1. Venäjän Instagram aktiivisuudessa on huomattava kasvu. Valtaosa Instagramiin kirjoittajista on myös muiden sosiaalisten verkostojen aktiivisia käyttäjiä – muihin sosiaalisiin verkostoihin on yli 50% viesteistä. Crossposting <http://vacacon.com/article/crossposting>,
2. Facebookissa pääosin kasvaa se osa joka koskee liikeyhteyksiä ja liikeasioita. Facebookin sisällön analyysin mukaan yli 30% kaikista tämän sosiaalisen median sisällöstä on liikeaiheisia.
 Facebook on Venäjällä toki sallittu sovellus, ainakin toistaiseksi. Viranomaiset ovat useaan otteeseen uhanneet estää Facebookin, Googlen ja Twitterin käytön mikäli nämä eivät rekisteröidy tiedonvälityspalveluiden tarjoajiksi. Tällöin käyttäjien viestit, kuvat ja muut tiedot olisi pakko tallentaa Venäjällä sijaitseviin palvelimiin.
 Iso osa Facebookin venäläisistä käyttäjistä on henkilöitä, joilla on kontakteja ulkomaille esimerkiksi työn tai harrastusten kautta.

3. Asiantuntijoiden mielipiteen mukaan Venäjän Twitter menettää hitaasti aktiivisuutta koska se on liian vaikea ja monimutkainen monille käyttäjille.
<http://www.spb.kp.ru/daily/26225.7/3109801/>
4. Vkontakte on Venäjän ja koko Itä-Euroopan suosituin, jatkuvassa kasvussa oleva yhteisöpalvelu, jota käyttää päivittäin n. 70 miljoonaa ihmistä. Vkontakte on venäläisten oma palvelu, jossa keskustelua käydään pääasiassa venäjäksi, kyrillisillä kirjaimilla venäläisten ja muiden itäeurooppalaisten kanssa. Kieliasetukset voi haluttaessa vaihtaa, ja löytyypä asetuksista suomikin. Kaikkiaan kielivaihtoehtoja on yli 70.
5. LinkedIn käyttäjiä on noin 3 miljoonaa. Venäläisten käyttäjien määrä vuonna 2014 kasvoi 50%. On nähtävissä, että käyttäjien määrä edelleen kasvaa.

Venäjäksiäiset lähteet:

Tutkimuskeskus <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/>

Analysointikeskus <http://begemotsoft.ru/index.php/staty/17-luchshie-sotsialnye-seti-dlya-biznesa>
Izvestia sanomalehti <http://izvestia.ru/news/587631>

Facebook lukuina 2015 <http://www.pro-smm.com/facebook-2015/>

Sosiaalinen media markkinoinnissa:

<https://biz360.ru/materials/380/>, <http://smallbusiness.ru/work/adv/364/>

Maaliskuu 2016

Tekijät: Pekka Peltonen, Marina Baklanova ja Marina Belova