



Wisła w social mediach

RAPORT





170 milionów kontaktów z marką, 3,6 miliona polubień, 350 tysięcy wzmianek i 250 tysięcy komentarzy oraz estymowany ekwiwalent reklamowy na poziomie prawie 20 milionów złotych - tak wyglądał rok Wisły Kraków w social mediach - wynika z analizy przeprowadzonej przez agencję komunikacji marketingowej Abanana, przy pomocy narzędzi Unamo! Zapraszamy na specjalny raport o Wiśle w social media! Raport dotyczy okresu 21.02.2017 – 21.02.2018.

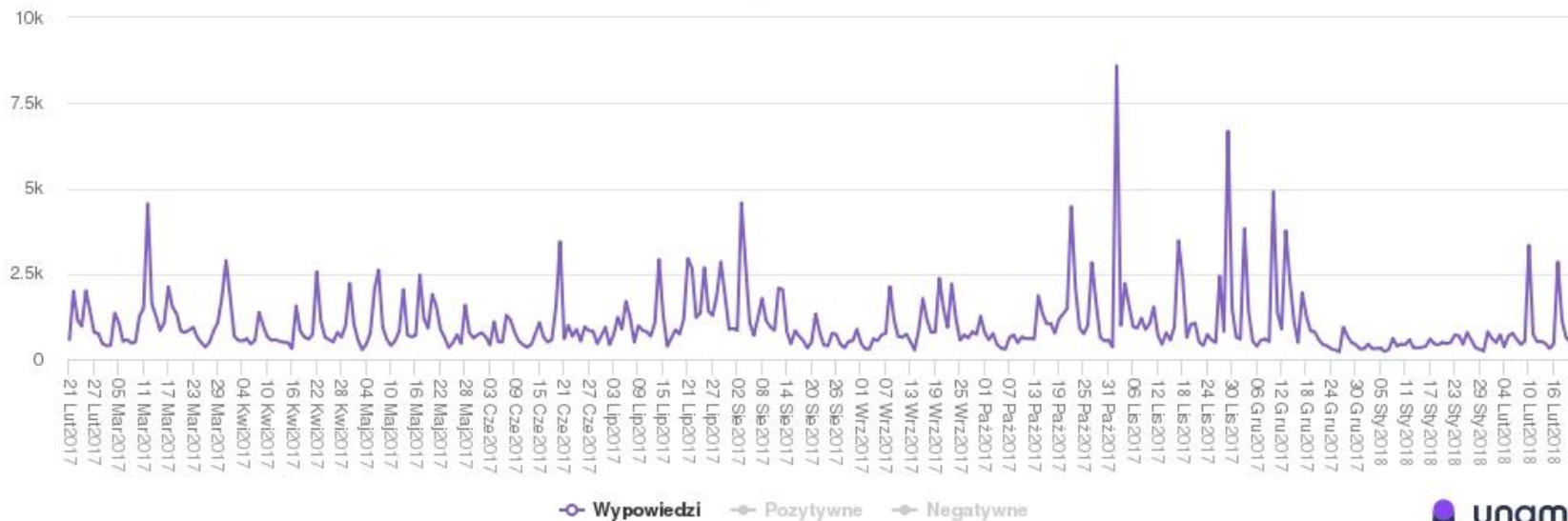




Wypowiedzi na temat Wisły Kraków

Wisła Kraków

Wypowiedzi



unamo

W ciągu roku ponad dwudziestokrotnie liczba wzmianek o Wiśle przekroczyła granicę 2 500 na tydzień.





Kanały komunikacji i influencerzy

Sentyment

WYDŹWIĘK



❌ 15.49% (13 286)
Negatywne

✅ 84.51% (72 487)
Pozytywne

Eksportuj dane ↓

PLEĆ



● 18.43 % (61 094)
Nieznane

● 72.18 % (239 291)
Mężczyźni

● 9.39 % (31 141)
Kobiety

Eksportuj dane ↓

Źródła

Eksportuj dane ↓

Facebook	71.94% (265 538)
Youtube	8.6% (31 743)
Twitter	7.48% (27 605)
Instagram	6.51% (24 037)
Społeczności	3.43% (12 666)
Portale	1.78% (6 571)
Blogi	0.23% (866)
Inne	0.01% (34)
Fora	0.01% (34)

Influencerzy

Popularność ▼

1.		Wisła Kraków 💬 4 115 ☆ 60 203 652
2.		Wisła Kraków SA (wislakrakowska) 💬 363 ☆ 3 485 875
3.		Wisła Kraków - Więcej niż klub 💬 3 779 ☆ 3 167 002
4.		CANAL+ SPORT 💬 163 ☆ 3 502 631
5.		Wisła Kraków Fans 💬 1 237 ☆ 1 924 657

Co ważne, niemal 85% wypowiedzi miało pozytywny wydźwięk. Jak widać, najważniejszym kanałem komunikacji był Facebook, następnie zaś niemal identycznie ważne były Youtube, Twitter i Instagram. W gronie największych "influencerów" oprócz oficjalnego konta Wisły Kraków na Facebooku, Twitterze i Youtube, pojawiły się także dwa facebookowe fanpage'e kibicowskie.



Analiza interakcji w social media

WSZYSTKIE WYNIKI: 369 096

348 925

(94.54%)

Social media

20 171

(5.46%)

Poza social media

PRO INTERAKCJI W SOCIAL MEDIA: 3 894 610

3 589 067

(92.15%)

Liczba polubień

247 474

(6.35%)

Liczba komentarzy

58 069

(1.49%)

Udostępnień

PRO EKWIWALENT REKLAMOWY: 5 718 474 USD

5 718 474 USD

Estymowany ekwiwalent reklamowy - social media

170 732 306

Potencjał wpływu

WYNIKI Z USTALONĄ PŁCİĄ: 270 432

239 291

(88.48%)

Mężczyźni

31 141

(11.52%)

Kobiety

MĘŻCZYŹNI: 239 291

190 441

(79.59%)

Neutralne

7 928

(3.31%)

Negatywne

40 922

(17.1%)

Pozytywne

KOBIETY: 31 141

25 216

(80.97%)

Neutralne

612

(1.97%)

Negatywne

5 313

(17.06%)

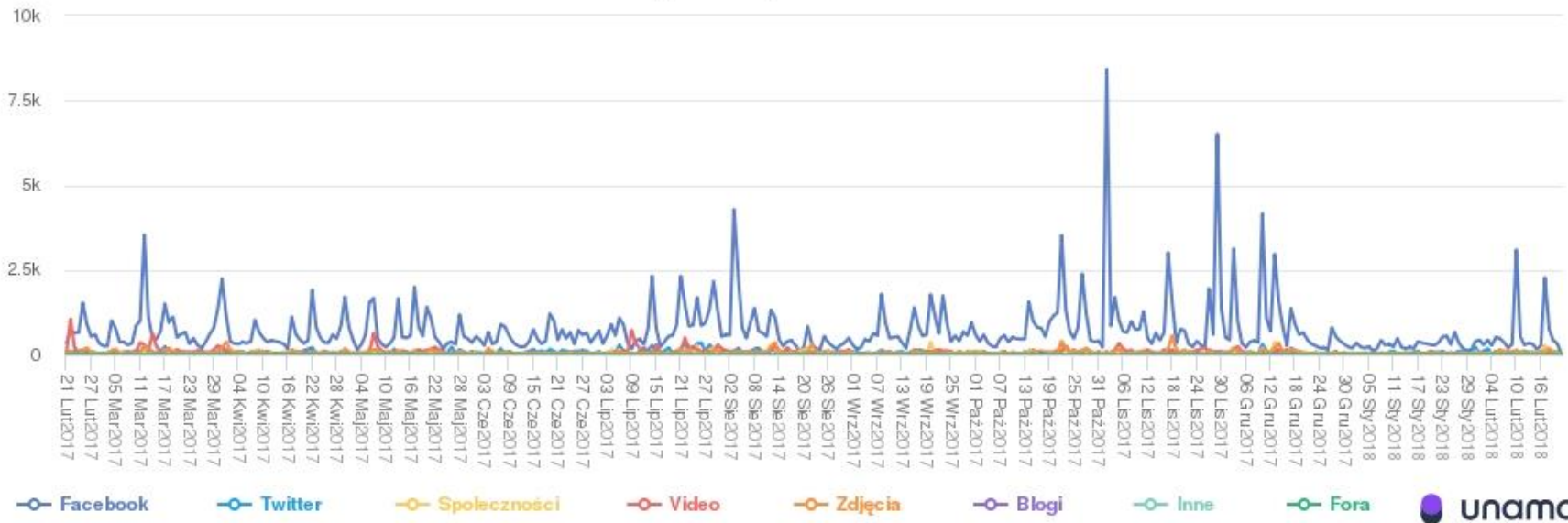
Pozytywne

Od 21 lutego 2017 do 21 lutego 2018 posty związane z Wisłą Kraków spotkały się z 3 589 067 polubieniami, Kibice i Kibicki aż 247 474 razy pokusili się o komentarz, zaś 58 069 razy wiślackie treści zostały udostępnione. Nic dziwnego, że takie zaangażowanie kibicowskie pozwoliło oszacować ekwiwalent reklamowy na prawie 6 milionów dolarów.

Wypowiedzi – podział na źródła

Wisła Kraków

Wypowiedzi w podziale na źródła



Facebook jest dla Was głównym źródłem komunikowania o Wiśle.



Źródła wypowiedzi – płeć

Wisła Kraków

Źródła wypowiedzi - płeć

unamo

Facebook

Mężczyźni 89.89% / 195644

Kobiety 10.11% / 22009

Twitter

Mężczyźni 91.77% / 13594

Kobiety 8.23% / 1219

Społeczności

Mężczyźni 99.42% / 7224

Kobiety 0.58% / 42

Youtube

Mężczyźni 89.87% / 13558

Kobiety 10.13% / 1529

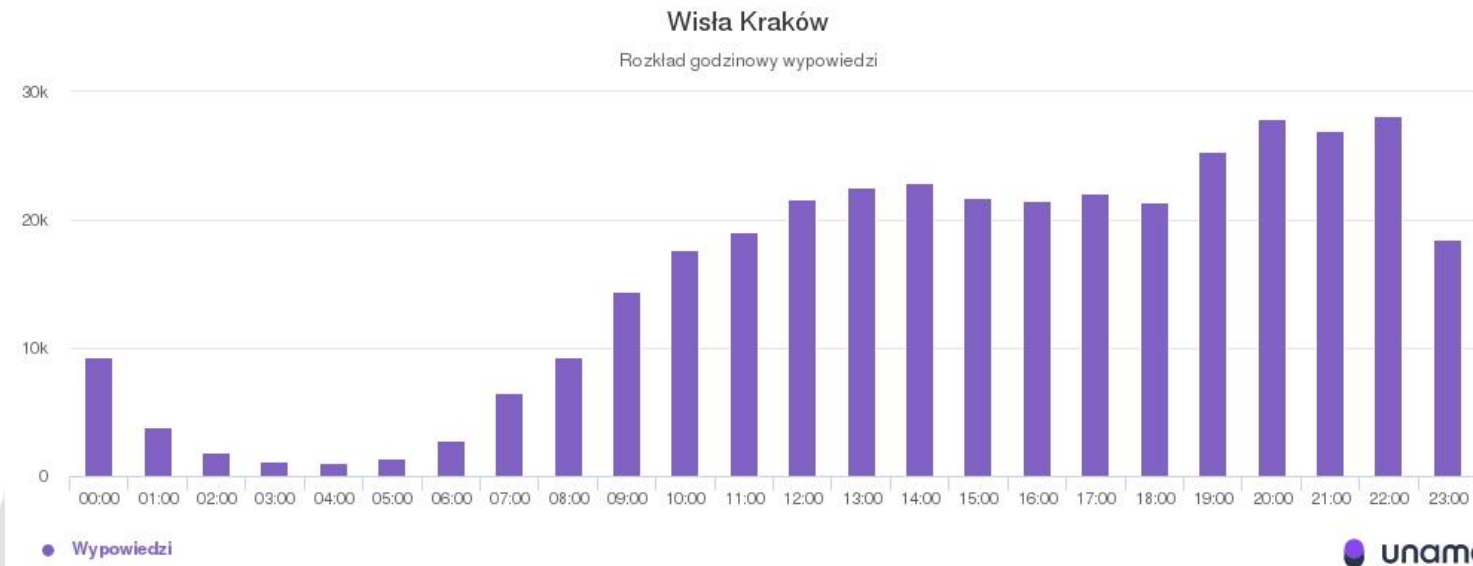
Instagram

Mężczyźni 58.29% / 8686

Kobiety 41.71% / 6216

Bardziej aktywnymi użytkownikami byli mężczyźni, lecz docenić należy 22 000 wypowiedzi przedstawielek płci pięknej na Facebooku. Panie gonią panów zwłaszcza na Instagramie - aż 41,7% wpisów pod wiślackimi treściami na tym serwisie społecznościowym było autorstwa jego użytkowniczek.

Źródła wypowiedzi – płęć



Najwięcej wypowiedzi - jak można było się spodziewać - zostało zarejestrowanych w godzinach wieczornych, zwykle w czasie zakończenia meczów Białej Gwiazdy. W nocy fani Wisły grzecznie śpią, by potem w dzień mieć czas na komentowanie i wszelkie inne przejawy zainteresowania wszystkim, co z Klubem związane.



Dziękujemy i prosimy o więcej!

