

Ανάλυση Κοινωνικών Μέσων: Η χρήση του Facebook και του Instagram στον επιχειρηματικό κλάδο των τροφίμων

**Social Media Analytics: The use of Facebook and Instagram
In the food industry**

ΓΕΩΡΓΙΑΔΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ A.M. mai16068

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΩ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ



➤ *Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ):* χρησιμοποιούνται ευρέως

➤ *Facebook και Instagram:* δημοφιλή, χρησιμοποιούνται από τον κλάδο των τροφίμων

➤ *Κλάδος των τροφίμων:* έντονη παρουσία στα ΜΚΔ

Στόχοι:

- ✓ Με ποιους δείκτες μπορεί μία εταιρεία να αξιολογήσει την παρουσία της στο Facebook και το Instagram
- ✓ Αξιολόγηση της χρήσης του Facebook και Instagram από τις εταιρείες που προσφέρουν ηλεκτρονικές υπηρεσίες delivery φαγητού σε Ελλάδα και Κύπρο



ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

Στόχοι Marketing



Return on Investment (ROI)
κέρδος από social media

Άλλοι στόχοι
(π.χ. αύξηση πωλήσεων,
βελτίωση ικανοποίησης
πελατών, κλπ.)

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

Δείκτες Μέτρησης Απόδοσης – Key Performance Indicators (KPIs)

Είναι μετρήσιμοι και συνοπτικοί δείκτες που έχουν σχεδιαστεί για να μετρήσουν την επίτευξη στρατηγικών στόχων συνδυάζοντας πολλές πληροφορίες.
(Alberghini et al. (2014))

Παραδείγματα δεικτών

Objectives	KPIs
Awareness	number of followers/viewers, likes, reach
Engagement	number of active fans, comments, tags, percentage of commented posts
Word of Mouth	number of reposts, shares, friend invites
Conversion Rate	link clicks

ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟ FACEBOOK

Μετρικές στο Facebook

Objective	Metric
Awareness	Number of likes or number of fans
	Percentage of posts that have been liked
	Average number of likes per post
Engagement	Number of "active" fans
	Average number of comments per post
	Percentage of commented posts
	Commitment of fans
	Number of inbox messages

Objective	Metric
Virality	Average amount of shares per post
	Percentage of shared posts
	Virality of posts among fans
Advocacy	Number of responses to friend invites
	Number of advocates
Conversion Rate	Clicks on website link
	Clicks on offer links
	Number of conversions
Customer satisfaction	Sentiment of comments
	Sentiment of Inbox messages
Brand's efficiency	Response Time

Evaluation of external sources	Like Sources
Social Legitimacy	Number of wall posts per topic (environment, governance, finance etc.)
	Change of fans' number
Brand's Growth	Change of "active" fans' number



- ❑ Πλατφόρμα διαμοιρασμού φωτογραφιών που δημιουργήθηκε το 2010.
- ❑ Εξαγοράστηκε από το Facebook το 2012.

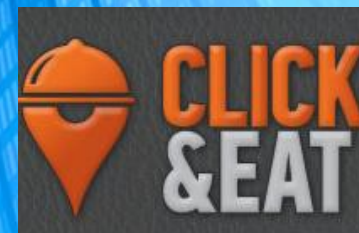
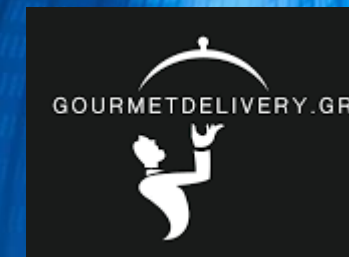
Ανάλυση στο Instagram

Μετρικές στο Instagram:

followers, total photos/videos, impressions, posts' tonality,
website clicks, shares, replies and exits (for stories)

ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

- Πολλές ξένες εταιρείες του κλάδου των τροφίμων έχουν επιτυχημένη πορεία στα ΜΚΔ (π.χ. Coca-Cola, Red Bull, Oreo, Domino's Pizza, κλπ.)
- 17 ιστοσελίδες που προσφέρουν ηλεκτρονικές υπηρεσίες delivery φαγητού σε Ελλάδα και Κύπρο συγκεντρώθηκαν



ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Μεθοδολογία:

- Συγκεντρώθηκαν έπειτα από έρευνα σε μηχανές αναζήτησης όπως η Google και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων
- Παρατήρηση των λογαριασμών τους σε Facebook και Instagram, καταγραφή των παρατηρήσεων και δημιουργία 3 βασικών πινάκων

ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟ FACEBOOK

WEBSITES	FACEBOOK METRICS				
	Likes	Check-ins	People talking about it	Response Rate	Rating/ Reviews
e-food.gr	163,000	473	6,600	92% (in a few hours)	3.9/5 from 718 reviews
clickdelivery.gr	72,000	84	676	81%	4.3/5 from 146 reviews
deliveras.gr	54,000	11	2,282	100% (within a few minutes)	4.8/5 from 407 reviews

EPEYNA ΣΤΟ FACEBOOK

Websites	Factors to assess										
	main and cover photo	action button	social media association	posts' diversity	posts' creativity	posts' frequency	contests/ offers/ coupons	crisis management	photos	videos	general Facebook presence
efood.gr	main photo: logo, cover: photo of a contest	shop now	Instagram & Twitter	good: funny images, videos, links for blog, contests	good: creative and funny images and videos	very good: once or twice a day	good: contests and coupons are posted once in a while	replies to negative reviews	mostly funny images or photos to promote an offer/contest	many videos are posted: YouTube videos, shows, funny videos, vlogs etc. It uses the livestream feature.	very good: every factor is at a very good level
clickdelivery.gr	main photo: logo, cover: photo ad of the website and the mobile app	shop now	Twitter	not good: mainly promotive photos. A few contests and coupons in the past	average: not so creative images, constests are creative	not good: a few times a month. Inactive from July to November '16.	average: they post a few	replies to negative reviews most of the time	mostly photos of food mainly, or related to sports events, offers/contests	not good: a few videos, some without sound, not creative	good: good diversity, lacks frequency, creativity and videos
deliveras.gr	main photo: logo, cover photo: image with slogan, no colors	use app (leads to informations about mobile applications)	-	not good: mainly photos and images	average: some creative and funny photos	very good: once a day	a monthly contest	replies to negative reviews, some replies have an apologetic or aggressive tone towards the	mainly food photos and funny images	average: videos about contests' results posted once a month, some ads and funny videos	good: good frequency, creativity, lacks diversity

ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟ INSTAGRAM

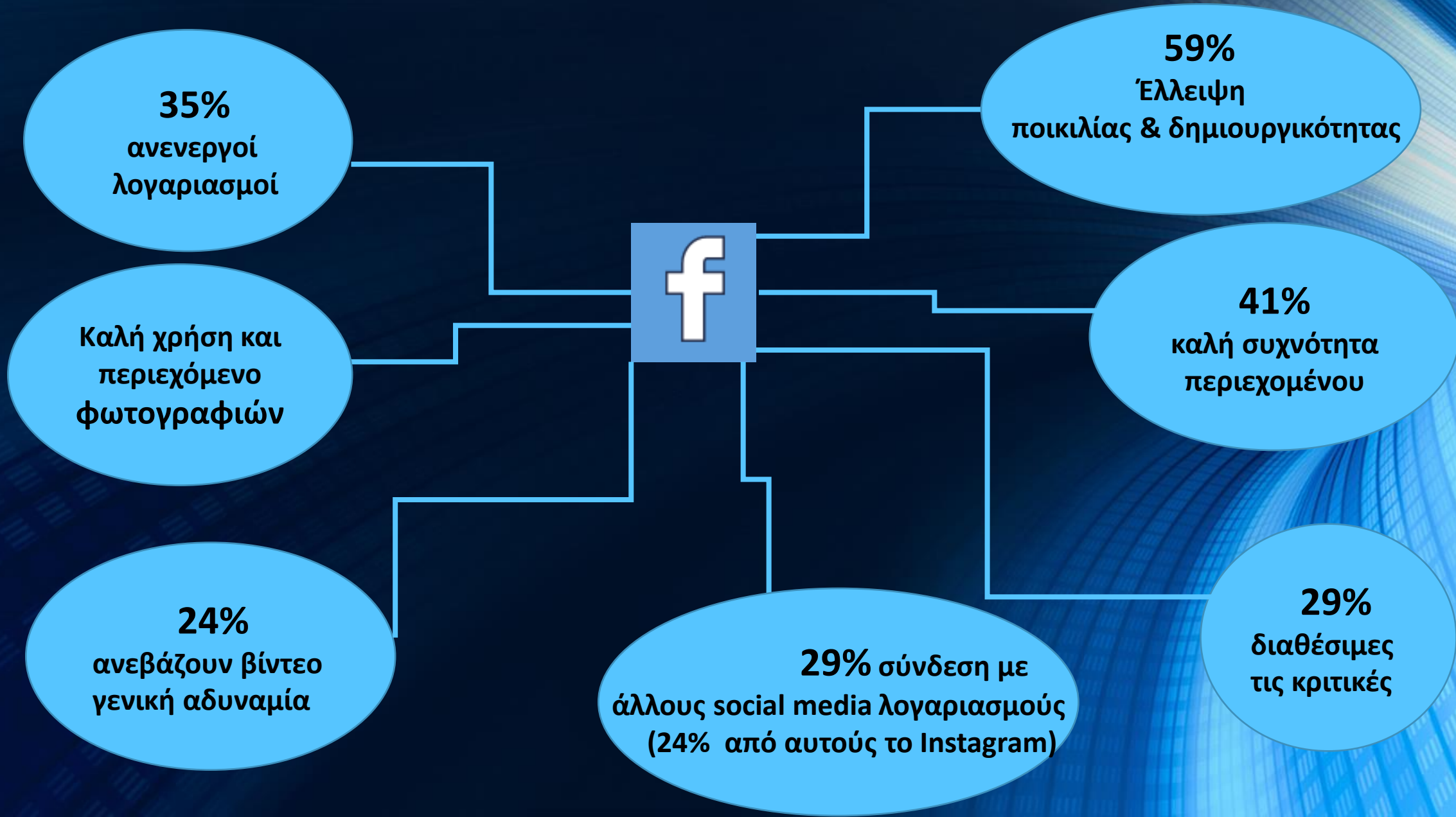
41% των ιστοσελίδων (7) χρησιμοποιούν το Instagram

Website	general presence	followers	total posts	profile photo	posts' creativity	posts' diversity	posts' frequency
e-food.gr	very good: good content and video presence, could use more hashtags	18,700	529	logo	good	very good: videos, group photos, food photos, ads, offers and contests	very good: 1-2 times per day
deliveras.gr	good: good frequency and hashtags' use, lacks diversity and videos	226	139	logo	good	good: food photos and funny images	very good: once per day to a few times a week
delivery.gr	good: active account, good frequency, lacks diversity and videos	563	80	logo	good	not good: mainly food photos	very good: around once per day

EPEYNA ΣΤΟ INSTAGRAM

Website	videos	hashtags' use	affective content	brand's information on Instagram
e-food.gr	many videos posted, creative and funny	average: few hashtags, could use more	yes: group photos and funny videos provoke positive feelings	Facebook link, e-mail, call button, address, no website link
deliveras.gr	-	good: around 7-10 hashtags per posts	yes: provoke laughter and hunger	website link, call button, address
delivery.gr	-	good: many hashtags used, more than enough on some posts	average: appealing food photos, provoke hunger	call button, address, website link, e-mail

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ



And the winner is...

1st: e-food.gr



deliveras.gr & delivery.gr



ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Μπορούν να υπάρξουν βελτιώσεις στη χρήση των Facebook και Instagram, π.χ. πιο δημιουργικό, ποικίλο περιεχόμενο και περισσότερα βίντεο.
- Λίγοι δείκτες είναι διαθέσιμοι στο ευρύ κοινό. Πολλοί περισσότεροι δείκτες είναι διαθέσιμοι για τους διαχειριστές των λογαριασμών. Υπάρχει μία έλλειψη δεικτών στο Instagram.
- Μπορούν να μετρηθούν πολλοί παράγοντες για να αξιολογηθεί η παρουσία μιας επιχείρησης στις πλατφόρμες αυτές.

Οι πίνακες που προτείνουμε μπορούν να χρησιμοποιηθούν από εταιρείες που έχουν ήδη λογαριασμούς ή που θέλουν να ξεκινήσουν να χρησιμοποιούν το Facebook και το Instagram.

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

- ✓ Μικρός αριθμός λογαριασμών (17)
- ✓ Μικρός αριθμός μετρικών
- ✓ Μετρικές όπως response rate είναι ποσοστά
- ✓ Μετρικές όπως το crisis management δε μπορούν να μετρηθούν πάντα
- ✓ Κάποιες ιστοσελίδες απευθύνονται σε συγκεκριμένες περιοχές γεωγραφικά

ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

- ✓ Η εργασία είναι χρήσιμη στον επιχειρηματικό και ακαδημαϊκό κόσμο

Παρόμοιες ερευνες:

- ✓ εξειδικευμένα εργαλεία και περισσότερα KPIs
- ✓ σε άλλες πλατφόρμες
- ✓ άλλου είδους φίρμες (π.χ. εστιατόρια, αλυσίδες fast food κλπ.)

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ
ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ
ΣΑΣ!**