

SOCIAL NETWORKS

CIFRE, TREND SI UTILITATE IN .RO



Mihai Dumitru, Ianuarie '10

I. QUICKFACTS

II. FACEBOOK

III. HI5

IV. TWITTER

V. LINKEDIN

QUICK FACTS

- 96% dintre tineri sunt prezenti in retelele sociale (in SUA)
- Social Media a depasit pornografia, devenind cea mai frecventa activitate online
- 50 milioane utilizatori:
 - 38 ani (radioul)
 - 4 ani (internetul)
 - **5 luni** (Facebook)
- China, India, Statele Unite, **Facebook**

1.1 FACEBOOK – FACTS

- inventat de Mark Zuckerberg in 2003, in timpul unei vizite la Harvard
- in 2007, Microsoft cumpara 1.7% din Facebook (240 milioane \$)
 - publicitatea in bannere Facebook este furnizata exclusiv de Microsoft
- in 2009, DTS cumpara 2% din Facebook (200 milioane \$)
- peste 350 milioane utilizatori activi – 50% intra pe site in fiecare zi
- 2.5 miliarde poze incarcate in fiecare luna

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

1.1 FACEBOOK – FACTS

- **Prezentările** cu cei mai multi fani:
 - Michael Jackson (>10 milioane)
 - Facebook (6.5 milioane)
 - Nutella (3.5 milioane)
 - Freeze Pops (3.3 milioane)
 - Pringles (3 milioane)
- **Aplicatiile** cu cei mai multi utilizatori lunar:
 - Farmville: 74 milioane
 - Café World: 31 milioane
 - iHeart: 29.5 milioane
 - Birthday Cards: 28.3 milioane

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

facebook

1.2 FACEBOOK IN ROMANIA

- 2 milioane vizitatori lunar | time-on-site: 20 minute
- 500.000 utilizatori (fata de 50.000 in decembrie 2008)
 - < 18 ani: 50.000
 - 19 – 25 ani: 190.000
 - 26 – 40 ani: 210.000
 - > 41 ani: 41.000
- 270.000 utilizatori femei / 230.000 utilizatori barbati
- 300.000 vorbitori de limba engleza

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

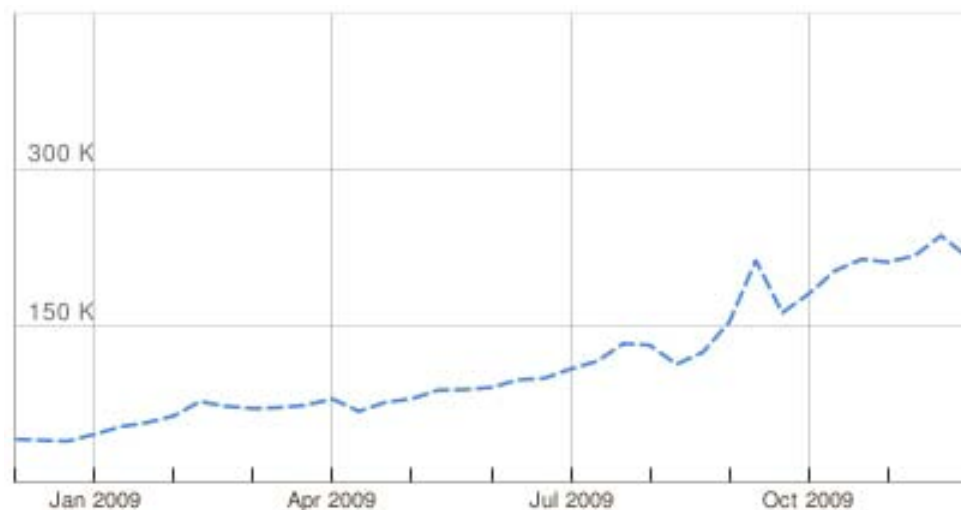
1.2 FACEBOOK IN ROMANIA

- 1.5 milioane vizitatori lunar | time-on-site: **20 minute**
- **500.000** utilizatori (fata de 50.000 in decembrie 2008)
 - < 18 ani: 50.000
 - 19 – 25 ani: 190.000
 - 26 – 40 ani: 210.000
 - > 41 ani: 41.000
- 270.000 utilizatori femei / 230.000 utilizatori barbati

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

1.3 FACEBOOK TRENDS ROMANIA

- Vizitatori unici ianuarie-noiembrie 2009
- Se observa un trand ascendent, cu varful atins in septembrie '09



facebook

1.4 FACEBOOK – PROS&CONS

- Mediu “safe”, posibilitati de promovare atat pentru firmele mici, cat si pentru corporatii
- Puncte forte:
 - Modalitati multiple de promovare
 - Pozele / textele sunt moderate – riscul de a alatura imaginea brandului cu elemente nepermise este minima
 - Modalitati multiple de targetare
- Puncte slabe:
 - Numar mic de membri fata de concurenta (Hi5)

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

1.5 MODALITATI DE PROMOVARE

- Gratuite:
 - Prezentarea brandului (Facebook pages)
 - Grup de sustinatori
 - Sondaje tematice
 - Interactiunea brandului cu alti utilizatori
 - Crearea unui grup de “Fani”
- Fee-based
 - Campanii de bannere (prin serverul Microsoft)
 - campanie text-ad-uri (CPC sau CPM) – www.facebook.com/ads
- Promovarea canalelor Facebook prin text-ads (+targetari)



2.1 HI5- FACTS

- fondat in 2003, in India – a treia mare retea sociala
- 50 milioane vizitatori, lunar
- ~ 80 milioane utilizatori
- Romania – element de baza in politica managementului



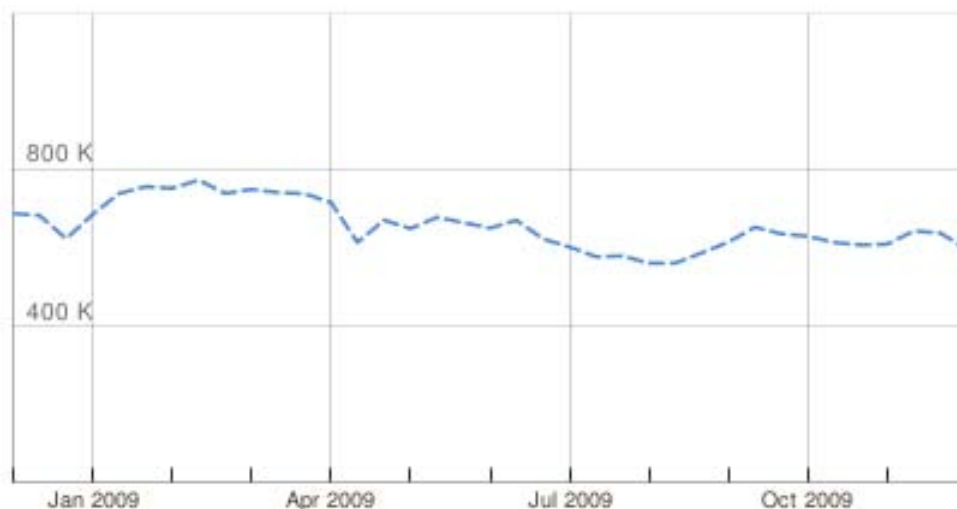
2.2 HI5 IN ROMANIA

- cea mai populara retea sociala din Romania, in prezent
- 4.5 milioane vizitatori unici in decembrie 2009 (sati.ro)
 - > 2 miliarde afisari
- 2.6 milioane conturi active (varsta preponderenta: 15-24 ani)
 - 13-18 ani: 35%
 - 18-25 ani: 46%
 - >25 ani: 19%
- 25% din utilizatori intra pentru a se juca



2.3 HI5 TRENDS ROMANIA

- Vizitatori unici ianuarie-noiembrie 2009
- Se observa un trend descendent, care continua si in ultima luna analizata



2.4 HI5 – PROS & CONS

- Campanii pentru produsele / serviciile dedicate tinerilor
 - Campanii de masa (procentaj ridicat al utilizatorilor de internet)
- Puncte forte:
 - reseaua sociala cu cei mai multi romani inregistrati
 - posibilitati multiple de targetare
- Puncte slabe:
 - cotinutul din pagini (poze, filme, text) NU este moderat / cenzurat



2.5 HI5 – MODALITATI DE PROMOVARE

- Campanii de bannere (CPM, CPC, CPA) – prin ArboInteractive.ro
- Branding / take-over homepage
- Profil customizat / branduit
- Reclama in actualizarile de profil
- AdverGames
- Concursuri organizate pe pagina de profil

- Detalii: www.hi5networks.com



3.1 TWITTER - FACTS

- cel mai popular tool de micro-blogging, fondat in 2006
 - primul twit, scris de fondator: “just setting up my twttr” www.cli.gs/mdsn2
- utilizat in:
 - campanii electorale (Obama: 3 milioane followers)
 - educatie (in Universitati, pentru feedback sau invatarea limbii engleze)
 - urgente de grad zero (Crucea Rosie - @RedCross)
 - proteste (alegerile prezidentiale din Iran)
 - scopuri sociologice
 - personal & corporate branding



3.2 TWITTER - STATS

- 40% - “pointless babbles” twits (Pear Analytics www.cli.gs/mdsn3)
- ~30.000 twits pe minut (tweespeed.com)
- segmentare demografica (www.cli.gs/mdsn4)
 - <17 ani: 12%
 - 18-34: 44%
 - 35-49: 28%
 - >50: 17%
- top users:
 - Ashton Kutcher, Britney Spears, Ellen DeGeneres (> 4milioane followers)



3.3 TWITTER - STATS

- doar 8% dintre advertiseri cred ca este un instrument eficient (iulie '09, HarrisInteractive – www.cli.gs/mdsn5)
- Branduri care folosesc twitter: Dell, Starbucks, CNN, Samsung, LG, Ford, Honda, Marriot Hotels, Hertz
- Studii importante:
 - studiu detaliat referitor la utilizarea in SUA- PEW Research, www.cli.gs/mdsn6
 - studiu Sysomos www.cli.gs/mdsn9
 - studiu Harvard Business: www.cli.gs/mdsn10
 - top branduri pe Twitter: www.cli.gs/mdsn11



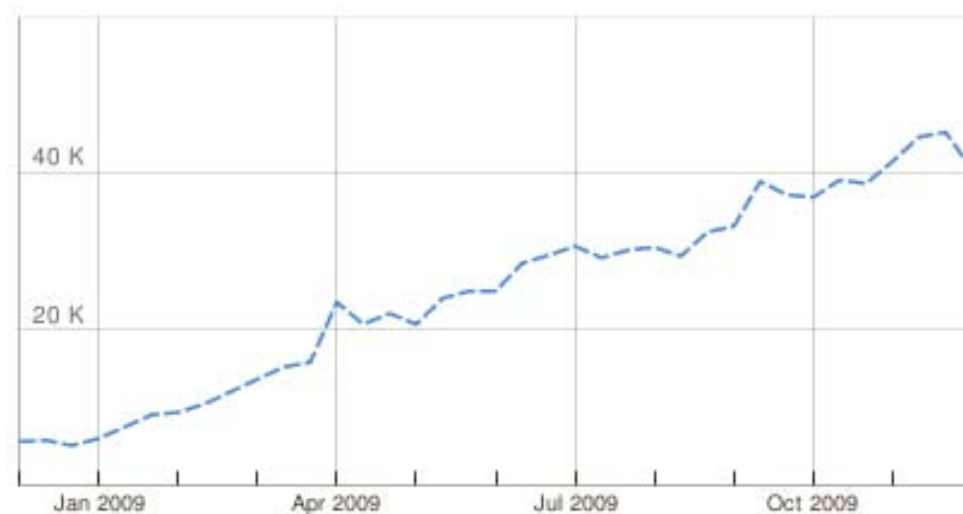
3.4 TWITTER - ROMANIA

- 800k vizitatori, lunar
- 22.000 conturi (Zelist.ro) / 12.000 active (Twittermap.ro)
 - < 5000 utilizatori au scris minim un twit in ultima saptamana
- Followers (Zelist.ro):
 - >10 followers: 15.000
 - > 100 followers: 4300
 - > 1000 followers: 170
- Branduri prezente: BMW, Intact, LG, Libra Bank, ING, Microsoft, Vodafone, ProTV, Realitatea, Rompetrol, Petrom, Orange...



3.5 TWITTER – TRENDS ROMANIA

- Vizitatori unici ianuarie-noiembrie 2009
- Se observa un trend ascendent, cu un varf atins in prima parte a lunii noiembrie



3.6 TWITTER AD. PROS & CONS

- Utilizatorii sunt, preponderent:
 - studenti
 - angajati agentii publicitate / new-media / jurnalisti

- Puncte forte:
 - posibilitatea transmiterii & retransmiterii mesajului intr-un timp foarte scurt
 - feed-back in timp foarte scurt

- Puncte slabe:
 - numar relativ redus de utilizatori
 - modalitati restranse de promovare



3.7 MODALITATI DE PROMOVARE

- Conturi corporate, in cadrul carora:
 - se interactioneaza cu ceilalti utilizatori
 - se organizeaza concursuri (world-of-mouth)
 - se anunta informatii in premiera
 - se creeaza tema / background personalizate
- Fee-based:
 - twituri platite din partea unor utilizatori populari
 - ReTwituri ale propriilor mesaje (in functie de subiectul acestora)
 - Background personalizat (efect scazut)
- Aplicatii externe, care preiau informatii din conturile de Twitter



4.1 LINKEDIN - FACTS

- Cel mai popular business-oriented social networking, fondat in 2003, in USA
- Conturi gratuite si conturi platite
 - Cel mai ridicat CPM din social-networking
- 55 milioane utilizatori
 - reprezentand 200 tari
 - 170 industrii



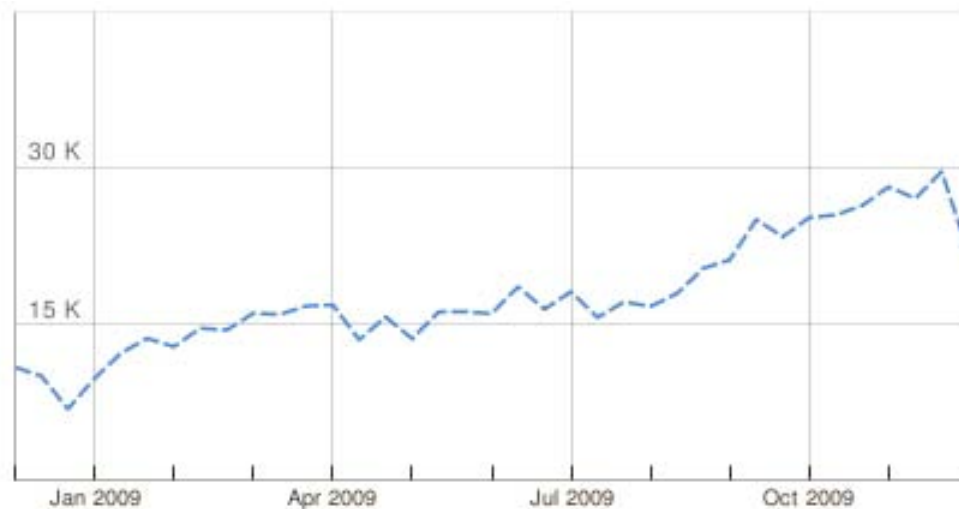
4.2 LINKEDIN - ROMANIA

- 520k vizitatori lunar, 182.000 conturi inregistrate (fata de 136.000 in august 2009)
 - 10.000 utilizatori din domeniul Banking
 - 30.000 IT-related
 - 2600 retail
 - 1200 jurnalisti & online media
- Prezenta pe companii:
 - Orange: 1200 utilizatori
 - Vodafone: 1400
 - Petrom: 900
 - Romtelecom: 1000



4.3 LINKEDIN – TRENDS IN ROMANIA

- Vizitatori unici ianuarie-noiembrie 2009
- Se observa un trend ascendent, cu un varf atins in prima parte a lunii noiembrie



4.4 LINKEDIN – PROS & CONS

- Puncte forte:
 - retea premium, probabil cel mai mare numar de top & middle manageri
 - posibilitati multiple de targetare
 - posibilitatea rularii unor campanii de text-ad-uri

- Puncte slabe:
 - posibilitati reduse de promovare
 - cost foarte mare al campaniilor de bannere (posibilitati de negociere reduse)



4.5 MODALITATI DE PROMOVARE

- Gratuit:
 - Grup branduit al companiei
 - Promovare prin intermediul conturilor angajatilor (preluare rss feeds, twitter...)

- Fee based:
 - campanii de bannere – <http://advertising.linkedin.com>
 - campanii de text-ads – www.linkedin.com/directads



VA MULTUMESC!

- **mihaicd@**
 - twitter | facebook | gmail | linkedin | yahoo
- **mihaidumitru.com/social-media**
- **0788.15.30.30**

People rarely succeed
unless they have fun
in what they are doing.

