

**Исследование отечественных и
зарубежных социальных
сетей/онлайн-платформ
Бенчмаркинг
результаты 2023-2024**

Аналитический Центр АКАР / АРИР / РАМУ
при поддержке РОЦИТ
Москва
Май 2024

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Результаты исследования 2023 года

Место 2023	Объект	Баллы 2023
1	ВКонтакте	87
2	YouTube	72
3	Telegram	69
4	ОК (Одноклассники)	69
5	Rutube	60
6	Яндекс Музыка	59
7	Looky	57
8	TikTok	56
9	Instagram	54
10	Звук	53
11	Yappy	51
12	TenChat	50
13	Facebook	49
14	Spotify	43
15	Wikipedia	37
16	Рувики	36
17	LinkedIn	35
-	What's App	
-	Viber	
-	VK Мессенджер	
-	VK Музыка	
-	VK Видео	
-	VK Клипы	

- По итогам комплексного исследования в конце 2023 года был составлен рейтинг потенциала отечественных социальных сетей/онлайн-платформ;
- В топ-5 рейтинга вошли четыре отечественные социальные сети/онлайн-платформы;
- В топ-10 – семь отечественных социальных сетей;
- На первом месте по итогам исследования 2023 года оказалась социальная сеть/онлайн-платформа ВКонтакте (87 баллов);
- На третьем месте Telegram и Одноклассники (69 баллов);
- Rutube, Яндекс Музыка, Looky, Звук, Yappy по итогам рейтинга были отмечены как социальные сети/онлайн-платформы, имеющие высокий потенциал на российском рынке.

Результаты исследования 2024 года

Место 2024	Объект
1	ВКонтакте
2	Telegram
3	YouTube
4	VK Видео
5	VK Музыка
6	Яндекс Музыка
7	ОК (Одноклассники)
8	TikTok
9	Looky
10	VK Клипы
11	Rutube
12	Рувики
13	TenChat
14	WhatsApp
15	Instagram
16	VK Мессенджер
17	Spotify
18	Звук (Сбер)
19	Facebook
20	Wikipedia
21	Yappy
22	Viber
23	LinkedIn

- В 2024 году было проведено обновление исследования, по итогам которого в топ-10 социальных сетей/онлайн-платформ по бенчмаркингу снова вошли четыре отечественные: ВКонтакте (вместе с VK Видео и VK музыка, VK клипы), Telegram (условно отечественная), Яндекс музыка, ОК и Looky;
- По всем отечественным соцсетям отмечен рост показателей в количественных и качественных метриках, особенно в части доработки систем монетизации контента и рекламных систем.
- Зарубежные соцсети продолжили деградировать на отечественном рынке по рекламным возможностям и существенно теряют аудиторию.

Результаты исследования 2024 года: динамика роста

Место 2023	Объект
1	ВКонтакте
2	YouTube
3	Telegram
4	ОК (Одноклассники)
5	Rutube
6	Яндекс Музыка
7	Looky
8	TikTok
9	Instagram
10	Звук
11	Yappy
12	TenChat
13	Facebook
14	Spotify
15	Wikipedia
16	Рувики
17	LinkedIn
-	What's App
-	Viber
-	VK Мессенджер
-	VK Музыка
-	VK Видео
-	VK Клипы

Место 2024	Объект
1	ВКонтакте
2	Telegram
3	YouTube
4	VK Видео
5	VK Музыка
6	Яндекс Музыка
7	ОК (Одноклассники)
8	TikTok
9	Looky
10	VK Клипы
11	Rutube
12	Рувики
13	TenChat
14	WhatsApp
15	Instagram
16	VK Мессенджер
17	Spotify
18	Звук (Сбер)
19	Facebook
20	Wikipedia
21	Yappy
22	Viber
23	LinkedIn

- Продукты экосистемы VK показали себя как достойные конкуренты зарубежных социальных сетей/онлайн-платформ;
- В новом рейтинге ключевые продукты VK рассматривались по отдельности, так как есть возможность использования сервисов в не работоспособной социальной сети ВКонтакте;
- VK Музыка заняла 5 место в общем рейтинге, став первой в категории социальные сети/онлайн-платформы с музыкальным контентом.

*Meta признана экстремистской организацией и запрещена в России, деятельность соцсетей Facebook и Instagram также запрещена в РФ

Результаты исследования 2024 года: динамика роста

- По большинству исследуемых параметров отечественные социальные сети/онлайн-платформы показывают высокий потенциал развития. Отечественный рынок социальных сетей медленно, но верно вытесняет западные аналоги с российского рынка;
- Этому способствует рост интереса к отечественным социальным сетям/онлайн-платформам со стороны разных аудиторий, в том числе и эффект «цифровой миграции» пользователей на отечественные платформы, которые адаптированы под запросы, в отличие от зарубежных платформ, которые по причине своей корпоративной политики и постоянной политической цензуре по отношению к российским авторам деградируют на отечественном рынке.

Результаты исследования 2024 года: динамика роста

- Важным фактором является технологический рост отечественных сетей, которые на сегодняшний момент технически ничем не уступают зарубежным конкурентам;
- Также важным моментом в бенчмаркинге роста отечественных сетей является прямой запрет части иностранных сетей и дальнейшее ужесточение правил в использовании программ доступа к «запрещёнке» – ограничение распространения VPN программ;
- VK Клипы, VK Мессенджер и другие продукты экосистемы VK показывают высокий потенциал развития и реальную конкурентоспособную альтернативу западным социальным сетям, но также на отечественном рынке появились и независимые игроки с высоким потенциалом, такие как Looky (альтернатива Instagram), TenChat и Рувики (форк-альтернатива Wikipedia)

Основные результаты исследования: качественные метрики

- Онлайн-платформой с самым высоким показателем удобства пользовательского интерфейса стал WhatsApp (82,5%);
- На втором месте по показателю удобства пользовательского интерфейса онлайн-платформа Telegram (81,8%). Третье место по показателю удобства пользовательского интерфейса занимает YouTube (80,8%);
- На втором месте по показателю актуальности рекомендуемого контента онлайн-платформа Рувика (85,0%). Третьим по показателю актуальности рекомендуемого контента стал Looky (83,5%).

Основные результаты исследования: качественные метрики

- Социальной сетью/онлайн-платформой с самым высоким показателем разнообразия контента стал YouTube (84,3%);
- На втором месте по показателю разнообразия контента онлайн-платформа Рувика (84,3%);
- Третьем по показателю разнообразия контента стал Spotify (84,0%);
- Онлайн-платформой с самым высоким показателем по индексу вариативности контента стал Looky (60,0%);
- На втором месте по индексу вариативности контента социальная сеть/онлайн-платформа Facebook (53,0%), на третьем - TenChat (49,0%).

Основные результаты исследования: качественные метрики

- Онлайн платформой с наименьшим процентом взаимодействий со службой поддержки стали YouTube и Wikipedia (по 94,5% каждая из платформ);
- На третьем месте по проценту взаимодействия со службой поддержки стал VK Видео (94,3%);
- Онлайн-платформой с самым высоким показателем оценки работы службы поддержки стала Рувики (95,0%);
- На втором месте, по показателю оценки работы службы поддержки Facebook (94,5%);
- На третьем месте по данному показателю - Looky (93,8%);

Основные результаты исследования: качественные метрики

- Социальной сетью/онлайн-платформой - лидером по проценту видимости рекламы – стал Looky (68,2%);
- На втором месте по видимости рекламы - ВКонтакте (68,0%);
- На третьем по этому показателю - YouTube (67,9%);
- Онлайн-платформой с самым высоким показателем оценки соответствия рекламы предпочтениям пользователей стал TenChat (80,0%);
- Второе место по показателю оценки соответствия рекламы предпочтениям пользователей заняла платформа Звук (61,0%);
- Третье место по данному показателю занял Spotify (51,0%).

Основные результаты исследования: опрос аудитории

- По показателю конверсии по результатам опроса лидирует платформа Yappy (42,0%);
- Третье место по показателю конверсии занимает Looky (25,0%);
- Онлайн-платформой с самым высоким показателем частоты покупки рекламируемых товаров и услуг стал Tenchat (37,5%);
- Звук (35,5%) - на втором месте по показателю частоты покупки рекламируемых товаров и услуг оказался;
- Третье место по показателю частоты покупки рекламируемых товаров и услуг занимает Facebook (33,3%).

Основные результаты исследования: качественные метрики

- Социальная сеть/онлайн-платформа с самым высоким показателем видимости рекламы от блогеров - Yappy (46,0%);
- На втором месте по видимости блогерской рекламы - Looky (43,2%);
- Третьим по видимости рекламы от блогеров стал Instagram (41,9%);
- Социальные сети/онлайн-платформы с самыми высокими показателями отношения к рекламе от блогеров стали: Spotify, Звук (по 75,0%);
- Социальной сетью/онлайн-платформой с самым высоким показателем доверия к бизнесу стал LinkedIn (70,8%). На втором месте по показателю доверия к бизнесу - TenChat (68,8%). Третьим по данному показателю (доверие к бизнесу) стал Looky - 67,0%;

Основные результаты исследования: качественные метрики

- Онлайн-платформой, где большинство пользователей сталкивались с встроенной системой покупок стал LinkedIn (66,7%);
- На втором месте по видимости системы покупок - Looky (38,6%);
- Третьим по видимости системы покупок - ВКонтакте (35,5%).
- Онлайн-платформой с самым высоким показателем удобства системы покупок стал Looky (93,3%);
- На втором месте по показателю удобства системы покупок - VK Видео (88,0%);
- Третьем по данному показателю стала платформа Rutube (86,8%).