



Raport o Sotrender

Od 1 października 2021 do 31 października 2021



Spis treści

1. Podsumowanie	3
2. Odbiorcy	4
2.1. Aktywni obserwujący	4
2.2. Demografia obserwujących	6
2.3. Liczba obserwujących w poszczególnych krajach	7
2.4. Języki obserwujących	8
3. Zasięg	9
3.1. Liczba obserwujących	9
3.2. Przyrost obserwujących	10
3.3. Zasięg	11
3.4. Zasięg - Dni tygodnia	12
3.5. Wyświetlenia	13
3.6. Wyświetlenia - Dni tygodnia	14
4. Zaangażowanie	15
4.1. Aktywności marki	15
4.2. Aktywności użytkowników	17
4.3. Aktywności użytkowników - Dni tygodnia	18
4.4. Aktywności użytkowników a typ treści	19
4.5. Activity Index	21
4.6. Wyświetlenia profilu	22
4.7. Wyświetlenia profilu - Dni tygodnia	23
4.8. Całkowita liczba kliknięć	24
4.9. Rodzaje kliknięć	25
5. Treści	26
5.1. Typ treści	26
5.2. Najlepsze posty	27
5.3. Najlepsze stories	28
6. Porównanie	29



1.1. Podsumowanie

W okresie 01.10.2021 - 31.10.2021 profil dotarł do 20076 użytkowników.

Liczba obserwujących profil wzrosła o +2% i wynosi 1119.

Zasięg

Liczba obserwujących profil: 1119 ↑ +20

Zasięg całkowity
(estymowany): 20076

Średni dzienny zasięg: 899 ↓ -1961

Zaangażowanie

Aktywności użytkowników: 38 ↑ +38

Activity Index: 35 ↑ +35

Wyświetlenia profilu: 104 ↑ +10

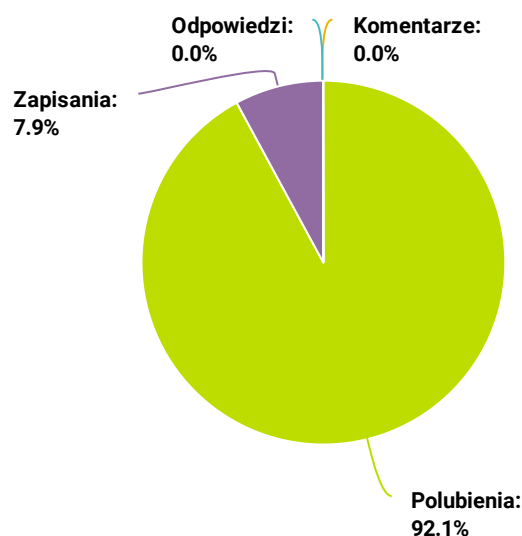
Komentarze: 0 0

Polubienia: 35 ↑ +35

Odpowiedzi: 0 0

Zapisane: 3 ↑ +3

Rodzaje zaangażowania



Najlepsze treści

26 paź 2021 08:07

<https://www.instagram.com/p/CVfArrdIpY0/>

Masz trudności z prowadzeniem i rozliczaniem kampanii w #socialmedia? 💰 Wiemy, że analiza i raportowanie reklam na Instagramie i Facebooku bywają skomplikowane i czasochłonne...

Polubienia	Komentarze	Zapisania	Zasięg	Wyświetlenia	Activity Index
19	0	0	227	246	19

20 paź 2021 07:41

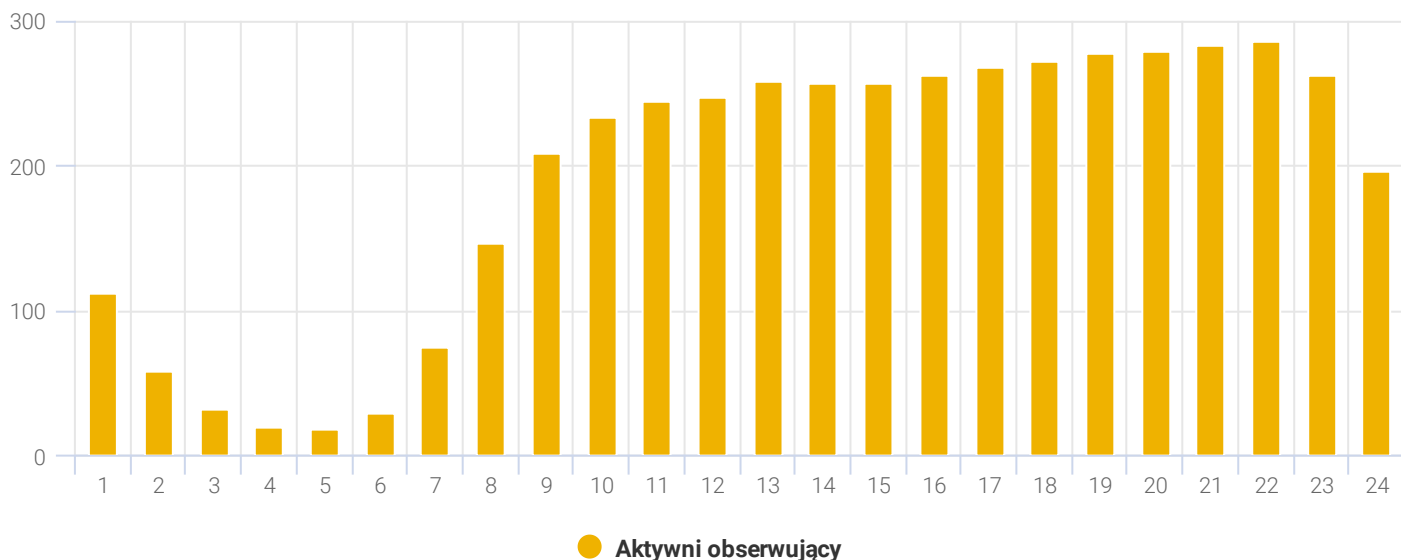
<https://www.instagram.com/p/CVPg-8ToSvq/>

Twój raport z #InstagramAds gotowy w 60 sekund? Teraz to możliwe! 🙌 Poznaj Sotrender Ads - narzędzie do analizy Twoich #socialads. 📊 ♦ Twórz raporty z reklam na Instagramie i...

Polubienia	Komentarze	Zapisania	Zasięg	Wyświetlenia	Activity Index
14	0	0	211	223	14



2.1. Aktywni obserwujący



Średnia godzinowa liczba aktywnych użytkowników

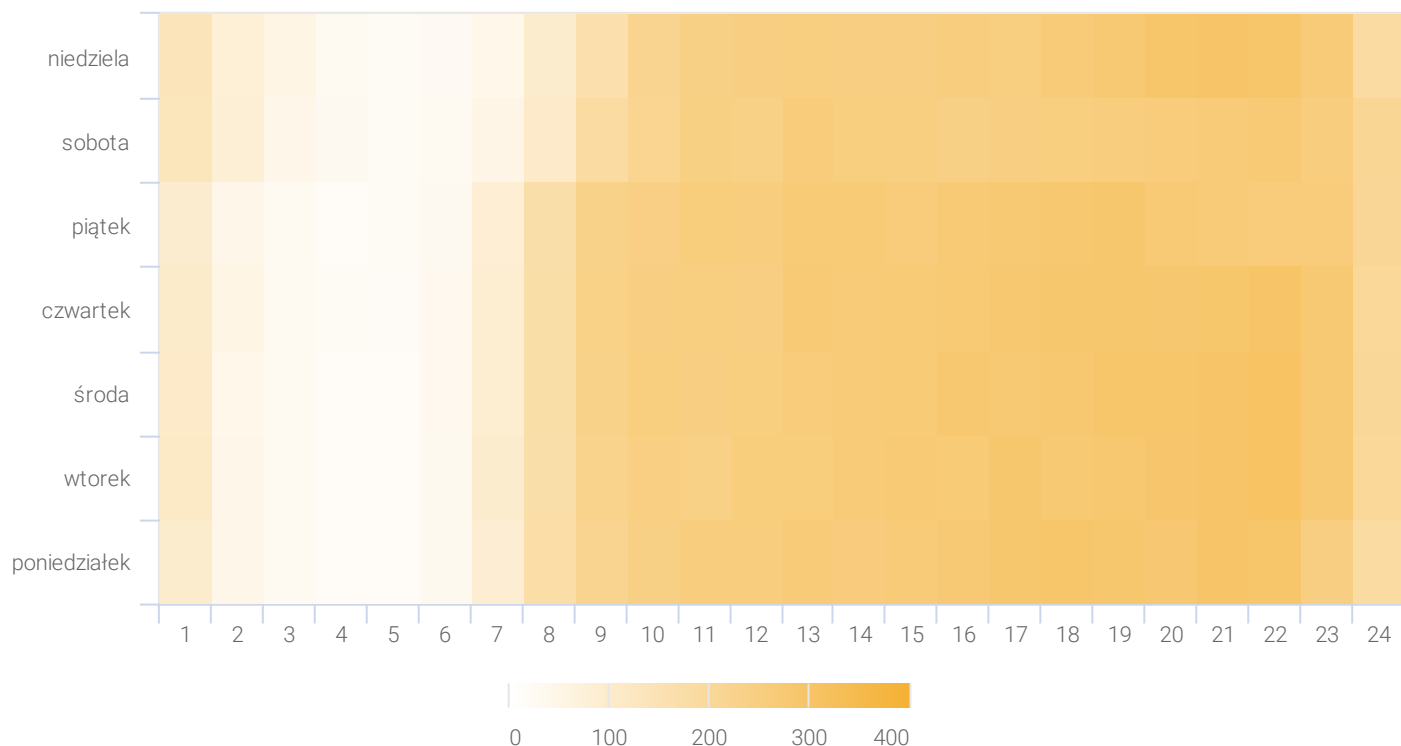
191

Aktywni obserwujący to wskaźnik, który informuje o tym, kiedy aktywni są Twoi fani. Podział godzinowy to uśrednione godziny korzystania z Instagrama przez osoby obserwujące Twoje konto w ciągu statystycznego dnia.

- **Godzina z największą liczbą aktywnych obserwujących:** 22:00, średnio 286 obserwujących
- **Godzina z najmniejszą liczbą aktywnych obserwujących:** 5:00, średnio 18 obserwujących



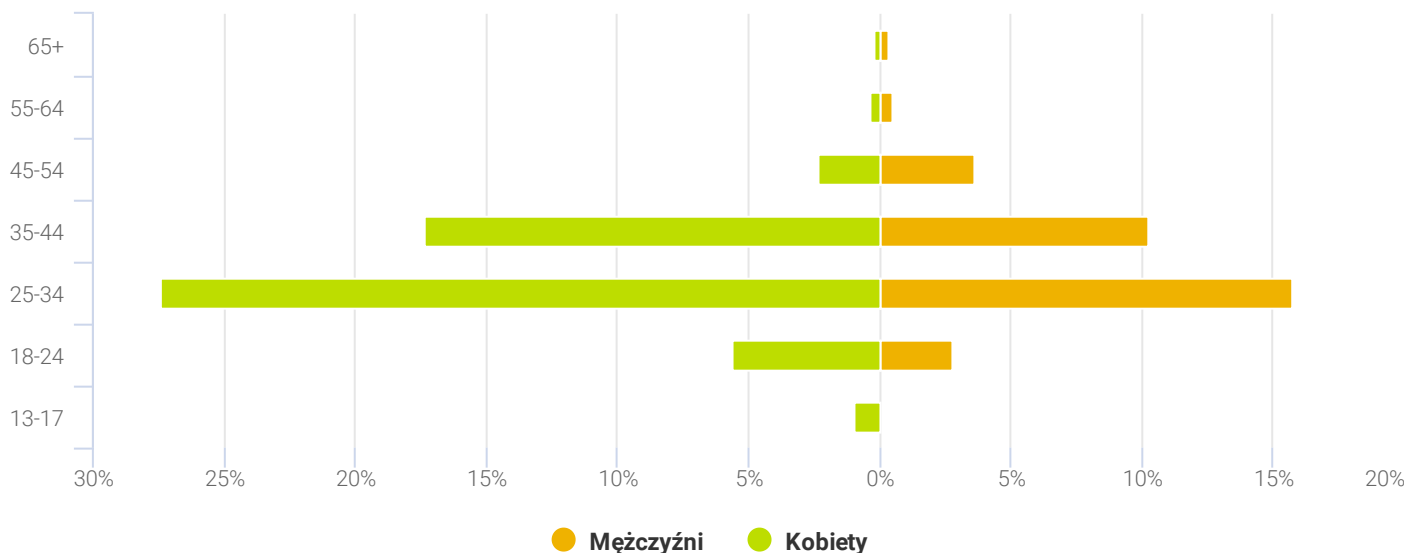
2.1. Aktywni obserwujący



Powyższy wykres jest zestawieniem aktywnych użytkowników w przedziale zarówno dziennym jak i godzinowym. Dzięki temu łatwo można zobaczyć, którego dnia i o której godzinie warto publikować posty i relacje na Instagramie, aby dotarły do jak największej grupy odbiorców.



2.2. Demografia obserwujących



Mężczyźni

33,22%

201 obserwujących

Kobiety

54,21%

328 obserwujących

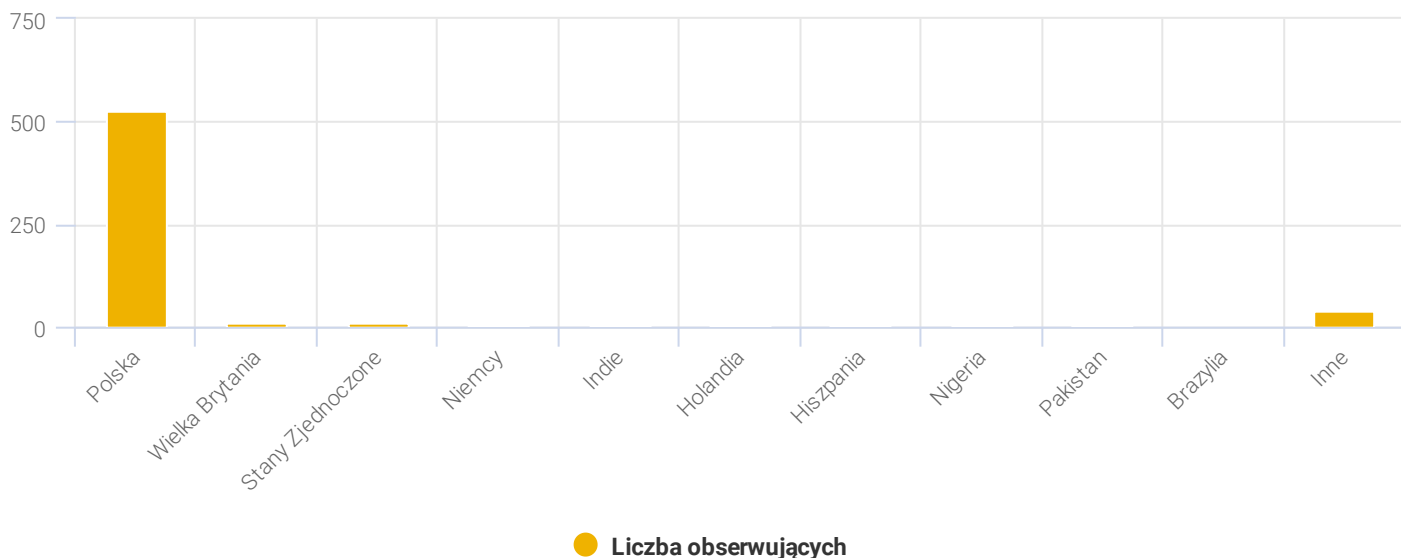
Analiza demografii obserwujących pozwala odpowiedzieć na pytanie, jakie grupy osób, o jakich cechach demograficznych (płeć, przedział wiekowy), stanowią największy odsetek obserwujących Twoje konto.

- **Najliczniejsza grupa wśród obserwujących:** Kobiety 25-34, 166 osób (27,44%)
- **Najmniej liczna grupa wśród obserwujących:** Mężczyźni 13-17, 0 osób (n/a%)

Dla zakresu dat 29, 30 i 31 dni prezentujemy przybliżone wartości demografii fanów. Dokładne wartości są dostępne dla zakresów 1, 7 i 28 dni.



2.3. Liczba obserwujących w poszczególnych krajach



Liczba obserwujących

1119

↑ +20

Informacja o tym, skąd pochodzą obserwujący ułatwia budowanie mocniej spersonalizowanej komunikacji marketingowej oraz przydaje się przy planowaniu kampanii o zasięgu lokalnym. Powyższy wskaźnik informuje, z jakich krajów pochodzą osoby, które obserwują Twoje konto.

Najlepsze kraje

1	Polska	525
2	Wielka Brytania	9
3	Stany Zjednoczone	8
4	Niemcy	4
5	Indie	4

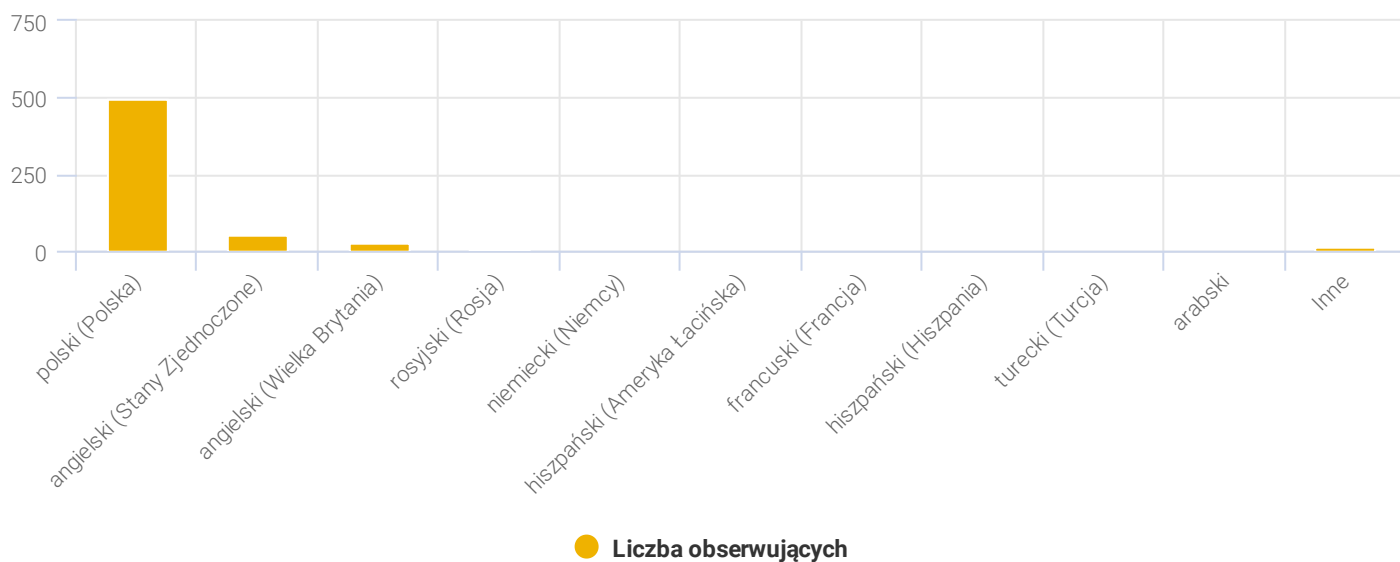
Najlepsze miasta

1	Warsaw, Masovian Voivodeship	173
2	Kraków, Lesser Poland Voivodeship	40
3	Poznan, Greater Poland Voivodeship	31
4	Wroclaw, Lower Silesian Voivodeship	27
5	Gdansk, Pomeranian Voivodeship	20

- **Najpopularniejszy kraj:** Polska, 525 obserwujących
- **Najpopularniejsze miasto:** Warsaw, Masovian Voivodeship, 173 obserwujących



2.4. Języki obserwujących



Liczba obserwujących

1119

↑ +20

Aby komunikacja skutecznie dotarła do odbiorców, warto sprawdzić, jakimi językami posługują się obserwujący. Poniższe zestawienie przedstawia 5 języków, które są najpopularniejsze w tej grupie.

Najlepsze języki

1	polski (Polska)	498
2	angielski (Stany Zjednoczone)	51
3	angielski (Wielka Brytania)	26
4	rosyjski (Rosja)	5
5	niemiecki (Niemcy)	3

- **Najpopularniejszy język:** polski (Polska), 498 obserwujących



3.1. Liczba obserwujących



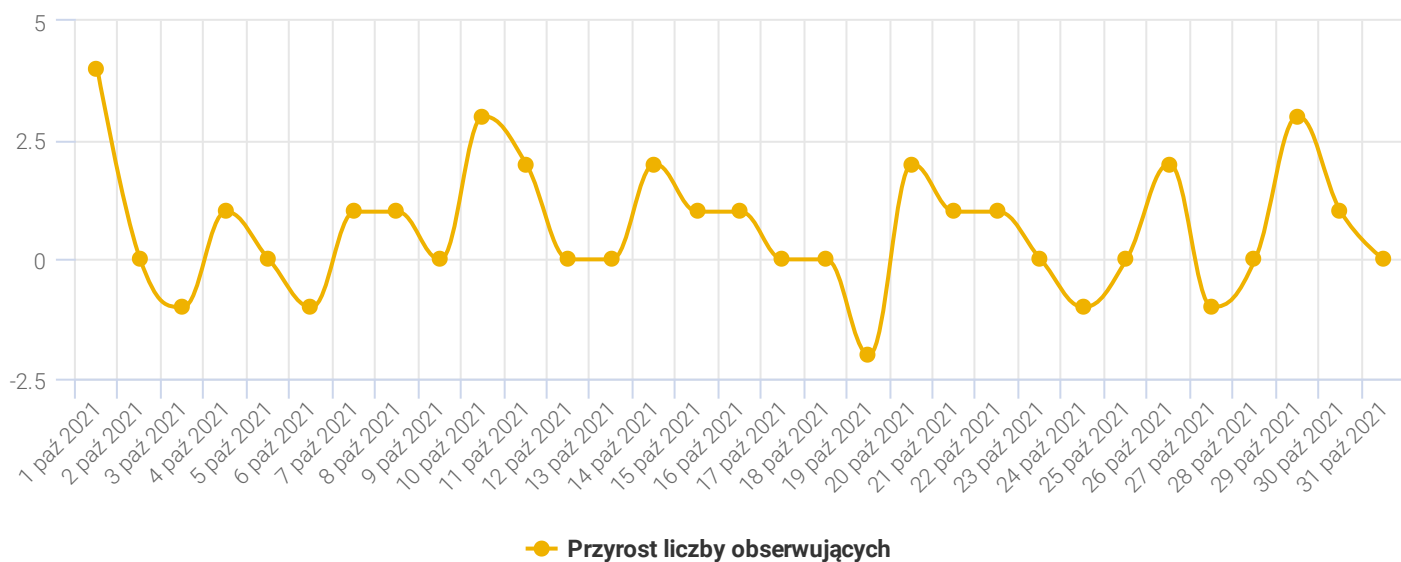
1119
↑ +20

Liczba obserwujących to podstawowy wskaźnik, który informuje o rozmiarze społeczności bezpośrednio zainteresowanej publikowanymi na profilu treściami. Wskaźnik ma także wpływ na zasięg organiczny komunikacji.

Na koniec analizowanego okresu liczba obserwujących Twój profil wynosiła 1119.



3.2. Przyrost obserwujących



Całkowity przyrost

20

↓ -2

Średni przyrost

0,65

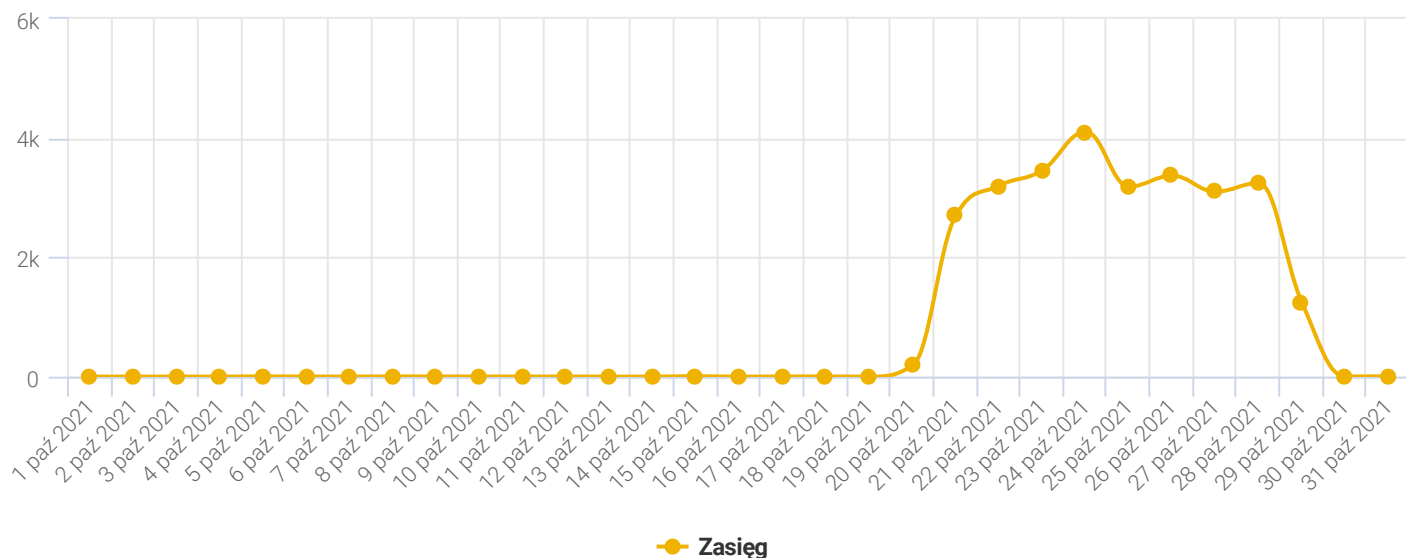
↓ 0

Wskaźnik wzrostu fanpage informuje o tym, o ile zmieniła się liczba obserwujących na przestrzeni czasu. W analizowanym okresie liczba fanów wzrosła o +20.

- **Łączny wzrost:** +20, -9% (poprzedni okres: +22)
- **Największy dzienny przyrost:** +4 (1 paż 2021)
- **Najmniejszy dzienny przyrost:** -2 (19 paż 2021)



3.3. Zasięg



Średni dzienny zasięg

899

↓ -1961

Zasięg całkowity (estymowany)

20076

Zasięg całkowity informuje o liczbie unikalnych użytkowników, którzy odnotowali jakąkolwiek aktywność związaną z Twoim kontem, włącznie z publikowanymi postami, czy relacjami. Wartość zasięgu całkowitego podaje się dla okresów 1, 7 lub 28 dni, z kolei dla poszczególnych miesięcy wyliczamy przybliżoną wartość zasięgu całkowitego.

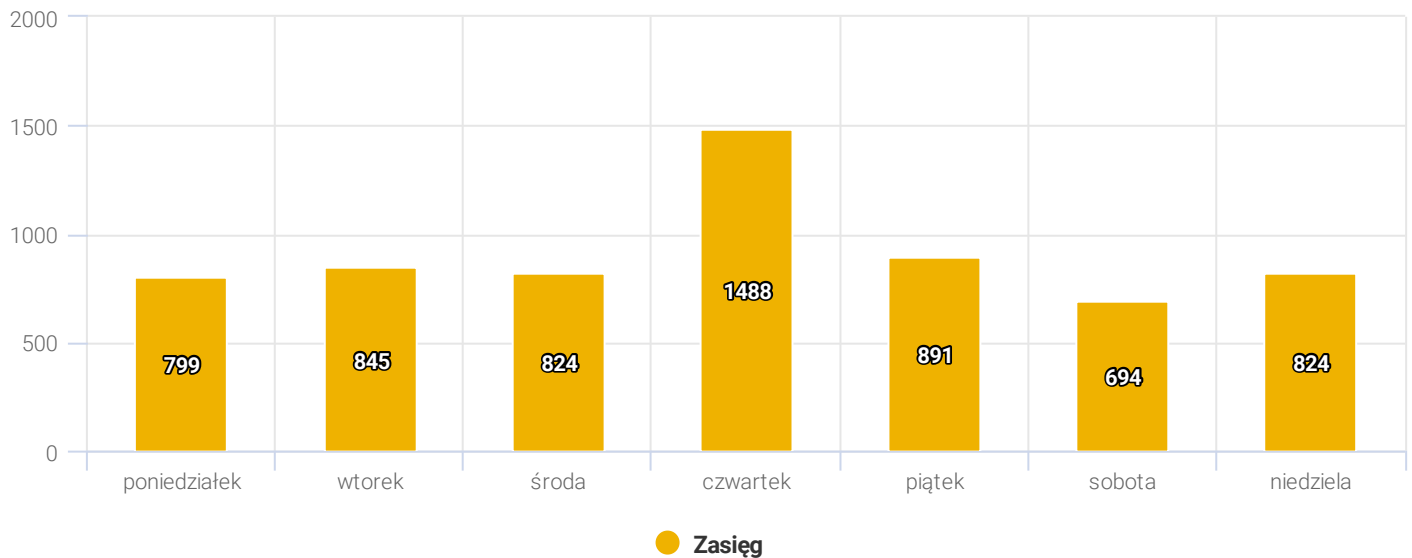
Średni dzienny zasięg informuje, ilu unikalnych użytkowników miało styczność z treściami profilu w wybranym czasie.

W analizowanym okresie komunikacja dotarła średnio dziennie do 899 osób. W porównaniu do poprzedniego okresu nastąpił spadek o -69%, czyli o -1961.

- **Średni dzienny zasięg:** 899 (poprzedni okres: 2860)
- **Najwyższy dzienny przyrost:** 4105 (24 paź 2021)
- **Najniższy dzienny przyrost:** 0 (16 paź 2021)



3.4. Zasięg - Dni tygodnia

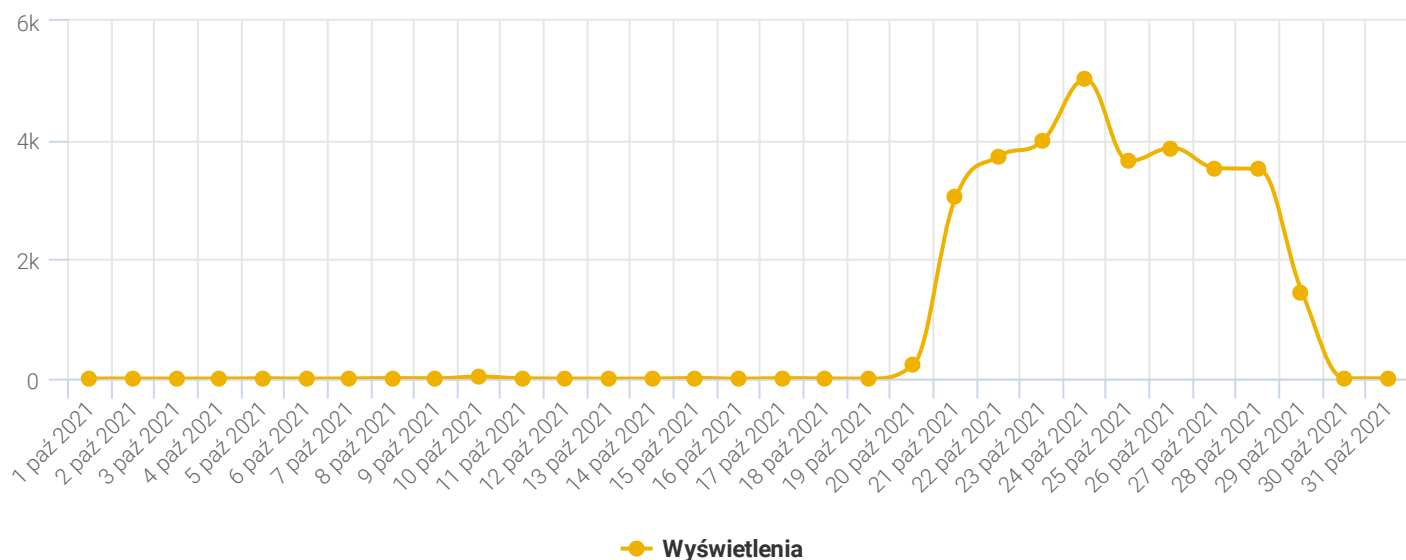


W analizowanym okresie dzienny zasięg był najwyższy w czwartek i wynosił średnio 1488. W poprzednim okresie najwyższy dzienny zasięg odnotowano w środa i wynosił 2630.

- **Największy dzienny zasięg:** 4105 (24 paź 2021)
- **Najmniejszy dzienny zasięg:** 0 (16 paź 2021)
- **Dzień tygodnia w którym osiągasz najwyższe zasięgi to:** czwartek (1488)



3.5. Wyświetlenia



Łączna liczba wyświetleń

32143

↓ -63654

Średnia liczba wyświetleń

1037

↓ -2156

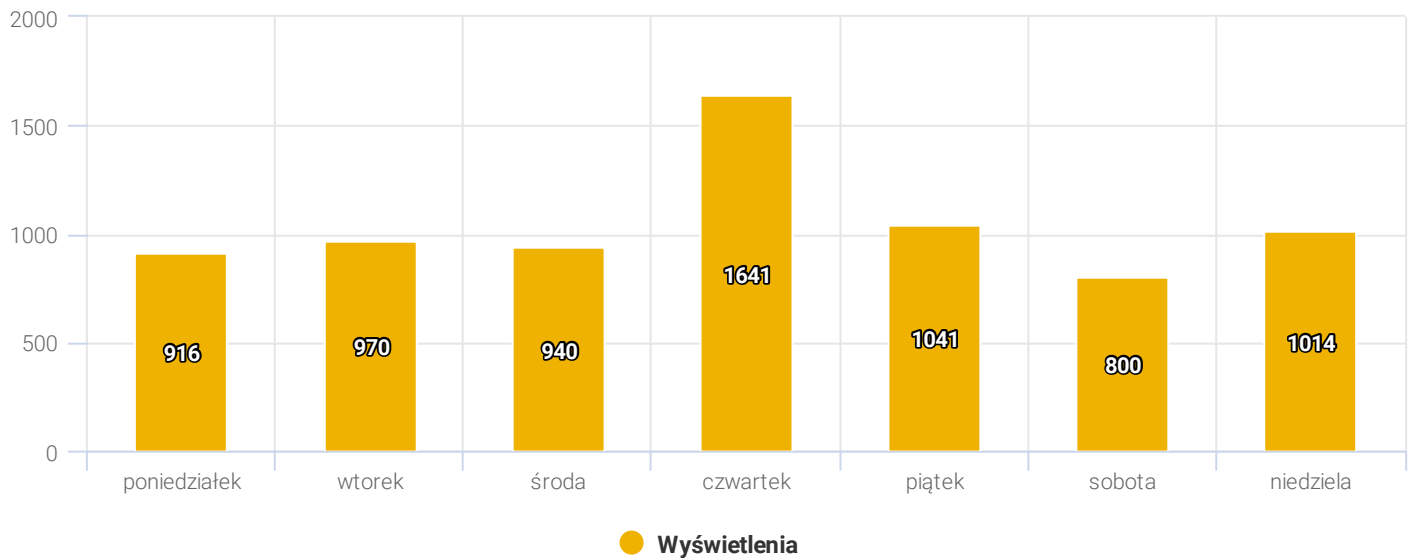
Liczba wyświetleń informuje, ile razy łącznie wyświetlone zostały publikowane treści, uwzględniając także wielokrotne wyświetlanie jednemu użytkownikowi.

W analizowanym okresie Twoje posty oraz relacje wyświetlono 32143 razy, co oznacza -66% (o -63654) wzrost w stosunku do poprzedniego okresu. Średnio dziennie analizowany profil uzyskał 1037 wyświetleń (wzrost o -68%, czyli o -2156).

- **Największa dzienna liczba wyświetleń:** 5018 (24 paź 2021)
- **Najmniejsza dzienna liczba wyświetleń:** 0 (16 paź 2021)



3.6. Wyświetlenia - Dni tygodnia

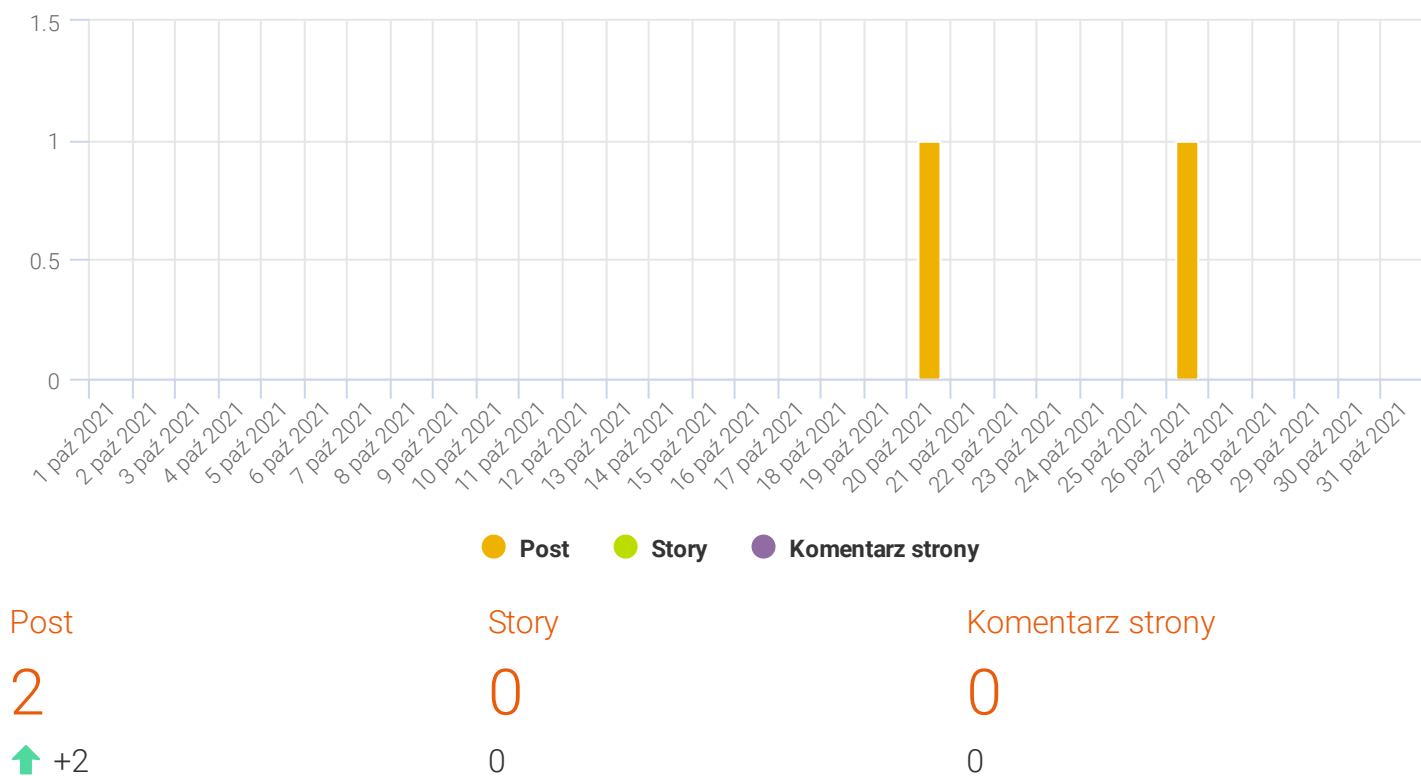


W analizowanym okresie najwięcej wyświetleń (1641) odnotowano w czwartek - w poprzednim okresie największa liczba (3012) przypadła na środę.

- **Największa dzienna liczba wyświetleń:** 5018 (24 paź 2021)
- **Najmniejsza dzienna liczba wyświetleń:** 0 (16 paź 2021)



4.1. Aktywności marki



Liczba aktywności marki informuje o tym, jak dużo postów, stories oraz komentarzy zostało opublikowanych przez konto w wybranym okresie czasu. Za pomocą Instagrama można docierać do odbiorców w różny sposób, warto więc wykorzystywać różnorodne formy komunikacji.

- **Łączny wzrost:** +2, wzrost o n/a% (poprzedni okres: 0)
- **Największy dzienny przyrost:** 1 (26 paź 2021)
- **Najmniejszy dzienny przyrost:** 0 (1 paź 2021)

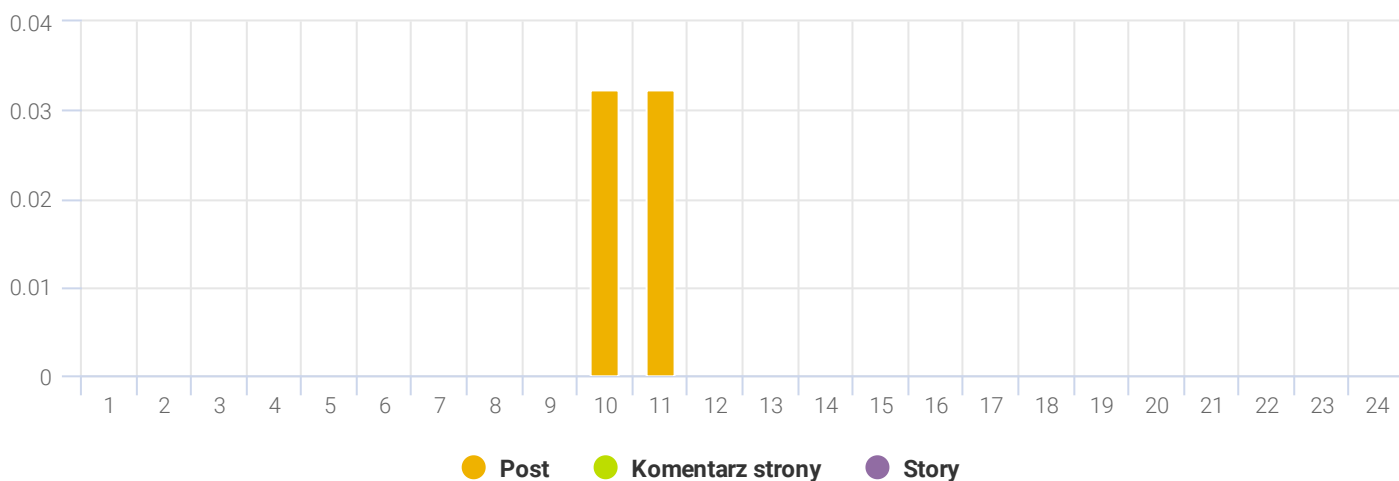


4.1. Aktywności marki

Aktywności marki - Dni tygodnia



Aktywności marki - Godziny

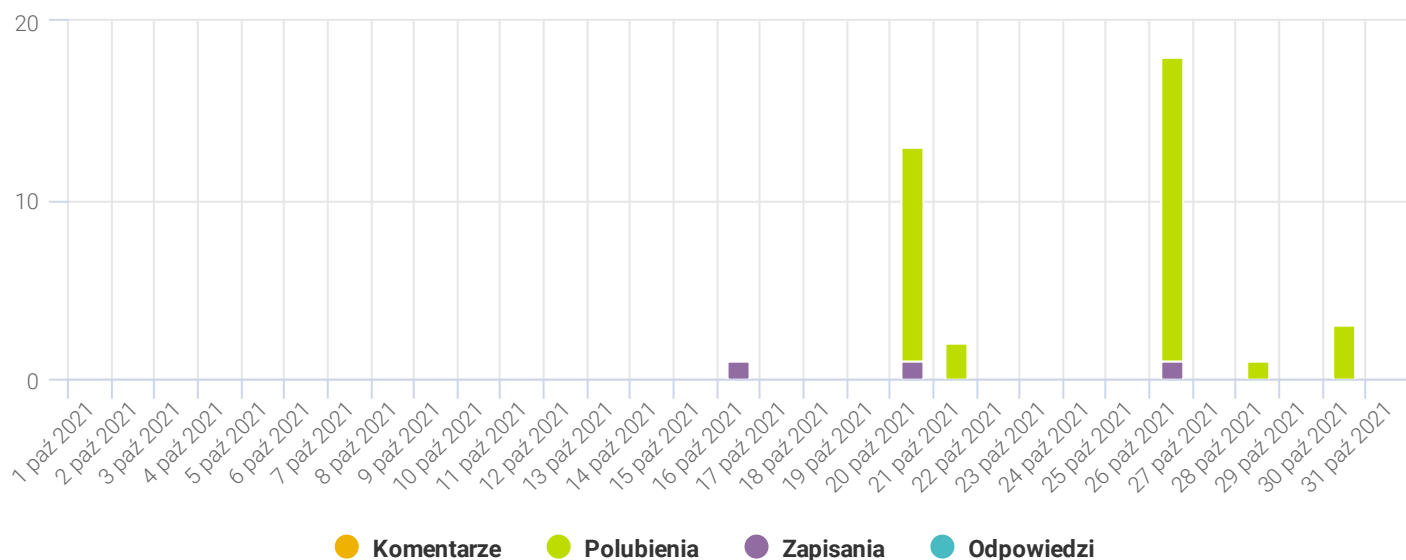


Dzienne oraz godzinowe wykresy aktywności marki przedstawiają, w które dni i w jakich godzinach marka jest najbardziej aktywna.

- **Największa liczba postów:** wtorek, średnio 0,25 (poprzedni okres: poniedziałek, średnio 0)
- **Największa liczba komentarzy:** poniedziałek, średnio 0 (poprzedni okres: poniedziałek, średnio 0)
- **Największa liczba stories:** poniedziałek, średnio 0 (poprzedni okres: poniedziałek, średnio 0)



4.2. Aktywności użytkowników



Łączna liczba aktywności

38

↑ +38

Średnia liczba aktywności

1,23

↑ +1

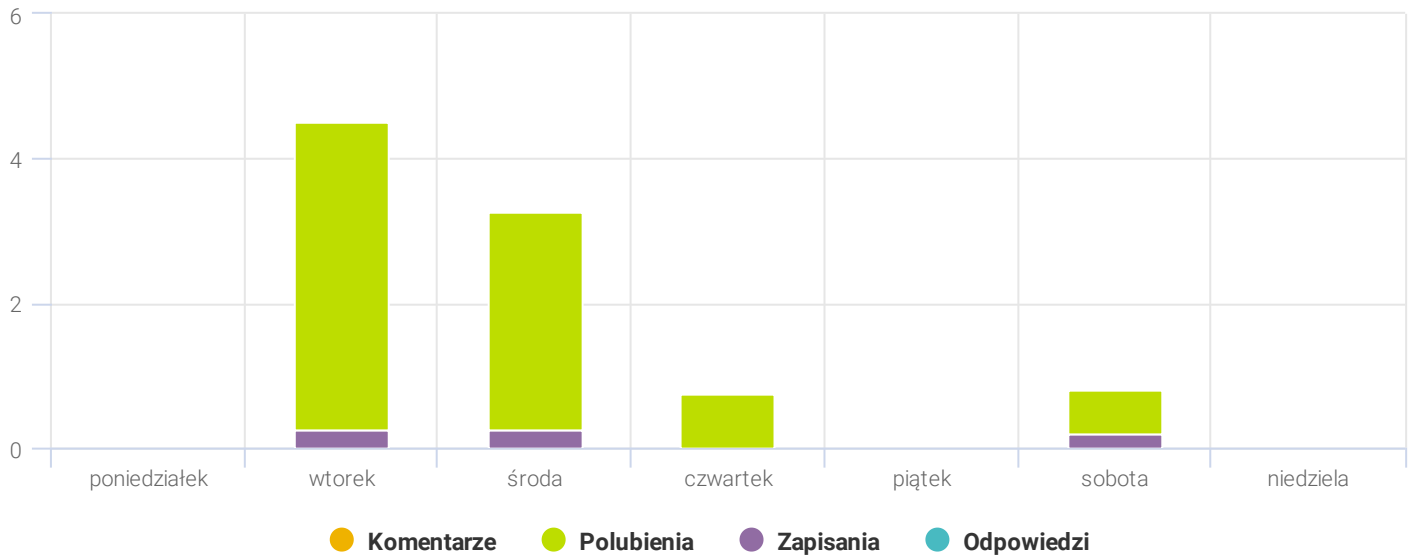
Liczba aktywności marki informuje o tym, jak dużo pojawiło się polubień, komentarzy, odpowiedzi oraz zapisanych przez użytkowników postów w wybranym okresie. Wartości te pomagają ocenić, jak odbiorcy reagują na publikowane treści.

W analizowanym okresie odnotowano łącznie 38 aktywności użytkowników, czyli n/a% więcej niż w poprzednim analogicznym okresie.

- **Najbardziej popularna aktywność:** Polubienia 35
- **Liczba komentarzy:** 0 (poprzedni okres: 0), wzrost o 0.
- **Liczba polubień:** 35 (poprzedni okres: 0), wzrost o +35.
- **Liczba zapisanych:** 3 (poprzedni okres: 0), wzrost o +3.
- **Liczba odpowiedzi:** 0 (poprzedni okres: 0), wzrost o 0.



4.3. Aktywności użytkowników - Dni tygodnia

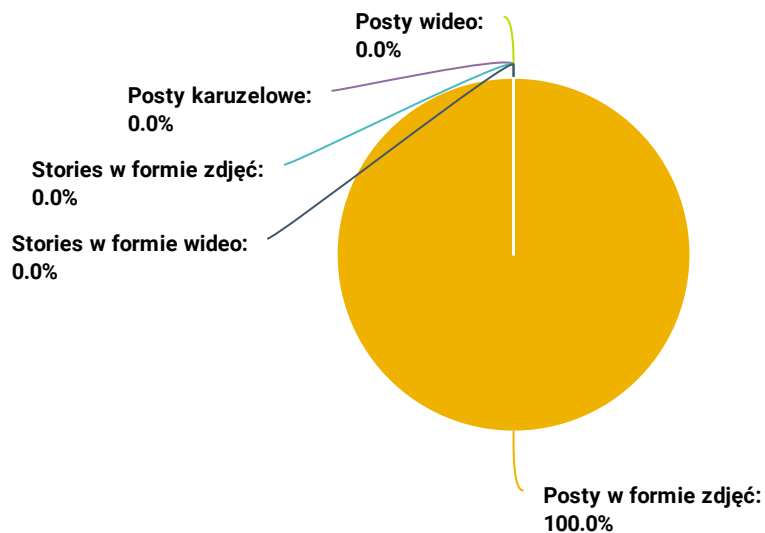


Tygodniowy wykres aktywności użytkowników pokazuje, jaka była liczba różnych aktywności w poszczególnych dniach tygodnia.

- **Najlepszy dzień:** wtorek, średnio 4,5 (poprzedni okres: poniedziałek, średnio 0)
- **Najgorszy dzień:** poniedziałek, średnio 0 (poprzedni okres: poniedziałek, średnio 0)



4.4. Aktywności użytkowników a typ treści



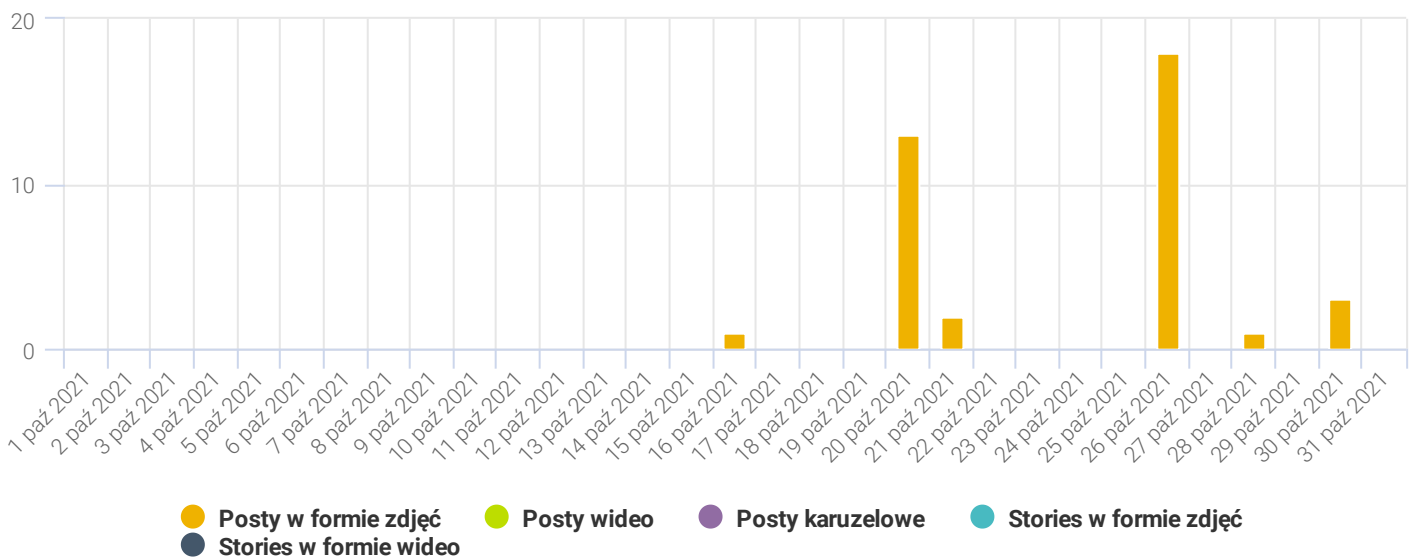
Planując zamieszczanie treści warto zwrócić uwagę, jakiego typu materiały warto publikować na profilu, aby zaangażowanie użytkowników było jak największe.

W wybranym okresie łączna liczba aktywności użytkowników wynosiła 38, z czego:

- 38 stanowiły aktywności pod postami w formie zdjęć
- 0 stanowiły aktywności pod postami w formie wideo
- 0 stanowiły aktywności pod postami typu karuzela
- 0 stanowiły aktywności pod stories w formie zdjęć
- 0 stanowiły aktywności pod stories w formie wideo



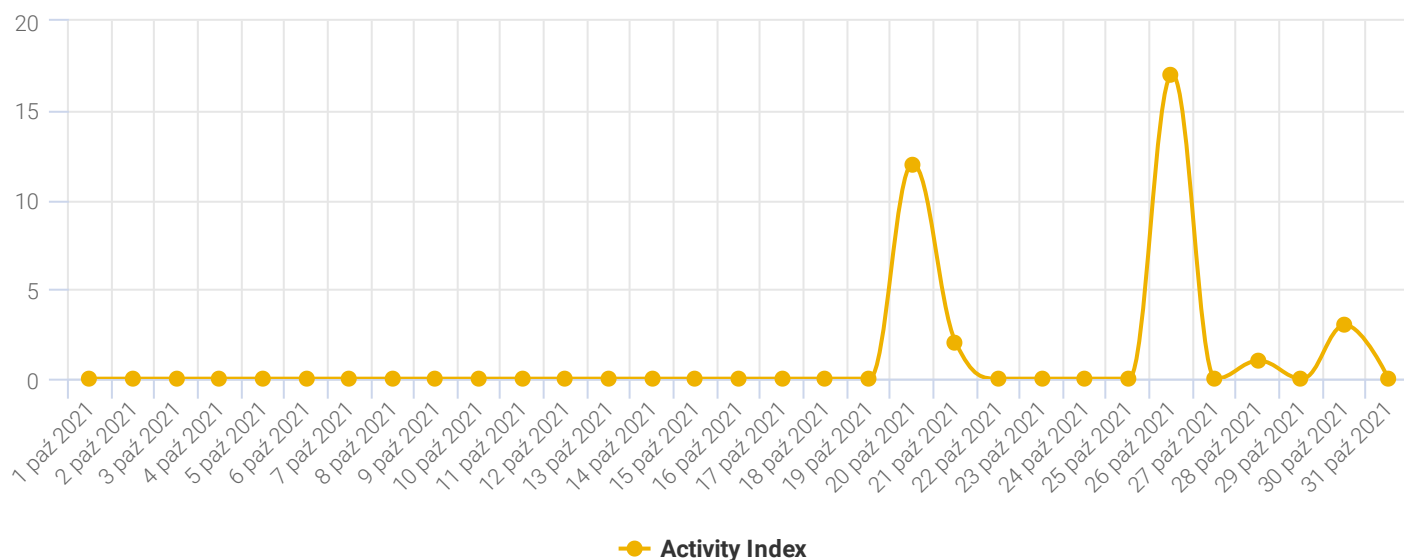
4.4. Aktywności użytkowników a typ treści



- **Najbardziej angażujący typ treści:** Posty w formie zdjęć: 38, 100% aktywności (poprzedni okres: Stories w formie wideo, 0 aktywności)
- **Najmniej angażujący typ treści:** Posty wideo: 0, 0% aktywności (poprzedni okres: Posty w formie zdjęć, 0 aktywności)



4.5. Activity Index



Activity Index

35

↑ +35

Średni dzienny Activity Index

1,13

↑ +1

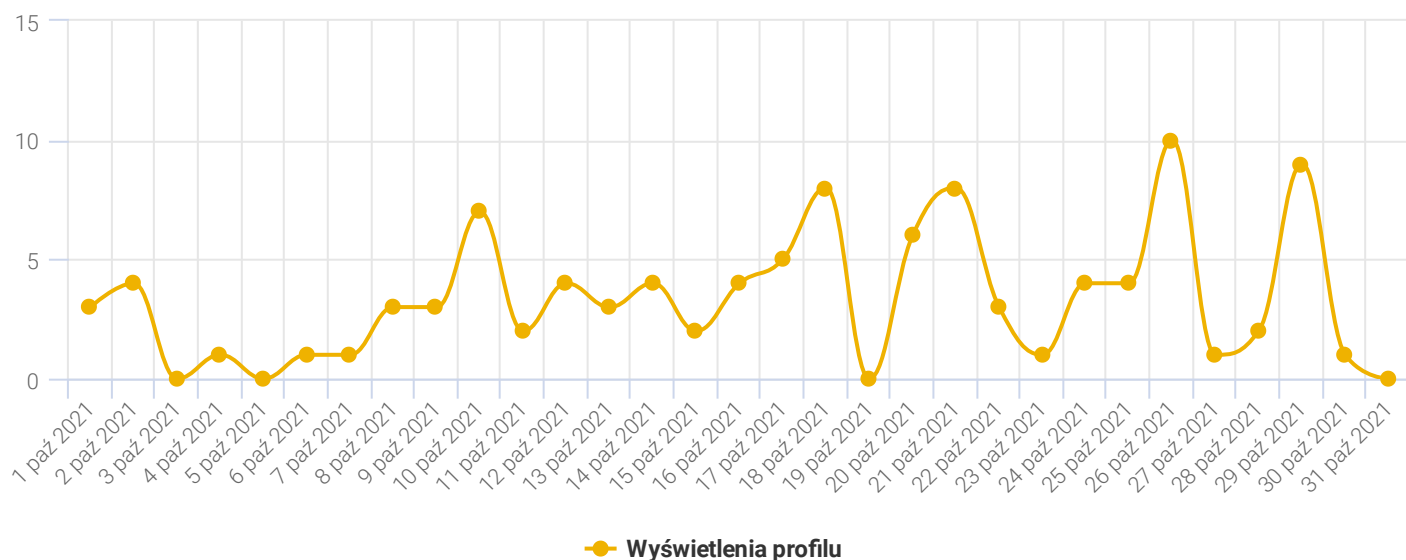
Activity Index to zbiorczy wskaźnik zaangażowania, informujący o intensywności reakcji na komunikację marki, uwzględniając różne typy aktywności oraz fakt, że jeden użytkownik może wykonywać wiele aktywności.

W analizowanym okresie wskaźnik Activity Index wynosił 35, czyli w porównaniu z poprzednim analogicznym okresem wzrósł o 35 (n/a%).

- **Największa wartość Activity Index:** 17 (26 paź 2021)
- **Najmniejsza wartość Activity Index:** 0 (1 paź 2021)



4.6. Wyświetlenia profilu



Wyświetlenia profilu

104

↑ +10

Średnia liczba wyświetleń

3,35

↑ 0

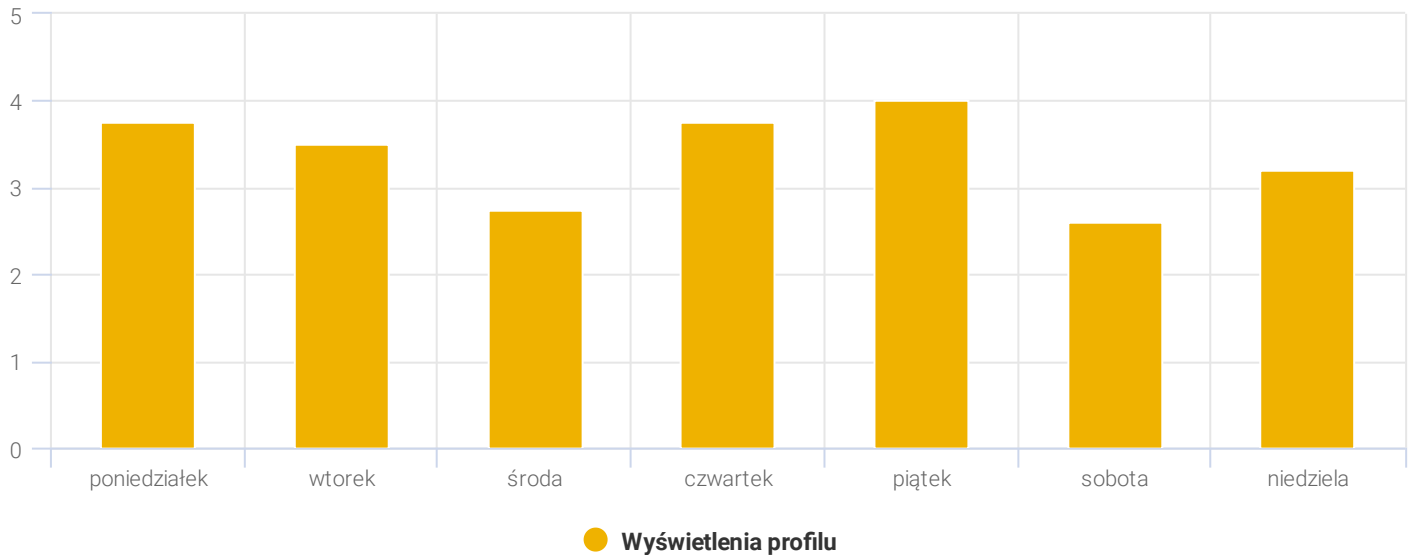
Liczba wyświetleń profilu informuje, ile razy użytkownicy weszli na dane konto.

Twój profil zyskał w danym okresie 104 wyświetleń, czyli 10 więcej niż w poprzednim analogicznym okresie (zmiana o 10,64%).

- **Największa dzienna liczba wyświetleń:** 10 (26 paź 2021)
- **Najmniejsza dzienna liczba wyświetleń:** 0 (3 paź 2021)



4.7. Wyświetlenia profilu - Dni tygodnia



Tygodniowy wykres wyświetleń profilu pokazuje, jak prezentowała się liczba wyświetleń profilu w poszczególnych dniach tygodnia.

- **Najlepszy dzień:** piątek, średnio 4 (poprzedni okres: środa, średnio 3,22)
- **Najgorszy dzień:** sobota, średnio 2,6 (poprzedni okres: sobota, średnio 0,67)



4.8. Całkowita liczba kliknięć



Przejsie do strony www	Kliknięcia we wskazówki dojazdu	Kontakt przez wiadomość prywatną	Kontakt telefoniczny	Kontakt przez e-mail
2	0	0	0	0
↑ +2	0	0	0	0

Konto Firmowe na Instagramie pozwala na dodanie informacji na temat strony internetowej, wskazówek dojazdu, numeru telefonu, adresu e-mail oraz kontakt w wiadomości prywatnej. Całkowita liczba kliknięć pokazuje, jak często odbiorcy chcą się z Tobą skontaktować i w jaki sposób, czyli jak często wybierają poszczególne sekcje.

Jeśli użytkownicy często wchodzą na Twój profil, jednak nie podejmują w jego obrębie wielu interakcji, przeanalizuj przedstawiane tam informacje, ponieważ być może nie są one przedstawione w interesujący sposób.

W analizowanym okresie całkowita liczba kliknięć na Twoim profilu wynosiła 2, czyli o 2 (n/a%) więcej niż w poprzednim analogicznym okresie.



4.9. Rodzaje kliknięć

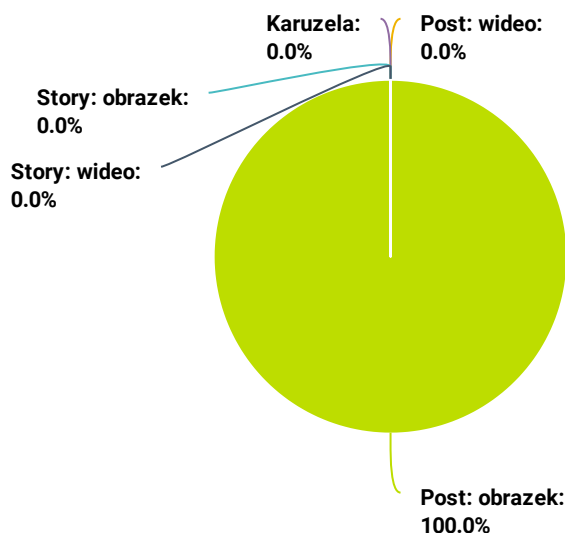


Informacje o najczęściej wybieranej formie kontaktu mogą być przydatną wskazówką w celu optymalizacji np. obsługi klienta w Twojej firmie.

- **Najpopularniejszy rodzaj kliknięć:** Przejsie do strony www, 2 (poprzedni okres: Kontakt przez e-mail, 0)
- **Najmniej popularny rodzaj kliknięć:** Kliknięcia we wskazówki dojazdu, 0 (poprzedni okres: Przejsie do strony www, 0)
- **Najlepsze dni tygodnia:** niedziela, średnio 0,4 (poprzedni okres: poniedziałek, średnio 0)
- **Najgorsze dni tygodnia:** niedziela, średnio 0 (poprzedni okres: poniedziałek, średnio 0)



5.1. Typ treści



Post: obrazek

2

↑ +2

Post: wideo

0

0

Karuzela

0

0

Story: obrazek

0

0

Story: wideo

0

0

Wykres przedstawia rodzaje publikowanych treści, tj. informuje, jaki udział w ogólnej liczbie publikacji stanowią posty (w formie zdjęć, wideo i karuzeli) oraz stories (w formie zdjęć i wideo).

Łączna liczba publikowanych przez profil postów wynosiła 2, tj o 2 (czyli n/a%) więcej niż w poprzednim analogicznym okresie

W badanym okresie liczba opublikowanych stories wynosiła 0, czyli więcej o 0 (n/a%) w stosunku do poprzedniego analogicznego okresu.

- **Najczęściej publikowany typ treści:** Post: obrazek - 2 (100% wszystkich publikacji)
- **Najrzadziej publikowany typ treści:** Post: wideo - 0 (0% wszystkich publikacji)



5.2. Najlepsze posty

Poniżej znajdziesz posty marki, które w analizowanym okresie w największym stopniu zaangażowały odbiorców na Instagramie, uzyskując najwyższy wskaźnik Interactivity Index

26 paź 2021 08:07

<https://www.instagram.com/p/CVfArrdIpY0/>

Masz trudności z prowadzeniem i rozliczaniem kampanii w #socialmedia? 💰 Wiemy, że analiza i raportowanie reklam na Instagramie i Facebooku bywają skomplikowane i czasochłonne...

Polubienia	Komentarze	Zapisania	Zasięg	Wyświetlenia	Activity Index
19	0	0	227	246	19

20 paź 2021 07:41

<https://www.instagram.com/p/CVPg-8ToSvq/>

Twój raport z #InstagramAds gotowy w 60 sekund? Teraz to możliwe! 🙌 Poznaj Sotrender Ads - narzędzie do analizy Twoich #socialads. 📊 ♦ Twórz raporty z reklam na Instagramie i...

Polubienia	Komentarze	Zapisania	Zasięg	Wyświetlenia	Activity Index
14	0	0	211	223	14



5.3. Najlepsze stories

Poniżej znajdziesz stories marki, które w analizowanym okresie zdobyły największą popularność wśród odbiorców.



6.1. Porównanie

	analizowany okres 01.10.2021 - 31.10.2021	poprzedni okres 01.09.2021 - 30.09.2021
--	--	--

Zasięg

Zasięg całkowity (estymowany)	20076	78669
Średni dzienny zasięg	899	2860
Wyświetlenia	32143	95797
Liczba obserwujących profil	1119	1099
Przyrost liczby obserwujących profil	20	22

Aktywności

Polubienia	35	0
Komentarze	0	0
Zapisane	3	0
Aktywności	38	0
Średnia liczba aktywności	1,23	0
Activity Index	35	0
Wyświetlenia profilu	104	94
Kliknięcia w profil	2	0

Aktywności marki

Post: obrazek	2	0
Post: wideo	0	0
Karuzela	0	0
Story: wideo	0	0
Story: obrazek	0	0