



Wydział Psychologii
Uniwersytetu Warszawskiego



Marketing, relacje i sieci społeczne – wyniki badań Facebooka

Dr Jan Zajac

(Wydział Psychologii UW /
/ SmartNet Research & Solutions)

Współpraca: **Marcin Nagraba**



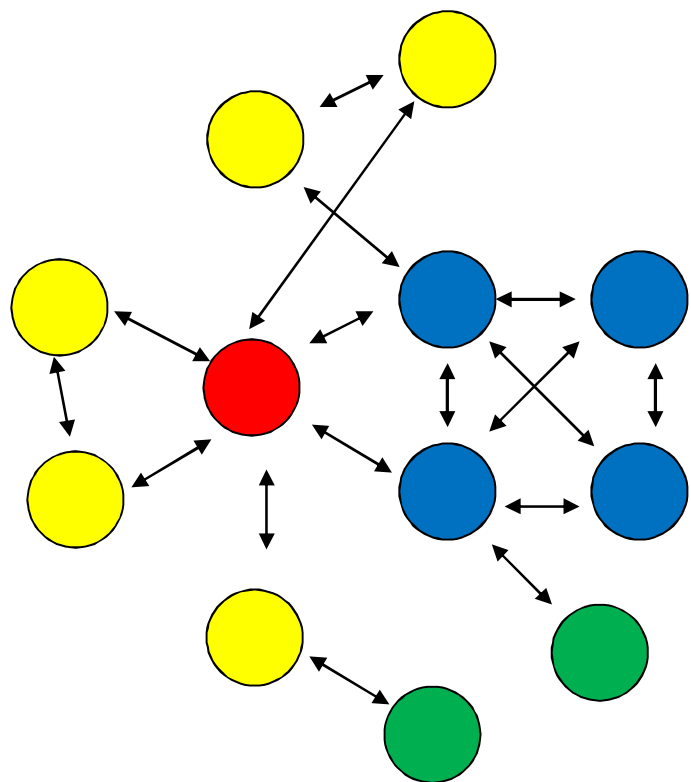
PANEL
Facebooker
Warszawa, 12 marca 2010

O czym powiem?

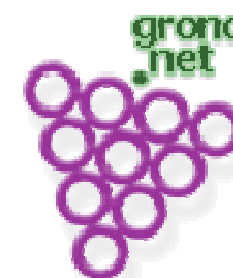
- ” Sieci społeczne i relacje użytkowników
- ” Autoprezentacja
- ” Prywatność

A wszystko w kontekście zastosowań w działaniach marketingowych

Sieć społeczna



Badane serwisy – m.in:



Węzeł centralny

Outsiderzy

Paczka znajomych - klika

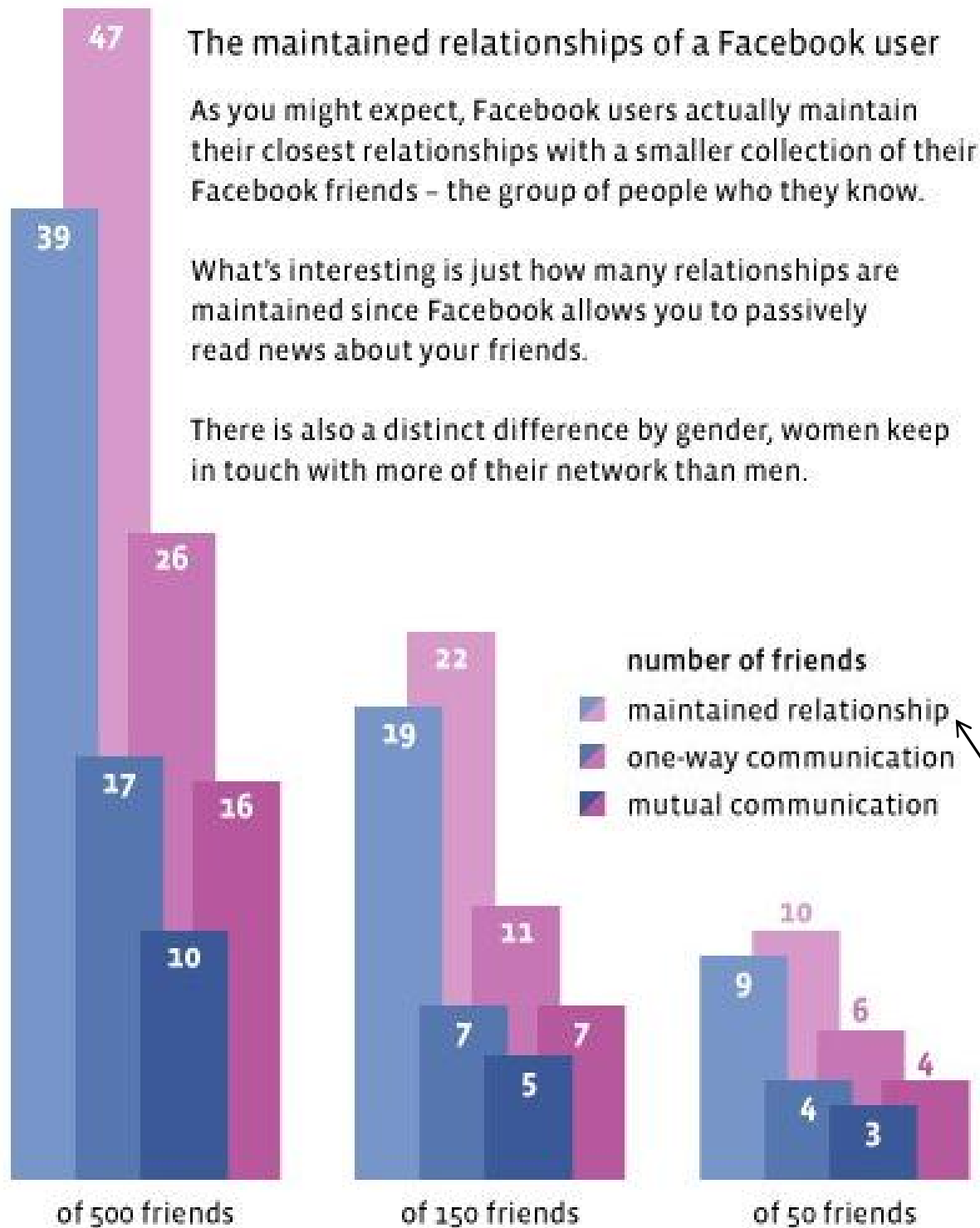


Sieci społeczne na Facebooku

- “ Głównie przenoszenie relacji spoza Internetu
 - “ Większe zaufanie?
 - “ Sieć na FB a sieć spotkań bezpośrednich
- “ Wielkie zróżnicowanie liczby relacji
- “ Clustering relacji
- “ Używanie FB a wyższy kapitał społeczny
 - “ Zwłaszcza „bridging social capital”
- “ Homofilia - tendencja do interakcji z podobnymi ludźmi

Liczba znajomych na Facebooku

- ” Poza FB:
 - ” Ok. 150 znajomych w danym momencie
 - ” 300-3000 znajomych przez całe życie (Killworth et al.)
- ” Średnia liczba znajomych – ok. 120 (Facebook Data Team, marzec '09)
- ” Demotywatory – 105 tys. fanów (facebooker.pl)
- ” Texas Hold'em Poker – 13,8 mln fanów (facebakers.com)
- ” Barack Obama – 11 mln fanów (facebakers.com)
- ” Wojciech Olejniczak – 4 tys. znajomych(fanów?)
- ” Andrzej Olechowski:
 - ” Jako osoba – 2,8 tys. znajomych
 - ” Jako fanpejdż – 1,4 tys. fanów



Relacje tylko z małą częścią wszystkich znajomych – ale i tak z wieloma osobami

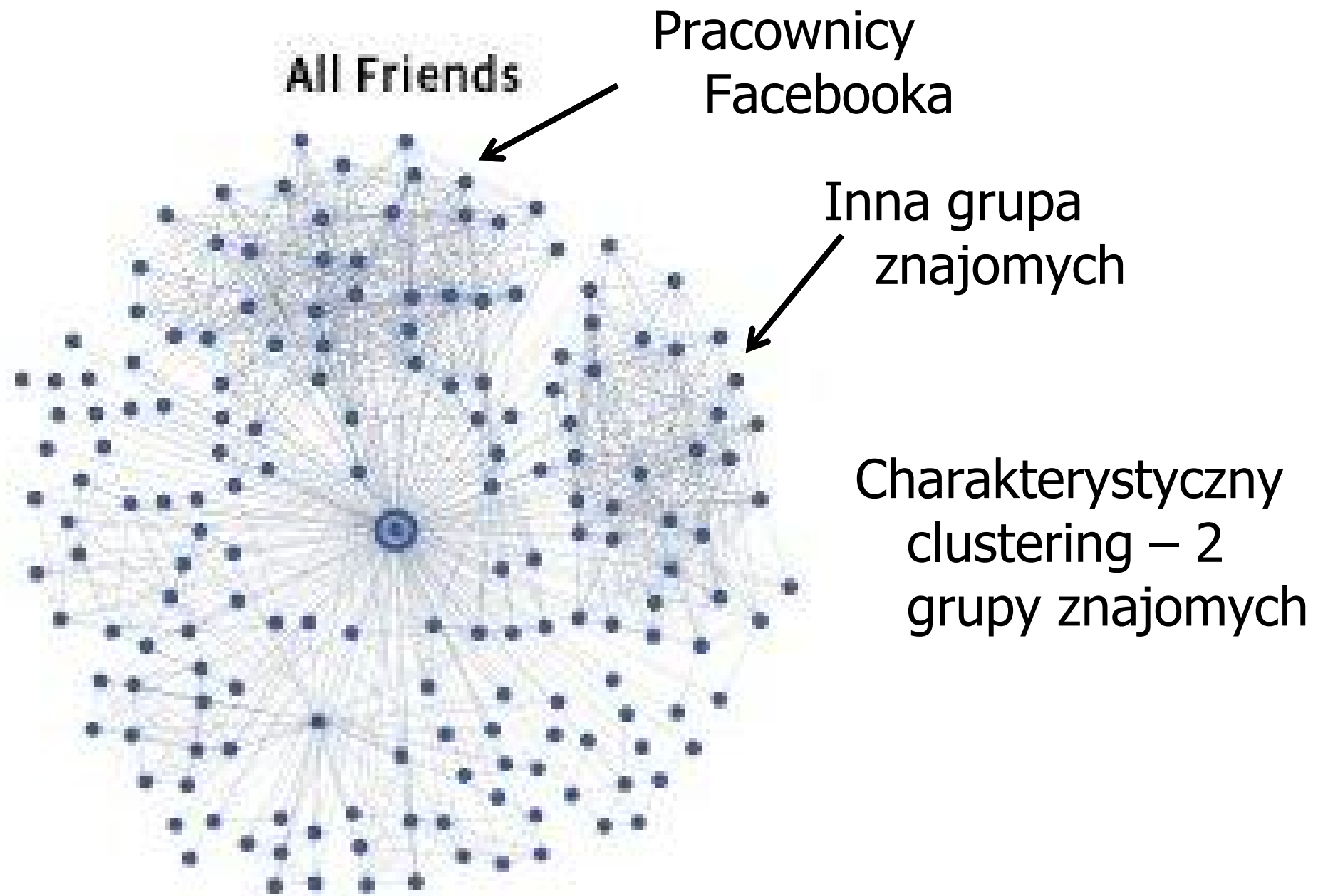
Więcej znajomych – więcej relacji

(przyczyna czy skutek?)

Kobiety mają więcej relacji

Maintained – >2 razy kliknięcie w aktywność News Feed lub odwiedziny profilu

Źródło: Facebook Data Team, marzec 2009



Przykładowa sieć znajomych – pracownik Facebooka

Źródło: Facebook Data Team, marzec 2009

Efekty sieci społecznych

- “ Podstawa marketing wirusowego
- “ Na FB większe sieci, więc potencjalnie większy zasięg działań wirusowych
- “ Wspomaga architektura serwisu – pokazywanie aktywności znajomych
- “ Co zrobić, żeby zapraszali znajomych?
 - “ Wymuszanie zaproszenia X znajomych przy korzystaniu z aplikacji – ryzykowna taktyka

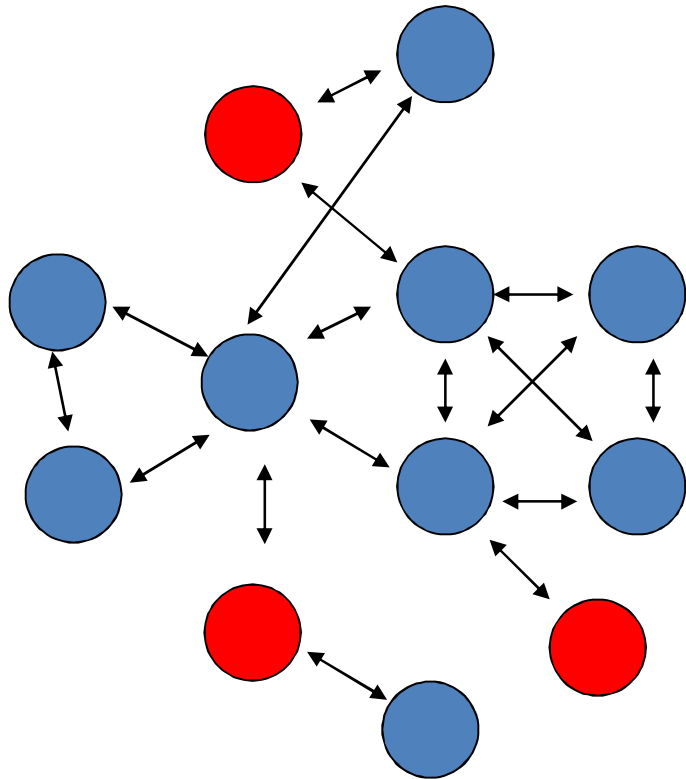
Homofilia

- “ Tendecja do interakcji z podobnymi ludźmi
- “ Podobieństwo pozwala przewidywać kontakty, małżeństwa, poglądy, itd.
- “ Homofilia na FB: czyjeś zachowanie czy poglądy można przewidzieć na podstawie zachowań i cech znajomych
- “ Przykłady badań:
 - “ Przewidywanie poglądów politycznych:
 - “ Przewidywanie homoseksualizmu
 - “ Najlepsze wyniki – połączenie znajomych i cech

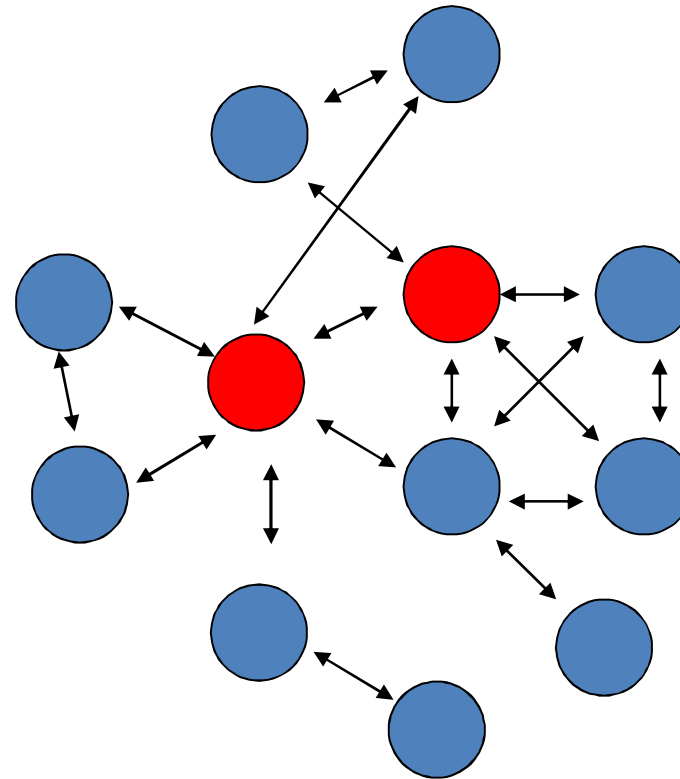
Homofilia w marketingu

- “ Homofilia zwiększa szansę powodzenia działań wirusowych – znajomi mają podobne zainteresowania
- “ Przykłady naszych badań (2 znane firmy w PL) – badanie relacji pozwoliło przewidzieć zachowanie konsumentów:
 - “ Kupowanie dóbr wirtualnych
 - “ Korzystanie z usług telekomunikacyjnych
 - “ Korzystanie z najnowszych wersji aplikacji
- “ Warto analizować dane o zachowaniach konsumentów
- “ Brak danych historycznych? – można zorganizować konkurs
- “ Można wykorzystywać do precyzyjnego targetowania

Pomiar efektów sieciowych (1)

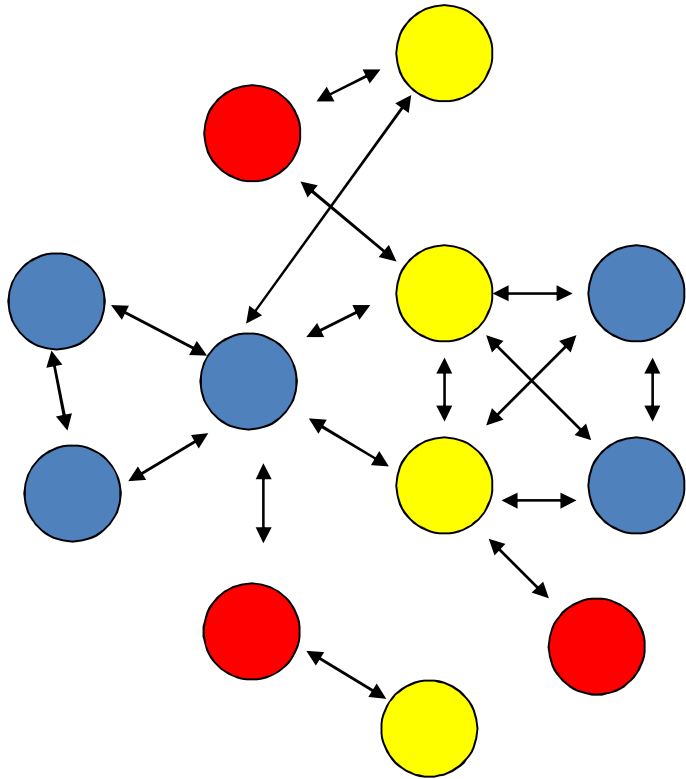


Mamy 3 fanów



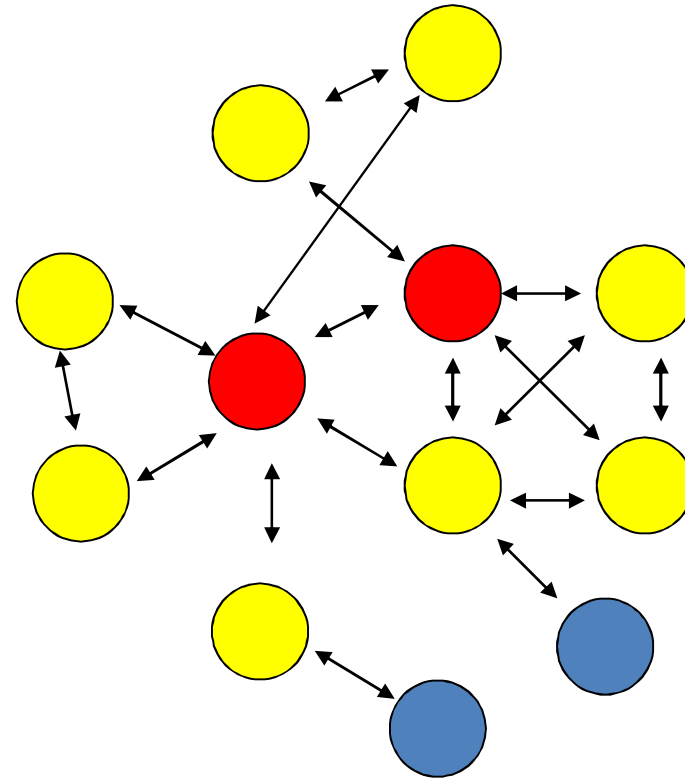
Mamy 2 fanów

Pomiar efektów sieciowych (2)



Mamy 3 fanów, mających
łącznie 4 znajomych

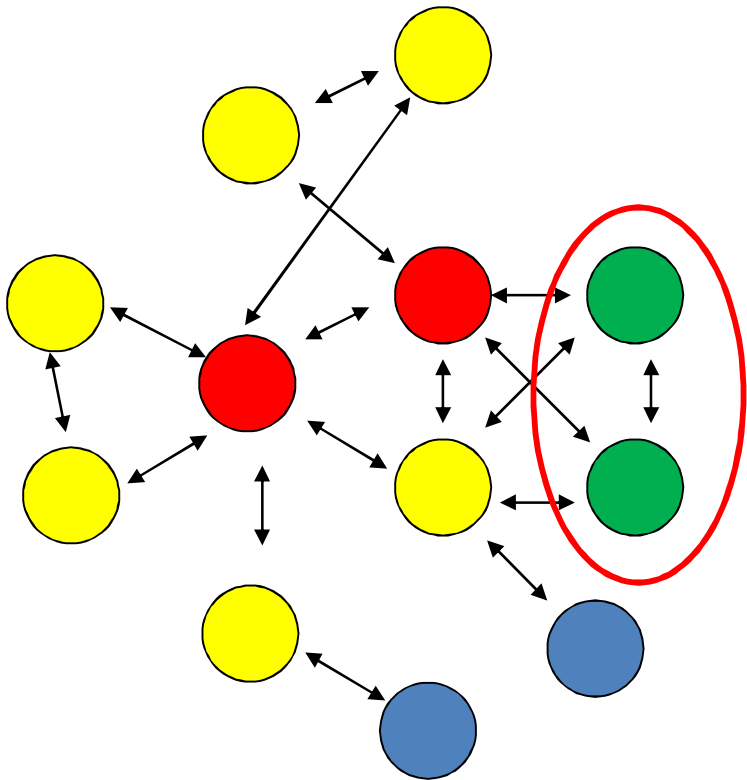
Potencjalnie docieramy do
58% (7/12) całej sieci



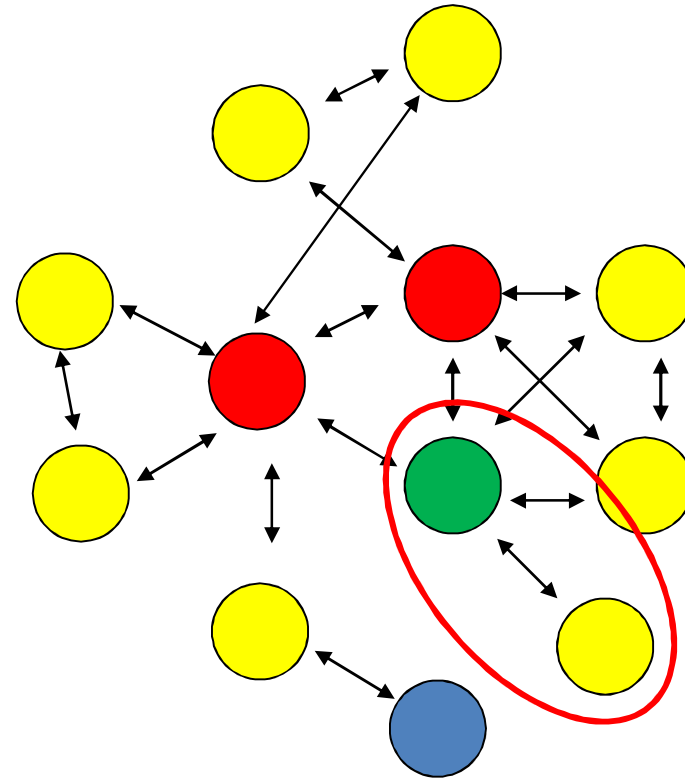
Mamy 2 fanów, mających
łącznie 8 znajomych

Potencjalnie docieramy do
83% (10/12) całej sieci

Pomiar efektów sieciowych (3)



Zdobyliśmy 2 nowych fanów, ale nie docieramy do nowych osób



Zdobyliśmy 1 nowego fana, mającego wśród znajomych nową osobę.
Docieramy do 92% sieci

Pomiar efektów sieciowych (4)

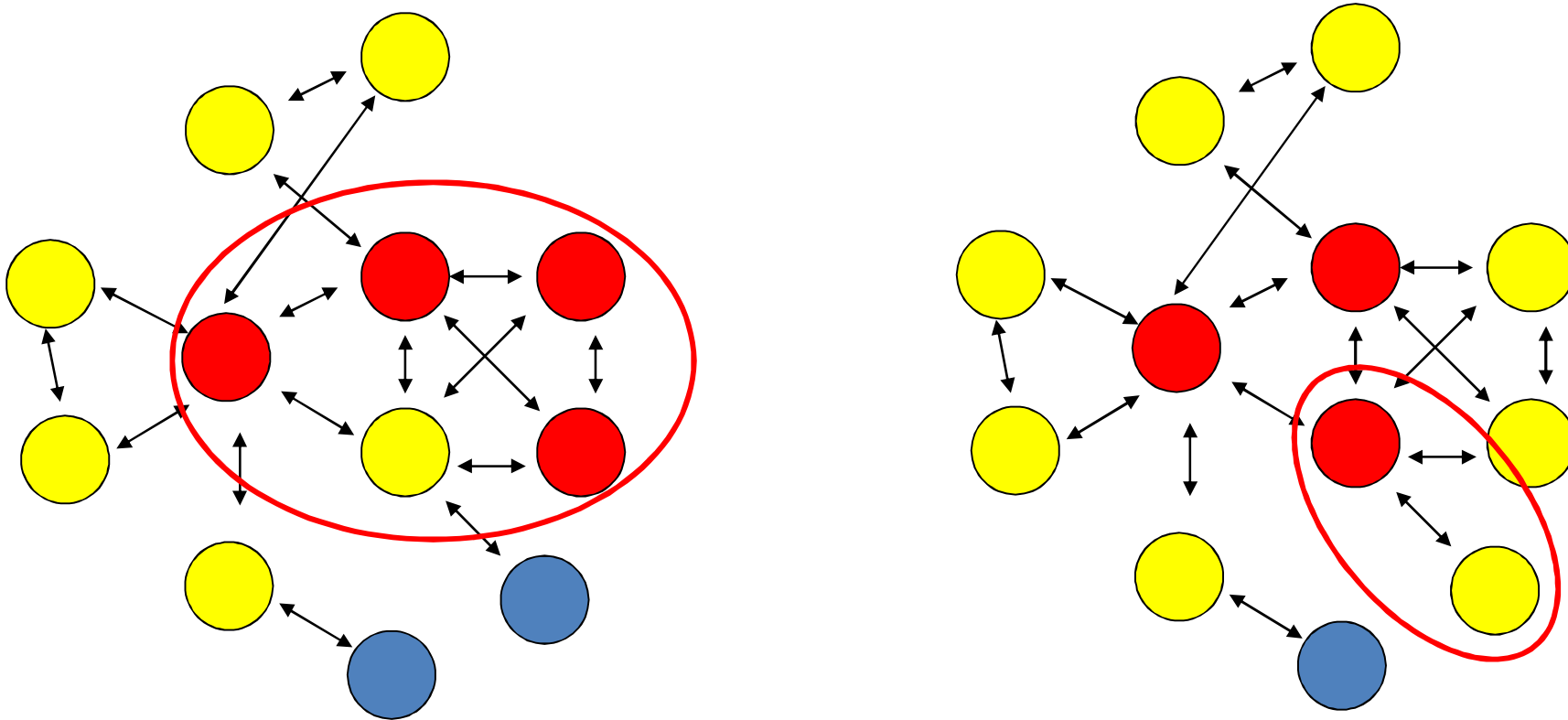
3 poziomy „wnikliwość” pomiaru:

1. Ilu mam znajomych / fanów?
2. Ilu znajomych mają moi znajomi?
3. Ilu niepowtarzalnych znajomych mają moi znajomi?

” Trade-off: Dotrzeć do wielu osób, czy dotrzeć do mniejszej liczby osób, ale „z wielu stron”?

” Zależy od zaraźliwości komunikatu / zachowania

Pomiar efektów sieciowych (5)



“Trade-off: Dotrzeć do wielu osób, czy dotrzeć do mniejszej liczby osób, ale „z wielu stron”?

“Zależy od zaraźliwości komunikatu / zachowania


[View Photos of Radek \(2\)](#)
[Send Radek a Message](#)
[Poke Radek](#)

Obecnie Minister Spraw Zagranicznych w rządzie Donalda Tuska

Information

Radek Sikorski
[Wall](#)
[Info](#)
[Photos](#)
[Links](#)
[Events](#)


Radek only shares some of his profile information with everyone. If you know Radek, send him a message or add him as a friend.

Basic Information

Sex: Male
 Birthday: February 23, 1963
 Hometown: Bydgoszcz, Poland
 Children: Aleksander
 Tadeusz
 Relationship Status: Married

Personal Information

About Me

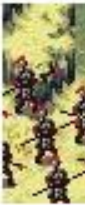
Radosław Sikorski urodził się 23 lutego 1963 roku w Bydgoszczy, polski polityk, obecnie Minister Spraw Zagranicznych w rządzie Donalda Tuska.

W marcu 1981 roku podczas wydarzeń bydgoskich pełnił funkcję Przewodniczącego Uczniowskiego Komitetu w I Liceum Ogólnokształcącym w Bydgoszczy. W latach 1981 – 1989 przebywał w Wielkiej Brytanii jako uchodźca polityczny gdzie ukończył Uniwersytet Oxfordzki z tytułem zawodowym magistra na kierunku filozofii, nauk politycznych i ekonomii.

Zanim rozpoczął działalność polityczną w III RP, pracował jako korespondent dla Brytyjskiej Prasy oraz był reporterem podczas wojen w Afganistanie i Angolii. Podczas wojny w Afganistanie 1987 roku uzyskał nagrodę w kategorii zdjęć reporterskich „Word Press Photo”. W latach 1992 – 2001 piastował funkcję Wiceministra Obrony Narodowej w rządzie Jana Olszewskiego. W 1992 roku był głównym inicjatorem w sprawach przystąpienia Polski do NATO. W późniejszych

Create

War c


 Play th
 your fr

IKEA.


 Jeśli ma
 produk
 oficjaln
 nam, że
 bardzo
 Robert

Autoprezentacja na FB

Przestrzeń życia społecznego – a zatem także autoprezentacji

Do czego służy Facebook?

“ Mi – do kontaktów ze znajomymi

“ Innym – autopromocji, randkowania, lansu...

Autoprezentacja nie wprost – ale przez pokazanie, np. w kontekście konsumpcji

Pokazywanie swoich preferencji kulturalnych, konsumenckich, politycznych, itd.

Facebook a prywatność

Serwis umożliwia dość dużą kontrolę nad ujawnianymi informacjami, ale...

Deklaratywnie – prywatność bardzo ważna

W praktyce – zazwyczaj jest zupełnie inaczej...

Badanie kanadyjskie (2008-2009):

“ Im starszy użytkownik, tym mniej ujawnia

“ Single szukający partnera – podają więcej informacji

A jak jest w Polsce?

Prywatność a marketing

Informacje dostępne w profilach – dobra podstawa do targetowania

Informacje w zdecydowanej większości prawdziwe – kontakty spoza Internetu

Temat drażliwy, możliwe że ludzie staną się bardziej czuli na tym punkcie

Kiedy nawet będzie brakować – można próbować przewidzieć (homofilia)

2 ciekawostki na zakończenie

Single częściej zamieszczają w profilach informacje o religii – czyżby informacje dla potencjalnych partnerów?

Facebook a MySpace – Digital Getto?

“ MySpace – Czarni, Latynosi, ubożsi

“ Facebook – kontakty z uczelniami, Azjaci

A jak będzie w Polsce?



Wydział Psychologii
Uniwersytetu Warszawskiego



Dziękujemy za uwagę !

izajac@snrs.pl

Prezentacja będzie dostępna
na stronie www.snrs.pl



PANEL
Facebooker
Warszawa, 12 marca 2010