

Количественный анализ

Количественный анализ

Поверхностное изучение конкурента, чтобы понять:

1. Уделяют ли внимание контент-маркетингу
2. Какие каналы контент-маркетинга используются
3. Какие каналы контент-маркетинга работают лучше всего
4. Есть ли блог на сайте
5. Имеет ли смысл делать качественный анализ



**Задача количественного
анализа - выбрать
конкурентов для
качественного анализа**

Количественный анализ

Поверхностное изучение конкурента, чтобы понять:

1. Уделяют ли внимание контент-маркетингу
2. Какие каналы контент-маркетинга используются
3. Какие каналы контент-маркетинга работают лучше всего

Качественный анализ

Качественный анализ

Подробное изучение конкурента, чтобы понять:

1. Типы и форматы контента, которые используют
2. Визуальную составляющую
3. Тон и голос
4. Как в целом выстраивают стратегию контент-маркетинга
5. Какие задачи решают с помощью контент-маркетинга?
6. Какие ресурсы вкладывают в контент-маркетинг



**Задача качественного
анализа - найти лучшие
практики использования
контента**

Сервисы для количественного и качественного анализа

Посещаемость: [SimilarWeb](#), [Яндекс.Радар](#), [Рейтинг Mail.ru](#), [Liveinternet](#), [Mediascope](#), [Brand Analytics](#)

Возраст сайта: <https://web.archive.org>

Социальные сети: количество подписчиков, вовлеченность: [Popsters](#), [Amplifr](#), [Livedune](#)

Уникальность текстов: [Advego](#), [glvrd](#), [text.ru](#)

Метрики анализа конкурентов

1. Количественные показатели (ER%, кол-во подписчиков, посещаемость, источники трафика, время на сайте, отказы и т.д.)
2. Качественные показатели (тональность, типы и форматы контента, подача, посыл, площадки дистрибуции, примерная оценка ресурсов на создание контента)