



**ТЕКСТ** > Леонид Хомерики, управляющий партнер коммуникационного агентства PR Company

**ФОТО** > ПАО «Газпром», Евгения Иванова

# ГРУППОВОЙ УСПЕХ

Эффективность «Газпрома» в соцсетях – результат системной работы

Наше коммуникационное агентство PR Company при поддержке Российской ассоциации по связям с общественностью и Центра развития коммуникаций ТЭК подготовило второй рейтинг эффективности работы компаний топливно-энергетического комплекса России в соцсетях. Он был представлен в рамках коммуникационного форума «КонТЭКст» 18 апреля 2018 года. «Газпром» в рамках исследования был признан самой активной компанией ТЭК по работе в соцсетях.

При подготовке рейтинга по итогам 2017 года была рассмотрена 941 организация (на 35 больше, чем в прошлом году), в финальную выборку попали 134. Из них 13 (то есть почти 10%) входят в структуру «Газпрома» (на четыре организации больше, чем по итогам 2016 года). Таким образом, количество учтенных в рейтинге структур «Газпрома» возросло как в абсолютном, так и в относительном выражении. При этом количество каналов в соцсетях (в рейтинге учитывались такие каналы, как Facebook, «ВКонтакте», Twitter, Instagram, «Одноклассники» и в мессенджере Telegram) возросло на 19 единиц – до 47. Для сравнения: у ближайшего

преследователя «Газпрома» в подрейтинге холдинговых структур – ГК «Росатом» – 25 каналов при 9 учтенных в рейтинге дочерних структурах (см. табл. 1). В чем секрет высоких показателей «Газпрома»? Головная компания не входит в число лидеров рейтинга с показателем эффективности работы на уровне 1,49 (для сравнения: у победителя – ПАО «РусГидро» – показатель равен 15,97). При этом его показатель эффективности снизился (1,8 по итогам 2016 года). Секрет гораздо лучшего результата «Газпрома» – его дочерних структур – в систематичности действий, которую нетрудно отследить. Для этого необходимо обратить внимание как на общее коли-

чество дочерних обществ и страничек, учтенных в рейтинге, так и на число предприятий «Газпрома», занявших призовые места в категории «Нефть и газ» – 4 из 5 первых позиций (см. табл. 2). Показатель эффективности лидирующей структуры «Газпрома» – ООО «Газпром межрегионгаз Север» – составил 12,32 пункта, что позволило этой компании занять четвертое место в общем зачете. Одной из возможных причин такого высокого результата могла стать унификация структуры сайтов предприятий «Газпрома», приуроченная к внедрению нового дизайна. В результате на сайтах ряда дочерних структур появились ссылки на соцсети, что, наравне с количеством

**Количество каналов в соцсетях (таких как Facebook, «ВКонтакте», Twitter, Instagram, «Одноклассники» и в мессенджере Telegram) возросло на 19 единиц – до**

**47**  
**12,32**

**ПУНКТА составил показатель эффективности лидирующей структуры «Газпрома» – ООО «Газпром межрегионгаз Север»**

**ВИТАЛИЙ КОСКОВЕЦКИЙ, начальник отдела внешних коммуникаций ООО «Газпром газомоторное топливо»:**  
Основная задача присутствия компании в социальных сетях – популяризация природного газа в качестве моторного топлива. Социальные сети используются для взаимодействия с потребителями и профессиональными аудиториями – журналистами, инвесторами и представителями топливного и автомобильного рынков.  
Для работы с потребителями выбрана площадка социальной сети «ВКонтакте». Создание группы «Автомобильное топливо EсоGas» позволило наладить канал коммуникации с автомобильным сообществом, информировать о преимуществах современно и перспективного топлива EсоGas. Группа стала источником знаний, дала возможность распространять новостную информацию по новым коммуникационным каналам, реагировать на обращения потребителей и рынка в целом.  
Для позиционирования компании и распространения информации о развитии рынка созданы страницы в социальных сетях Facebook и Twitter. Через эти каналы мы взаимодействуем с нашими партнерами, в том числе со СМИ, потребителями и другими участниками газомоторного рынка.  
Планируется расширение аудитории групп, привлечение новых подписчиков за счет повышения качества информации и актуальности контента.

Таблица 1. Рейтинг холдинговых структур с учетом Д30 по количеству страниц, включенных в основной рейтинг эффективности работы организаций ТЭК в социальных сетях в 2017 году

2017	2016	Организации	Кол-во структур в рейтинге	Кол-во учтенных страниц в рейтинге
1	1	ПАО «Газпром»	13 (+4)	47 (+19)
2-4	3	ГК «Росатом»	9 (+2)	25 (+11)
2-4	4	ПАО «Россети»	9 (+1)	25 (+12)
2-4	2	ПАО «Интер РАО»	10 (-2)	25 (-1)
5-6	6-7	ПАО «РусГидро»	2	7 (+1)
5-6	5	ПАО «НК «Роснефть»	3	7 (+2)
7	6-7	ГК «Ренова»	6	6
8-9	9-11	En+ Group	2	3 (+1)
8-9	9-11	ЗАО «Межрегион-союзэнерго»	2	3 (+1)

Таблица 2. Лидеры рейтинга эффективности работы организаций ТЭК в социальных сетях в 2017 году в категории «Нефть и газ»

2017	2016	Организация	Эффективность
1	-	ООО «Газпром межрегионгаз Север»	12,32
2	-	ООО «Газпром добыча Краснодар»	8,45
3	2	ООО «Газпром газомоторное топливо»	6,33
4	14	ООО «Газпром трансгаз Сургут»	4,19
5	6	ПАО «Татнефть»	1,86

подписчиков (не менее 200 в пересчете на одну страницу), является базовым критерием для попадания в наш рейтинг. Наблюдается устойчивый рост активности крупнейших компаний ТЭК в направлении увеличения количества подписчиков и уровня вовлеченности. Так, по итогам 2016 года медиана количества подписчиков по всем страницам составила 975 против 544. При этом в среднем на каждую публикацию в 2017 году приходилось 35 реакций по сравнению с 28, зафиксированными в прошлом рейтинге. Отметим, что именно уровень вовлеченности,

или, говоря проще, количество реакций (лайков, комментариев, репостов), в сочетании с регулярностью публикаций стали залогом победы лидеров нашего рейтинга. В качестве подтверждения данного тезиса обратим внимание на показатель вовлеченности абсолютного лидера – ПАО «РусГидро», рассчитанный в соответствии с нашей формулой (см. рис. 1). Он составляет 9,7 пункта. Для сравнения, у ООО «Газпром межрегионгаз Север» вовлеченность составляет 16,9 пункта, и по этому показателю компания находится на первом месте в рейтинге (на втором

Рис. 1. Формулы для расчета показателей вовлеченности, активности и эффективности

$$\text{ВОВЛЕЧЕННОСТЬ} = \frac{\text{лайки} + \text{комментарии} + \text{репосты}}{\text{кол-во стр.} - \text{стр. Telegram}} \cdot \frac{\text{кол-во подписчиков}}{\text{кол-во стр.}}$$

$$\text{АКТИВНОСТЬ} = \frac{\text{кол-во публикаций на всех стр.}}{\text{кол-во каналов} \times 366 \text{ дней}}$$

$$\text{ЭФФЕКТИВНОСТЬ} = \text{АКТИВНОСТЬ} \times \text{ВОВЛЕЧЕННОСТЬ}$$