

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**имени М. В. ЛОМОНОСОВА**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

---

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Reels как новый и перспективный способ привлечения  
аудитории в Instagram для российских брендов одежды  
12Storeez, All We Need, I AM Studio.**

Исследование  
студентки курса  
дневного отделения  
Жуковой Елизаветы Руслановны

Преподаватель:  
Першина Елена Дмитриевна

Москва 2021

## Введение

В современном мире социальные сети играют большую роль в жизни общества. С каждым годом число пользователей растет. Так, к январю 2021 года в Российской Федерации насчитывалось 99 млн пользователей социальных сетей<sup>1</sup>.

При этом важно понимать, что пользователи проводят время в социальных сетях не только для того, чтобы пообщаться с друзьями. Около 36,5% человек используют соцсети в качестве СМИ: знакомятся с последними новостями и различными актуальными мероприятиями; 35 % аудитории также смотрит там развлекательный контент, чтобы занять время; 27,5 % ищут там различные товары и услуги, чтобы их купить и лишь 26,8 % человек отметило общение с друзьями, – сообщает статистический отчет о состоянии цифровой сферы *Global Digital 2021* от *Hootsuite*<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Интернет и соцсети в России в 2021 году — вся статистика. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> (Дата обращения: 23.12.21)

<sup>2</sup> Статистический отчет о состоянии цифровой сферы *Global Digital 2021* от *Hootsuite*. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (Дата обращения: 23.12.21)

Исходя из приведенных выше социологических исследований, можно сделать вывод, что современное общество в большинстве своем предпочитает проводить время в социальных сетях, нежели на различных сайтах в Интернете, более того соцсети частично заменили им различные информационные и развлекательные СМИ, а также сервисы по поиску услуг и товаров. Следовательно, социальные сети могут составить достойную конкуренцию рекламе в СМИ и другим способам продвижения.

Статистические данные сообщают, что социальная сеть Instagram является самой популярной в России исходя из числа активных пользователей. Количество авторов в соцсети в октябре 2021 года составило 38,1 млн, в то время как у более раннего лидера ВКонтакте статистика продолжает падать: число авторов снизилось до 23,8 млн<sup>3</sup>.

Более того, Instagram не перестает развиваться и создавать новые форматы взаимодействия с аудиторией. Так, чтобы не уступать другой набирающей популярность социальной сети TikTok, 5 августа 2020 года Instagram запустил функцию Reels, она позволяет записывать видео, добавлять к ним музыку и визуальные эффекты.

Следует также принять во внимание исследование Hubspot<sup>4</sup>, которое доказывает, что видео — тот самый формат,

---

<sup>3</sup> Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2021. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2021/> (Дата обращения: 23.12.2021)

<sup>4</sup> Content Trends: Preferences Emerge Along Generational Fault Lines. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/content-trends-preferences> (Дата обращения: 23.12.21)

который пользователи ждут от брендов. 54% опрошенных хотят посмотреть видео о продукте вместо рассылок, картинок, записей в блоге и т.п.

Исходя из вышесказанного можно выдвинуть гипотезу о том, что видеоконтент в Instagram брендов вызывает больший отклик у аудитории.

В данном исследовании будет проанализирована эффективность Reels для привлечения аудитории в аккаунты российских брендов, представленных в Instagram.

**Гипотеза:** в активных Instagram-аккаунтах российских брендов одежды (12Storeez, All We Need, I AM Studio) Reels привлекают аудиторию лучше, чем посты.

### **Основная часть**

В качестве объектов исследования были выбраны три российских бренда одежды 12Storeez, All We Need, I AM Studio, которые активно ведут Instagram и привлекают клиентов по большей мере через эту социальную сеть, благодаря активному продвижению своей продукции с помощью различных ресурсов Instagram: stories, посты, reels.

Бренды были отобраны из подборки онлайн версии журнала Glamour<sup>5</sup>, в которой собраны российские магазины одежды и аксессуаров, которые стали известными благодаря Instagram. Все три бренда успешно развивают свои аккаунты.

---

<sup>5</sup> Российские бренды одежды: 12 лучших магазинов из инстаграма. URL: <https://www.glamour.ru/shopping/rossijskie-brendy-odezhdy-12-luchshih-magazinov-iz-instagram>

На 12Storeez подписано более 1,5 млн пользователей, на I AM Studio - 529 тыс. пользователей, на All We Need - 468 тыс. Также бренды регулярно ведут истории: выкладывают от 5 до 30 публикаций такого формата в сутки.

Кроме того, эти бренды периодически упоминаются в подборках и материалах lifestyle-изданий. В поисковой системе Google в разделе «Новости» по запросам «All We Need бренд», «I AM Studio бренд», «12Storeez бренд» встречается более 3000 публикаций. Отсюда следует, что вышеуказанные бренды пользуются популярностью.

Однако большая часть аудитории узнала об этих магазинах одежды именно через социальную сеть Instagram. Обратимся к статистическим показателям в аккаунтах этих брендов и сравним количество лайков под постами и Reels, чтобы выявить, какой формат подачи контента привлекает больше аудитории.

### **Анализ бренда 12Storeez**

Проанализируем статистику лайков под постами и Reels в аккаунте бренда за последние три месяца. Следует отметить, что 12Storeez выкладывают фотографии регулярно - каждый день, в отличие от Reels, поэтому вводные данные неравносильны. Самые удачные Reels набрали 12,9 тыс., 13 тыс., 36,8 тыс. лайков, остальные от 92 до 7500. В то время как данные по постам варьируются от 3518 до 30,1, самое большое количество лайков под постами составляет 33,1 тыс., 55,9 тыс., 84,1 тыс.

## **Анализ бренда All We Need**

Статистика лайков у бренда All We Need также складывается неравномерно, так как они выкладывают от 1 до 3 постов в день. За три месяца на аккаунте опубликовали 208 постов, в то время как Reels вышло всего 18, что также является непропорционально. Однако, посты набирают в среднем от 348 до 1607 лайков, причем преобладают трехзначные цифры. Самые «залетевшие» посты собрали 3026, 3040, 7330 лайков. Несмотря на то, что Reels значительно меньше, статистика у них лучше. Она варьируется от 645 до 1854, при этом четырехзначных цифр тут больше. Самые удачные Reels набрали 11,3 тыс., 9503, 2256. Эти данные значительно выше, чем у постов. Возможно, если бы Reels публиковались так же регулярно этот показатель был бы выше.

## **Анализ бренда I AM Studio**

В ходе анализа данного бренда была выявлена та же тенденция, что и предыдущих двух. I AM Studio тоже публикует значительно меньше Reels, чем постов. За 3 месяца вышло 145 постов, в то время как Reels всего 12. Усредненная статистика по публикации постов варьируется по количеству лайков от 236 до 703, лучшие посты собрали 2598, 1997 и 1344 лайка. Reels приносит от 368 до 1017 лайков, самые удачные видео такого формата набрали 1604, 1355, 1081, что ниже, чем показатель постов.

## **Вывод**

В ходе данного исследования было выявлено, что бренды российской одежды 12Storeez, All We Need, I AM

Studio предпочитают выставлять контент в формате постов с регулярной периодичностью, в то время как Reels уделяется значительно меньше внимания. Гипотеза, выдвинутая ранее, не оправдалась, так как количество лайков под постами в большинстве случаев либо превышает, либо примерно равно количеству этих отметок под Reels. Однако публикация Reels в целом имеет хорошую динамику и, возможно, если их выставлять чаще.

## **Список литературы**

1. Интернет и соцсети в России в 2021 году — вся статистика. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/>
2. Статистический отчет о состоянии цифровой сферы Global Digital 2021 от Hootsuite. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-i-socsetej-na-2021-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>
3. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2021. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2021/>
4. Content Trends: Preferences Emerge Along Generational Fault Lines. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/content-trends-preferences>
5. Российские бренды одежды: 12 лучших магазинов из инстаграма. URL: <https://www.glamour.ru/shopping/rossijskie-brendy-odezhdy-12-luchshih-magazinov-iz-instagram>