



Instagram

raport porównawczy

Okres analizy



1 paź 2024 - 31 gru 2024



play_polska



orange_polska



tmobilepl



plushbezlimitu



Podsumowanie

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku profile na Instagramie: play_polska, orange_polska, tmobilepl oraz plushbezlimitu wykazały różnorodne podejście do swojej działalności.

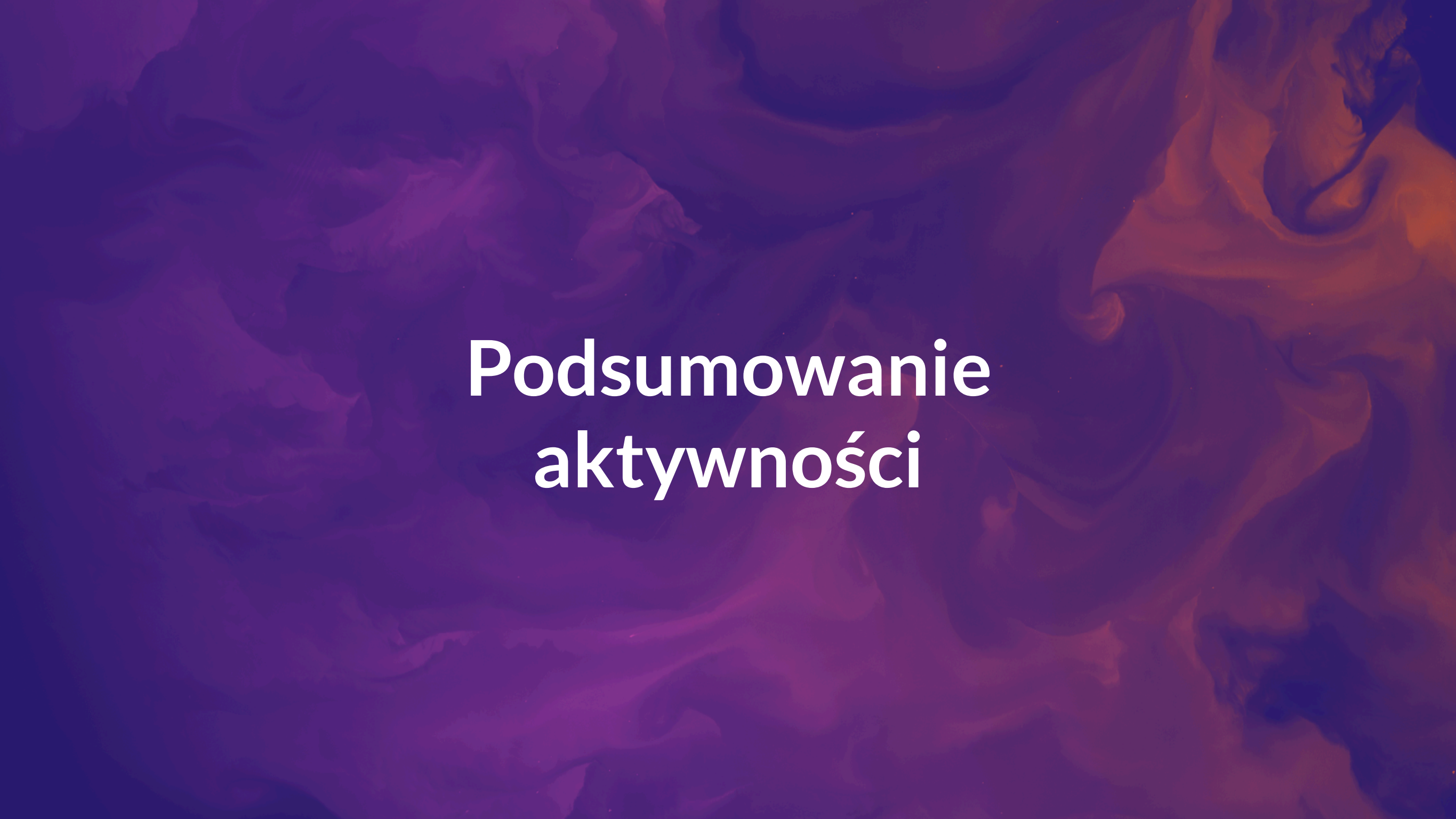
Profil play_polska zgromadził 55 211 obserwujących i osiągnął wysoki poziom zaangażowania dzięki intensywnym działaniom, jak współpraca z influencerką kasiagandor. Zestaw treści obejmował 43% wideo i 43% zdjęcia, a hashtagi takie jak #teampol były popularnie wykorzystywane.

orange_polska, z 18 249 obserwatorami, skupił się na publikacji zdjęć (97% wszystkich treści), z minimalnym wykorzystaniem wideo. Profil ten dodał do postów 187 hashtagów, co dało średnią 3,02 hashtagu na post, z dominacją takich jak #EkipaOrange.

tmobilepl, posiadający 20 915 obserwujących, wyróżnił się największą aktywnością poprzez publikowanie 71% filmów. Wartość angażujących treści wzrosła także dzięki strategii współpracy, na przykład z zojaskubis, oraz stosowaniu 99 hashtagów w swoich postach.

Profil plushbezlimitu, mimo najmniejszej liczby obserwujących (7 067), skupiał się na wideo (33%) i osiągnął największy Activity Index dzięki intensywnej współpracy z latwogang. Aktywność wspierana była przez działania płatne, a hashtagami okazywały się głównie własne, markowane frazy.

Podsumowując, każdy z profili przejawiał indywidualny charakter poprzez różnorodność formatu treści, współprac oraz liczbę i rodzaje używanych hashtagów, co wpłynęło na ich zaangażowanie oraz zasięg.



Podsumowanie aktywności



Podsumowanie aktywności

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku profile play_polska, tmobilepl, orange_polska i plushbezlimitu na Instagramie wykazały zróżnicowane poziomy zaangażowania użytkowników.

Profil play_polska miał największą liczbę obserwujących (55 211) i opublikował 35 postów, osiągając Activity Index na poziomie 42 362, co przełożyło się na Relative Activity Index wynoszący 767. Działania płatne miały niewielki wpływ na zaangażowanie, z Paid Activity Index równym 1 863.

Profil tmobilepl, z 20 915 obserwującymi, opublikował 45 postów i osiągnął Activity Index na poziomie 12 142, z Relative Activity Index wynoszącym 581. Nie korzystano z działań płatnych, co oznaczało, że cały ruch był organiczny.

orange_polska, z 18 249 obserwującymi, opublikował najwięcej postów (62), ale miał najniższy Activity Index (5 313) i Relative Activity Index (291). Działania płatne były minimalne, z Paid Activity Index wynoszącym 217.

Profil plushbezlimitu, mimo najmniejszej liczby obserwujących (7 067), osiągnął najwyższy Activity Index (172 291) i Relative Activity Index (24 380), co wskazuje na bardzo wysokie zaangażowanie. Działania płatne miały znaczący wpływ, z Paid Activity Index na poziomie 94 009.

Podsumowując, plushbezlimitu wyróżniał się najwyższym zaangażowaniem, głównie dzięki intensywnym działaniom płatnym, podczas gdy play_polska osiągnął najwyższe zaangażowanie wśród profili z większą liczbą obserwujących. orange_polska i tmobilepl wykazały niższe poziomy zaangażowania, z czego tmobilepl opierał się wyłącznie na ruchu organicznym.



Podsumowanie aktywności

Profil	Obserwujący	Δ	Posty	Δ	Posty z ukrytą liczbą polubień	Δ	Polubienia	Δ	Komentarze	Δ	Suma aktywności	Δ	Activity Index	Δ	Relative Activity Index	Δ	Engagement Rate	Δ
play_polska	55 211	-	35	-	0	-	35 034	-	916	-	35 950	-	42 362	-	767	-	65%	-
orange_polska	18 249	-	62	-	0	-	1 473	-	480	-	1 953	-	5 313	-	291	-	11%	-
tmobilepl	20 915	-	45	-	0	-	9 326	-	352	-	9 678	-	12 142	-	581	-	46%	-
plushbezlimitu	7 067	-	54	-	0	-	169 339	-	369	-	169 708	-	172 291	-	24 380	-	2 401%	-

Powyższa tabela zawiera informacje dotyczące organicznych i płatnych reakcji użytkowników Instagrama na posty (w tym posty współtworzone).

Activity Index to zbiorczy wskaźnik stosowany w mierzeniu zaangażowania odbiorców na Instagramie. Liczymy go w następujący sposób:
Activity Index = liczba polubień + 8 * liczba komentarzy.

Relative Activity Index to wartość Activity Index przypadająca na 1 000 obserwujących. Pozwala porównać profile, które wyraźnie różnią się liczbą obserwujących.

Engagement Rate to wskaźnik zaangażowania na profilu. Liczony jest jako suma aktywności podzielona przez liczbę obserwujących, pomnożona przez 100. Im wyższy wskaźnik Engagement Rate, tym lepsza jest strategia komunikacji na wybrany kanał i skuteczność jeśli chodzi o angażowanie odbiorców.



Posty promowane

Profil	Posty promowane	Δ	Posty promowane z ukrytą liczbą polubień	Δ	Polubienia płatne	Δ	Komentarze płatne	Δ	Suma aktywności płatnych	Δ	Paid Activity Index	Δ	Relative Paid Activity Index	Δ	Paid Engagement Rate	Δ
play_polska	3	-	0	-	967	-	112	-	1 079	-	1 863	-	34	-	2%	-
orange_polska	1	-	0	-	201	-	2	-	203	-	217	-	12	-	1%	-
tmobilepl	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0%	-
plushbezlimitu	34	-	0	-	92 865	-	143	-	93 008	-	94 009	-	13303	-	1 316%	-

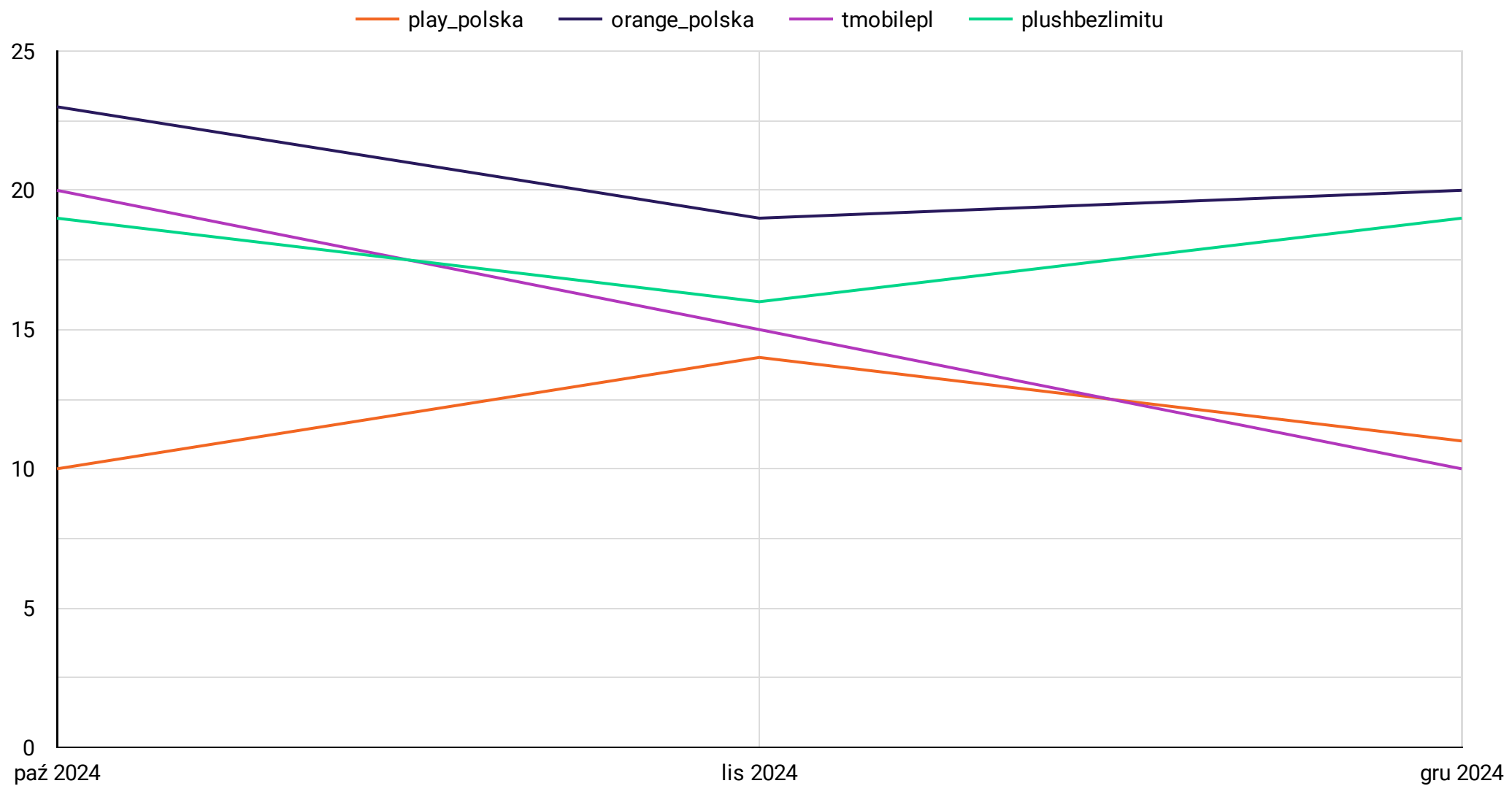
Powyższa tabela zawiera informacje dotyczące płatnych reakcji użytkowników Instagrama na posty promowane, których właściwymi autorami były analizowane profile.

Paid Activity Index to zmodyfikowany Activity Index, który uwzględnia jedynie płatne reakcje użytkowników. Liczymy go w następujący sposób:
 $\text{Paid Activity Index} = \text{liczba polubień płatnych} + 8 * \text{liczba komentarzy płatnych}$.

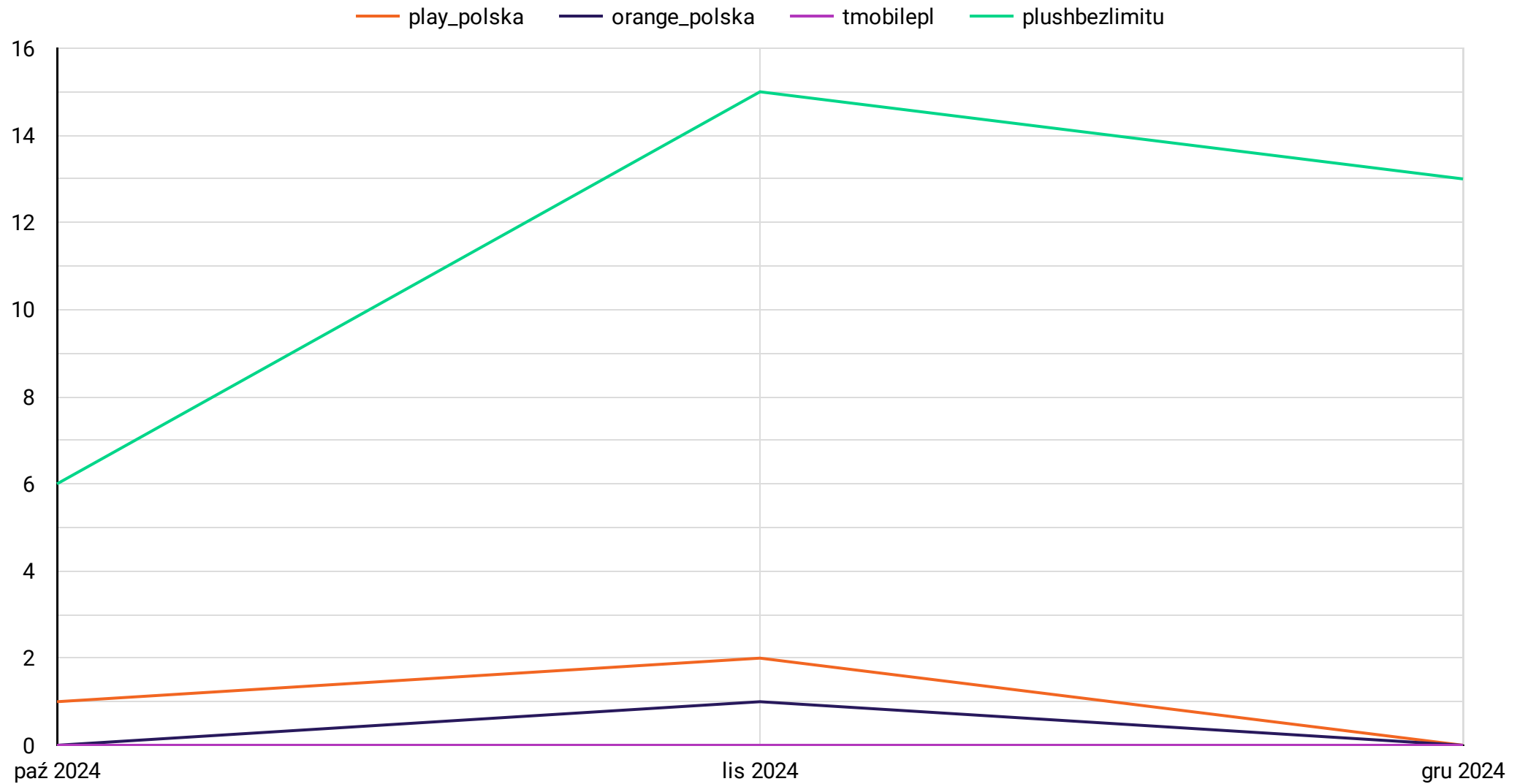
Relative Paid Activity Index to wartość Paid Activity Index przypadająca na 1 000 obserwujących. Pozwala porównać profile, które wyraźnie różnią się liczbą obserwujących.

Paid Engagement Rate to wskaźnik płatnego zaangażowania na profilu. Liczony jest jako suma aktywności płatnych podzielona przez liczbę obserwujących, pomnożona przez 100.

Posty

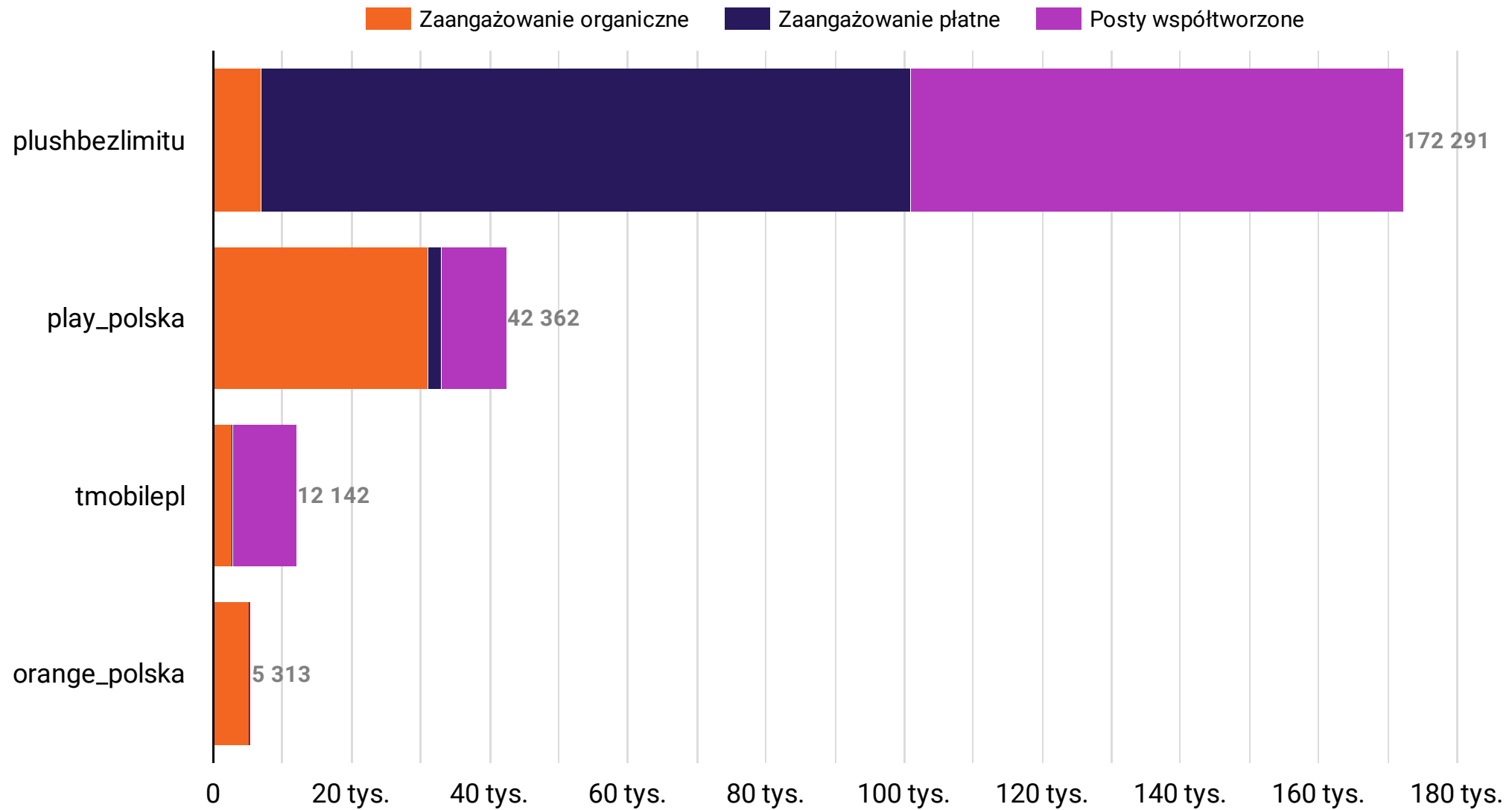


Posty promowane

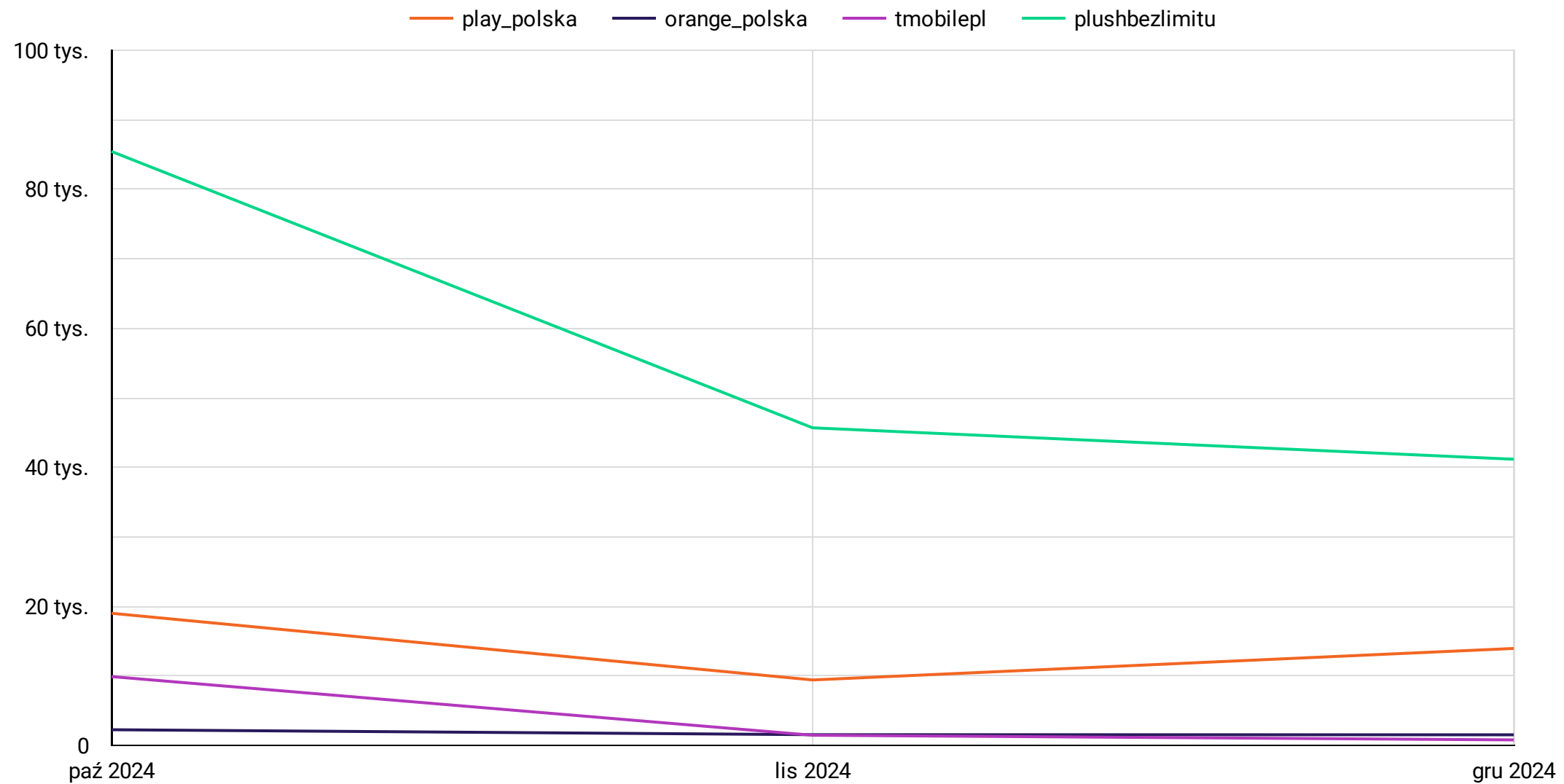




Activity Index



Activity Index





Posty współtworzone

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, profile play_polska, orange_polska, tmobilepl oraz plushbezlimitu na Instagramie angażowały się w różnorodne współprace, które miały na celu zwiększenie zasięgu i zaangażowania ich odbiorców. Profil play_polska uczestniczył w siedmiu postach współtworzonych z trzema różnymi współautorami, osiągając łącznie 8 339 polubień i 143 komentarze, co przełożyło się na Activity Index wynoszący 9 483. Współpraca z kasiagandor okazała się szczególnie efektywna, generując 7 236 polubień i Activity Index na poziomie 7 612.

Profil plushbezlimitu zrealizował dwie współprace, z których jedna z latwogang przyniosła imponujące 69 546 polubień i Activity Index wynoszący 70 722, co stanowiło znaczący wkład w ogólny wynik profilu.

Profil tmobilepl wykazał się największą aktywnością, biorąc udział w dziewięciu współtworzonych postach z różnymi autorami, co zaowocowało 8 176 polubieniami i 142 komentarzami, a Activity Index wyniósł 9 312. Współpraca z zojaskubis była szczególnie udana, generując 3 718 polubień i Activity Index na poziomie 3 878.

Ogólnie rzecz biorąc, profile te wykazały się różnorodnością i efektywnością w doborze współprac, co przyczyniło się do zwiększenia ich widoczności i zaangażowania odbiorców na platformie Instagram.



Posty współtworzone

Profil	Posty	Polubienia	Komentarze	Suma aktywności	Activity Index	Odtworzenia wideo (rolek)
play_polska	7	8 339	143	8 482	9 483	313 425
tmobilepl	9	8 176	142	8 318	9 312	17 062 003
plushbezlimitu	2	70 172	164	70 336	71 484	37 029

Powyższa tabela zawiera informacje o postach, których współautorami były analizowane profile, ale właściwymi autorami byli inni użytkownicy Instagrama. Jeśli analizowany profil był właściwym autorem posta, który miał innych współautorów, to taki post nie został ujęty w powyższym zestawieniu.



Posty współtworzone

Profil	Autor	Posty	Polubienia	Komentarze	Suma aktywności	Activity Index	Odtworzenia wideo (rolek)
play_polska	benchmark.pl	5	915	60	975	1 395	140 161
	kasiagandor	1	7 236	47	7 283	7 612	152 592
	filmzlektorem	1	188	36	224	476	20 672
plushbezlimitu	synmojegotaty	1	626	17	643	762	37 029
	latwogang	1	69 546	147	69 693	70 722	-
tmobilepl	dzikiwarszawa	1	75	1	76	83	4 976
	zofia_urszula_komasa	1	202	19	221	354	265 534
	pukkalifestyle	1	545	2	547	561	2 500 639
	zojaskubis	1	3 718	20	3 738	3 878	178 492
	omatkoicorko	1	980	10	990	1 060	3 869 522
	architektporzadku	1	269	38	307	573	65 509
	ankasmietanka	1	723	17	740	859	5 101 427
	damianmichalowski	1	1 297	11	1 308	1 385	5 052 372
	razemtaniej	1	367	24	391	559	23 532

Powyższa tabela zawiera informacje o postach, których współautorami były analizowane profile, ale właściwymi autorami byli inni użytkownicy Instagrama. Jeśli analizowany profil był właściwym autorem posta, który miał innych współautorów, to taki post nie został ujęty w powyższym zestawieniu.



Rodzaje postów

W analizowanym okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, profile play_polska, orange_polska, tmobilepl oraz plushbezlimitu na Instagramie wykazywały zróżnicowane podejście do rodzaju publikowanych postów.

Profil orange_polska zdecydowanie preferował publikowanie zdjęć, które stanowiły aż 97% wszystkich postów, przy zaledwie 3% udziału wideo i braku karuzel. Wskazywało to na silne ukierunkowanie na ten rodzaj treści.

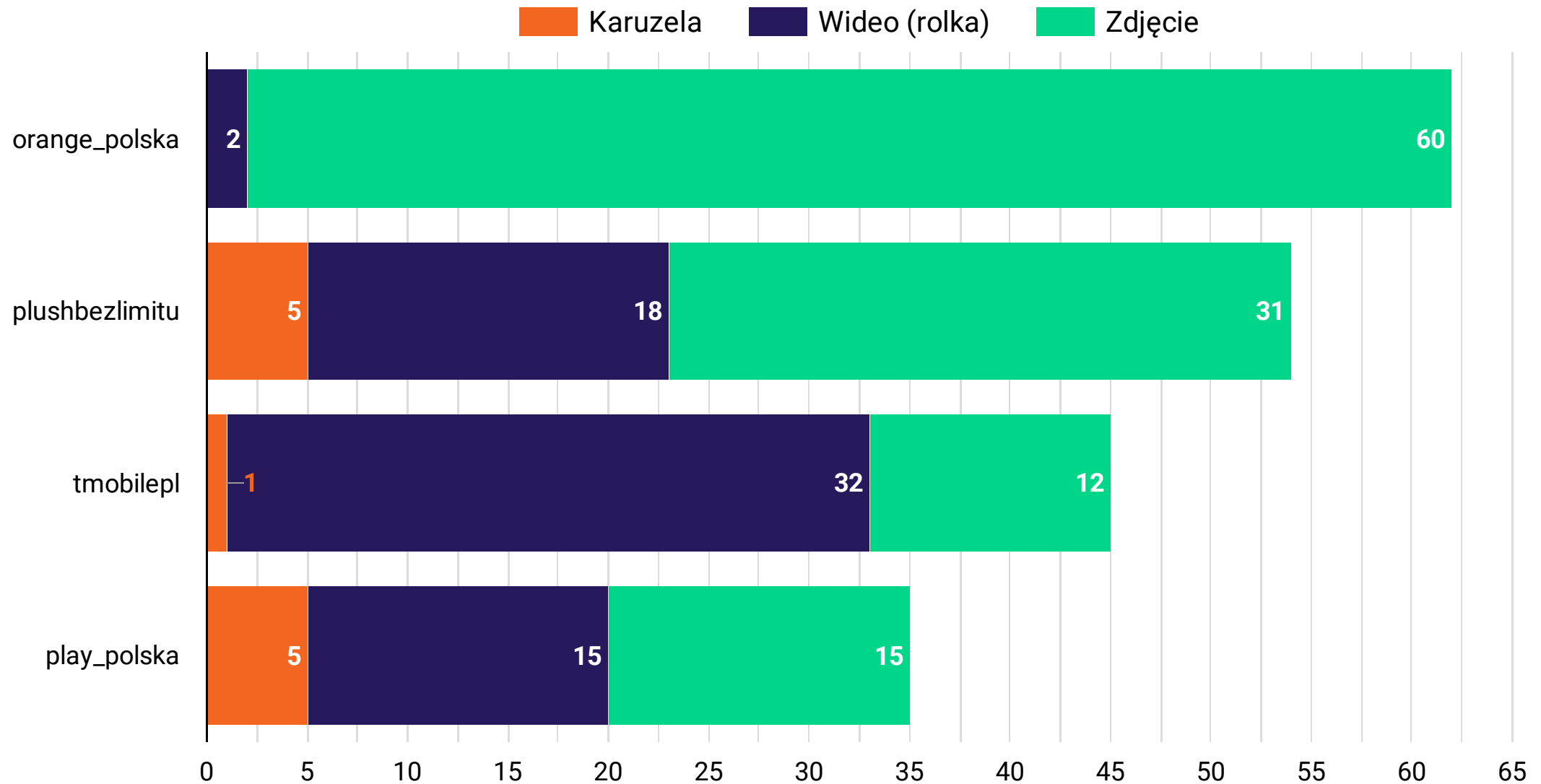
Z kolei play_polska prezentował bardziej zrównoważony rozkład, z równym udziałem wideo i zdjęć (po 43%) oraz niewielkim udziałem karuzel (14%). Taka strategia mogła wskazywać na chęć różnorodności w komunikacji wizualnej.

Profil plushbezlimitu również preferował zdjęcia, które stanowiły 57% postów, ale wideo miało także znaczący udział (33%), co sugerowało większą elastyczność w doborze formatu treści.

Najbardziej zróżnicowanym profilem był tmobilepl, który w 71% przypadków publikował wideo, co czyniło go liderem w tej kategorii, podczas gdy zdjęcia i karuzele miały mniejszy udział (odpowiednio 27% i 2%).

Ogólnie rzecz biorąc, każdy z analizowanych profili wykazywał unikalne preferencje dotyczące formatu treści, co mogło być związane z ich strategią marketingową i grupą docelową.

Rodzaje postów





Najlepsze
posty



Najbardziej angażujące posty

Podsumowując analizę postów wybranych profili na Instagramie w okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, można stwierdzić, że każda z marek przyjęła unikalny styl komunikacji, dostosowany do swojej grupy odbiorców.

Profil play_polska koncentrował się na technologii i edukacji, korzystając głównie z dynamicznych wideo oraz współpracując z influencerami takimi jak kasiagandor. Zaangażowanie odbiorców wzmacniały humorystyczne elementy i bezpośredni język.

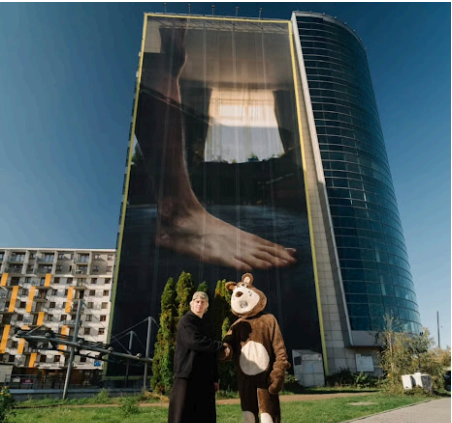
orange_polska skupiał się na różnorodnej tematyce, w tym e-sporcie i quizach filmowych, co przyciągało uwagę poprzez interaktywny styl oraz angażujące pytania skierowane do odbiorców.

tmobilepl promował głównie usługi telekomunikacyjne poprzez dynamiczne wideo, a zaangażowanie zwiększały kolaboracje z influencerami jak zojaskubis czy omatkoicorko. Treści były wzbogacane edukacyjnymi i kreatywnymi elementami.

Z kolei plushbezlimitu wykorzystywał humor w memach i grafikach, by promować oferty, angażując odbiorców poprzez bezpośredni, ironiczny język, a także korzystając ze współpracy z profilami jak latwogang.

Każdy z profili skutecznie zaangażował swoją bazę obserwujących, korzystając z unikalnej mieszanki formatu, współpracy i stylu komunikacji, co podkreśla znaczenie dostosowywania strategii do specyfiki marki i jej odbiorców.

Najbardziej angażujące posty

Profil	plushbezzimitu	play_polska	plushbezzimitu	plushbezzimitu	plushbezzimitu
Autor	latwogang	play_polska	plushbezzimitu	plushbezzimitu	plushbezzimitu
Data opublikowania	16 paź 2024	16 paź 2024	22 paź 2024	27 gru 2024	20 lis 2024
Typ posta	Zdjęcie	Wideo (rolka)	Zdjęcie	Zdjęcie	Zdjęcie
Podgląd					
Treść	Łatwoferta w Plush!!!!...	Ciągle się czegoś uczysz? 🧠📱 Zobacz, jak AI może ułatwić Ci życie i sprawić, że będziesz działać jes...	NARA...	Kiedys to człowiek sam musiał płacić za telefon, a teraz to wymyślają.....	Niby nie moja sprawa, ale... 🙄👉 ...
Link	https://www.instagram.com/p/DBMQsAYNy85/	https://www.instagram.com/p/DBMIltmILJa/	https://www.instagram.com/p/DBa-08BuvRC/	https://www.instagram.com/p/DEE0VqxucMG/	https://www.instagram.com/p/DCI4TR1sdeB/
Płatna promocja	-	X	✓	✓	✓
Activity Index ▾	70 722	15 218	8 501	8 471	8 234
Suma aktywności	69 693	14 224	8 368	8 471	8 227
Komentarze	147	142	19	0	1
Polubienia	69 546	14 082	8 349	8 471	8 226
Odtworzenia	-	405 446	-	-	-

Najbardziej angażujące posty:play_polska

Autor	play_polska	kasiagandor	play_polska	play_polska	play_polska
Data opublikowania	16 paź 2024	4 gru 2024	27 lis 2024	4 paź 2024	17 gru 2024
Typ posta	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)
Podgląd					
Treść	Ciągle się czegoś uczysz? 🧠📺 Zobacz, jak AI może ułatwić Ci życie i sprawić, że będziesz działać jes...	Ta nostalgia, którą poczułam, kiedy znalazłam na YouTube film z dźwiękiem ty-tyt z głośnika i usł...	Efekt Google, czyli dlaczego guglowanie może pogarszać wyniki w nauce i jak to zmienić? 🧠📖 #PlayPol...	[reklama] No z takiej oferty to skorzystają WSZYSCY domownicy - bez wyjątku! 🐾 Teraz superszybki świ...	Przedstawiam kilka opłacalnych inwestycji💖 Przy niskim nakładzie finansowym, wysoka gratyfikacja gwa...
Link	https://www.instagram.com/p/DBMIltmILJa/	https://www.instagram.com/p/DDKZE8asij3/	https://www.instagram.com/p/DC4clogoJBP/	https://www.instagram.com/p/DAsu1i5ODsc/	https://www.instagram.com/p/DDrPKh-Or-x/
Płatna promocja	X	-	X	X	X
Activity Index ▾	15 218	7 612	4 136	2 595	2 123
Suma aktywności	14 224	7 283	3 891	2 084	1 829
Komentarze	142	47	35	73	42
Polubienia	14 082	7 236	3 856	2 011	1 787
Odtworzenia	405 446	152 592	79 989	144 358	159 758

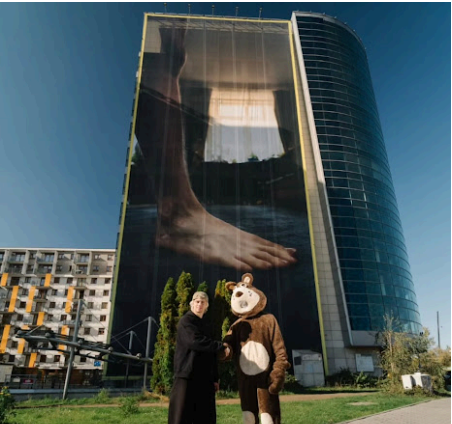
Najbardziej angażujące posty: orange_polska

Autor	orange_polska	orange_polska	orange_polska	orange_polska	orange_polska
Data opublikowania	18 lis 2024	24 gru 2024	8 paź 2024	1 paź 2024	30 gru 2024
Typ posta	Wideo (rolka)	Zdjęcie	Zdjęcie	Zdjęcie	Zdjęcie
Podgląd					
Treść	Cóż to były za emocje! Sprawdźcie naszą relację z wielkiego finału turnieju E-Sport Gaming Kings Tou...	W święta kalorie się nie liczą... Dajcie znać ile planujecie zjeść pierogów? #Orange #EkinaOrange	Napiszcie tytuł w komentarzu ↓ P.S. Znajdziecie go w ofercie Orange VOD 🙄	Co dziś jecie? Coś wegetariańskiego czy wegańskiego? #Orange #EkinaOrange #DzieńWegetarianizmu	Ile minut przegadaliście w tym roku? #Orange #EkipaOrange...
Link	https://www.instagram.com/p/DCq4tRroiau/	https://www.instagram.com/p/DD9PpBEAKDw/	https://www.instagram.com/p/DA3EIPIAjCv/	https://www.instagram.com/p/Dak0bHHAoem/	https://www.instagram.com/p/DENEM3PqgOL/
Płatna promocja	✓	X	X	X	X
Activity Index ▾	312	264	257	195	184
Suma aktywności	242	54	61	41	30
Komentarze	10	30	28	22	22
Polubienia	232	24	33	19	8
Odtworzenia	1 811 352	-	-	-	-

Najbardziej angażujące posty: tmobilepl

Autor	zojaskubis	_damianmichalowski_	omatioicorko	ankasmietanka	architektporzadku
Data opublikowania	30 paź 2024	23 paź 2024	28 paź 2024	25 paź 2024	26 paź 2024
Typ posta	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)	Wideo (rolka)
Podgląd					
Treść	Jeśli boicie się drogich rachunków za roaming poza Unią Europejską, wystarczy, że skorzystajcie z pr...	Dom. Miejsce, w którym nie wszystko musi być idealne, by sprawiało radość. No, prawie nie wszystko ...	[Reklama] Szukasz internetu, który spełni wszystkie Twoje oczekiwania? 😊 Mamy dla Ciebie najlepsze r...	#reklama @tmobilepl Wydaje mi się, że czasach, gdy łatwiej coś wyrzucić i zastąpić nowym egzemplar...	🚩 Reklama @tmobilepl W miniony weekend miałam niesamowitą okazję poprowadzić warsztaty DIY z nutka
Link	https://www.instagram.com/p/DBwJ9ziC7DD/	https://www.instagram.com/p/DBdQC5fl5ta/	https://www.instagram.com/p/DBrE_u1IAOO/	https://www.instagram.com/p/DBiooKvoz8u/	https://www.instagram.com/p/DBmRzyKoZ76/
Płatna promocja	-	-	-	-	-
Activity Index ▾	3 878	1 385	1 060	859	573
Suma aktywności	3 738	1 308	990	740	307
Komentarze	20	11	10	17	38
Polubienia	3 718	1 297	980	723	269
Odtworzenia	178 492	5 052 372	3 869 522	5 101 427	65 509

Najbardziej angażujące posty: plushbezlimitu

Autor	latwogang	plushbezlimitu	plushbezlimitu	plushbezlimitu	plushbezlimitu
Data opublikowania	16 paź 2024	22 paź 2024	27 gru 2024	20 lis 2024	16 gru 2024
Typ posta	Zdjęcie	Zdjęcie	Zdjęcie	Zdjęcie	Zdjęcie
Podgląd					
Treść	Łatwoferta w Plush!!!!...	NARA...	Kiedyś to człowiek sam musiał płacić za telefon, a teraz to wymyślają.....	Niby nie moja sprawa, ale... 🙄👉 ...	Patrz jak piszesz 🧠...
Link	https://www.instagram.com/p/DBMQsAYNy85/	https://www.instagram.com/p/DBa-08BuvRC/	https://www.instagram.com/p/DEE0VqxucMG/	https://www.instagram.com/p/DCI4TR1sdeB/	https://www.instagram.com/p/DDpSrzBMLBU/
Płatna promocja	-	✓	✓	✓	✓
Activity Index ▾	70 722	8 501	8 471	8 234	7 664
Suma aktywności	69 693	8 368	8 471	8 227	7 643
Komentarze	147	19	0	1	3
Polubienia	69 546	8 349	8 471	8 226	7 640
Odtworzenia	-	-	-	-	-



Najczęściej odtwarzane wideo

Podsumowując analizę profili play_polska, orange_polska, tmobilepl i plushbezlimitu, w okresie od października do grudnia 2024 roku można zauważyć różnorodność w podejściu do komunikacji wideo.

Profil play_polska skupił się na prezentacji swoich usług telekomunikacyjnych poprzez świąteczne promocje i współpracę z influencerami, oferując ciekawe wizualnie i angażujące treści.

orange_polska postawił na emocjonujące wydarzenia, takie jak e-sportowy turniej, oraz świętowanie jubileuszu swojej aplikacji, podkreślając współpracę z marką Orange w sposób przystępny i zachęcający.

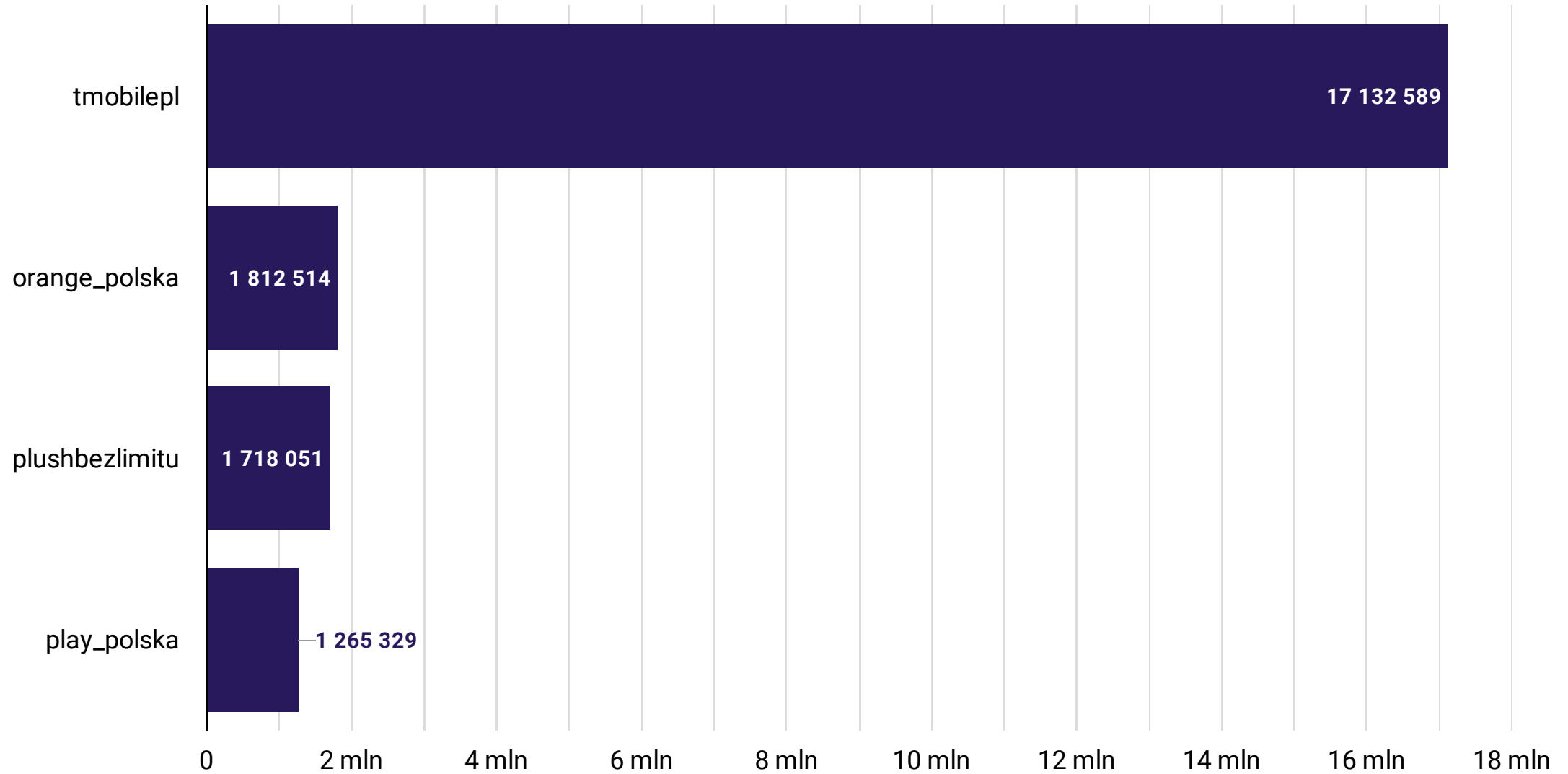
tmobilepl skoncentrował się na promowaniu korzyści płynących z korzystania z ich usług internetowych, współpracując z różnorodnymi influencerami, co miało na celu uwiarygodnienie przekazu i zwiększenie jego zasięgu.

Natomiast plushbezlimitu wyróżniał się interaktywnym podejściem do odbiorców, wykorzystując zabawne elementy wizualne i współpracę z twórcami z @latwogang, aby zwiększyć zaangażowanie i popularność.

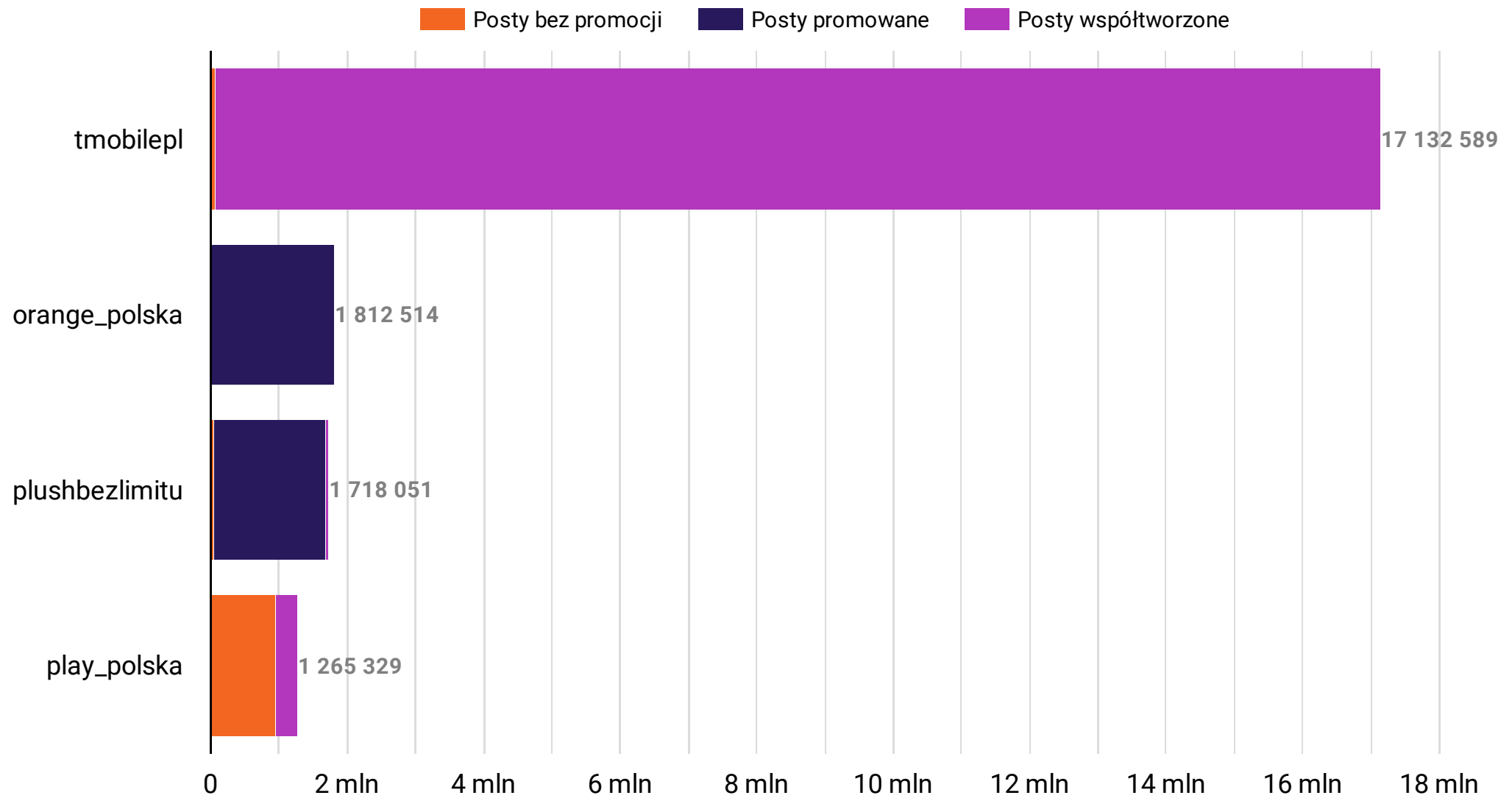
Każda z marek wykorzystała specyficzne elementy wideo, języka i współpracę z influencerami, aby osiągnąć swoje cele komunikacyjne, co pokazuje różnorodność strategii stosowanych w mediach społecznościowych.



Odtworzenia wideo (rolek)



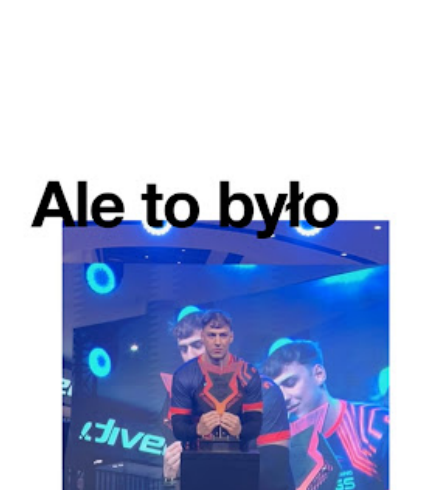
Odtworzenia wideo (rolek)



Odtworzenia wideo (rolek)

Profil	Typ posta / Odtworzenia			
	Posty bez promocji	Posty promowane	Posty współtworzone	Suma całkowita
tmobilepl	70 586	-	17 062 003	17 132 589
orange_polska	1 162	1 811 352	-	1 812 514
plushbezlimitu	37 842	1 643 180	37 029	1 718 051
play_polska	951 904	-	313 425	1 265 329

Najczęściej odtwarzane wideo (rolki)

Profil	tmobilel	tmobilel	tmobilel	tmobilel	orange_polska
Autor	ankasmietanka	_damianmichalowski_	omatoicorko	pukkalifestyle	orange_polska
Data opublikowania	25 paź 2024	23 paź 2024	28 paź 2024	30 paź 2024	18 lis 2024
Podgląd					
Treść	#reklama @tmobilel Wydaje mi się, że czasach, gdy łatwiej coś wyrzucić i zastąpić nowym egzemplar...	Dom. Miejsce, w którym nie wszystko musi być idealne, by sprawiało radość. No, prawie nie wszystko ...	[Reklama] Szukasz internetu, który spełni wszystkie Twoje oczekiwania? 🤔 Mamy dla Ciebie najlepsze r...	🏠 Nieważne jak duży masz dom, w każdej jego części możesz być sobą. W T-Mobile Wi-Fi Extra działa od...	Cóż to były za emocje! Sprawdźcie naszą relację z wielkiego finału turnieju E-Sport Gaming Kings Tou...
Link	https://www.instagram.com/p/DBiooKvoz8u/	https://www.instagram.com/p/DBdQC5f15ta/	https://www.instagram.com/p/DBrE_u1IAOO/	https://www.instagram.com/p/DBwpIZSxm9O/	https://www.instagram.com/p/DCG4tRroiau/
Płatna promocja	-	-	-	-	✓
Activity Index	859	1 385	1 060	561	312
Suma aktywności	740	1 308	990	547	242
Komentarze	17	11	10	2	10
Polubienia	723	1 297	980	545	232
Odtworzenia ▾	5 101 427	5 052 372	3 869 522	2 500 639	1 811 352

Najczęściej odtwarzane wideo (rolki): play_polska

Autor	play_polska	play_polska	kasiagandor	play_polska	play_polska
Data opublikowania	16 paź 2024	17 gru 2024	4 gru 2024	4 paź 2024	9 gru 2024
Podgląd					
Treść	Ciągle się czegoś uczysz? 🧠📺 Zobacz, jak AI może ułatwić Ci życie i sprawić, że będziesz działać jes...	Przedstawiam kilka opłacalnych inwestycji 💖 Przy niskim nakładzie finansowym, wysoka gratyfikacja gwa...	Ta nostalgia, którą poczułam, kiedy znalazłam na YouTube film z dźwiękiem ty-ty-tyt z głośnika i usł...	[reklama] No z takiej oferty to skorzystają WSZYSCY domownicy - bez wyjątku! 🍁 Teraz superszybki świ...	Święta w @play_polska prezentują się wspaniale - światłowód i telewizja z najlepszą rozrywką na rok ...
Link	https://www.instagram.com/p/DBMIltmILJa/	https://www.instagram.com/p/DDrPKh-Or-x/	https://www.instagram.com/p/DDKZE8asij3/	https://www.instagram.com/p/DASu1i5ODsc/	https://www.instagram.com/p/DDW9CvIcSj/
Płatna promocja	X	X	-	X	X
Activity Index	15 218	2 123	7 612	2 595	1 778
Suma aktywności	14 224	1 829	7 283	2 084	1 603
Komentarze	142	42	47	73	25
Polubienia	14 082	1 787	7 236	2 011	1 578
Odtworzenia ▾	405 446	159 758	152 592	144 358	103 629

Najczęściej odtwarzane wideo (rolki): orange_polska

Autor	orange_polska	orange_polska
Data opublikowania	18 lis 2024	12 lis 2024
Podgląd	Ale to było 12 urodziny aplikacji Mój Orange Wygraj jedną z 156 fantów w loterii	
Treść	Cóż to były za emocje! Sprawdźcie naszą relację z wielkiego finału turnieju E-Sport Gaming Kings Tou...	Świętuj z nami 12 urodziny aplikacji Mój Orange. Weź udział w loterii i zgarnij jedną ze 156 fanta...
Link	https://www.instagram.com/p/DCg4tRoiaw/	https://www.instagram.com/p/DCRZcUMolhG/
Płatna promocja	✓	X
Activity Index	312	124
Suma aktywności	242	33
Komentarze	10	13
Polubienia	232	20
Odtworzenia ▾	1 811 352	1 162

Najczęściej odtwarzane wideo (rolki): tmobilepl

Autor	ankasmietanka	_damianmichalowski_	omatkoicorko	pukkalifestyle	zofia_urszula_komasa
Data opublikowania	25 paź 2024	23 paź 2024	28 paź 2024	30 paź 2024	15 lis 2024
Podgląd					
Treść	#reklama @tmobilepl Wydaje mi się, że czasach, gdy łatwiej coś wyrzucić i zastąpić nowym egzemplar...	Dom. Miejsce, w którym nie wszystko musi być idealne, by sprawiało radość. No, prawie nie wszystko ...	[Reklama] Szukasz internetu, który spełni wszystkie Twoje oczekiwania? 🤔 Mamy dla Ciebie najlepsze r...	🏠 Nieważne jak duży masz dom, w każdej jego części możesz być sobą. W T-Mobile Wi-Fi Extra działa od...	No to zaczynamy przygodę z @tmobilepl! Czy kiedyś myślałam, że będę współpracować z kimś z pozycji...
Link	https://www.instagram.com/p/DBiooKvoz8u/	https://www.instagram.com/p/DBdQC5f15ta/	https://www.instagram.com/p/DBrE_u1IAOO/	https://www.instagram.com/p/DBwp1ZSxm90/	https://www.instagram.com/p/DCZDtMyuyk2/
Płatna promocja	-	-	-	-	-
Activity Index	859	1 385	1 060	561	354
Suma aktywności	740	1 308	990	547	221
Komentarze	17	11	10	2	19
Polubienia	723	1 297	980	545	202
Odtworzenia ▾	5 101 427	5 052 372	3 869 522	2 500 639	265 534

Najczęściej odtwarzane wideo (rolki): plushbezlimitu

Autor	plushbezlimitu				
Data opublikowania	20 gru 2024	5 lis 2024	15 lis 2024	13 lis 2024	9 gru 2024
Podgląd					
Treść	Spieszcie się! @latwogang zadzwoni do 100 osób, które... zaproponują najciekawszy temat rozmowy	@latwogang dziękujemy! To była świetna decyzja aby współpracować z Tobą	I co @latwogang, kto był pierwszy?	Bądźcie odpowiedzialni	8 tysięcy stóp. Tylko w salonach Relay i Inmedio. Kto pierwszy ten lepszy
Link	https://www.instagram.com/p/DDzJpZ4sYE7/	https://www.instagram.com/p/DB_DgsJMRoP/	https://www.instagram.com/p/DCY8ExBuM_v/	https://www.instagram.com/p/DCUEPNwsZuR/	https://www.instagram.com/p/DDWtHiguL58/
Płatna promocja	✓	✓	✓	✓	✓
Activity Index	564	4 764	1 620	2 453	725
Suma aktywności	536	4 645	1 585	2 327	697
Komentarze	4	17	5	18	4
Polubienia	532	4 628	1 580	2 309	693
Odtworzenia	457 423	270 439	236 273	220 638	170 680



Hashtagi



Hashtagi

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku profile na Instagramie takie jak orange_polska, play_polska, tmobilepl oraz plushbezlimitu wykazały zróżnicowane podejście do użycia hashtagów w swoich postach. Profil orange_polska opublikował 62 posty, używając łącznie 187 hashtagów, co dało średnio 3,02 hashtagu na post. Wśród nich dominowały hashtagi #EkipaOrange i #Orange, które pojawiły się w 58 postach.

Profil play_polska opublikował 35 postów, stosując 133 hashtagi, co przełożyło się na średnią 3,8 hashtagu na post. Najczęściej używane hashtagi to #teamplay i #PlayPolska, które pojawiły się odpowiednio w 27 i 26 postach.

Z kolei profil plushbezlimitu wykazał się najmniejszą aktywnością w zakresie użycia hashtagów, publikując 54 posty zaledwie z 21 hashtagami, co dało średnią 0,39 hashtagu na post.

Profil tmobilepl opublikował 45 postów, używając 99 hashtagów, co dało średnio 2,2 hashtagu na post. Wśród najczęściej używanych hashtagów znalazły się #TEC24 i #esports.

W analizowanym okresie można zauważyć, że profile orange_polska i play_polska były bardziej skłonne do intensywnego używania hashtagów w porównaniu do plushbezlimitu i tmobilepl. Hashtagi były stosowane strategicznie, aby zwiększyć zasięg i zaangażowanie w postach, z naciskiem na branding i specyficzne kampanie marketingowe.



Hashtagi: podsumowanie

Profil	Posty	Unikalne hashtagi	Wszystkie hashtagi	Hashtagi / post
play_polska	35	59	133	3,80
orange_polska	62	58	187	3,02
tmobilepl	45	57	99	2,20
plushbezlimitu	54	17	21	0,39



Najpopularniejsze hashtagi

	Profil	Hashtag	Wystąpienia ▾
1.	orange_polska	#EkipaOrange	58
2.	orange_polska	#Orange	58
3.	play_polska	#teamplay	27
4.	play_polska	#PlayPolska	26
5.	tmobilepl	#TEC24	7
6.	orange_polska	#OrangeVOD	6
7.	tmobilepl	#esports	6
8.	tmobilepl	#TMobile	5
9.	tmobilepl	#TatoSeeerio	5
10.	tmobilepl	#ZycieToRozmowy	4
11.	tmobilepl	#PewniWSieci	4
12.	tmobilepl	#Cyberbezpieczenstwo	4
13.	tmobilepl	#TMobilePolska	4
14.	play_polska	#święta	4
15.	play_polska	#backstage	4



SoScores



SoScores

W okresie od 1 października do 31 grudnia 2024 roku, profile play_polska, orange_polska, tmobilepl oraz plushbezlimitu na Instagramie wykazały zróżnicowane poziomy zaangażowania i jakości treści.

Profil play_polska osiągnął najwyższy Activity Score wynoszący 73, co wskazywało na jego wysokie zaangażowanie w publikowanie treści, jednak jego Engagement Score wynoszący 45 sugerował, że jakość tych treści była umiarkowana. W związku z tym, play_polska został sklasyfikowany jako nadaktywny.

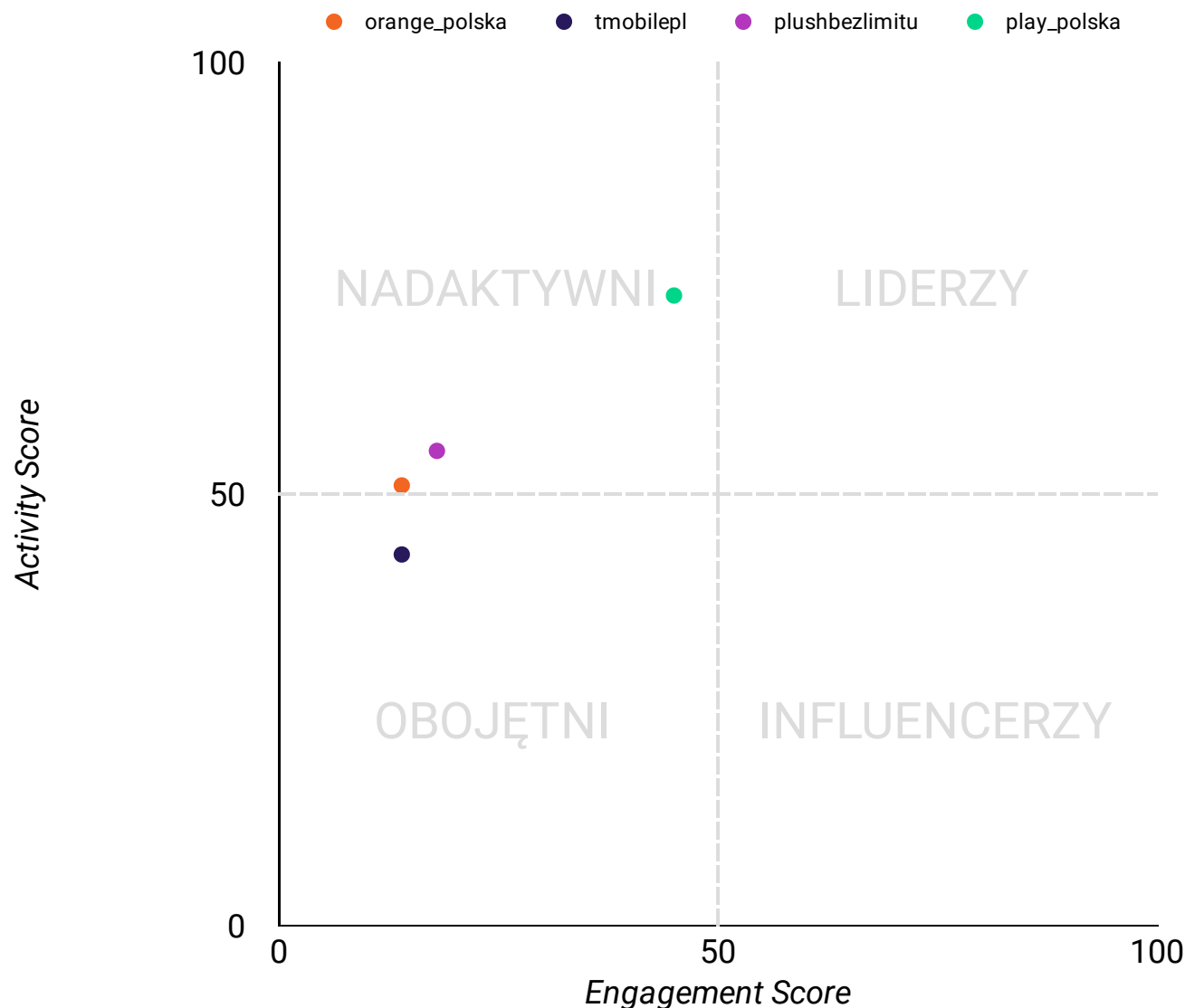
Profil orange_polska, z Activity Score równym 51 i Engagement Score wynoszącym 14, również znalazł się w grupie nadaktywnych, publikując dużo treści o niskiej jakości.

Profil plushbezlimitu, z Activity Score na poziomie 55 i Engagement Score wynoszącym 18, także został zaliczony do grupy nadaktywnych, co wskazywało na dużą ilość publikacji, ale o niskiej jakości.

Z kolei profil tmobilepl, z Activity Score równym 43 i Engagement Score wynoszącym 14, został sklasyfikowany jako obojętny, co oznaczało niskie zaangażowanie i niską jakość treści.

Podsumowując, żaden z analizowanych profili nie znalazł się w grupie liderów ani influencerów, co sugerowało, że wszystkie te marki powinny skupić się na poprawie jakości swoich treści, aby zwiększyć zaangażowanie odbiorców.

Matryca zaangażowania



Liderzy

Marki w tej ćwiartce matrycy charakteryzują się wysokim zaangażowaniem łącznym (Activity Score) oraz wysoką jakością publikowanych treści (Engagement Score). Im bliżej prawego górnego rogu matrycy plasuje się marka tym bliżej jej do pozycji lidera.

Nadaktywni

Marki w tej ćwiartce matrycy charakteryzują się wysokim zaangażowaniem łącznym (Activity Score) ale niską jakością publikowanych treści (Engagement Score). Marki takie publikują dużo treści, ale zazwyczaj niskiej jakości.

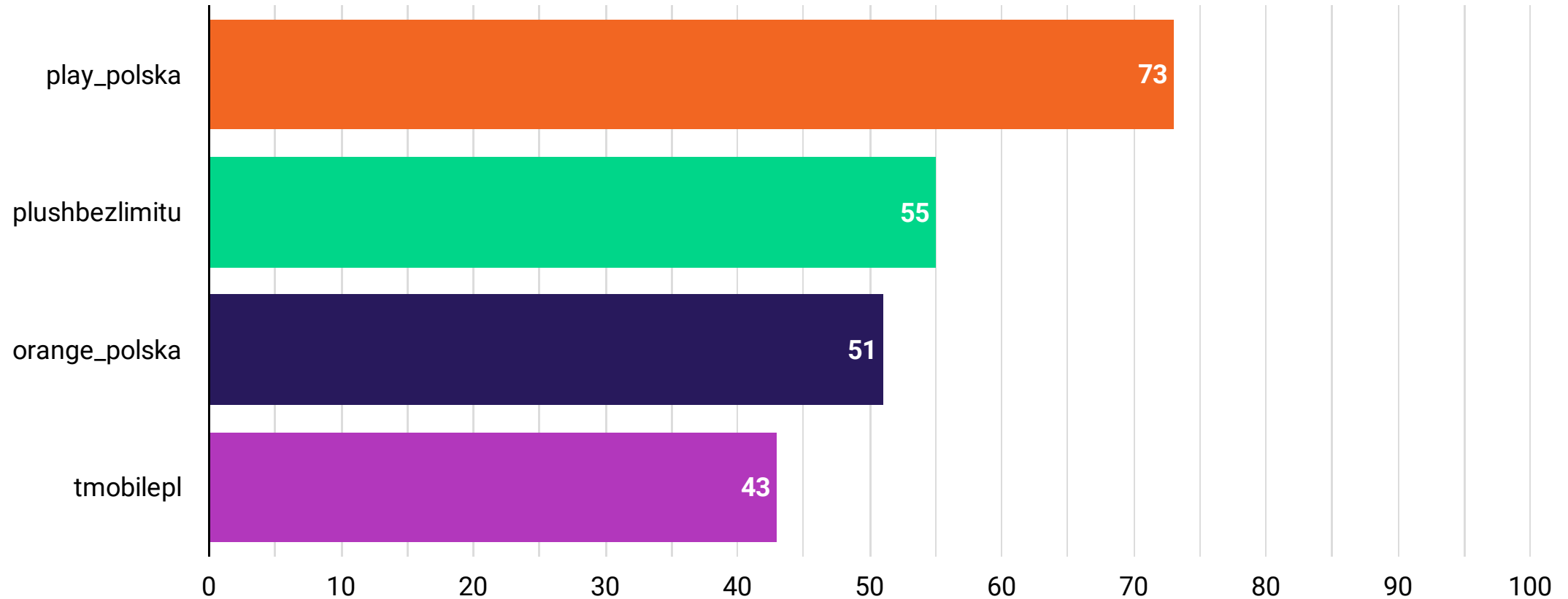
Obojętni

Marki w tej ćwiartce matrycy charakteryzują się niskim zaangażowaniem łącznym (Activity Score) oraz niską jakością publikowanych treści (Engagement Score). Marki takie muszą poprawić wyrazistość swoje komunikacji aby zwiększyć jej zasięg i siłę oddziaływania.

Influencerzy

Marki w tej ćwiartce matrycy charakteryzują się niższym zaangażowaniem łącznym (Activity Score) ale wysoką jakością publikowanych treści (Engagement Score). Marki takie publikują mniej treści, ale ich opiniotwórczość jest bardzo wysoka.

Activity Score



Activity Score jest funkcją miar zaangażowania profilu na Instagramie.

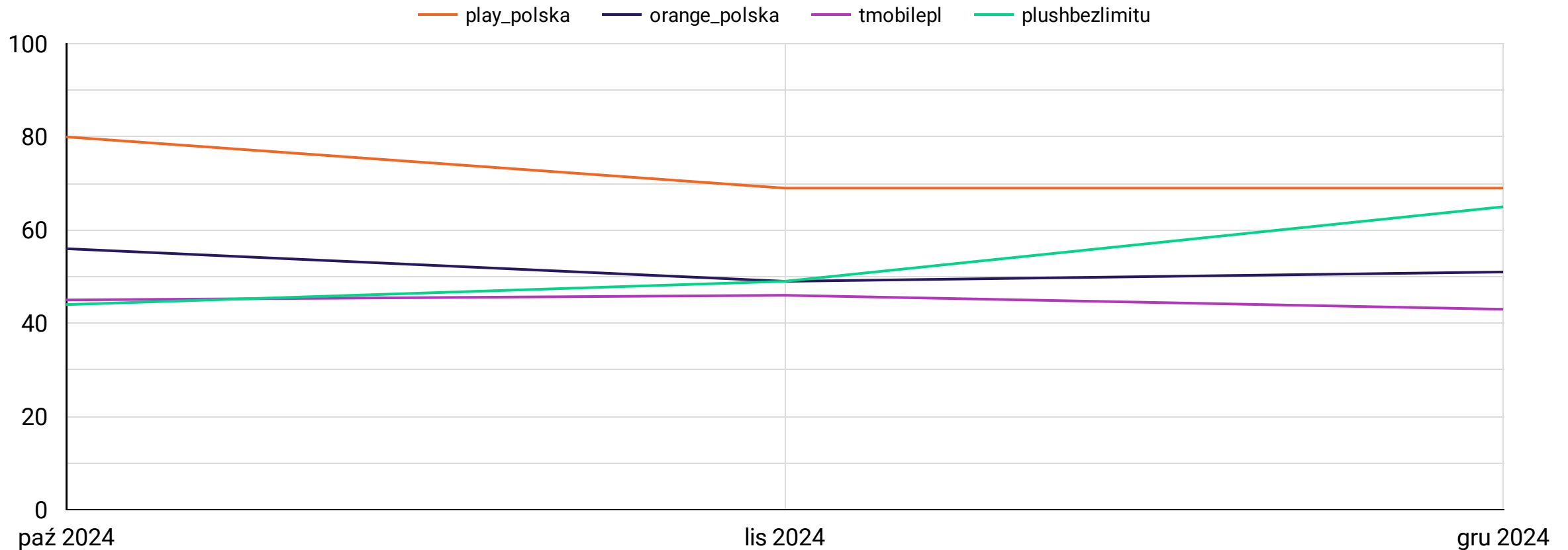
Analizujemy łączną liczbę polubień i komentarzy do postów.

Wskaźnik ten ukazuje relatywną pozycję analizowanych profili na tle reprezentatywnej próby profili instagramowych należących do różnych branż.

Activity Score jest wystandaryzowany w zakresie od 0 (brak zaangażowania) do 100 (rekordowe zaangażowanie). Wartość X wskaźnika oznacza, że ważona suma liczby polubień i komentarzy (Activity Index - AI) dla danego profilu była w danym okresie wyższa niż dla X% profili na Instagramie.



Activity Score



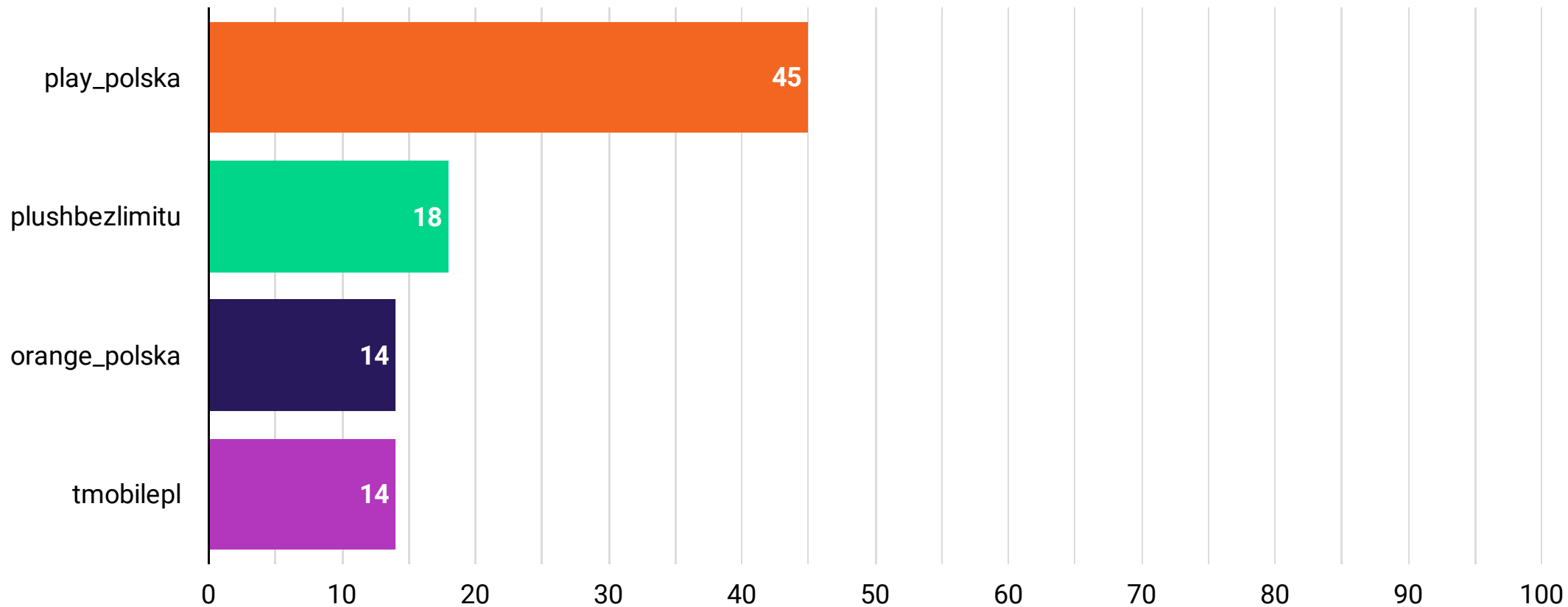
Activity Score jest funkcją miar zaangażowania profilu na Instagramie.

Analizujemy łączną liczbę polubień i komentarzy do postów.

Wskaźnik ten ukazuje relatywną pozycję analizowanych profili na tle reprezentatywnej próby profili instagramowych należących do różnych branż.

Activity Score jest wystandaryzowany w zakresie od 0 (brak zaangażowania) do 100 (rekordowe zaangażowanie). Wartość X wskaźnika oznacza, że ważona suma liczby polubień i komentarzy (Activity Index - AI) dla danego profilu była w danym okresie wyższa niż dla X% profili na Instagramie.

Engagement Score

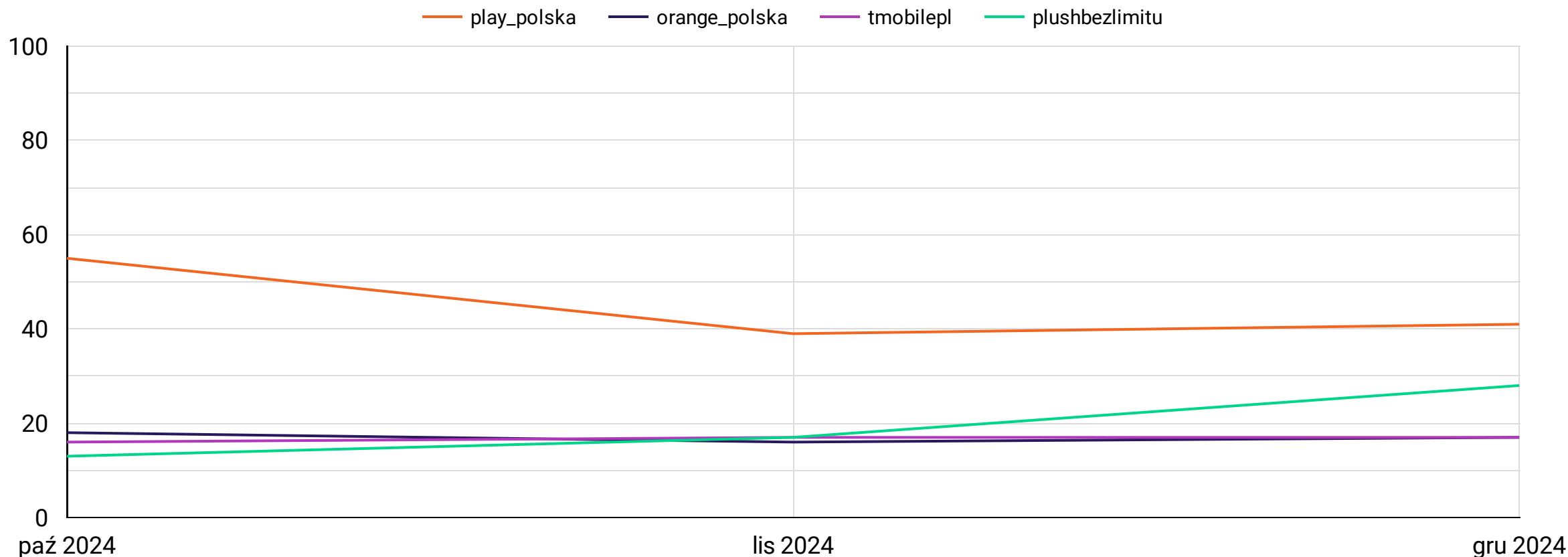


Engagement Score jest miarą jakości postów na Instagramie, czyli ich zdolności do wzbudzania zaangażowania u odbiorców. Jest on funkcją liczby polubień i komentarzy przypadających na 1 post.

Wskaźnik ten ukazuje relatywną pozycję profilu na tle ogółu profili instagramowych. W odróżnieniu od Activity Score - premiuje profile rzadziej publikujące, ale dostarczające bardziej angażujące treści.

Engagement Score jest wystandaryzowany w zakresie od 0 do 100. Wartość X oznacza, że ważona suma liczby polubień i komentarzy przypadających na 1 post dla profilu była w danym okresie wyższa niż dla X% profili na Instagramie.

Engagement Score



Engagement Score jest miarą jakości postów na Instagramie, czyli ich zdolności do wzbudzania zaangażowania u odbiorców. Jest on funkcją liczby polubień i komentarzy przypadających na 1 post.

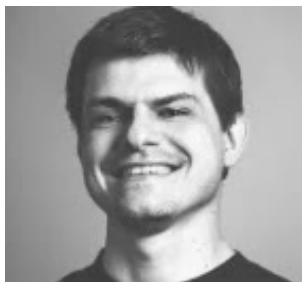
Wskaźnik ten ukazuje relatywną pozycję profilu na tle ogółu profili instagramowych. W odróżnieniu od Activity Score - premiuje profile rzadziej publikujące, ale dostarczające bardziej angażujące treści.

Engagement Score jest wystandaryzowany w zakresie od 0 do 100. Wartość X oznacza, że ważona suma liczby polubień i komentarzy przypadających na 1 post dla profilu była w danym okresie wyższa niż dla X% profili na Instagramie.



Dziękujemy

Chętnie odpowiemy na pytania



Aleksander Winciorek

Insights Lead

✉. a.winciorek@sotrender.com

☎. +48 502 281 627



Magdalena Świątek

Sales & CS Team Leader

✉. m.swiatek@sotrender.com

☎. +48 694 119 327