

**Чаще всего сообщения об МФО в интернете публикуют пользователи «Вконтакте» и Telegram**

*72% авторов подобных публикаций имеют высшее образование, 60% из них являются женщинами*

Сообщения, связанные с микрофинансовым рынком, россияне чаще всего видят в социальной сети «Вконтакте». За последний месяц (с 15 августа по 15 сентября 2021 года) в этой соцсети было размещено 136,1 тыс. постов с упоминанием МФО. Об этом говорится в совместном исследовании, проведенном PR-агентством TrendFox и финансовой онлайн-платформой Webbankir.

На втором месте по числу сообщений находится мессенджер Telegram, где на открытых каналах посты об МФО встречаются 130,2 тыс. раз.

Далее с большим отставанием следует Facebook с 12,9 тыс. постов. Однако вовлеченность аудитории в этой социальной сети гораздо выше. Так, за месяц пользователи Facebook совершили 465,8 тыс. действий с постами, посвященными МФО (под действиями понимаются лайки, репосты и комментарии). Для сравнения во «Вконтакте», хотя число постов на порядок больше, число лайков, репостов и комментариев под ними, оказалось в 4 раза меньше – 110,8 тыс. В Telegram аудитория реагирует на сообщения еще реже – менее 1 тыс. раз за месяц.

При этом самую большую вовлеченность демонстрируют пользователи Instagram и YouTube. В течение месяца они обсуждали, лайкали и репостили посты и видео об МФО 634,7 тыс. и 542 тыс. раз соответственно, хотя число оригинальных публикаций на этих площадках составило всего 9,5 тыс. и 4,2 тыс. Таким образом, каждый пост в Instagram побуждал пользователей совершить 69 действий, а видео на YouTube – 129.

Наименее активными площадками с точки зрения упоминания МФО оказались «Одноклассники» и Twitter, где за месяц вышло 3 тыс. и 625 постов соответственно.

Интересно, что 72% пользователей, которые размещают в соцсетях сообщения про МФО, имеют высшее образование. Также чаще всего авторами постов являются женщины (60%).

Самая активная аудитория по возрасту – это люди от 25 до 39 лет. На них приходится 45% сообщений. 27,3% публикаций сделали люди от 40 до 60 лет, 13,6% – пользователи, чей возраст составляет 18–24 года. В целом это соотносится с возрастом людей, которые являются клиентами МФО.

*«Webbankir является лидером на микрофинансовом рынке по числу подписчиков в социальных сетях – их количество превышает 200 тыс. А, например, наш клип на песню «Лови лавэ» при участии автора хита "Черный бумер" рэпера Сереги собрал на YouTube свыше 4,3 млн просмотров. Все это результаты большой планомерной работы. Мы занимаемся онлайн-кредитованием и понимаем, что наша аудитория находится в соцсетях – это отличный канал для коммуникации с активными, продвинутыми людьми»,* – рассказывает **Андрей Пономарев**, генеральный директор финансовой онлайн-платформы Webbankir.