



**КРИБРУМ**

Управление репутацией

# МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА:

Методы и инструменты

Санкт-Петербург, 2011

## Значимость социальных медиа

- Размер ежемесячной интернет-аудитории в России – более 40 млн. чел.
- Среднесуточный охват населения РФ Интернетом сопоставим с другими медиа-каналами и составляет - более 20 млн. чел. (ТВ – 43, радио – 39 млн. чел.).
- Ежедневная аудитория крупнейших социальных сетей в Интернете (Одноклассники, Вконтакте) сопоставима с аудиторией федеральных ТВ-каналов и радиостанций и составляет соответственно 5 и 12 млн. чел. (1 канал – 19,4 млн., НТВ, Россия – 16,5 млн., Европа Плюс – 9 млн.).
- Индекс доверия аудитории к Интернету и пользовательскому контенту составляет 0,36, что сопоставимо с телевидением (0,39), превосходит радио (0,34), существенно превосходит печатные СМИ (0,19).

## Крупные бренды делают это

- Наиболее известные бренды уже используют возможности соцмедиа для анализа пользовательского контента.
- 79% компаний из рейтинга Fortune Global 100 активно используют социальные медиа для мониторинга и связи с потребителями.



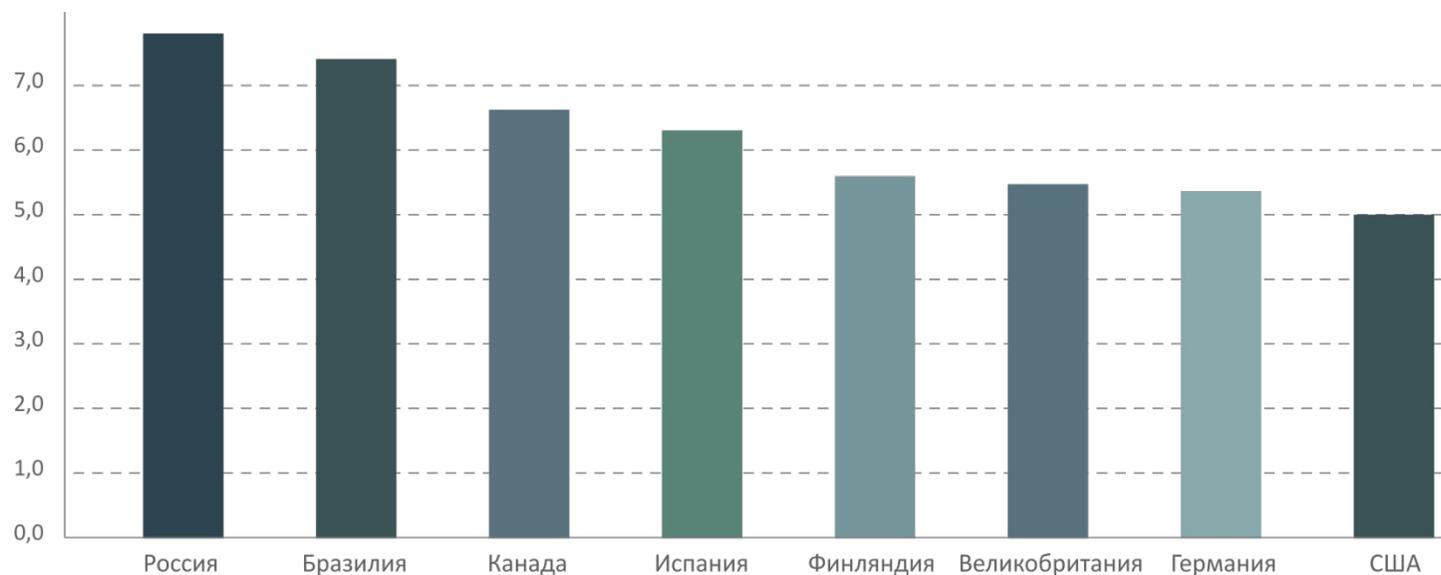
# Мнение пользователей соцмедиа важно учитывать, потому что...

- ... **2/3** мировой аудитории Интернет пользуется социальными сетями;
- ... **34%** заметок в блогах имеют отношение к продуктам и брендам;
- ... **25%** поисковых результатов о 20 крупнейших брендах – это ссылка на пользовательский контент;
- ... **74%** пользователей социальных медиа доверяют рекомендациям других пользователей;
- ... **14%** пользователей социальных медиа доверяют стандартной рекламе.

## Россия и социальные сети

- Российские пользователи социальных медиа являются самыми активными в мире.

Количество часов, проведённых в социальных медиа в месяц (на 1 пользователя), 2010



Данные: ComScore

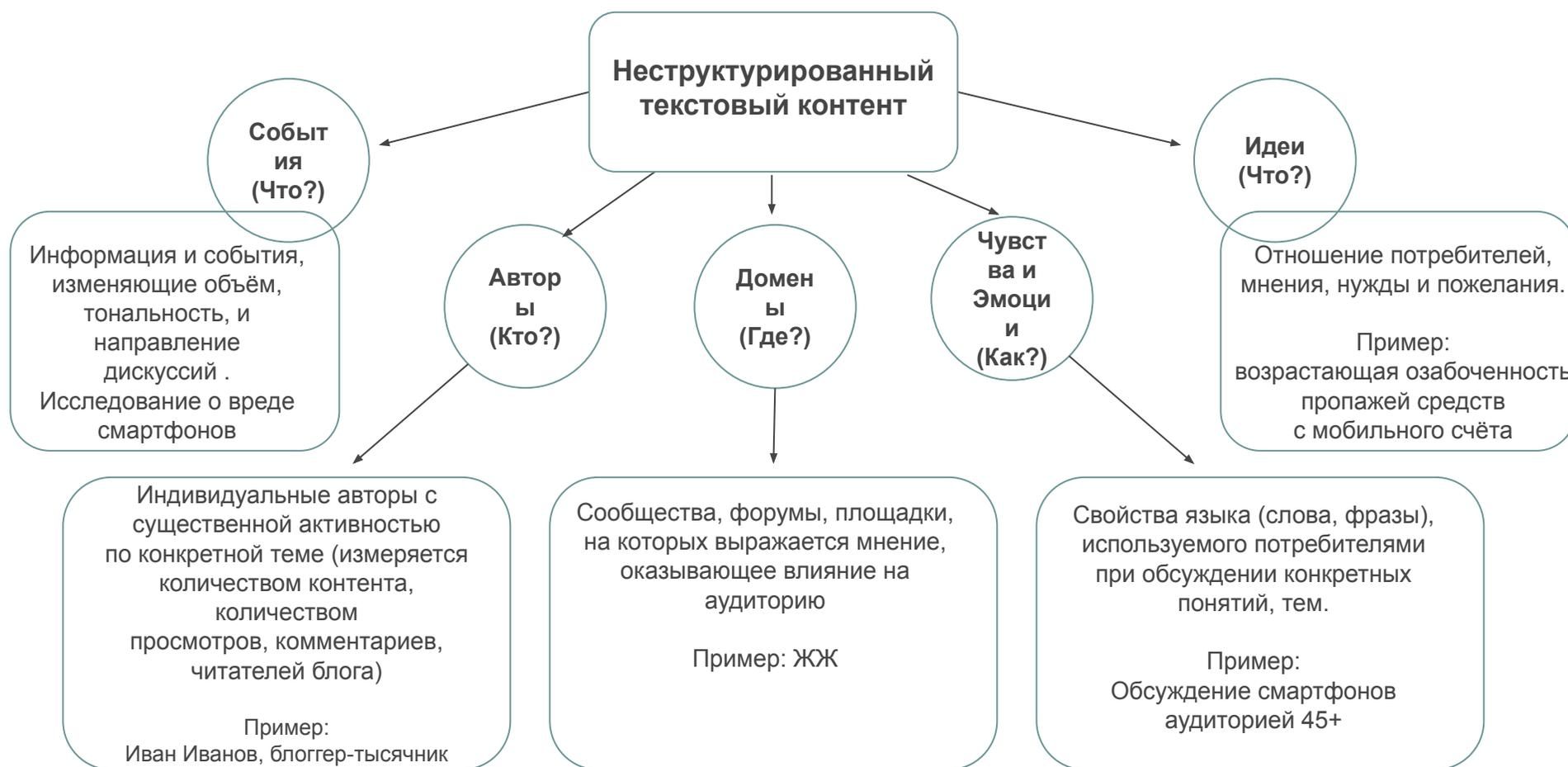
# Мониторинг соцмедиа для ответа на ключевые вопросы

- Сколько людей обсуждает бренд?
- Какова динамика объёма обсуждений?
- На каких площадках происходит обсуждение?
- Какие темы и вопросы интересуют аудиторию в связи с брендом?
- Какие эмоции и чувства испытывает и выражает целевая аудитория по отношению к компании или бренду?
- Какие свойства бренда обсуждаются и оцениваются чаще всего и почему?
- Какова доля позитивных/нейтральных/негативных комментариев в общем объёме обсуждения?
- В чем преимущества/недостатки бренда по сравнению с конкурентами?
- Какое количество представителей аудитории оказывает влияние на восприятие бренда и как это происходит?
- Каков сравнительный уровень обсуждаемости конкурентов?

# Процесс мониторинга контента в социальных медиа



# Схема структуризации и анализа контента в социальных медиа



# Анализ тональности: порядок действий

- Восстановление анафор
- Построение синтаксического дерева
- Нахождение синтаксической связи между объектом и оценкой
- Оценка фрагмента текста на основании найденной связи

## Анализ тональности: порядок действий

- В качестве примера: Nokia N900

Из плюсов (10) Неплохой (12) Не тянет (10)

**Недоработанный (17)** Огорчил (10)

Бесполезный (5) Не помогает (5) Расстроил (5) Слабый (5) Царапается (5)

Несущественный минус (2) Хорошо лежит в руке (10) Неплохая комплектация (10) Скрипит (10) глючат (10)

## Monitoring/listening platform:

- Измерение и анализ релевантного контента в социальных медиа осуществляет достаточно большое количество иностранных игроков, и на эти услуги есть устойчивый спрос.
- Среди основных игроков:



# Визуализация систем мониторинга социальных медиа

- Графические решения по визуализации категоризированных результатов мониторинга и анализа разнообразны и вполне наглядны



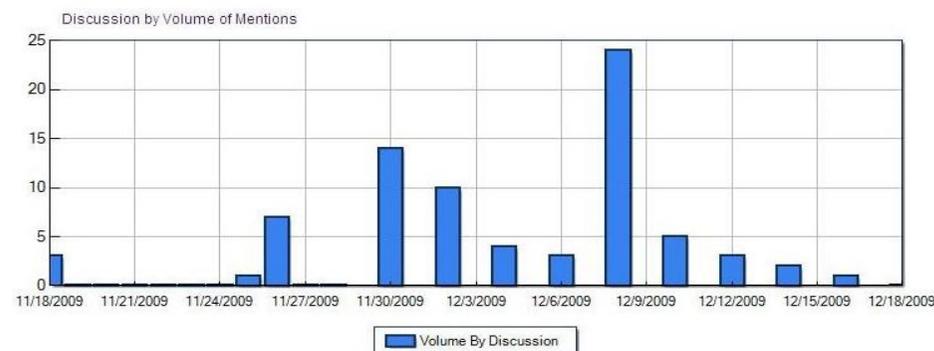
The screenshot displays a web-based monitoring interface. On the left, a 'Search Options' panel includes sections for 'Studies' (with a 'Manage' link), 'Ad Hoc Keywords' (with a placeholder 'Use space for multiple words, quotes for phrases'), 'Date Range' (set to '90 days' from 9/19/2009 to 12/18/2009), 'Sentiment' (with checkboxes for Negative, Neutral, and Positive), 'Sources' (a list including Forum, Blog, News, Twitter, YouTube), and 'Specific Sources' (with a 'Type URL Keyword' field). Below these are 'Go Search' and 'Clear All' buttons, and a 'Saved Searches' section with a list of 'Search 1' and 'Search 2'.

The main area shows a list of search results under 'Sort By: Date' and 'Total 2500 results found.'. Each result entry includes a date, source type, sentiment icon, and a star rating. The visible results are:

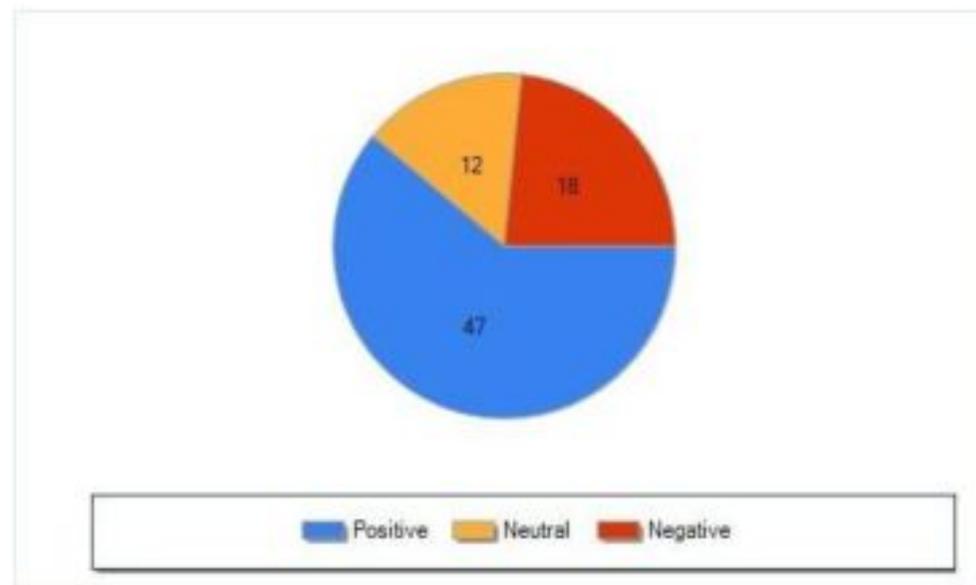
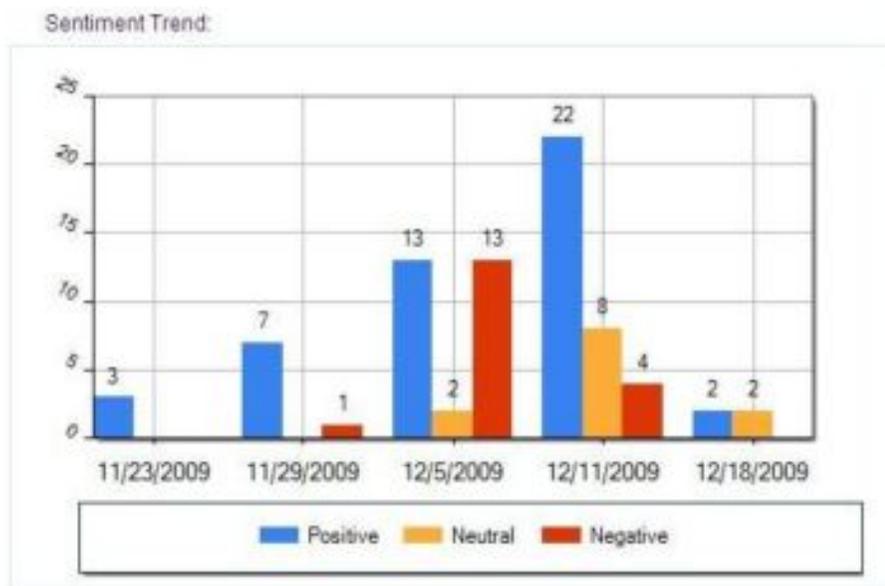
- 12/16/2009 Source Type: blog Cached. Title: **This is designed to provide a protective buffer fo...**. Description: This is designed to provide a protective buffer for existing bondholders. BofA bought \$9.5bn of junior debt from one of its trusts in the first quarter and put aside \$750m to cover losses on the investment. Citi bought \$265m of so-called junior debt from one of i ...
- 12/16/2009 Source Type: blog Cached. Title: **grandmother who remembers the Great Depression kno...**. Description: grandmother who remembers the Great Depression knows you shouldn't have debt.", Taleb says, dismissing the academic career of the chairman of the Federal Reserve System in a single line. He has no time either for bonuses, particularly when there' ...
- 12/16/2009 Source Type: blog Cached. Title: **Banks rely on such "securitisations" to fund their...**. Description: Banks rely on such "securitisations" to fund their huge levels of credit card lending while keeping most of the risk off their books. Although they are not obligated to support the pools of credit card receivables when losses mount, banks have done so to ensure i ...
- 12/14/2009 Source Type: forum Cached. Title: **See ya kido... Guest Posted 04 October 2006 - 03...**. Description: See ya kido... Guest Posted 04 October 2006 - 03:59 AM If you did your research you would know that Citigroup is selling Primerica, and yes they have a bad track record, AEGON doesn't have a bad track record and it does matter that we are backed by a huge ...
- 12/14/2009 Source Type: blog Cached. Title: **The following financials are worth looking into fo...**. Description: The following financials are worth looking into for tomorrow. If these stocks get back over their 10 50 day moving averages they could really shoot higher... Citigroup ( C ) - Needs to get back above \$2.70's.
- 12/13/2009 Source Type: blog Cached. Title: **shares attractive at current levels and raised its...**. Description: shares attractive at current levels and raised its price target on the stock to \$20 from \$19. Citigroup upgraded Edwards Lifesciences () to buy from hold following the company's investor meeting as it believes new product launches will serve as catalysts in 2010. ...

# Визуализация систем мониторинга социальных медиа

- Графические решения по визуализации категоризированных результатов мониторинга и анализа разнообразны и вполне наглядны



# Визуализация систем мониторинга социальных медиа



## Российские системы мониторинга социальных медиа

- На российском рынке также присутствуют отечественные системы мониторинга социальных медиа Рунета.



# В мире много систем мониторинга...

1. 1*2C	23. BuzzLogin	41. Cyveillance Brand Intelligence <sup>7</sup>	60. ForeSee Social Media Value Calculation Tool
2. Affinitive	24. BuzzNumbers	42. DCMS	61. Gnip
3. Analytic.ly	25. BuzzPerception and MediaPerception	43. Dialogix	62. Hot Grinds
4. Asomo	26. BuzzStream	44. Digimind Meta-Search	63. HubSpot
5. Attensity Analyze for VOC Community	27. Chartbeat	45. Digital Influence	64. iMente
6. Attensity360	28. ChatterGuard Social Media Monitoring	46. Digital PR	65. Imooty
7. Attentio Dashboard	29. CI Self-Service Analytics Software	47. dnaMonitor	66. Impactwatch
8. Autonomy Interwoven Social Media Analysis Tools	30. Cision Social Media Monitoring	48. Dow Jones Insight	67. InfoNgen
9. Awareness Social Marketing Hub Software	31. CisionPoint	49. EasyOpinion	68. Integrasco
10. Bantam Live	32. Clarabridge Social Media Analysis (SMA),	50. Eavesdropper	69. Intelligence Technologies
11. beRelevant	33. Clip IQ Monitoring	51. Echo Sonar	70. IWOMmaster Platform
12. Blureport	34. Clipit	52. EmPower Research	71. J.D. Power Auto Intelligence Monitor
13. BrandChats	35. Cogito Monitor	53. ethority Social Media Monitoring and Research	72. JamiQ
14. BrandMetric	36. Commetric Media Analyser and Influence Analyser	54. evolisten tm	73. JitterJam
15. Brands Eye	37. Conversation <sup>1</sup>	55. evolve24- the Mirror Dashboard and Analytics	74. Jodange Top of Mind
16. Brandwatch Web Dashboard	38. Converseon Tools, conversation Miner	56. eWatch	75. justSignal Analytics
17. BurrellesLuce iMonitor	39. Coremetrics	57. Exvisu	76. Kaava Tuner
18. Buzz Manager	40. CyberAlert, Clip Metrics	58. Filtrbox/ Jive's Social Media Monitoring	77. Kampyle
19. Buzzcapture		59. FirstRain	78. KDPaine
20. BuzzDing!			79. Kontagent Social Analytics
21. BuzzGain			80. Landau Media Monitoring
22. Buzzient Enterprise			

## .... ОЧЕНЬ МНОГО...

81. Linkfluence	102. NetEquity	123. Reputation Market Intelligence Reporter	141. SM2
82. Lithium	103. netmind Sphere	124. Reputica analytics with iFeed (Netemic)	142. SMART (Brandprotect)
83. LiveBuzz	104. NetworkSense	125. RepuTrace, RepuTrack	143. SMMART
84. Loudpixel	105. Newsdesk	126. Resonate	144. Social Radar
85. Maestro and Verismo – Cymfony	106. Nielsen BuzzMetrics	127. Review Analyst	145. Social360
86. MambalQ	107. NMS S.M.A.R.T.	128. Revinatе	146. Socialarc
87. Marketo	108. Noteca	129. RightNow CX	147. SocialEye tm/Social Me.. Dashboard
88. Media Genius	109. Omniture Search Center Plus	130. Salesforce.com	148. SocialMetrix Echo
89. Media Tenor	110. Onalytica-InfluenceMonitor, Managed Dashboard	131. SAS Social Media Analytics	149. Socialscape
90. MediaMiser Enterprise	111. Open Mic	132. Scanblog	150. SocialSense
91. Mediasphere360	112. Positive Press	133. Scanbuzz	151. SocialSIGHT
92. Meltwater Buzz	113. PostRank	134. ScoutLabs	152. Socialtalk
93. Meta Tale	114. Press Army	135. Search Monitor (Starter and Pro)	153. SocialToo
94. Meteor Solution	115. Radian6	136. Seer	154. Social tm Eyes
95. Metrica	116. Rampleaf	137. Sentiment Metrics	155. Spark (Spiral16)
96. Millward Brown Precis	117. Raven	138. Sentiment360	156. Spredfast
97. Moreover Social Media Metabase	118. RBH Radar	139. Silverbakk Briefing Room	157. SPSS Modeller
98. MotiveQuest	119. Report International	140. SIM Score	158. StartPR
99. My Reputation Manager	120. Rep Trak tm		159. Statsit-Monitor
100. Neotia	121. Reputation Control		160. Steprep
101. Netemic iFeed	122. Reputation Defender		161. SWIX Social Web Index
			162. Symscio

## Мы знаем про 200

163. Synthesio	181. Visible Measures TruReach
164. Sysomos MAP, Heartbeat	182. Vitruve
165. SystemOne Radar	183. VMS Vantage tm
166. Tealium SM	184. Vocus Social Media Software
167. Telligent	185. Vox trot – Crimson Hexagon’s Opinion Analysis Platform
168. The Direct Message Lab REACH platform	186. Waggner SIS and News Stream, The Social Buzz
169. Thomson One Public Relations	187. WaveMetrix
170. ThoughtBuzz	188. WE twends pro tm (The)
171. Traackr	189. WebDig tm
172. TraceBuzz	190. Webtrends Social Measurement (Radian6)
173. Tracx	191. WExPulse
174. TruCast, truPulse, truVoice,, truSearch, trulnsight, truReputation	192. White Noise
175. TweetFeel Bizz	193. Whitevetor
176. Tweetlytics	194. WiseWindow
177. uberVU	195. Wopra
178. Vanno	196. Zeta Buzz
179. Vico Social Media Monitoring	
180. Viralheat	

## Слабые и сильные стороны инструментов мониторинга

- У большинства как отечественных, так и зарубежных игроков продуманный интерфейс и качественная визуализация результатов мониторинга.
- Зарубежные системы более «въедливы» при обнаружении релевантного контента.
- У всех проверенных российских и западных систем низкая эффективность автоматического анализа эмоционального окраса единиц контента (позитивный, негативный, нейтральный).
- В российских системах семантика контента определяется вручную, в западных – в основном автоматически.

# Измерение соотношения +/-/= контента к тестовому объекту

Системы измерения					
Позитивная тональность контента	81%	91%	76%	1%	16%
Нейтральная тональность контента	19%	9%	1%	98%	4%
Негативная тональность контента	0%	0%	23%	1%	80%

## Трудности измерений соцмедиа

- Ни западные, ни отечественные системы мониторинга пока не обеспечивают высокую точность лингвистического анализа выявляемого релевантного контента.
- Английский язык менее сложен для лингвистического анализа, чем русский, но эффективной автоматической системы лингвистического анализа даже англоязычного контента в открытом доступе на сегодняшний день нет.
- Российские и западные системы пока не могут выявлять среди контента иронию и сарказм.
- Отсутствие единого стандарта измерения эффективности рекламных кампаний в соцмедиа.



**КРИБРУМ**

Управление репутацией

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

Александр Смирнов  
Коммерческий директор  
[smirnov@ashmanov.com](mailto:smirnov@ashmanov.com)