



Уникальные возможности Медиалогии для мониторинга и анализа соцсетей и СМИ

«Медиалогия» — независимая российская исследовательская компания и технологический лидер в области оперативного мониторинга и анализа контента СМИ и соцмедиа. Компания является разработчиком одноименной системы мониторинга СМИ и соцсетей — Медиалогия, которая решает задачи оперативного сбора, обработки и анализа информации об упоминаемых объектах и событиях в информационном поле.

В Медиалогии работает 400 сотрудников. Год основания — 2003. Штаб-квартира находится в Москве.

Продуктовая линейка Медиалогии включает решения для мониторинга и анализа СМИ, соцмедиа, оценки цитируемости СМИ, решения для руководителей высшего звена.

Возможности системы позволяют специалистам пресс-служб, аналитикам и маркетологам автоматизировать обработку больших массивов текстовой информации, а также обеспечивают их оперативной и качественной аналитикой эффективности коммуникаций.

Уникальные особенности Медиалогии:

- **Собственная технология сбора** и обработки данных из СМИ и соцмедиа, основанная на технологиях глубокого обучения нейросетей и Big Data аналитики.
- **Охват источников** на июль 2021 года составляет 65 000 СМИ, включая ТВ, прессу, информагентства и интернет, в т.ч. доступ к платным интернет-СМИ и лентам информагентств, а также 900 млн источников соцмедиа. Общий объем обрабатываемого медиаконтента — 100 млн сообщений в сутки.
- **Технология автоматизированной обработки объектов**, применяемая в Медиалогии, позволяет комплексно оценить качество упоминаний в информационном поле. Система анализирует более 75 000 объектов (компаний, брендов и персон) с учетом более 50 коэффициентов качества, включая анализ тональности, цитирования, упоминания в заголовках, в главной или эпизодической роли, наличие фото, анонсов на первых полосах

СМИ или в прайм-тайм телеэфиров, размер и место выхода сообщений, цитируемость источников. Результаты анализа доступны в мгновение в режиме онлайн. Аналогов технологии нет ни на российском, ни на международном рынке.

- **Автоматизированный анализ тональности упоминаний** проводится на основе технологии глубокого обучения нейросетей. Методика включает оценку фактов, упоминаемых в сообщениях по отношению к изучаемому объекту, а также тональность освещения объекта авторами публикаций. Данные проверяются экспертами по единой методике, что обеспечивает высокий уровень качества определения тональности на уровне 80-90%.

- **Уникальные метрики Медиалогии**
 1. **МедиаИндекс**, разработанный Медиалогией для оценки качества упоминаний в СМИ, является сегодня стандартом измерения эффективности PR на российском рынке. Этот комплексный показатель используется для измерения качества инфополя компаний, персон и брендов в СМИ с учетом позитива/негатива, влияния источника, роли упоминания, цитирования, наличия фото, размера сообщения и других показателей. Индекс позволяет комплексно оценить эффективность инфоповодов, сравнивать эффективность PR с конкурентами, оценивать результаты работы пресс-служб со СМИ в динамике.
 2. **СМ Индекс** — уникальная разработанная Медиалогией метрика качества упоминаний в соцсетях, используется маркетологами и PR-специалистами для комплексной оценки SMM-коммуникаций на основе суммарной вовлеченности контента и достигнутого охвата аудитории. СМ Индекс показывает общий уровень активности бренда или компании в соцмедиа, позволяет сравнивать коммуникации с конкурентами, замерять эффективность SMM по определенным темам, товарным группам или продуктам.
 3. **Индекс цитируемости СМИ** в автоматизированном режиме рассчитывает количество ссылок на материалы источников в других медиа без учета самоцитирования. Рейтинги СМИ по цитируемости обновляются в системе Медиалогия ежедневно. Оценка цитируемости СМИ участвует в анализе комплексного показателя эффективности PR — МедиаИндексе.
 4. **Главная/эпизодическая роль** упоминаний каждого объекта позволяет выявить инициаторов инфоповодов и взвесить уровень присутствия компаний в каждом сообщении СМИ.
 5. **Цитирование** — индекс количества сообщений с упоминанием прямой или косвенной речи представителей компании. Индекс участвует в качественном показателе эффективности PR — МедиаИндексе.

6. **Топ-100 СМИ** — возможность выборки упоминаний в СМИ с наибольшим индексом цитируемости. Показатель дает возможность мгновенно приоритизировать упоминания по важности, выявить самые яркие инфоповоды и сравнивать присутствие конкурентов в наиболее влиятельных источниках.
7. **Share of Voice** — замеры доли по количеству упоминаний или МедиаИндексу в сравнении с конкурентами в информационном поле. Помогает быстро оценить степень заметности объекта в СМИ на фоне других.
8. **Индекс заметности сообщений** — метрика, используемая для оценки яркости публикаций, включает показатель цитируемости СМИ, а также метрики размера публикации, наличия иллюстраций, крупных заголовков и анонсов на первых полосах СМИ. Позволяет мгновенно проранжировать большой объем публикаций.
9. **Перепечатки** — метрика, которая автоматически анализирует количество текстов, содержащих более 75% совпадений с оригинальным сообщением и иллюстрирует частоту распространения каждого сообщения.
10. **Заметность событий** — оценка яркости инфоповодов на основе кластеризаций информационного потока в ключевые темы с учетом частоты упоминаний, цитируемости СМИ и заметности сообщений. Позволяет объединить общие по смыслу публикации в события и сформировать рейтинг ключевых инфоповодов в освещении объекта или темы.
11. **Вовлеченность** — метрика активности объекта в соцсетях, учитывает общее количество взаимодействий аудитории (лайки, комментарии, репосты) с контентом, содержащим упоминания объекта.
12. **Охват** — метрика оценки общей охваченной аудитории СМИ или соцсетей на основе данных о посещаемости сайтов, тиражах печатных изданий, количестве подписчиков авторов контента в соцсетях.
13. **Аудитория** — оценка общего потенциального охвата каналов в соцсетях.
14. **Likes&Shares** — метрика востребованности контента СМИ в социальных медиа, анализирует общий уровень активности пользователей соцсетей по каждому сообщению традиционных медиа.
- **Интерактивная инфографика** обеспечивает оперативный анализ показателей в режиме реального времени. Система позволяет мгновенно оценивать динамику количества и качества упоминаний, цитируемости,

тональности, строить отраслевые рейтинги объектов, оценивать общую картину событий по их заметности, оценивать географию присутствия по регионам и городам на основе тепловой карты, оценивать долю голоса компании в общем объеме упоминаний представителей рынка, получать облака ключевых слов и тегов по частоте их упоминаний, оценивать наиболее эффективные каналы для распространения информации.

- **Экспресс-отчеты** для мониторинга СМИ, соцсетей готовятся с помощью Медиалогии в 2 клика в удобном формате: Word, Excel, PDF.
- **Оповещения** обеспечиваются в формате e-mail рассылок, push-уведомлений на экране компьютера, Telegram-ботов.
- **Доступ с мобильных устройств** поддерживают все продукты Медиалогии.
- **Персональная поддержка менеджером** включает помощь в работе с системой, обучение пользователей, консультации по решению задач с помощью аналитики СМИ и соцсетей, сопровождение по документообороту. Техническая поддержка пользователей осуществляется в режиме 24x7.