



zelistmonitor
The social media expert

Manualul utilizatorului Zelist Monitor

Cuprins

A. Chestiuni generale	4
1. Ce este Zelist Monitor?.....	4
2. La ce foloseste Zelist Monitor?.....	4
3. Cui se adreseaza Zelist Monitor?.....	4
4. Ce monitorizeaza Zelist Monitor?	5
B. Descriere interfata	6
1. Descriere prima pagina – Expresii Monitorizate	6
2. Care este fluxul de lucru in Zelist Monitor?	8
3. La ce sunt bune grupurile?	8
4. Cum introduc expresiile pentru monitorizare?	9
5. Expresiile introduse pot fi modificate?.....	11
6. Cum se deosebesc expresiile introduse in functie de modul de monitorizare?	11
7. Cum primesc rezultatele monitorizarii?	12
8. Statistici de ordin demografic si geografic	12
9. Ce este Viewership-ul?	13
10. Ce este Viewershipul estimat al unei aparitii?	14
11. Cum se calculeaza Viewership-ul (Estimat) al unei aparitii?	14
12. Cum se determina traficul mediu estimat pe diverse bloguri din Zelist care nu apar in Trafic.ro? 14	
13. Cum este reprezentat grafic Viewershipul (Estimat)?.....	15
14. Ce este impactul mentiunii?.....	15

15.	Cum se calculeaza Viewership-ul canalelor social media ?	16
16.	Ce este comparatorul de expresii si de viewership?	16
17.	Afisare numar surse unice	17
18.	Ce reprezinta importanta sursei si cum se calculeaza?	18
19.	Ce este relevanta unei mentiuni si cum o poti schimba?	20
20.	Ce reprezinta sentimentul?	20
21.	Cum pot utiliza tag-urile?	21
22.	Ce gasim in cadrul submeniuului Influenta?	22
23.	Facilitatea Alerte + Sumar zilnic, saptamanal.....	22
24.	Sectiunea Favorite	23
25.	Prezentarea analizelor automate	24
26.	Customizarea grafica a analizelor automate	25
27.	Sectiunile analizelor automate	25
28.	Modalitati de exportare a continutului si utilizarea acestuia cu alte aplicatii	27
29.	Modalitati de preluare a continutului in mod direct in alte aplicatii	28
30.	Lucrul colaborativ si conturile de subuseri.....	28
31.	Social Media Campaigns Monitor.....	30
32.	Alerte In Social Media Campaigns Monitor	33
33.	Social Media Insights	34
34.	.roBlogs Index, .roTwitter Index, .roFacebookIndex, .roPresă_online Index	37

A. Chestiuni generale

1. *Ce este Zelist Monitor?*

Zelist Monitor este un sistem de monitorizare si masurare a social-media din Romania. In fiecare saptamana Zelist Monitor analizeaza peste 63.000 de bloguri, peste 51.000 de conturi de Twitter si 1200 de feeduri ale principalelor 500 de publicatii online, 1.500 de grupuri si pagini publice Facebook si principalele forumuri din onlineul romanesc pentru a-ti da posibilitatea de a indentifica in timp real principalele discutii create in jurul brandurilor care te intereseaza.

2. *La ce foloseste Zelist Monitor?*

Cu Zelist Monitor poti sa masori cu usurinta vizibilitatea brandurilor tale, poti sa monitorizezi brandurile concurente si sa realizezi un *benchmark* intre acestea. In mai putin de 1 minut poti afla care este *share of conversation* pentru brandul tau si pentru brandurile concurente.

De asemenea, poti sa masori impactul in social media al tuturor campaniilor de promovare desfasurate de compania ta. **Zelist Monitor** iti pune la dispozitie grafice pentru perioade variate (24h, 7 zile, 30 zile, 365 zile), grafice pe principalele canale media (presa online, bloguri, twitter, surse custom) si grafice de favorabilitate (masoara atitudinea fata de brand si cu ajutorul tag-urilor prezinta perceptia mesajul de marketing) din care poti observa buzz-ul creat de anumite campanii de promovare si ecurile produse de aceasta.

In situatiile de criza de imagine, **Zelist Monitor** te ajuta sa identifici principalii autori si sursele de influenta in propagarea mesajelor daunatoare pentru brandul si compania ta, numarul celor care preiau aceste mesaje si le disemineaza mai departe. Cunoscand acestea poti sa prioritizezi interventiile acolo unde conversatiile sunt cele mai active si acide, sa iti adaptezi mesajul de raspuns in functie de specificul fiecarui canalul media (fie ca e vorba despre presa scrisa, blogosfera sau twittosfera) si sa oferi rapid si in timp real pozitia oficiala a companiei tale/brandului tau.

3. *Cui se adreseaza Zelist Monitor?*

Zelist Monitor este recomandat tuturor celor interesati de vizibilitatea brandurilor in social-media, de diseminarea mesajelor in presa online, in blogosfera si pe Twitter. Cei direct interesati sunt, credem noi, oamenii de PR si marketing, publicitarii si oamenii de media, dar suntem deschisi in aceeasi masura sa colaboram si cu jurnalisti, bloggeri, reprezentanti ai ONG-urilor, studenti.

4. *Ce monitorizeaza Zelist Monitor?*

In fiecare saptamana Zelist Monitor analizeaza:

- peste **63.000** de bloguri romanesti, unde s-au scris 7.559.469 de posturi si peste 6.000.000 de comentarii in ultimul an;
- peste **51.000** de conturi romanesti de Twitter, de unde au fost postate in ultimul an peste **27.600.000** tweets (posturi);
- **1200** de surse ale principalelor 500 de publicatii online romanesti, care au publicat in ultimul an **6.391.011** de articole;
- peste **15.000** de pagini si grupuri publice de Facebook;
- cele mai importante 25 de forumuri romanesti;

B. Descriere interfata

1. Descriere prima pagina – Expresii Monitorizate

Noua interfata a platformei este complet schimbata fata de versiunea anterioara si a fost gandita pentru a permite o utilizare mai usoara a platformei.

Astfel, in pagina Expresii monitorizate gasim prezentate pe scurt toate informatiile furnizate de sistem intr-o forma grafica usor de inteles si utilizat.

Asa cum se poate vedea mai jos, pagina a fost impartita in 4 zone:

Zona 1 - System updates poate fi restransa sau marita dand click pe Open/Close Update. Aici gasiti informatii legate de noutatile implementate in sistem.

Zona 2 - grupeaza meniul principal, grupurile introduse si expresiile aferente, sumarul unei expresii din punct de vedere al numarului de aparitii in presa, bloguri, Twitter, comentarii, Facebook si forumuri, datele demografice, distributia geografica, putem folosi meniul secundar: Sumar, Aparitii, Grafice, Export continut, Influenta pentru a efectua diverse operatiuni asupra expresiilor sau putem prelua adresa RSS feed-ului.

Zona 3 - este reprezentata de graficul realizat in mod automat de sistem privind numarul de aparitii al expresiei pe cele 6 coordonate.

In **zona 4** gasiti cele mai influente mentiuni ale termenului/expresiei.

Zona 1

Inchidere/Deschidere System updates

Meniu

Zona 2

Grupuri de expresii

Sumar aparitii

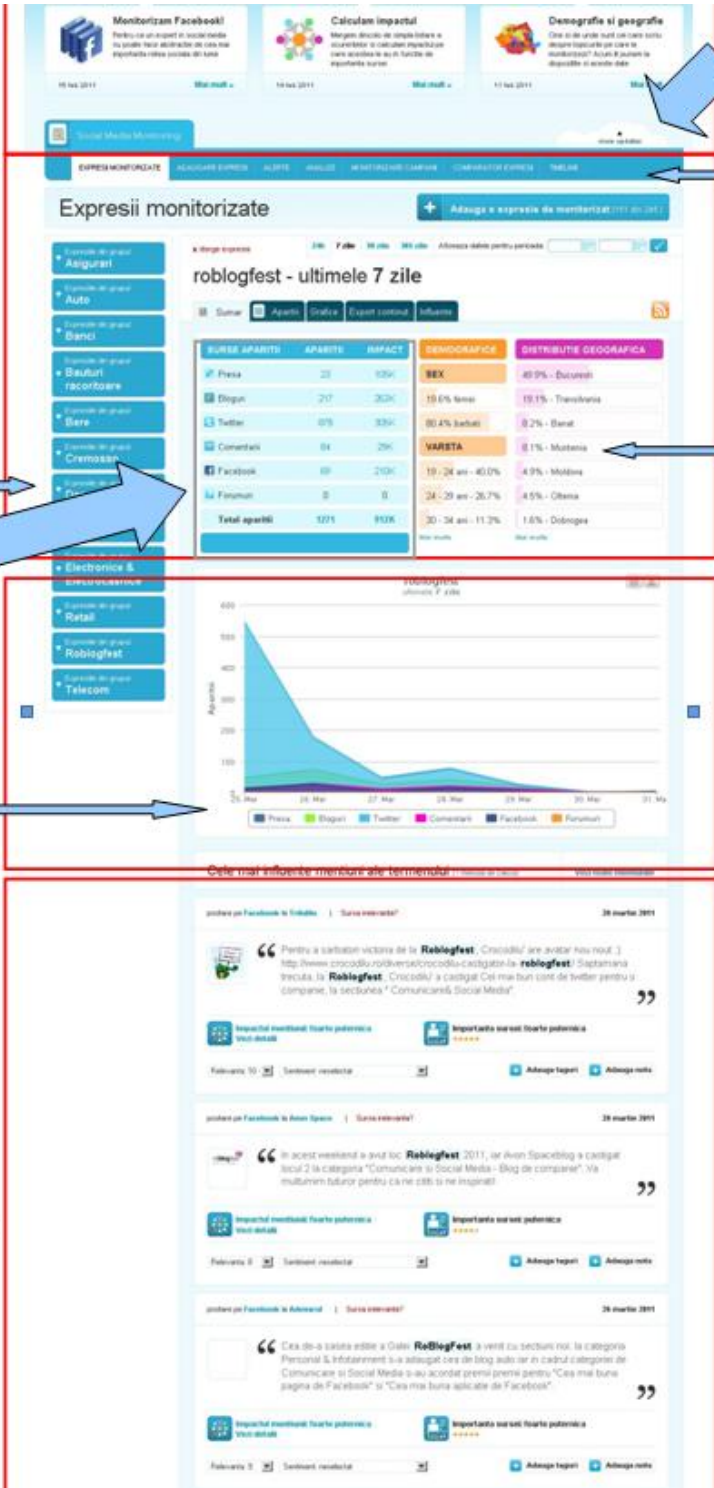
Date demografice + distributie geografica a emitentilor mesajelor

Zona 3

Grafic automat numar de aparitii

Zona 4

Cele mai influente mentiuni ale termenului/expresiei



The dashboard displays monitoring data for the expression 'roblogfest' over the last 7 days. It includes a table of sources, demographic data, a geographic distribution chart, and a list of influential mentions.

SURSE APARITII	APARITII	IMPACT	DEMOGRAFICE	DISTRIBUTIE GEOGRAFICA
Presa	23	5254	SEX	40.9% - Doamne
Bloguri	217	3624		19.1% - Transilvania
Twitter	475	3354	30.4% barbati	0.2% - Banat
Comentarii	84	296	VARSTA	0.1% - Munteni
Facebook	69	2104	19 - 24 ani - 40.0%	4.9% - Moldova
Forumuri	0	0	24 - 29 ani - 26.7%	4.5% - Oltenia
Total aparitii	1271	8108	30 - 34 ani - 11.3%	1.6% - Dobrogea

The 'Grafic automat numar de aparitii' shows a sharp decline in mentions from March 25th to 27th, followed by a slight increase and then a steady decline through March 31st.

The 'Cele mai influente mentiuni' section lists three key mentions from Facebook, including one from 'Crocodul' and another from 'Aven Spaceblog', both highlighting the success of the 'roblogfest' event.

2. Care este fluxul de lucru in Zelist Monitor?

Fluxul de lucru in Zelist Monitor este urmatorul:

Pas 1. Se creeaza un grup de lucru in care se introduc spre monitorizare toate expresiile dorite.

Nota: In cazul in care nu avem nevoie de grupuri pentru expresiile introduse, le putem adauga pe toate in grupul *default* creat in mod automat de platforma.

Pas 2. Se introduc expresiile de interes si se alege una dintre cele 3 optiuni de monitorizare:

“Expresie exacta”, “Toti termenii” sau “Cel putin unul din termenii”.

In unele cazuri, pentru a elimina relatarile unor anumite contexte referitoare la expresia monitorizata si pentru a creste astfel relevanta rezultatelor se poate completa campul **“Nu contine termenii”**. Pentru detalii vezi subcapitolul urmator.

Pasul 3. Expresia este vizibila in grupul de lucru, iar sistemul incepe generarea rezultatelor monitorizarii. Daca expresia a mai fost introdusa in sistem, generarea rezultatelor poate avea loc imediat dupa introducerea sau in cazul in care expresia nu a mai fost introdusa in sistem generarea rezultatelor poate dura pana la maxim 12-16 ore pentru 365 de zile in functie de numarul de aparitii.

3. La ce sunt bune grupurile?

Crearea grupurilor este foarte importanta. Un grup reprezinta o categorie de expresii dintr-un anumit domeniu. Un grup poate fi, de exemplu, o clasa de branduri dintr-o anumita zona de business. Practic, suma tuturor brandurilor de detergenti de rufe de pe piata romaneasca poate reprezenta un grup de monitorizare.

Dupa introducerea tuturor brandurilor din categoria detergentilor de rufe din Romania, vor fi raportate numarul TOTAL de articole din presa online, din blogosfera, din twittosfera, de pe Facebook si pe cele mai importante forumuri si vom vedea procentul de vizibilitate al fiecarui brand raportat la numarul total de mentionari pentru grupul respectiv (asemanator conceptului de *share of wallet*).

Daca doriti sa stergeti un anumit grup, acest lucru il puteti realiza in pagina “Aduagare expresii”. Pozitionati mouse-ul deasupra numelui grupului pe care doriti sa-l stergeti si efectuati click pe butonul care apare.

DEFAULT 

4. **Cum introduc expresiile pentru monitorizare?**

Expresiile si grupurile pot fi adaugate in sectiunea “**Adaugare expresii**”.

Introduci in campul *Expresie* expresia pe care doresti sa o monitorizezi.

La pasul doi *Adauga expresia in grupul*: ai posibilitatea de a adauga expresia introdusa in grupul *default* care este creat in mod automat de sistem sau poti defini propriul tau grup prin efectuarea unui click pe *creaza un grup nou* si introducerea numelui grupului.

La pasul trei ai posibilitatea de a elimina rezultatele returnate care contin anumiti termeni irelevanti pentru contextul nostru.

De exemplu, dorim sa monitoriza brandul **ING** si nu dorim sa fie afisate si rezultate care sa contina **ing**. Ionut Popescu – prescurtarea de la inginer. In acest caz, introducem in spatiul disponibil **ing**. si astfel vor fi eliminate toate rezultatele care pot fi irelevante.

Un alt exemplu: doresti sa afli toate articolele aparute despre brandul “Dinamo”, dar nu te intereseaza articolele despre “Dinamo” si “Borcea”. In acest caz, este nevoie sa mentionezi in campul “*Elimina rezultatele care contin termenii*” cuvantul “Borcea” si toate posturile in care “Dinamo” apare impreuna cu “Borcea” vor fi eliminate din analiza.

La pasul urmator trebuie sa alegem modalitatea de introducere a expresiei prin selectarea uneia dintre cele 3 optiuni disponibile.

Optiunea “**Expresie exacta**” va returna doar posturile/articolele in care apare specificata expresia monitorizata, in forma exacta in care ai mentionat-o. De exemplu: daca setezi “bere Ciuc” ca “Expresie exacta” vor fi afisate toate posturile/articolele unde apare aceasta expresie, exact in aceasta forma si ordine a termenilor componentii: “bere Ciuc”.

Optiunea “**Toti termenii**” va afisa posturile/articolele in care apare specificata expresia monitorizata, insa fara a tine cont de ordinea stricta in care sunt specificati termenii componentii ai expresiei. De exemplu, daca setezi “bere Ciuc” ca “Toti termenii” vor fi afisate toate posturile care contin cei doi termeni “bere Ciuc”, insa nu se respecta strict ordinea in care ei sunt mentionati, termenul “bere” putand fi identificat la inceputul articolului, iar termenul “Ciuc” putand fi identificat la finalul articolului.

Expresie:

Adauga expresia in grupul: + creeaza un grup nou

Elimina rezultatele care contin termenii: - optional
- maxim 3, separati prin virgula!

Expresie exacta va returna articolele in care apare specificata expresia monitorizata, in forma exacta in care ai mentionat-o ?

Toti termenii va returna articolele in care apare specificata expresia monitorizata, insa fara a tine cont de ordinea stricta in care sunt specificati termenii componentii expresiei ?

Cel putin unul din termenii va returna articolele ce contin cel putin un termen din termenii setati ?

Adauga expresia

Optiunea *“Cel putin unul din termenii”* va afisa toate articolele care contin cel putin un termen din termenii setati. De exemplu: daca monitorizezi *“bere Ciuc”* cu *“Cel putin unul din termenii”*, atunci vor fi afisate toate posturile/articolele care contin cuvantul *“bere”* si toate posturile/articolele care contin cuvantul *“Ciuc”*.

Este recomandat ca expresiile formate dintr-un singur termen sa fie monitorizate cu **“Expresie exacta”**.

Introducerea expresiilor formate din mai multi termenii

Daca din expresia de monitorizat face parte un grup de termenii care desemneaza impreuna un singur concept, atunci acestia vor fi introdusi intre ghilimele.

Expresiile introduse intre ghilimele vor fi considerate un singur termen.

In cazul **“Expresie exacta”**:

- Daca expresia este introdusa in ghilimele sau fara ghilimele, ea va fi tratata de sistem ca fiind un singur termen. De exemplu, fie ca redactam *“Prima Tv”* sau simplu *Prima Tv*, sistemul il va monitoriza ca un singur termen
- Daca expresia este compusa din *Andreea Raicu “Prima TV”* atunci sistemul va monitoriza drept *Andreea Raicu “Prima Tv”*, in aceasta ordine;

In cazul "**Toti termenii**":

- Daca expresia este formata din Andreea Raicu Prima TV, atunci sistemul va monitoriza *Andreea, Raicu, Prima, TV*.
- Daca expresia introdusa este de forma "Andreea Raicu" Prima TV, atunci sistemul va monitoriza "Andreea Raicu" ca un singur termen si Prima TV;

In cazul "**Cel putin unul din termenii**":

- Daca expresia introdusa este de forma Andreea Raicu Prima TV, atunci sistemul va monitoriza toate articolele care contin unul din termenii: Andreea, Raicu, Prima, TV.;
- Daca expresia introdusa este de forma "Andreea Raicu" "Prima TV", atunci sistemul va monitoriza toate articolele care contin unul din termenii: Andreea Raicu sau Prima TV.

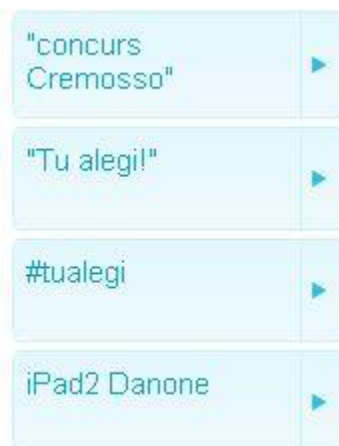
5. *Expresiile introduse pot fi modificate?*

Pentru a face interfata cat mai accesibila, facilitatea de editare a expresiilor nu a fost introdusa. In cazul in care doresti sa efectuezi modificari pe o anumita expresie, recomandarea este de a o sterge si a o reintroduce in forma corespunzatoare.

6. *Cum se deosebesc expresiile introduse in functie de modul de monitorizare?*

In functie de modul de monitorizare ales: "*Expresie exacta*", "*Toti termenii*" sau "*Cel putin unul din termenii*" se pot identifica expresiile introduse in Zelist Monitor.

Este recomandat ca expresiile formate dintr-un singur termen sa fie monitorizate cu "*Expresie exacta*".



In cazul expresiilor formate din mai multi termeni:












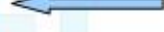
- expresiile monitorizate cu “*Expresie exacta*” vor aparea intre ghilimele;
- expresiile monitorizate cu “*Toti Termenii*” vor aparea simplu;
- expresiile monitorizate cu “*Cel putin un termen*” vor aparea insotite de termenul “OR”.

RDS OR RCS OR
RCS/RDS

7. *Cum primesc rezultatele monitorizarii?*

Rezultatele procesului de monitorizare sunt disponibile:

- Pe Internet la www.zelist.ro/monitor - in contul propriu;
- Prin feeduri RSS – disponibile spre integrare in RSS Reader la www.zelist.ro/monitor, in contul propriu;

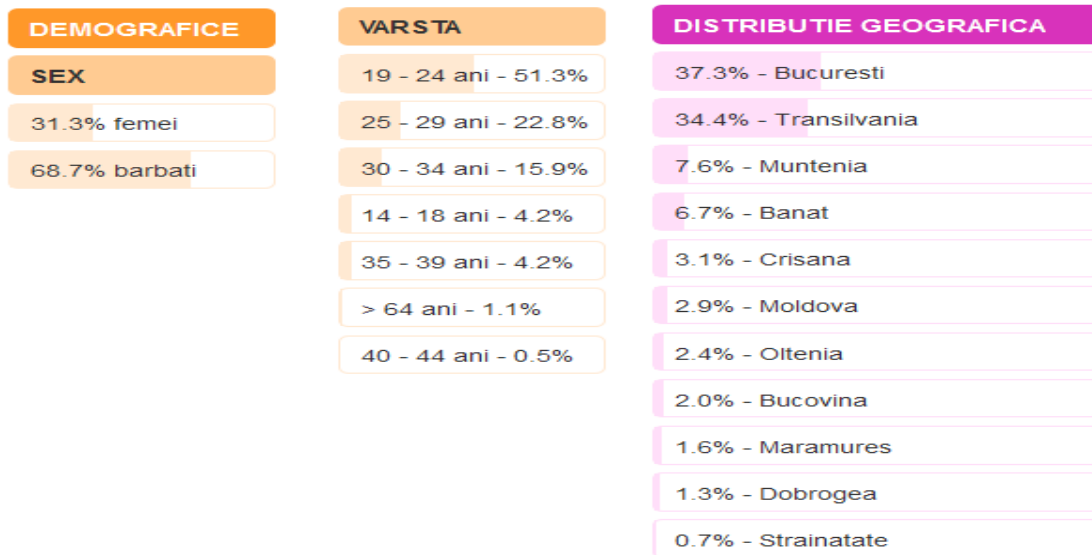
CREMOSSO	"concurc Cremosso"	0			
	"Tu alegi"	0			
	#tualegi	7			
	iPad2 Danone	1			

- Prin emailuri de alerta, trimise in functie de setarile preferentiale marcate in sectiunea “**Alerte**”.

8. *Statistici de ordin demografic si geografic*

Se defineste termenul de "emitent" (sursa) drept persoana/publicatia care in perioada de studiu a publicat diverse tipuri de continut social media (articole/posturi/ tweets etc) in care a facut referire la expresia monitorizata. Exista doua categorii de emitenti: emitenti – persoane (posesori de bloguri, de conturi Twitter) si emitenti – publicatii (presa online, grupuri si pagini publice Facebook si forumuri). Pentru emitentii – persoane oferim date demografice (variabila “sex” si variabila “varsta”) si date geografice. Pentru emitentii –publicatii (cu exceptia forumurilor) oferim doar date geografice. Atat in datele demografice, cat si in cele geografice nu sunt incluse forumurile pentru ca identificarea automata a acestor date este imposibila.

- distributia emitentilor dupa variabila "Sex";
- distributia emitentilor in functie de variabila "Varsta";
- distributia geografica a emitentilor;



9. Ce este Viewership-ul?

Viewership-ul masoara numarul de vizitatori potentiali care parcurg un anumit mesaj. In termeni de Online Advertising, Viewership-ul este similar cu numarul de Impresii (pagini afisate in care se afla o reclama sau un mesaj). De aceea, si in Zelist Monitor Viewership se masoara in Impresii.

Exista doua categorii de Viewership:

- Viewership-ul estimat al aparitiilor;
- Viewership-ul estimat al canalelor social media;

10. Ce este Viewershipul estimat al unei aparitii?

Viewershipul estimat al unei aparitii reprezinta o aproximare a numarului de cititori potentiali care citesc respectivul mesaj. Este, daca vreti, universul utilizatorilor potentiali care pot intra intr-o anumita conversatie asupra respectivului mesaj.

11. Cum se calculeaza Viewership-ul (Estimat) al unei aparitii?

Viewershipul (Estimat) pentru fiecare aparitie se estimeaza pe baza unui algoritm de calcul ce combina un set de variabile caracteristice sursei primare cu un set de variabile specifice surselor secundare.

Variabilele specifice sursei primare sunt: numarul mediu de vizitatori ai unui blog, tipologia blogului, pozitia (rank) sa in top Zelist, traficul mediu estimat pe respectivul palier Zelist, coroborat cu traficul mediu raportat de Trafic.ro.

Termenul de surse secundare se refera la preluarea si propagarea mesajelor publicate de sursele primare pe bloguri, pe Twitter si pe Facebook.

Variabilele surselor secundare care fac parte din algoritmul de calcul sunt: numarul de vizitatori potentiali generat de fiecare preluare si importanta sursei secundare (fie ca este vorba despre rankul din Zelist, numarul de followers de pe Twitter, numarul de fani/membri de pe Facebook).

In privinta preluarilor si propagarea mesajelor pe Facebook, se tine cont de gradul de interactiune al mesajului pe pagina pe care a fost postat, calculandu-se relationat la numarul total de fani/membri.

12. Cum se determina traficul mediu estimat pe diverse bloguri din Zelist care nu apar in Trafic.ro?

De exemplu, daca un blog se afla pe pozitia 7.500 in top Zelist si nu este inscris in Trafic.ro, se realizeaza o medie a vizitatorilor unici din ultimele 3 luni pentru toate blogurile care au pozitia in top Zelist cuprinsa intre 7.000 – 8.000. Datele de trafic pentru aceste bloguri sunt in concordanta cu cele din Trafic.ro. Astfel, pentru blogul aflat pe pozitia 7.500 in Zelist, se estimeaza un numar de vizitatori unici pe zi bazat pe cifrele de trafic din ultimele 3 luni.

13. Cum este reprezentat grafic Viewershipul (Estimat)?

In cazul in care exista in sistem informatii privind propagarea mentiunii pe Facebook, Twitter sau in blogosfera acest lucru este afisat dupa cum urmeaza dupa ce ati efectuat click pe **Vezi detalii**:

Impactul mentiunii: **foarte puternic** Viewership (Estimat): **9316 IMP** X

f Propagare pe Facebook: Shares: **1** Comments: **0** Likes: **5** Clicks: **0**

t Propagare pe Twitter: Linkuri: **1** Followers agregati: **9507**

[manafu](#)

Blog Propagare in Blogosfera: Trackback-uri: **2**

[fotounion.ro/blog](#), [victorkapra.ro](#)

In cazul in care nu exista informatii in sistem privind propagarea acesteia, acest lucru va fi afisat dupa cum urmeaza:

Impactul mentiunii: **foarte slab** Viewership (Estimat): **43 IMP** X

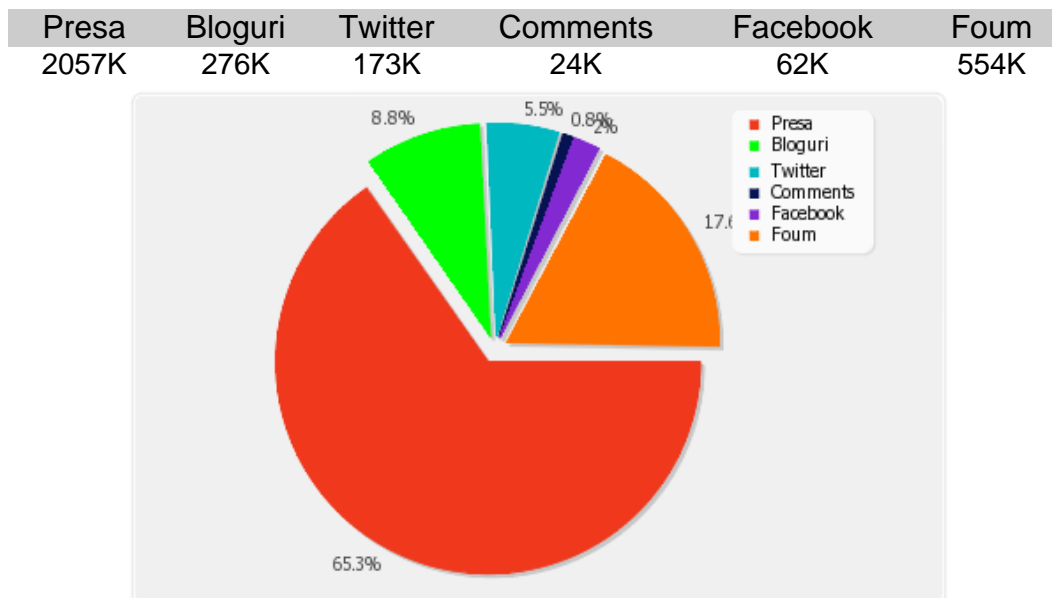
14. Ce este impactul mentiunii?

Impactul mentiunii se refera la impactul expunerii mesajului asupra unui numar cat mai mare de vizitatori. Se afla in stransa legatura cu viewershipul estimat si este exprimat pe o scala formata din 5 trepte, pornind de la foarte slab, slab, mediu, si ajungand la puternic si foarte puternic. Spunem despre o mentiune ca are un impact foarte puternic daca viewershipul estimat depaseste 6.000 de IMP, are un impact puternic daca viewershipul estimat este cuprins in intervalul 2.501 - 6.000 IMP, are un impact mediu daca viewershipul estimat este cuprins in intervalul 1.001 - 2.500 IMP, are un impact slab daca viewershipul estimat este cuprins in intervalul 501 - 1000 IMP, are un impact foarte slab daca viewershipul estimat este mai mic de 500 IMP.

Impactul mentiunii: **foarte slab** Viewership (Estimat): **43 IMP**

15. Cum se calculeaza Viewership-ul canalelor social media ?

Viewership-ul pentru fiecare canal social media se estimeaza ca suma a viewership-ului (estimat) pentru fiecare aparitie publicata in respectivele canale. Notatia 1k reprezinta 1000 impresii. Fireste, cu cat numarul de surse si/sau perioada de monitorizare sunt mai mari, cu atat va creste duplicarea intre utilizatorii care au vazut respectivul mesaj, fie pe 2 sau mai multe surse, fie in 2 sau mai multe momente in cadrul aceleiasi surse.

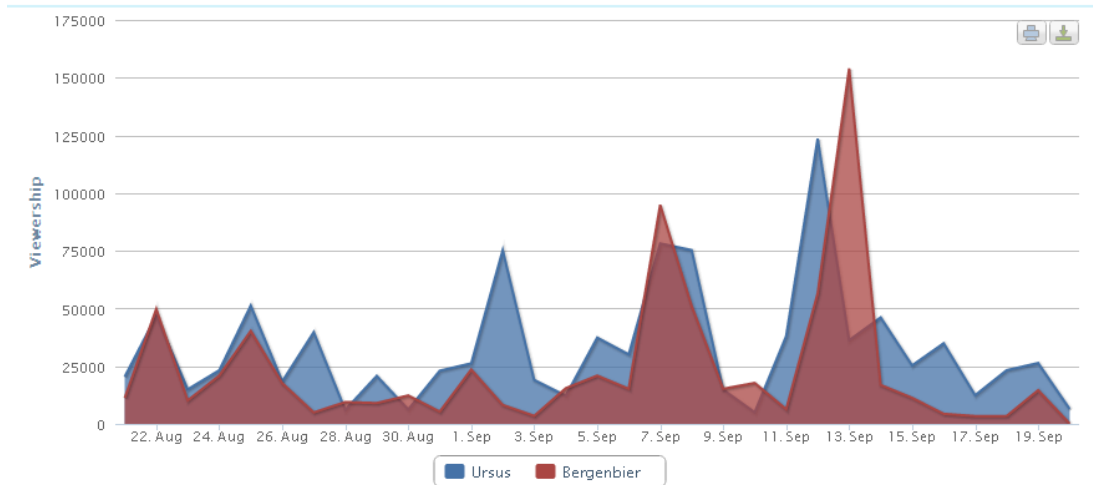
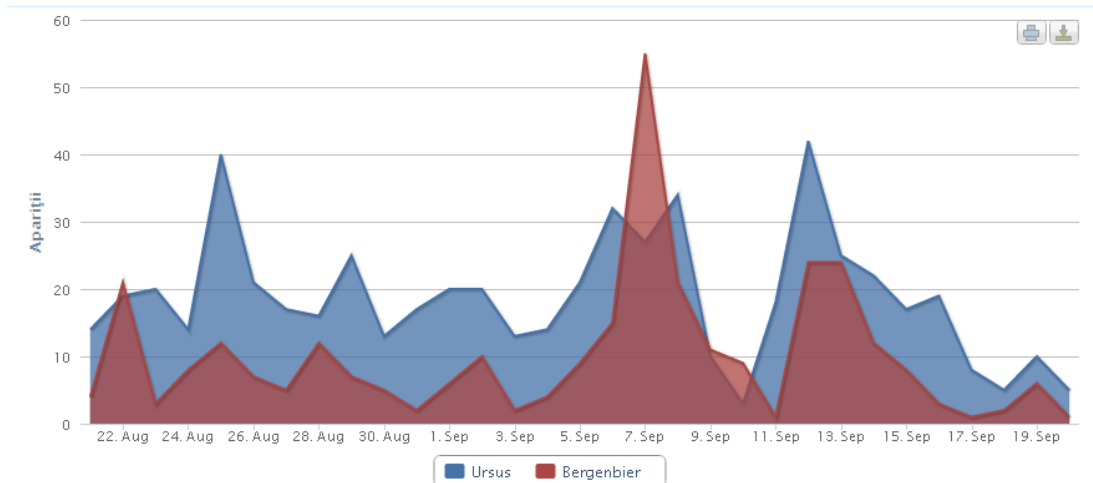


16. Ce este comparatorul de expresii si de viewership?

Numarul aparitiilor unei expresii monitorizate nu este intotdeauna cel mai bun indice de masurare a performantelor unui brand in Social Media, 100, 1000 sau 10.000 de aparitii pot fi realizate foarte simplu pe Twitter sau pe Facebook.

Pentru acest motiv, va oferim posibilitatea de a compara doua expresii si punct de vedere al viewership-ului estimat al acestora.

Timp comparare: Dupa

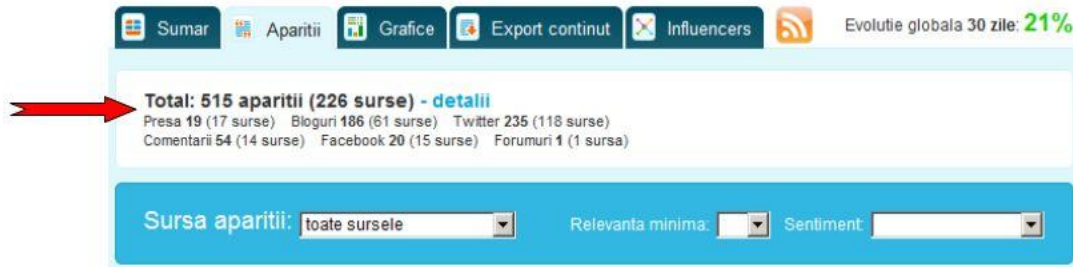


17. Afisare numar surse unice

In pagina Aparitii se poate observa numarul de surse unice in care au aparut mentionarile expresiei monitorizate.

De exemplu, expresia Zelist a fost utilizata de 515 ori in ultimele 30 de zile de catre 226 de surse unice (o sursa poate mentiona o expresie de mai multe ori iar sistemul grupeaza toate aceste mentionari).

Zelist - ultimele 30 zile



18. Ce reprezinta importanta sursei si cum se calculeaza?

Pe langa numarul de aparitii din social media, un alt punct de interes este si importanta sursei.

Aceasta importanta este data pe de-o parte de autoritatea sursei (cat de relevanta este considerata de publicul tinta), iar pe de alta parte de numarul de cititori pe care ii atinge.

In evaluarea importantei unei surse am pornit de la o scara de la 1 la 10, in care scorul 10 a fost dat surselor extrem de importante, iar scorul 1 a fost oferit surselor cu importanta foarte scazuta.

In mod concret scorul a fost atribuit in functie de categoria din care o sursa face parte astfel:

A. Bloguri dupa pozitia in topul Zelist (<http://www.zelist.ro/bloguri.html>). Aceasta pozitie este calculata in functie de numarul de linkuri din blogosfera (si de importanta acestora) spre un anumit blog, si poate fi echivalata cu gradul de vizibilitate si de incredere de care se bucura un blog.

B. Presa: s-a operat o impartire intre surse de importanta foarte ridicata (de regula sursele cu acoperire nationala), surse de importanta regionala sau de nisa, si agregatoare.

C. Twitter: s-a acordat scoruri (de la 9 la 1) in functie de numarul de followers ai sursei.

D. Comentarii de pe bloguri: au fost oferite punctaje corelate cu scorul blogului pe care sunt facute aceste comentarii

Iata si tabelul de scoruri:

bloguri - dupa pozitia in topuri Zelist

pozitia 1- 10 : scor 9
pozitia 11- 100 : scor 7
pozitia 101- 500 : scor 6
pozitia 501- 1000 : scor 5
pozitia 1001 - 2000: scor 4
pozitia 2001 - 4000: scor 2
> 4000 : scor 1

Presa online

- site-uri principale: scor 10 (Adevarul, Evenimentul, Cotidianul, Jurnalul, Capital, Mediafax, Business magazin, Ziarul Financiar, Saptamana financiara, Money Express, Realitatea, The Money Channel, Money.ro)

- celelalte (tabloide, gazete, monitoare) au primit scor 7;

- agregatoarele primesc scor 6;

Conturi Twitter dupa numarul de followers:

peste 2000: scor 9
peste 1000: scor 7
peste 500: scor 6
peste 200: scor 4
peste 100 : scor 3
restul scor 1.

Comentarii

dupa rangul in zelist a blogului unde se comenteaza

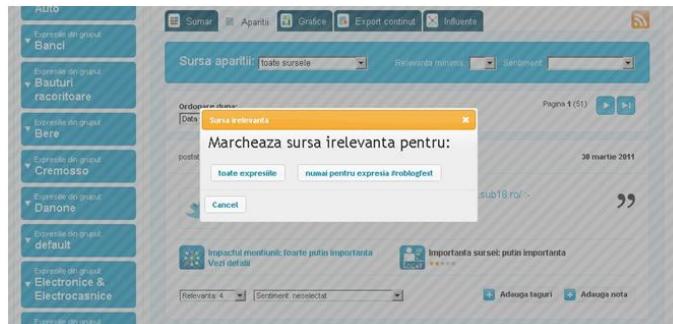
mai mare de 20: scor 4

mai mare de 10: scor 3

mai mare de 5: scor 2

Observatie: suntem constienti ca aceasta impartire poate fi amendata in functie de specificul beneficiarului si de cel al industriei in care aceasta actioneaza. De aceea, oferim posibilitatea modificarii scorurilor. Aceasta modificare se poate face pentru fiecare item in parte.

De asemenea, daca o sursa este considerata irelevanta, rezultatele produse de ea pot fi in totalitate eliminate, asa cum apare in imaginea de mai jos.

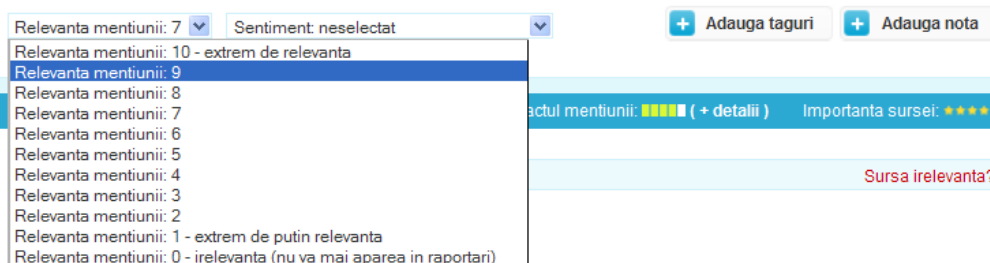


19. Ce este relevanta unei mentiuni si cum o poti schimba?

Relevanta unei mentiuni reprezinta gradul de insemnatate si concordanta pe care il are respectiva mentiune pentru expresia monitorizata. De exemplu, daca intr-un post din blogosfera se vorbeste despre aniversarea sotului si se foloseste termenul "ziua barbatului", fara a avea nici o legatura cu campania Bergenbier, atunci relevanta acestei mentiuni pentru expresia de monitorizat "ziua barbatului" de la Bergenbier este 0.

In mod automat, relevanta fiecarei mentiuni este egala cu importanta sursei care a facut aceasta mentiune. Zelist Monitor iti ofera posibilitatea de a modifica relevant fiecarei mentiuni in functie de gradul de relevanta stabilita de tine.

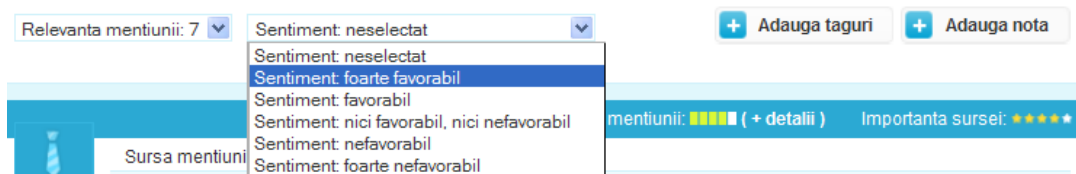
Aceasta operatiune se poate face din lista de aparitii aferente fiecarei expresii monitorizate. Pe aceasta pagina, sub fiecare aparitie exista un toolbar. Primul element al acestui toolbar este numit "Relevanta mentiunii". Prin selectarea unei noi valori se modifica relevanta aparitiei respective.



20. Ce reprezinta sentimentul?

Analiza de sentiment este analiza calitativa a postarilor aparute in legatura cu expresia monitorizata. Folosind o scala de masurare a favorabilitati cu 5 trepte, pornind de la "foarte

nefavorabil” si pana la “foarte favorabil” se masoara atitudinea fata de expresia monitorizata (fata de un brand, de exemplu), in fiecare post in care a fost mentionata aceasta.

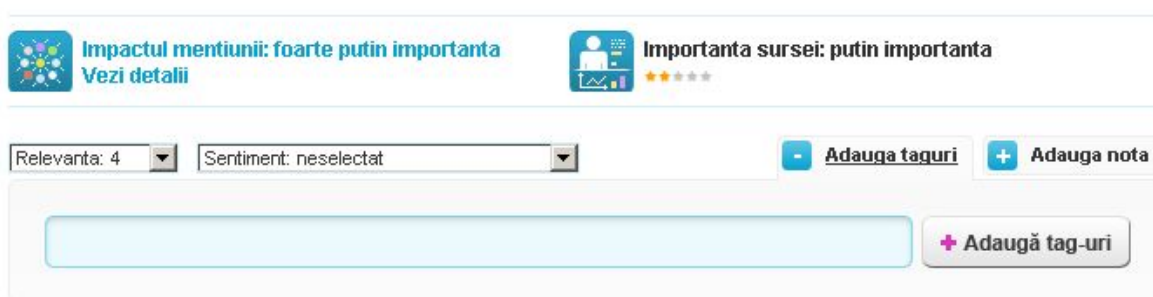


In functie de specificul sursei, de contextul intregului articol in care se face referirea la expresia monitorizata, de flexiunile lingvistice din cadrul respectivului post, operatorul va determina sentimentul general pentru fiecare postare in parte, iar la finalul perioadei de monitorizare se va putea spune care este sentimentul general fata de expresia monitorizata/brandul monitorizat, daca atitudinea generala este una pozitiva, negativa sau neutra.

21. Cum pot utiliza tag-urile?

Tag-urile reprezinta cuvinte cheie, reprezentative pentru tema sau contextul fiecarui post in parte. Este recomandat ca fiecare post sa fie insotit de tag-ul corespunzator pentru ca la finalul analizei sa se poata observa principalele subiecte, teme si contexte in care expresia monitorizata a fost mentionata.

De asemenea, tag-urile pot fi folosite pentru a preciza modalitatea in care mesajul brandului si principalele elemente de comunicare au fost receptionate de catre target.



22. Ce gasim in cadrul submeniului Influenta?

Conform dexonline.ro, una dintre definitiile influentei este *Actiune pe care o persoana o exercită asupra alteia (deliberat, pentru a-i schimba caracterul, evolutia, sau involuntar, prin prestigiul, autoritatea, puterea de care se bucura).*

In cazul nostru, influenta emitentilor este exercitata in mod indirect/involuntar prin prisma prestigiului de care se bucura acestia in randul cititorilor. Astfel, in aceasta zona:

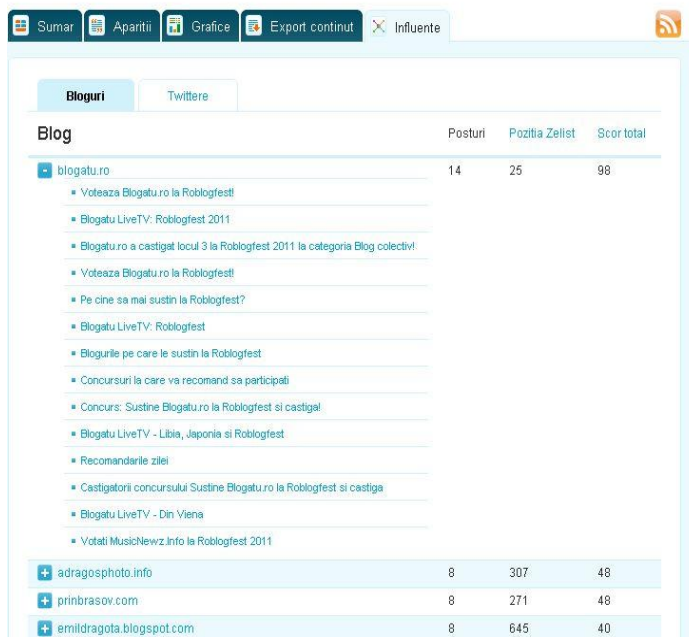
- in cazul blogurilor veti gasi urmatoarele informatii: emitentul, numarul de mentionari ale expresiei de catre emitentul respectiv, pozitia acestuia in Zelist si scorul total;
- in cazul Twitter veti gasi urmatoarele informatii: emitentul, numarul de mentionari ale expresiei de catre emitentul respectiv, numarul de followeri si scorul total.

23. Facilitatea Alerte + Sumar zilnic, saptamanal

In sectiunea "Seteaza alerte" poti alege sa primesti alerte pe email:

- Zilnic, cu cele mai noi aparitii (un email pentru toate aparitiile trimis in jurul orei 9 AM);
- Saptamanal, cu toate aparitiile saptamanii precedente (email trimis in fiecare zi de luni in jurul orei 9 AM);
- Cand apare un item despre cuvintele monitorizate, o data pe ora. In acest caz este nevoie sa setezi si scorul minim al relevantei sursei pentru care doresti sa primesti alertele.
- Alertele sunt trimise catre adresa default a contului, insa pot fi adaugate si alte adrese catre care sa fie trimise alertele Zelist Monitor, concomitent cu adresa default.

roblogfest - top influenta



Blog	Posturi	Pozitia Zelist	Scor total
blogatu.ro	14	25	98
adragosphoto.info	8	307	48
prinbrasov.com	8	271	48
emildragota.blogspot.com	8	645	40

1. Doresc sa primesc:

Email zilnic cu cele mai noi aparitii (1 email pentru toate aparitiile, trimis in jurul orei **9 AM**)

Email saptamanal cu toate aparitiile saptamanii precedente (email trimis **luni in jurul orei 9 AM**)

Email de alerta cand apare un item despre cuvintele monitorizate, o data pe ora. Scor minim articol:

2. Expresii din care vei primi alertele:

toyota
Tuborg
Unicredit
uniqa
UPC
ursus
Vodafone
Volksbank
Volkswagen
Zapp

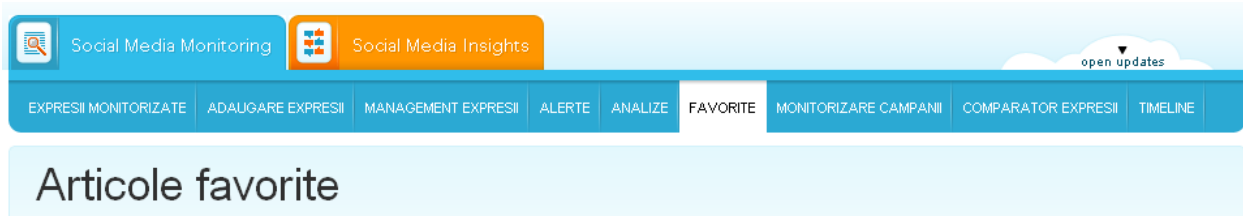
Expresii care nu vor aparea in alerte:

3. Trimite alertele si catre adresele de email:

* default email-ul se trimite la adresa **razvan@tree.ro**, dar poti sa adaugi si alte adrese de email separate prin virgula.

24. Sectiunea Favorite

Am introdus posibilitatea de a salva orice articol pe care il consideri interesant, pe care vrei sa il recitesti sau pur si simplu vrei sa il salvezi pentru arhiva ta in sectiunea Favorite, sectiune pe care o poti gasi pe bara meniului principal al sectiunii Social Media Monitoring.



Social Media Monitoring | Social Media Insights | open updates

EXPRESII MONITORIZATE | ADAUGARE EXPRESII | MANAGEMENT EXPRESII | ALERTE | ANALIZE | **FAVORITE** | MONITORIZARE CAMPANII | COMPARATOR EXPRESII | TIMELINE

Articole favorite

Pentru a adauga articolul dorit la Favorite trebuie sa dai click pe butonul "Adauga articol la favorite" din pagina Aparitii.



25. Prezentarea analizelor automate

Zelist Monitor ofera posibilitatea generarii automate de analize complexe de monitorizare a expresiilor si a grupurilor de expresii definite.

In sectiunea **"Analize"** subsectiunea **"Defineste analiza"** se seteaza:

- Titlul analizei;
- Tipul analizei: pe expresii sau pe grupuri de expresii;
- Se poate atasa un logo customizat care va personaliza header-ul raportului final de analiza;
- Se poate personaliza si prin text header-ul raportului de analiza;
- In "Schema de culori" operatorul va alege cate o culoare distincta pentru fiecare expresie (brand) analizata. Aceste culori se vor regasi in toate graficele din analiza finala;
- Se confirma adresa de email unde va fi livrata analiza;
- Se aleg principalele capitole ce vor fi tratate in raporul de analiza;

26. Customizarea grafica a analizelor automate

În “Schema de culori” operatorul va alege câte o culoare distinctă pentru fiecare expresie (brand) analizată. Aceste culori se vor regăsi în toate graficele din analiza finală.

Schema de culori:



27. Secțiunile analizelor automate

Operatorul poate alege următoarele capitole de analiză:

1. Sursele monitorizate: prezintă date statistice despre activitatea blogosferei, a twittosferei și a presei online în perioada de lucru;
2. Rezultate sintetice: prezintă succint numărul de postări referitoare la expresia monitorizată aparute pe fiecare canal media în parte și procentele aferente acestora: bloguri, Twitter, presa online;
3. Comparativ cu perioada anterioară: pornind de la durata perioadei pentru care este realizată analiza, se efectuează o analiză comparativă pentru aceeași expresie, însă în 2 perioade de timp diferite: prezintă și anterioară.
4. Defalcare pe zile și tipuri de surse ale aparițiilor: prezintă numărul de postări aparute pe fiecare canal media în fiecare zi din perioada de analiză;
5. Analiza concurenței: prezintă evoluția brandului monitorizat în comparație cu evoluția brandurilor concurente în aceeași perioadă de timp;
6. Analiza de sentiment: este analiză calitativă a postărilor aparute în legătură cu expresia monitorizată. Folosind o scară de măsurare a favorabilității cu 5 trepte, pornind de la “foarte nefavorabil” și până la “foarte favorabil” se măsoară atitudinea față de expresia monitorizată (față de un brand, de exemplu), în fiecare post în care a fost menționată aceasta.

În funcție de specificul sursei, de contextul întregului articol în care se face referirea la expresia monitorizată, de flexiunile lingvistice din cadrul respectivului post, operatorul va determina sentimentul general pentru fiecare postare în parte, iar la finalul perioadei de monitorizare se va putea spune care este sentimentul general față de expresia

monitorizata/ brandul monitorizat, daca atitudinea generala este una pozitiva, negativa sau neutra.

7. Importanta surselor: prezinta distributia surselor care au facut referiri catre expresia monitorizata, in functie de indicele de relevanta Zelist;
8. Subiecte comunicare: prezinta principalele subiecte, teme si contexte in care expresia monitorizata a fost mentionata. Aceasta analiza se realizeaza cu ajutorul tag-urilor.
9. Corelatii sentiment/demografice: tabelele de contingenta prezinta care este legatura intre variabilele urmatoare: "sex" si "sentiment", "varsta" si "sentiment", "regiune" si "sentiment". Din aceasta analiza vei putea intelege daca femeile prezinta brandul tau in mod favorabil sau dimpotriva, mai degraba, barbatii mentioneaza brandul tau in mod favorabil. De asemenea, poti sa observi daca tinerii cu varsta cuprinsa intre 19 si 24 de ani mentioneaza brandul monitorizat in context nefavorabil sau dimpotriva. In unele cazuri se poate observa daca "varsta" si "sentimentul" sunt corelate pozitiv, in sensul ca pe imp ce creste variabila "varsta", creste si "nivelul de favorabilitate" fata de brand (sentimentul), adica, persoanele mai in varsta care mentioneaza brandul tind sa o faca in mod mai favorabil decat tinerii.
10. Corelatii sentiment/subiecte: prezinta situatia sentimentului pentru fiecare subiect. Mai exact, se prezinta numarul mentionarilor foarte favorabile, cele nefavorabile, cele neutre, cele favorabile, cele foarte favorabile pentru fiecare subiect. Se poate observa cu usurinta care dintre subiecte este mentionat in context foarte favorabil si care in context foarte nefavorabil.
11. Analiza istorica: prezinta evolutia (text si grafic) vizibilitatii expresiei monitorizate din ultimul an;
12. Cele mai importante aparitii – prezinta detaliat cele mai importante aparitii.

Analiza contine urmatoarele sectiuni:

- Sursele monitorizate
- Rezultate sintetice
- Comparativ cu perioada anterioara
- Date demografice si geografice
- Viewership-ului canalelor social media analizate
- Evolutie viewership
- Defalcare pe zile si tipuri de surse ale aparitiilor
- Analiza concurenta
- Analiza sentiment
- Importanta surselor
- Subiecte comunicare
- Corelatii sentiment/demografice
- Corelatii sentiment/subiecte
- Analiza istorica
- Cele mai importante aparitii

28. Modalitati de exportare a continutului si utilizarea acestuia cu alte aplicatii

Puteti exporta rapoarte cu aparitiile din social media din sectiunea "Export continut" aferenta fiecarei expresii monitorizate.

Sistemul ofera:

- o lista Excel cu toate aparitiile unei luni (inclusiv scorul, sentimentul, tag-urile si notele aferente fiecarei aparitii);

- fisier in format PDF cuprinzand toate aparitiile dintr-o perioada data;

- fisier CSV care cuprinzand defalcarea pe zile a numarului total de aparitii in functie de mediu: presa, blog, twitter, comentarii, Facebook sau forumuri;

- fisier Excel cuprinzand adresa blogului pe care a aparut o referire la brand, data la care a aparut, titlul articolului si primul paragraf si pozitia in Zelist a blogului respectiv;

- fisier Excel cuprinzand adresa contului de Twitter pe care a aparut o referire la brand, data la care a aparut, continutul tweetului si numarul de followeri al contului respectiv.



The screenshot shows the 'Export continut' section of the Zelist Monitor interface. At the top, there are navigation tabs: Sumar, Aparitii, Grafice, Export continut (selected), and Influenta. To the right, there is a global evolution indicator: 'Evolutie globala 7 zile: 47%'.

The main content area is divided into three sections:

- Exporta raportul in format .xls pentru luna:** A dropdown menu is set to 'aprilie 2011'. Below it, a checkbox group 'Include rezultatele din' includes 'Presa', 'Bloguri', 'Twitter', 'Comentarii', 'Facebook', and 'Forumuri', all of which are checked. A large 'Exporta .xls' button is at the bottom.
- Exporta raportul in alte formate:** The 'Perioada' is set from '2011-03-25' to '2011-04-01'. The same 'Include rezultatele din' checkboxes are present. Below are two buttons: 'Export PDF' and 'Export CSV'.
- Export continut si numar followers pentru twitter sau pozitia din zelist pentru bloguri:** The 'Perioada' is the same. The 'Include rezultatele din' checkboxes are 'Bloguri' (checked) and 'Twitter' (unchecked). A large 'Exporta .xls' button is at the bottom.

29. Modalitati de preluare a continutului in mod direct in alte aplicatii

Rezultatele generate cu ajutorul Zelist Monitor pot fi integrate cu alte aplicatii software, in functie de necesitatile si de fluxul de lucru al clientului.

Toti clientii Premium, Complete si Complete Plus au acces la feedurile RSS care arata in timp real activitatea relevanta din social media. Aceste feeduri pot fi integrate si cu alte aplicatii de analiza sau cu cititoare de RSS (de exemplu pentru a avea acces la date pe telefonul mobil).

De asemenea, pentru clientii interesati putem realiza servicii de exportare de continut pe baza API-ului nostru.

30. Lucrul colaborativ si conturile de subuseri

Zelist Monitor este o platforma care permite colaborarea. Suntem constienti ca exista multe situatii in care exista mai multe persoane interesate de rezultatele unei monitorizari sau de cele ale analizelor aferente. Poate fi vorba de o relatie intre agentia de comunicare si client, intre doua agentii de comunicare, intre doua departamente ale aceluiasi client sau agentie, sau intre colegi din acelasi departament.

Pentru aceste situatii am creat facilitatea de Subconturi ("**Defineste subconturi**" din meniul de sus).

Salut, Razvan Bucur | [Contul tau \(Complete\)](#) | [Defineste subconturi](#) | [Help](#) | [Contact](#) | [Logout](#)

Astfel, titularul unui cont Premium, Complete sau Complete Plus poate defini un numar de utilizatori (fiecare cu emailul si parola sa de logare) avand o serie de drepturi:

- se pot defini grupurile de expresii la care acestia au acces;
- se pot defini analizele la care subconturile au acces;
- se poate stabili daca un subcont are dreptul de a opera asupra materialelor (adaugarea de note si de taguri, schimbarea de scor/relevanta);
- se poate stabili daca un subcont are dreptul de a-si defini propriile grupuri si expresii de monitorizare (acestea fiind deduse din numarul total de expresii achizitionate de un client).

Expresiile pot fi accesibile public in cadrul subconturilor unui utilizator daca administratorul contului decide acest lucru, sau pot fi private (fiind accesibile doar pe subcontul care le-a definit si pe contul de administrare).

Dupa setarea subcontului, titularul subcontului isi poate seta propriile alerte.

De asemenea, sistemul permite trimiterea de alerte inclusiv pe adrese de email care nu au un subcont aferent.

Definiște subcont

Subconturi definite

Detalii subuser

Nume:*

Prenume:*

Email:*

Parola:*

Asignare Grupuri

default
Roblogfest
Cremosso
Danone
Banci
Telecom
Auto
Retail
Electronice & Electrocasnice
Bauturi racoritoare



Asignare Analize

Analiza Avon vs Competitori
Roblogfest grup
Analiza pe expresii
Banci



Permite operatiuni asupra articolelor? (relevanta, sentiment, nota)

Da Nu

Permite introducerea de grupuri si expresii (se consuma din contul principal).

Da Nu * stergerea se va efectua numai pe grupurile si expresiile proprii

Adaugă subuser

31. Social Media Campaigns Monitor

Ce este Social Media Campaigns Monitor?

Social Media Campaign Monitor este un nou tool din Zelist Monitor, care iti permite sa monitorizezi nivelul de preluare a mesajelor tale din social media. In calte cuvinte, iti introduci linkurile unde ai lansat o campanie pe social media si noi iti spunem unde au fost preluate si ce reach au avut.

Aceasta unealta o accesati din meniul principal sectiunea "**Monitorizare campanii**".

Care sunt pasii pe care trebuie sa ii urmez pentru a genera rezultatele?

In primul rand trebuie sa creezi **Campania** introducand numele acesteia in campul de lucru, perioada in care doresti sa se realizeze monitorizarea (perioada de monitorizare coincide in cele mai multe cazuri cu perioada campaniei), iar apoi trebuie sa apesi pe butonul "Adauga".



The screenshot shows the 'Social Media Campaign Monitor' interface. At the top, there is a navigation bar with tabs: EXPRESII MONITORIZATE, ADAUGARE EXPRESII, ALERTE, ANALIZE, MONITORIZARE CAMPANII (selected), COMPARATOR EXPRESII, and TIMELINE. Below the navigation bar, the title 'Social Media Campaign Monitor' is displayed, followed by a brief description: 'Social Media Campaign Monitor iti permite sa monitorizezi nivelul de preluare a mesajelor tale din social media. In alte cuvinte iti introduci linkurile unde ai lansat o campanie pe social media si noi iti spunem unde au fost preluate si ce reach au avut.'

The main content area is titled 'Adauga o campanie' and contains a form with the following fields and buttons:

- Nume campanie**: A text input field.
- Data inceput**: A date picker set to 2011-03-02.
- Data final**: A date picker set to 2011-05-01.
- Adauga**: A button to submit the form.

In mod automat, vei fi redirectionat in pagina campaniei.

Atentie! Odata setata perioada de monitorizare, aceasta nu mai poate fi modificata in pagina campaniei. Daca doresti sa modifichi perioada de monitorizare pentru o campanie deja setata, atunci trebuie sa stergi vechea campanie si creezi o noua campanie, avand perioada de monitorizare adecvata.

Pentru a sterge o campanie, trebuie sa revii in meniul **Monitorizare campanii** si sa apesi butonul "X", marcat cu rosu, ca in imaginea de mai jos.



The screenshot shows the 'Campanii introduse' section. It displays a list of campaigns. The first entry is 'EFIX II' with the following details:

- 10 dec. 2010 - 10 ian 2011**: The monitoring period.
- Linkuri: 15**: The number of links monitored.
- Status: inactiva**: The current status of the campaign.
- Vezi campanie**: A button to view the campaign details.
- X**: A red button to delete the campaign.

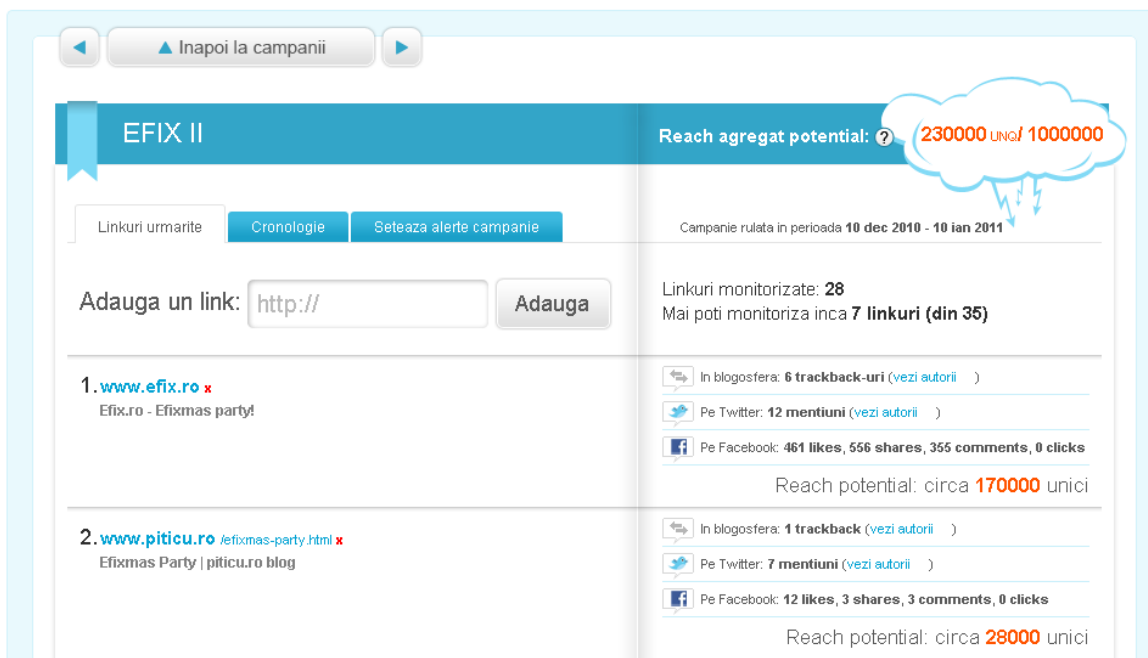
In pasul urmator trebuie sa **introduci linkurile** campaniei in campul "Adauga un link".

In cazul conturilor premium, Zelist Monitor ofera un numar de 35 de linkuri pentru monitorizare.



Asa cum se poate observa si in imaginea de mai jos, in partea stanga a ecranului sunt prezentate informatii despre linkurile monitorizate, titlurile posturilor monitorizate. Daca doresti sa renunti la un anumit link, poti sa il stergi apasand butonul "X" de culoare rosie.

In partea dreapta sunt prezentate informatii despre numarul de linkuri monitorizate si numarul de linkuri ramase disponibile pentru monitorizare. De asemenea, este prezentat si reach-ul campaniei, reprezentand valoarea indexului reachului tuturor linkurilor din campanie, dar si reach-ul pentru fiecare link in parte. Reach-ul fiecarui link este reprezentat prin numarul total de afisari si numarul total de vizitatori unici care au fost expusi la mesajul campaniei.



Estimarile legate de reach-ul unei campanii tin cont de mai multi factori cum ar fi:

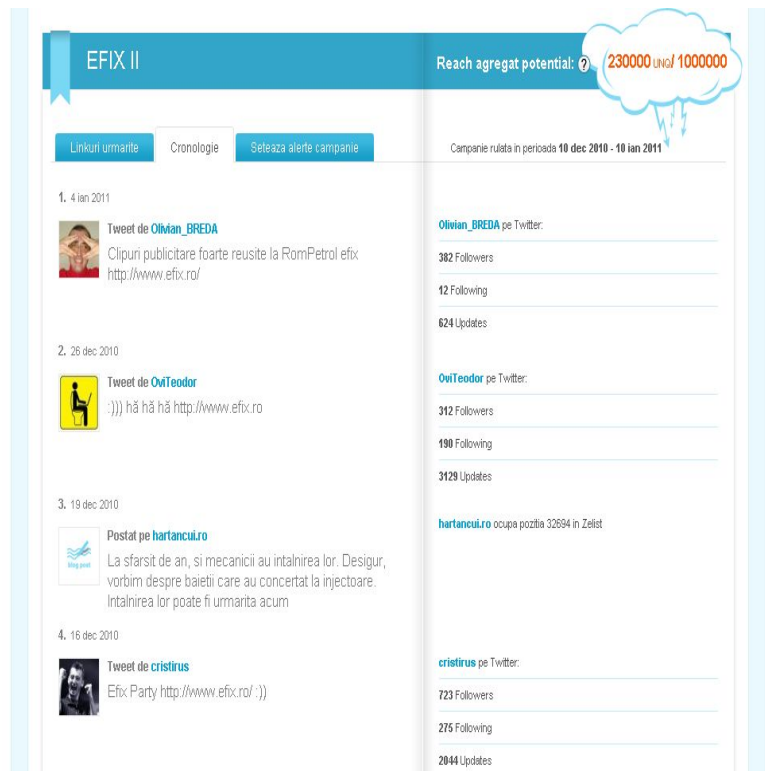
- numarul aproximativ de cititori ai unui blog
- numarul de followers ai unui cont de twitter
- gradul de diseminare pe Facebook (share-uri, commenturi, like-uri)
- duplicarea publicului tinta (ex mesaje repetate pe acelasi blog/cont twitter)

Sistemul evalueaza astfel numarul de impresii al unui mesaj, precum si numarul de unici (persoane) care au vazut acel mesaj (existand fireste cazuri in care mesajul a fost vazut de doua sau mai multe ori).

Suntem constienti ca aceasta aproximare are limitarile ei (datorata in primul rand informatiilor limitate) inasa credem ca cel putin la nivel orientativ aceasta aproximare este utila in activitatea de comunicare.

In sectiunea **“Cronologie”** este prezentat preluarea mesajului campaniei tale in blogosfera. Poti vedea astfel cum mesajul din linkurile monitorizate a fost preluat si dezbatut in noi posturi din blogosfera.

In partea stanga a ecranului sunt prezentate preluarile mesajului campaniei in alte bloguri. In partea dreapta sunt prezentate informatii despre blogurile care au preluat mesajul campaniei (numele blogului si pozitia sa in clasamentul general Zelist.ro)



The screenshot displays the 'EFIX II' campaign overview. At the top, it shows 'Reach agregat potential: 230000 unici / 1000000'. Below this, there are tabs for 'Linkuri urmate', 'Cronologie', and 'Seleaza altele campanie'. The main content area lists four items:

- 1. 4 Ian 2011**: Tweet de **Olivian_BREDA** with the text 'Clipuri publicitare foarte reusite la RomPetro! efix http://www.efix.ro/'. To the right, statistics for Olivian_BREDA are shown: 382 Followers, 12 Following, and 624 Updates.
- 2. 26 dec 2010**: Tweet de **OviTeodor** with the text ':))) hã hã hã http://www.efix.ro'. To the right, statistics for OviTeodor are shown: 312 Followers, 190 Following, and 3129 Updates.
- 3. 19 dec 2010**: Postat pe **hartancu.ro** with the text 'La sfarsit de an, si mecanicii au intalnirea lor. Desigur, vorbim despre baietii care au concertat la injectoare. Intalnirea lor poate fi urmanita acum'. To the right, it notes 'hartancu.ro ocupa pozitia 32694 in Zelist'.
- 4. 16 dec 2010**: Tweet de **cristirus** with the text 'Efix Party http://www.efix.ro/ :)'. To the right, statistics for cristirus are shown: 723 Followers, 276 Following, and 2844 Updates.

32. Alerte In Social Media Campaigns Monitor

Cand in blogosfera apare un nou post in care mesajul campaniei tale este dezbatut (o noua preluare a mesajului), atunci Zelist Monitor te anunta acest lucru printr-un email de alerta.

In mod automat, alertele se trimit catre adresa titularului de cont: xxx@yyy.com .Daca doresti ca alertele sa fie trimise si catre alte adrese, introdu-le in campul din parte de jos a ecranului, separate prin virgule.

In cazul exemplului de fata, titularul de cont este razvan@tree.ro

Daca nu doresti sa fii informat pe email prin aceste alerte, atunci iti recomandam sa debifezi butonul de check din sectiunea "Alerte".



Linkuri urmarite Cronologie Seteaza alerte campanie

Campanie rulata in perioada 10 dec 2010 - 10 ian 2011

ALERTE ACTIVE (daca doresti suspendarea alertelor, uncheck)

In mod automat, alertele se trimit catre adresa titularului de cont:
razvan@tree.ro

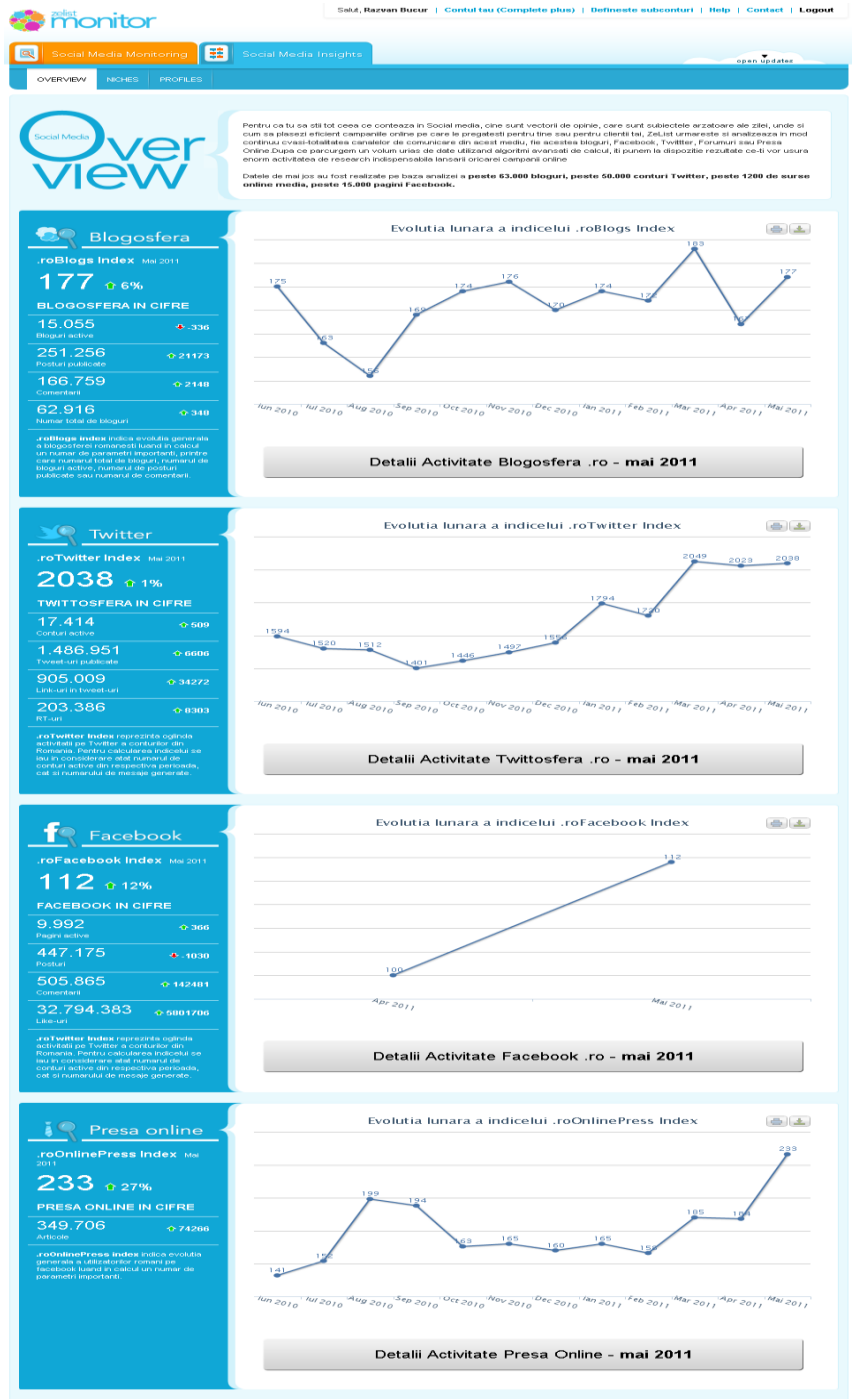
Daca doresti ca alertele sa fie trimise si catre alte adrese, introdu-le mai jos
(separate prin virgula):

Adresa principala:
razvan@tree.ro

33. Social Media Insights

Modulul Social Media Insights iti ofera diferite informatii de interes general, dar si specific, despre social media din Romania pentru ca tu sa stii tot ceea ce conteaza in social media, sa stii cine sunt vectorii de opinie, care sunt subiectele arzatoare ale zilei, unde si cum sa plasezi eficient campaniile online pe care le pregatesti pentru compania la care lucreaza sau pentru clientii sai

In partea de Overview gasesti informatii despre evolutia blogosferei, twittosferei, activitatea paginilor publice de Facebook si evolutia lunara a numarului de articole din presa online.



Blogosfera

.roBlogs Index Mai 2011: 177 (+6%)

BLOGOSFERA IN CIFRE

- 15.055 Blogari active (-336)
- 251.256 Posturi publicate (+21473)
- 166.759 Comentarii (+2148)
- 62.916 Numar total de bloguri (+348)

Twitter

.roTwitter Index Mai 2011: 2038 (+1%)

TWITTOSFERA IN CIFRE

- 17.414 Conturi active (+509)
- 1.486.951 Tweet-uri publicate (+6006)
- 905.009 Like-uri in Tweet-uri (+34272)
- 203.386 RT-uri (+8303)

Facebook

.roFacebook Index Mai 2011: 112 (+12%)

FACEBOOK IN CIFRE

- 9.992 Pagini active (+366)
- 447.175 Posturi (+4030)
- 505.865 Comentarii (+142481)
- 32.794.383 Like-uri (+5801706)

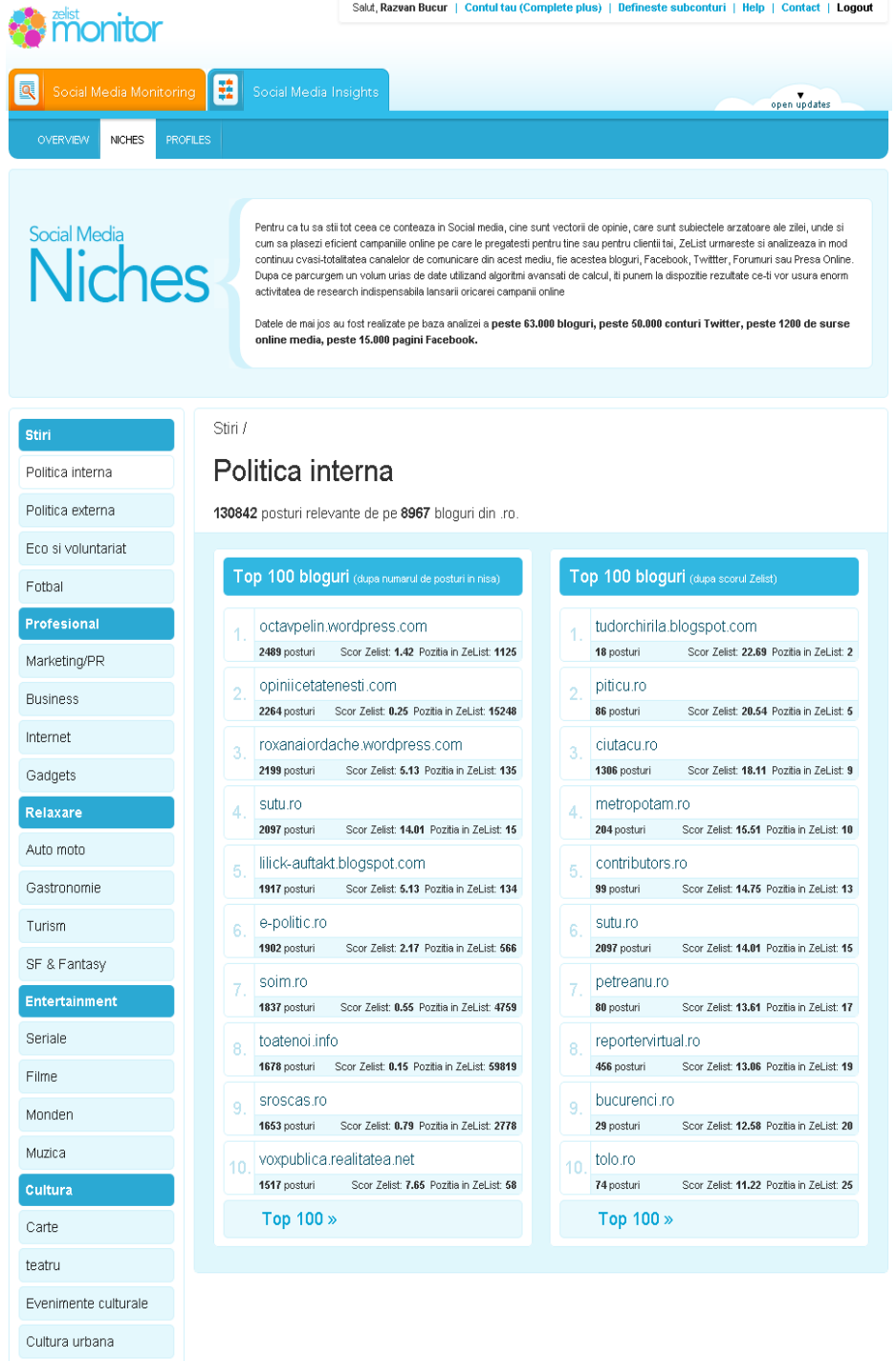
Presa online

.roOnlinePress Index Mai 2011: 233 (+27%)

PRESA ONLINE IN CIFRE

- 349.706 Articole (+74208)

Din partea de **Niches**, vei afla cele mai importante bloguri din România în funcție de 5 domenii principale: Stiri, Profesional, Relaxare, Entertainment, Cultura – fiecare domeniu fiind împartit în patru subdomenii



Salut, Razvan Bucur | [Contul tau \(Complete plus\)](#) | [Defineste subconturi](#) | [Help](#) | [Contact](#) | [Logout](#)

Social Media Monitoring | Social Media Insights

OVERVIEW | **NICHES** | PROFILES

Social Media Niches

Pentru ca tu sa stii tot ceea ce conteaza in Social media, cine sunt vectorii de opinie, care sunt subiectele arzatoare ale zilei, unde si cum sa plasezi eficient campaniile online pe care le pregatesti pentru tine sau pentru clientii tai, ZeList urmareste si analizeaza in mod continuu cvasi-totalitatea canalelor de comunicare din acest mediu, fie acestea bloguri, Facebook, Twitter, Forumuri sau Presa Online. Dupa ce parcurgem un volum urias de date utilizand algoritmi avansati de calcul, iti punem la dispozitie rezultate ce-ti vor usura enorm activitatea de research indispensabila lansarii oricarei campanii online.

Datele de mai jos au fost realizate pe baza analizei a **peste 63.000 bloguri**, **peste 50.000 conturi Twitter**, **peste 1200 de surse online media**, **peste 15.000 pagini Facebook**.

Stiri

- Politica interna
- Politica externa
- Eco si voluntariat
- Fotbal
- Profesional**
- Marketing/PR
- Business
- Internet
- Gadgets
- Relaxare**
- Auto moto
- Gastronomie
- Turism
- SF & Fantasy
- Entertainment**
- Seriale
- Filme
- Monden
- Muzica
- Cultura**
- Carte
- teatru
- Evenimente culturale
- Cultura urbana

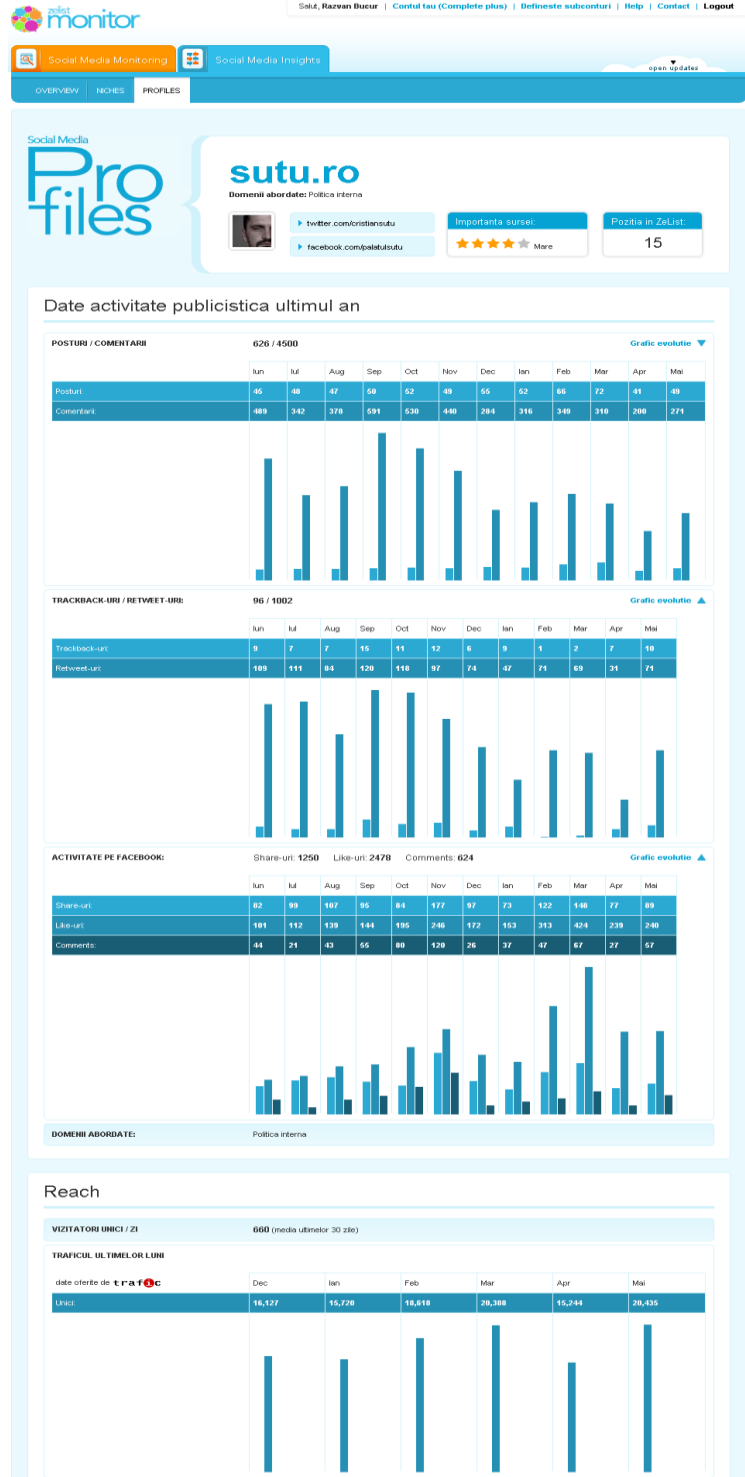
Stiri / **Politica interna**

130842 posturi relevante de pe 8967 bloguri din .ro.

Top 100 bloguri (dupa numarul de posturi in nisa)			Top 100 bloguri (dupa scorul ZeList)		
1.	octavpelin.wordpress.com	2489 posturi Scor ZeList: 1.42 Pozitia in ZeList: 1125	1.	tudorchirila.blogspot.com	18 posturi Scor ZeList: 22.69 Pozitia in ZeList: 2
2.	opiniicetatenesti.com	2264 posturi Scor ZeList: 0.25 Pozitia in ZeList: 15248	2.	piticu.ro	86 posturi Scor ZeList: 20.54 Pozitia in ZeList: 5
3.	roxanaoidache.wordpress.com	2199 posturi Scor ZeList: 5.13 Pozitia in ZeList: 135	3.	ciutacu.ro	1306 posturi Scor ZeList: 18.11 Pozitia in ZeList: 9
4.	sutu.ro	2097 posturi Scor ZeList: 14.01 Pozitia in ZeList: 15	4.	metropotam.ro	204 posturi Scor ZeList: 15.51 Pozitia in ZeList: 10
5.	liiick-auftakt.blogspot.com	1917 posturi Scor ZeList: 5.13 Pozitia in ZeList: 134	5.	contributors.ro	99 posturi Scor ZeList: 14.75 Pozitia in ZeList: 13
6.	e-politic.ro	1902 posturi Scor ZeList: 2.17 Pozitia in ZeList: 566	6.	sutu.ro	2097 posturi Scor ZeList: 14.01 Pozitia in ZeList: 15
7.	soim.ro	1837 posturi Scor ZeList: 0.55 Pozitia in ZeList: 4759	7.	petreanu.ro	80 posturi Scor ZeList: 13.61 Pozitia in ZeList: 17
8.	toatenoi.info	1678 posturi Scor ZeList: 0.15 Pozitia in ZeList: 59819	8.	reportervirtual.ro	456 posturi Scor ZeList: 13.06 Pozitia in ZeList: 19
9.	sroscas.ro	1653 posturi Scor ZeList: 0.79 Pozitia in ZeList: 2778	9.	bucurenci.ro	29 posturi Scor ZeList: 12.58 Pozitia in ZeList: 20
10.	voxpública.realtatea.net	1517 posturi Scor ZeList: 7.65 Pozitia in ZeList: 58	10.	tolo.ro	74 posturi Scor ZeList: 11.22 Pozitia in ZeList: 25

[Top 100 >>](#)

In partea de **Profiles**, gasesti informatii despre peste 1500 de profile ale celor mai influente surse din Social Media (bloggeri, conturi Twitter, pagini Facebook), afland astfel informatii despre activitatea acestora, despre opiniile exprimate si despre impactul pe care acestea le au in social media din Romania.



34. .roBlogs Index, .roTwitter Index, .roFacebookIndex, .roPresă_online Index

Pentru a cuantifica cât mai exact evoluția spațiului social-media în România, Zelist a realizat 2 indici ce monitorizează activitatea în două componente de maximă importanță ale social media: blogosfera și twittosfera. Acești indici sunt calculați lunar, pentru luna precedentă.

Formula .roBlogs Index

Algoritmul nostru generează un scor lunar astfel:

$$\text{Scor_Luna} = \text{nr_conturi_active} * 10 + \text{nr_posturi} * 3 + \text{nr_comentarii}$$

Pentru a ușura urmărirea acestui scor (care alături ar fi un număr de ordinul sutelor de mii), s-a folosit ca perioadă de referință prima săptămână din mai 2009, care a primit valoarea 100.

Astfel indicele lunar este raportul dintre Scorul lunii curente și Scorul primei săptămâni din mai 2009 înmulțit cu 100.

$$\text{.roBlogs_Index} = (\text{Scor_luna_curenta} / \text{Scor_luna_mai_2010}) * 100$$

În mod practic acest scor exprimă cât de mult a crescut blogosfera față de perioada de referință. De pildă un index egal cu 130, indică că față de mai 2009 blogosfera a crescut cu 30%.

Formula .roTwitter Index

Algoritmul nostru generează un scor săptămânal astfel:

$$\text{Scor_luna} = \text{nr_conturi_active} * 10 + \text{nr_twitturi}$$

Pentru a ușura urmărirea acestui scor (care alături ar fi un număr de ordinul milioane), s-a folosit ca perioadă de referință prima săptămână din mai 2009, care a primit valoarea 100.

Astfel indicele lunar este raportul dintre Scorul lunii curente și Scorul primei săptămâni din mai 2009 înmulțit cu 100.

$$\text{.roTwitter_Index} = (\text{Scor_sapt_curenta} / \text{Scor_sapt_mai_2010}) * 100$$

In mod practic acest scor exprima cat de mult a crescut activitatea pe Twitter in .ro fata de perioada de referinta. De pilda un index egal cu 1300, indica ca fata de mai 2009 twittosfera .ro este 13 ori mai activa/extinsa.

Formula .roFacebook Index

$$\text{Scor_facebook} = \text{no_activ} * 10 + \text{content_total_posts} * 3 + \text{content_total_comments} * 0.5 + \text{content_total_likes} * 0.05$$

Formula .roPresă_Online Index

$$\text{Scor_presa_online} = \text{no_activ} * 10 + \text{total_posts} * 3$$