



Manualul utilizatorului

Zelist Monitor

Cuprins

A. Chestiuni generale.....	4
1. Ce este Zelist Monitor?.....	4
2. La ce foloseste Zelist Monitor?.....	5
3. Cui se adreseaza Zelist Monitor?.....	5
4. Ce monitorizeaza Zelist Monitor?.....	5
5. Imi lipseste un articol din monitorizare. Care este explicatia?.....	6
6. De ce nu monitorizati toate agregatoarele?.....	7
B. Descriere interfata.....	7
1. Descriere prima pagina – Expresii monitorizare.....	7
2. Care este fluxul de lucru in Zelist Monitor?.....	9
3. La ce sunt bune grupurile?.....	9
4. Cum introduc expresii pentru monitorizare?.....	10
5. Cum se introduc expresiile – cu diacritice sau fara?.....	13
6. Expresiile introduse pot fi modificate?.....	13
7. Cum se deosebesc expresiile introduse in functie de modul de monitorizare?.....	13
8. Cum primesc rezultatele monitorizarii?.....	14
9. Statistici de ordin demografic si geografic.....	14
10. Ce este Viewership-ul?.....	15
11. Ce este Viewership-ul estimat al unei aparitii?.....	16
12. Cum se calculeaza Viewership-ul (Estimat) al unei aparitii?.....	16
13. Cum se determina traficul mediu estimat pe diverse bloguri din Zelist care nu apar in Trafic.ro?.....	16
14. Cum este reprezentat grafic Viewership-ul (Estimat)?.....	17
15. Ce este impactul mentiunii?.....	17

16. Cum se calculeaza Viewership-ul canalelor social media?.....	18
17. Ce reprezinta importanta sursei si cum se calculeaza?.....	18
18. Ce este relevanta unei mentiuni si cum o poti schimba?.....	21
19. Ce reprezinta sentimentul?.....	21
20. Cum pot utiliza tag-urile?.....	22
21. Ce gasim in cadrul submeniului Influenta?.....	23
22. Facilitatea Alerte + Sumar zilnic, saptamanal.....	23
23. Cum setez alertele in limba engleza?.....	24
24. Prezentarea analizelor automate.....	25
25. Customizarea grafica a analizelor automate.....	25
26. Cum adaug o analiza in limba engleza?.....	26
27. Sectiunile analizelor automate.....	26
28. Modalitati de exportare a continutului si utilizarea acestuia cu alte aplicatii.....	28
29. Modalitati de preluare a continutului in mod direct in alte aplicatii.....	28
30. Lucrul colaborativ si conturile de subuseri.....	29
31. Ce este Social Media Campaigns Monitor?.....	31
32. Alerte in Social Media Campaigns Monitor.....	34
33. Social Media Insights.....	35
34. .roBlogs Index, .roTwitter Index, .roFacebook Index, .roPresă_online Index.....	38

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 62.000 de bloguri, peste 49.000 de conturi de Twitter, 2.000 grupuri Facebook, 15.000 pagini publice Facebook, 500 de publicatii online si cele mai importante forumuri romanesti 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, Facebook, 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 ecourile produse de acestea.

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 **62.000** de bloguri romanesti, unde s-au scris 6.300.000 de posturi si peste 5.100.000 de comentarii in ultimul an;
- peste **49.000** de conturi romanesti de Twitter, de unde au fost postate in ultimul an peste **19.800.000** tweets (posturi);
- **peste 1200** de feed-uri ale principalelor 500 de publicatii online romanesti, care au publicat in ultimul an **4.071.000** de articole;
- peste **2.000** grupuri si peste **15.000** de pagini de Facebook;
- cele mai importante forumuri romanesti: www.softpedia.com, www.computergames.ro, www.desprecopii.com, forumuri auto etc.

5. *Imi lipseste un articol din monitorizare. Care este explicatia?*

Orice contract bazat pe licentiere software sau prestare servicii prin intermediul unei platforme software functioneaza pe prezumtia *As it is* datorita complexitatii tehnice.

Cu alte cuvinte, nu se poate garanta ca vor putea fi descoperite toate rezultatele, ci se garanteaza faptul ca TreeWorks depune toate diligentele pentru a le descoperi. Explicatia este data de faptul ca exista prea multe surse si nu exista o pretentie de exhaustivitate, noi asumandu-ne faptul ca platforma este functionala minim 98% din timp, atat pe partea de parsare cat si pe partea de oferire de rezultate.

Platforma permite introducerea in mod constant de surse noi si articole, iar in cazul in care descoperiti surse sau articole pe care nu le-am monitorizat, ne puteti trimite pe e-mail link-ul catre acestea pentru a fi adaugate la monitorizat.

Cele mai frecvente cauze sunt, insa, urmatoarele:

- nu avem introdus la monitorizare feed-ul respectiv sau
- feed-ul site-ului este incomplet

6. ***De ce nu monitorizati toate agregatoarele?***

Zelist Monitor monitorizeaza in momentul de fata doar cele mai importante agregatoare din Romania: ziarlive.ro, info-ziare.ro, ziare.com etc. desi la inceput le monitorizam pe toate.

La cererea clientilor, am eliminat agregatoarele mai mici care nu fac altceva decat sa multiplice informatie, crescand in mod nenatural numarul aparitiilor, fara a aduce un plus de valoare. Consideram ca acest pas nu face altceva decat sa scoata in evidenta si mai mult importanta surselor primare, generatoare de continut relevant.

De asemenea, consideram ca este mai important impactul pe care il au mentionarilor in online decat numarul efectiv de mentionari, numar care poate fi crescut artificial intr-un timp scurt.

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.

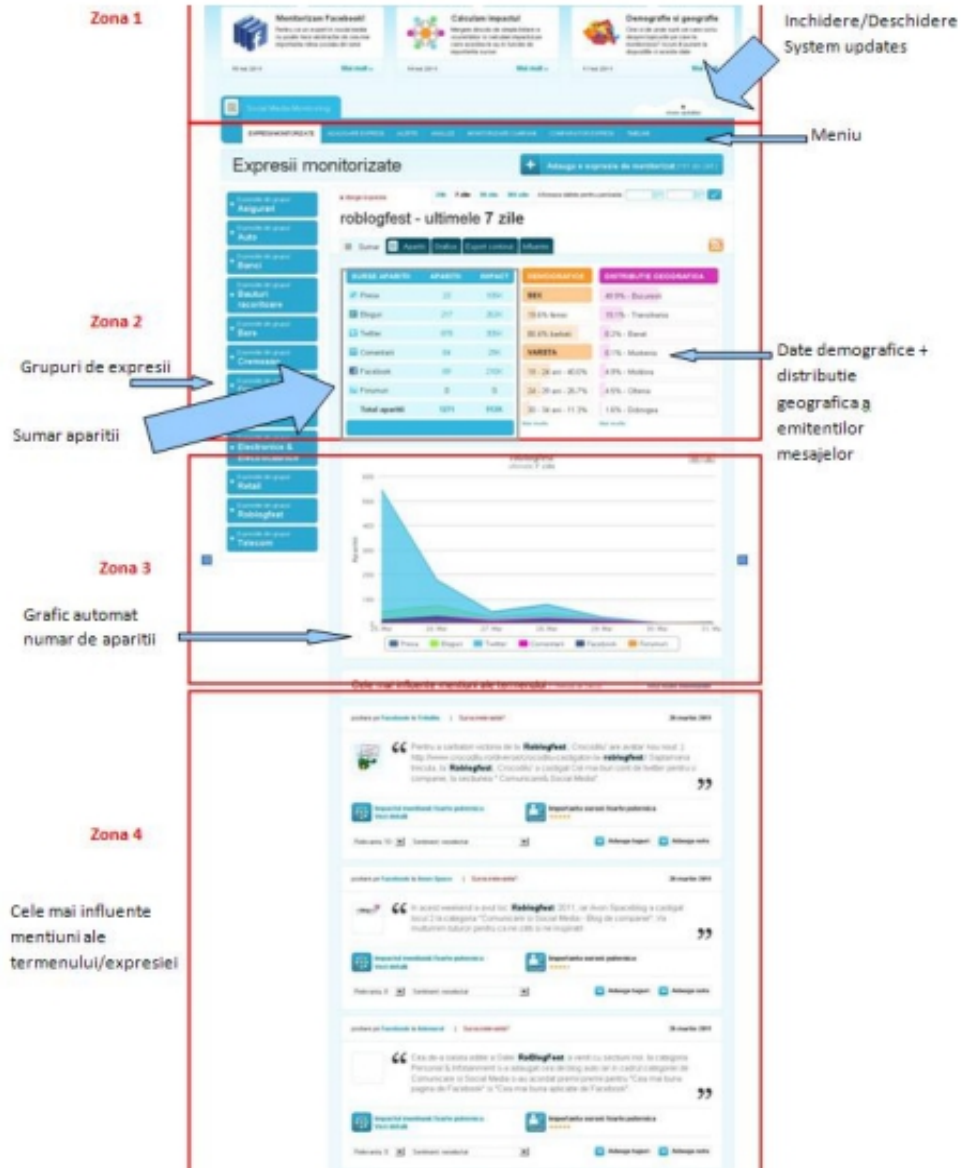
Asa cum se poate vedea mai jos, pagina a fost impartita in 4 zone:

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.



2. *Care este fluxul de lucru in Zelist Monitor?*

Fluxul de lucru in Zelist Monitor este urmatorul:

Pas 1. In campul "Expresie" se scrie numele brandului sau expresia de monitorizat.

Pas 2. In campul "Adauga expresie la grupul" se trece numele grupului de monitorizat.

Nota: Un grup se creeaza prin simpla apasare pe linkul de culoare albastra, situat in partea dreapta a ecranului si pe care scrie: "**creeaza un grup nou**"

Daca ai creat deja un grup si vrei sa mai creezi unul, atunci trebuie sa apesi pe linkul "+
selecteaza un grup deja inserat".

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

"**Expresie exacta**", "**Toti termenii**" sau "**Cel putin unul din termeni**".

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 4. 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 introducere 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).

De asemenea, grupurile ne pot ajuta sa comparam in cadrul analizelor gradul de vizibilitate pentru intreg grupul. De exemplu, avem introdus un grup denumit dupa un competitor iar ca expresii pentru grupul respectiv principalele sale produse si inca un grup denumit dupa organizatia noastra iar ca expresii principalele noastre produse. Este de preferat sa avem acelasi numar de produse si intr-o parte si in cealalta. Putem compara, de exemplu, in sectiunea analiza vizibilitatea grupului nostru cu cea a competitorului.

Daca doriti sa stergeti un anumit grup, acest lucru il puteti realiza in pagina “Adaugare 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**”. avem posibilitatea de a adauga expresia introdusa in grupul default care este creat in mod automat de sistem sau putem defini propriul grup prin efectuarea unui click pe “**Creaza un grup nou**” si introducerea numelui grupului.

La pasul trei, avem 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: dorim sa vedem toate articolele aparute despre brandul “Dinamo”, dar nu ne intereseaza articolele despre “Dinamo” si “Borcea”. In acest caz, este nevoie sa mentionam 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.



The screenshot shows a web form for adding an expression. It includes a text input for the expression, a dropdown menu for adding to a group (currently set to 'default'), and a text input for terms to be excluded. Below these are three radio button options for search criteria: 'Expresie exacta' (selected), 'Toti termenii', and 'Cel putin unul din termenii'. Each option has a brief description and a help icon. A large 'Adauga expresia' button is at the bottom.

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 setam **“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 setam **“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.

Optiunea **“Cel putin unul din termenii”** va afisa toate articolele care contin cel putin un termen din termenii setati. De exemplu: daca monitorizam **“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 termeni

Daca din expresia de monitorizat face parte un grup de termeni 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. *Cum se introduc expresiile – cu diacritice sau fara?*

În **Zelist Monitor** expresiile care se doresc a fi monitorizate pot fi introduse atât cu diacritice (caracterele românești ă, î, ș, ț, â) cât și simplu, fără acestea, rezultatele obținute continuându-le atât pe cele fără diacritice, cât și pe cele cu diacritice.

De exemplu, la folosirea cuvântului "capsuna" rezultatele vor include și variațiunile: capsuna, căpsuna, capșuna, căpșuna, căpsună, căpșună etc.

Introducerea cuvântului "căpșună" returnează, de asemenea, aceleași variațiuni.

Prin unificarea celor două simbolistici am mărit numărul articolelor returnate per expresie și am redus astfel numărul expresiilor necesare.

6. *Expresiile introduse pot fi modificate?*

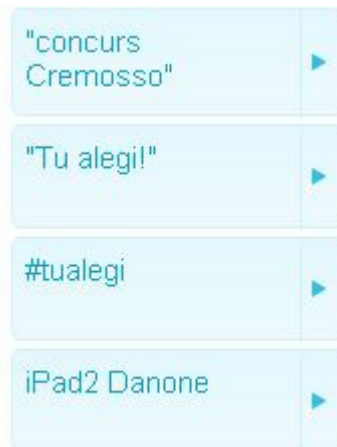
Pentru a face interfața cât mai accesibilă, facilitatea de editare a expresiilor nu a fost introdusă. În cazul în care dorești să efectuezi modificări pe o anumită expresie, recomandarea este de a o șterge și a o reintroduce în forma corespunzătoare.

7. *Cum se deosebesc expresiile introduse în funcție de modul de monitorizare?*

În funcție de modul de monitorizare ales: "Expresie exactă", "Toți termenii" sau "Cel puțin unul din termenii" se pot identifica expresiile introduse în Zelist Monitor.

Este recomandat ca expresiile formate dintr-un singur termen să fie monitorizate cu "Expresie exactă".

În cazul expresiilor formate din mai mulți termeni:



"concurs Cremoso"	▶
"Tu alegi!"	▶
#tualegi	▶
iPad2 Danone	▶

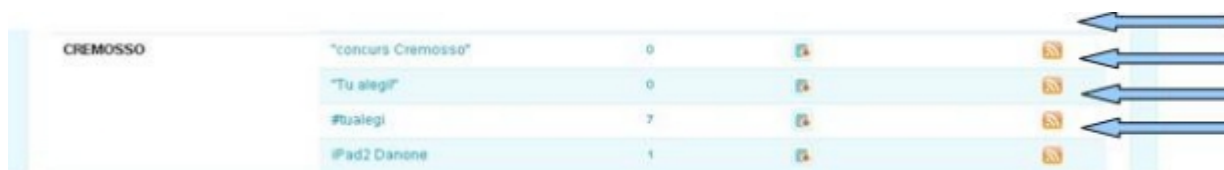
- expresiile monitorizate cu “Expresie exacta” vor aparea intre ghilimele;
- expresiile monitorizate cu “Toti Termenii” vor aparea simplu;
- expresiile monitorizate cu “Cel putin un termen” vor aparea insotite de termenul “OR”.

RDS OR RCS OR
RCS/RDS

8. *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”.

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**)

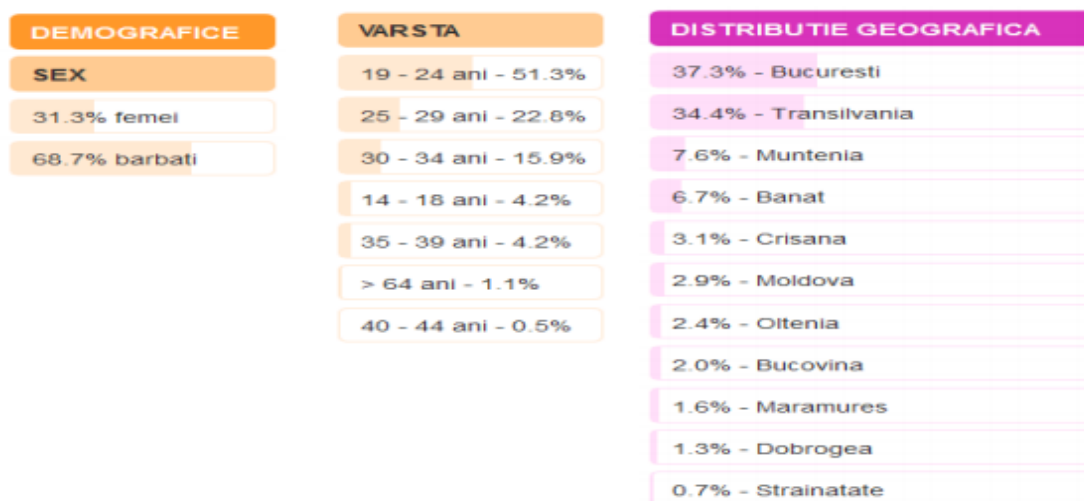
☐ **Email de alerta** cand apare un item despre cuvintele monitorizate, o data pe ora. Scor minim articol:

9. *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;



10. *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.

11. ***Ce este Viewership-ul 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.

12. ***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.

13. ***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.

14. *Cum este reprezentat grafic Viewership-ul (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**:



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



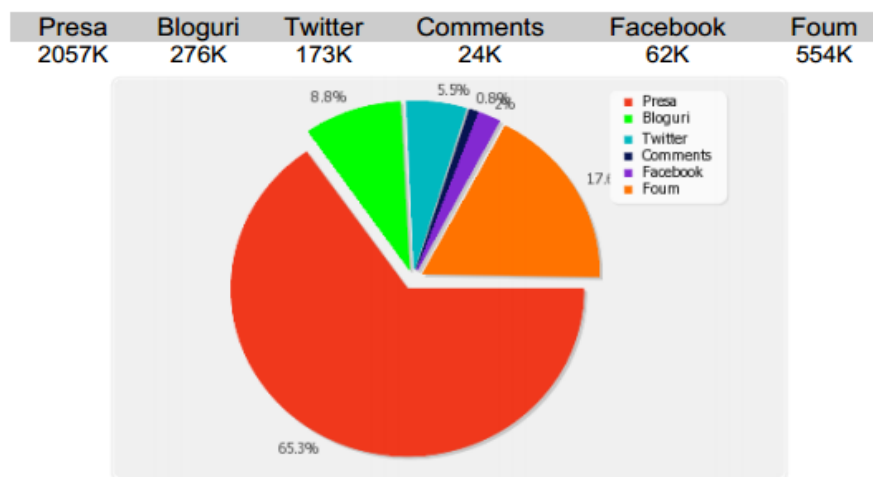
15. *Ce este impactul mentiunii?*

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.

16. *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.



17. *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.

În evaluarea importanței unei surse am pornit de la o scară de la 1 la 10, în care scorul 10 a fost dat surselor extrem de importante, iar scorul 1 a fost oferit surselor cu importanță foarte scăzută.

În mod concret scorul a fost atribuit în funcție de categoria din care o sursă face parte astfel:

A. Bloguri după poziția în topul Zelist (<http://www.zelist.ro/bloguri.html>). Această poziție este calculată în funcție de numărul de linkuri din blogosferă (și de importanța acestora) spre un anumit blog, și poate fi echivalată cu gradul de vizibilitate și de încredere de care se bucură un blog.

B. Presa: s-a operat o împărțire între surse de importanță foarte ridicată (de regulă sursele cu acoperire națională), surse de importanță regională sau de nișă, și agregatoare.

C. Twitter: s-a acordat scoruri (de la 9 la 1) în funcție de numărul de followers ai sursei.

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

Iată și tabelul de scoruri:

Bloguri - după poziția în topuri Zelist:

poziția 1- 10 : scor 9

poziția 11- 100 : scor 7

poziția 101- 500 : scor 6

poziția 501- 1000 : scor 5

poziția 1001 - 2000: scor 4

poziția 2001 - 4000: scor 2

> 4000 : scor 1

Presa online:

- site-uri principale: scor 10 (Adevărul, Evenimentul, Cotidianul, Jurnalul, Capital, Mediafax, Business magazin, Ziarul Financiar, Săptămâna financiară, 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:

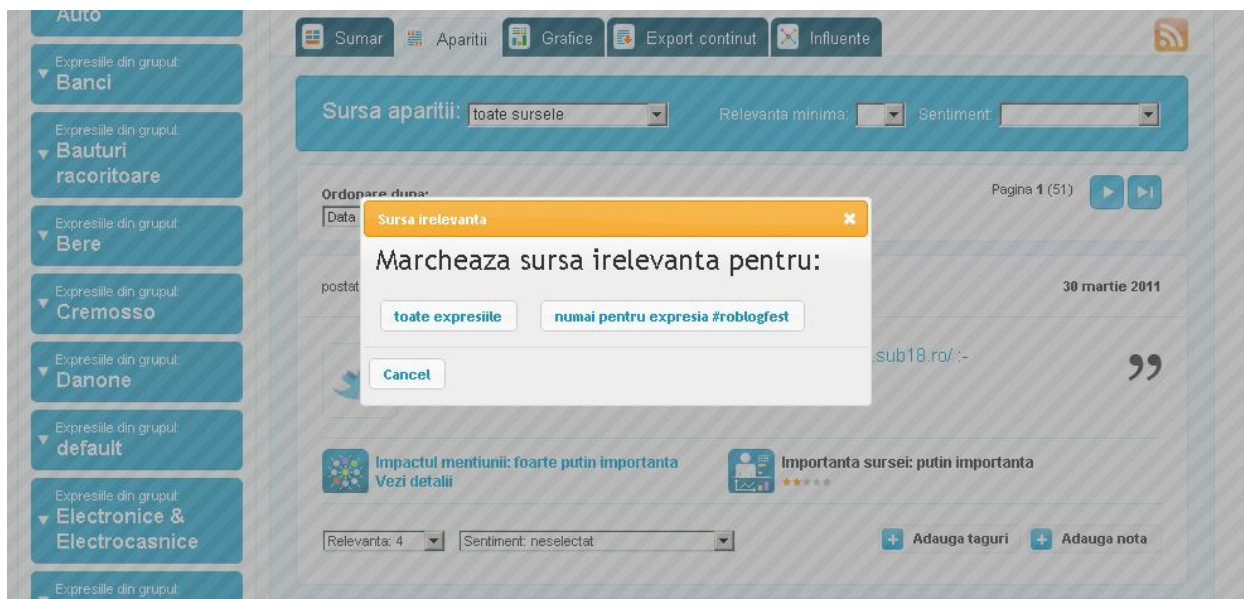
mai mare de 20: scor 4

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.



18. *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 fiecărei mentiuni este egala cu importanta sursei care a facut aceasta mentiune. Zelist Monitor iti ofera posibilitatea de a modifica relevant fiecărei mentiuni in functie de gradul de relevanta stabilita de tine.

Aceasta operatiune se poate face din lista de aparitii aferente fiecărei 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.



19. *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.

Relevanta mentiunii: 7 Sentiment: neselectat

+ Adauga taguri + Adauga nota

Sursa mentiunii

mentiuini: (+ detalii) Importanta sursei: ★★★★★

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.

20. *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.

Impactul mentiunii: foarte putin importanta Vezi detalii

Importanta sursei: putin importanta ★★★★★

Relevanta: 4 Sentiment: neselectat

+ Adauga taguri + Adauga nota

+ Adaugă tag-uri

21. *Ce gasim in cadrum submeniului Influenta?*

Conform dexonline.ro, una dintre definitiile influentei este Actiune pe care o persoana o exercita 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.

Pentru fiecare emitent este afisata si lista articolelor/tweet-urilor in care apare expresia introdusa.

Modalitatea de calcul a scorului total tine cont de numarul posturilor si a scorului blogului sau contului de Twitter prezentate in sectiunea "Ce reprezinta importanta sursei si cum se calculeaza?".

roblogfest - top influenta

Sumar Apariti Grafice Export continut Influenta

Bloguri	Twitter			
Blog	Posturi	Pozitia Zelist	Scor total	
• Viziteaza Blogul.ro la Roblogfest! • Blogul LiveTV: Roblogfest 2011 • Blogul.ro a castigat locul 3 la Roblogfest 2011 in categoria Blog colectiv! • Viziteaza Blogul.ro la Roblogfest! • Pe cine sa mai sustin la Roblogfest? • Blogul LiveTV: Roblogfest • Blogurile pe care le sustin la Roblogfest • Concursuri la care va recomandam sa participati • Concurs: Sustine Blogul.ro la Roblogfest si castiga! • Blogul LiveTV - Libia, Japonia si Roblogfest • Recomandare zilei • Castigatori concursului Sustine Blogul.ro la Roblogfest si castiga • Blogul LiveTV - Din Viena • Viziteaza MusicNews.info la Roblogfest 2011	14	25	98	
adragphoto.info	8	307	48	
printmagaz.com	8	271	48	
emildragota.blogspot.com	8	845	40	

22. *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.



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: **4**

2. Expresii din care vei primi alertele:

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.

[Modifică alerte](#)

23. *Cum setez alertele in limba engleza?*

Pentru a seta alertele in limba engleza, mai intai trebuie sa accesati sectiunea "Alerte", sa completati campurile pentru a seta ce tipuri de alerte sa primiti, pentru ce expresii primiti alerte si cine altcineva mai primeste alertele.

Ultima intrebare din chestionar se refera la limba in care doriti sa primiti alertele. Tot ceea ce trebuie sa faceti este sa selectati "ro" si le veti primi in romana.

4. Va rugam selectati limba in care vei primi alertele:



Nu uitati sa apasati si pe "Modifica alerte" dupa ce ati terminat.

24. **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;

25. **Customizarea grafica a analizelor automate**

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.

Schema de culori:



26. ***Cum adaug o analiza in limba engleza?***

Pentru a adauga o analiza in limba engleza, in primul rand trebuie sa intri in sectiunea "Analize" si sa selectezi "Defineste analiza".

Aici iti va aparea un chestionar. Dupa completarea tuturor campurilor necesare pentru a adauga o analiza, la sfarsitul chestionarului, ai optiunea de a selecta limba in care vei primi analiza. Selectezi "en" si vei primi analiza in engleza.

Va rugam selectati limba in care vei primi analiza:



Nu uitati sa apasati si pe "Salveaza analiza*".

Daca vrei sa generezi analiza atat in engleza, cat si in romana, trebuie sa introduci o noua analiza, urmand pasii de mai sus.

27. ***Sectiunile analizelor automate***

Operatorul poate alege urmatoarele capitole de analiza:

1. Sursele monitorizate: prezinta date statistice despre activitatea blogosferei, a twittosferei si a presei online in perioada de lucru;
2. Rezultate sintetice: prezinta succint numarul de postari referitoare la expresia monitorizata aparute pe fiecare canal media in parte si procentele aferente acestora: bloguri, Twitter, presa online;
3. Comparativ cu perioada anterioara: pornind de la durata perioadei pentru care este realizata analiza, se efectueaza o analiza comparativa pentru aceeasi expresie, insa in 2 perioade de timp diferite: prezenta si anterioara;
4. Date demografice si geografice: prezinta date demografice si geografice ale persoanelor care au scris despre expresia monitorizata;

5. Viewership-ul canalelor social media: prezinta numarul estimativ de persoane care au fost expuse mesajului afisat in fiecare canal social media;
 6. Evolutie Viewership: prezinta evolutia numarului estimativ de persoane care au fost expuse mesajului afisat in fiecare canal social media din ultima luna;
 7. Defalcare pe zile si tipuri de surse ale aparitiilor: prezinta numarul de postari aparute pe fiecare canal media in fiecare zi din perioada de analiza;
 8. Analiza concurentei: prezinta evolutia brandului monitorizat in comparatie cu evolutia brandurilor concurente in aceeasi perioada de timp;
 9. 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.
10. Importanta surselor: prezinta distributia surselor care au facut referiri catre expresia monitorizata, in functie de indicele de relevanta Zelist;
 11. Subiecte comunicare: prezinta principalele subiecte, teme si contexte in care expresia monitorizata a fost mentionata. Aceasta analiza se realizeaza cu ajutorul tag-urilor;
 12. Tabele contingenta demografice/sentiment: prezinta legatura intre urmatoarele variabile: "sex" si "sentiment", "varsta" si "sentiment" si "regiune" si sentiment";
 13. Tabel contingenta subiect/sentiment: prezinta numarul mentionarilor foarte favorabile, favorabile, neutre, nefavorabile si foarte nefavorabile pentru fiecare subiect;
 14. Analiza istorica: prezinta evolutia (text si grafic) vizibilitatii expresiei monitorizate din ultimul an;
 15. 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-ul canalelor social media analizate
- ☒ Evolutie viewership
- ☒ Defalcare pe zile si tipuri de surse ale aparitiilor
- ☒ Analiza concurenta
- ☒ Analiza sentiment
- ☒ Importanta surselor
- ☒ Subiecte comunicare
- ☒ Tabele contingenta demografice/sentiment
- ☒ Tabel contingenta subiect/sentiment
- ☒ 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;
- cross taburi prezinta legatura intre urmatoarele variabile: "sex" si "sentiment", "varsta" si "sentiment" si "regiune" si sentiment".

Exporta raportul in format .xls pentru luna:

Include rezultatele din:
 ☒ press
 ☒ Bloguri
 ☒ Twitter
 ☒ Comentarii
 ☒ Facebook
 ☒ Forumuri

Exporta raportul in alte formate:

perioada:

 Include rezultatele din:
 ☒ press
 ☒ Bloguri
 ☒ Twitter
 ☒ Comentarii
 ☒ Facebook
 ☒ Forumuri

Export continut si numar followers pentru Twitter sau pozitia din zelist pentru bloguri:

perioada:

 Include rezultatele din:
 ☒ Bloguri
 ☐ Twitter

Cross taburi (aparitii pentru fiecare sentiment dupa demografice)

perioada:

 * perioada definita trebuie sa contina articole ce au sentimentul definit manual !

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 sub-user***

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.

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

Care sunt pasii pe care trebuie sa ii urmezi 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 is a navigation bar with tabs: EXPRESII MONITORIZATE, ADAUGARE EXPRESII, ALERTE, ANALIZE, MONITORIZARE CAMPANII (selected), COMPARATOR EXPRESII, and TIMELINE. Below the navigation bar is a header for 'Social Media Campaign Monitor' with a brief description. The main section is titled 'Adauga o campanie' and contains a form with the following fields: 'Nume campanie' (text input), 'Data inceput:' (calendar icon) with the value '2011-03-02', 'Data final:' (calendar icon) with the value '2011-05-01', and an 'Adauga' button.

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.



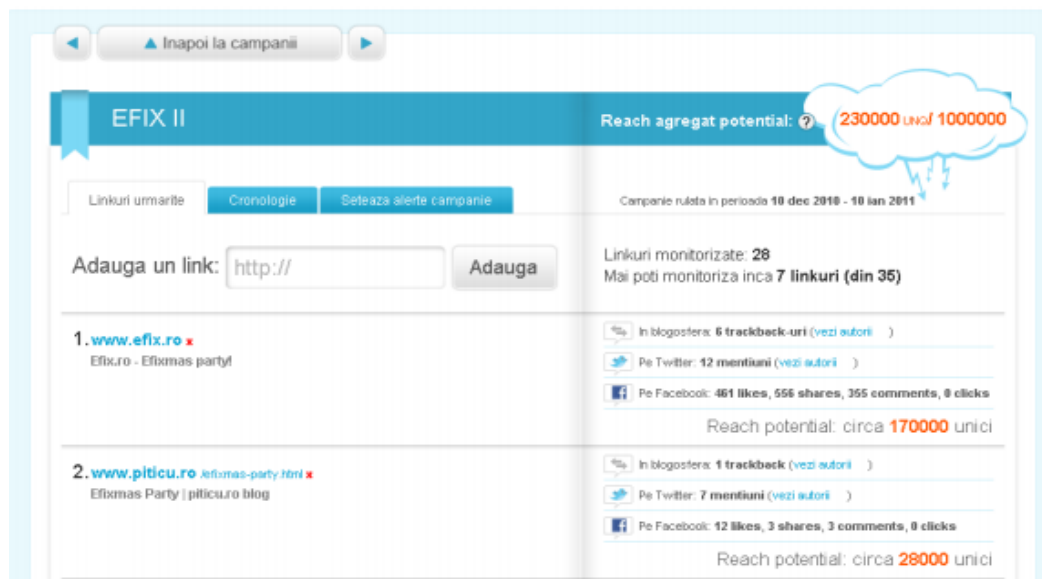
The screenshot shows the 'Campanii introduse' section. It displays a table with one entry: 'EFIX II'. The entry details are: '10 dec 2010 - 10 ian 2011 | Linkuri: 15 | Status: inactiva'. To the right of the entry are two buttons: 'Vezi campanie' and a red 'X' button for deleting the campaign.

În pasul următor trebuie să introduci linkurile campaniei în câmpul “Adauga un link”. În cazul conturilor premium, Zelist Monitor oferă un număr de 35 de linkuri pentru monitorizare.



În partea stângă a ecranului sunt prezentate informații despre linkurile monitorizate, titlurile posturilor monitorizate. Dacă dorești să renunți la un anumit link, poți să îl ștergi apăsând butonul “X” de culoare roșie.

În partea dreaptă sunt prezentate informații despre numărul de linkuri monitorizate și numărul de linkuri rămase disponibile pentru monitorizare. De asemenea, este prezentat și reach-ul campaniei, reprezentând valoarea indexului reachului tuturor linkurilor din campanie, dar și reach-ul pentru fiecare link în parte. Reach-ul fiecărui link este reprezentat prin numărul total de afisări și numărul total de vizitatori unici care au fost expuși la mesajul campaniei.



Link	Titlu	Reach potential
1. www.efix.ro	Efixmas party!	Reach potential: circa 170000 unici
2. www.piticu.ro	Efixmas Party piticu.ro blog	Reach potential: circa 28000 unici

Reach agregat potential: 230000 unici / 1000000

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

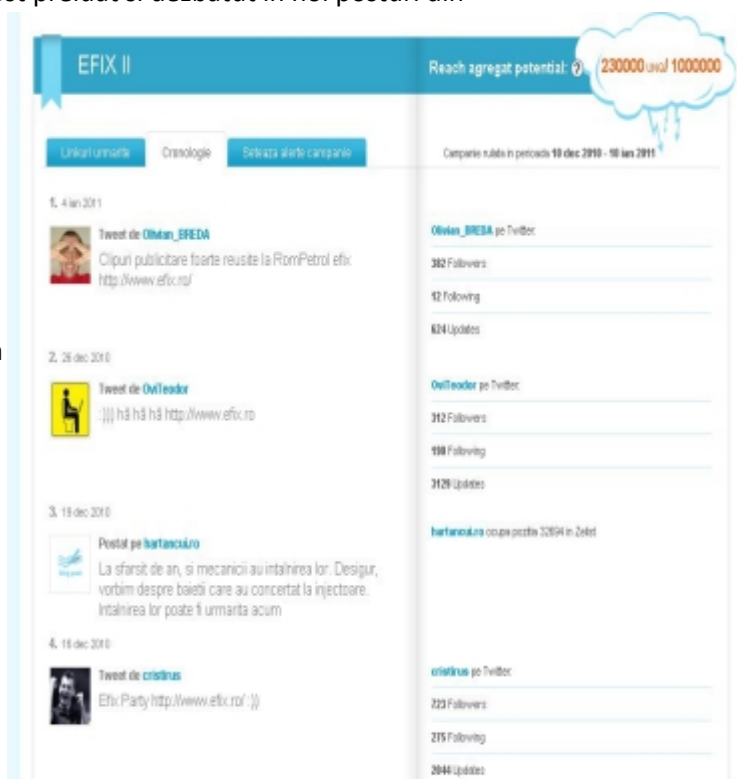
- numarul aproximativ de cititori ai unui blog
- numarul de followers ai unui cont de twitter
- gradul de diseminare pe Facebook (share-uri, commenturi, like-uri)
- duplicarea publicului tinta (ex mesaje repetate pe acelasi blog/cont twitter)

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 limitările ei (datorata in primul rand informatiilor limitate) insa 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).



EFIX II Reach agregat potential: 230000 unici / 1000000

Campanie subtitlu in perioada 10 dec 2010 - 10 ian 2011

Unghi cronologie Selectați sursa campaniei

5, 4 ian 2011

Olivia_BREDA pe Twitter
Clipuri publicitate foarte reusite la RomPetrol efix
<http://www.efix.ro/>

2, 26 dec 2010

OnTeador pe Twitter
))) hă hă hă <http://www.efix.ro/>

3, 19 dec 2010

Postat pe bartancu.ro
La sfarsit de an, si mecanicii au intalnirea lor. Desigur, vorbim despre baieti care au concertat la injectoare. Intalnirea lor poate fi urmarita acum

4, 16 dec 2010

crislinus pe Twitter
Efix Party <http://www.efix.ro/> :))

Olivia_BREDA pe Twitter
382 Followers
12 Following
624 Updates

OnTeador pe Twitter
312 Followers
100 Following
2129 Updates

bartancu.ro ocupa pozitia 3264 in Zelist

crislinus pe Twitter
223 Followers
215 Following
2646 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.



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):

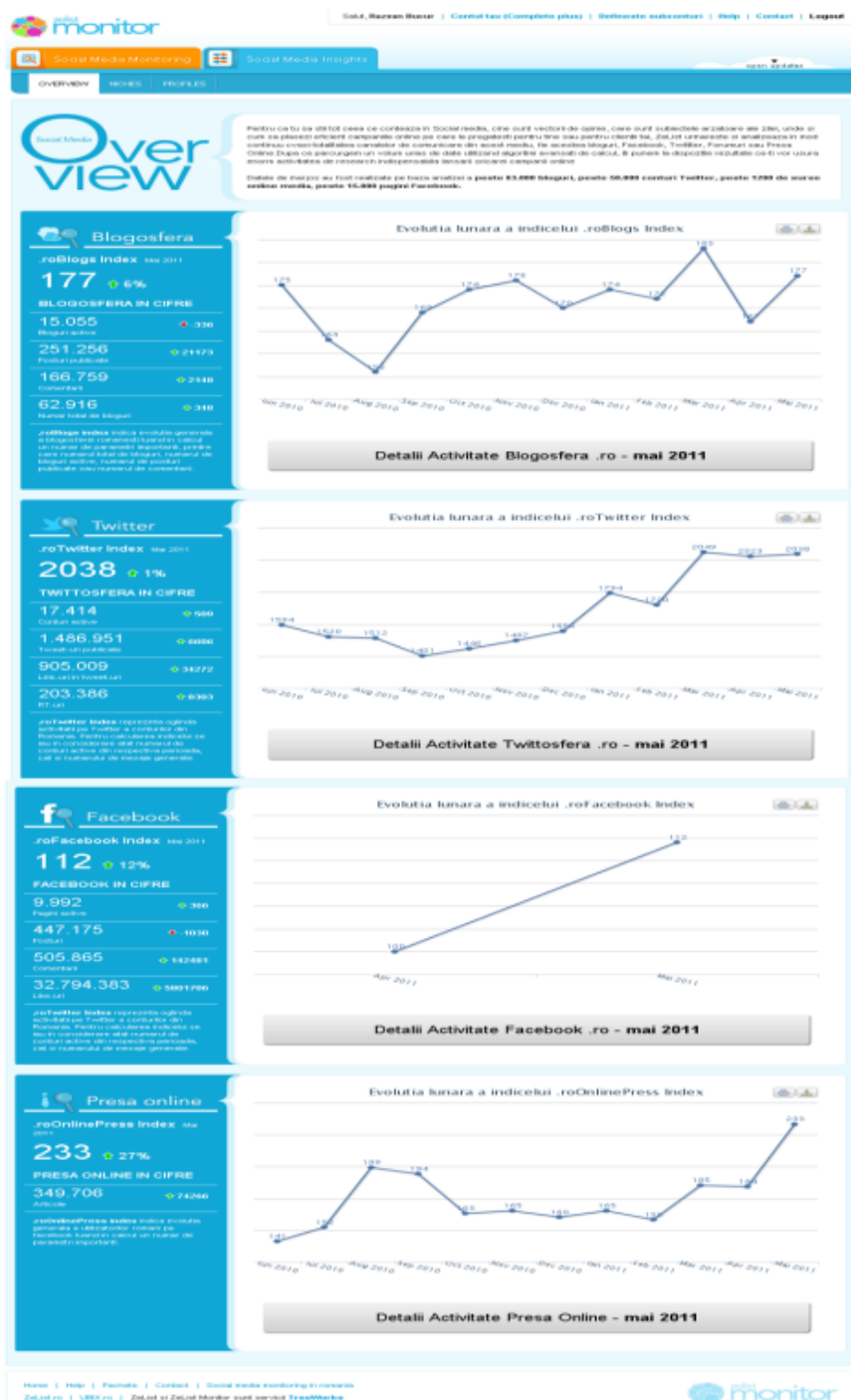
Adresa principala:
razvan@tree.ro

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

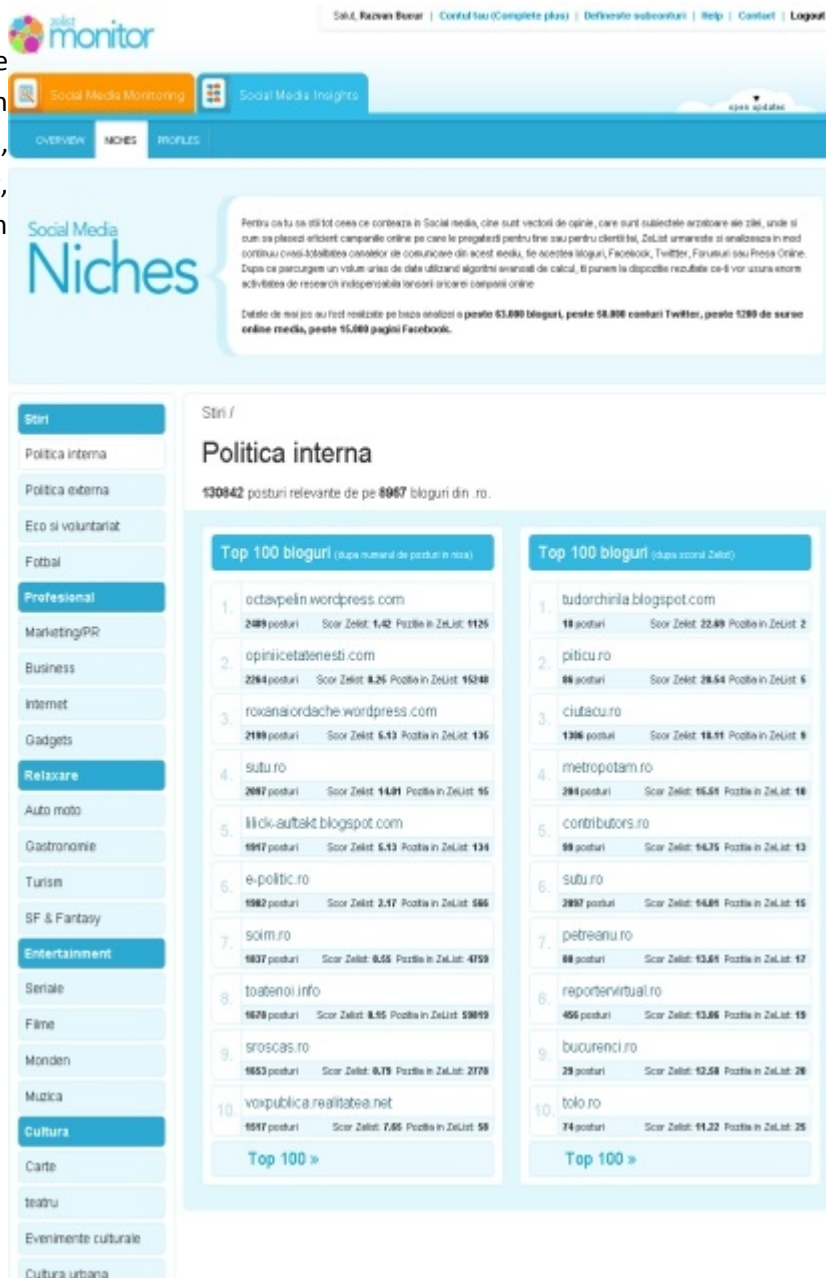
33. *Social media insights*

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 lucrezi 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.



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.



Social Media Niches

Pentru ca tu sa stii tot ceea ce contaza in Social media, cine sunt vectorii de opinie, cine sunt subiectele arzatoare ale zilei, unde si cum sa plesszi eficient campaniile online pe care le pregatesti pentru tine sau pentru clientii tai, Zelist amanaosta si analizeaza in mod continuu creșterea/decreșterea de comunicare din acest mediu, de acestes bloguri, Facebook, Twitter, Forușuri sau Presa Online. După ce parcurgem un volum urias de date utilizând algoritmi avansați de calcul, îți punem la dispoziție rezultate ce-ți vor arăta enorm activitatea de rețea și indispensabilitatea tărei în orice campanie online.

Detalii de mai jos au fost realizate pe baza analizelor pe baza a: peste 53.000 bloguri, peste 58.000 comentarii Twitter, peste 1200 de scurte online media, peste 95.000 pagini Facebook.

Stiri /

Politica interna

130442 posturi relevante de pe 8967 bloguri din .ro.

Top 100 bloguri (dupa numărul de posturi în nisa)

1.	octavpein.wordpress.com	2489 posturi	Scor Zelist: 1.42	Pozitie in Zelist: 1125
2.	opiniicetatenesti.com	2284 posturi	Scor Zelist: 8.26	Pozitie in Zelist: 15248
3.	rovanaiordache.wordpress.com	2189 posturi	Scor Zelist: 6.13	Pozitie in Zelist: 135
4.	sutu.ro	2097 posturi	Scor Zelist: 14.81	Pozitie in Zelist: 95
5.	ilicik-autisat.blogspot.com	1997 posturi	Scor Zelist: 6.13	Pozitie in Zelist: 134
6.	e-politic.ro	1982 posturi	Scor Zelist: 3.57	Pozitie in Zelist: 586
7.	scim.ro	1837 posturi	Scor Zelist: 0.55	Pozitie in Zelist: 4759
8.	toatenoi.info	1678 posturi	Scor Zelist: 8.95	Pozitie in Zelist: 59819
9.	groscoas.ro	1653 posturi	Scor Zelist: 0.19	Pozitie in Zelist: 2778
10.	voipublica.realitate.net	1597 posturi	Scor Zelist: 7.86	Pozitie in Zelist: 58

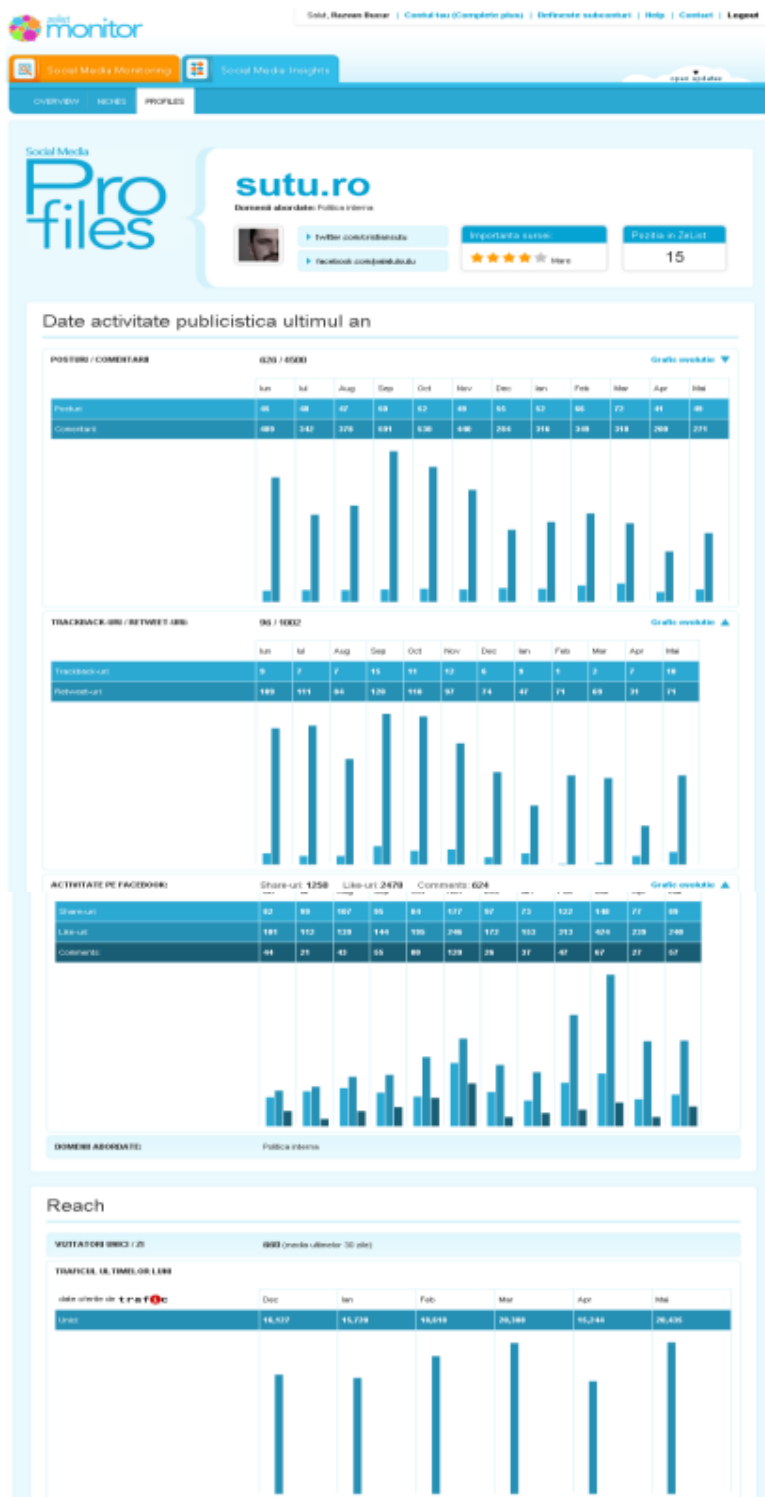
[Top 100 »](#)

Top 100 bloguri (dupa scorul Zelist)

1.	budarchinla.blogspot.com	18 posturi	Scor Zelist: 22.89	Pozitie in Zelist: 2
2.	piticu.ro	88 posturi	Scor Zelist: 28.54	Pozitie in Zelist: 5
3.	ciutacu.ro	1306 posturi	Scor Zelist: 18.91	Pozitie in Zelist: 8
4.	metropotam.ro	284 posturi	Scor Zelist: 16.51	Pozitie in Zelist: 18
5.	contributors.ro	99 posturi	Scor Zelist: 14.75	Pozitie in Zelist: 13
6.	subu.ro	2897 posturi	Scor Zelist: 14.81	Pozitie in Zelist: 15
7.	petreanu.ro	88 posturi	Scor Zelist: 13.81	Pozitie in Zelist: 17
8.	reportervirtual.ro	406 posturi	Scor Zelist: 13.86	Pozitie in Zelist: 19
9.	bucurenci.ro	29 posturi	Scor Zelist: 12.58	Pozitie in Zelist: 28
10.	tolo.ro	74 posturi	Scor Zelist: 11.22	Pozitie 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, .roFacebook Index, .roPresa_online Index***

Pentru a cuantifica cat mai exact evolutia spatiului social-media in Romania, Zelist a realizat 2 indici ce monitorizeaza activitatea in doua componente de maxima importanta ale social media: blogosfera si twittosfera. Acesti indici sunt calculati lunar, pentru luna precedenta.

Formula .roBlogs Index

Algoritmul nostru genereaza un scor lunar astfel:

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

Pentru a usura urmarirea acestui scor (care alminteri ar fi un numar de ordinul sutelor de mii), s-a folosit ca perioada de referinta prima saptamana din mai 2009, care a primit valoare 100. Astfel indicele lunar este raportul dintre Scorul lunii curente si Scorul_primei saptamani din mai 2009 inmultit cu 100.

$\text{.roBlogs_Index} = (\text{Scor_luna_curenta} / \text{Scor_sapt_mai_2009}) * 100$

In mod practic acest scor exprima cat de mult a crescut blogosfera fata de perioada de referinta. De pilda un index egal cu 130, indica ca fata de mai 2009 blogosfera a crescut cu 30%.

Formula .roTwitter Index

Algoritmul nostru genereaza un scor saptamanal astfel:

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

Pentru a usura urmarirea acestui scor (care altfel ar fi un numar de ordinul milioane), s-a folosit ca perioada de referinta prima saptamana din mai 2009, care a primit valoare 100.

Astfel indicele lunar este raportul dintre Scorul lunii curente si Scorul_primei saptamani din mai 2009 inmultit cu 100.

$$\text{.roTwitter_Index} = (\text{Scor_sapt_curenta} / \text{Scor_sapt_mai_2009}) * 100$$

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

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