

ООО «Экс Либрис»

**Руководство пользователя
программного обеспечения «Мессано Analytics»**

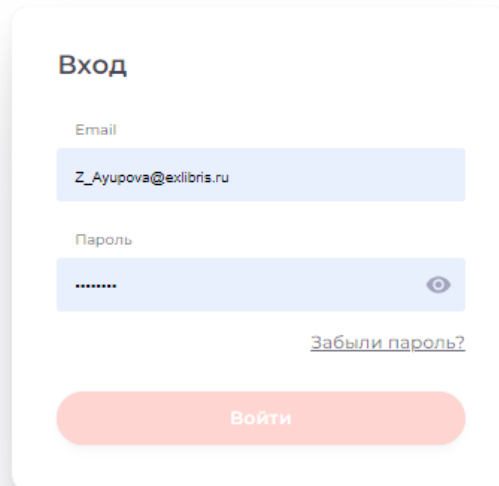
г. Москва
2023 год

Содержание

1. Авторизация
2. База знаний
3. Главный экран
 - a. Виджеты
4. Проекты
 - a. Теги
 - b. Настройки экспорта
5. Сообщения
 - a. Лента сообщений
 - b. Операторы контекстных запросов
 - c. Фильтры
6. Аналитика
 - a. Метрики социальных медиа
 - b. Метрики классических медиа
7. Отчеты и экспорт данных

Авторизация

Доступ к сервису осуществляется через личный кабинет клиента, представляющий собой закрытый веб-сайт. Нужно ввести логин и пароль и нажать кнопку “Войти”.

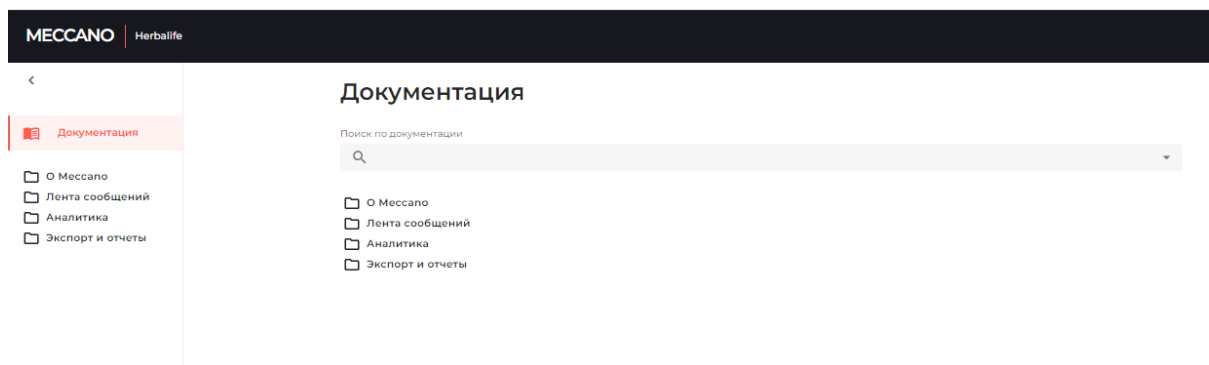


The screenshot shows a login form titled "Вход" (Login). It contains two input fields: "Email" with the value "Z_Ayupova@exlibris.ru" and "Пароль" (Password) with masked characters ".....". There is a "Забыли пароль?" (Forgot password?) link below the password field and a red "Войти" (Login) button at the bottom.

Экран авторизации в личном кабинете клиента

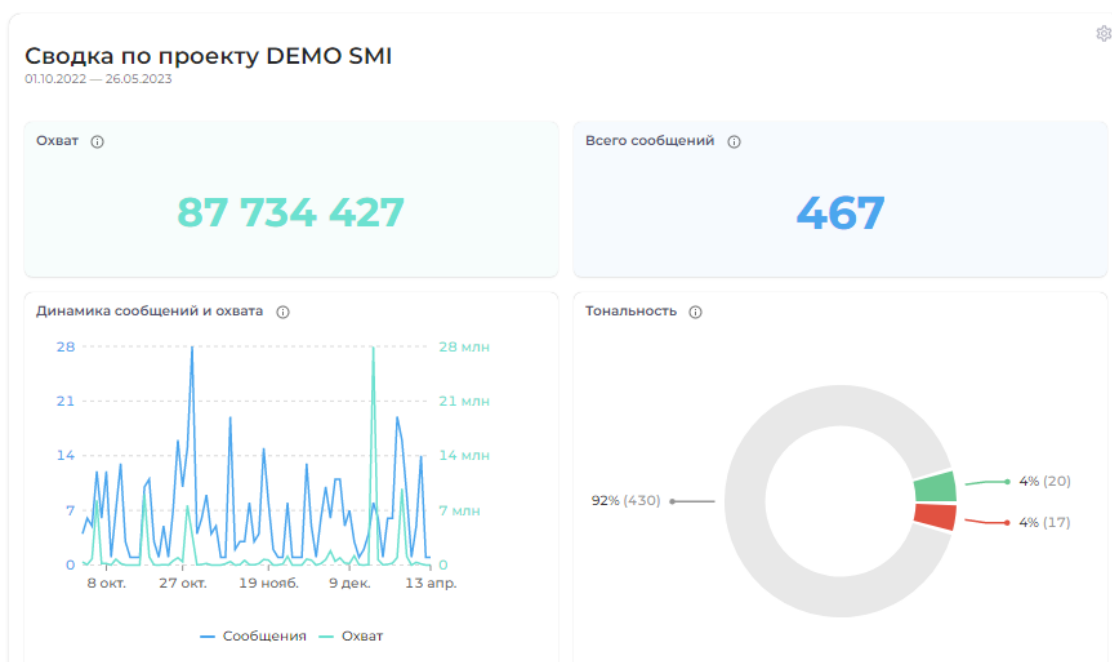
База знаний

Содержит статьи о системе, описание метрик, инструкции и прочие полезные материалы для пользователей системы.



Главный экран

Главный экран с настраиваемыми виджетами, уведомлениями о новых сообщениях и отчетах.



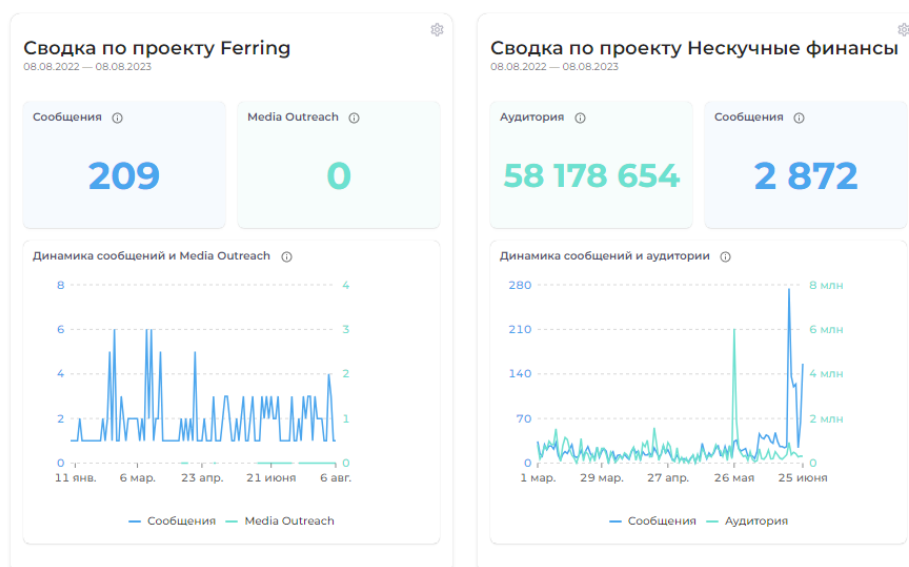
Виджеты по проекту на главной странице личного кабинета

Виджеты

В системе используются несколько групп виджетов для удобства пользователей.

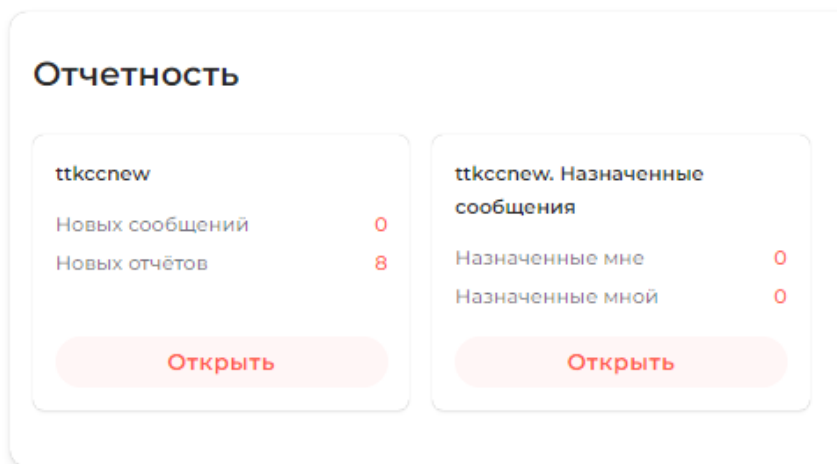
1. Проектные виджеты

Проектные виджеты отражают основные показатели по проекту: количество сообщений, охват, динамика упоминаемости и охвата и тональность.



2. Общие виджеты

Общие виджеты объединяют проекты в карточки и отображают количество новых сообщений и отчетов на проекте, а также назначенные сообщения на отработку.



Проекты

Выбор проекта и настройка проектов.

После выбора нужного проекта (статус "Активный") можно отредактировать настройки - кнопка Редактировать.

Выбрать один из разделов:

1. Теги

Отображается перечень всех тегов на проекте. Кликнув на тег можно отредактировать или удалить его. Также можно добавить новые теги.

2. Настройки экспорта

Два поля: доступные и активные.

Доступные поля - те поля, которые система может экспортировать.

Сообщения

Лента сообщений

Гибкая лента сообщений с возможностью ознакомиться полнотекстом, оригиналом статей. Возможен поиск по массиву сообщений, тегирование сообщений,

корректировка тональности, назначение сообщений сотрудникам, шеринг статей в Телеграм, добавление в избранное.

Лента публикаций СМИ:

The screenshot shows a media feed interface with the following elements:

- Top navigation: "Все" (+171), "СМИ" (highlighted in red), "СОЦМЕДИА".
- Date range: "01.01.2022 - 25.05.2023".
- Search bar: "Q".
- Sort: "Сначала новые" (270 items).
- Article 1 (Flashka.net):
 - Date: 14.05.2023.
 - Title: "Аналитика продаж. Топ лучших сервисов для эффективной работы на маркетплейсах".
 - Summary: "Всем пользователям предоставляется единый функционал сервиса вне зависимости от тарифа... Moneyplace".
 - Actions: "+", "Подробнее", share, delete.
- Article 2 (VC.ru):
 - Date: 14.05.2023.
 - Title: "Как работать с негативными отзывами на маркетплейсах".
 - Summary: "Имейте ввиду, что отвечать надо не только на отрицательные отзывы, но и на положительные... MarketGuru.io".
 - Actions: "+", "Подробнее", share, delete.

Лента публикаций соцмедиа:

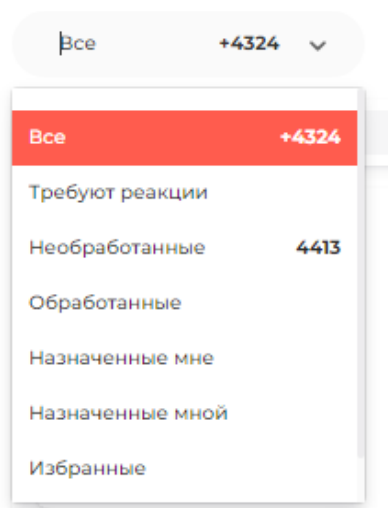
The screenshot shows a social media feed interface with the following elements:

- Top navigation: "Все" (+4324), "СМИ", "СОЦМЕДИА" (highlighted in red).
- Date range: "01.01.2022 - 25.05.2023".
- Search bar: "Q".
- Sort: "Сначала новые" (4413 items).
- Post 1 (Лариса Левинская):
 - Date: 14.05.2023.
 - Title: "ВКонтакте".
 - Summary: "Менеджеру маркетплейса Wildberries без лучшего сервиса аналитики MPSTATS никак...".
 - Actions: "+", "Подробнее", share, delete.
- Post 2 (Микола Северинов):
 - Date: 14.05.2023.
 - Title: "ВКонтакте".
 - Summary: "Работаешь на Wildberries? Уже пользуешься таблицей для расчёта unit-экономики от MPStats?".
 - Actions: "+", "Подробнее", share, delete.

В зависимости от статуса сообщения оно может находиться в разных папках:

1. Все - все сообщения, вне зависимости от статусу
2. Обработанные - сообщения, помеченные двумя галочками, как отработанные

3. Необработанные - сообщения, которые предстоит обработать менеджеру
4. Назначенные мне - сообщения, которые назначены для обработки
5. Назначенные мной - сообщения, которые назначены менеджеру для обработки
6. Избранные - сообщения, помеченные звездочкой
7. Требуют реакции - сообщения, которые требуют особого внимания: потенциальные репутационные угрозы, жалобы, фейки и т.д.



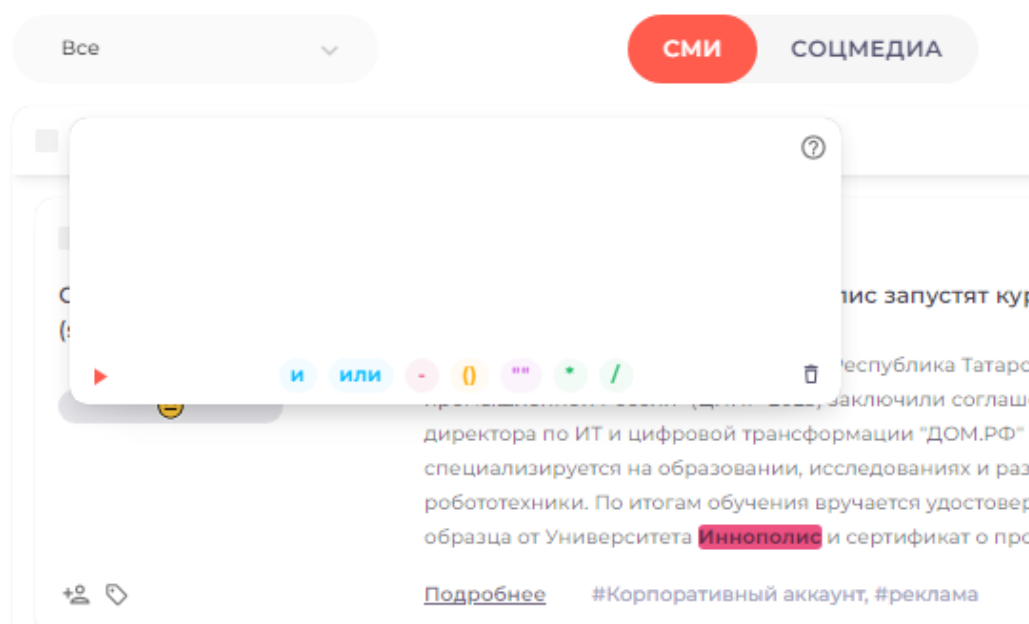
Операторы контекстных запросов

Для поиска по ленте сообщений нужно ввести запрос в окне, используя следующие операторы:

Операторы и особенности синтаксиса	Описание
Текст НЕ в кавычках	Текст НЕ в кавычках будет разложен на составляющие слова. Результатом поиска станут сообщения, содержащие каждое слово в любой форме, в произвольной последовательности. Запрос: перечень системообразующих предприятий. Результат: Перечни утверждённых системообразующих организаций и предприятий
"Текст в кавычках"	Текст в кавычках будет разложен на составляющие слова. Результатом поиска станут сообщения содержащие каждое слово в любой словоформе в строгой последовательности.

Текст с заданным расстоянием между словами	Текст с заданным расстоянием между словами - текст разделённый /n конструкцией, где n - расстояние между словами. Запрос: перечень /2 предприятий /2 области. Результаты: перечень градообразующих предприятий Рязанской области / перечень системообразующих предприятий Кемеровской области
Логический оператор И	Сообщения с несколькими ключевыми словами на любом расстоянии друг от друга. Допустимыми формами оператора (И) являются: &, AND, and, И, и, +, пробел
Логический оператор ИЛИ	Найти упоминания с любым из ключевых слов. Запрос: марафон ИЛИ тренинг ИЛИ коучинг. Результат: все упоминания, в которых есть хотя бы одно из ключевых слов.
(Скобки)	Чтобы явным образом задать порядок используются круглые скобки: ().
Исключение из результатов поиска	Из результатов поиска можно исключить определённые слова с помощью оператора (НЕ). Допустимыми формами оператора (НЕ) являются: -, NOT, not, НЕ, не. Оператор исключения из результатов поиска можно применять как к отдельному слову, так и к скобочному выражению или к фразе в кавычках. Запрос: (фрукты ИЛИ овощи) – (ГМО /2 добавки). Результат: все упоминания о фруктах и овощах без добавок и ГМО. Запрос: крем -календулаРезультат: все упоминания кремов без календулы.
Префиксный поиск	Для поиска по известному префиксу существует оператор: * Например для запроса: супер* Результаты будут содержать слова: суперакция, суперпредложение, суперфинал и т.п.

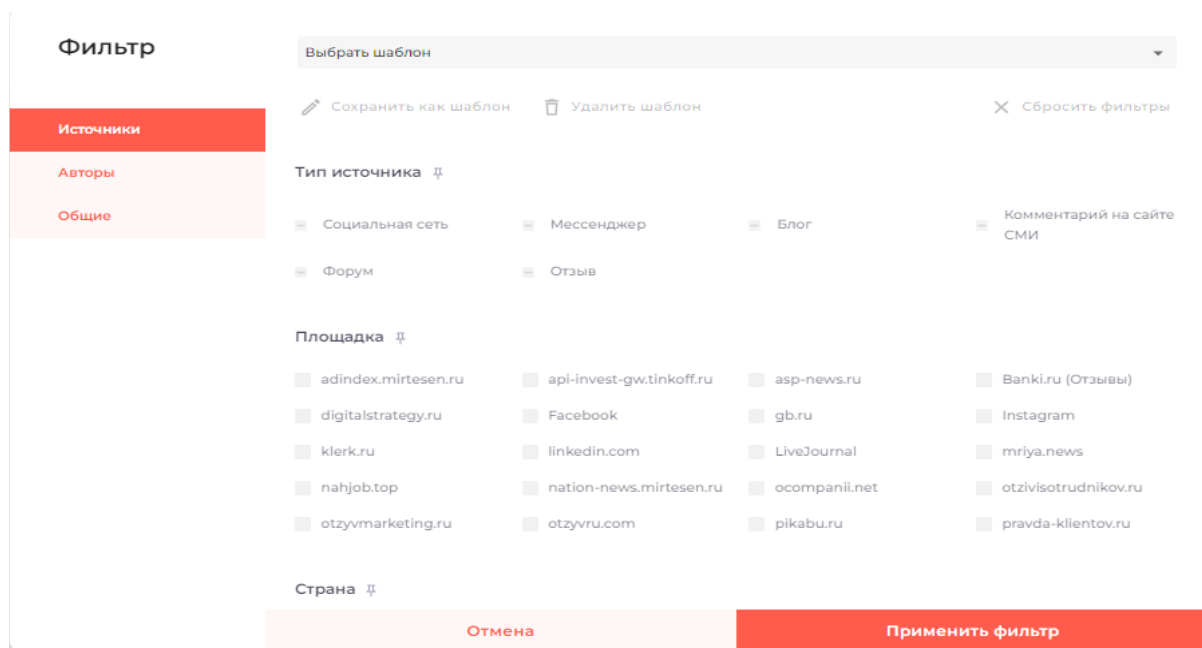
Окно ввода запроса в ленте сообщений:



Фильтры

Гибкие фильтры и календарь позволят настроить максимально релевантную ленту сообщений. Упоминания о СМИ и соцмедиа объединяются в единую ленту и переключаются в один клик.

Можно выставить Фильтры для Ленты сообщений, нажав на иконку фильтра. Расширенное меню можно развернуть, нажав “Настроить фильтр”.



В фильтрах есть три раздела:

- Источники
- Общие
- Спикеры

В выпадающем меню фильтров можно закрепить необходимые ракурсы - для этого нужно нажать на иконку Pin рядом с конкретным ракурсом. После нажатия иконка станет красной и появится в выпадающем меню.

Все проставленные фильтры отображаются над лентой сообщений.

Источники можно отфильтровать по следующим параметрам: тип, уровень, название, отрасль, география, язык, автор.

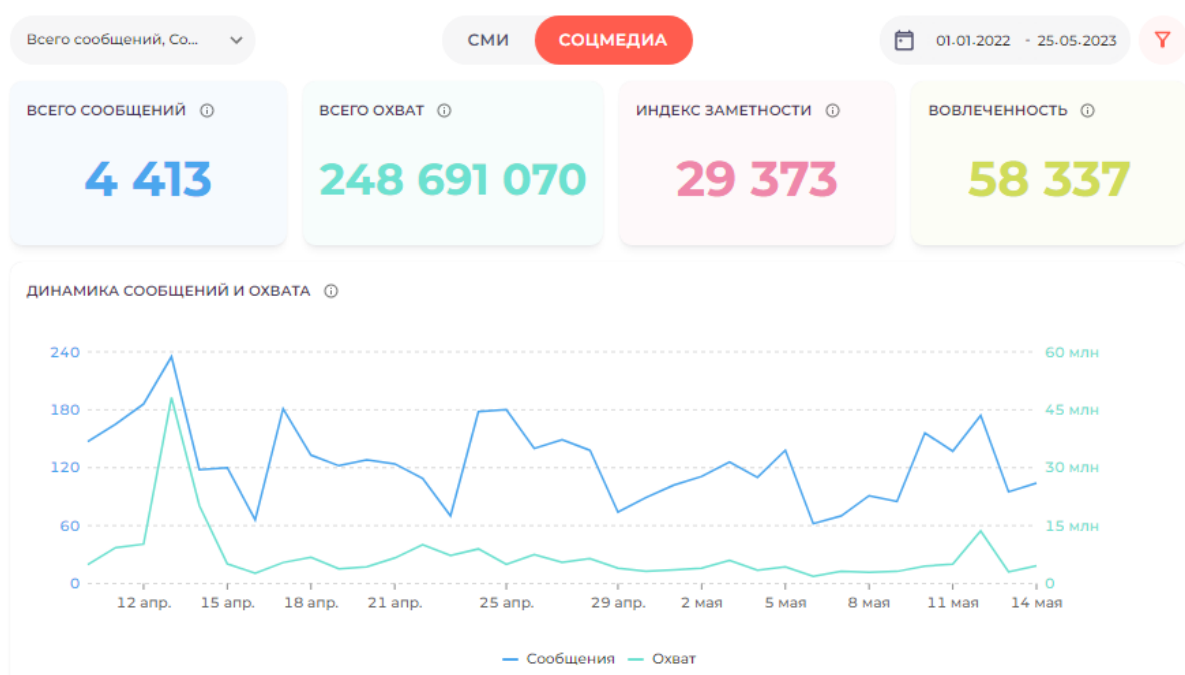
К общим фильтрам относятся объекты, тональность сообщений, теги, рубрика, жанр, инфоповод и т.д.

К фильтрам по спикерам относятся типы спикеров, разбивка сообщений по типам цитирования.

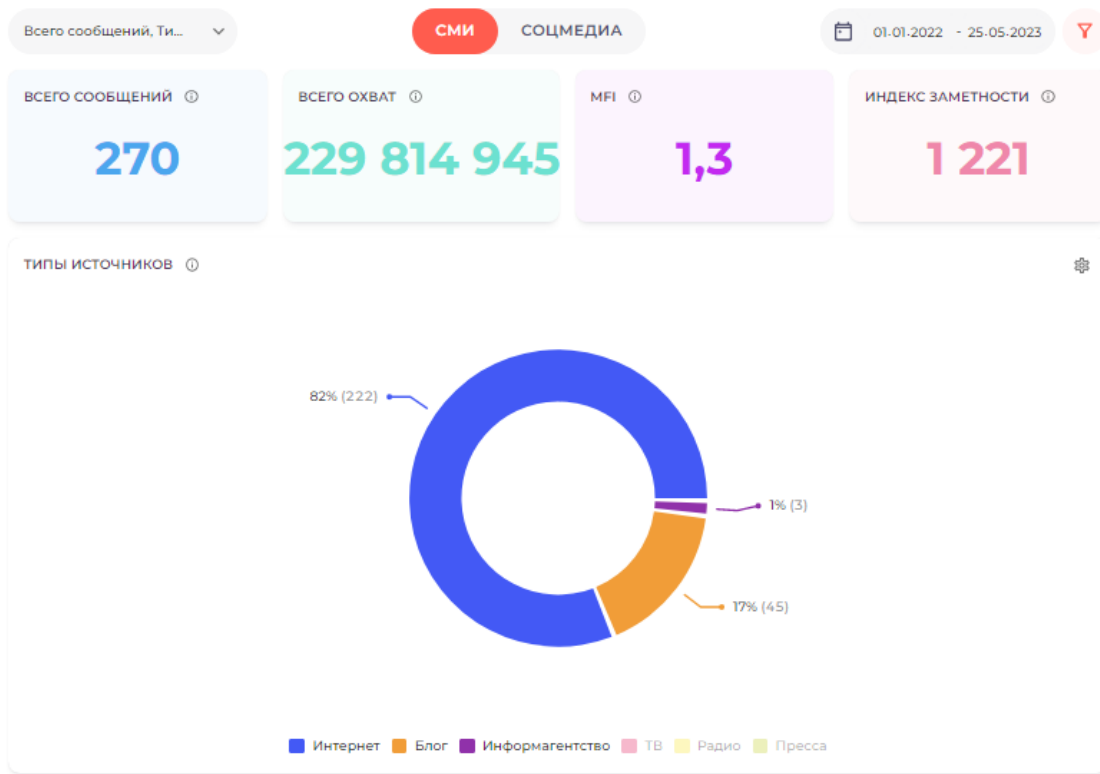
Аналитика

Раздел аналитики включает в себя аналитику упоминаний в графическом формате: диаграммы, графики, рейтинги и таблицы. Все графики раздела кликабельны и ведут в Ленту сообщений.

Есть возможность настроить ленту аналитики под себя, выбрав только те графики, которые нужны. Графики помогут отследить динамику роста количества сообщений и охватов, соотношение позитивных/нейтральных/негативных упоминаний, наиболее заметные сообщения, сравнить типы, уровни и категории источников. Построить рейтинги авторов, источников, объектов, инфоповодов и спикеров.



Аналитика социальных медиа



Разделение по типу источника в СМИ

Также система рассчитывает ключевые метрики сообщений.

Метрики социальных медиа

Метрики	Описание
SMFI (Social media Favorability Index)	Относительный показатель, характеризующий позиционирование объекта исследования в соцмедиа. Учитывает эмоциональный тон публикаций об объекте и показывает среднюю тональность информационного поля в определенные периоды времени.
Media Outreach	Показатель, эквивалентный максимально возможному числу потенциальных контактов сообщения с аудиторией (opportunities to see).
Индекс заметности	Кумулятивный показатель, отражающий заметность сообщения в социальных медиа.

Engagement Rate (ER)	Средний показатель, который демонстрирует уровень вовлечения пользователей в ответ на сообщение, рассчитывается по формуле: $ER = 100 * (\text{количество лайков к посту} + \text{количество комментариев к посту} + \text{количество репостов поста}) / \text{количество подписчиков автора}$
Вовлеченность	Сумма всех реакций пользователя (лайки, комментарии, репосты).

Метрики классических медиа

Метрики	Описание
Media Favorability Index (MFI)	Относительный показатель, характеризующий позиционирование объекта исследования в СМИ. Учитывает эмоциональный тон публикаций об объекте и показывает среднюю тональность информационного поля в определенные периоды времени. MFI принимает значение от «-10» (отношение к бренду полностью неблагоприятное) до «+10» (отношение к бренду полностью благоприятное).
Media Quality	Рассчитываемый композитный относительный показатель, характеризующий качество коммуникации; сложившееся информационное поле вокруг субъекта коммуникации. Учитывает как показатели, характеризующие публикацию (жанр публикации, позиционирование, сфокусированность на бренде, спикерская активность), так и показатели, характеризующие издание (тип и уровень СМИ) и соответствие коммуникации ее целям.
Media Outreach	Показатель, эквивалентный максимально возможному числу потенциальных контактов публикации с аудиторией (opportunities to see).
Индекс заметности	Кумулятивный показатель, отражающий заметность сообщения в СМИ.

PRV (PR Value)	Показатель, эквивалентный рекламной стоимости публикации, учитывающий ряд качественных показателей. PR Value учитывает жанр публикации, эмоциональный тон и позиционирование, степень сфокусированности на бренде, заметность самого материала, наличие спикерской речи и эквивалент рекламной стоимости (AVE). К примеру, PRV фокусных материалов и контекстных упоминаний различен, а негативные упоминания имеют отрицательный PRV.
MPrt (Media Perfectness Rate)	Коэффициент приближения публикации к идеалу. Он складывается из следующих основных критериев: влияние СМИ, роль упоминания, цитируемость, тональность и позиционирование, характер высказывания сторонних спикеров, процент передачи ключевых сообщений (Key Messages). PRT материала принимает значение от 0 до 1. Все публикации с $PRT \geq 0.75$ считаются идеальными (Top Stories).
Advertising Value Equivalents, AVE	Эквивалент стоимости покупки места в источнике, занимаемого контентом. Рассчитывается исходя из объема материала и расценок источника за рекламную публикацию.

Отчеты и экспорт данных

Чтобы экспортировать статьи из системы, нужно выставить выбрать необходимые статьи в ленте сообщений, выставив фильтры и период, выбрать формат (excel или PDF) и нажать “Экспортировать”.

Индикатор в правом нижнем углу отобразит готовность. Скачать отчет можно в разделе “Отчеты”.

Система поддерживает форматы PDF, XLSX, DOCX, PPT, поэтому отчеты, выполненные аналитиками Ex Libris, могут загружаться в кабинет в любом удобном формате.

В разделе есть возможность поиска по названию отчета, их удаление, а также сортировка от новых отчетов к старым и наоборот.