

основні елементи інфраструктури міста – датчики, відеокамери та системи електронних послуг – до єдиної платформи. Це дозволить підвищити якість життя і безпеку городян, поліпшити ефективність роботи міського господарства та служб, створити привабливі умови для ведення бізнесу та розвитку інновацій, оптимізувати витрати і генерувати додаткові джерела доходу для міста.

Найбільший розвиток у цьому напрямку очікувався після впровадження 3G. Зв'язок третього покоління – це одне із можливих рішень для українських міст у плані оптимізації. З одного боку, поява 3G стандарту UMTS не повинна суттєво вплинути на розвиток «Розумних міст» в Україні, оскільки аналогічний сервіс за технологією CDMA вже присутній тут кілька років. З іншого боку, кількість пристроїв, які підтримують UMTS, набагато більша, ніж тих, які підтримують CDMA. При цьому їхня вартість, як правило, нижча, ніж у CDMA-аналогів. Основна складова «Розумних міст» полягає в інтеграції сервісів, не тільки публічних, а й приватних. Дуже багато таких проектів інтегруються між собою через комунікаційні та інформаційні сервіси і дані від різних провайдерів. Комунікації можна реалізувати по класичних кабелях, через GSM, але, якщо потрібно покрити багатомільйонне місто, то ці канали не впораються. Повинен бути розрахунок не тільки на 3G, а й на 4G, оскільки саме по собі «третє покоління» мобільного зв'язку не може гарантувати запуску усіх проектів з впровадження технології «Розумного міста».

З 2011 року в експлуатацію вводяться мережі четвертого покоління (4G) та технологія LTE, яка обіцяє швидкість до кількох сотень Мбіт/сек. Україна в цьому плані відстає від європейських країн на п'ять років. Впровадження нової технології передачі даних 4G допоможе українцям швидше обмінюватися інформацією, а також сприятиме здешевленню послуг за рахунок можливості доступу до додаткових технологій.

П'яте покоління мобільної мережі наслідуватиме 4G і 3G, на цю мережу покладають значно більше сподівань і планують здійснити революцію в сфері автоматизації та оптимізації роботи об'єднаних систем та пристроїв. Використовуючи таку мережу у проектах «Розумне місто» можна досягнути неймовірних результатів шляхом використання недоступного до сьогодні розширеного інструментарію.

Мобільні мережі третього, четвертого та п'ятого покоління є невід'ємною частиною та необхідним засобом при побудові систем «Розумне місто» чи окремих його частин. Використовуючи такі технології зв'язку розробник зможе забезпечити максимально комфортну для користувача мобільність та автономність.

УДК 004.89;

Фесина А. – ст. гр. САМ-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **МОНІТОРИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

Науковий керівник: к.т.н.,ст.викладач Боднарчук І.О.

Fesyina A.

*Ternopil Ivan Pul'uy National Technical University*

## **MONITORING SOCIAL NETWORKS**

Supervisor: Bodnarchuk I.O.

Ключові слова: соціальна мережа, моніторинг

Keywords: socialnetwork, monitoring

Моніторинг соціальних мереж – найважливіший етап для успішного розвитку бізнесу, просування в Інтернет, конкурентної розвідки. За допомогою соціальних мереж можна дізнатися найбільш повну інформацію про аудиторію товару або послуги, її думку про роботу компанії.

Проаналізуємо кілька сервісів для ефективного моніторингу соціальних мереж, зосередивши увагу на найбільш доступних:

Seesmic – безкоштовний сервіс моніторингу соціальних медіа. Підтримує моніторинг таких ресурсів, як: Twitter, Facebook, LinkedIn, Chatter, Google Buzz, Ping.fm. Є програмне забезпечення як для веб, так і для персонального комп'ютерів, iPhone, Android, Windows Mobile.

Socialbakers – сервіс збору статистики про роботу соціальних мереж, який називає себе «серцем статистики Facebook». Система Socialbakers відома своїми рейтингами брендів на Facebook, в різних категоріях. Крім Facebook сервіс Socialbakers надає можливість безкоштовного моніторингу інформації в таких мережах, як в Twitter, Google+, LinkedIn.

Socialpointer – простий сервіс моніторингу в соціальних мережах, новинах, блогах. Є базова аналітика.

PeerIndex – безкоштовний сервіс аналізу соціальних медіа, перш за все Twitter, Facebook, LinkedIn. Визначає розміри «соціального капіталу» або впливовості компанії, професіоналу, публікації та ін.

PostRank – сервіс компанії Google, який дозволяє в режимі реального часу аналізувати дані по темам, тенденціям, подій, що мають відношення до особистості або бізнесу.

HowSciable – безкоштовний інструмент моніторингу брендів і ключових слів в 32 соціальних мережах.

Twitalyzer – аналітичний програмний засіб-клієнт для Твіттера, що дозволяє відстежувати кількість переходів, аналізувати позитивні і негативні коментарі, сегментувати аудиторію. Інтегрований із системою Google Analytics, виводить інтерактивні діаграми і графічні інструменти.

WildFire – багатофункціональний онлайн-сервіс для комерційного медіа маркетингу в соціальних мережах, що включає інструмент Wildfire Messages, призначений для створення, моніторингу та керування повідомленнями. Дозволяє налаштувати відкладений постинг повідомлень в соціальні мережі за розкладом. Надає можливість повноцінного функціоналу для просування брендів в різних соціальних мережах.

Socialpointer – простий сервіс моніторингу в соціальних мережах, новинах, блогах. Є базова аналітика.

PeerIndex – безкоштовний сервіс аналізу соціальних медіа, перш за все Twitter, Facebook, LinkedIn. Визначає розміри «соціального капіталу» або впливовості компанії, професіоналу, публікації та ін.

PostRank – сервіс компанії Google, який дозволяє в режимі реального часу аналізувати дані по темам, тенденціям, подій, що мають відношення до особистості або бізнесу.

Toppsy – безкоштовний сервіс пошуку в режимі реального часу по соціальним медіа.

HowsSciable – безкоштовний інструмент моніторингу брендів і ключових слів в 32 соціальних мережах.

Kurrently – безкоштовна пошукова система по соціальним мережам Twitter і Facebook, що дозволяє відслідковувати, поширювати цільову інформацію з соціальних мереж.

Trackur – комерційний онлайн-інструмент моніторингу та аналізу соціальних мереж. Дозволяє відслідковувати репутацію брендів по новинним сайтам, блогам, форумам, соціальним мережам Twitter, Google+ і Facebook.

Основними задачами наведених вище систем є:

Своєчасне виявлення негативу. Однією з особливостей соціальних мереж є висока швидкість розповсюдження інформації. При цьому моментально розходяться не тільки позитивні висловлювання, а й критика. Найчастіше шеплеск негативу на адресу компанії за кілька годин може перетворитися на справжній інформаційний вибух, і з кожною годиною напруженість буде тільки зростати.

Таким чином, чим раніше вийде почати кампанію по нейтралізації негативу, тим більше ефективною і менш витратною вона вийде. Однак для того щоб її розпочати, необхідно оперативно відстежити вогнища виникнення негативної інформації, і саме це завдання дозволяє вирішити моніторинг соціальних мереж і блогосфери.

Аналіз конкурентів. Аналіз переважаючої думки цільової аудиторії про конкурентів, вивчення їх маркетингової політики, а також порівняння їх показників з вашими (кількість згадок, тональність згадувань, відгук аудиторії) є важливими маркетинговими завданнями. Правильно налаштована система моніторингу дозволяє автоматизувати збір, систематизацію та аналіз ключових даних, а також порівнювати в динаміці показники конкурентів зі своїми.

Оцінка ефективності і просування. Ще однією важливою функцією моніторингу є оцінка загальної ефективності проведених PR-кампаній як в онлайн-, так і в офлайн середовищі. Збільшення кількості згадувань, а також зміна співвідношення тональностей на користь позитивних говорить про те, що проведена кампанія збільшує ваше інформаційне поле і оздоровлює його. Крім того, аналізуючи дані, отримані за істотний термін, можна простежити еволюцію ставлення аудиторії до бренду і того, як впливали на це проводяться PR-акції.

Отримання зворотного зв'язку. Найчастіше для компанії буває важливо отримати зворотній зв'язок від клієнтів про себе і своїх продуктах. Це дозволяє скорегувати позиціонування, маркетингову та PR-стратегію, звернути увагу на нюанси, важливі для споживача. Так, автовиробники після запуску нової моделі проводять моніторинг думок, щоб зрозуміти, як люди її сприймають: які сильні і слабкі сторони вони виділяють, які аргументи за і проти покупки у них є, з якими моделями інших виробників проводиться порівняння.

Найбільш важливим для систем моніторингу Інтернет-ресурсів є отримання актуальної і точної інформації. Актуальна і своєчасна інформація з'являється переважно в соціальних мережах та інформаційно-новинних сайтах, однак у соціальних мережах крім іншого присутня велика кількість спаму і повідомлень, що не представляють будь-яку значущість для системи моніторингу. Однак користувачі соціальних мереж генерують велику кількість потенційно значимих повідомлень, наприклад відгуків про товари, компанії, думка про ситуацію в країні, всі ці згадки становлять великий інтерес для автоматизованого моніторингу різними приватними і державними компаніями.