

SMM-аудит

комплексне застосування якісних та кількісних характеристик шляхом використання окремих інструментів моніторингу, контент-аналізу та систематизації профільних даних

0

ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП

формується бази даних за профільними веб-ресурсами: соціальні мережі, засоби масової інформації, сайти профільних організацій, інформаційно-довідкові портали, веб-портали, корпоративні сайти, особисті веб-сторінки публічних осіб

ФОРМУВАННЯ ПОШУКОВИХ БАЗ ТА КРИТЕРІЇВ ПОШУКУ

формується перелік критеріїв пошуку (ключові слова та фрази)

1

2

ЗБИРАННЯ МАТЕРІАЛІВ

збирання базової інформації за ключовими критеріями пошуку

КОНТЕНТ-АНАЛІЗ

матеріали систематизуються відповідно до ключових показників і переводяться в якісні та кількісні оцінки

3

4

СКЛАДАННЯ ЗВІТУ

результати дослідження оформлюються в текстовому варіанті з висновками та практичними рекомендаціями

ДЛЯ ЧОГО ПОТРІБЕН?

проведення комплексного дослідження щодо ефективності інформаційної політики об'єкта в мережі Internet у рамках певного хронологічного заміру



Таблиця узагальнення первинних даних («моніторинг-конспект»)

№	Критерії пошуку (товар, послуга, захід, персоналії, організація)	Кількісні показники (де та скільки матеріалів знайдено)	Якісні характеристики (позитив, негатив, нейтрально)	Рекомендації (потрібні практичні кроки)	Примітки