

S E M A N T E X

**Документация, содержащая информацию,  
необходимую для эксплуатации экземпляра  
программного обеспечения, предоставленного для  
проведения экспертной проверки.**

Г. Москва 2025г.

## **Оглавление**

### **1. Вводная информация**

- 1.1. Информация, необходимая для установки и настройки Общие сведения об «СПО» (Система «принудительного» обучения)
- 1.2. Подготовка к работе
- 1.3. Описание работы
- 1.4. Профиль
- 1.5. Пользователи
- 1.6. Публичные проекты

### **2. Описание структуры и функционала**

- 2.1. Создание и запуск проекта
- 2.2. Расписание
- 2.3. Настройки сервисов
  - 2.3.1 Semantex.SERM
    - 2.3.1.1. Раздел "Отрасль"
    - 2.3.1.2. Раздел "Сегменты запросов"
    - 2.3.1.3. Раздел "Объекты анализа"
    - 2.3.1.4. Раздел "темы обсуждений"
    - 2.3.1.5. Раздел "Регионы"
    - 2.3.1.6. Раздел "Поисковые системы"
    - 2.3.1.7. Раздел "Задание к проекту"
    - 2.3.1.8. Раздел "Калькулятор проекта"
  - 2.3.2. Semantex.ECOM
    - 2.3.2.1. Настройки сервиса
    - 2.3.2.2. Товарные предложения (правила)
    - 2.3.2.3. Создание каталога вручную
    - 2.3.2.4. Импорт товарных предложений
  - 2.3.3. Semantex.TRENDS
    - 2.3.3.1. Настройки сервиса
    - 2.3.3.2. Регионы мониторинга
    - 2.3.3.3. Группы запросов
    - 2.3.3.4. Вычисляемые показатели

### **3. Аналитика**

- 3.1. Semantex.SERM
  - 3.1.1. Аналитический отчет
    - 3.1.1.1. Раздел отчета «Поисковый спрос»
    - 3.1.1.2. Раздел отчета «Топ ресурсы»
    - 3.1.1.3. Раздел отчета «Охват брендов»
    - 3.1.1.4. Раздел отчета «Тональность»
    - 3.1.1.5. Раздел отчета «Темы обсуждений»
  - 3.1.2. Поисковая выдача
- 3.2. Semantex.ECOM
  - 3.2.1. Раздел "Отзывы"
  - 3.2.2. Раздел «Товары»
- 3.3. Semantex.TRENDS
  - 3.3.1. Раздел «Индексы»
  - 3.3.2. Раздел «Частота запросов»
  - 3.3.3. Раздел «Динамика»

## 1. Вводная информация

Любая работа с репутацией начинается с углубленного анализа. Digital стратегию необходимо строить на прочной, обширной и достоверной базе. Но какие инструменты использовать специалисту или команде, чтобы эта работа давала обозримый результат в будущем? Ответить на этот вопрос можно легко и быстро с помощью решений **мультиплатформы Semantex**, где собраны универсальные инструменты для формирования образа брендов в онлайн-мире.

### **Semantex будет полезен:**

- Рекламным агентствам и частным специалистам в области пиара и маркетинга, чтобы анализировать данные, отслеживать показатели эффективности своих кампаний и принимать обоснованные решения для оптимизации работы.
- HR-командам для отслеживания репутации с целью привлечения кадров и создания сильного HR-бренда.
- Руководителям бизнеса для контроля внешних и внутренних показателей в разрезе маркетинговых активностей.

### **Возможности Semantex**

#### МОНИТОРИНГ ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧИ (Semantex.SERM):

- Оценка емкости спроса пользователей в месяц в поисковых системах (поисковый спрос в динамике);
- Рейтинг ТОП ресурсов в поисковых системах (Оценка трафика);
- Идентификация доли присутствия брендов на пути пользователей (Доля трафика бренда);
- Анализ всех единиц контента в разрезе тональности;
- Оценка репутационных рисков в деньгах;
- Оценка критериев выбора (темы обсуждений в пользовательском контенте).

#### АНАЛИТИКА НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ (Semantex.ECOM):

- Мониторинг всех отзывов, рейтингов и товарных предложений на популярных маркетплейсах;
- Получение данных в реальном времени с целью формирования правильного образа бренда на маркетплейсах;
- Автоматизированный и быстрый сбор отзывов;
- Возможность в динамике отследить изменения в рейтингах;
- Сбор данных по всем товарным предложениям;
- Отслеживание информации о ценах и наличии товаров;
- Возможность тегирования пользовательских комментариев и выявления критериев выбора.

#### АНАЛИЗ ПОИСКОВОГО СПРОСА (Semantex.TRENDS):

- Сбор данных по поисковому спросу в разрезе каждого региона РФ;
- Индекс популярности бренда (среди пользователей в разрезе регионов РФ);
- Уровень доступности в сравнении с конкурентами (анализ коммерческих запросов);
- Уровень доверия (анализ репутационных запросов);
- Оценка доли спроса бренда к общему спросу по проблематике.
- И др. вычисляемые показатели

### **1.1. Информация, необходимая для установки и настройки Общие сведения об «СПО» (Система «принудительного» обучения)**

Действия по настройке и установке ПО, выполнять не требуется, поскольку жизненный цикл системы предполагает однократную регистрацию на странице <https://app-test.semantex.ru/register/> и дальнейшую поддержку работы системы в режиме 100% доступности силами персонала Исполнителя. Резервные копии базы данных и приложений создаются и восстанавливаются с помощью Semantex, принятого в организации исполнителя. ПО резервирования и логирования настраивается заблаговременно силами персонала Исполнителя.

Заказчик не должен вмешиваться в процесс настройки и сопровождения, так как эти операции требуют специальных технических знаний о функционировании ИС.

### **1.2. ПОДГОТОВКА К РАБОТЕ**

Для корректной работы с сервисом необходима следующая конфигурация автоматизированного рабочего места пользователя:

- Windows

Требования к системе:

Windows 8, Windows 8.1, Windows 10 или более поздней версии.

Процессор Intel Pentium 4 или более поздней версии с поддержкой SSE3.

- macOS

Требования к системе:

macOS High Sierra 10.13 или более поздней версии.

- Linux

Требования к системе:

Ubuntu 18.04 (64-разрядная версия) или более поздней версии, Debian 10 или более поздней версии, openSUSE 15.2 или более поздней версии, Fedora Linux 32 или более поздней версии.

Процессор Intel Pentium 4 или более поздней версии с поддержкой SSE3.

Поддерживаемые веб-браузеры:

- Яндекс. Браузер

- Microsoft Edge (на базе Chromium версии 104+)

- Mozilla Firefox.

- Google Chrome (в том числе Chromium-Gost. На базе Chromium версии 104+)

- Apple Safari.

- Opera.

Рекомендованные настройки безопасности веб-браузеров:

- Cookies

- Pop-ups (new windows/tabs)

- Javascript

- AJAX

- DHTML

### **1.3. Описание работы**

- Регистрация пользователя:

Выполняется самостоятельно на странице <https://app-test.sm-test.semantex.ru/register/>

Действия по настройке и установке ПО «Semantex», Заказчику выполнять не требуется, поскольку жизненный цикл системы предполагает однократную регистрацию на странице <https://app-test.sm-test.semantex.ru/register/> и дальнейшую поддержку работы системы в режиме 100% доступности силами персонала Исполнителя. Резервные копии базы данных и приложений создаются и восстанавливаются с помощью Semantex, принятого в организации исполнителя. ПО резервирования и логирования настраивается заблаговременно силами персонала Исполнителя.

- Установка и настройка ПО:

Действия по настройке и установке ПО «Semantex», Заказчику выполнять не требуется, поскольку жизненный цикл системы предполагает однократную регистрацию на странице <https://app-test.sm-test.semantex.ru/register/> и дальнейшую поддержку работы системы в режиме 100% доступности силами персонала Исполнителя.

- Установка обновлений:

Обновление «Semantex» Заказчиком самостоятельно невозможна, так как требует специальных технических знаний о функционировании ИС. Все обновления устанавливаются Исполнителем.

- Штатное функционирование:

ПО «Semantex» реализована в клиент-серверной архитектуре и взаимодействует с конечным пользователем (с помощью frontend) через браузер на базе Chromium (Chrome, Yandex Browser, Microsoft Edge) или Mozilla Firefox. Серверная часть (backend) ПО «Semantex» функционирует полностью автономно.

- Резервное копирование и восстановление данных:

Резервное копирование производится согласно регламенту, принятому в организации Исполнителя.

Для восстановления ПО «Semantex» из резервной копии необходимо обращение к персоналу Исполнителя.

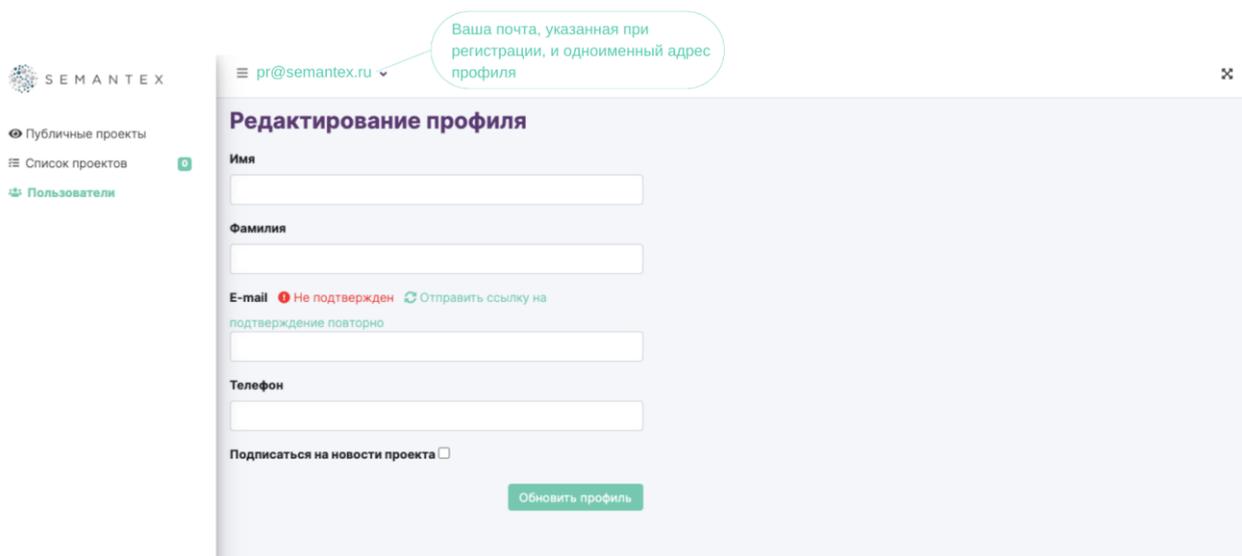
- Проведение диагностики ИС:

При эксплуатации может производиться удаленная диагностика ПО персоналом Исполнителя.

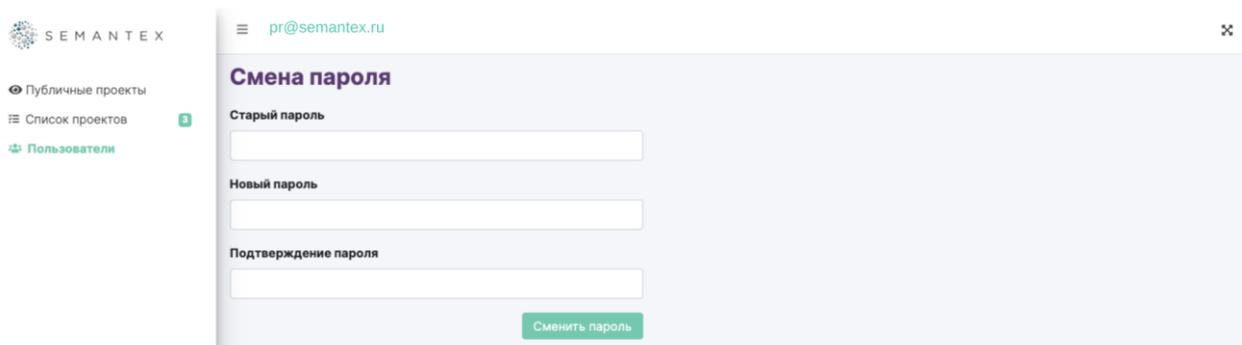
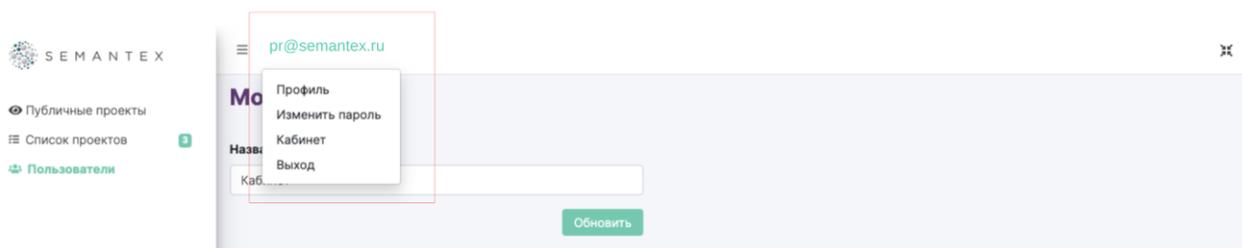
#### **1.4. Профиль**

У каждого пользователя **Semantex** после регистрации появляется свой **профиль** — страница с личной информацией, кабинетами и списком проектов. **Почту, указанную при регистрации, обязательно необходимо подтвердить**. Если письмо для подтверждения по каким-то причинам не пришло, то в разделе редактирования профиля есть опция “Отправить ссылку для подтверждения повторно”.

Чтобы попасть в свой профиль, нужно перейти в верхней части экрана на указатель своей почты, указанной при регистрации, далее нажать на “Профиль”.



Также при наведении на раздел профиля, появится список: “Профиль”, “Изменить пароль”, “Кабинет”, “Выход”.



Название кабинета можно менять: для этого введите нужное вам наименование и нажмите “Обновить”.

Публичные проекты

Список проектов

Пользователи

## Мои кабинеты

Название кабинета #290

Кабинет

Обновить

## 1.5. Пользователи

Есть два типа ролей:

- Роли кабинета;
- Роли проекта;

И в кабинете, и в проекте есть роли:

- Администратор;
- Редактор;
- Участник проекта;

Шкала возможностей по каждому типу ролей:

### РОЛИ КАБИНЕТА

+ РАЗРЕШЕНО   ✖ ЗАПРЕЩЕНО   + РАЗРЕШЕНО, ЕСЛИ ОН АДМИНИСТРАТОР ПРОЕКТА   + РАЗРЕШЕНО, ЕСЛИ ОН АДМИНИСТРАТОР ИЛИ РЕДАКТОР ПРОЕКТА



**АДМИНИСТРАТОР  
КАБИНЕТА**

#### В КАБИНЕТЕ

- + Создание проектов в кабинете
- + Биллинг
- + Журнал
- + Приглашение в кабинет

#### В ПРОЕКТЕ

- + Приглашение в проект
- + Настройки проекта
- + Настройки сервисов проекта
- + Настройки расписания
- + Редактирование аналитических данных
- + Публичные проекты
- + Работа с задачами



**РЕДАКТОР  
КАБИНЕТА**

#### В КАБИНЕТЕ

- + Создание проектов в кабинете
- ✖ Биллинг
- ✖ Журнал
- + Приглашение в кабинет

#### В ПРОЕКТЕ

- + Приглашение в проект
- + Настройки проекта
- + Настройки сервисов проекта
- + Настройки расписания
- + Редактирование аналитических данных
- + Публичные проекты
- + Работа с задачами



**УЧАСТНИК  
ПРОЕКТА**

#### В КАБИНЕТЕ

- ✖ Создание проектов в кабинете
- ✖ Биллинг
- ✖ Журнал
- ✖ Приглашение в кабинет

#### В ПРОЕКТЕ

- + Приглашение в проект
- + Настройки проекта
- + Настройки сервисов проекта
- + Настройки расписания
- + Редактирование аналитических данных
- + Публичные проекты
- + Работа с задачами

### РОЛИ ПРОЕКТА



**АДМИНИСТРАТОР  
ПРОЕКТА**

#### В ПРОЕКТЕ

- + Приглашение в проект
- + Настройки проекта
- + Настройки сервисов проекта
- + Настройки расписания
- + Редактирование аналитических данных
- + Публичные проекты
- + Работа с задачами



**РЕДАКТОР  
ПРОЕКТА**

#### В ПРОЕКТЕ

- ✖ Приглашение в проект
- ✖ Настройки проекта
- ✖ Настройки сервисов проекта
- ✖ Настройки расписания
- + Редактирование аналитических данных
- + Публичные проекты
- + Работа с задачами

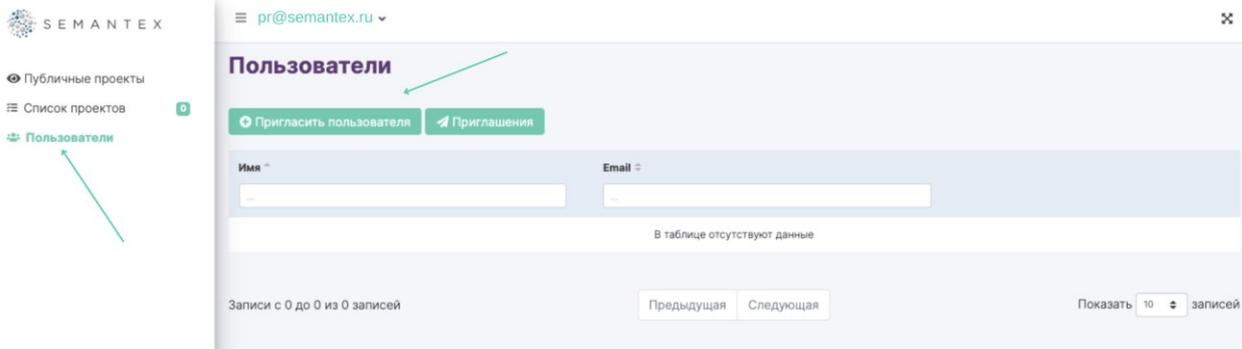


**УЧАСТНИК  
ПРОЕКТА**

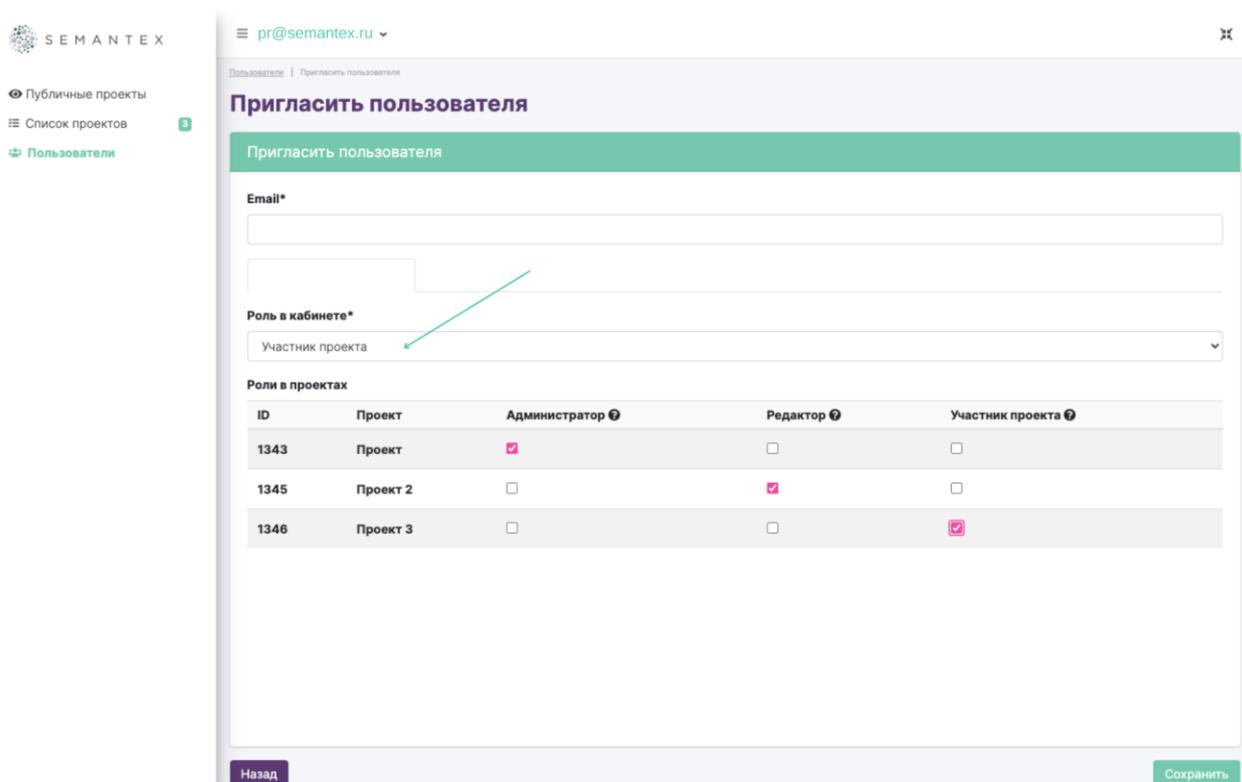
#### В ПРОЕКТЕ

- ✖ Приглашение в проект
- ✖ Настройки проекта
- ✖ Настройки сервисов проекта
- ✖ Настройки расписания
- ✖ Редактирование аналитических данных
- + Публичные проекты
- + Работа с задачами

Для того, чтобы пригласить нового пользователя в кабинет/проект необходимо зайти в раздел «пользователи» в левом меню и в следующем раскрывшемся окне «Пригласить пользователя».



Теперь в новом окне понадобится ввести адрес почты, далее — выбрать кабинет/проект, куда необходимо добавить нового участника, и назначить роль.



После чего, в разделе меню «пользователи» появится список всех пользователей, кого пригласили в кабинет. В любой момент можно отредактировать роль приглашенного пользователя или удалить его из проекта и кабинета, выбрав соответствующий значок для редактирования в строке напротив адреса почты пользователя.

pr@semantex.ru

## Пользователи

Пригласить пользователей Приглашения

Имя	Email	
Пользователь 1	pr@semantex.ru	
Пользователь 2	test@semantex.ru	
Пользователь 3	test1@semantex.ru	
Пользователь 4	test2@semantex.ru	
Пользователь 5	test3@semantex.ru	
Пользователь 6	test4@semantex.ru	
Пользователь 7	test5@semantex.ru	
Пользователь 8	test6@semantex.ru	
Пользователь 9	test7@semantex.ru	
Пользователь 10	test8@semantex.ru	

Записи с 1 до 10 из 27 записей

Предыдущая 1 2 3 Следующая

Показать 10 записей

pr@semantex.ru

Пользователи | Редактировать права пользователя

## Редактировать права пользователя

Редактировать пользователя

#290 Кабинет

Не участвует

Администратор

Редактор

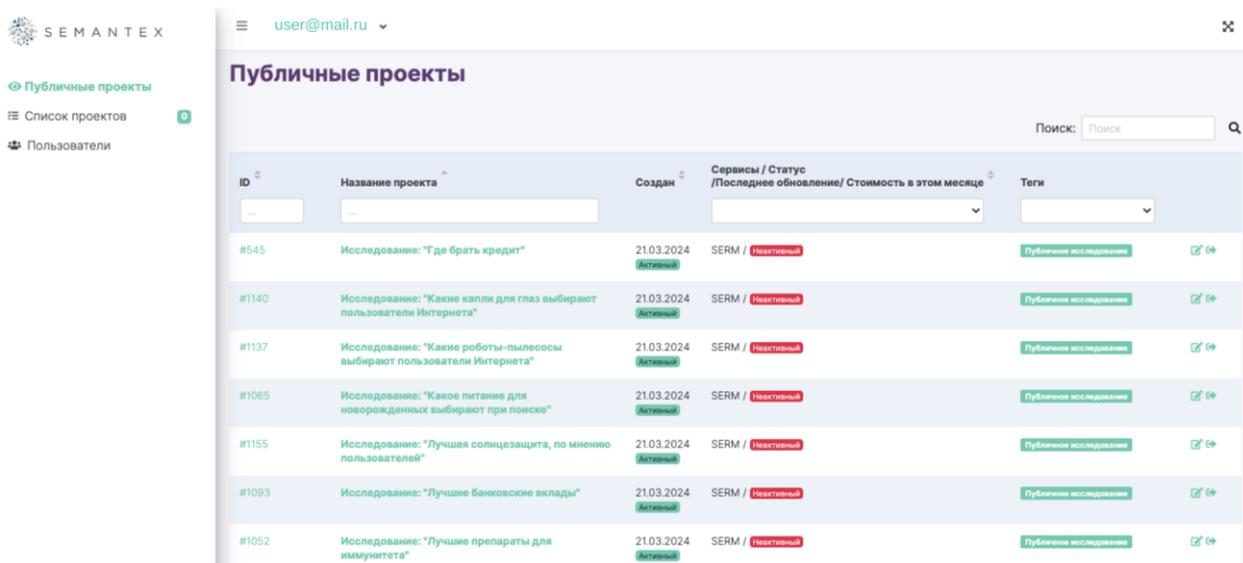
Участник проекта

ID	Проект	Администратор	Редактор	Участник проекта
1343	Проект	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1345	Проект 2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1346	Проект 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Назад Сохранить

## 1.6. Публичные проекты

Каждый месяц команда Semantex выпускает **публичные проекты** по разным темам и направлениям бизнеса. И делится свежей аналитикой со всеми желающими. Доступ к публичным проектам есть у всех зарегистрированных и незарегистрированных пользователей.

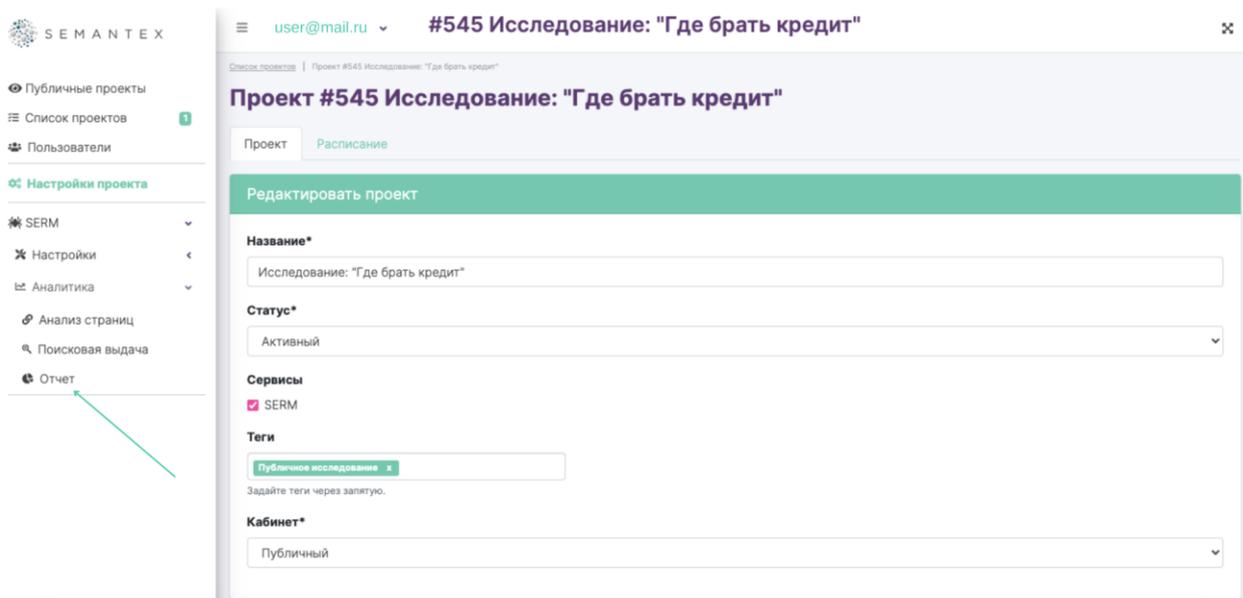


ID	Название проекта	Создан	Сервисы / Статус / /Последнее обновление/ Стоимость в этом месяце	Теги
#545	Исследование: "Где брать кредит"	21.03.2024 Активный	SERM / Неактивный	Публичное исследование
#1140	Исследование: "Какие капли для глаз выбирают пользователи Интернета"	21.03.2024 Активный	SERM / Неактивный	Публичное исследование
#1137	Исследование: "Какие роботы-пылесосы выбирают пользователи Интернета"	21.03.2024 Активный	SERM / Неактивный	Публичное исследование
#1065	Исследование: "Какое питание для новорожденных выбирают при поиске"	21.03.2024 Активный	SERM / Неактивный	Публичное исследование
#1155	Исследование: "Лучшая солнцезащита, по мнению пользователей"	21.03.2024 Активный	SERM / Неактивный	Публичное исследование
#1093	Исследование: "Лучшие банковские вклады"	21.03.2024 Активный	SERM / Неактивный	Публичное исследование
#1052	Исследование: "Лучшие препараты для иммунитета"	21.03.2024 Активный	SERM / Неактивный	Публичное исследование

Что такое «Публичные проекты»?

Часть проектов находится в открытом доступе, что дает возможность детально изучить информацию по разным направлениям бизнеса без запуска мониторинга и оплаты. В списке можно выбрать интересующий проект. В рамках публичного проекта можно ознакомиться не только с аналитикой, но и с настройками проекта.

Подраздел «аналитика» есть в разделе каждого сервиса и доступен в левом меню у каждого проекта.



SEMANTEX

user@mail.ru

### Проект #545 Исследование: "Где брать кредит"

Список проектов | Проект #545 Исследование: "Где брать кредит"

Проект | Расписание

Редактировать проект

**Название\***  
Исследование: "Где брать кредит"

**Статус\***  
Активный

**Сервисы**  
 SERM

**Теги**  
Публичное исследование x  
Задайте теги через запятую.

**Кабинет\***  
Публичный

SEMANTEX

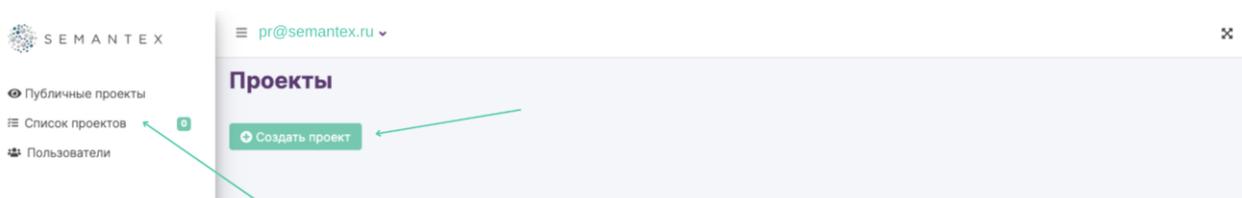
- Публичные проекты
- Список проектов
- Пользователи
- Настройки проекта
- SERM
- Настройки
- Аналитика
- Анализ страниц
- Поисковая выдача
- Отчет

## 2. Описание структуры и функционала

В одном кабинете может быть неограниченное количество проектов. Каждый проект включает как базу (указанные параметры и настройки сохраняются на все время, пока проект существует), так и сами аналитические отчеты сервисов. Для каждого проекта можно выбрать сразу несколько сервисов для аналитики: Semantex.SERM, Semantex.ECOM, Semantex.Trends.

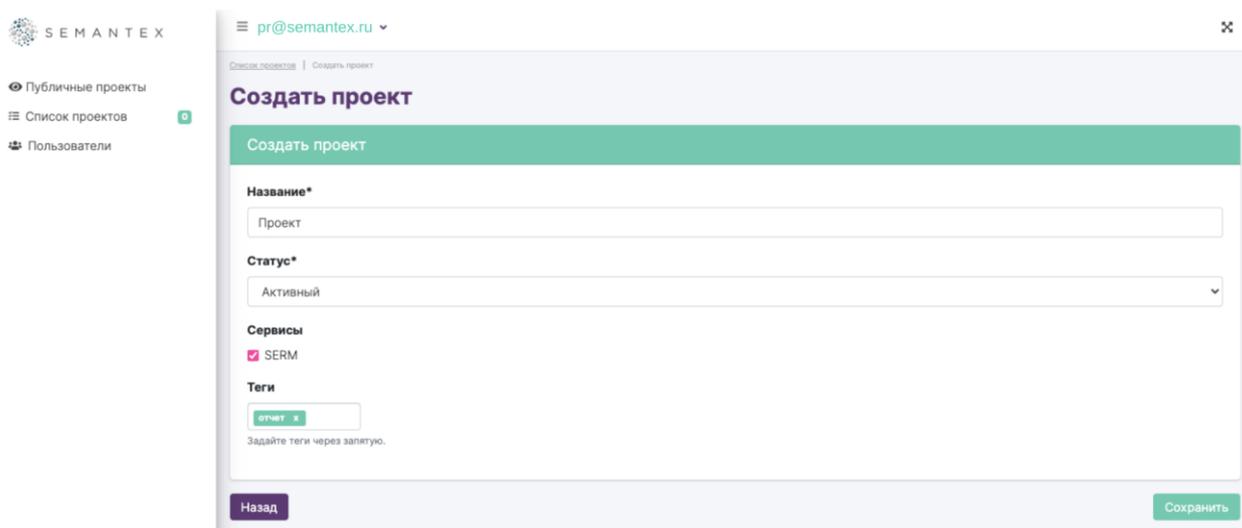
### 2.1. Создание и запуск проекта

Чтобы **создать свой проект**, необходимо перейти в раздел “Список проектов” в левой части экрана. В появившемся окне выбрать “Создать проект”.



Далее в появившемся окне у вас появится возможность дать название своему проекту, определить статус (активный или остановленный), выбрать сервисы и проставить собственные теги.

Как только вся информация в полях будет заполнена, можно нажимать кнопку “Сохранить” и переходить к настройкам сервиса.



## 2.2. Расписание

Расписание можно создать сразу или после внесения всех параметров в настройках сервиса. Расписание по каждому сервису создается один раз с возможностью редактирования в будущем.

СЕМАНТЕХ

pr@semantex.ru 0 Р (0 Р подарочные) #1343 Проект

Техподдержка

Публичные проекты

Список проектов 3

Пользователи

Настройки проекта

SERM

Система

Биллинг

Журнал

Проект #1343 Проект

Проект Расписание

Расписание

Создать

Сервис	Периодичность запуска	В какой день	Статус	Последний запуск	Стоимость в месяц
В таблице отсутствуют данные					

Записи с 0 до 0 из 0 записей

Предыдущая Следующая

Показать 10 записей

В открывшемся окне выбираем сервис, по которому необходимо создать расписание, и задаем частоту запуска мониторинга: ежемесячно, еженедельно, ежедневно, каждый час или по календарю (у каждого сервиса свои параметры).

СЕМАНТЕХ

pr@semantex.ru 0 Р (0 Р подарочные) #1343 Проект

Техподдержка

Публичные проекты

Список проектов 3

Пользователи

Настройки проекта

SERM

Система

Биллинг

Журнал

Расписание

Создать расписание

Создать расписание

Сервисы\*

SERM

Частота запуска\*

Еженедельно

День запуска\*

Понедельник

Вернуться к расписанию

Сохранить

При выборе расписания по календарю у вас появится возможность проставить нужные даты. Выбирайте удобный для себя формат и нажмите на кнопку «Сохранить».

SEMANTEX

pr@semantex.ru 0 Р (0 Р подарочные) #1343 Проект

Техподдержка

### Расписание запуска сервиса

Создать расписание

Сервисы\*  
SERM

Частота запуска\*  
По календарю

Календарь

Предыдущий Апрель 2024 Май 2024 Июнь 2024 Следующий

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Возвратиться к расписанию

Сохранить

Для сервиса Semantex.SERM есть дополнительное поле для планирования «Анализа контента». После того, как вы задали частоту мониторинга, внизу экрана появится графа «Анализ контента». Если для вашего проекта нужен анализ контента, то поставьте галочку напротив нужной даты (если выбрали ранее несколько дат мониторинга).

Расписание запуска сервиса

Изменения успешно сохранены.

Редактировать расписание

Сервисы\*  
SERM

Частота запуска\*  
По календарю

Календарь

Предыдущий Апрель 2024 Май 2024 Июнь 2024 Следующий

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Дата мониторинга  
20.04.2024

Анализ контента  
 Запланировать

Возвратиться к расписанию

Сохранить

Как только вы это сделаете, на экране появится виджет, где вы сможете выбрать с помощью ползунка ТОП позиции для анализа. Не забудьте нажать на кнопку «сохранить» и «вернуться в расписание».

Дата мониторинга  
20.04.2024

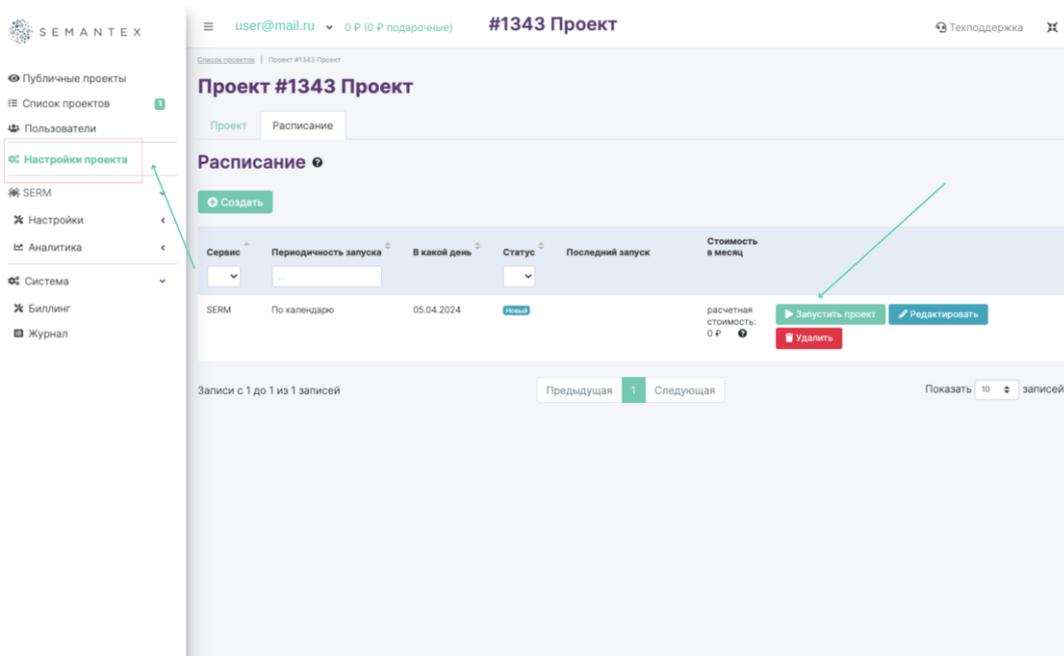
Анализ контента  
 Запланировать  
Топ поисковой выдачи: 10

01 05 10 15 20 25 30

Возвратиться к расписанию

Сохранить

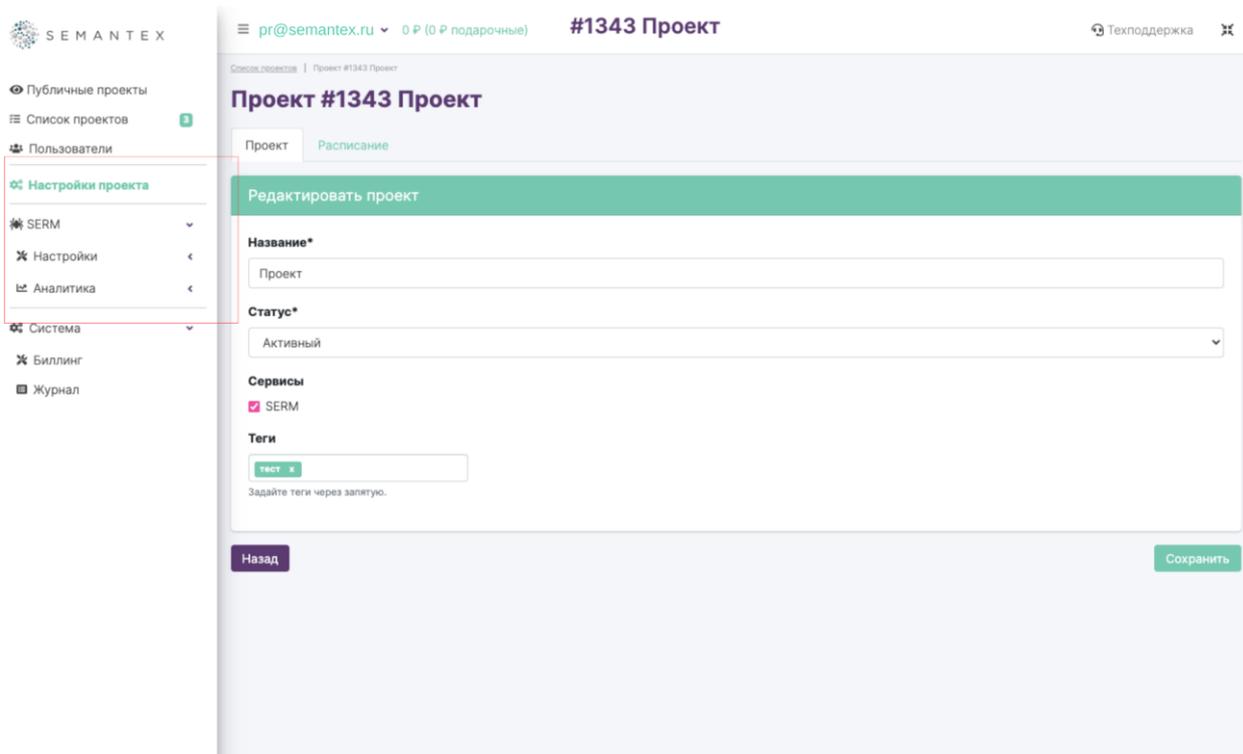
После проверки всех вводных в разделе “Расписание” можно запустить проект по каждому сервису. Важно проверить правильность всех настроек до даты мониторинга, т.к. сразу же после старта проекта в день мониторинга будут списаны деньги с баланса кабинета.



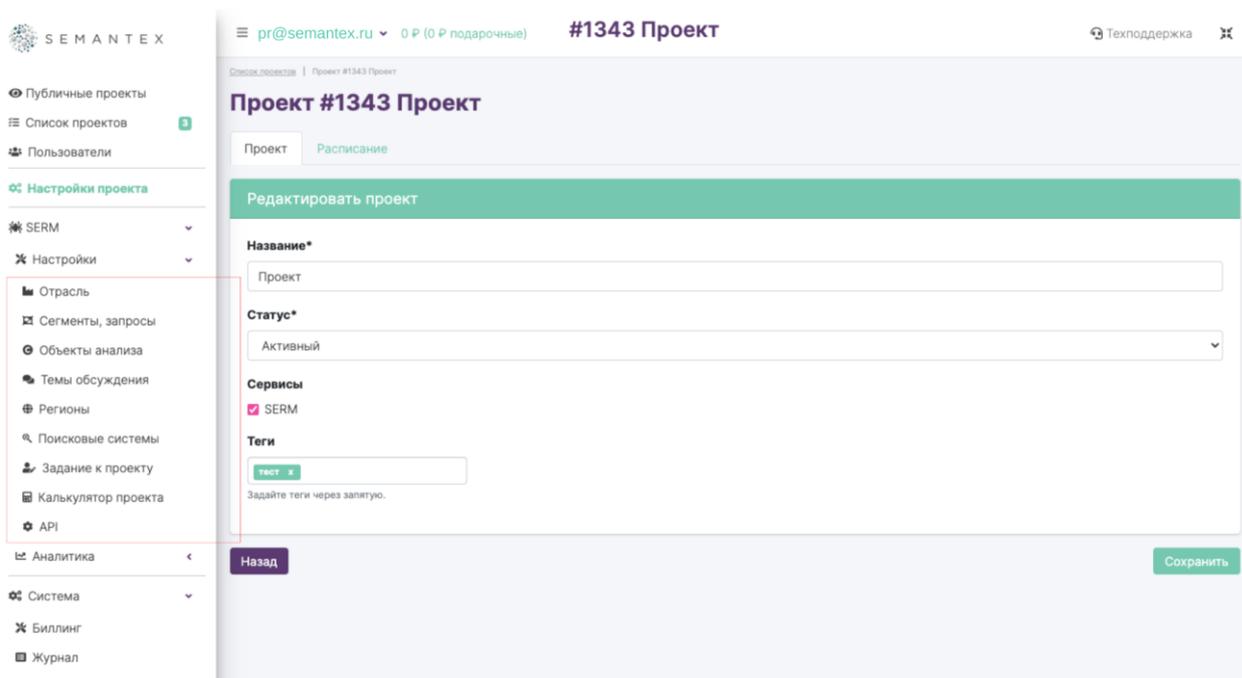
## 2.3. Настройки сервисов

### 2.3.1. Semantex.SERM

После создания проекта в левом меню у вас появится два раздела: “Настройки” и “Аналитика”. (у каждого сервиса свой блок в меню).

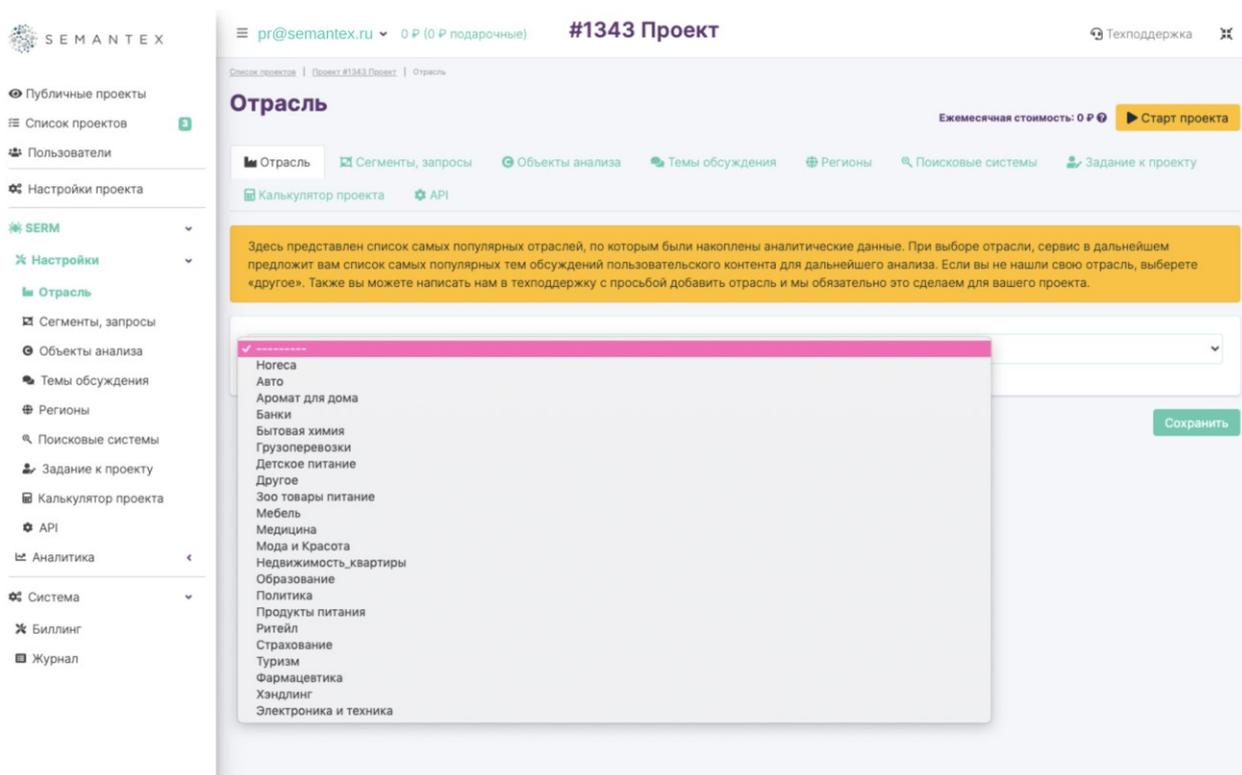


В разделе “Настройки” есть несколько подразделов, по которым необходимо будет внести все параметры для запуска проекта. Также эти же подразделы будут доступны и в горизонтальном меню.



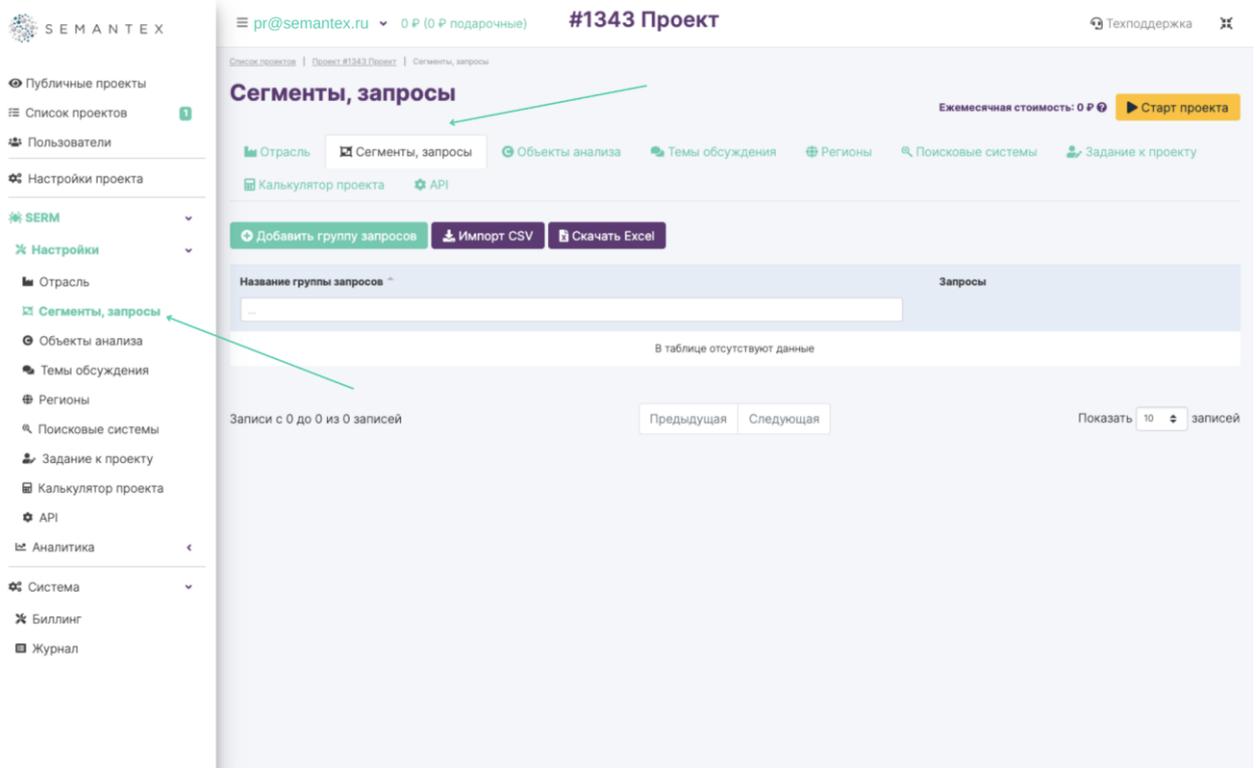
### 2.3.1.1. Отрасль

Первое, что предстоит сделать, — выбрать **отрасль**. В предложенном окне у вас появится список разных направлений. Если вашей отрасли нет, то выбирайте вариант “Другое”. После этого обязательно необходимо нажать кнопку “Сохранить” и переходить к следующей категории настроек.



### 2.3.1.2. Сегменты запросов

Сегмент – это объединенная по смыслу группа запросов. Сегментов может быть сколько угодно.



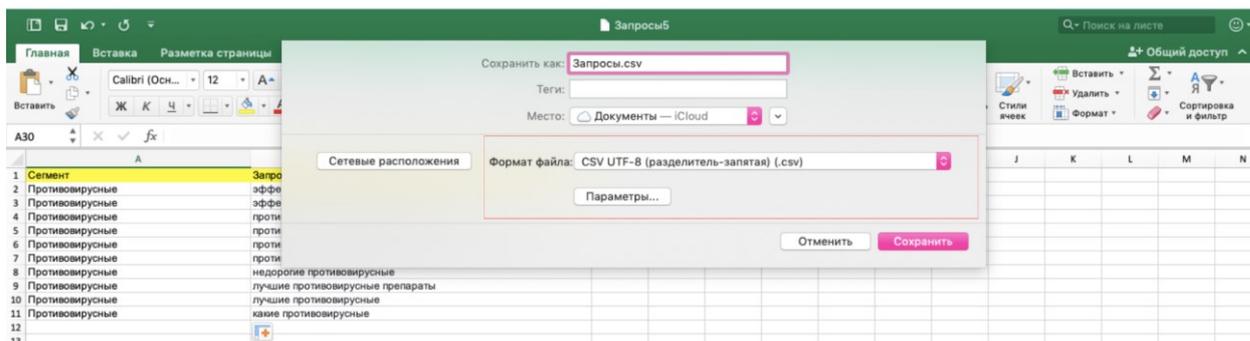
Вы можете добавить группу запросов вручную через кнопку “Добавить группу запросов” или импортировать свое заранее подготовленное семантическое ядро через вкладку “Импорт CSV”.

Для подготовки CSV-файла создайте документ на вашем устройстве в Excel. Идентификация колонки проводится по ее имени (без учета регистра). Файл для загрузки должен содержать колонки:

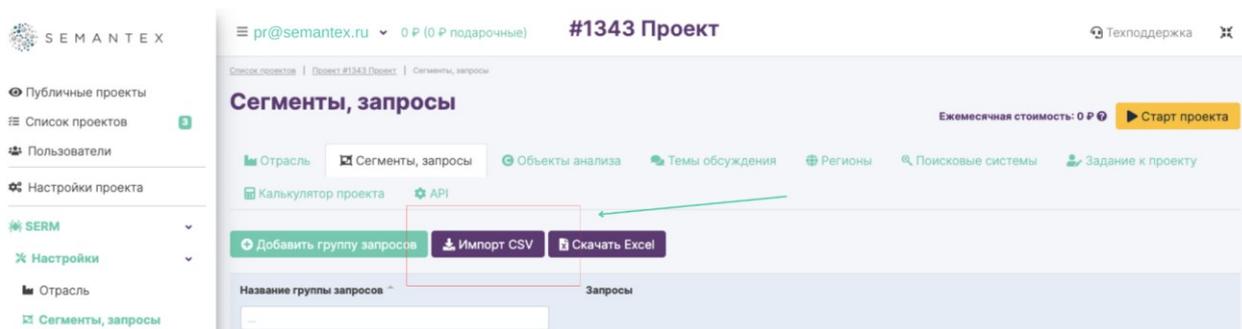
Запрос,  
Сегмент.

Сегмент	Запрос
Противовирусные	эффективные противовирусные
Противовирусные	эффективное противовирусное +для взрослых
Противовирусные	противовирусные препараты эффективные взрослым
Противовирусные	противовирусные препараты эффективные
Противовирусные	противовирусные препараты недорогие +но эффективные
Противовирусные	противовирусное +для взрослых
Противовирусные	недорогие противовирусные
Противовирусные	лучшие противовирусные препараты
Противовирусные	лучшие противовирусные
Противовирусные	какие противовирусные

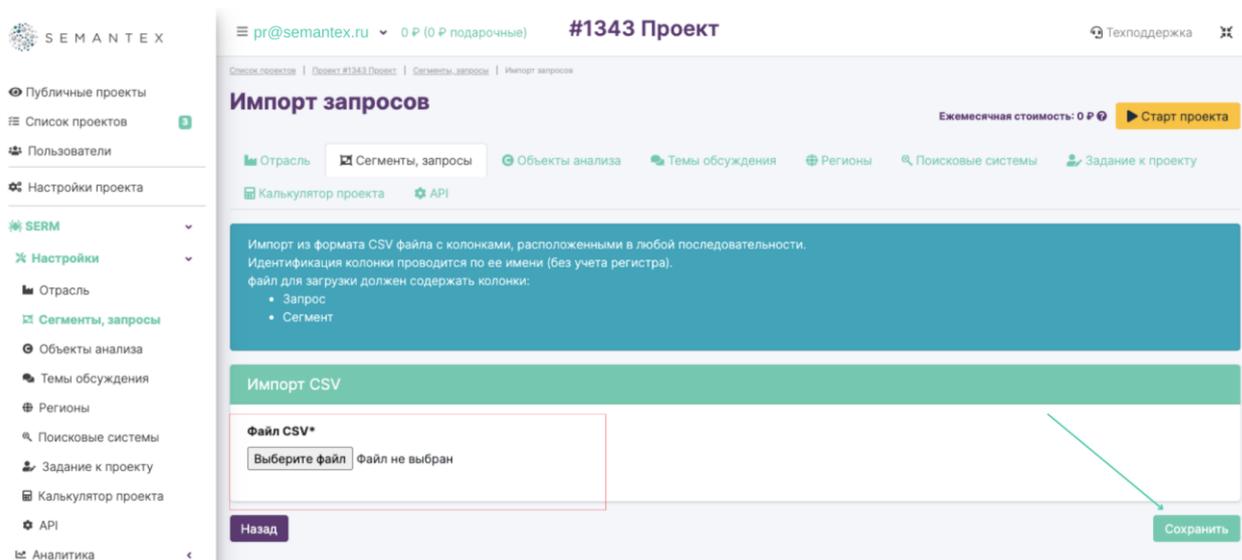
Сохраните готовый файл в формате CSV UTF-8 (разделитель-запятая) (.csv).



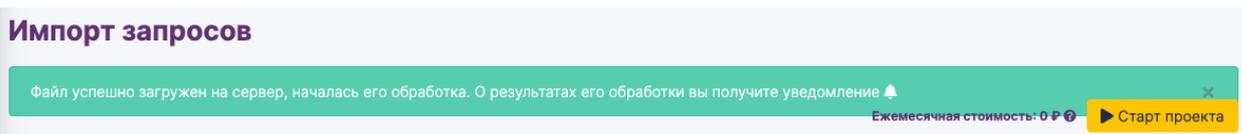
После этого нажмите “Импорт CSV”.



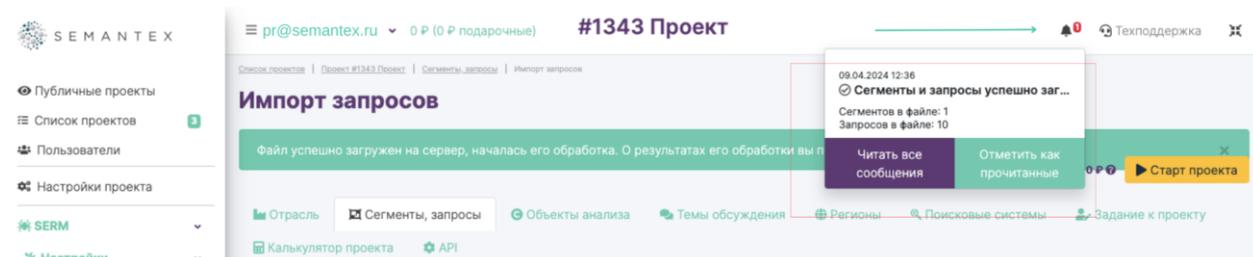
Теперь загрузите готовый файл с запросами и нажмите “Сохранить”.



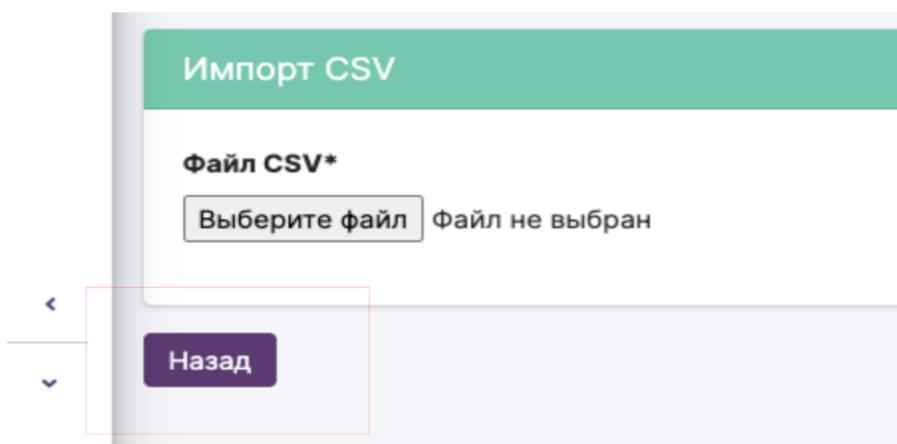
Как только вы это сделаете, на экране появится всплывающее окно с информацией, что файл успешно загружен и обрабатывается.



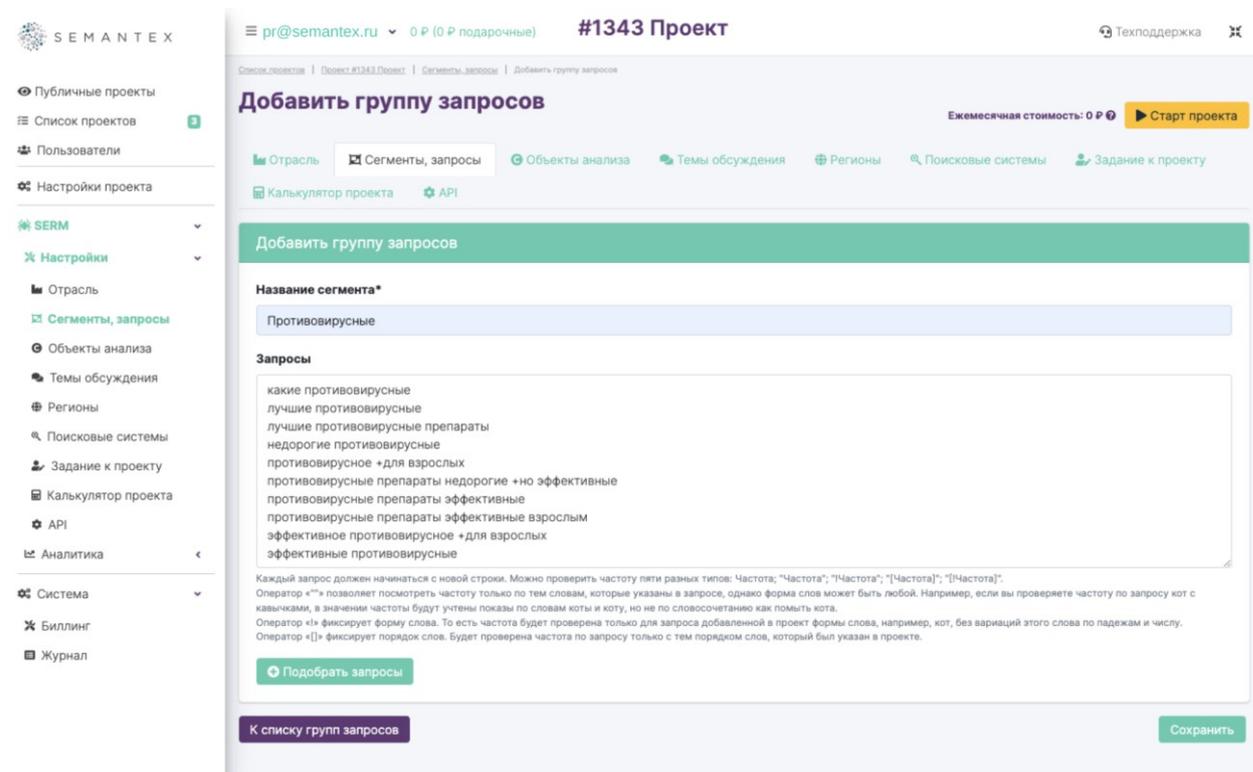
Проверить, как прошла загрузка файла, можно нажав на уведомления – колокольчик в правом верхнем углу.



Если загрузка прошла успешно, нажмите “назад” и вернитесь к запросам, которые к этому моменту уже отобразятся в панели сегментов и запросов.



При ручном добавлении группы запросов нам необходимо сначала дать название сегменту и только потом добавить запросы. Обратите внимание, что запросы можно добавлять, используя различные операторы при необходимости.



Если заранее подготовленного семантического ядра у вас нет, то можно эту задачу решить с помощью нашего функционала автоматического подбора запросов. Для этого нажимаете на кнопку “Подобрать запросы” в левой части экрана.

**Добавить группу запросов**

Название сегмента\*

Запросы

Каждый запрос должен начинаться с новой строки. Можно проверить частоту пяти разных типов: Частота; "Частота"; !Частота; [Частота]; ![Частота].  
Оператор «"» позволяет посмотреть частоту только по тем словам, которые указаны в запросе, однако форма слов может быть любой. Например, если в кавычках, в значении частоты будут учтены показы по словам коты и коту, но не по словосочетанию как помыть кота.  
Оператор «!» фиксирует форму слова. То есть частота будет проверена только для запроса добавленной в проект формы слова, например, кот, без вариаций.  
Оператор «[]» фиксирует порядок слов. Будет проверена частота по запросу только с тем порядком слов, который был указан в проекте.

Подобрать запросы

К списку групп запросов

Введите интересующий вас запрос, регионы и нажмите “Подобрать слова”.

**Добавить запросы**

Введите запрос: \*

Противовирусное

Регион: Все регионы

Подобрать слова →

Далее вам открывается окно со всеми предложенными фразами по ключу, включая частотность (Яндекс), где вы уже можете выбрать подходящие через "+". Как только работа с семантическим ядром завершена, не забудьте нажать "Сохранить".

**Добавить запросы**

Введите запрос: \*

Противовирусное

Регион: Все регионы

Подобрать слова →

Статистика по словам	Показов в месяц
+ Противовирусное	598217
+ противовирусные	598217
+ противовирусные препараты	250754
+ эффективные противовирусные	72745
+ противовирусные таблетки	57953
+ недорогие противовирусные	54031
+ противовирусные препараты эффективные	53815
+ противовирусные +для детей	51398
+ противовирусные цена	48164
+ противовирусные препараты недорогие	43427

К списку групп запросов

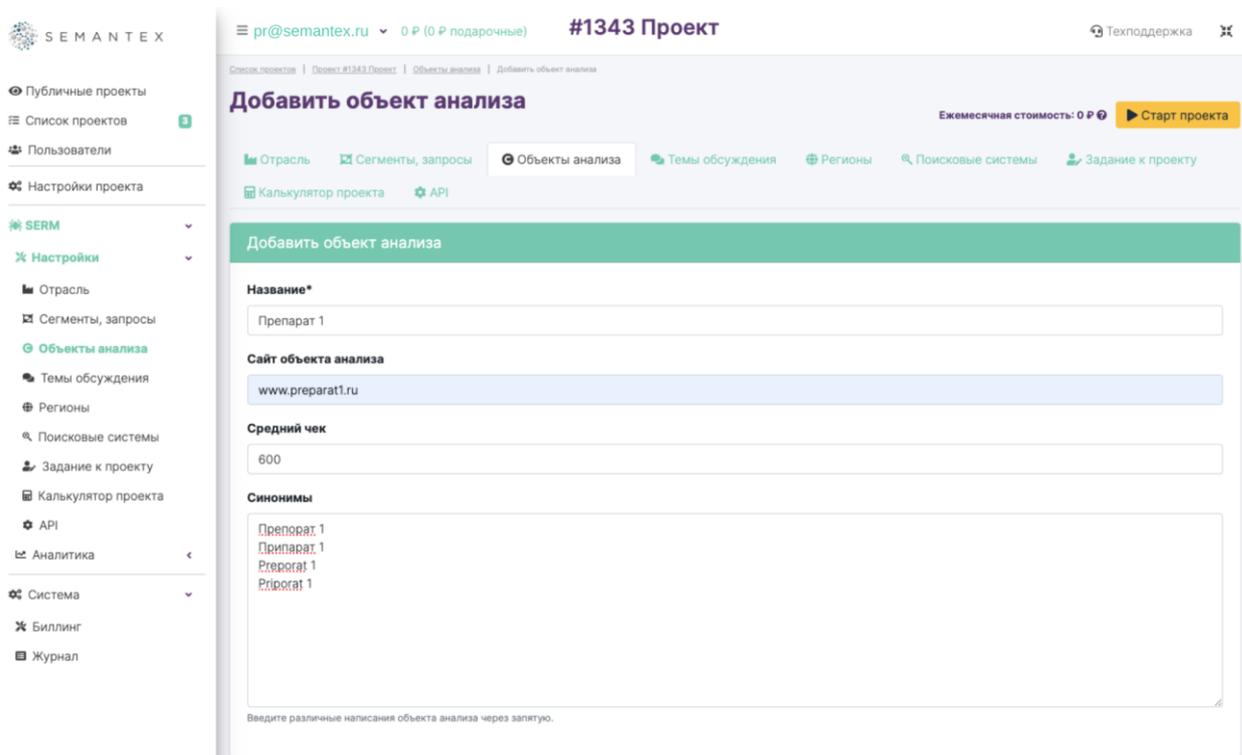
Сохранить

### 2.3.1.3. Объекты анализа

Следующий шаг — создать **объекты анализа**. Для этого переходим в соответствующий раздел в левой или в верхней части экрана и нажимаем “Добавить объект анализа”.

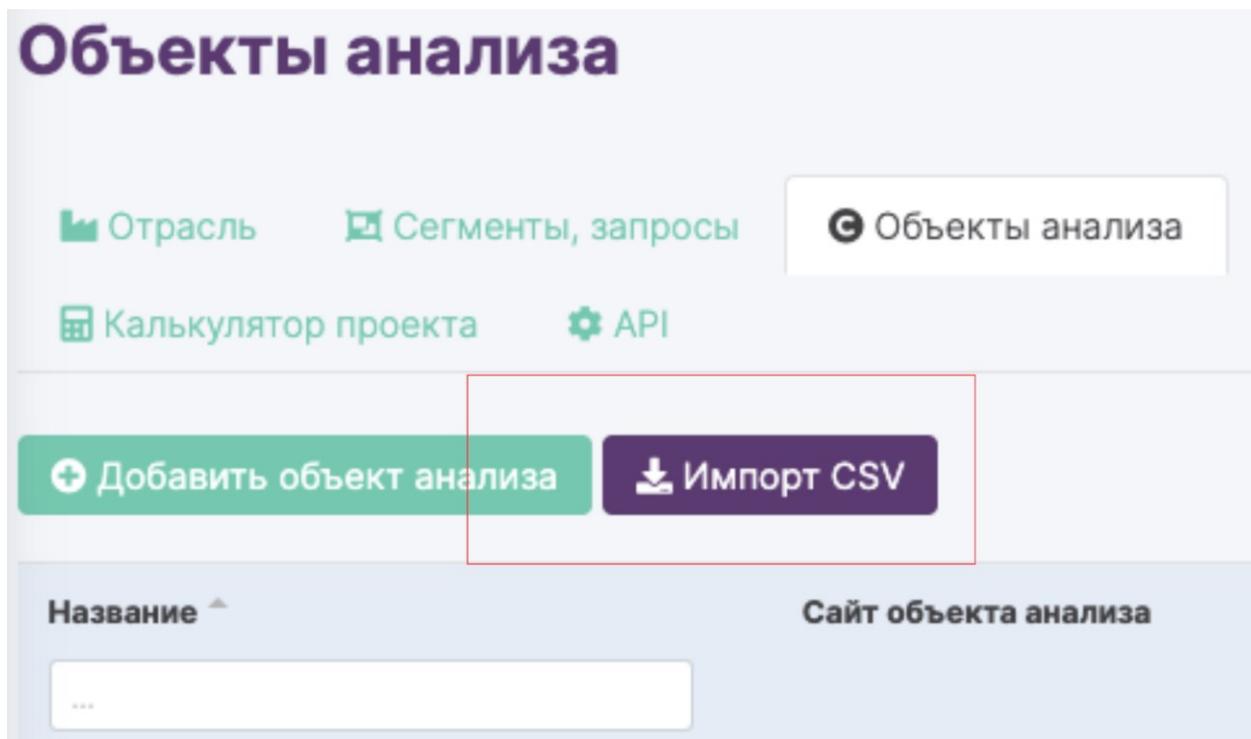
Объект анализа в контексте настроек проекта — это может быть бренд, может быть категория бренда, HR-бренд и др. Например, объектом может быть какой-то конкретный банк, а может — кредитная карта этого банка или любой другой продукт для клиентов, который необходимо проанализировать.

При добавлении объекта анализа нам необходимо указать его название, официальный сайт или любая ссылка с описанием объекта, средний чек (участвует в расчете репутационных рисков в разделе аналитики) и синонимы - варианты написания (здесь можно привести варианты написания с ошибками, на других языках, в сокращенном виде или производных часто используемых формах и т.д.). Чем детальнее будут прописаны синонимы объектов, тем точнее будут идентифицированы их упоминания на каждом URL. Не забываем после этого нажать кнопку “Сохранить”.



The screenshot displays the SEMANTEX web application interface. On the left is a navigation sidebar with categories like 'Публичные проекты', 'Список проектов', 'Пользователи', 'Настройки проекта', 'SERM', 'Настройки', 'Отрасль', 'Сегменты, запросы', 'Объекты анализа', 'Темы обсуждения', 'Регионы', 'Поисковые системы', 'Задание к проекту', 'Калькулятор проекта', 'API', 'Аналитика', 'Система', 'Биллинг', and 'Журнал'. The main content area is titled '#1343 Проект' and shows a breadcrumb trail: 'Список проектов > Проект #1343 Проект > Объекты анализа > Добавить объект анализа'. The form 'Добавить объект анализа' includes a 'Ежемесячная стоимость: 0 Р' indicator and a 'Старт проекта' button. Below this is a horizontal menu with options: 'Отрасль', 'Сегменты, запросы', 'Объекты анализа' (selected), 'Темы обсуждения', 'Регионы', 'Поисковые системы', and 'Задание к проекту'. The form fields are: 'Название\*' with the value 'Препарат 1'; 'Сайт объекта анализа' with the value 'www.preparat1.ru'; 'Средний чек' with the value '600'; and 'Синонимы' with a list of variations: 'Препарат 1', 'Припарат 1', 'Прерогат 1', and 'Припорат 1'. A note at the bottom of the form states: 'Введите различные написания объекта анализа через запятую.'

Также в разделе “Объекты анализа” есть опция импорта из формата CSV-файла с колонками, расположенными в любой последовательности. Идентификация колонки проводится по ее имени (без учета регистра).

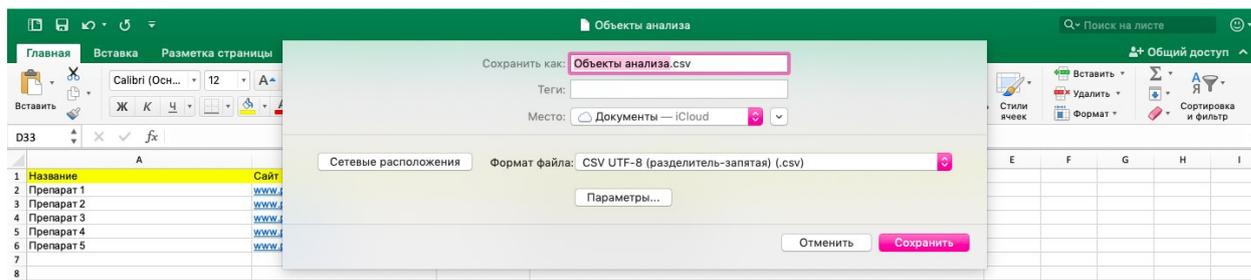


Для создания CSV-файла с объектами анализа создайте на своем устройстве документ Excel. Файл для загрузки должен содержать колонки:

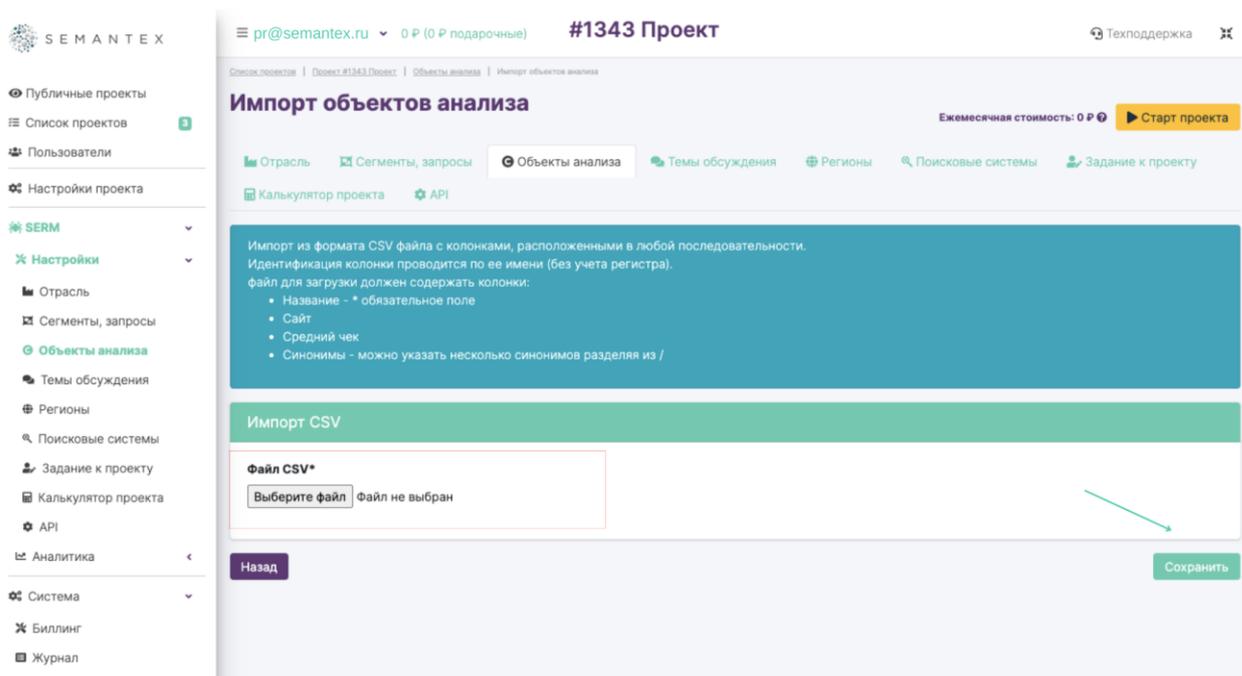
- Название - \* обязательное поле,
- Сайт,
- Средний чек,
- Синонимы - можно указать несколько синонимов разделяя их /

1	Название	Сайт	Средний чек	Синонимы
2	Препарат 1	<a href="http://www.prepara1.ru">www.prepara1.ru</a>	100	препарат 1 / припарат 1 / припарат 1
3	Препарат 2	<a href="http://www.prepara2.ru">www.prepara2.ru</a>	120	препарат 2 / припарат 2 / припарат 2
4	Препарат 3	<a href="http://www.prepara3.ru">www.prepara3.ru</a>	150	препарат 3 / припарат 3 / припарат 3
5	Препарат 4	<a href="http://www.prepara4.ru">www.prepara4.ru</a>	100	препарат 4 / припарат 4 / припарат 4
6	Препарат 5	<a href="http://www.prepara5.ru">www.prepara5.ru</a>	140	препарат 5 / припарат 5 / припарат 5

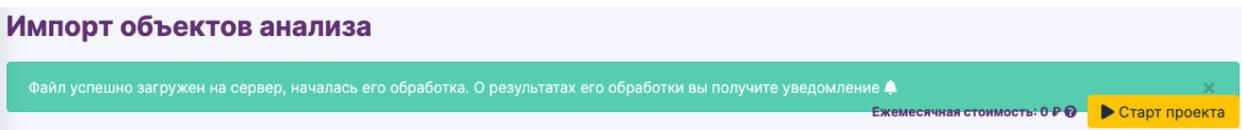
Сохраните готовый файл в формате CSV UTF-8 (разделитель-запятая) (.csv).



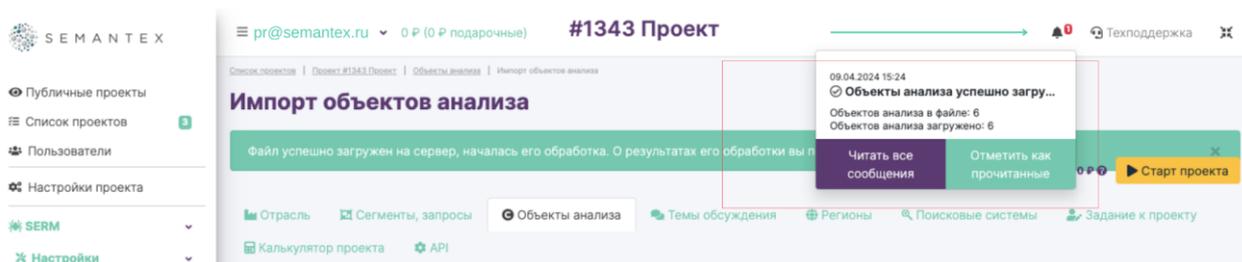
Возвращаемся в систему, нажимаем “Выбрать файл”, добавляем заранее подготовленный файл и после этого жмем кнопку “Сохранить”.



Как только вы это сделаете, на экране появится всплывающее окно с информацией, что файл успешно загружен и обрабатывается.



Проверить, как прошла загрузка файла, можно нажав на уведомления – колокольчик в правом верхнем углу.



Если загрузка прошла успешно, нажмите “назад” и вернитесь к объектам анализа, которые к этому моменту уже отобразятся в разделе.

SEMANTEX

pr@semantex.ru 0 Р (0 Р подарочные) #1343 Проект Техподдержка

Объекты анализа

Ежемесячная стоимость: 0 Р ▶ Старт проекта

Отрасль | Сегменты, запросы | **Объекты анализа** | Темы обсуждения | Регионы | Поискковые системы | Задание к проекту

Калькулятор проекта | API

Добавить объект анализа | Импорт CSV

Название	Сайт объекта анализа	Средний чек	Синонимы
Препарат 1	https://preporat1.ru	100.00	препарат 1;припарат 1;припарат 1
Препарат 2	https://preporat2.ru	120.00	препарат 2;припарат 2;припарат 2
Препарат 3	https://preporat3.ru	150.00	препарат 3;припарат 3;припарат 3
Препарат 4	https://preporat4.ru	100.00	препарат 4;припарат 4;припарат 4
Препарат 5	https://preporat5.ru	140.00	препарат 5;припарат 5;припарат 5

Записи с 1 до 5 из 5 записей

Предыдущая 1 Следующая

Показать 10 записей

Каждый объект можно в дальнейшем редактировать, нажав кнопку напротив каждого наименования.

Объекты анализа

Ежемесячная стоимость: 0 Р ▶ Старт проекта

Отрасль | Сегменты, запросы | **Объекты анализа** | Темы обсуждения | Регионы | Поискковые системы | Задание к проекту

Калькулятор проекта | API

Добавить объект анализа | Импорт CSV

Название	Сайт объекта анализа	Средний чек	Синонимы
Препарат 1	https://preporat1.ru	100.00	препарат 1;припарат 1;припарат 1
Препарат 2	https://preporat2.ru	120.00	препарат 2;припарат 2;припарат 2
Препарат 3	https://preporat3.ru	150.00	препарат 3;припарат 3;припарат 3
Препарат 4	https://preporat4.ru	100.00	препарат 4;припарат 4;припарат 4
Препарат 5	https://preporat5.ru	140.00	препарат 5;припарат 5;припарат 5

Записи с 1 до 5 из 5 записей

Предыдущая 1 Следующая

Показать 10 записей

В случае внесения изменения в существующий объект не забывайте нажать кнопку “Сохранить” и после этого — вернуться “К списку объектов анализа”.

### Редактировать объект анализа

Ежемесячная стоимость: 0 Р ▶ Старт проекта

Отрасль | Сегменты, запросы | **Объекты анализа** | Темы обсуждения | Регионы | Поисковые системы | Задание к проекту

Калькулятор проекта | API

#### Редактировать объект анализа

**Название\***

**Сайт объекта анализа**

**Средний чек**

**Синонимы**

Введите различные написания объекта анализа через запятую.

[К списку объектов анализа](#) [Сохранить](#)

Кроме того, объекты можно объединять друг с другом. К примеру, нам нужно слить объект 1 в объект 2. Для этого нажимаем на кнопку слияния напротив объекта 1.

[+ Добавить объект анализа](#) [Импорт CSV](#)

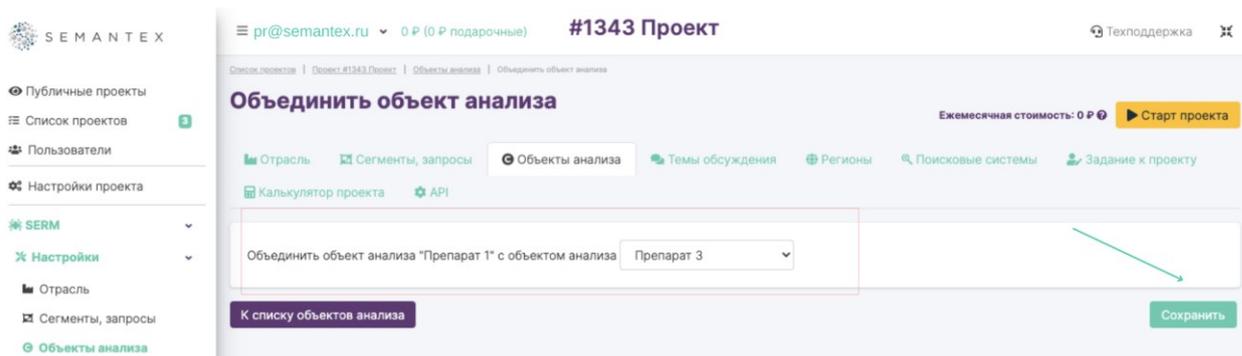
Название *	Сайт объекта анализа	Средний чек	Синонимы	
Препарат 1	https://preporat1.ru	100.00	препарат 1;припарат 1;припарат 1	  
Препарат 2	https://preporat2.ru	120.00	препарат 2;припарат 2;припарат 2	  
Препарат 3	https://preporat3.ru	150.00	препарат 3;припарат 3;припарат 3	  
Препарат 4	https://preporat4.ru	100.00	препарат 4;припарат 4;припарат 4	  
Препарат 5	https://preporat5.ru	140.00	препарат 5;припарат 5;припарат 5	  

Записи с 1 до 5 из 5 записей

Предыдущая **1** Следующая

Показать 10 записей

В появившемся окне выбираем объект 2, с которым нужно объединить выбранный, после этого нажимаем “Сохранить” и возвращаемся “К списку объектов анализа”.



После объединения все варианты написания объекта 1 (которые были указаны ранее) можно увидеть в графе объекта 2. Обратите внимание, нужно ли вам при этом отредактировать сайт, средний чек и название уже нового объекта. Объединять объекты можно и после уже проведенных мониторингов, в этом случае все аналитические данные объекта 1 переезжают в объект 2.

Название	Сайт объекта анализа	Средний чек	Синонимы
Препарат 2	https://preporat2.ru	120.00	препарат 2;припарат 2;припорат 2
Препарат 3	https://preporat3.ru	150.00	Препарат 1,препарат 1,препарат 3,припарат 1,припарат 3,припорат 1,припорат 3
Препарат 4	https://preporat4.ru	100.00	препарат 4;припарат 4;припорат 4
Препарат 5	https://preporat5.ru	140.00	препарат 5;припарат 5;припорат 5

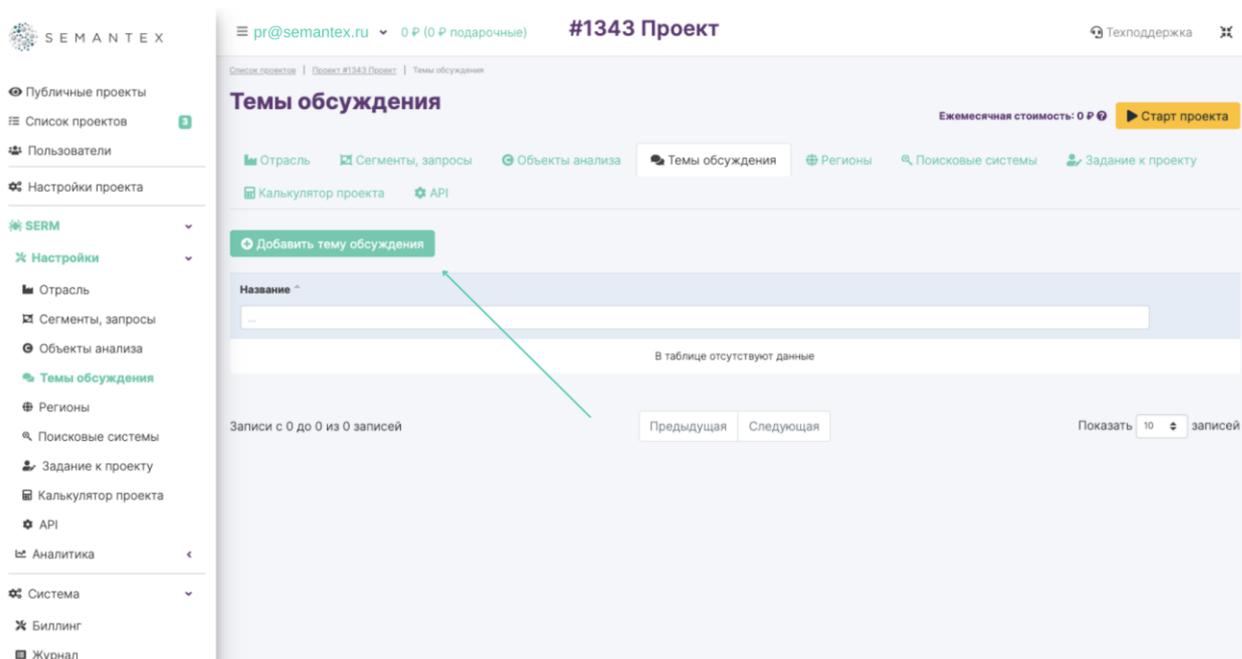
При необходимости объекты можно удалить через кнопку «корзина».

The screenshot shows the SEMANTEX interface with a list of analysis objects. At the top, there are buttons for "Добавить объект анализа" and "Импорт CSV". Below is a table with columns: "Название", "Сайт объекта анализа", "Средний чек", and "Синонимы". At the bottom, there are navigation buttons: "Предыдущая", "1", "Следующая", and "Показать 10 записей". A red box highlights the trash icons for each object. A green arrow points to the trash icon for "Препарат 1".

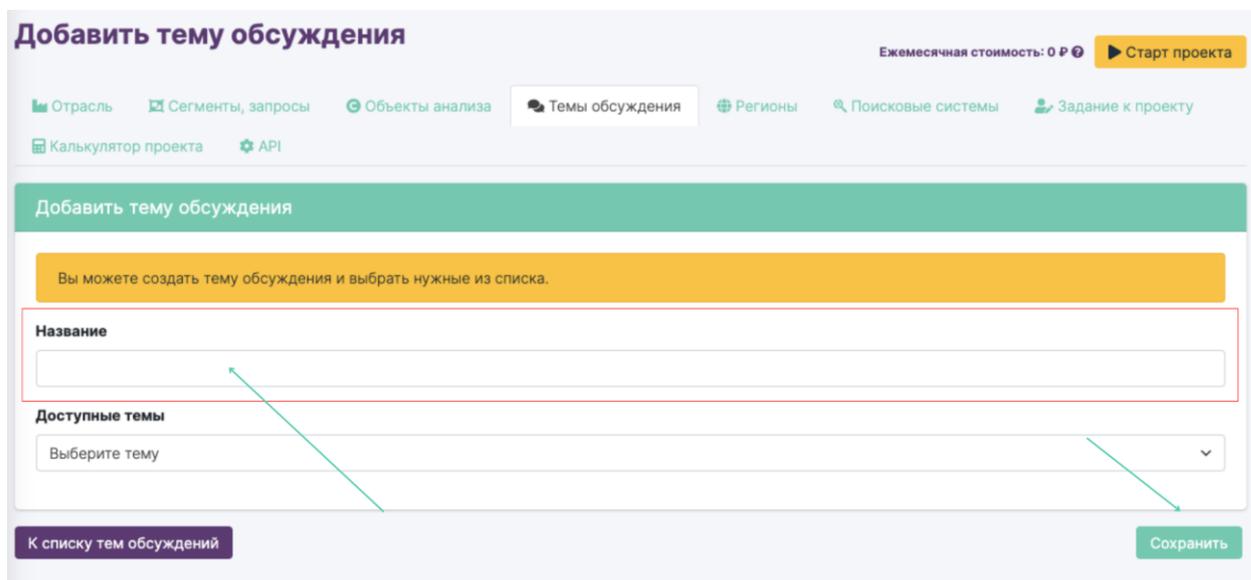
Название	Сайт объекта анализа	Средний чек	Синонимы
Препарат 1	https://preporat1.ru	100.00	препарат 1;припарат 1;припорат 1
Препарат 2	https://preporat2.ru	120.00	препарат 2;припарат 2;припорат 2
Препарат 3	https://preporat3.ru	150.00	препарат 3;припарат 3;припорат 3
Препарат 4	https://preporat4.ru	100.00	препарат 4;припарат 4;припорат 4
Препарат 5	https://preporat5.ru	140.00	препарат 5;припарат 5;припорат 5

### 2.3.1.4. Темы обсуждений

Следующий раздел — “Темы обсуждения”. Для настройки нажмите “Добавить тему обсуждения”. В системе уже есть стандартный набор тем под каждую отрасль (накопленная база самых популярных тем обсуждений, сегментированная по отраслям).



Добавить тему обсуждений можно самостоятельно, а можно — выбрать из списка. Не забываем после добавления тем нажать “Сохранить”.



## Добавить тему обсуждения

Ежемесячная стоимость: 0 Р [▶ Старт проекта](#)

[Отрасль](#) [Сегменты, запросы](#) [Объекты анализа](#) **Темы обсуждения** [Регионы](#) [Поисковые системы](#) [Задание к проекту](#)

[Калькулятор проекта](#) [API](#)

### Добавить тему обсуждения

Вы можете создать тему обсуждения и выбрать нужные из списка.

**Название**

**Доступные темы**

Выберите тему

[К списку тем обсуждений](#) [Сохранить](#)

В раскрывающемся списке доступных тем отметьте галочками подходящие или нажмите “Выбрать все” и после этого “Сохранить”.

### Добавить тему обсуждения

Вы можете создать тему обсуждения и выбрать нужные из списка.

**Название**

**Доступные темы**

**Выбрать все**

Гипоаллергенный

Гормональный

Инструкция по применению

Клинические исследования

Курс приема

[Закреть](#)

При анализе ресурсов поисковой выдачи новые темы, которые будут идентифицированы, добавятся в отчет, и вы сможете увидеть уже полную картину направлений пользовательских обсуждений.

Каждую тему обсуждения можно редактировать. Для этого нажмите напротив выбранной темы значок “Редактировать”.

**Темы обсуждения**

Ежемесячная стоимость: 0 Р [▶ Старт проекта](#)

Отрасль | Сегменты, запросы | Объекты анализа | **Темы обсуждения** | Регионы | Поисквые системы | Задание к проекту

Калькулятор проекта | API

[+ Добавить тему обсуждения](#)

Название	Действия
...	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>
Время воздействия препарата	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>
Гипоаллергенный	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>
Гормональный	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>
Клинические исследования	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>
Курс приема	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>
Лекарственное взаимодействие	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>
Срок годности	<a href="#">✎</a> <a href="#">👁</a> <a href="#">🗑</a>

Записи с 1 до 7 из 7 записей

Предыдущая 1 Следующая

Показать 10 записей

В появившемся окне внесите изменения в название, нажмите “Сохранить” и вернитесь к списку тем.

**Редактировать тему обсуждения**

Ежемесячная стоимость: 0 Р [▶ Старт проекта](#)

Отрасль | Сегменты, запросы | Объекты анализа | **Темы обсуждения** | Регионы | Поисквые системы | Задание к проекту

Калькулятор проекта | API

Редактировать тему обсуждения

**Название\***

Время воздействия препарата

[К списку тем обсуждений](#) [Сохранить](#)

Темы обсуждения можно объединять. Например, нам нужно объединить тему 1 с темой 2. Для этого нажмите напротив темы 1 на соответствующий значок объединения.

Темы обсуждения

Ежемесячная стоимость: 0 Р ▶ Старт проекта

Отрасль | Сегменты, запросы | Объекты анализа | Темы обсуждения | Регионы | Поиск системы | Задание к проекту

Калькулятор проекта | API

Добавить тему обсуждения

Название <sup>+</sup>

Время воздействия препарата ✎ ✕ ⌵

Гипоаллергенный ✎ ✕ ⌵

Гормональный ✎ ✕ ⌵

Клинические исследования ✎ ✕ ⌵

Курс приема ✎ ✕ ⌵

Лекарственное взаимодействие ✎ ✕ ⌵

Срок годности ✎ ✕ ⌵

Записи с 1 до 7 из 7 записей

Предыдущая 1 Следующая

Показать 10 записей

В появившемся окне выбираем тему 2, с которой хотели бы объединить выбранную тему 1, нажимаем “Сохранить” и возвращаемся к списку тем. Объединять темы можно и после уже проведенных мониторингов, в этом случае все аналитические данные темы 1 переезжают в тему 2.

SEMANTEX

pr@semantex.ru | 0 Р (0 Р подарочные) #1343 Проект | Техподдержка

Список проектов | Проект #1343 Проект | Темы обсуждения | Объединить темы обсуждения

Объединить темы обсуждения

Ежемесячная стоимость: 0 Р ▶ Старт проекта

Отрасль | Сегменты, запросы | Объекты анализа | Темы обсуждения | Регионы | Поиск системы | Задание к проекту

Калькулятор проекта | API

Объединить тему обсуждения "Время воздействия препарата" с темой обсуждения

Гипоаллергенный

Гипоаллергенный

Гормональный

Клинические исследования

Курс приема

Лекарственное взаимодействие

Срок годности

К списку тем обсуждений

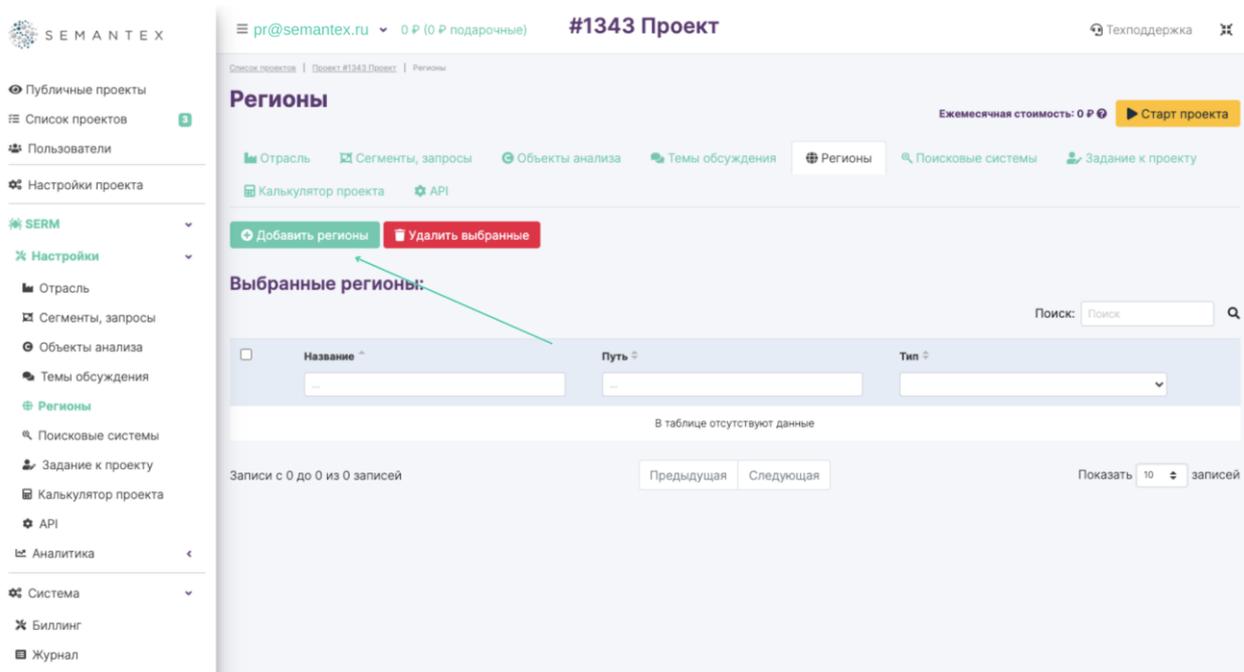
Сохранить

Любую тему можно удалить при необходимости, нажав на соответствующий значок с корзиной напротив.



### 2.3.1.5. Регионы

Следующий важный раздел — “Регионы”. Для добавления параметров по регионам нажмите “Добавить регионы”.



Для добавления регионов нажимаем галочку слева от выбранной области. Найти нужный регион можно с помощью инструмента “Поиск”. После выбора нажимаем “Заккрыть”.

Добавить регионы ✕

Поиск:  🔍

<input type="checkbox"/>	Название ^	Путь ⇅	Тип ⇅
<input type="checkbox"/>	...	...	...
<input type="checkbox"/>	Абакан	Россия / Сибирь / Республика Хакасия	Город
<input type="checkbox"/>	Абхазия	СНГ (исключая Россию)	Страна
<input type="checkbox"/>	Австралия	Австралия и Океания	Страна
<input type="checkbox"/>	Австралия и Океания		Страна
<input type="checkbox"/>	Австрия	Европа	Страна
<input type="checkbox"/>	Азербайджан	СНГ (исключая Россию)	Страна
<input type="checkbox"/>	Азия		Страна
<input type="checkbox"/>	Актау и Мангистауская область	СНГ (исключая Россию) / Казахстан	Регион
<input type="checkbox"/>	Актобе и область	СНГ (исключая Россию) / Казахстан	Регион
<input type="checkbox"/>	Алматы	СНГ (исключая Россию) / Казахстан / Алматы и область	Город

Записи с 1 до 10 из 47 записей

Предыдущая 1 2 3 4 5 ... 48 Следующая зат 10 записей

Заккрыть

Чтобы добавить сразу все регионы, нажмите на галочку в верхней части таблицы.

Добавить регионы ✕

Поиск:  🔍

<input checked="" type="checkbox"/>	Название ^	Путь ⇅	Тип ⇅
<input checked="" type="checkbox"/>	...	...	...
<input checked="" type="checkbox"/>	Абакан	Россия / Сибирь / Республика Хакасия	Город
<input checked="" type="checkbox"/>	Абхазия	СНГ (исключая Россию)	Страна
<input checked="" type="checkbox"/>	Австралия	Австралия и Океания	Страна
<input checked="" type="checkbox"/>	Австралия и Океания		Страна
<input checked="" type="checkbox"/>	Австрия	Европа	Страна

Кроме того, можно выбрать тип ранжирования регионов по странам, округам, регионам, городам, областям. Для этого нажмите в таблице на “Тип” и выберите подходящий вариант.

## Добавить регионы

Поиск:

<input type="checkbox"/>	Название	Путь	Тип
<input type="checkbox"/>	...	...	Страна
<input type="checkbox"/>	Россия		Страна
<input type="checkbox"/>	СНГ (исключая Россию)		Страна
<input type="checkbox"/>	Австралия и Океания		Страна

Детальное изображение выпадающего списка для колонки "Тип":

- ✓ Страна
- Федеральный округ
- Регион
- Город
- Область (без ОЦ)

В любое время какие-то из регионов можно удалить в настройках проекта.

Выбранные регионы:

Поиск:

<input type="checkbox"/>	Название	Путь	Тип	
<input type="checkbox"/>	...	...	Страна	
<input type="checkbox"/>	Россия		Страна	
<input type="checkbox"/>	СНГ (исключая Россию)		Страна	

Записи с 1 до 2 из 2 записей

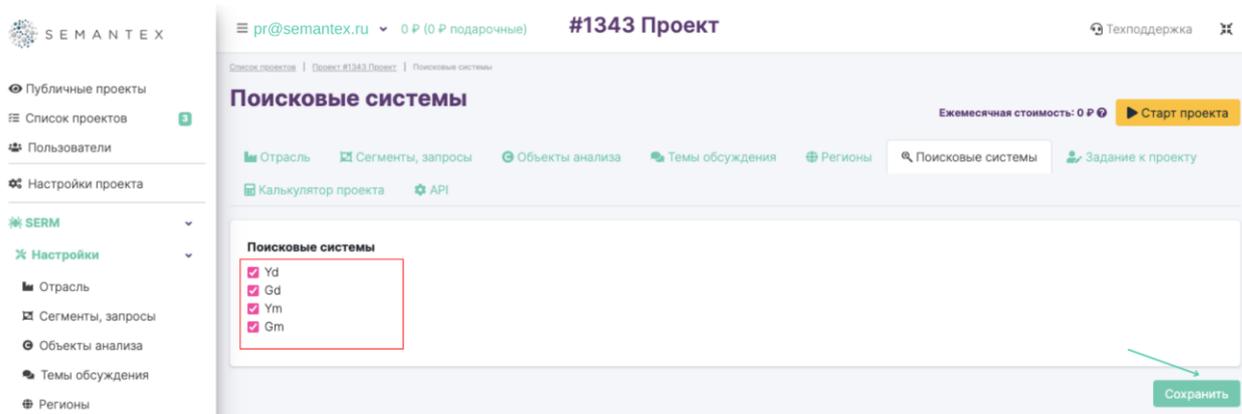
Предыдущая 1 Следующая

Показать 10 записей

### 2.3.1.6. Поисковые системы

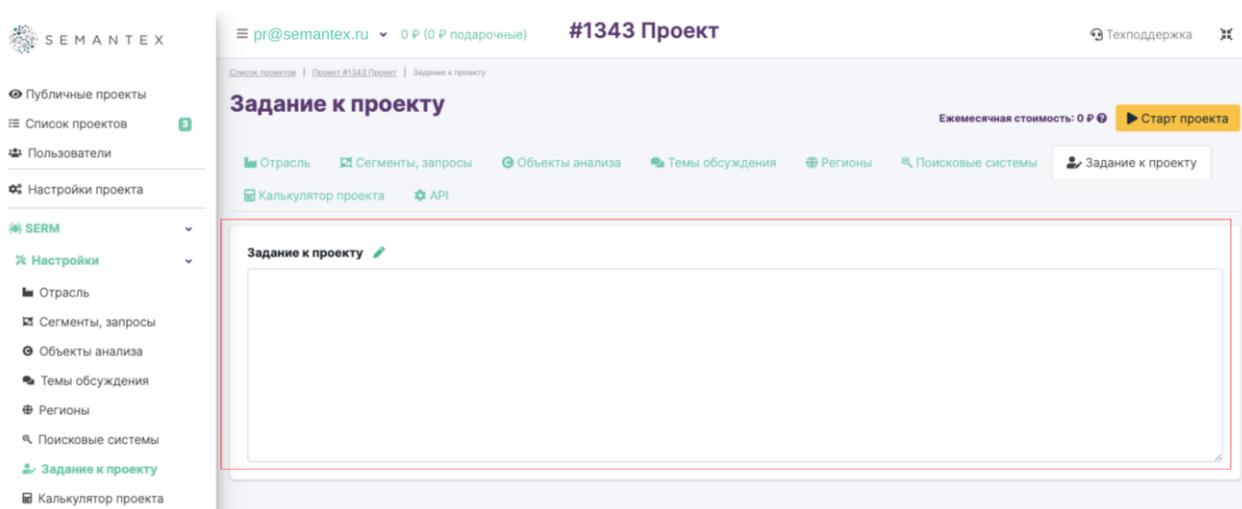
Далее перейдем к разделу “Поисковые системы”. По умолчанию в вашем проекте стоят настройки для анализа систем: Яндекс Desktop, Google Desktop, Яндекс в мобильной версии и Google в мобильной версии. Но вы можете установить галочки напротив тех систем, которые интересны именно в рамках вашего проекта.

Не забываем после внесения изменений нажать кнопку “Сохранить”.

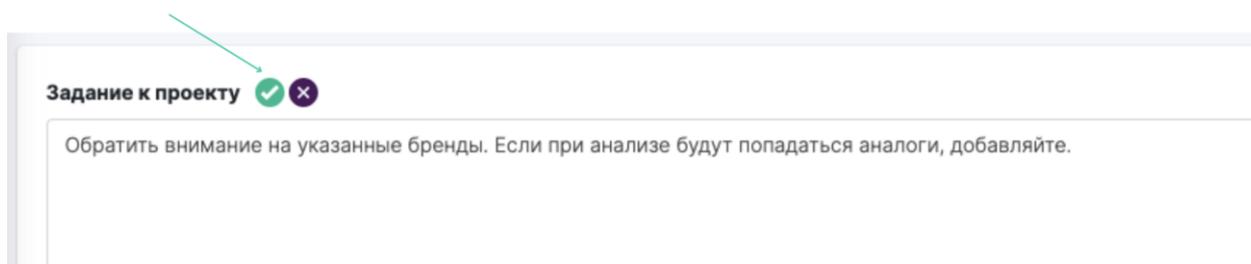


### 2.3.1.7. Задание к проекту

“Задание к проекту” — раздел, где можно оставить дополнительные комментарии/пожелания. Например, какие есть тонкости в специфике вашей ниши и т.д.



Как только комментарий будет готов, нажмите на зеленую галочку.



### 2.3.1.8. Калькулятор проекта

“Калькулятор проекта” — раздел виджетов, с помощью которых можно на основе заданных вами настроек заранее рассчитать бюджет проекта. Обратите внимание, нужен ли вам “Анализ контента Semantex”, или в рамках вашего проекта необходимо посмотреть только поисковую выдачу. Если анализ нужен, то укажите это в параметрах.

The screenshot shows the 'Калькулятор проекта' (Project Calculator) interface. The left sidebar contains navigation options: 'Публичные проекты', 'Список проектов', 'Пользователи', 'Настройки проекта', 'SERM', 'Настройки', 'Отрасль', 'Сегменты, запросы', 'Объекты анализа', 'Темы обсуждения', 'Регионы', 'Поисковые системы', 'Задание к проекту', 'Калькулятор проекта', 'API', 'Аналитика', 'Система', 'Биллинг', and 'Журнал'. The main content area is titled 'Калькулятор бюджета проекта' and includes the following parameters:

- Количество регионов: 1
- Количество запросов: 10
- Количество мониторингов: 1
- Поисковые системы: 4
- Анализ контента Semantex: 1
- Топ позиций для анализа: 10

The summary shows a volume discount of 0% and a total project budget of 14 400 Р. A red box highlights the 'Анализ контента Semantex' and 'Топ позиций для анализа' settings, with a green arrow pointing to the 'Топ позиций для анализа' input field.

The screenshot shows the 'Проект #1343' (Project #1343) interface. The left sidebar is the same as in the previous screenshot. The main content area is titled 'Расписание' (Schedule) and includes a 'Создать' (Create) button. Below the button is a table with the following columns: 'Сервис', 'Периодичность запуска', 'В какой день', 'Статус', 'Последний запуск', and 'Стоимость в месяц'. The table is currently empty, with the text 'В таблице отсутствуют данные' (No data in the table) displayed. At the bottom, there are navigation buttons for 'Предыдущая' (Previous) and 'Следующая' (Next), and a 'Показать 10 записей' (Show 10 records) option. A red box highlights the 'Создать' button, with a green arrow pointing to it.

## 2.3.2. Semantex.ECOM

### 2.3.2.1. Настройки сервиса

После создания проекта, в левом меню появятся два раздела: “Настройки” и “Аналитика”.

The screenshot shows the Semantex interface for a project titled "#1393 Репутация бренда". The left sidebar menu is visible, with "Настройки проекта" (Project Settings) highlighted in a red box. Below it, "ECom" and "Настройки" (Settings) are also visible. The main content area shows the "Редактировать проект" (Edit Project) form. The form includes fields for "Название\*" (Name), "Статус\*" (Status), "Сервисы" (Services) with checkboxes for "ECom" and "SERM", and "Теги" (Tags) with a "Анализ отзывов" (Review Analysis) button. The "Название\*" field contains "Репутация бренда (тест)". The "Статус\*" dropdown is set to "Активный". The "Сервисы" section has "ECom" checked and "SERM" unchecked. The "Теги" section has a text input field and a note: "Задайте теги через запятую." (Specify tags with commas).

В разделе “Настройки проекта” есть подраздел “Товарные предложения”, где необходимо будет внести все параметры по товарам для запуска проекта.

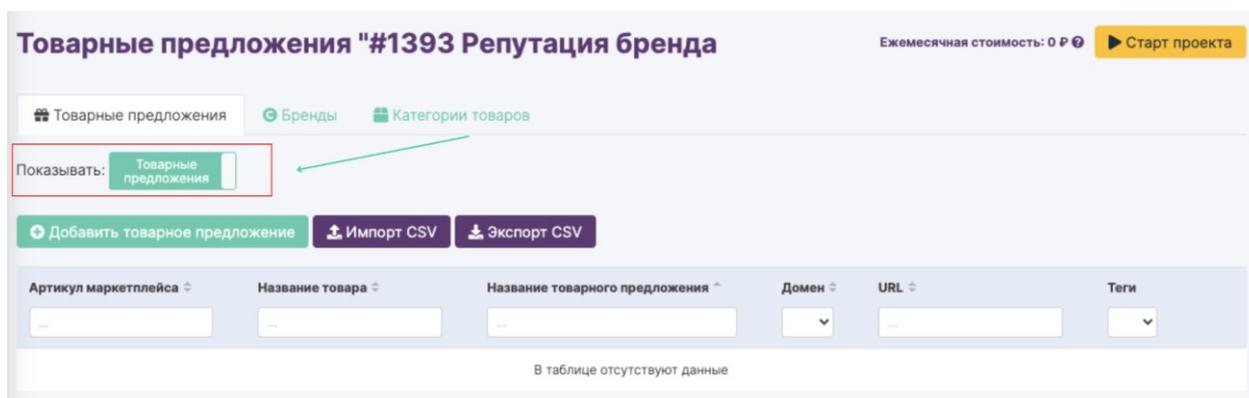
This image shows a close-up of the left sidebar menu. The items "ECom" and "Настройки" (Settings) are visible. A red box highlights the "Товарные предложения" (Product Offers) item, which is located below "Настройки". A green arrow points from the "Настройки" item to the "Товарные предложения" item.

The screenshot shows the "Товарные предложения" (Product Offers) section for the project "#1393 Репутация бренда". The page title is "Товарные предложения '#1393 Репутация бренда'". The monthly cost is "Ежемесячная стоимость: 0 Р" and there is a "Старт проекта" (Start Project) button. The main content area has three tabs: "Товарные предложения" (highlighted in a red box), "Бренды" (Brands), and "Категории товаров" (Product Categories). Below the tabs, there is a "Показывать:" (Show) dropdown set to "Товарные предложения". There are three buttons: "Добавить товарное предложение" (Add Product Offer), "Импорт CSV" (Import CSV), and "Экспорт CSV" (Export CSV). Below these buttons is a table with columns: "Артикул маркетплейса" (Marketplace Article ID), "Название товара" (Product Name), "Название товарного предложения" (Product Offer Name), "Домен" (Domain), "URL", and "Теги" (Tags). The table is currently empty, with the text "В таблице отсутствуют данные" (No data in the table) at the bottom.

### 2.3.2.2. Товарные предложения. Правила

Первое, что предстоит сделать, — добавить информацию по товарам и товарным предложениям. Сделать это можно несколькими способами: загрузка вручную и импорт CSV.

Переключиться между каталогами “Товарные предложения” и “Товары” можно с помощью кнопки под разделами проекта.



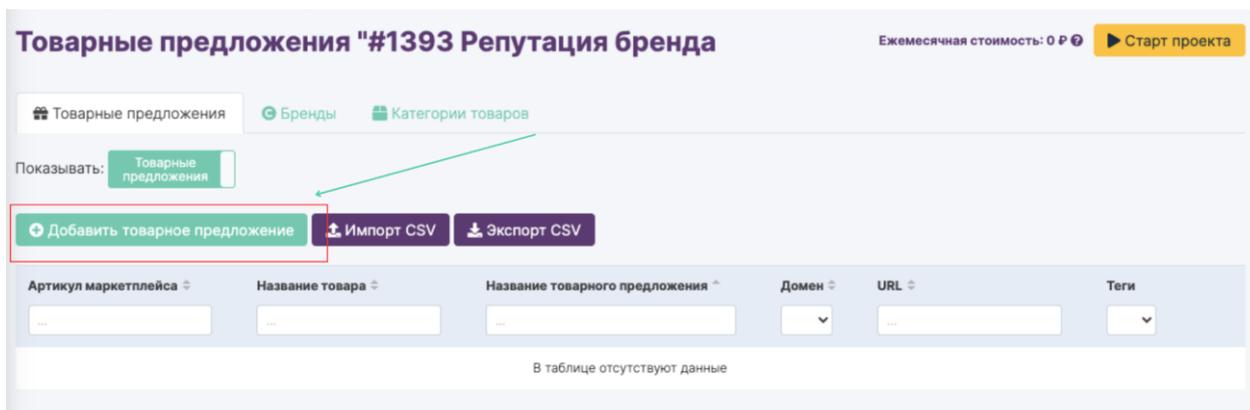
Перед загрузкой товаров, ознакомьтесь с правилами.

Расшифровка параметров:

1. Артикул производителя - вы можете внести артикул товара из внутреннего каталога (не путать с артикулом маркетплейса, артикул маркетплейса сервис забирает автоматически). По данному параметру у вас будет возможность смотреть аналитические данные, т.к. у одного товара может быть несколько товарных предложений на маркетплейсах. Поле не обязательное для заполнения.
2. Название товара - также можете указать название товара из внутреннего каталога (название товарного предложения сервис забирает с маркетплейса), по которому уже можно будет смотреть всю аналитику всех товарных предложений на маркетплейсах. Поле не обязательное для заполнения.
3. URL - ссылка товарного предложения на маркетплейсе. Поле обязательное для заполнения.
4. Бренд - укажите название бренда. Если поле будет не заполнено, сервис заберет название бренда с маркетплейса. Поле не обязательное для заполнения.
5. Категория - тут также можете указать свои любые категории товаров, по которым будет удобно сортировать все товарные предложения в аналитическом отчете. Если категорий несколько, указывайте их через слэш. Если поле будет не заполнено, сервис заберет название бренда с маркетплейса. Поле не обязательное для заполнения.
6. Теги - можете придумать любые теги, по которым есть необходимость объединения группы товарных предложений. Если тегов несколько, то по аналогии с категориями заполняйте их через слэш. Поле не обязательное для заполнения.

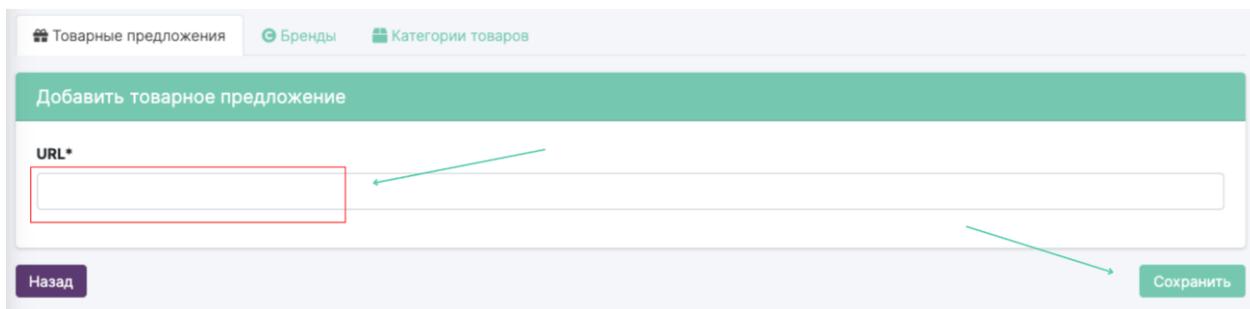
### 2.3.2.3. Создание каталога вручную.

Чтобы создать вручную товарные предложения нажимаем на кнопку “Добавить товарное предложение”.



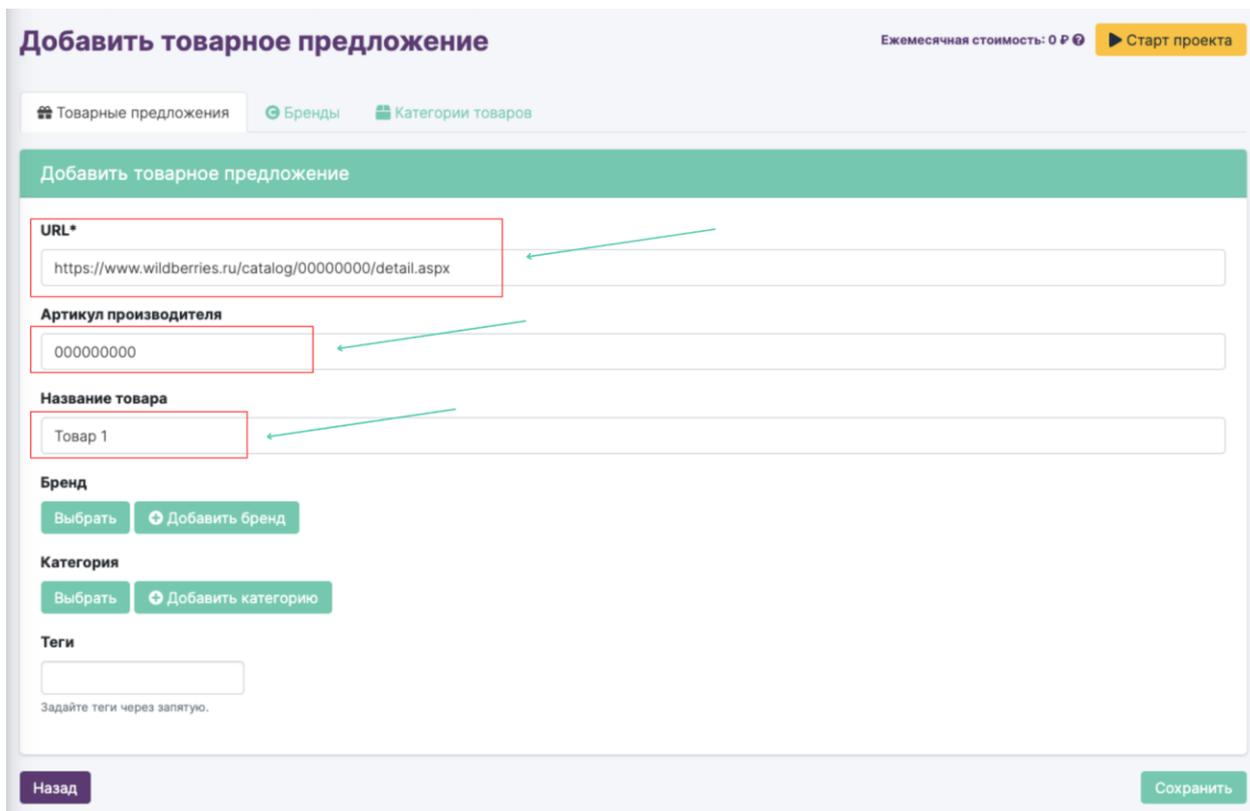
The screenshot shows the main interface for adding product offers. At the top, there's a header with the title "Товарные предложения '#1393 Репутация бренда'" and a sub-header "Ежемесячная стоимость: 0 Р". Below the header, there are navigation tabs for "Товарные предложения", "Бренды", and "Категории товаров". A "Показывать:" dropdown is set to "Товарные предложения". A red box highlights the "Добавить товарное предложение" button, with a green arrow pointing to it from the text above. Other buttons include "Импорт CSV" and "Экспорт CSV". Below these are input fields for "Артикул маркетплейса", "Название товара", "Название товарного предложения", "Домен", "URL", and "Теги". A message at the bottom states "В таблице отсутствуют данные".

Перед нами откроется окно с возможностью добавить URL товарного предложения.



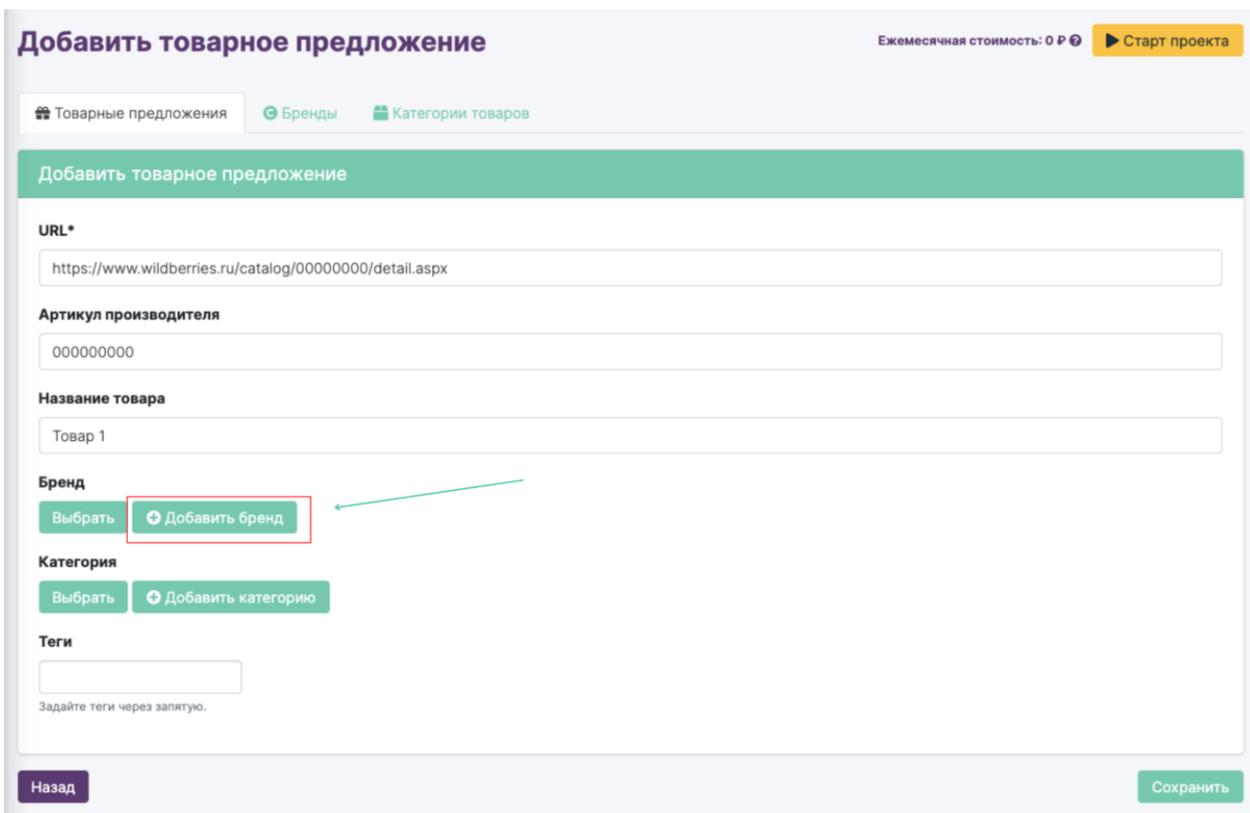
This screenshot shows the "Добавить товарное предложение" form. The "URL\*" field is highlighted with a red box and a green arrow. The "Назад" button is on the left and the "Сохранить" button is on the right.

После добавления URL необходимо в появившемся окне дополнить информацию: внести данные: артикул производителя, название товара, бренд, категория, тэги (если необходимо).



This screenshot shows the "Добавить товарное предложение" form with several fields filled out. The "URL\*" field contains "https://www.wildberries.ru/catalog/00000000/detail.aspx", the "Артикул производителя" field contains "00000000", and the "Название товара" field contains "Товар 1". There are also sections for "Бренд" and "Категория" with "Выбрать" and "Добавить" buttons. The "Теги" field is empty with a note "Задайте теги через запятую." The "Назад" and "Сохранить" buttons are at the bottom.

Если вы впервые создаете проект, то необходимо внести данные о бренде. Для этого нажмите на кнопку “Добавить бренд”.



**Добавить товарное предложение** Ежемесячная стоимость: 0 Р ▶ Старт проекта

Товарные предложения **Бренды** Категории товаров

Добавить товарное предложение

**URL\***

**Артикул производителя**

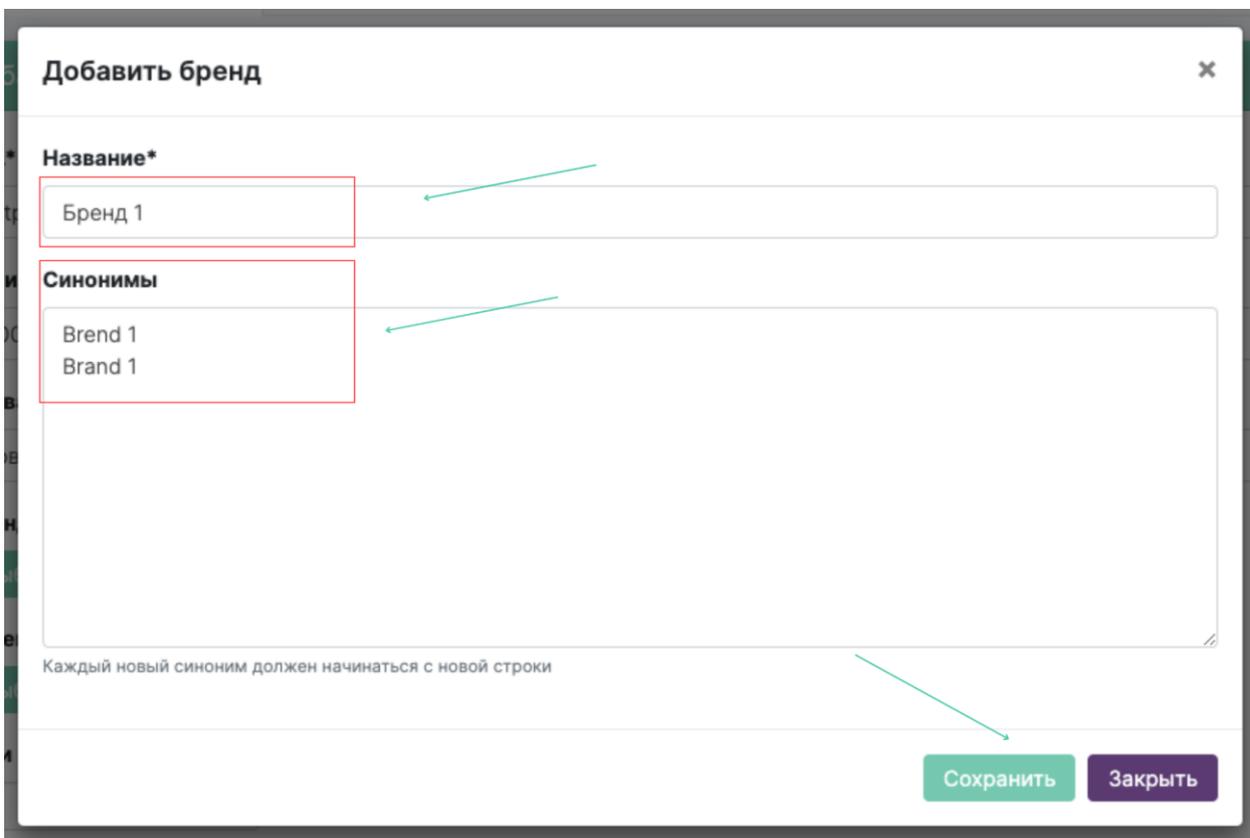
**Название товара**

**Бренд**

**Категория**

**Теги**  
  
Задайте теги через запятую.

В появившемся окне введите название вашего бренда, после чего нажмите “Сохранить”. В будущем у вас уже будет сохранена библиотека брендов.



**Добавить бренд** ✕

**Название\***

**Синонимы**

Каждый новый синоним должен начинаться с новой строки

Если брендов несколько, то добавить можно все без ограничений, повторив алгоритм, указанный выше. Чтобы выбрать бренд из имеющихся нажмите на кнопку “Выбрать”.

URL\*

Артикул производителя

Название товара

Бренд  
Бренд 1

В появившемся окне нажмите “Выбрать” слева от нужного бренда и нажмите “Закреть”.

### Выберите бренд

Поиск:

Название бренда ^	Синонимы ^
<input type="text" value="..."/>	<input type="text" value="..."/>
<input type="button" value="Выбрать"/> Бренд 1	Brand 1
<input type="button" value="Выбрать"/> Бренд 2	Brand 2
<input type="button" value="Выбрать"/> Бренд 3	Brand 3

Записи с 1 до 3 из 3 записей

Показать  записей

Далее необходимо добавить или выбрать категорию. Для добавления категории нажмите “Добавить категорию”.

Бренд  
Бренд 1

Категория

В появившемся окне выберите “Родительский раздел”. Для этого нажмите на стрелку справа.

Добавить категорию

Родительский раздел

-----

Название\*

Сохранить Закрыть

Далее выберите из выпадающего списка нужную вам категорию.

Добавить категорию

Родительский раздел

-----

✓ Аксессуары

- Аксессуары для обуви
- Аксессуары для стирки
- Аромалампы
- Ароматизаторы для шкафа
- Ароматические диффузоры
- Ароматы для дома
- БАД
- БАД аминокислота
- БАД для вен и сосудов
- БАД для женщин
- БАД для коррекции веса
- БАД для костей и суставов
- БАД для мужчин
- БАД для пищеварительного тракта и обмена веществ
- БАД для повышения умственной активности
- БАД рыбий жир и омега

Сохранить Закрыть

Укажите название категории и нажмите “Сохранить”.

Добавить категорию

Родительский раздел

Аксессуары

Название\*

Товары для дома

Сохранить Закрыть

Если категорий несколько, то можете добавить каждую, повторив алгоритм, описанный выше, и потом выбрать нужную для определенного товарного предложения. Для этого нажмите “Выбрать”.

## Бренд

Бренд 1

Выбрать

+ Добавить бренд

## Категория

Товары для дома

Выбрать

+ Добавить категорию

В появившемся окне нажмите “Выбрать” слева от категории, подходящей под ваше товарное предложение, и нажмите “Закреть”.

### Выберите категорию

×

Поиск:

🔍

Путь	Название категории
Аксессуары	Товары для ванной
Аксессуары	Товары для дома
Аксессуары	Товары для кухни

Выбрать

Выбрать

Выбрать

Записи с 1 до 3 из 3 записей

Предыдущая

1

Следующая

Показать  записей

Закреть

Далее добавьте тэги к своему товарному предложению (если необходимо) и нажмите “Сохранить”.

Артикул производителя

Название товара

Бренд  
Бренд 1

Категория  
Товары для дома

Теги  
   
Задайте теги через запятую.

Все товарные предложения вы можете редактировать с помощью кнопки в строке напротив.

Артикул маркетплейса	Название товара	Название товарного предложения	Домен	URL	Теги
123456789	Товар 2	кресло гамак подвесное с подушкой и креплением	wildberries.ru	https://wildberries.ru/catalog/	 
123456789	Товар 1	Кресло качели гамак подвесные садовые для дачи	wildberries.ru	https://wildberries.ru/catalog/	 
123456789	Товар 3	Подвесные качели гамак для дома и улицы	wildberries.ru	https://wildberries.ru/catalog/	 

Записи с 1 до 3 из 3 записей

Предыдущая 1 Следующая

Показать 10 записей

После внесения изменений не забудьте нажать “Сохранить”.

Товарные предложения | Бренды | Категории товаров

### Редактировать товарное предложение

**Наименование товарного предложения**

**URL\***

**Товар\***

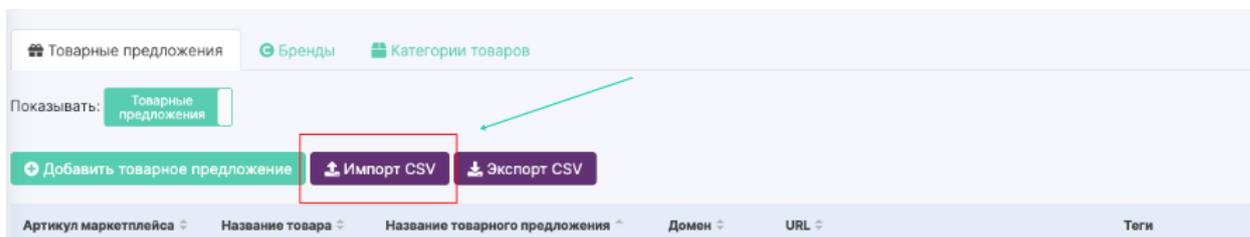
[Назад](#) [Сохранить](#)

Все товарные предложения вы можете удалять с помощью кнопки в строке напротив.

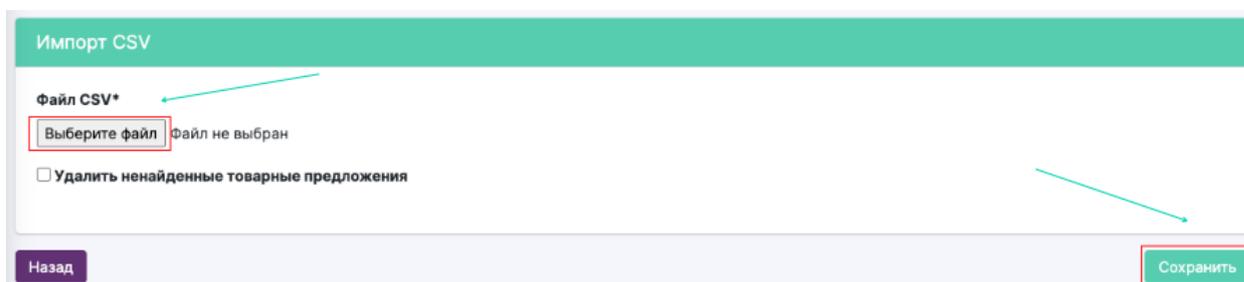
Артикул маркетплейса	Название товара	Название товарного предложения	Домен	URL	Теги
123456789	Товар 2	кресло гамак подвесное с подушкой и креплением	wildberries.ru	https://wildberries.ru/catalog/	 
123456789	Товар 1	Кресло качели гамак подвесные садовые для дачи	wildberries.ru	https://wildberries.ru/catalog/	 
123456789	Товар 3	Подвесные качели гамак для дома и улицы	wildberries.ru	https://wildberries.ru/catalog/	 

### 2.3.2.4. Импорт товарных предложений

Загрузить товарные предложения можно с помощью импорта CSV-файла. Для этого нажмите на кнопку “Импорт CSV”.



Выберите файл для загрузки и нажмите “Сохранить”. В будущем если вы будете загружать обновленный файл с актуальными позициями, можно воспользоваться функцией “Удалить ненайденные товарные предложения”, нажав на галочку слева.

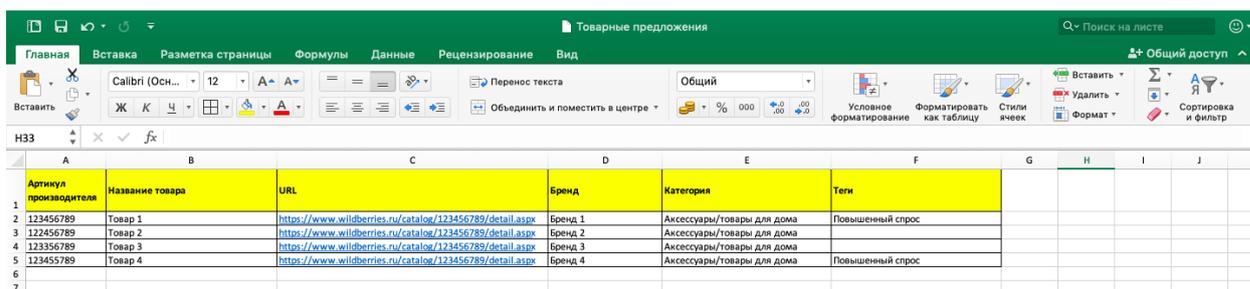


Импорт из формата CSV-файла с колонками, расположенными в любой последовательности. Идентификация колонки проводится по ее имени (без учета регистра).

Файл для загрузки должен содержать колонки:

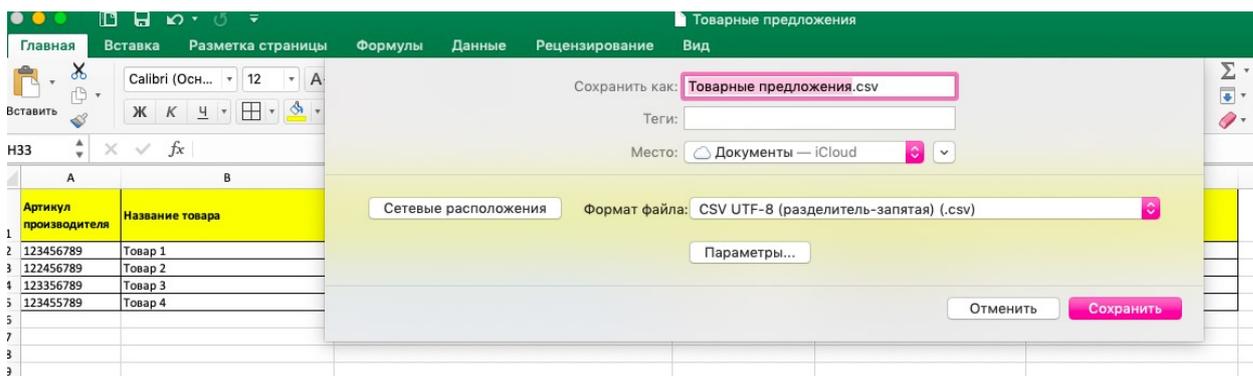
- Артикул производителя
- Название товара
- URL - обязательный параметр
- Бренд
- Категория
- Теги - можно указать несколько тегов разделяя их /

В колонке "Категория" указывается полный путь через /, пробелы перед и после / игнорируются. Файл может содержать только одну колонку URL, каталог будет загружен на основании данных с маркетплейсов.

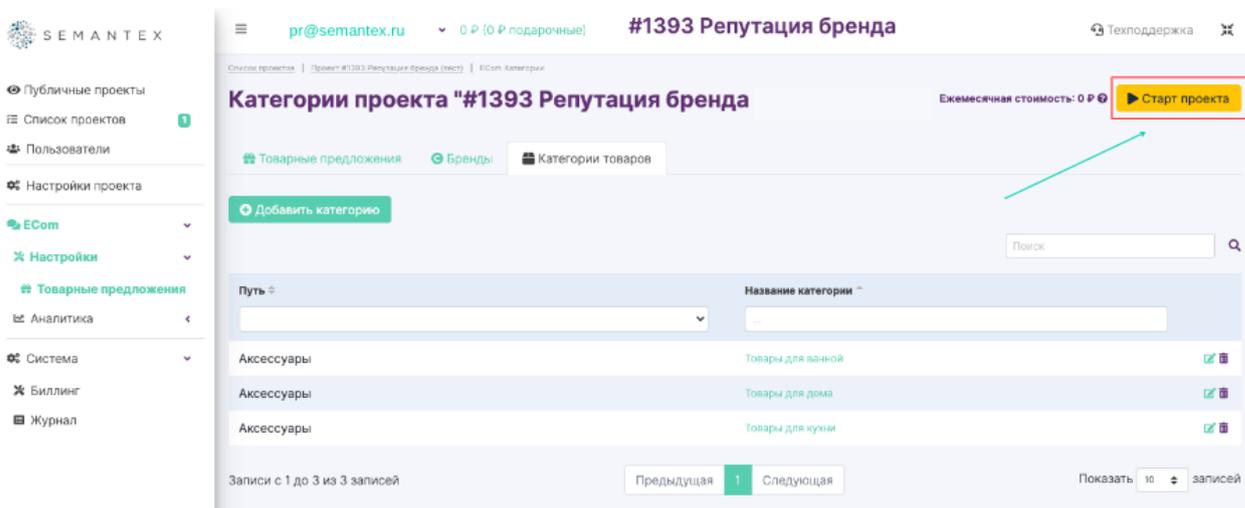


Артикул производителя	Название товара	URL	Бренд	Категория	Теги
123456789	Товар 1	<a href="https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx">https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx</a>	Бренд 1	Аксессуары/товары для дома	Повышенный спрос
123456789	Товар 2	<a href="https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx">https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx</a>	Бренд 2	Аксессуары/товары для дома	
123456789	Товар 3	<a href="https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx">https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx</a>	Бренд 3	Аксессуары/товары для дома	
123456789	Товар 4	<a href="https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx">https://www.wildberries.ru/catalog/123456789/detail.aspx</a>	Бренд 4	Аксессуары/товары для дома	Повышенный спрос

Сохраните готовый файл в формате CSV UTF-8 (разделитель-запятая) (.csv).



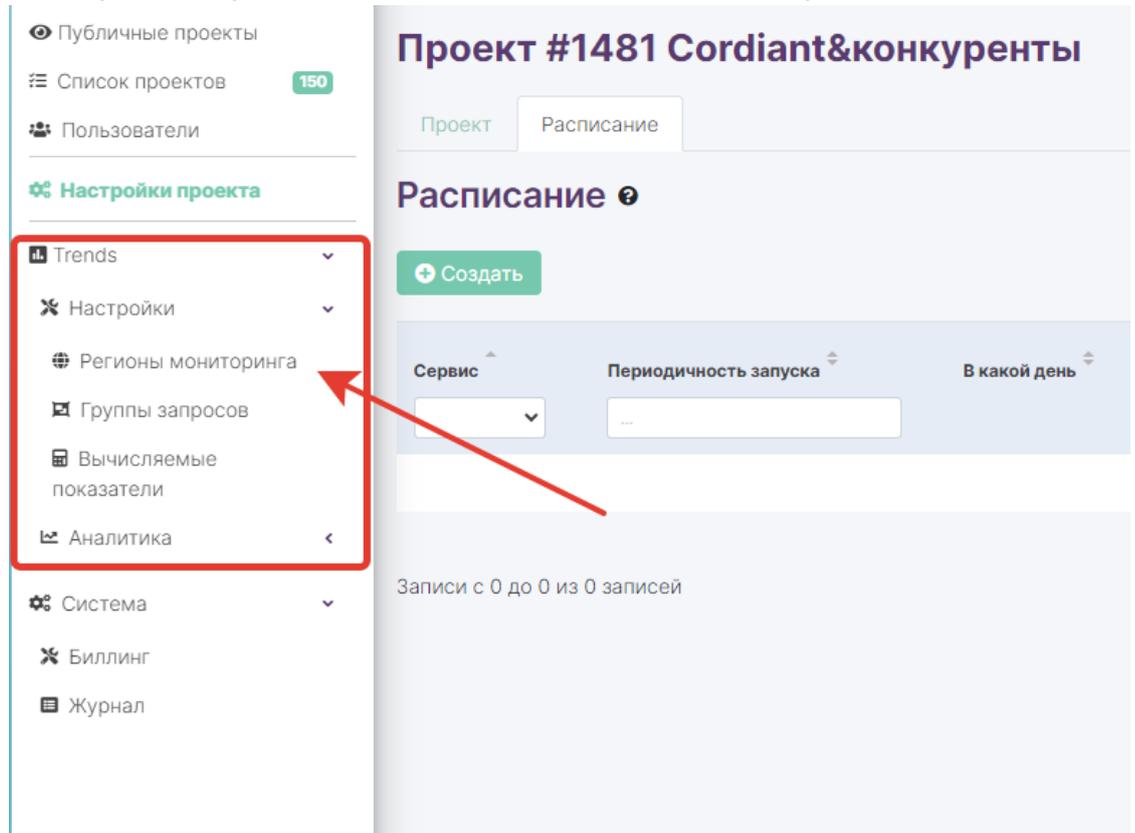
После создания каталога товаров, можно перейти к созданию расписания (см. раздел “Расписание”), после чего проект готов к запуску. Для перехода в раздел расписания проекта нажмите на кнопку “Старт проекта”.



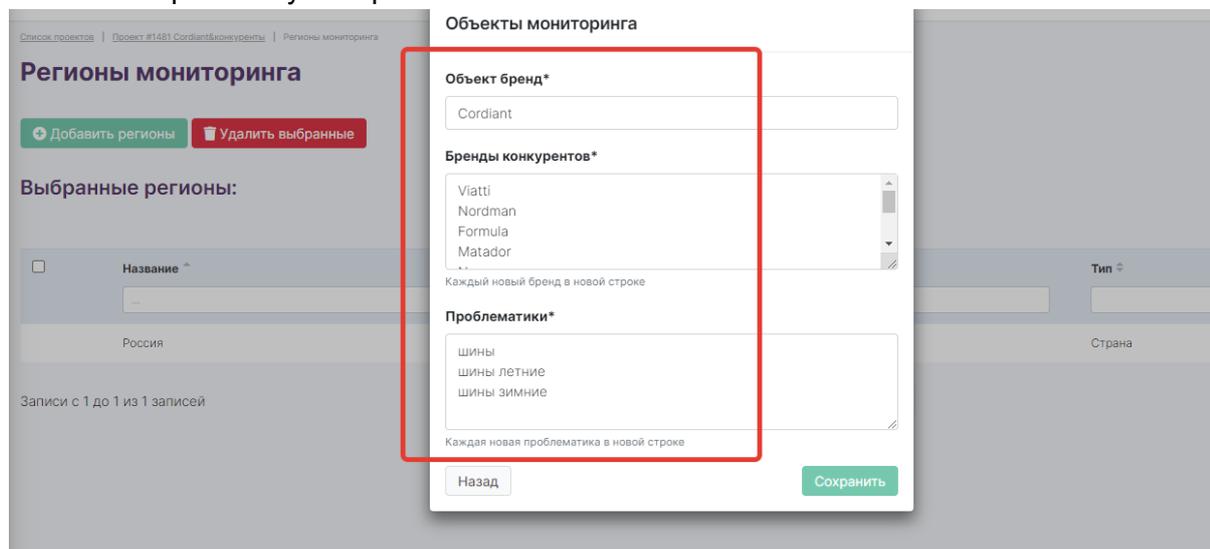
### 2.3.3. Semantex.TRENDS

#### 2.3.3.1. Общие настройки.

В настройках сервиса Semantex.TRENDS есть несколько разделов.

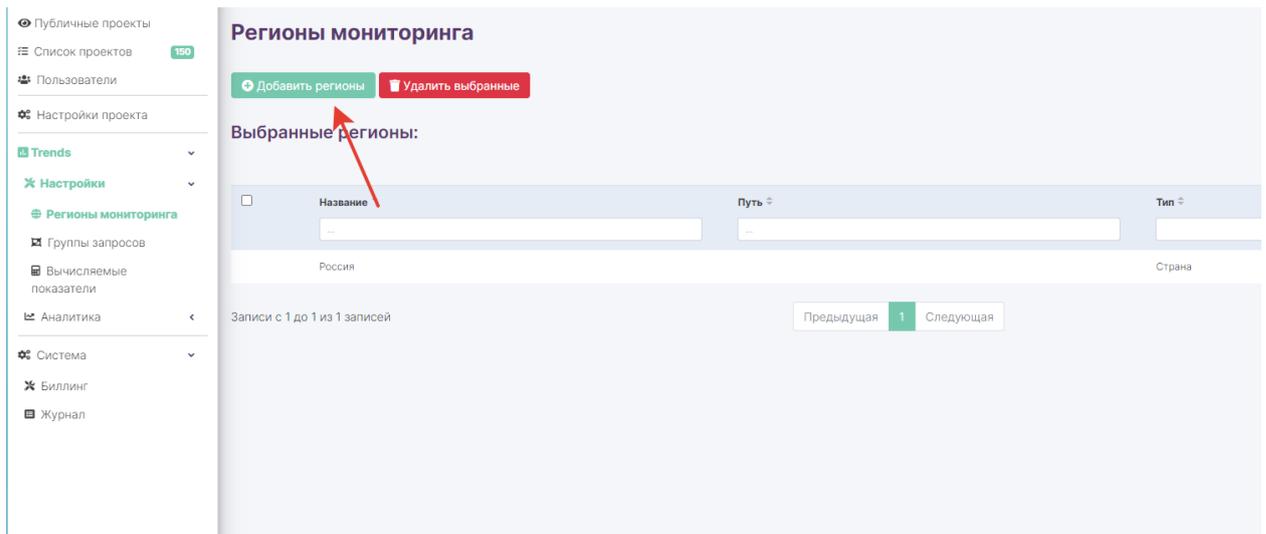


При клике на первый подраздел откроется окно, где необходимо ввести основные параметры. Сервис сам настроит шаблон настроек по заданным параметрам с последующей возможностью редактирования. Допустим, мы хотим проанализировать спрос по шинам. В первой строке указываем наш главный объект анализа (к примеру, бренд Cordiant). Далее указываем бренды конкурентов. В последнем поле указываем тематику/проблематику. Не забываем про кнопку «сохранить».

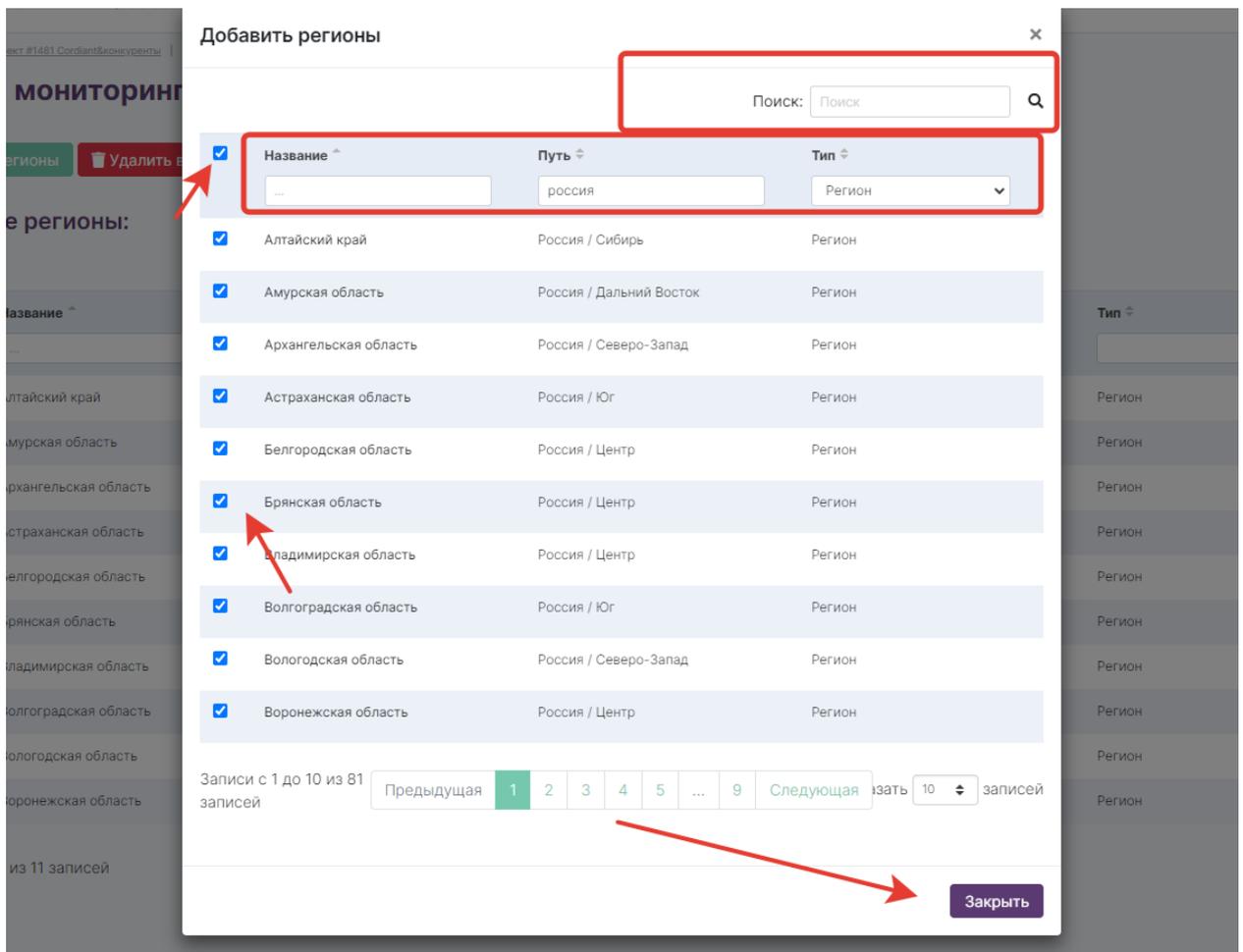


### 2.3.3.2. Регионы мониторинга

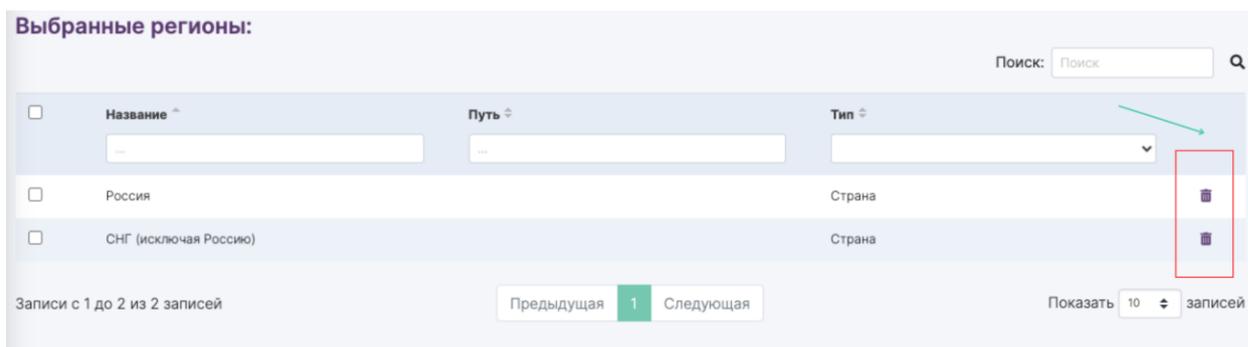
Для добавления параметров по регионам нажмите “Добавить регионы”.



Для добавления регионов нажимаем галочку слева от выбранной области, либо галочку сверху в шапке таблицы для выбора всех регионов. Также в шапке таблицы можно использовать фильтры «Путь» и «Тип». Помимо этого, найти нужный регион можно с помощью инструмента “Поиск”. После выбора регионов нажимаем “Закреть”.



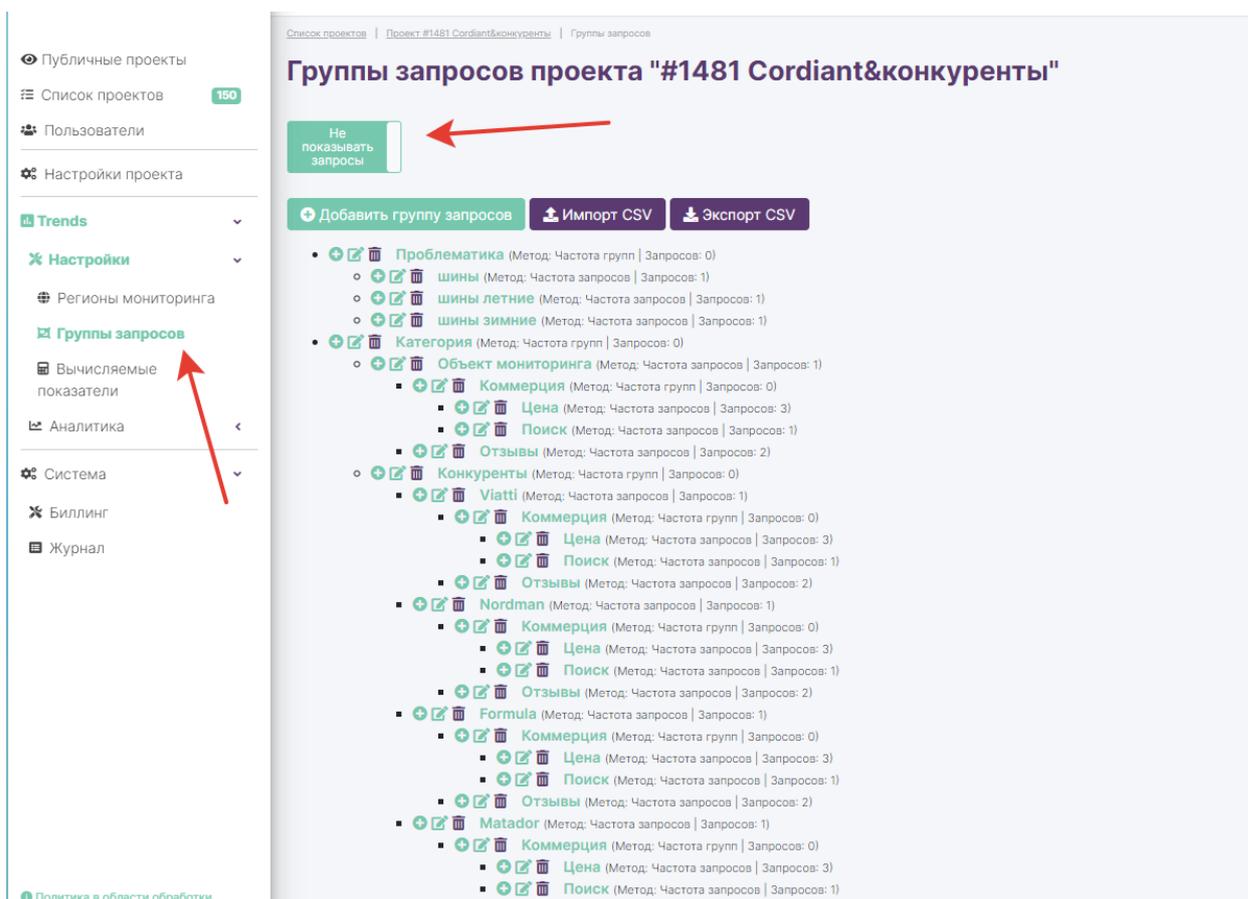
В любое время какие-то из регионов можно удалить в настройках проекта.



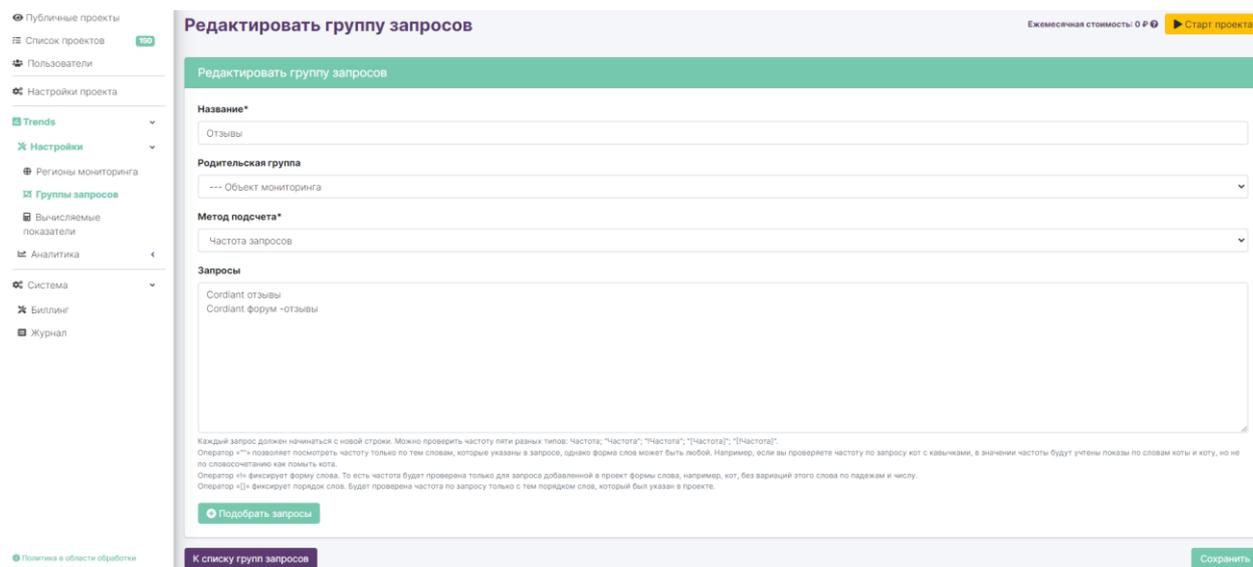
### 2.3.3.3. Группы запросов

Для удобства пользователей в проекте автоматически создается начальная иерархия групп для добавления запросов.

Но вы можете добавить свои любые группы запросов и далее под них создать вычисляемые показатели.



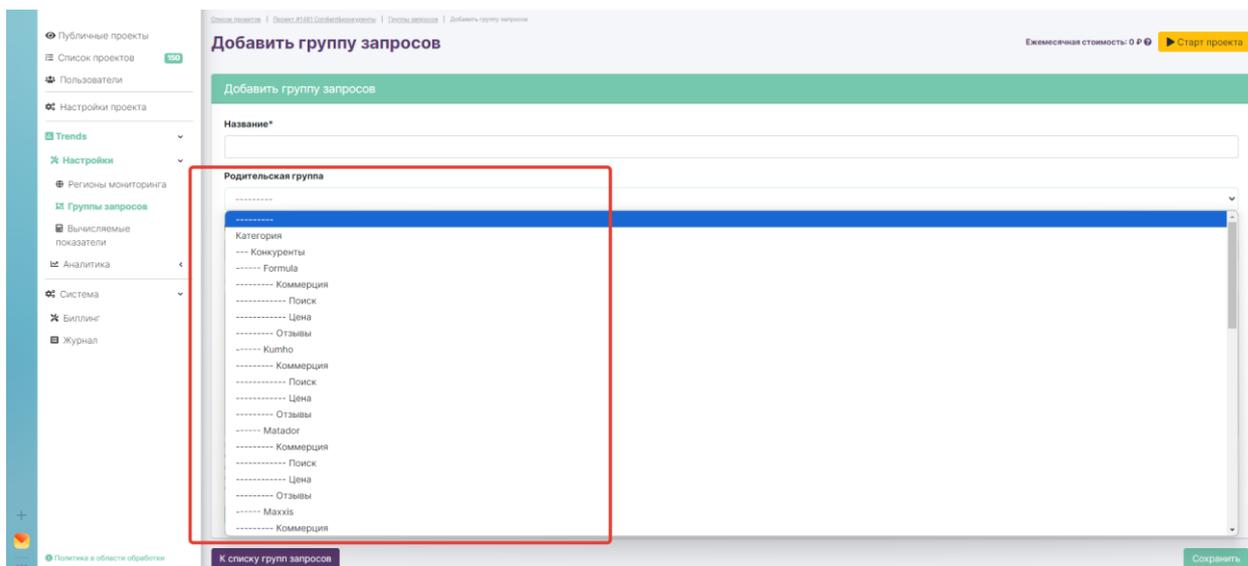
Все созданные группы можно редактировать.



Основные правила при создании группы запросов

Название группы	Назначение группы / правила для добавления поисковых запросов	Пример / запросы
Проблематика	Верхнеуровневая группа, объединяющая все группы с запросами по различным проблематикам.  <b>В группу не должны добавляться запросы по проблематике. Все запросы в дочерних группах</b>	
Проблематика / <проблематика X>	Группа объединяющая все запросы по проблематике X, которую добавил пользователь на этапе задания начальных настроек проекта  <b>В группу добавляются все запросы по проблематике X</b>	Шины  Шины зимние  Шины летние
Категория	Верхнеуровневая группа, объединяющая все группы с запросами по объекту мониторинга и конкурентам  <b>В группу не должны добавляться запросы. Все запросы в дочерних группах</b>	
Объект мониторинга	Группа, содержащая запросы по объекту мониторинга.	Cordiant  Кордиант

	<p>В эту группу нужно добавлять все запросы, связанные с объектом мониторинга (все написания бренда)</p>	
Коммерция	<p>Группа, объединяющая запросы, связанные с поиском объекта мониторинга или конкурента, а также их ценовые запросы</p> <p>В группу не должны добавляться запросы. Все запросы в дочерних группах</p>	
Поиск	<p>Группа, объединяющая запросы, связанные с поиском объекта мониторинга или конкурента</p> <p>В эту группу нужно добавлять все запросы, связанные с объектом мониторинга (все написания бренда) + словом "купить"</p>	Cordiant купить -цена
Цена	<p>Группа, объединяющая запросы, связанные с поиском цен на объект мониторинга или конкурента</p> <p>В эту группу нужно добавлять все запросы, связанные с объектом мониторинга (все написания бренда) + словами "цена"/"дешево"/"стоит"</p>	<p>Cordiant цена</p> <p>Cordiant дешево</p> <p>Cordiant стоит -цена</p>
Отзывы	<p>Группа, объединяющая запросы, связанные с поиском отзывов на объект мониторинга или конкурента</p> <p>В эту группу нужно добавлять все запросы, связанные с объектом мониторинга (все написания бренда) + словами "отзывы"/"форум"</p>	<p>Cordiant отзывы</p> <p>Cordiant форум -отзывы</p>

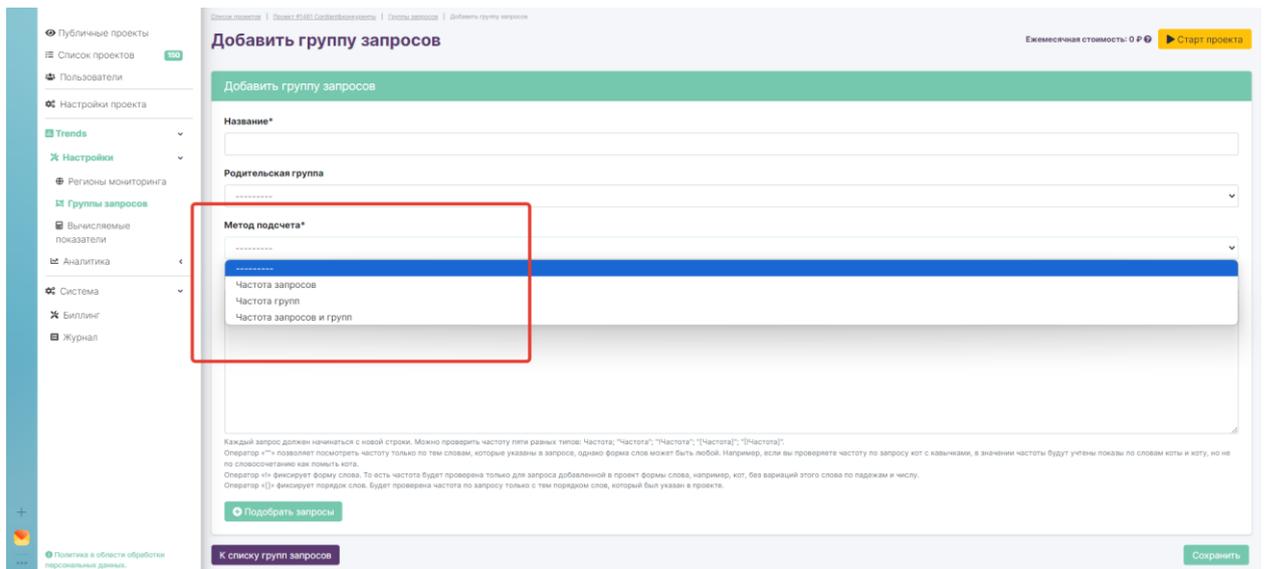


## Добавление запросов в группы

В созданные группы в соответствии с таблицей необходимо добавить запросы или корректировать запросы, которые созданы в этих группах при начальной настройке проекта.

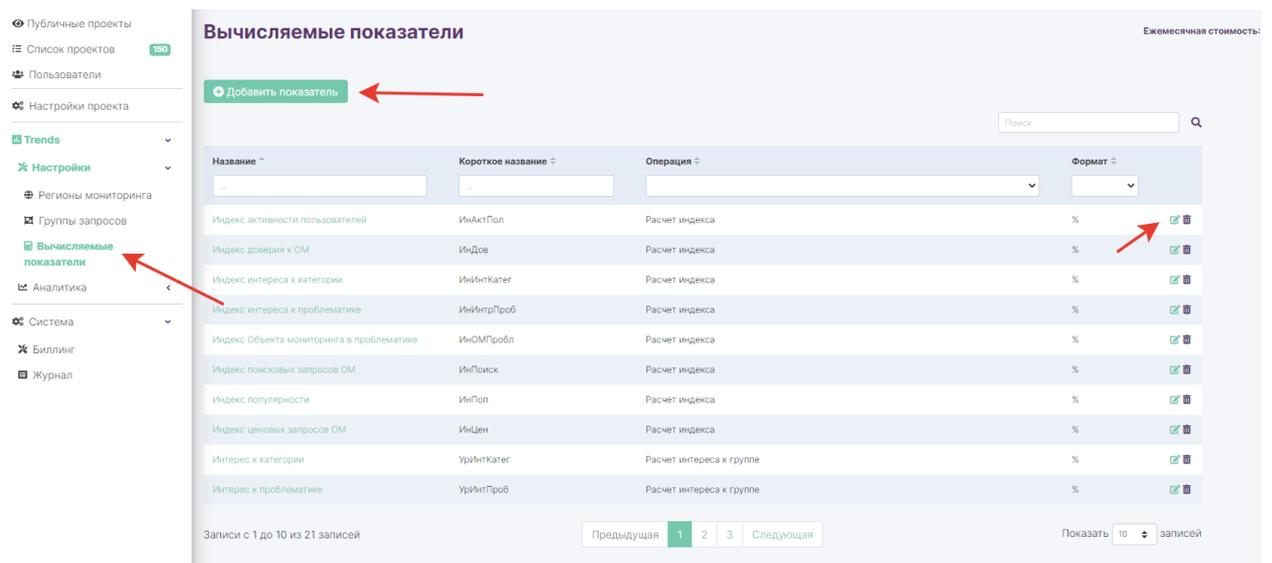
Будьте внимательны при выборе значения поля "Метод подсчета", который указывает каким образом будет рассчитываться частота группы:

- **Частота запросов** - частота запросов группы будет рассчитываться как сумма частот всех запросов, входящих в группу. Например, в группе «Отзывы» 2 запроса: <бренд> отзывы (1000) и <бренд> форум -отзыв (230). Частота группы определяется как сумма частот запросов =  $1000 + 230 = 1230$
- **Частота групп** - частота запросов группы определяется как сумма частот дочерних групп. Например, в группе «Коммерция» есть 2 дочерние группы «Цена» (260) и «Поиск» (400). При задании метода расчета "Частота групп" частота запросов в группе Коммерция будет равна сумме частот "дочек" =  $260 + 400 = 660$
- **Частота запросов и групп** - частота запросов группы равна сумме частот запросов этой группы и сумме частот запросов в дочерних группах



### 2.3.3.4. Вычисляемые показатели

Сервис уже предлагает вам шаблонные вычисляемые показатели. Можно изучить описание и настройки каждого показателя, нажав на «карандаш» справа. Вы можете создать любой вычисляемый показатель самостоятельно, нажав на кнопку сверху «добавить показатель»



При начальной настройке проекта сервис предлагает следующие вычисляемые показатели:

#	Идентификатор	Описание
Группа показателей, связанная с активностью пользователей		
1	Население	Население в регионе
2	Интернет запросы	Количество интернет запросов в регионе
3	УрАктПол	Уровень активности пользователей - это отношение всех интернет запросов в регионе к населению в регионе. Фактически это среднее количество интернет запросов в месяц на одного человека.
4	ИнАктПол	Индекс активности пользователя - это отношение уровня активности пользователя в регионе к уровню активности пользователей в среднем по России.
Показатели проблематики		
5	УрИнтПроб	Уровень интереса к проблематике определяется долей количества запросов по проблематике в регионе во всех интернет запросах в регионе.
6	ИнИнтПроб	Индекс интереса к проблематике в регионе определяется отношением уровня интереса к проблематике в регионе к уровню интереса к проблематике в России.
Показатели категории		
7	УрИнтКатег	Уровень интереса к категории определяется долей количества запросов по категории (<объект мониторинга> и <объекты конкурентов>) в регионе к количеству всех интернет запросов в регионе.
8	ИнИнтКатег	Индекс интереса к категории в регионе определяется отношением уровня интереса в регионе к уровню интереса в России.
Показатели объекта мониторинга		
9	УрПоп	Уровень популярности объекта мониторинга (ОМ) в категории определяется долей запросов <объект мониторинга> в запросах всей категории (<объект мониторинга> и <объекты конкурентов>) в этом регионе.

10	УрПоиск	Уровень поисковых запросов объекта мониторинга (ОМ) определяется долей запросов <объект мониторинга + поиск> в запросах <объект мониторинга> в этом регионе.
11	УрЦен	Уровень ценовых запросов объекта мониторинга (ОМ) определяется долей запросов <объект мониторинга + цена> в запросах <объект мониторинга> в этом регионе.
12	УрДов	Доверие к объекту мониторинга (ОМ), связано с количеством запросов <объект мониторинг + отзывы>. Чем меньше таких запросов - тем выше доверие. Уровень доверия (УрДов) рассчитывается по формуле $= 1 - \frac{\text{объект мониторинг + отзывы}}{\text{объект мониторинга}}$ .
13	УрОМПроб	Уровень запросов объекта мониторинга (ОМ) в проблематике определяется отношением запросов объекта мониторинга к запросам проблематики.
14	ИнПоп	Индекс популярности объекта мониторинга - это отношение уровня популярности (УрПоп) в регионе к уровню популярности объекта мониторинга (ОМ) в среднем по России.
15	ИнПоиск	Индекс поисковых запросов объекта мониторинга (ОМ) - это отношение уровня поисковых запросов объекта мониторинга (ОМ) (УрПоиск) в регионе к уровню поисковых запросов и объекта мониторинга в среднем по России.
16	ИнЦен	Индекс ценовых запросов объекта мониторинга (ОМ) - это отношение уровня ценовых запросов объекта мониторинга (УрЦен) в регионе к уровню ценовых запросов и объекта мониторинга (ОМ) в среднем по России.
17	ИнДов	Индекс доверия к объекту мониторинга (ОМ) - это отношение уровня доверия (УрДов) в регионе к уровню доверия объекта мониторинга (ОМ) в среднем по России.
18	ИнОМПроб	Индекс объекта мониторинга (ОМ) в проблематике - это отношение уровня запросов объекта мониторинга (ОМ) в проблематике в регионе к уровню запросов объекта мониторинга (ОМ) в проблематике в среднем по России.
Усредненные показатели конкурентов		
19	УрПоискКон	Средний уровень поисковых запросов конкурентов
20	УрЦенКон	Средний уровень ценовых запросов конкурентов
21	УрДовКон	Средний уровень доверия конкурентов

## Создание вычисляемых показателей

The screenshot shows the 'SEMANTEX' interface for adding a metric. The form has the following fields:

- Название\***: Text input field.
- Краткое название\***: Text input field.
- Используется в названии словески в отчёте**: A small note below the short name field.
- Операции\***: A dropdown menu with the selected option 'Отношение группы А к группе В'.
- А\***: Text input field.
- В\***: Text input field.
- Результат в формате\***: A dropdown menu with the selected option '%'. Below it, there is a small green checkmark icon.
- Краткое описание**: A large text area for describing the metric.

At the bottom of the form, there are 'Назад' (Back) and 'Сохранить' (Save) buttons. A footer note reads: 'Помощь в области обработки персональных данных.'

При создании вычисляемых показателей необходимо изучить доступные операции:

Операция	Описание	Когда используется
Отношение группы А к группе Б	Отношение частоты группы запросов, выбранной в поле "Группа А" к частоте группы запросов, выбранной в поле "Группа В".  Формат %	Используется для поиска доли частоты одних запросов в частоте других. Например, найти долю запросов бренда в запросах всей категории
Расчет индекса	Выбор предрасчетного показателя из списка показателей по умолчанию. Список соответствует списку показателей в таблице выше  Формат %	
Расчет интереса к группе	Отношение частоты запросов группы в поле "Группа А" к	Используется для поиска интереса к группе запросов относительно всех запросов в интернете (доля запросов

	<p>частоте всех интернет запросов.</p> <p>Формат %</p>	<p>группы в общем объеме всех запросов)</p>
<p>Отношение сумм групп А к сумме групп В</p>	<p>Отношение сум частот групп запросов, выбранных в поле "Группа А" к сумме частот группы запросов, выбранных в поле "Группа В".</p> <p>Формат %</p>	
<p>Отношение вычисляемого показателя А к вычисляемому показателю В</p>	<p>Отношение ранее определенного показателя, выбранного в поле "Группа А" к другому ранее определенному показателю в поле "Группа В"</p>	<p>Используется для поиска отношений ранее определенных показателей (вычисляемых полей)</p>
<p>Население</p>	<p>Население в каждом из выбранных регионов</p>	
<p>Количество интернет запросов в регионе</p>	<p>Частота всех интернет запросов в выбранных регионах</p>	
<p>Инверсия отношений сумм групп А к суммам групп В</p>	<p>Отношение сум частот групп запросов, выбранных в поле "Группа В" к сумме частот группы запросов, выбранных в поле "Группа А".</p> <p>Формат %</p>	<p>Используется для поиск обратного отношения сумм частот двух групп запросов.</p>



### 3.1.1.2. Раздел отчета «Топ ресурсы»

Позиция сайта в списке результатов поиска дает нам возможность прогнозировать трафик и составить собственные рейтинги ресурсов, которые наглядно демонстрируют, как распределяются посещения между сайтами с учетом особенностей алгоритмов сразу нескольких поисковых систем.

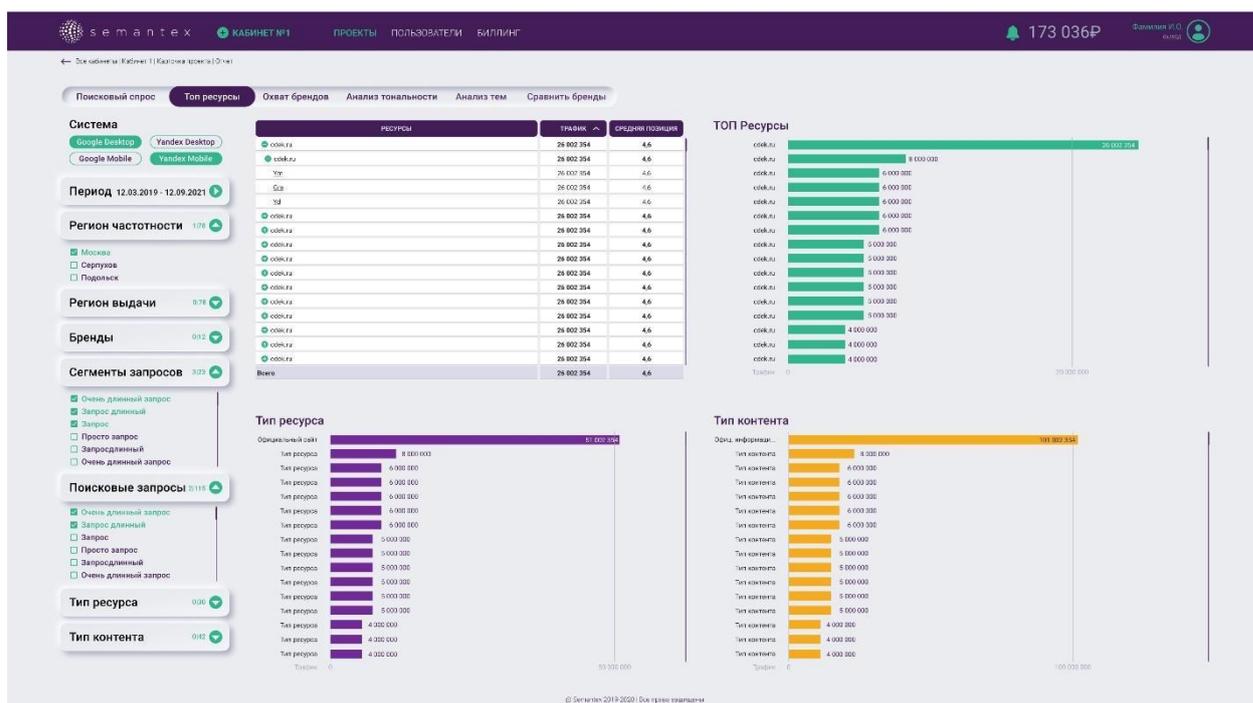
Шкала CTR для прогноза трафика:

Позиция	CTR	Позиция	CTR	Позиция	CTR
ТОП		ТОП		ТОП	
1	0,4637	11	0,0259	21	0,0104
2	0,2943	12	0,0165	22	0,0066
3	0,1981	13	0,0111	23	0,0045
4	0,1745	14	0,0098	24	0,0039
5	0,1488	15	0,0083	25	0,0033
6	0,1337	16	0,0075	26	0,003
7	0,1285	17	0,0072	27	0,0029
8	0,1035	18	0,0058	28	0,0023
9	0,0906	19	0,0051	29	0,002
10	0,1165	20	0,0065	30	0,0026

В разделе отчета “Топ ресурсы вы увидите три рейтинга:

- Рейтинг ресурсов;
- Рейтинг типов ресурса в выдаче;
- Рейтинг типов контента.

Эта часть аналитики помогает понять, какие ресурсы занимают самые высокие позиции в ТОПе поисковых систем, какой объем трафика приходится на эти ресурсы и какой тип контента чаще всего посещают пользователи при поиске информации.



### 3.1.1.3. Раздел отчета «Охват брендов»

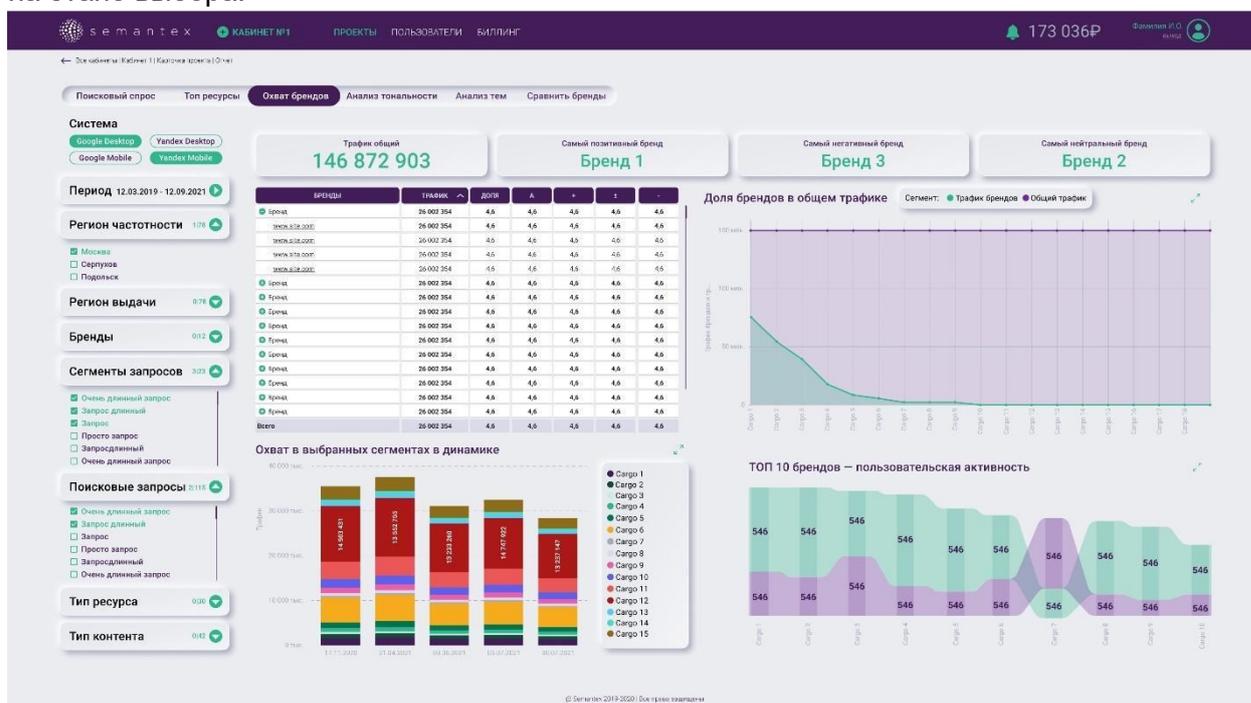
Этот раздел позволяет проанализировать долю присутствия упоминаний брендов и понять их индекс популярности в разрезе каждого сегмента запросов.

Трафик делится на:

- Общий — трафик площадок, которые хоть раз попадали в выборку анализа (заданный ТОП позиций анализа в настройках проекта) по вашему семантическому ядру.
- Трафик брендов — посещения ресурсов, на которых было идентифицировано упоминание того или иного бренда.

Таким образом у каждого бренда формируется своя доля присутствия (охват в выдаче). Для удобства рейтинг выстроен в порядке убывания, а каждый из брендов можно «развернуть через +» и посмотреть список конкретных ресурсов, где есть упоминание о нем и в каком ключе.

Этот раздел позволяет точно определить будущую контентную стратегию, направленную на повышение релевантности в брендовой выдаче, а также на увеличение узнаваемости бренда среди аудитории, которая интересуется решением своей потребности и находится на этапе выбора.



### 3.1.1.4. Раздел отчета «Тональность»

В разделе «Анализ тональности» вы можете увидеть 2 графика:

— Динамика активности пользователей

Количество позитивных, негативных и нейтральных комментариев в абсолютных и относительных значениях, которые видят пользователи на ресурсах поисковой выдачи. Оценки тональности принадлежат заданным объектам анализа.

— Динамика трафика по тональности

Тональность трафика определяет итоговый ( $\sum$ ) NPS страницы — это средняя оценка, которая в себе сочетает все NPS по каждому блоку контента — будь то статья (NPS base) или пользовательские отзывы. (NPS komm).

Шкала  $\sum$  NPS:

- $\sum$  NPS = 0: нет упоминаний о бренде;
- $3 > \sum$  NPS > 0: негативная тональность;
- $3 = \sum$  NPS <= 4: нейтральная тональность;
- $4 < \sum$  NPS <= 5: позитивная тональность.

В процессе репутационного анализа происходит разметка единиц контента на странице и их тональность.

На каждой странице может анализироваться два блока контента:

- NPS (base) основного блока контента – это может быть статья, карточка бренда с описанием компании или видеоролик.

- NPS (komm) блока комментариев - отдельно анализируются любые форматы пользовательского контента

Алгоритм подсчета NPS (komm):

- $1 < \text{NPSk} \leq 2$  - негативных отзывов на URL 50% и более;
- $2 < \text{NPSk} < 3$  - негативных отзывов от 20% и больше до 50% и меньше
- $3 \leq \text{NPSk} \leq 4$  - негативных отзывов от 10% и более до 20% и меньше
- $4 < \text{NPSk} \leq 5$  - негативных отзывов менее 10%)

Также здесь рассчитывается показатель репутационных рисков в деньгах.

Формула для расчета:

Формула для расчета	
$\text{Loss} = \text{AC} \left( \left( \frac{\text{Neg}}{\text{F}} \right) * \text{Z} \right)$	
Глоссарий	
Loss	Репутационные потери
AC (Average Check)	Средний чек
Neg	Трафик с негативной оценкой
F	Количество показов на одного уникального пользователя (средняя по рынку -7)
Z	Коэффициент влияние на покупательское решение (доля аудитории, не готовых к покупке после изучения контента о бренде (Neg=85%))





При клике на адрес URL в выдаче идентифицируется динамика позиций данного URL в выдаче по всем датам мониторинга.

Поисковая выдача

Панель управления: [4] Системы, [13] Объекты анализа, [3] Регионы, Тип ресурса, Тип контента, Сортировка по позициям, Фильтр по URL, [33] Поискные запросы, [17] Период, Тип NPS (Динамика NPS, NPS (базис), NPS (базис), Рейтинг), [6] Тональность, Тегов нет.

| Рейтинговые риски |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| # 29.08.2023      | # 29.08.2023      | # 30.08.2023      | # 31.08.2023      | # 01.09.2023      | # 02.09.2023      |
| 10                | 10                | 10                | 10                | 10                | 10                |
| 11                | 11                | 11                | 11                | 11                | 11                |
| 12                | 12                | 12                | 12                | 12                | 12                |
| 13                | 13                | 13                | 13                | 13                | 13                |
| 14                | 14                | 14                | 14                | 14                | 14                |
| 15                | 15                | 15                | 15                | 15                | 15                |
| 16                | 16                | 16                | 16                | 16                | 16                |
| 17                | 17                | 17                | 17                | 17                | 17                |
| 18                | 18                | 18                | 18                | 18                | 18                |
| 19                | 19                | 19                | 19                | 19                | 19                |
| 20                | 20                | 20                | 20                | 20                | 20                |

Напротив каждого URL указаны значения позиций сайта в ТОПе поисковой системы, оценка NPS (тональность), оценки рейтингов ресурсов при наличии.

Панель управления: [1] Системы, [1] Объекты анализа, [1] Регионы, Тип ресурса, Тип контента, Сортировка по позициям, Фильтр по URL, [1] Поискные запросы, [17] Период, Тип NPS (Динамика NPS, NPS (базис), NPS (базис), Рейтинг), [5] Тональность, Тегов нет.

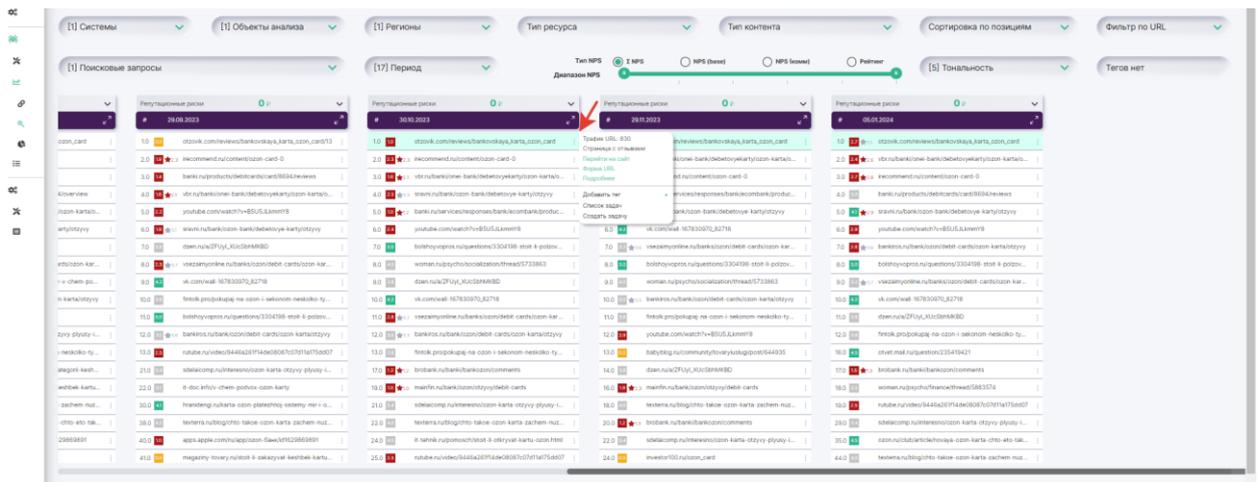
| Рейтинговые риски |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| # 29.08.2023      | # 29.08.2023      | # 30.08.2023      | # 31.08.2023      | # 01.09.2023      | # 02.09.2023      |
| 10                | 10                | 10                | 10                | 10                | 10                |
| 11                | 11                | 11                | 11                | 11                | 11                |
| 12                | 12                | 12                | 12                | 12                | 12                |
| 13                | 13                | 13                | 13                | 13                | 13                |
| 14                | 14                | 14                | 14                | 14                | 14                |
| 15                | 15                | 15                | 15                | 15                | 15                |
| 16                | 16                | 16                | 16                | 16                | 16                |
| 17                | 17                | 17                | 17                | 17                | 17                |
| 18                | 18                | 18                | 18                | 18                | 18                |
| 19                | 19                | 19                | 19                | 19                | 19                |
| 20                | 20                | 20                | 20                | 20                | 20                |

Есть возможность изучить информацию по URL подробнее (трафик, тип контента, статичность, оценки тональности контента на URL).

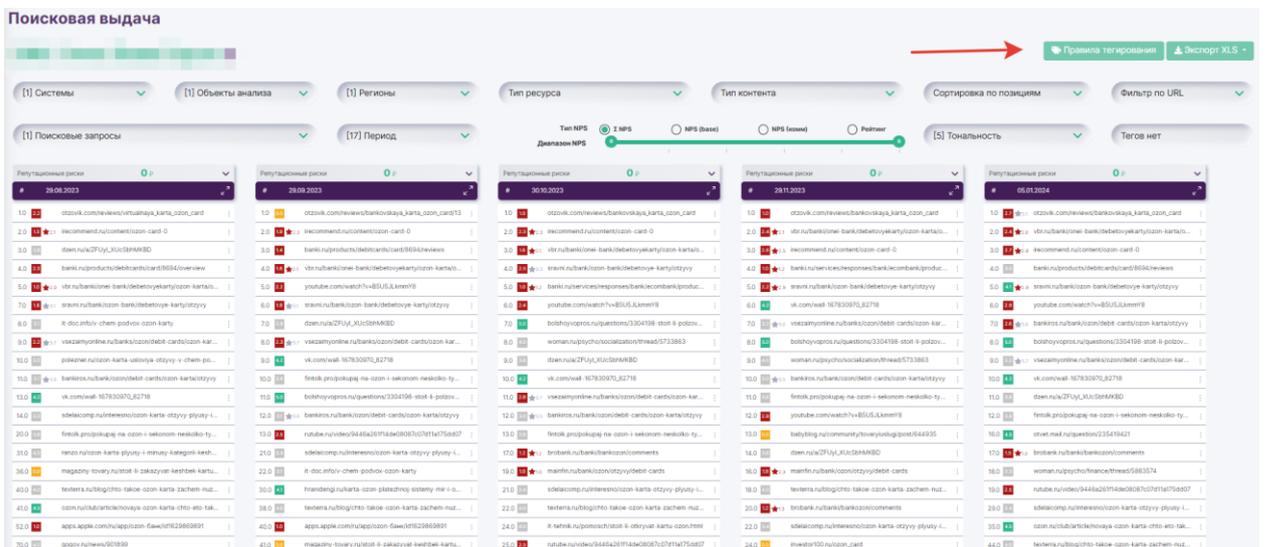
Панель управления: [1] Системы, [1] Объекты анализа, [1] Регионы, Тип ресурса, Тип контента, Сортировка по позициям, Фильтр по URL, [1] Поискные запросы, [17] Период, Тип NPS (Динамика NPS, NPS (базис), NPS (базис), Рейтинг), [5] Тональность, Тегов нет.

Рейтинговые риски	Рейтинговые риски	Рейтинговые риски	Рейтинговые риски	Рейтинговые риски	Рейтинговые риски
# 29.08.2023	# 30.08.2023	Таблица URL	Тип контента	Статус	Динамика тональности
10	10	830	Страница с отзывами	🟢	0.25 0.15 0 4 0
11	11	526	Страница с отзывами	🟢	0.25 0.25 7 5 0
12	12	354	Страница с отзывами	🟢	0.25 0.15 5 12 0
13	13	312	Страница с отзывами	🟢	0.25 0.25 7 4 0
14	14	266	Видео	🟢	0.25 0.25 0 20 0
15	15	239	Видео	🟢	0.25 0.25 4 2 2
16	16	230	Вопрос-ответ	🟢	0.25 0.25 1 0 0
17	17	185	Страница с обучающими	🟢	0.25 0.25 7 1 2
18	18	162	Статья	🟢	0.25 0.25 5 1 1
19	19	206	Страница с обучающими	🟢	0.25 0.25 9 1 2
20	20	46	Страница с отзывами	🟢	0.25 0.25 12 4 0
21	21	266	Карточка бренда	🟢	0.25 0.25 9 5 0
22	22	19	Статья	🟢	0.25 0.25 0 0 0
23	23	12	Страница с отзывами	🟢	0.25 0.25 1 12 0
24	24	9	Страница с отзывами	🟢	0.25 0.25 0 4 0
25	25	16	Статья	🟢	0.25 0.25 7 4 3
26	26	11	Статья	🟢	0.25 0.25 9 5 0
27	27	6	Статья	🟢	0.25 0.25 0 0 0
28	28	5	Вопрос-ответ	🟢	0.25 0.25 0 0 0

При нажатии на три точки справа от URL можно перейти на сайт по прямой ссылке, перейти в форму урла с подробным анализом контента, создать тег.



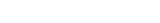
При необходимости отслеживания конкретных URL и доменов в поисковой выдаче можно воспользоваться инструментом создания тегов.



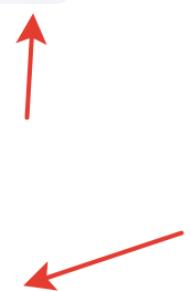
Нажмите на кнопку «Добавить правило», далее введите название тега, выберите цвет, выберите тип поиска URL и введите название самого URL или домена.

Правила автоматического тегирования

Экспорт XLS Отменить Сохранить

ИМЯ ТЕГА	ЦВЕТ	ДАТА	ТИП ПОИСКА	ПРАВИЛО
Наша ста...  		02.05.2023 	По всей строке 	mirnov.ru/partnews/professionalnye-novc 
Наша ста...  		02.05.2023 	По всей строке 	justmedia.ru/news/russiaandworld/kak-va 
Наша ста...  		02.05.2023 	По всей строке 	justmedia.ru/news/russiaandworld/kak-pc 
Наша ста...  		02.05.2023 	По всей строке 	province.ru/soviet/chem-dostavka-v-mark 
Наша ста...  		02.05.2023 	По всей строке 	innov.ru/news/mosaic/rasskazyvaem-kak 
Наша ста...  		02.05.2023 	По всей строке 	province.ru/soviet/delovye-linii-vozvratna 
Наша ста...  		02.05.2023 	По всей строке 	justmedia.ru/news/russiaandworld/kak-di 
Наша ста...  		17.05.2023 	По всей строке 	innov.ru/news/mosaic/oshibki-sellerov-mi 
Введите ...  		28.01.2025 	По всей строке 	<input type="text"/> 

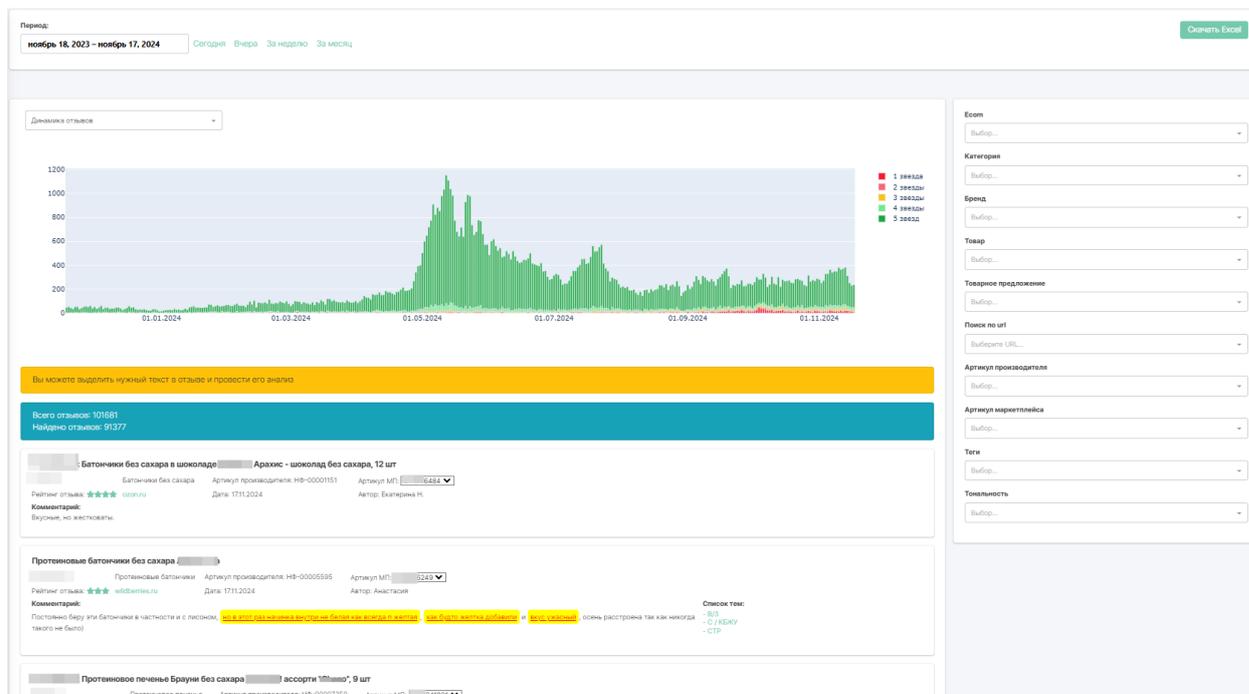
 Добавить правило



## 3.2. Semantex.ECOM

### 3.2.1. Раздел «отзывы»

В этом разделе представлена вся информация по отзывам. На графике за выбранный период можно увидеть динамику отзывов в разрезе тональности. Под графиком представлены тексты отзывов со всей атрибутикой: звезды, автор, дата, артикулы, название ТП (товарное предложение), ссылка на карточку ТП. Все данные можно выгрузить в Excel отчет.



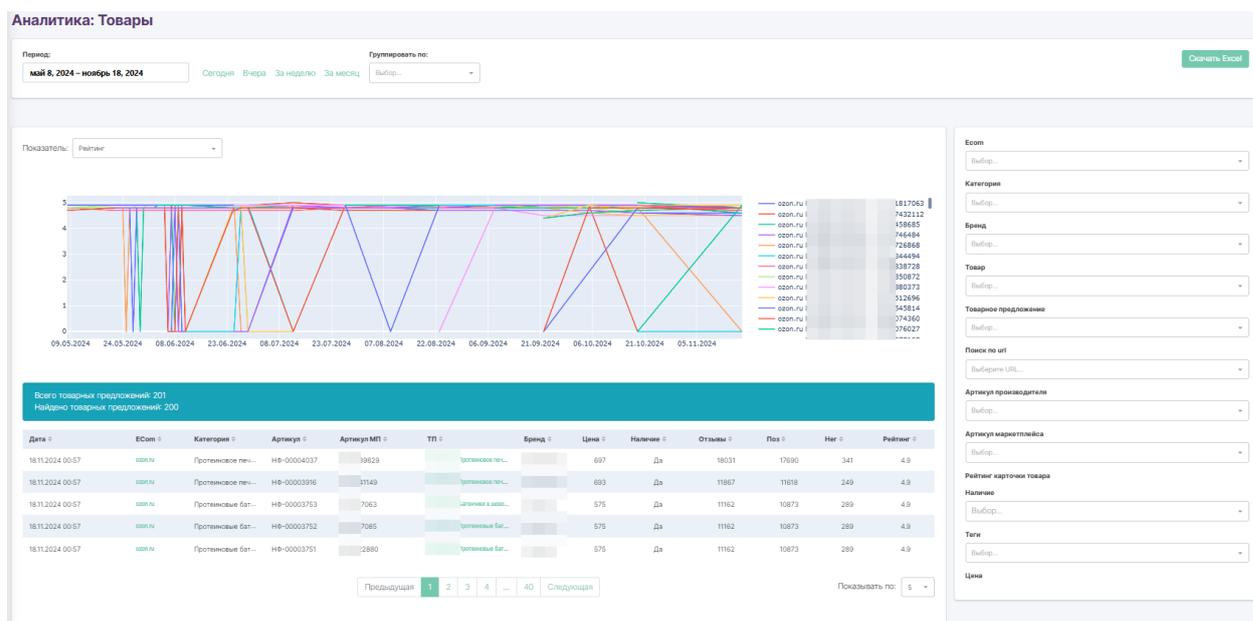
Также данные можно смотреть, используя различные фильтры справа:

- Ecom (маркетплейсы)
- Категория
- Бренд
- Товар (название из внутреннего каталога)
- Товарное предложение (название ТП на маркетплейсах)
- Поиск по URL – по адресу карточки ТП
- Артикул производителя
- Артикул МП (маркетплейс)
- Теги
- Тональность (звездность отзывов)



### 3.2.2. Раздел «Товары»

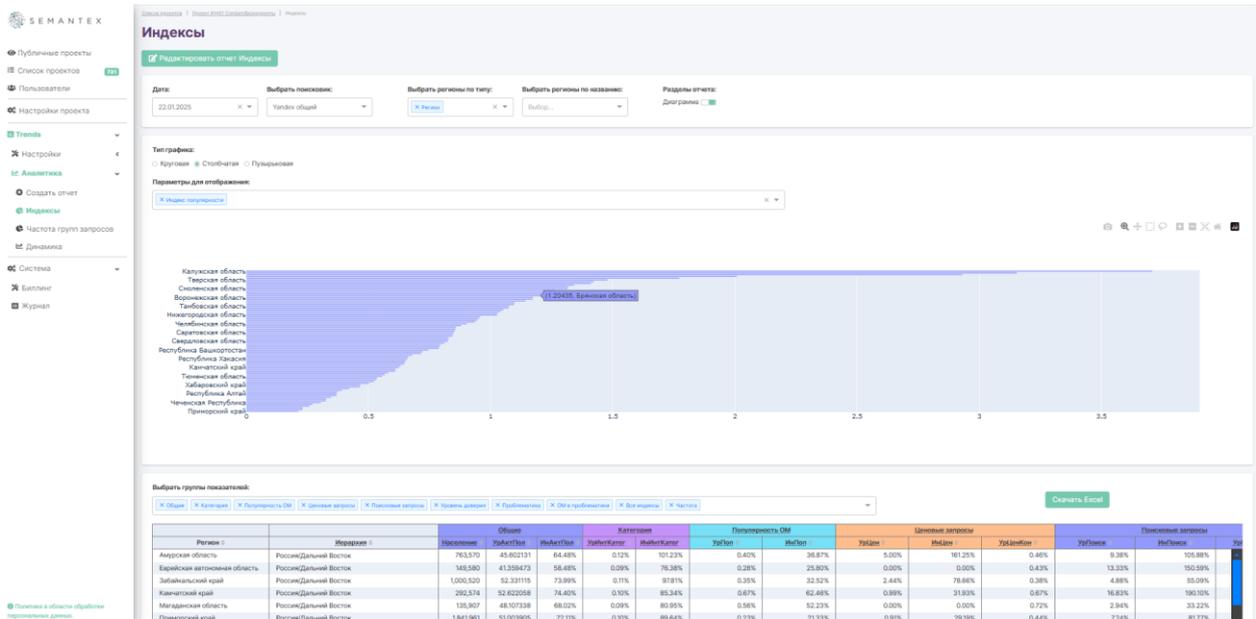
На графике за выбранный период можно увидеть динамику рейтингов карточек ТП на маркетплейсах. Под графиком представлен список всех ТП и данные по ним: цена на момент мониторинга, статус наличия, количество отзывов итого, количество позитивных отзывов (4 и 5 звезд), количество негативных отзывов (1,2 и 3 звезд), рейтинг карточки, ссылка на карточку ТП. Справа представлен удобный фильтр по параметрам. Все данные можно выгрузить в Excel отчет.



### 3.3. Semantex.TRENDS

#### 3.3.1. Раздел «Индексы»

В этом разделе представлены данные по всем вычисляемым показателям. В верхнем поле можно воспользоваться фильтрами (дата, поисковая система, регионы по типу, регионы по названию). Отчет можно смотреть как в табличном формате, так и в виде диаграммы.



### Вычисляемые показатели:

#	Идентификатор	Описание
Группа показателей, связанная с активностью пользователей		
1	Население	Население в регионе.
2	Интернет запросы	Количество интернет запросов в регионе.
3	УрАктПол	Уровень активности пользователей - это отношение всех интернет запросов в регионе к населению в регионе. Фактически это среднее количество интернет запросов в месяц на одного человека. Например, население в регионе 20 000 чел. Количество всех интернет запросов в регионе = 1 000 000. Тогда активность пользователей = $1000000/20000 = 50$ .
4	ИнАктПол	Индекс активности пользователя - это отношение уровня активности пользователя в регионе к уровню активности пользователей в среднем по России. Например, уровень активности пользователей по России = 60. Тогда индекс активности пользователей = $50/60 = 83\%$ .
Показатели проблематики		
5	УрИнтПроб	Уровень интереса к проблематике определяется долей количества запросов по проблематике в регионе во всех интернет запросах в регионе. Например, количество запросов по проблематике в регионе 2000, а количество всех интернет запросов в регионе составляет 1

		000 000. Тогда уровень интереса к проблематике в регионе составляет $2000/1\ 000\ 000 = 0,2\%$ .
6	ИнИнтерПроб	Индекс интереса к проблематике в регионе определяется отношением уровня интереса к проблематике в регионе к уровню интереса к проблематике в России.
Показатели категории		
7	УрИнтерКатег	Уровень интереса к категории определяется долей количества запросов по категории (<объект мониторинга> и <объекты конкурентов>) в регионе к количеству всех интернет запросов в регионе. Например, количество запросов по категории в регионе 2000, а количество всех интернет запросов в регионе составляет 1 000 000. Тогда уровень интереса к категории в регионе составляет $2000/1\ 000\ 000 = 0.2\%$ .
8	ИнИнтерКатег	Индекс интереса к категории в регионе определяется отношением уровня интереса в регионе к уровню интереса в России. Например, уровень интереса к категории в регионе Россия = 0.25%. Тогда индекс интереса к категории в регионе = $0.2\% / 0.25\% = 80\%$ .
Показатели объекта мониторинга		
9	УрПоп	Уровень популярности объекта мониторинга (ОМ) в категории определяется долей запросов <объект мониторинга> в запросах всей категории (<объект мониторинга> и <объекты конкурентов>) в этом регионе. Например, количество запросов объекта мониторинга составляют 120, количество запросов в категории 1000. Тогда (УрПоп) в регионе составляет $120/1000 = 12\%$ .
10	УрПоиск	Уровень поисковых запросов объекта мониторинга (ОМ) определяется долей запросов <объект мониторинга + поиск (где купить)> в запросах <объект мониторинга> в этом регионе. Например, количество запросов <объект мониторинга + поиск> = 100, количество запросов <объект мониторинга> = 1000. Тогда (УрПоиск) в регионе составляет $100/1000 = 10\%$ .
11	УрЦен	Уровень ценовых запросов объекта мониторинга (ОМ) определяется долей запросов <объект мониторинга + цена> в запросах <объект мониторинга> в этом регионе. Например, количество запросов <объект мониторинга + цена> = 100, количество запросов <объект мониторинга> = 1000. Тогда (УрЦен) в регионе составляет $100/1000 = 10\%$ .
12	УрДов	Доверие к объекту мониторинга (ОМ), связано с количеством запросов <объект мониторинг + отзывы>. Чем меньше таких запросов - тем выше доверие. Уровень доверия (УрДов) рассчитывается по формуле $= 1 - \text{<объект мониторинг + отзывы>} / \text{<объект мониторинга>}$ . Например, количество запросов <объект

		мониторинга> = 800, а количество запросов <объект мониторинга + отзывы> = 200. Тогда уровень доверия к объекту мониторинга составляет = $1 - 200 / 800 = 0.75$ .
13	УрОМПроб	Уровень запросов объекта мониторинга (ОМ) в проблематике определяется отношением запросов объекта мониторинга к запросам проблематики. Например, количество запросов объекта мониторинга= 120, количество запросов в проблематике = 1000. Тогда уровень запросов объекта мониторинга в проблематике (УрОМПроб) = $120/1000 = 12\%$ .
14	ИнПоп	Индекс популярности объекта мониторинга - это отношение уровня популярности (УрПоп) в регионе к уровню популярности объекта мониторинга (ОМ) в среднем по России. Например, уровень популярности объекта мониторинга в России составляет 15%. Тогда индекс популярности объекта мониторинга в регионе составляет $12\% / 15\% = 80\%$ .
15	ИнПоиск	Индекс поисковых запросов объекта мониторинга (ОМ) - это отношение уровня поисковых запросов объекта мониторинга (ОМ) (УрПоиск) в регионе к уровню поисковых запросов и объекта мониторинга в среднем по России. Например, уровень поисковых запросов объекта мониторинга в России составляет 15%. Тогда индекс поисковых запросов объекта мониторинга в регионе составляет $10\% / 15\% = 67\%$ .
16	ИнЦен	Индекс ценовых запросов объекта мониторинга (ОМ) - это отношение уровня ценовых запросов объекта мониторинга (УрЦен) в регионе к уровню ценовых запросов и объекта мониторинга (ОМ) в среднем по России. Например, уровень ценовых запросов объекта мониторинга в России составляет 15%. Тогда индекс ценовых запросов объекта мониторинга в регионе составляет $10\% / 15\% = 67\%$ .
17	ИнДов	Индекс доверия к объекту мониторинга (ОМ) - это отношение уровня доверия (УрДов) в регионе к уровню доверия объекта мониторинга (ОМ) в среднем по России. Например, уровень доверия объекта мониторинга в России составляет 0.60. Тогда индекс доверия объекта мониторинга в регионе составляет $0.75 / 0.70 = 125\%$ .
18	ИнОМПроб	Индекс объекта мониторинга (ОМ) в проблематике - это отношение уровня запросов объекта мониторинга (ОМ) в проблематике в регионе к уровню запросов объекта мониторинга (ОМ) в проблематике в среднем по России.
Усредненные показатели конкурентов		
19	УрПоискКон	Средний уровень поисковых запросов конкурентов.
20	УрЦенКон	Средний уровень ценовых запросов конкурентов.

Независимо от способа представления данных, вы можете отфильтровать их по показателям

Индексы

Выбор даты: 22.01.2025

Выбор поисковика: Яндекс общий

Выбор регионов по типу: Выбр...

Выбор регионов по названию: Выбр...

Разделы отчета: Диаграмма

Выбор группы показателей:

- Общие
- Категории
- Популярность ОМ
- Ценовые запросы
- Поскоемые запросы
- Уровень доверия
- Рейтинги
- ОМ в рейтингах
- Все индексы
- Частота

Оформить Excel

Регион	Индикатор	Общие			Категории		Популярность ОМ		Ценовые запросы			Поскоемые запросы	
		Население	УрДовКон	ИндексТов	УрДовКатг	ИндексКатг	УрДов	ИнДов	УрДов	ИнДов	УрДовКон	УрДовПоиск	ИнДовПоиск
Россия		146,980,061	70.726237	100.00%	0.11%	100.00%	1.08%	100.00%	3.10%	100.00%	0.66%	8.85%	100.00%
Амурская область	Россия/Дальний Восток	763,570	45.602131	64.48%	0.12%	101.23%	0.40%	36.87%	5.00%	161.25%	0.46%	9.38%	105.88%
Бурятия	Россия/Дальний Восток	149,360	41.39473	58.48%	0.09%	78.38%	0.28%	25.60%	0.00%	0.00%	0.43%	13.33%	150.99%
Забайкальский край	Россия/Дальний Восток	1,000,420	52.33115	73.98%	0.11%	97.81%	0.35%	32.52%	2.44%	79.86%	0.38%	4.88%	155.09%
Камчатский край	Россия/Дальний Восток	292,574	52.62208	74.40%	0.10%	85.94%	0.67%	62.46%	0.99%	31.93%	0.67%	16.83%	190.10%
Магаданская область	Россия/Дальний Восток	135,907	48.107338	68.02%	0.09%	80.95%	0.56%	52.23%	0.00%	0.00%	0.72%	2.94%	33.22%
Приморский край	Россия/Дальний Восток	1,841,961	51.003905	72.11%	0.10%	89.64%	0.23%	21.33%	0.91%	29.19%	0.44%	7.24%	81.77%
Республика Бурятия	Россия/Дальний Восток	972,951	44.495077	62.91%	0.12%	104.21%	0.46%	42.12%	5.53%	178.41%	0.39%	16.17%	182.63%
Республика Саха (Якутия)	Россия/Дальний Восток	997,833	41.069723	58.07%	0.11%	92.80%	0.85%	79.03%	1.35%	43.56%	0.51%	1.89%	21.37%
Самарская область	Россия/Дальний Восток	466,009	50.228901	71.02%	0.10%	90.17%	0.25%	23.09%	1.67%	53.75%	0.60%	6.67%	75.29%
Хакасия	Россия/Дальний Восток	1,292,764	52.32302	73.57%	0.11%	99.93%	0.50%	48.72%	1.60%	91.60%	0.47%	13.60%	153.60%
Чуковский автономный округ	Россия/Дальний Восток	47,908	44.095062	62.35%	0.09%	78.58%	0.42%	39.16%	0.00%	0.00%	0.37%	37.50%	423.52%
Кировская область	Россия/Поволжье	1,148,176	66.28382	83.73%	0.11%	97.01%	1.02%	94.43%	3.84%	123.90%	0.69%	9.78%	110.44%
Нижегородская область	Россия/Поволжье	3,108,918	91.079518	128.78%	0.11%	94.29%	1.11%	102.65%	4.63%	149.16%	0.72%	9.28%	104.80%
Оренбургская область	Россия/Поволжье	1,855,781	59.529358	84.17%	0.13%	114.75%	0.70%	64.76%	3.86%	124.53%	0.62%	8.71%	96.40%
Пензенская область	Россия/Поволжье	1,261,103	63.717117	90.08%	0.10%	91.57%	1.42%	131.70%	3.27%	105.52%	0.75%	9.14%	103.28%
Пермский край	Россия/Поволжье	2,525,149	63.741469	90.12%	0.13%	113.08%	0.71%	65.36%	4.51%	145.39%	1.52%	8.47%	95.66%
Республика Башкортостан	Россия/Поволжье	4,091,621	58.82991	83.16%	0.13%	111.15%	0.81%	74.59%	4.11%	132.63%	0.55%	7.08%	80.01%

### 3.3.2. Раздел «Частота запросов»

В этом разделе отчет можно смотреть как в формате таблицы, так и в формате диаграммы. В отчете собрана статистика частотности заданных запросов за 30 дней.

Частота групп запросов

Выбор даты: 22.01.2025

Выбор поисковика: Яндекс общий

Выбор регионов по типу: Выбр...

Выбор регионов по названию: Выбр...

Формат отчета: Диаграмма

Тип графика: Круговая

Параметры для отображения: Частота запросов (регион) | Область | Регион

Группы показателей:

- Рейтинги
- Средние
- УрДов
- УрДовКон
- УрДовПоиск
- ИнДовПоиск
- УрДовКонПоиск
- ИнДовКонПоиск
- УрДовПоискКон
- ИнДовПоискКон
- УрДовКонПоискКон
- ИнДовКонПоискКон

Оформить Excel

Регион	Индикатор	Проблема			Средние			УрДов			УрДовКон			УрДовПоиск		
		цена	цена логотип	цена рейтинг	цена	цена	цена	цена	цена	цена	цена	цена	цена	цена	цена	цена
Россия		3,484,897	3,096	28,689	10,872	3,396	33	89	60	0	7	26	104	18,079		
Амурская область	Россия/Дальний Восток	11,112	218	487	15	0	2	11	5	0	0	2	16			
Бурятия	Россия/Дальний Восток	1,892	41	77	15	0	2	11	5	0	0	2	16			
Забайкальский край	Россия/Дальний Восток	16,351	336	974	205	5	10	137	117	1	15	29	176			

Данные также можно выгрузить в Excel отчет.

### 3.3.3. Раздел «Динамика»

Все вычисляемые показатели можно смотреть в динамике. Тренды по показателям помогают быстро понять, что происходит со спросом в категории в каждом регионе и определить вектор мер для адаптивирования стратегии к местным потребностям. Региональные тренды могут выявить уникальные предпочтения потребителей, которые могут сильно отличаться от общенациональных. Это дает возможность создавать более таргетированные рекламные кампании, оптимизировать ассортимент и повышать уровень

вовлеченности. Кроме того, анализируя поисковые запросы, можно предугадать сезонные колебания спроса и предлагать актуальные решения в нужное время. Таким образом, бренды, следящие за региональными трендами и адаптирующие свои стратегии, могут увеличить свою конкурентоспособность и привлечь больше клиентов.

