

Дата: 12 марта 2026г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

На выбор агентства по репутационному маркетингу

Наименование:

«Выбор агентства по репутационному маркетингу»

Объем работ:

1. Мониторинг упоминаний бренда HUMO в СМИ, социальных сетях и других онлайн-источниках.
2. Анализ тональности публикаций и формирование репутационных индексов бренда.
3. Анализ информационной активности ключевых конкурентов.
4. Оценка эффективности PR-кампаний и коммуникационных активностей.
5. Раннее выявление потенциальных репутационных рисков и кризисных инфоповодов.
6. Формирование регулярных аналитических отчетов и дашбордов для мониторинга информационного поля.
7. Настройка системы оперативных уведомлений о негативных публикациях и резком росте обсуждений бренда.

Заказчик: АО «Национальный Межбанковский Процессинговый Центр» (НМПЦ)

Контактное лицо: Тоиров А. (Главный специалист отдела по закупкам, +998781132407 / 7733, tender@nmpc.uz)

Согласовано:

Заместитель председателя правления _____ Полянский С.

Руководитель управления продуктового
маркетинга и развития корпоративного бренда _____ Строева М.

Руководитель отдела корпоративного бренда _____ Сулейменова И.

Техническое задание к тендеру

Система репутационного мониторинга и PR-аналитики

Цель проекта

Создание системы аналитики медиапространства для оценки репутации бренда HUMO, эффективности PR-активностей и мониторинга конкурентной среды.

1. Основные задачи проекта

Подрядчик должен обеспечить:

Мониторинг упоминаний бренда HUMO в медиа и социальных сетях

Анализ тональности информационного поля

Формирование репутационных индексов бренда

Анализ активности конкурентов

Оценку эффективности PR-кампаний

Раннее выявление репутационных рисков

Формирование аналитических отчетов для руководства компании

2. Источники мониторинга

Мониторинг должен охватывать:

- СМИ

- национальные онлайн-СМИ

- отраслевые медиа (финансы, банки, финтех)

- новостные порталы

Социальные сети:

- Telegram

- Instagram

- Facebook

- YouTube

Дополнительные источники:

- форумы

- комментарии пользователей

- площадки отзывов

3. Мониторинг конкурентов

Отдельные потоки мониторинга необходимо настроить для:

- Uzcard

- Visa

- Mastercard

- Click

- Payme

Цель — сравнительный анализ информационного присутствия.

4. Ключевые PR-метрики

Система должна формировать следующие аналитические показатели.

5.1 Media Index

Комплексный показатель информационного присутствия бренда.

Включает:

- количество публикаций

- охват аудитории

- цитируемость

- уровень вовлеченности

Позволяет оценивать медиаактивность бренда.

5.2 Reputation Score

Индекс репутации бренда.

Формируется на основе:

- доли позитивных публикаций
- доли негативных публикаций
- охвата негативных упоминаний
- уровня обсуждаемости бренда

Используется для оценки динамики восприятия бренда.

5.3 Share of Voice (SOV)

Доля бренда HUMO в общем информационном поле платежных систем.

Метрика рассчитывается как количество упоминаний HUMO в сравнении с конкурентами:

- Uzcard
- Visa
- Mastercard
- Click
- Payme

5.4 Media Reach

Потенциальный охват аудитории публикаций.

Показатель должен включать:

- суммарный охват публикаций
- охват позитивных упоминаний
- охват негативных упоминаний

5.5 Engagement

Активность пользователей в социальных сетях:

- лайки
- комментарии
- репосты
- обсуждения

5. Репутационный мониторинг

Система должна обеспечивать:

- выявление негативных публикаций
- анализ пользовательских жалоб
- отслеживание кризисных инфоповодов
- мониторинг резкого роста упоминаний

6. Система оперативных уведомлений

Необходимо настроить автоматические уведомления при:

- негативных публикациях о бренде
- жалобах пользователей
- кризисных инфоповодах
- резком росте обсуждений

Уведомления должны поступать:

- на email
- в Telegram (в крайнем случае)

7. Дашборды

Исполнитель должен обеспечить доступ к аналитическим панелям с визуализацией:

- динамики упоминаний
- распределения тональности Share of Voice

- Media Index
- географии публикаций
- топ источников
- топ инфлюенсеров

8. Отчетность

Ежедневный мониторинг:

- негативные публикации
- жалобы пользователей
- потенциальные кризисы

Еженедельный отчет:

- динамика упоминаний
- анализ тональности
- ключевые инфоповоды
- активность конкурентов

Ежемесячный отчет:

- Media Index
- Reputation Score
- Share of Voice
- анализ эффективности PR-кампаний
- ключевые источники упоминаний
- анализ инфлюенсеров

9. Сроки реализации

Настройка системы мониторинга — до 10 рабочих дней.

10. Результат работ

По итогам проекта заказчик должен получить:

- настроенную систему мониторинга
- список ключевых запросов
- доступ к аналитическим дашбордам
- шаблоны регулярной отчетности
- инструкцию по работе с системой