



Вебинар «Негатив – не приговор»

*Работа с негативом
в социальных сетях и на тематических форумах*



**Никита Орфёнов,
ЗАО «Айкумен ИБС», Москва**

Негатив в сети

- ❑ Каким бывает негатив?
- ❑ Каковы правила работы с негативом?
- ❑ Как с ним работать?



Виды негатива

Конструктивный

Импульсивный

Черный PR
от конкурентов

Троллинг



Конструктивный негатив



Автор	критикует реально существующие проблемы, либо жалуется неоправданно
Цель	получить обратную связь с компанией
Мотивация	внутренняя – равнодушие к компании
Особенность	искренность

Импульсивный негатив



Автор	просто выплескивает свои эмоции
Цель	высказаться, спустить пар
Мотивация	внутренняя – сбросить напряжение
Особенность	безапеляционность

Черный PR от конкурентов



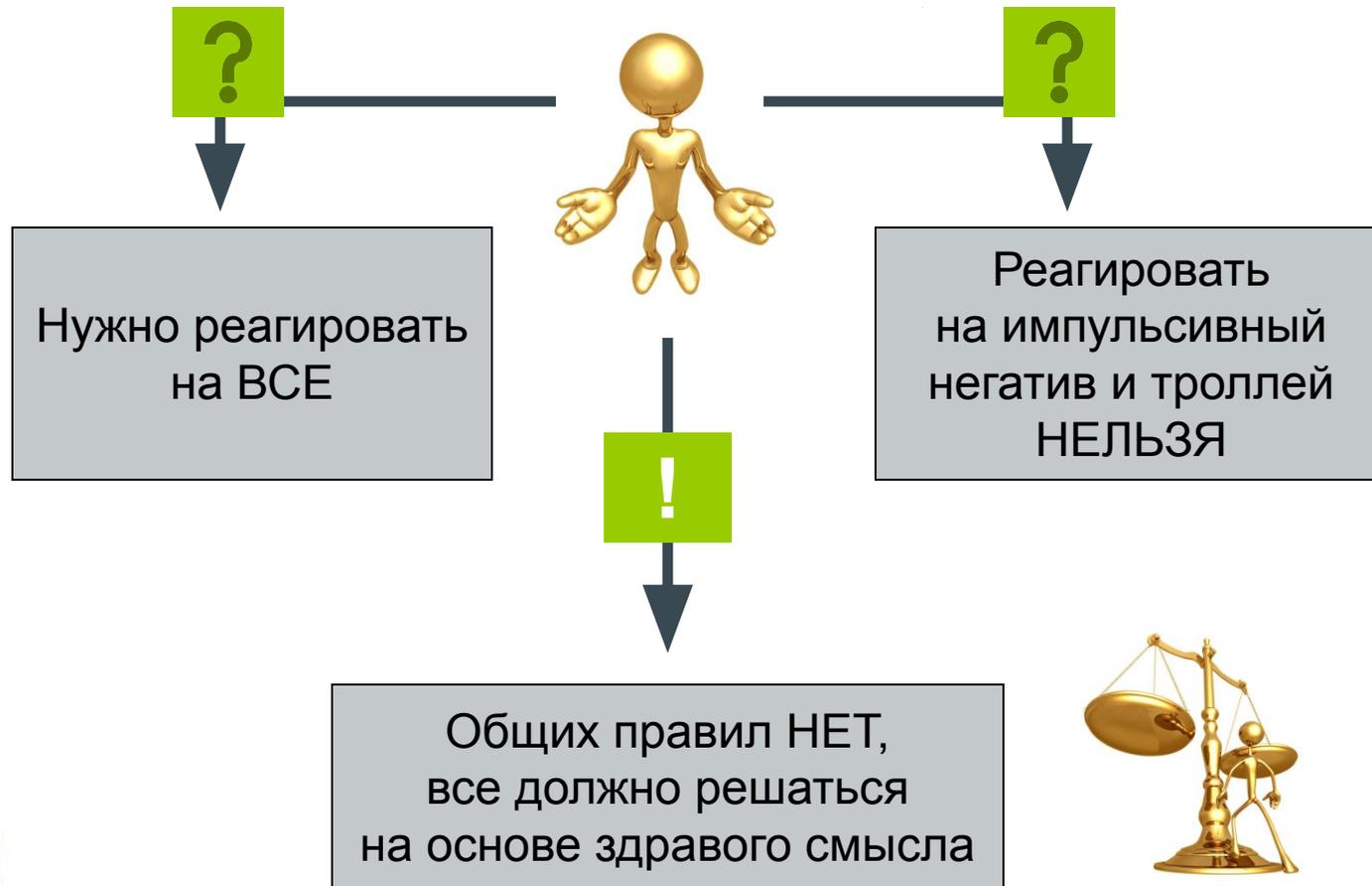
Автор	пишет негативные посты по заказу конкурента
Цель	нанесение ущерба репутации компании
Мотивация	внешняя - деньги
Особенность	беспринципность

Троллинг



Автор	провоцирует конфликтную ситуацию
Цель	самоутверждение
Мотивация	внутренняя – вызвать ответную реакцию
Особенность	невменяемость

Разные точки зрения



Разделяй и действуй!

Есть ли отзывы о вашей компании в сети?	
Положительные или нейтральные отзывы	Негативные отзывы
Реагируем?	Определяем тип негатива
	<ul style="list-style-type: none">■ Наблюдаем за развитием ситуации■ Устраняем заблуждения■ Решаем проблемы



Практические советы по работе

Разработать документ, в котором будет прописано:

- ❑ в каких ситуациях и в какие сроки нужно реагировать на сообщения;
- ❑ кто от лица компании должен реагировать на сообщения;
- ❑ как необходимо реагировать – примерный план ответа;
- ❑ часто встречающиеся вопросы и ответы (База знаний)

Выбрать систему мониторинга

Разработать форму отчетности по отработанным сообщениям
(максимальная простота)

Создать систему анализа сообщений





Успехов вам!

