



# УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
И НЕ ТОЛЬКО...



# Составляющие репутации компании:

- Отзывы потребителей
- Отзывы сотрудников
- Оценки партнеров
- Упоминания в СМИ
- Информационная открытость компании
- PR-активность компании
- Узнаваемость компании/ известность



# Мониторинг упоминаний в интернете

- Автоматизированные сервисы от бесплатных до 1 500 000 рублей /год
- Google Analytics и Яндекс.Метрика для сайтов, бесплатно вручную
- Оповещения Google по ключевым словам бесплатно на почту
- Поиск вручную по ключевым словам:
  - в Яндекс - Блоги
  - в Google – Новости
  - в социальных сетях



# Мониторинг репутации в offline

- Телефонные опросы/анкетирования
- Опросы сотрудников/анкетирования
- Опросы в местах большого скопления людей



# Работа с позитивными упоминаниями в интернете

## Источники:

- Довольные потребители
- Потребители, изменившие свое мнение с негативного на позитивное
- СМИ

## Что с ними делать?

- Помочь распространению

Разместить на своих интернет площадках с указанием источника (что увеличит выдачу в поисковиках)



# Работа с нейтральными упоминаниями в интернете

**Источники:**

- прохожие

**Что с ними делать?**

Не навязывать свое внимание



# Работа с иррациональными упоминаниями в интернете

## Источники:

- Тrolли
- Хейтеры

## Что с ними делать?

- Игнорировать, как естественных спутников успеха
- Оборачивать в позитив: шутить добрые и остроумные шутки
- Работать на формирование позитивного мнения у других, читающих ваш диалог, пользователей интернета



# Работа с негативными ложными упоминаниями в интернете

## Источники:

- Недобросовестные конкуренты
- Личные враги

## Что с ними делать?

- Публично, корректно, аргументированно опровергнуть
- Направить автору официальное требование об удалении публикации и опровержении ложных сведений
- Добиться удаления, опровержения/ возмещения полученных убытков через суд. Правонарушения типа «клевета» и «порча деловой репутации» не имеют срока давности.



# Работа с негативными правдивыми упоминаниями в интернете

## Источники:

- Недовольные потребители
- Бывшие сотрудники
- Ущемленные партнеры/конкуренты/коллеги

## Что с ними делать?

- Проявить доброжелательное внимание
- Публично и вежливо выяснить, как вы можете помочь/утешить/устранить/причину негатива
- Удовлетворить просьбу автора негатива/предложить свое решение
- Получить публичное согласие устранения проблемы на ваше предложение
- Публично отчитаться перед своей аудиторией о решении вопроса



# Влияние на негативные упоминания offline

**Источники:**

- Опрошенная аудитория

## **Что с ними делать?**

- Выйти на канал общения с этой аудиторией: интернет, телевидение, печатные СМИ, лидеры мнений... (выяснить в процессе анкетирования)
- Выпустить ряд материалов подтверждающих добрую репутацию компании
- Показать компанию с лучшей стороны, чем о ней говорят
- Рассказать о позитивных решениях проблем, о которых упоминали респонденты в опросах
- Работать на узнаваемость бренда. Стать «старым знакомым»/ «первым, кто придет на ум»/ «запоминающимся» для аудитории, которая о вас не знает



# Генерация положительных упоминаний

## Источники:

- Потребители
- Партнеры
- СМИ
- Сотрудники
- Места получения регалий



# Получение положительных упоминаний от потребителей

## Как получить?

- Организовать место для публикации ОТЗЫВОВ
- Попросить отзывы у существующих потребителей/партнеров
- Попросить отзывы у лояльных потребителей/партнеров
- Предоставить продукт на тест-драйв и собрать отзывы



# Получение положительных упоминаний от партнеров

## Как получить?

- Стать спонсором мероприятия
- Участвовать в благотворительности
- Реализовать совместный проект
- Сделать взаимные публикации



# Получение положительных упоминаний от СМИ

## Как получить?

- Генерировать интересные для СМИ инфоповоды
- Организовывать социально-важные события и проекты
- Генерировать новости о компании на собственных площадках
- Создавать информационные вирусы



# Получение регалий и упоминаний о них

## Как получить?

- Участвовать в выставках
- Участвовать в отраслевых/тематических конференциях и форумах
- Участвовать в конкурсах и рейтингах
- Оказывать помощь социально-значимым объектам
- Обучать и обучаться
- Размещать на своих и по возможности других площадках



Прочная репутация оставляет наследие