



Бюро №5
Интернет-зачистка

KPI репутационного маркетинга в социальных сетях

ОЛЕГ ДРОНОВ

Вы искали себя по имени и фамилии в поисковых системах?





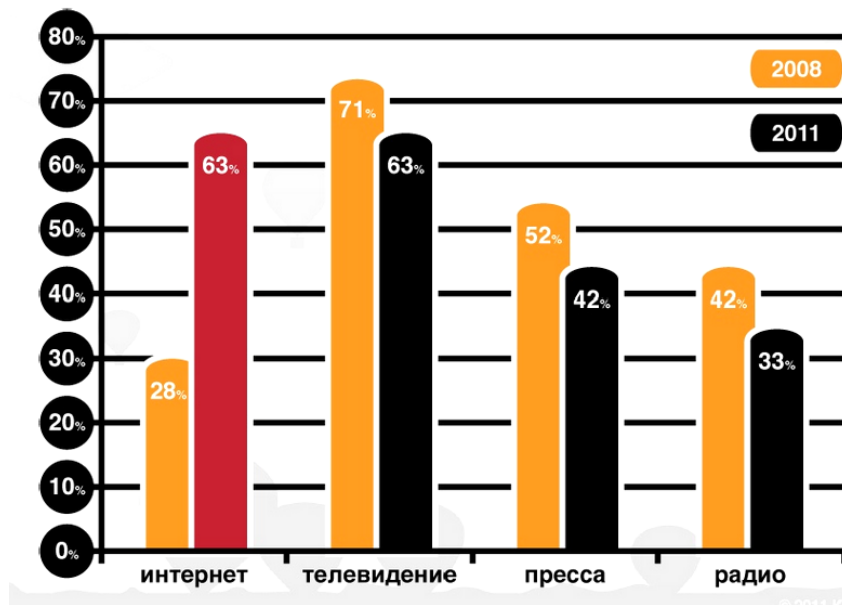
«Пользователям, активно размещающим информацию о себе в интернете, в будущем, вполне возможно, придется менять имена и фамилии, чтобы порвать с "неудобным" онлайн-прошлым».



Эрик Шмидт, Google

БЛИЖЕ К ДЕЛУ:

- Ежедневно 21% пользователей ищут информацию о товарах или услугах в интернете.
- 70% прочитавших отзывы делятся ими с друзьями и родственниками.
- При этом доверяют информации из интернета 63% населения – больше чем радио и прессе и примерно как телевидению.



РЕПУТАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ – ЭТО:

- В первую очередь это то, что появляется в выдаче поисковых систем.
- Что люди говорят о вас в социальных сетях.
- Любые статьи или обзоры о вашей компании.
- Всё, что пишут о вас в СМИ.
- Возможно, даже то, что пишут о вас в научных публикациях.
- Фото, которые содержат тэги с названием компании.

**Иными словами, это всё, что про Вас/Вашу
компанию доступно в интернете.**

КРІ – ЭТО...

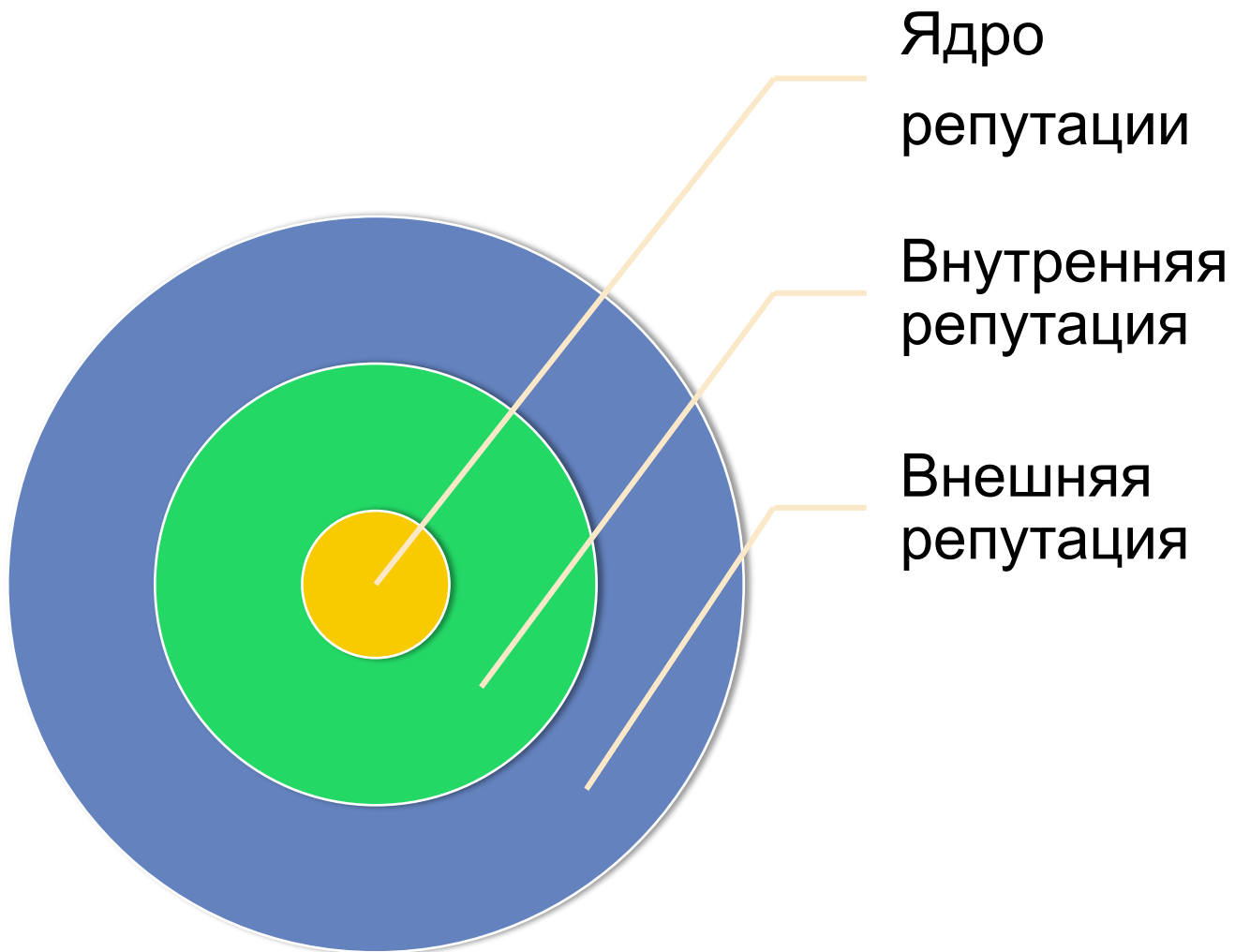
Ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators) –

то, чего мы должны добиться, чтобы достичь целей проекта.

ЧЕМ МЕРЯЕМ РЕПУТАЦИЮ?



ФОРМУЛА КРІ



ИЗМЕРЯЕМ В ПРАВИЛЬНЫХ ПОПУГАЯХ



Посчитать ROI репутационного менеджмента сложно или невозможно.

Поэтому обычно применяются не маркетинговые, а PR-метрики.

Например:

- 1) было 100 упоминаний – стало 200 упоминаний;**
- 3) было 50 негативных упоминаний из 1000 – стало 10 негативных упоминаний из 1000.**

ИЗМЕРЯЕМ В ПРАВИЛЬНЫХ ПОПУГАЯХ



Поэтому обычно применяются не маркетинговые, а PR-метрики.

- Цитируемость брендов
- Популярность брендов по статистике запросов поисковых систем
- Заполненность положительными материалами ТОПов в поисковой выдаче
- Кол-во негативной информации, ее доля в позитивной и нейтральной
- Кол-во обращений со стороны СМИ (комментарии, интервью, статьи и т.д.)

ВНУТРЕННЯЯ РЕПУТАЦИЯ

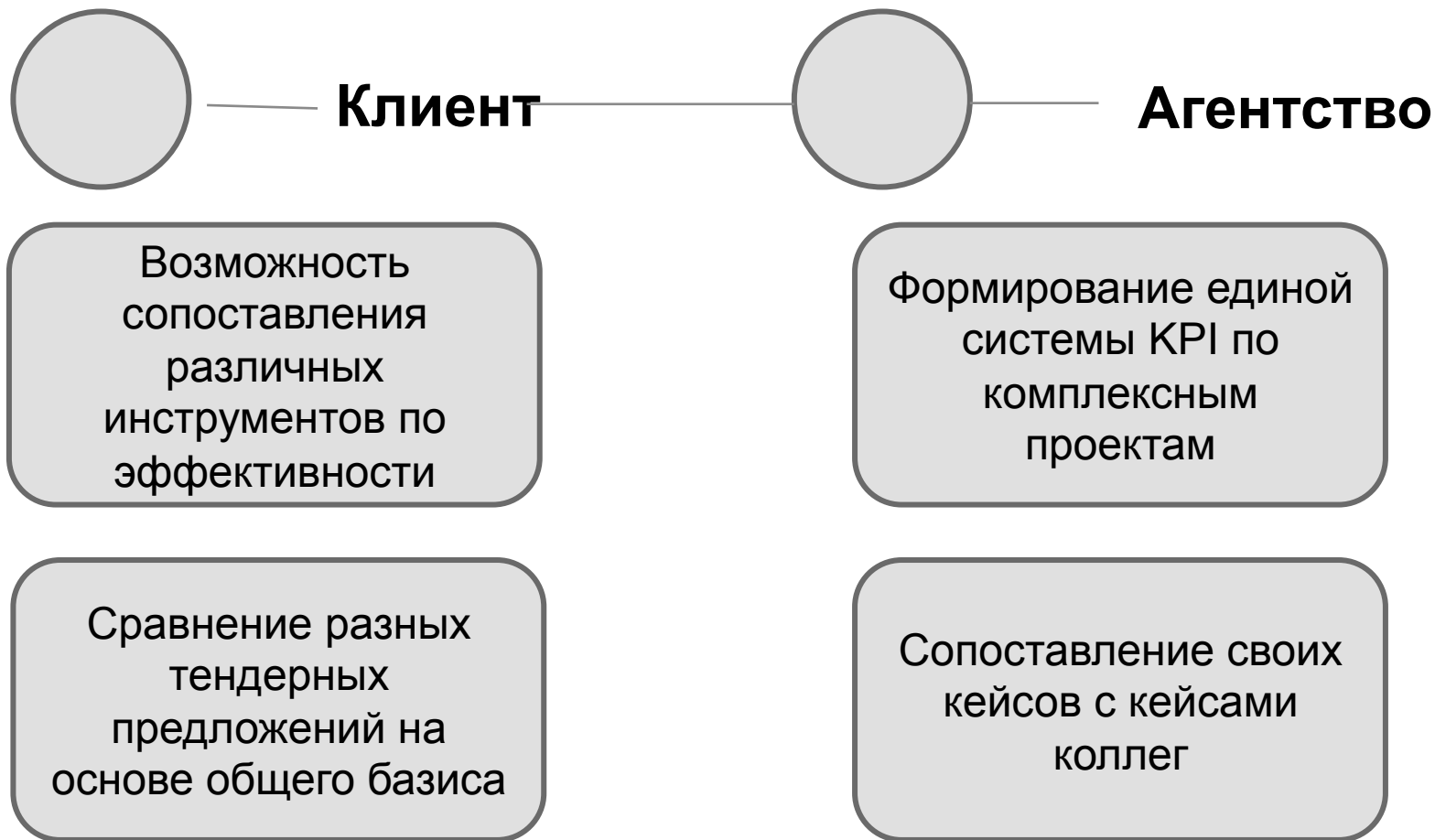


KPI внутренней репутации – это проведенный консалтинг внутренних бизнес-процессов и клиентского конвейера.

В данном случае медийное поле является индикатором проблем организации бизнес-процессов компании.

Каждый подобный случай разбирается отдельно.

ЗАЧЕМ НУЖНЫ КРІ В РЕПУТАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ?



РЕПУТАЦИЯ, КАК КОНВЕЙЕР

1. Количество упоминаний бренда
2. Отзывы
 - Нейтральные (Мультипликатор 1)
 - Положительные (Мультипликатор 5)
 - Негативные (Мультипликатор -10)
3. Развернутые статьи
4. Все статьи оцениваются в зависимости от репутации издательства и их тональности.

РЕПУТАЦИЯ, КАК КОНВЕЙЕР

Обработка негативных отзывов через систему обработки тикетов

- На каждый отзыв заводится тикет, который не может быть проигнорирован.
- Все тикеты анализируются и сортируются на момент заведения.
- Для шаблонных тикетов разрабатывается бизнес-процессы в CRM.
- В критических случаях есть ответственное лицо внутри компании.

ПЕРСОНАЛЬНАЯ РЕПУТАЦИЯ

Что такое персональная репутация?

ПЕРСОНАЛЬНАЯ РЕПУТАЦИЯ



КОНТАКТЫ

БЮРО №5.

Управление репутацией

T: +7 (495) 664-38-65

E: Dronov@BURON5.RU