

**Презентация для конференции  
RIW//2010  
21 октября 2010**

# Репутационный менеджмент в сети

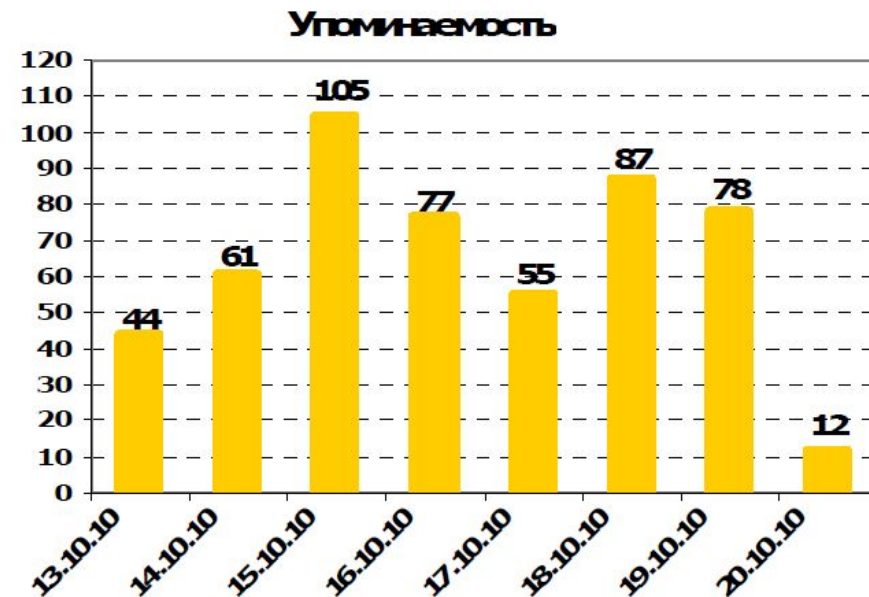
Елизавета Фетисова,  
Руководитель службы по бренд-коммуникациям,  
ОАО «ВымпелКом» (ТМ «Билайн»)

# «Билайн» в социальных сетях

**400** постов в день

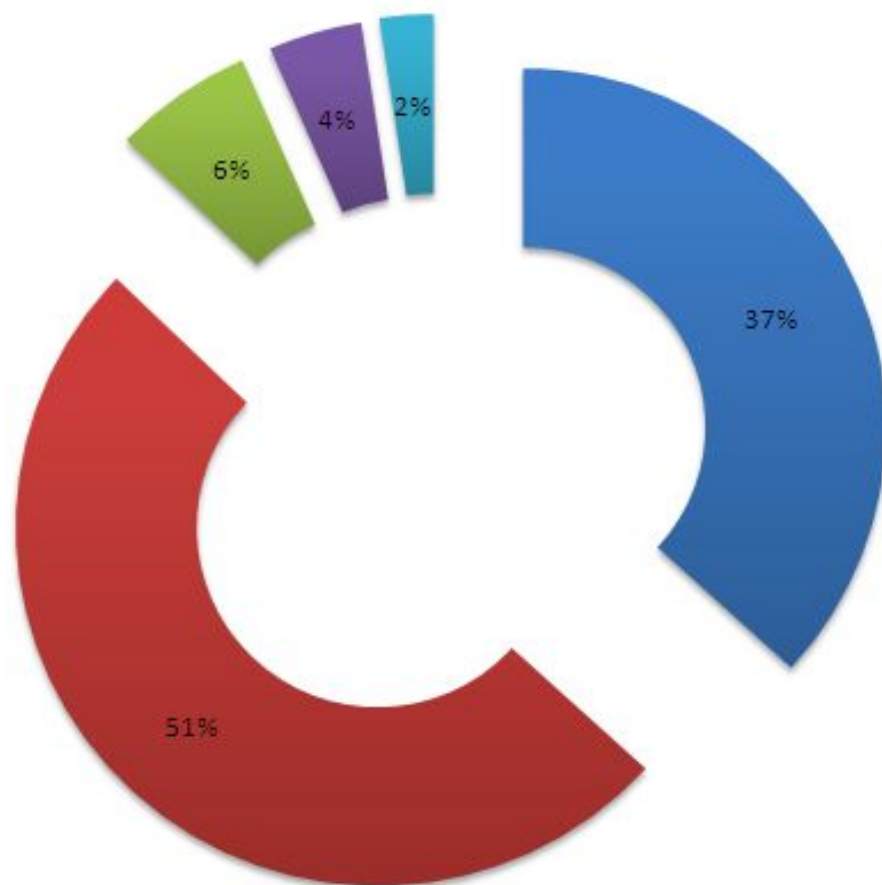
**100** сообщений - содержательные и эмоционально окрашенные

- Услуги мобильной связи
- Услуги проводного интернета «Билайн»
- Агрессивный маркетинг
- Рекламные кампании
- Качество обслуживания
- Сложности с подключениями-отключениями услуг
- Неверная информация, переходящая из блога в блог



# Абонентская служба – 2 года в Интернете

Абонентская служба обрабатывает ~ 10% сообщений, где есть реальные проблемы пользователей



**В 1 полугодии 2010 г.**

- Отработано (643)
- Клиент не ответил (882)
- Клиент отказался от помощи (109)
- Вопрос клиента решился стандартным методом (73)
- Клиент решил проблему самостоятельно (42)

[pomogite@beeline.ru](mailto:pomogite@beeline.ru)

# Модель реагирования



Помощь в настройках, совет как решить ситуацию

Перенаправление в абонентскую службу: ошибочно списанные деньги, неразрешимая трудность и т.д.

Объяснение позиции компании, развеивание мифов, убеждение клиентов

# История 1. Сохранение клиента



## «Билайн»

### Цель:

**В течение суток** решить вопрос Клиента и минимизировать негатив, восстановить лояльность

### Методы:

Связаться с Клиентом, выяснить все подробности случившегося, запросить контактную информацию и передать вопрос ответственным лицам для решения

### Площадки:

1. Twitter
2. Pomogite@beeline.ru

### Результат:

Вопрос Клиента решен, работоспособность интернета восстановлена, вопрос о компенсации также решен

# История 2. Общение с лидером мнений

## Коробков

### Цель:

Обеспечить успех собственному проекту (изучение покрытия мобильного Интернета в Москве), благодаря созданию связи с известным брендом

### Методы:

Видео собственного обращения в службу поддержки «Билайн», которая не может помочь клиенту установить и запустить USB-модем, якобы приобретенный в крупной сети салонов связи.

### Площадки:

1. Собственный портал
2. Youtube
3. LiveJournal
4. Twitter

### Результат:

Сотни просмотров в первый день

## «Билайн»

### Цель:

В **кратчайшие сроки** остановить распространение истории и минимизировать негатив, принять меры внутри компании

### Методы:

Собрать доказательства по каждой претензии, действовать открыто и сделать заявление достоянием общественности

### Площадки:

1. Портал Коробкова
2. ЖЖ Коробкова
3. Facebook
4. Сообщество «Билайн» для журналистов

### Результат:

Многие посмотрели, но не поддержали. Журналисты информированы – продолжения истории в СМИ не нашло. Проведена проверка дилеров.

# Коробков и «Билайн»



From:  [offnet](#)

Date: Июль, 16, 2010 13:10 (UTC)

[\(ссылка\)](#)

от "Билайна"

Антон, хотела бы внести некоторую ясность в происходящее, основываясь на информации из биллинговой системы «Билайн». Мои коллеги подняли историю Вашей SIM-карты и узнали следующее:

1. У нас есть сомнения, что модем был приобретен в «Связном». SIM-карты этой серии были поставлены для продажи в салоны «Максимус», возможно Вы вспомните?
2. Модем был продан по упрощенной схеме, без регистрации. Такая программа разработана специально для салонов, в которых отсутствует техническая возможность заключения договора с покупателем и для розничных сетей. Клиенты информируются о необходимых действиях для регистрации договора и разблокировки номера с помощью стикера красного цвета с характерной надписью на поверхности упаковки. Таким образом, для активации модема Вам необходимо было обратиться по номеру, указанному на данном стикере.
3. Вы выбрали звонок в центр поддержки клиентов «Билайн» по номеру 0611. Несомненно, колл-центр обязан помочь любому клиенту, независимо от того, с каким запросом он обращается. К сожалению, специалисты центра поддержки не были уведомлены должным образом на момент запуска данной схемы реализации продукта, но опыт общения бесценен, поэтому уже сейчас внесены изменения в существующие процессы.
4. При покупке модема списалась месячная абонентская плата.
5. После того, как Вы изложили проблему в сети, с Вами связался наш сотрудник, который представился и предложил свою помощь, в том числе для того, чтобы разобраться с оплатой, к сожалению, его инициатива не нашла отклика.

Мы приносим Вам свои извинения от лица Компании за доставленные неудобства и будем очень признательны, если Вы будете корректны в изложении фактов, это поможет в кратчайшие сроки ликвидировать проблему и предоставить Вам желаемые услуги.

[\(Ответить\)](#) [\(Thread\)](#)

# История 3. Онлайн в Оффлайне

**Home.net.beeline.ru** – форум, созданный для пользователей Интернета «Корбины» в 2005 году.

На форуме **430 000** пользователей, которые оставили **более 3 миллионов** сообщений.

**День Рождения Форума** – традиционное ежегодное мероприятие для форумчан.

Обязательные участники – Директор по развитию Интернета, а также основатель Форума, хорошо знакомый пользователям.





# Оценка эффективности

- ✓ 100% рассмотрение всех содержательных сообщений о бренде
- ✓ После получения комментариев от представителей «Билайн»
  - До **50%** пользователей могут изменить тон общения в постах на нейтральный
  - Еще **20%** - на положительный
  - А **10%** пользователей удаляют негативные комментарии



# Новые возможности для общения



**Общение бренда с клиентом происходит там, где ему комфортно**

Бесплатные мобильные ресурсы [0.facebook.com](https://www.facebook.com) и [0.vkontakte.ru](https://www.vkontakte.ru)

Бесплатные SMS-оповещения о новых событиях в социальных сетях [Vkontakte](https://www.vkontakte.ru) и [Livejournal](https://www.livejournal.com)

Бесплатная отправка SMS с мобильного телефона в социальную сеть для пользователей «ВКонтакте» по всей России