

# Управление репутацией В ПОИСКОВЫХ системах

**Евгений Шевченко**

Интернет-агентство **UaMaster** [@acekievua](#)

[@uamaster](#)



## Кто я / UaMaster

- Занимаюсь рекламой в интернете с 1999 года
- Блоггер года (2008)
- Глава жюри «ИР» на «Золотом PROпеллере» (2008)
- Член жюри конкурса ВУВА (2008, 2009).
- Самый полезный интернет-маркетолог Украины (MMR, 2009)
- Преподаватель интернет-рекламы (КНТЭУ)
- С 2004 года возглавляю ИМА UaMaster (член УАИР)
- 300+ клиентов, 1000+ рекламных кампаний
- Организатор конференции «Интернет-маркетинг в Украине»
- Лучшее интернет-агентство в Украине (Яндекс, 2008)
- Google adWords Qualified Company
- Google Analytics Qualified Individual

# UaMaster принимал участие в РК:



и многих других

# О чем Вы узнаете

- Почему управление репутацией в поисковых системах важно для Вашего бизнеса
- Как проанализировать упоминания компании в поисковиках
- Вытеснение негативных отзывов путем формирования позитивного информационного поля
- Что делать с негативными отзывами

**Вы искали себя по  
имени и фамилии  
в поисковиках?**





**“Пользователям социальных сетей, активно размещающим информацию о себе в Интернете, в будущем, вполне вероятно, придется менять имена и фамилии, чтобы порвать с “неудобным” онлайн-прошлым.”**

*Эрик Шмидт, председатель совета директоров Google  
(август 2010 г, интервью The Wall Street Journal)*

**Маркетологи, вы  
проверяли, что пишут  
о Вашей компании?**

# Что делают\* украинцы в интернете?

95% - пользуются электронной почтой

93% - используют поисковые системы

87% - посещают сайты социальных сетей  
(55% - ежедневно)

57% - используют мессенджеры

\* - Не реже, чем раз в месяц. Источник – inMind.



# Инструмент и место

95% - пользуются электронной почтой

93% - используют поисковые системы

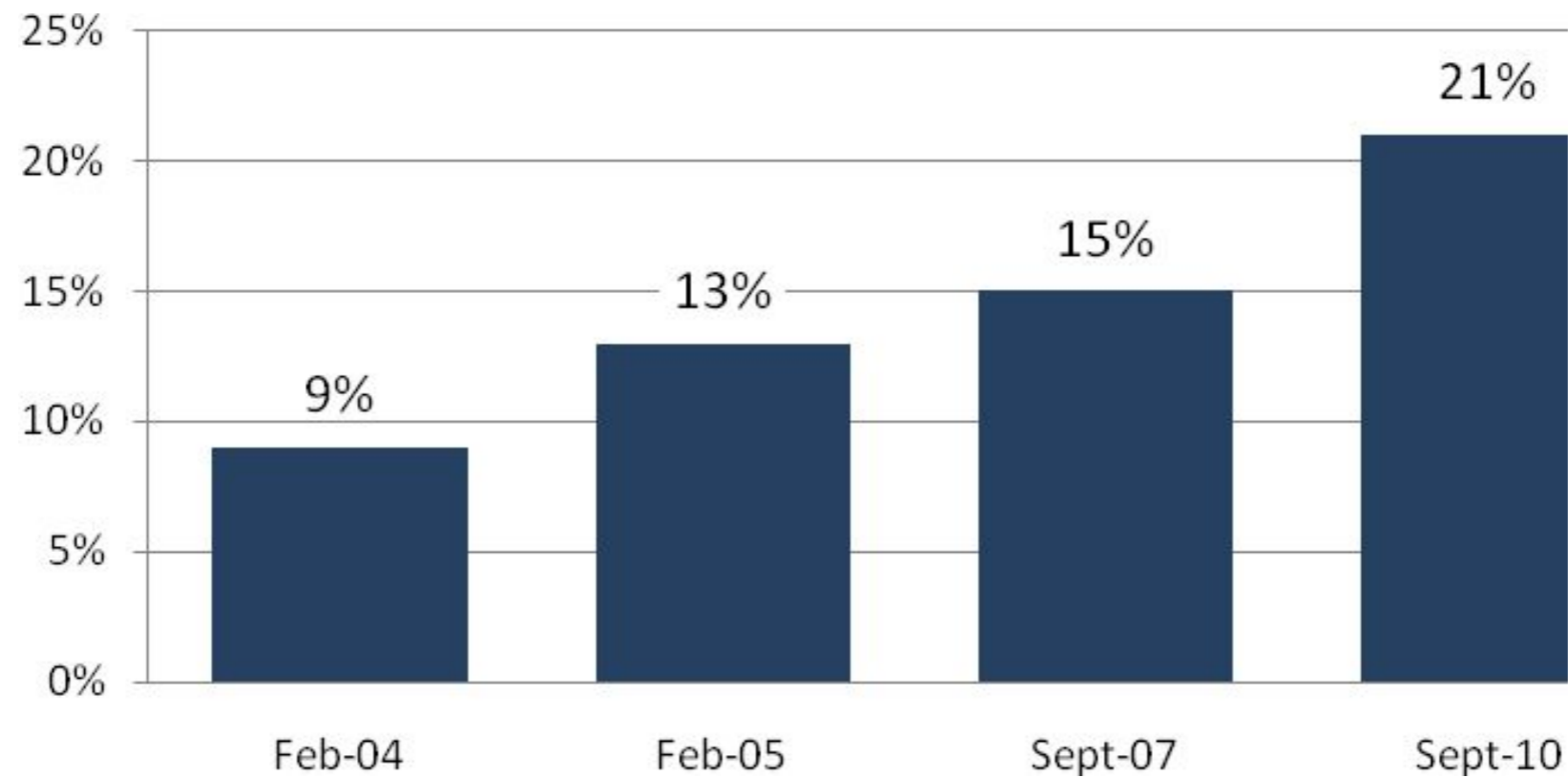
87% - посещают сайты социальных сетей  
(55% - ежедневно)

57% - используют мессенджеры

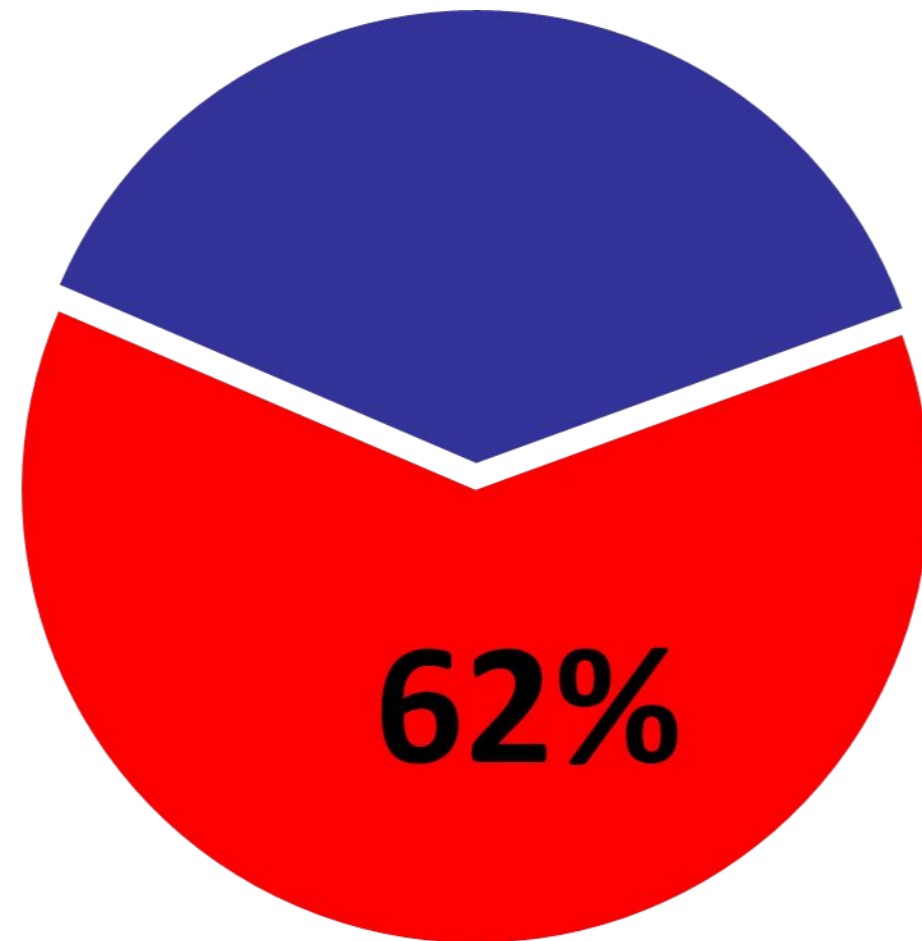
\* - Не реже, чем раз в месяц. Источник – inMind.

# Ближе к

Ежедневно 21% **пользователей** ищут информацию о товарах и услугах в Интернете.



# Важность для бизнеса



■ Ищут перед

**совершением**

- 70% прочитавших отзывы, в дальнейшем делятся прочитанным с друзьями, родными и коллегами.
- 80% прочитавших, при дальнейшем выборе товара ориентируются **только** на отзывы прочитанные в интернете. (источник: Deloitte & Touche Agency)

**покупки**

# Модель взаимодействия

Раньше – AIDA. Сегодня – AISCEAS.

**A**ttention

**I**nterest

**S**earch

**C**omparison

**E**xamination

**A**ction

**S**hare

# Like & Share

25% интернет-пользователей оставили онлайн комментарии или отзывы о вещах, которые они покупают.

32% сообщают, что они размещали в сети комментарии о различных товарах.

*\*По данным The Pew Research Center июнь 2010*



# Проблем

**Всё чаще компании **а** сталкиваются с большим количеством ссылок в поисковых системах на негативные отзывы, комментарии и статьи, дискредитирующие их деятельность, товары или сервис.**

Количество негатива по запросам различной специфики и частотности\*:

- МТС, МТС отзывы, МТС связь – 23
- Родовід, Банк Родовід, Родовід отзывы – 14
- Актимель, Actimel, Actimel отзывы – 45

*\*в рамках исследования были рассмотрены первые 4 страницы выдачи поисковой системы Google.com.ua*



**С появлением  
общедоступного  
интернета**

практически исчезли дурные дети,  
балующиеся по телефону. Теперь они  
задалбливают в коментах.

# ЕСТЬ

**решение!**  
Управление репутацией в поисковых системах (Search engine reputation management, SERM) — комплекс мер, направленных на вытеснение негативных отзывов из выдачи поисковых систем и замена их положительными или нейтральными отзывами.

# Важно понимать

Решение проблемы негативных отзывов о компании или продукте состоит из следующих элементов (в порядке важности):

1. Устранение дефектов продукта или сервиса.
2. Работа с негативными отзывами и комментариями.
3. Управление репутацией в поисковых системах.

# Основные

## понятия

**Позитив** – веб-страницы выдачи поисковой системы, на которых *компания/товар/услуга* упоминаются в положительном свете, содержится позитивная информация о компании. Страницы мотивирующие к целевому действию.

**Нейтральные** – веб-страницы выдачи поисковой системы Google.com.ua, на которых *компания/товар/услуга* не упоминаются, либо не упоминаются на ряду с другими *компаниями/услугами/товарами* в нейтральном контексте.

**Негатив** – веб-страницы выдачи поисковой системы, на которых *компания/товар/услуга* упоминаются в негативном контексте, содержатся негативные отзывы и статьи дискредитирующие *компанию/товар/услугу*.



# Типы

**Информационная атака** ведется за средства заказчика (например, конкурента), и, как правило, включает в себя один или оба варианта размещения публикаций:

- дискредитирующие компанию материалы на новостных и информационных ресурсах.
- комментарии на сайтах соц. сетей, форумах, товарных агрегаторах, профильных ресурсах.

**Пользовательская атака** заключается в размещении недовольными пользователями негативных отзывов о компании/продукте/услуге в различных форумах, блогах, интернет-сообществах.

# Классификация сайтов

<b>Классы сайтов</b>	<b>Категории сайтов</b>
Персональные	Личная страница
Коммерческие	Новостной
Информационные	Информационный
Официальные	Интернет-каталог
Образовательные	Бизнес-сайт
Развлекательные	Визитка
	Имиджевый
	Рекламный
	Интернет-магазин
	Корпоративный

# Запрос

- Название компании, бренда, товара или услуги
- Различные варианты написания названия компании/товара/услуги (на разных языках, разные транскрипции)
- Словосочетания «Компания/товар/услуга +отзывы» и соответствующие варианты.
- Тематические словосочетания «товар + поломка», «товар + отравление», «товар + проблемы»
- ФИО руководителей и ТОП-менеджеров компании

# Инструментарий

- **Пресс-релизы (новости, интервью)** являются одним из самых удобных инструментов для “выдавливания” негативных отзывов со страниц результатов поисковых систем. Тексты размещаются на популярных и/или тематических интернет-СМИ. Преимущество – такие сайты обычно достаточно авторитетны с точки зрения поисковиков.
- **Блоги** используются для создания или поддержки позитивных отзывов или нейтральных сообщений о продукте. Главное – не опускайтесь до спама. Стимулируйте позитивные отзывы.
- **Темы на форумах**, как и блоги, дают возможность контролировать количество и эмоциональный окрас отзывов. Также не воспринимаются как прямое рекламное сообщение.
- **Link mangement** используется для продвижения уже существующих и созданных страниц позитивного или



# Запомните правило

**10x10**

(для того, чтобы получить одну «чистую» страницу в поисковике, нужно десять уникальных текстов разместить на 10 различных сайтах)








# Social Media Press Release

All Press Releases for February 27, 2008  Subscribe to this News Feed 

## New Brush Buddy for Dogs Lets Owners Massage, Brush, Clean, Dry and Bond with Four-in-One Product Is Perfect for Active Dog Owners

*Dog owners wishing they had one product to handle all the occasions their dogs need a quick clean, brush and massage can celebrate today with the launch of The Brush Buddy, a new pet product for dogs who love to be loved while getting groomed. In addition to helping keep dogs well-groomed - and homes and cars free of wet paw prints and dog hair - the Brush Buddy promotes bonding and affection between owners and their dogs.*

### OPTIONS

-  [Printer Friendly Version](#)
-  [Download PDF Version](#)
-  [Download Reader Version](#)
-  [Blog This](#)
-  [Share It](#)


### CONTACT INFORMATION

Ruth Thomas  
[The Brush Buddy](#)  
909-981-3846  
[Email us Here](#)


David Fortson  
888-752-1777  
[Email us Here](#)

### ATTACHED FILES

There are no multimedia files attached to this release. If this is your release, you may add images or other multimedia files through your login.

**Video** 

**Anchor Text Links** [The Brush Buddy](#)

**Images** 

**Pullout Quotes** “But what makes the Brush Buddy unique is its design, which encourages owners to embrace and love their dogs while using it.”




Santa Barbara, CA (PRWEB) February 27, 2008 – Dog owners wishing they had one product to handle all the occasions their dogs need a quick clean, brush and massage can celebrate today with the launch of [The Brush Buddy](#), a new pet product for dogs who love to be loved while getting groomed.

In addition to helping keep dogs well-groomed - and homes and cars free of wet paw prints and dog hair - the Brush Buddy promotes bonding and affection between owners and their dogs.

“The brush side of the Brush Buddy removes dirt, shedding hair and... massage... well... said... founder... of the Brush Buddy. “But what makes the Brush Buddy unique is its design, which encourages owners to embrace and love their dogs while using it.”

## Кейс

- Клиент – Страховая Компания
- Количество запросов в работе: 12
- Строки выполнения работ – 03.05.10-01.08.10
- Динамика количества отзывов:

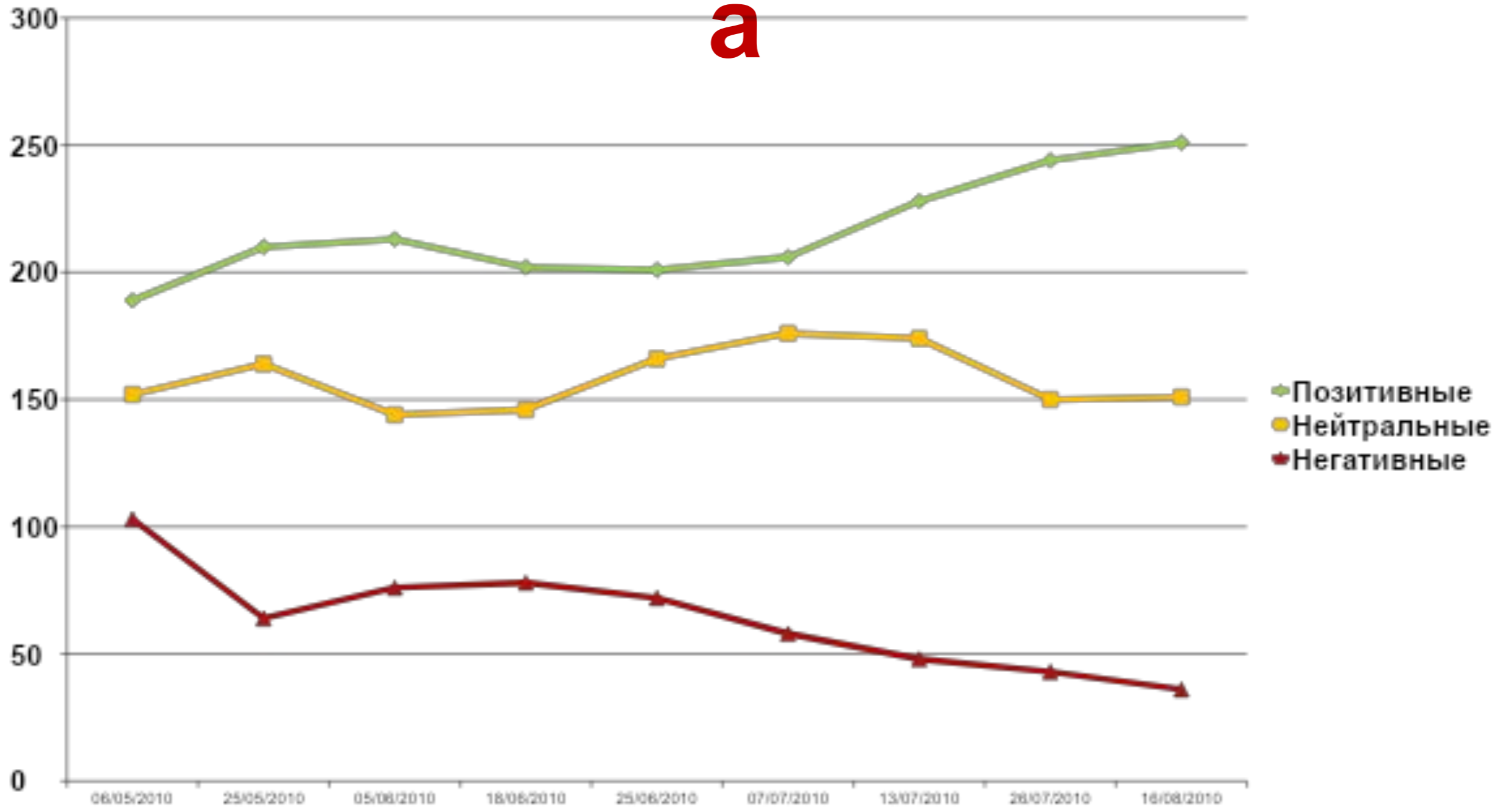
	03.05		01.08
<b>Позитивные</b>	<u>197</u>		<u>253</u>
Нейтральные	152		151
<b>Негативные</b>	<u>113</u>		<u>12</u>

(Совокупное количество уникальных ссылок по всем запросам)

# Запрос ы

- ----- страховая
- страховая компания -----
- страхова -----
- СК -----
- страховая -----
- СК -----
- страхова компанія -----
- СК ----- лицензии
- СК ----- ліцензії
- СК ----- лишили лицензии
- СК ----- ОТЗЫВЫ

# Динамика





# Условия

## Выполнения

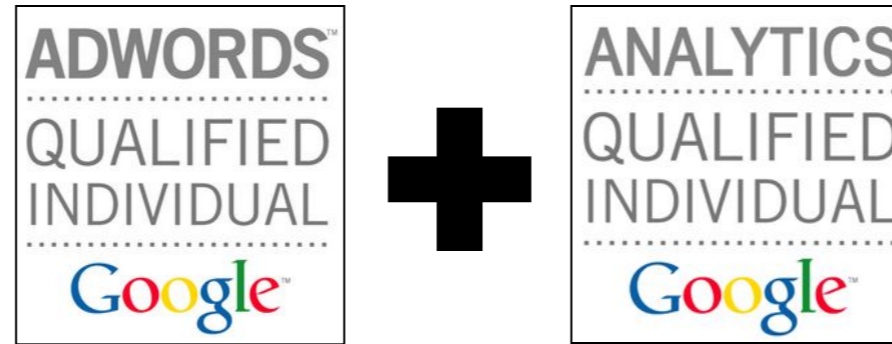
- Сроки выполнения и бюджет SERM зависят авторитетности, типа и тематики сайтов, на которых размещены негативные отзывы.
- Как правило, минимальные сроки выполнения работ – 3 месяца
- В большинстве случаев невозможно гарантировать 100% очистку страниц результатов поиска, придется довольствоваться 90-95% «чистотой»



# В первую очередь:

- Проверьте, что о вас пишут в Google, Яндекс и Яндекс.Блогах
- Оцените количество негативных отзывов
- Оцените количество новостей Вашей компании, которые вы разместили в интернете за последние 30 дней. Сколько из них «находятся» в поисковиках?
- Работайте над появлением новостей в поисковиках!
- Будут вопросы – пишите ( [eugen@uamaster.com](mailto:eugen@uamaster.com) )





## Акция!

Три совета по увеличению эффективности  
Вашей контекстной рекламы – бесплатно!  
Напишите на [info@uamaster.com](mailto:info@uamaster.com) - «хочу три  
совета по контекстной рекламе» и наши  
специалисты свяжутся с Вами.

# Спасибо за внимание!

**Евгений Шевченко**

тел. 050.386.25.29 ← запишите

[eugen@uamaster.com](mailto:eugen@uamaster.com)

Мой блог о рекламе: <http://ace.kiev.ua>

**Интернет-агентство UaMaster:**

- комплексные кампании в интернет
- баннера и контекст
- SEO (поисковая оптимизация)
- SMM (продвижение в соц. сетях)

<http://uamaster.com>



[@acekievua](https://twitter.com/acekievua)

[@uamaster](https://twitter.com/uamaster)