

Управление репутацией
в социальных медиа.

Кейсы X5 Retail group, Faberlic, MarmeladMedia,
Venta IAA.

Kiev 2012

Дарья Ефременко

dy@youscan.biz

skype: youscan

+38 044 206-4884

Проблема: комплексная работа с негативом

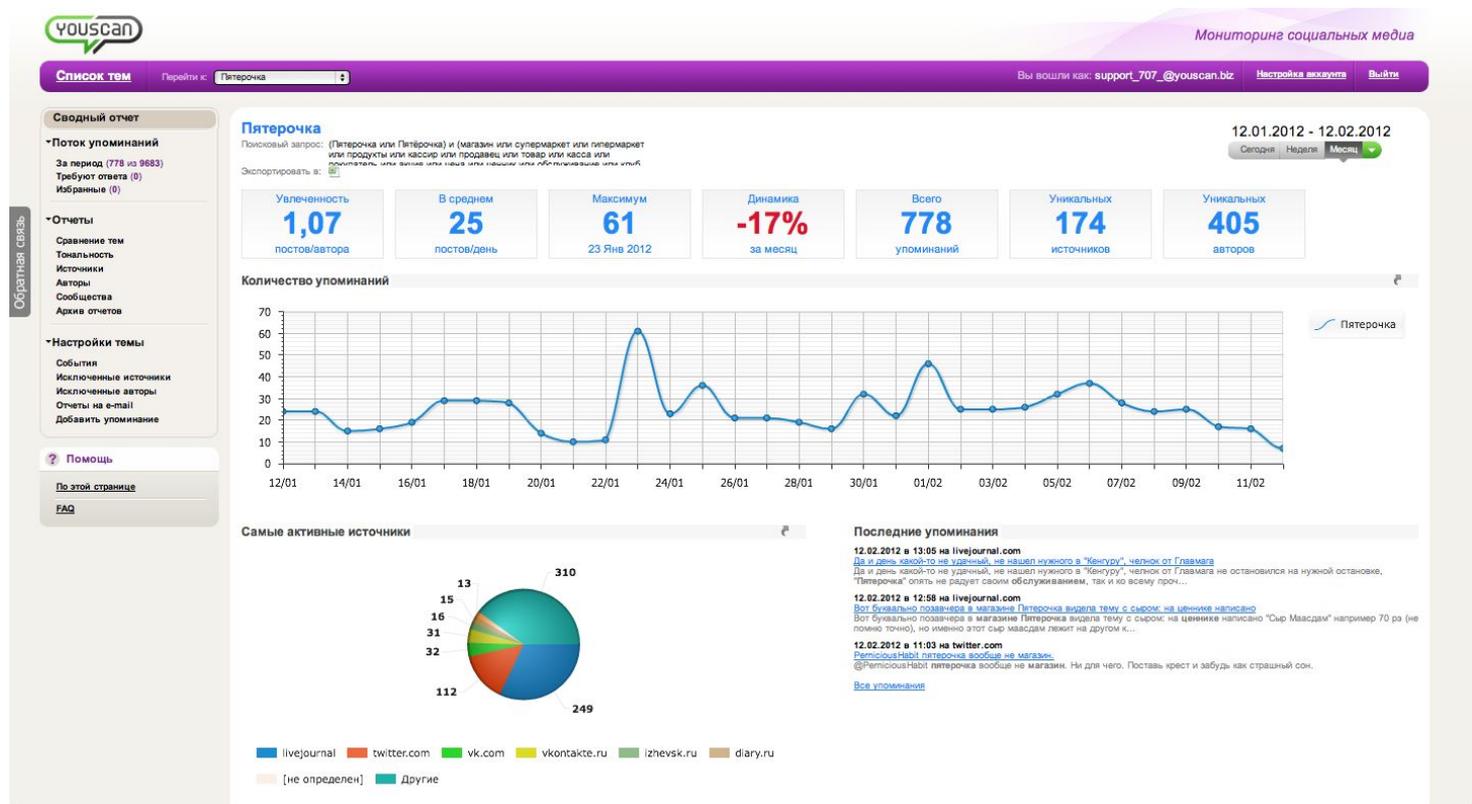


- Группа в соцсети может быть очень большой, но она все равно не охватывает всех клиентов компании;
- известно, что про бренды пользователи «говорят» и вне групп, но как выяснить – где?
- даже если проблемные вопросы задают участники групп, все равно придется тратить много времени и отвечать им по отдельности в каждой соцсети – хотя ответ зачастую должен быть адресован широкой группе клиентов.



Решение: YouScan + Copiny

- При помощи YouScan производится мониторинг отзывов (в том числе негативных) от клиентов на различных социальных ресурсах.



Решение: YouScan + Copiny

- Все упоминания брендов группы («Перекресток», «Пятерочка», «Карусель») отслеживаются, оцениваются, их тональность маркируется аналитиком – ведь аналитик, понимающий бизнес компании, сделает это гораздо лучше любых «умных» алгоритмов.
- Всем негативным отзывам присваивается статус «требующих ответа», и согласно выработанным PR отделом компании бизнес-правилам менеджеры отвечают пользователям.
- При необходимости, к решению проблем и ответам привлекаются другие подразделения компании.
- Комплексные отчеты по мониторингу, разбитые по брендам, экспортируются из системы YouScan для последующей обработки.

Решение: YouScan + Copiny

- Система Copiny, в свою очередь, выступает открытой «Книгой жалоб и предложений».

The screenshot displays the website interface for 'Перекресток' (Perекrestok). At the top, there are banners for 'Перекресток СУПЕРМАРКЕТ', 'Клуб Перекресток', 'Оформите карту', and 'Перекресток Зелёный'. Below these are navigation buttons: 'О КОМПАНИИ', 'РЕКЛАМА У НАС', 'РАБОТА У НАС', 'АКЦИИ!', 'АДРЕСА МАГАЗИНОВ', and 'ТОРГОВАЯ МАРКА «ПЕРЕКРЁСТОК»'. A secondary navigation bar includes 'Главная', 'Обсуждения', 'Люди', 'Администрирование', and 'Модерация'. The user is identified as 'Вы — Евгений, Профиль Выход'.

The main content area features a yellow feedback form with the following options: 'Предложить идею', 'Задать вопрос', 'Сообщить о проблеме', and 'Благодарю'. Below the form is a text input field and a 'Продолжить' button. The text below the form reads: 'Введите краткое описание вашей идеи в поле выше'.

Below the form is a section titled 'Важные обсуждения' (Important Discussions) with three entries:

- 12** голосов: [Давайте вместе заботиться об экологии!](#)
на рассмотрении • предложил [Игорь Светлый](#) • 2 ответа
• последний ответ более 3 дней назад от [Игорь Светлый](#)
- 6** голосов: [Акция "Доминоmania": обмен доминошками :\)](#)
в работе • предложил [Игорь Светлый](#) • 13 ответов
• последний ответ более 8 часов назад от [Ирина](#)
- 10** голосов: [Программа "За качество отвечаю!"](#)

On the right side, there is a search bar 'Поиск по сообществу...', a 'Новости сервиса' section with a date '28.10.2011 11:44' and a link to 'Создание нового обсуждения из комментария', and a 'Сообщение от компании' section with contact information: 'Телефон: 8-800-200-95-55 (круглосуточно)', 'E-mail: info@x5.ru', and a paragraph of text about the company's history and sales volume.

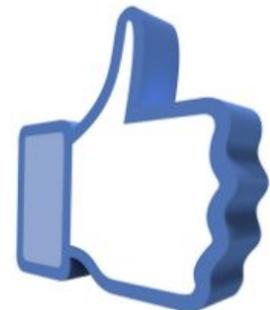
Решение: YouScan + Copiny

- Copiny интегрируется с соцсетями и сайтом компании, объединяя поддержку пользователей в брендированное сообщество.
- Это позволяет работать со всеми обращениями пользователей в едином интерфейсе, экономя время комьюнити-менеджеров и увеличивая их скорость реакции.
- Кроме того, в сообществе Copiny есть маркетинговые инструменты для исследования аудитории (модули опросов и голосований, система выявления адвокатов бренда).

Результаты



- На качественно новом уровне решена проблема работы с негативом.
- В частности, магазин «Пятерочка», являющийся по сути дискаунтером, сейчас предлагает в сети систему поддержки и контроля качества, превосходящую своих конкурентов из «премиального» сегмента.
- **Затраты:** система готова к работе в кратчайшие сроки (у X5 ее настройка и запуск заняли 5 дней).
- **Стоимость** – около 2,5 тыс. гривен в месяц на 1 бренд.



Проблема: информационные вбросы



- Поскольку красота и здоровье тесно связаны, потребитель очень болезненно реагирует на информационные вбросы.
- Информацию подхватывают «желтые сайты», а их – люди.

RUMORS



Решение: МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

- Не нужно мониторить всю сеть: если вброс действительно интересен, он найдет свое отражение в соцмедиа.
- С системой работает служба информационной поддержки

30.12.2011 6:36 на [blogspot.com](#)

[Здесь я тоже нужна](#)

Ведь если аллергия на **кислородную косметику**, то просто обязательно должна быть аллергия и на воздух. «

Автор: [Фаберлик в формате 3D](#)

тональность в избранные поручить ответить оставить заметку

29.12.2011 11:34 на [kosmetista.ru](#)

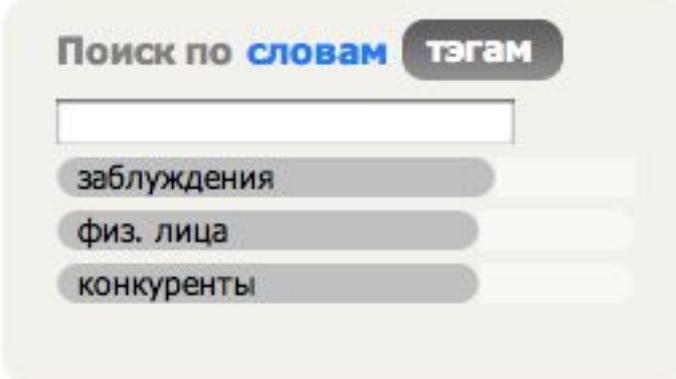
[Мое средство 3 в 1 Faberlic Bio Kislород Кислородный бальзам для всех типов кожи](#)

А если серьезно, то нашла пару интересных статей о **кислородной косметике** и о мифах в кометологии.

тональность в избранные поручить ответить оставить заметку

Решение: тегирование информации

- Случайный негатив: «слышала, что в кислородной косметике используют отходы производства»;
- целенаправленный негатив от физических лиц: «компания лишила меня всего, хотел заработать миллион, а меня кинули»;
- негатив от конкурентов: «эксперты нашего издания уверяют, что эта косметика приводит к раннему старению кожи».



Поиск по **словам** **тегам**

- заблуждения
- физ. лица
- конкуренты

Решение: что дальше?

- В первом случае можно прокомментировать (а иногда и затроллить).
- Во втором, чаще всего приходится обращаться к администраторам сайтов для удаления комментариев, порочащих честь и достоинство.
- Третий вариант самый сложный. Если не удастся добиться опровержения заказного материала на страницах данного издания, публикуем опровержение в профильных изданиях и везде даем

  тональность  в избранных  поручить ответить  оставить заметку

Кому

-Не назначен-

Сопроводительный текст

Отправь в пресс службу с комментариями.

применить

или [отменить](#)

Результаты



- Внедрили систему всего за неделю.
- За период мониторинга при помощи YouScan зафиксировано более 10 вбросов негативной информации, на которые стоило отреагировать.
- По фактам были проведены фильтрационные мероприятия.
- Но основной результат – **контроль над ситуацией** и возможность своевременно реагировать.





мониторинг социальных медиа в управлении лицензионными брендами



«Мармелад Медиа» – одно из первых лицензионных агентств на российском рынке, созданное на базе проекта "Смешарики". Сейчас в управлении агентства более 20 российских и международных медиа-брендов, таких как "Смешарики", "Фиксики", "Белка и Стрелка. Озорная семейка", "Куми-Куми", "Губка Боб Квадратные Штаны", "Аватар", "Даша-путешественница" и др.

Проблемы и возможности:

Одна из наиболее серьезных проблем на лицензионном рынке - распространение контрафактной продукции. И, безусловно, всем сильным игрокам лицензионного рынка необходим системный мониторинг для выявления контрафакта. Как найти, кто и где использует медиа-бренды без лицензии?

Решение:

Татьяна Герасина,
Маркетолог-аналитик
Группы компаний "Рики":



“То, что искать надо в Интернете, было понятно сразу, но вот как? Сначала мы пробовали использовать поиск по блогам Яндекса, но потом протестировали и решили применять специальные системы мониторинга. Среди всех вариантов был выбран YouScan, из-за простоты, удобного и понятного интерфейса, гибкой системы отчетов.

Поскольку мы комплексно управляем медийными брендами с многочисленной интернет-аудиторией, результаты мониторинга стали применять не только для выявления контрафакта, но и в целях стратегического развития брендов, которое включает управление целевой аудиторией и имиджем бренда.

Мы были удивлены, например, тем, что у мультфильма «Смешарики» довольно много фанатов не только среди школьников, но и подростков 16-18 лет.

Также мы выяснили, что некоторые сцены мультфильмов неоднозначно воспринимаются детьми, например, какие-то моменты пугают малышей и т.п. Мы, конечно, стараемся избежать подобных реакций и вносим соответствующие изменения в сюжет.

Кроме того, с помощью мониторинга мы находим настоящих фанатов бренда, которые выкладывают фотографии собственных рисунков, поделок и даже граффити, и своевременно выявляем негативные упоминания, распространяемые недоброжелателями.”

Результат:

С помощью мониторинга социальных медиа агентство «Мармелад-Медиа» выявило несколько интернет-магазинов, распространяющих контрафактную продукцию, и даже дискотеку, нелегально действующую под одним из медиа-брендов; все они были лишены права нелегально использовать лицензионные бренды. Агентство также получило важную информацию о предпочтениях аудитории, которые теперь учитываются в управлении медиа-брендами.

По словам Татьяны Герасиной,

“По сути, мониторинг упоминаний в сети стал еще одним (и достаточно мощным) каналом получения обратной связи от пользователей, мы стали лучше понимать их потребности и их самих, что положительно влияет и на нашу продукцию. Сегодня наши клиенты получают ежемесячные отчеты о популярности и репутации бренда, что крайне важно, так как бренды являются нашим основным активом.”

YouScan - мониторинг социальных медиа

<http://youscan.ru/>
info@youscan.biz

+7 495 668-1085, 644-3268 (Россия) | +38 044 206-4884 (Украина)

Twitter: @youscan
facebook.com/youscan
skype: youscan

как исправить репутацию службы такси в Интернете

Агентство интернет-рекламы **Venta** основано в 2005 году. Среди клиентов — более 100 компаний, в том числе известные бренды. По данным рейтинга «CMS magazine» агентство входит в ТОП ведущих SEO-компаний Рунета, сегодня компания оказывает полный комплекс услуг по продвижению бизнеса клиентов в интернете.

Проблема:

Одним из клиентов агентства является известная служба такси в Москве. Проблема заключалась в появлении в интернете массы негативных отзывов: о компании в целом, сервисе, машинах, водителях и т.д. Для сервисного бизнеса, такого, как служба такси, такие удары по репутации чувствительны вдвойне, поэтому нужно было что-то делать. И агентство **Venta** предложило своему старому клиенту конкретный план.

Решение:

Артем Арсеньев,
менеджер по маркетингу



«Сначала мы составили список ключевых запросов, которыми пользуются люди, когда хотят почитать отзывы о нашем клиенте. Потом отобрали топ-20 сайтов из поисковых систем Яндекс и Google, которые показываются по этим запросам. На всех выбранных площадках завели представительство от лица компании, и начали системно работать с негативными отзывами. На старые жалобы отвечали в темах, где была написана жалоба, и писали клиенту лично. Если появлялись новые жалобы, отправляли их руководителю компании, и сообщали клиентам о результатах. Подход был максимально индивидуальный: кому-то предоставлялись скидки, кому-то разъяснение инцидентов с извинениями и т.д.

Но ТОП-20 сайтов с жалобами – это далеко не весь Интернет, клиенты компании делились своими впечатлениями, например, в соцсетях и на сайтах, которые не вошли в ТОП-20.

Появилась необходимость в автоматической системе мониторинга упоминаний. Поскольку про **YouScan** мы слышали много хороших отзывов на различных тренингах и семинарах по мониторингу соцмедиа, то решили попробовать. После запроса, с нами связались, рассказали о возможностях системы, задачах, которые можно решать, тарифах, помогли настроить запросы для мониторинга. Окончательное решение о сотрудничестве именно с **YouScan** мы приняли, оценив качество мониторинга и фишки системы. Например, очень удобной для составления отчетов оказалась функция «добавить упоминание вручную», а сами отчеты подробными, и в то же время наглядными и понятными. После выбора системы начали ежедневно работать с упоминаниями – каждое найденное упоминание оценивалось по тональности и обрабатывалось представителями клиента по уже отработанной схеме»

Результат:

На сегодняшний день, вручную работая с ТОП-20 сайтов отзывов, а также при помощи **YouScan** -автоматически со всеми остальными, агентство **Venta** решило для клиента проблему негатива в интернете. Клиент доволен, у него появляются новые корпоративные клиенты, которые раньше опасались работать с ним из-за негативных отзывов, большинство которых, как выяснилось опытным путем, были написаны конкурентами. Но даже не это главное. Агентство получило бесценный опыт, и теперь планирует разработать и запустить услугу для клиентов, которая поможет осуществлять также мониторинг конкурентов, а также услуги по поиску потенциальных

YouScan - мониторинг социальных медиа

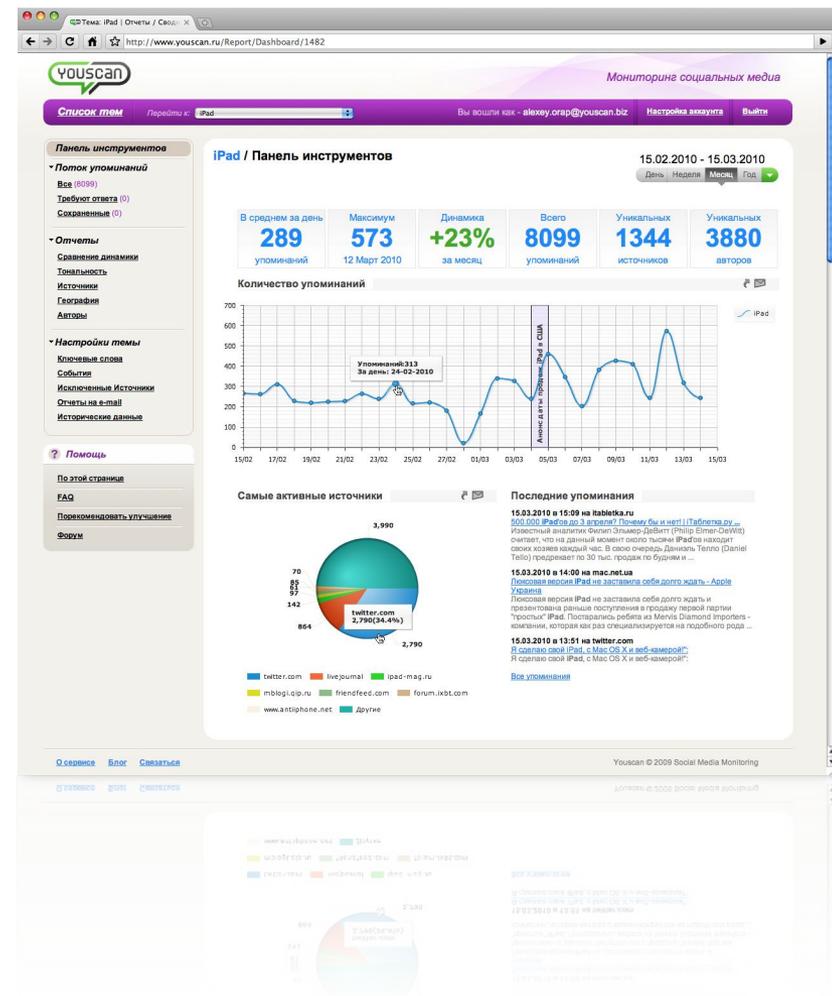
<http://youscan.ru/>
info@youscan.biz

Twitter: @youscan
facebook.com/youscan

Система автоматического мониторинга социальных медиа, Social CRM платформа

Лидирующее решение для мониторинга соцмедиа в Рунете:

- Блоги, форумы, Twitter, Facebook, ВКонтакте, YouTube
- Удобный аналитический интерфейс
- Отчеты по количеству сообщений, авторам, источникам, сообществам, частым словам, тональности
- Тэги для категоризации упоминаний
- Многопользовательские аккаунты и средства командной работы (заметки, задания)
- Отчеты на e-mail и возможность экспорта данных в Microsoft Excel



Наши клиенты

Известные B2C бренды и агентства

YouScan используют для мониторинга социальных медиа лидеры рынка: ведущие клиент-ориентированные потребительские бренды в России и Украине, а также известные маркетинговые, исследовательские и цифровые агентства. Среди них:

Корпоративные клиенты

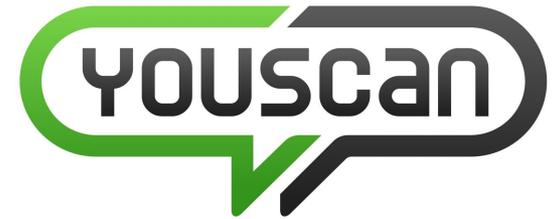


Агентства



SPN Ogilvy

... и другие



Обсудим?

- Дарья Ефременко
YouScan: Мониторинг социальных медиа
www.youscan.ru
+38 044 206-4884
- dy@youscan.biz