

# **«Эффективные коммуникации в социальных медиа. Практика ТЕЛЕКОМ»**

Автор: Сальников  
Александр

Кол-во слайдов: 15

# Тезисы доклада:

- 1 • **Особенности коммуникаций в социальных медиа**
- 2 • **Целевые аудитории телеком-отрасли, площадки для**
- 3 • **Подводные камни при взаимодействии компаний**
- 4 • **Рекомендации по формированию эффективных коммуникаций**

## 1. Особенности коммуникаций в социальных медиа:

- Неформальность
- Требовательность к оперативности ответов
- Контроль над эмоциями
- Выбор позиции:
  - «Вы в сети только по делу»
  - «Вы – друг для своей ЦА»
- Соблюдение психологической дистанции

# Цели коммуникаций в социальных медиа:

- Рост продаж
- Повышение узнаваемости компании
- Работа с претензиями
- Обратная связь от рынка
- Поиск деловых партнеров
- Подбор новых сотрудников

## 2. Целевые аудитории телеком-отрасли:

- Потребители услуг
- Собственные сотрудники
- Деловые партнеры
- Представители СМИ

## 2. Площадки для контакта с ЦА:

- Городские форумы
- Социальные сети
- Блогосфера
- Деловые порталы
- Тематические сообщества
- Корпоративный блог
- Корпоративный форум

# Где с кем общаться?

- **Потребители услуг**
  - Городские форумы
  - Социальные сети
  - Тематические сообщества
  - Блогосфера
  
- **Собственные сотрудники**
  - Внутренний блог
  - Внутренний форум
  - Закрытое сообщество в социальном сервисе
  
- **Деловые партнеры**
  - Деловые социальные сети
  - Бизнес-порталы
  
- **Представители СМИ**
  - Корпоративный блог
  - Корпоративный форум
  - PR-площадки
  - Новостные социальные порталы

### 3. Подводные камни при взаимодействии с ЦА:

- Прوماхи компании
- Особенности поведения аудитории
- Ограничения социальных сервисов

# Промахи компании:

- Отсутствие четкой цели
- Отсутствие стратегии
- Недостаток знаний и навыков

# Ошибки представителей компании:

- Эмоциональная несдержанность
- Недостаточная осведомленность о продукте, компании
- Ошибка с выбором площадки
- Нетерпеливость
- Неготовность признавать ошибки (свои и компании)
- Лень
- Отсутствие поддержки других отделов
- Чрезмерный контроль руководства

# Особенности поведения аудитории:

- Психологическая неготовность к конструктивному диалогу
- Инертность, лень
- Страх перед публичными выступлениями
- Агрессивность к представителям компаний (в связи с массовым спамом)

## Возможные ограничения социальных сервисов:

- Запрет ссылок
- Размер и формат сообщений
- Отсутствие формы для голосования
- Слишком жесткое модерирование (бан)
- Лимит приглашений в сообщество
- Ограничения по общению (приватность пользователей)

#### 4. Рекомендации по формированию эффективных коммуникаций:

- Будьте полезны
- Будьте искренни
- Будьте естественны
- Будьте спокойны и благожелательны
- Будьте терпеливы

# Спасибо за внимание!

**Маркетинговое агентство «PROMO Street»**

**[www.promostreet.ru](http://www.promostreet.ru)**

Конференция «Новые технологии в PR. Практика ТЕЛЕКОМ»

2009 г.