

Роль социальных медиа в укреплении бренда услуги



Характеристики услуги

Неосвязаемость

Невозможность накопления

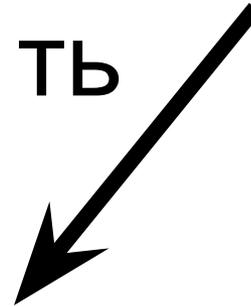
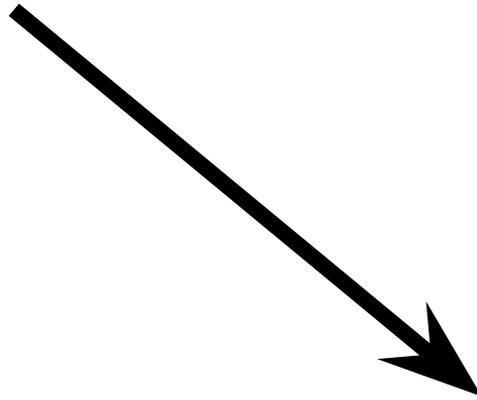
Непостоянство качества

Неотделимость от источника



Непостоянство
качества

Неосвязаемос
ть



Повышение
воспринимаемого
о риска

Развитие интернета





В2Р взаимоотношения

Отношения на равных с брендами

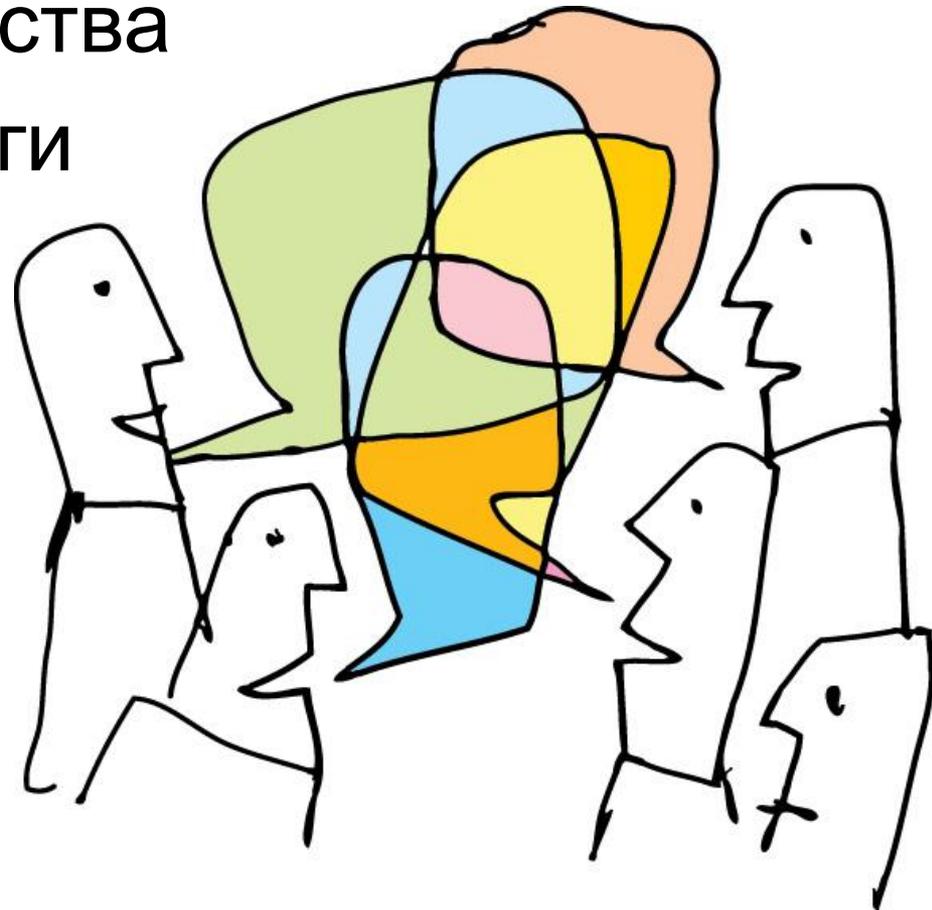
Prosumers – создатели бренда



Социальные медиа

Позволяют решить проблемы:

- непостоянства качества
- неосвязаемости услуги



Каким образом решают?

Формирование «упаковки» бренда услуги
на совместных началах

Верификация сформированного
имиджа коллективным
потребительским опытом



Положительные аспекты

Для компании –

- Повышение количества повторных покупок
- Низкая стоимость информационного обслуживания
- Снижение затрат по информационному послепродажному обслуживанию
- Оперативность реагирования

Положительные аспекты

Для потребителя –

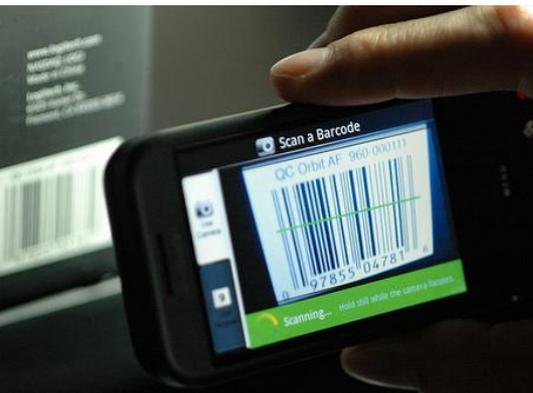
- Доступ к текущим пользователям услуги
- Снижение неопределенности при покупке
- Удобство коммуникации с компанией
- Поддержка сообществ



Nonlinear



Практические решения



Интеграция POS с рекомендательными сервисами

Виды:

- Система отзывов на сайте
- Социальные плагины для комментирования
- Stand-alone сервисы: Yelp!, ИМХОнет

Проверка достоверности отзыва +
Возможность связаться с
рекомендателем

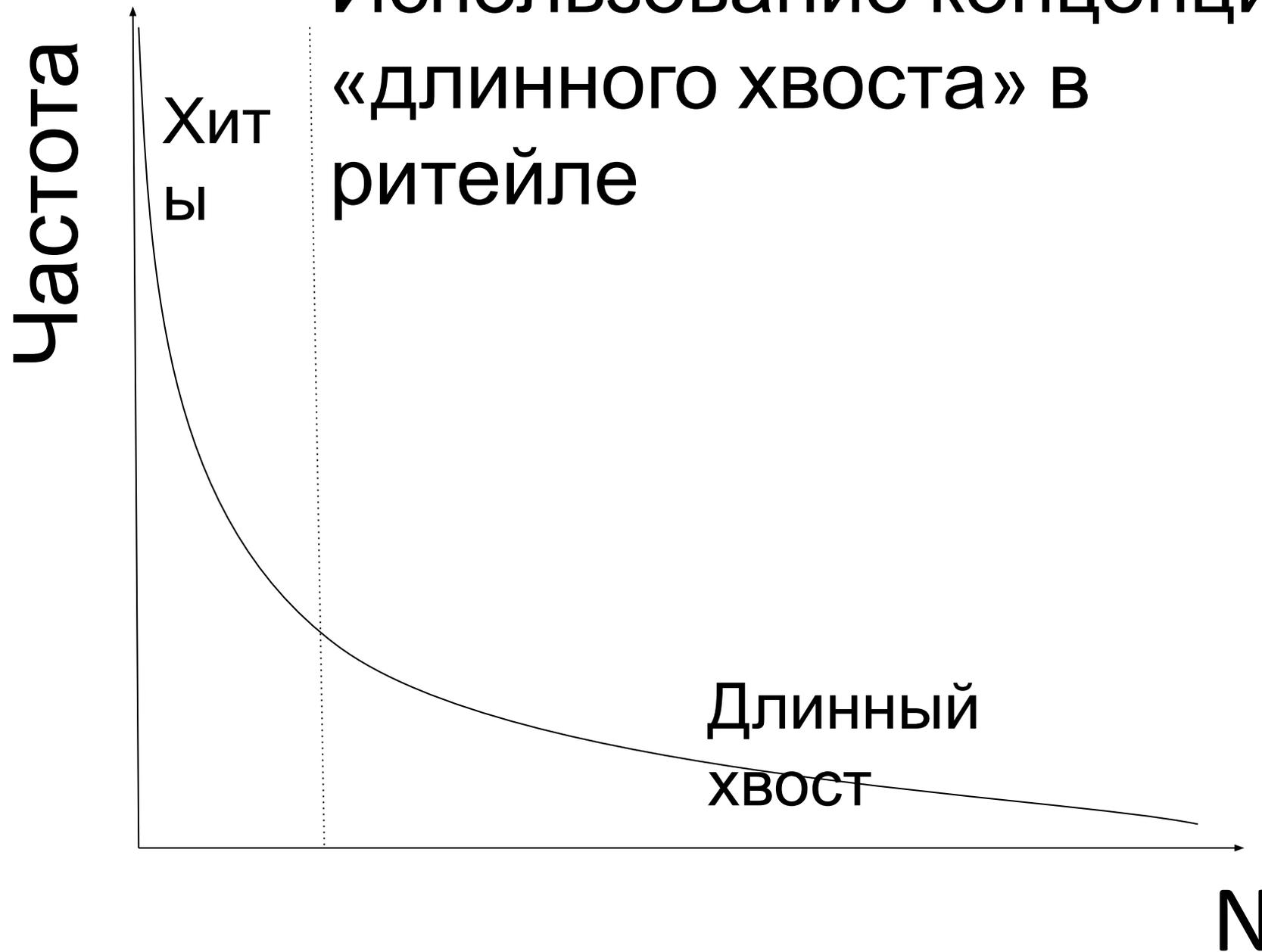


Снижение чрезмерного выбора в ритейле





Использование концепции «длинного хвоста» в ритейле



ЭКОНОМИЯ КОГНИТИВНЫХ РЕСУРСОВ

Для покупок с *НИЗКИМ* вовлечением –
ориентация на *хиты*

Для покупок с *ВЫСОКИМ* вовлечением –
исследование *длинного хвоста*

+ денежных ресурсов

Ритейл как витрина

Доступ к дополнительной информации:

- Фактическая информация
- Опыт потребления

Технологии:

- Дополненная реальность
- QR-коды
- RFID-метки
- Проприетарные приложения



Ритейл как витрина

Получение дополнительной информации

Опробование товара (испытание
реальности его присутствия)

Возможность приобретения через
интерн



Уровни системы рейтингов

Имиджевые – отзывы и рейтинги о компании

Продуктовые (на уровне предложения)

Рейтинги отзывов



Необходима единая система

Существуют разрозненные сервисы:

Foursquare

Yelp!

которые реализуют
лишь часть функций



Повышение эффективности брендинга

Двустороннее формирование бренда

Верификация потребителями

Обоснование добавленной
ценности



Спасибо за внимание!



Андрей Маркин

www.slideshare.net/andreasme

 andreasme@rambler.ru

 [@andreasme1988](https://twitter.com/andreasme1988)

 [andreymarkin](https://www.facebook.com/andreymarkin)

