Презентация для конференции
RIW//2010
21 октября 2010

Репутационный менеджмент в сети

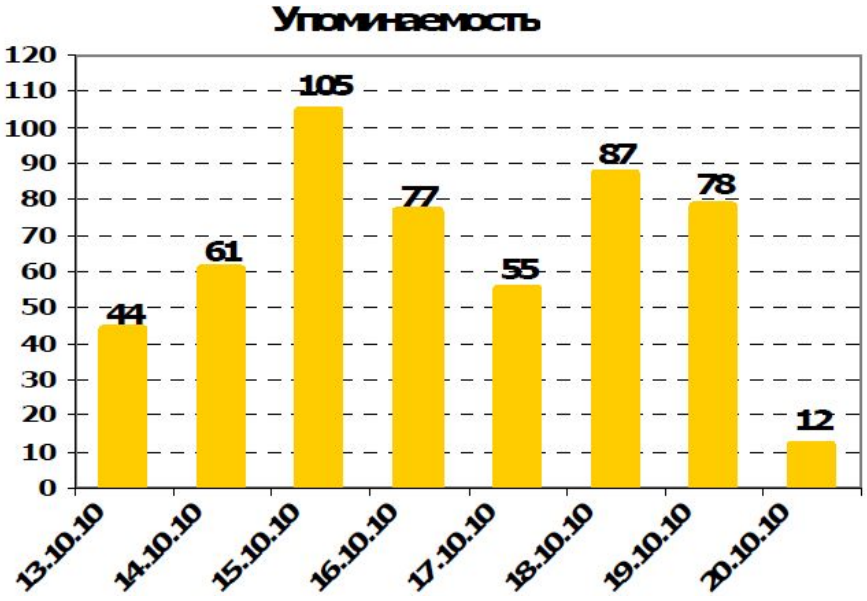
Елизавета Фетисова,
Руководитель службы по бренд-коммуникациям,
ОАО «ВымпелКом» (ТМ «Билайн»)

«Билайн» в социальных сетях

400 постов в день

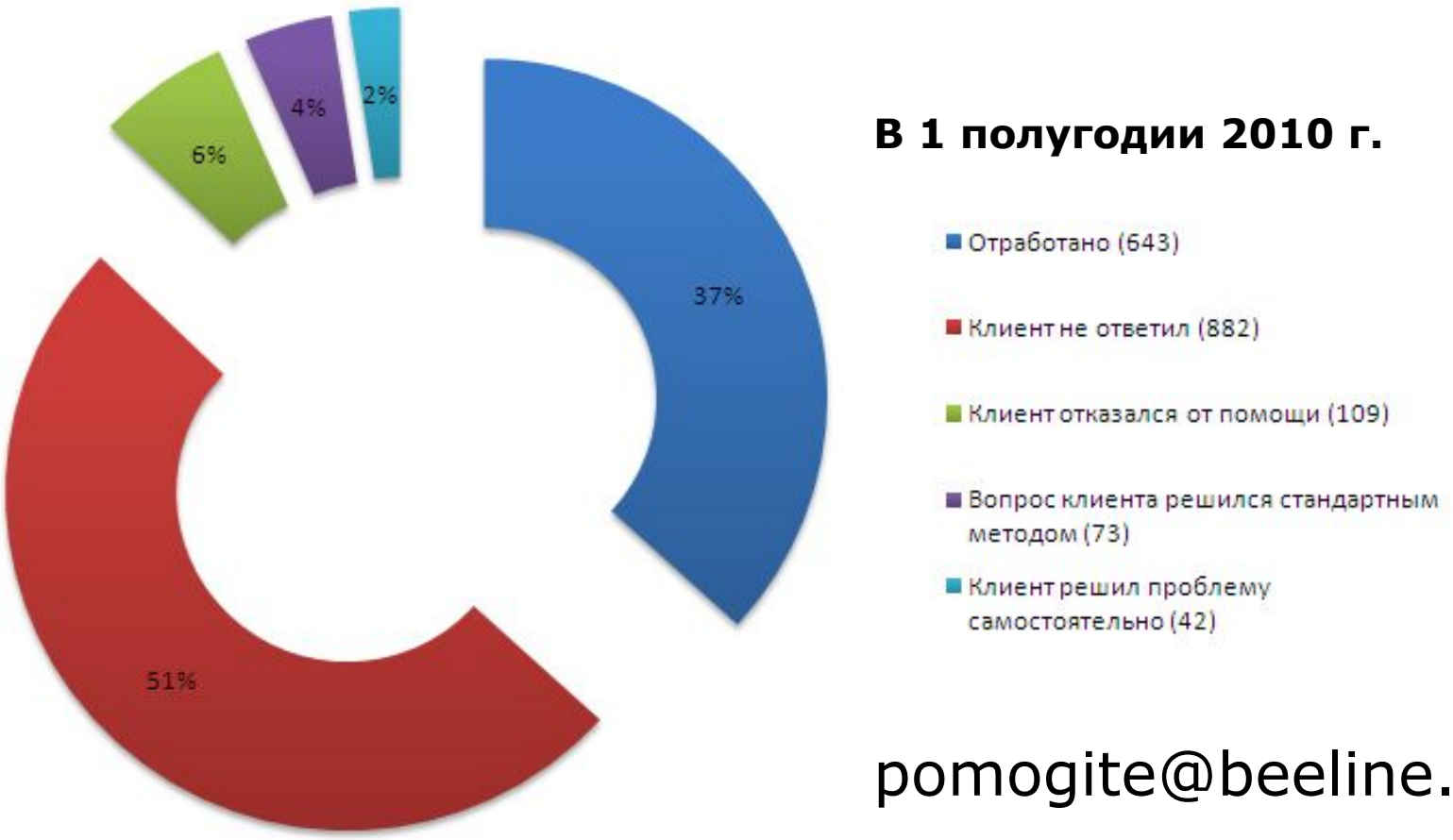
100 сообщений - содержательные и эмоционально окрашенные

- 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



pomogite@beeline.ru

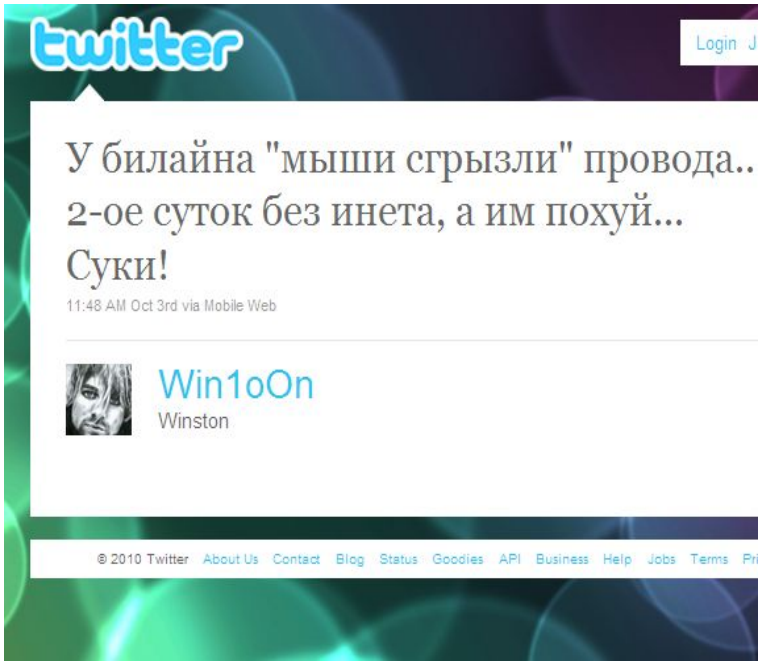
Модель реагирования

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)

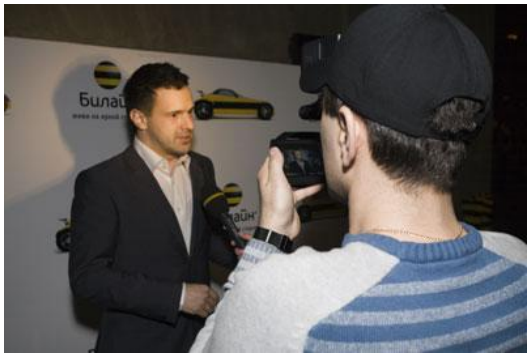
История 3. Онлайн в Оффлайне

Homenet.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 и 0.vkontakte.ru

Бесплатные SMS-оповещения о новых событиях в социальных сетях Vkontakte и Livejournal

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