




Управление репутацией компании и взаимодействие с аудиторией в new media

Дарья Батухтина,
Аналитик, эксперт по развитию
международного бизнеса
компания SOVA NET (Чехия)

Если вы сделаете покупателя недовольным в реальном мире, он пожалуется 6 своим близким друзьям. Если вы обидите клиента онлайн, он распространит об этом другим 6 000 людей.

**Джеффри Бэзос,
основатель Amazon.com**



81% рекламных кампаний для брендов не имеют четкой стратегии в новых медиа, а делают это «для присутствия»

Только 7% заказчиков понимают ценность общения бренда напрямую с потенциальными покупателями через соцмедиа

Лишь 27% компаний-заказчиков имеют представление о социальном портрете потенциального клиента

В 73% случаев от рекламных кампаний в соцмедиа ожидают отдачу в виде роста прибыли в течение следующих 12 месяцев, а лучше раньше

Главный и первый принцип состоит в том,

что социальные медиа

являются лишь одной из составляющих маркетинговой стратегии компании и всегда должны рассматриваться

**в комплексе, в совокупности
иных решений.**



Кто в вашей компании отвечает за:

- Репутацию вашего бренда?**
- Стратегию в новых медиа?**



Управление репутацией бренда –

это основа построения коммуникации с аудиторией в маркетинговой стратегии. Исходя из этого строится **интерактивное общение с целевой аудиторией** в социальных медиа.



80% успеха продвижения в социальных сетях **ЗАВИСИТ ОТ ГОТОВНОСТИ**

КОМПАНИИ организационно реагировать на сообщения пользователей или потенциальных

покупателей и только **20% от**

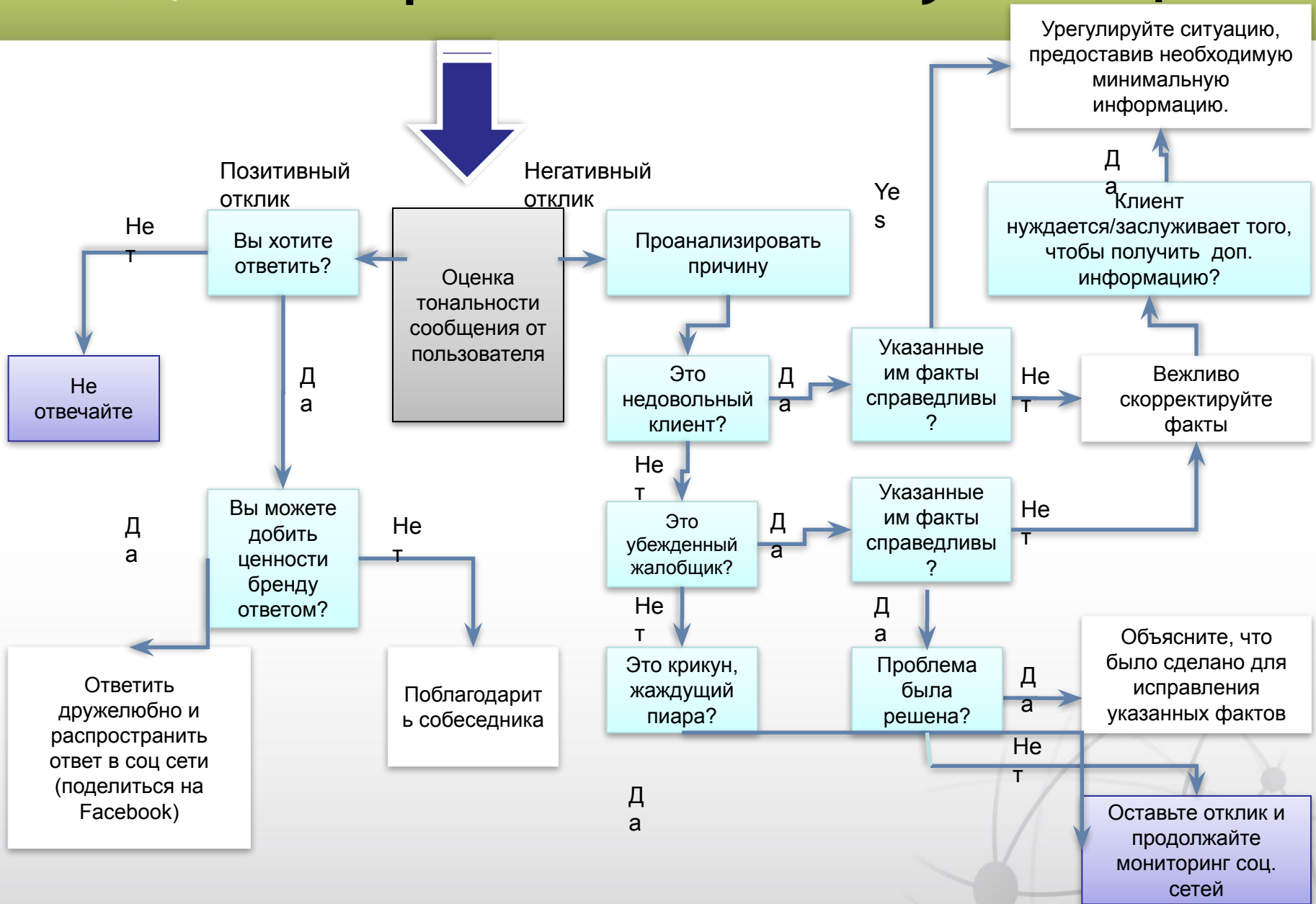
используемых технологий.



Что такое ГОТОВНОСТ Ь Компании ?



Выберите тип коммуникации





at&t



CISCO



1. Скандал вокруг Sony BMG - ПО для защиты от копирования
2. Ошибка Motrin Moms

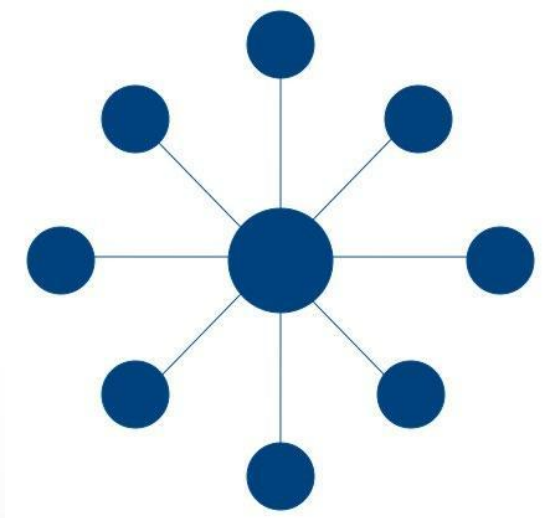


Клиентов не волнует, кто отвечает за маркетинговую стратегию в компании, им важно общение здесь и сейчас!



Выберите тип коммуникации

Скоординированная
модель коммуникации



41
%

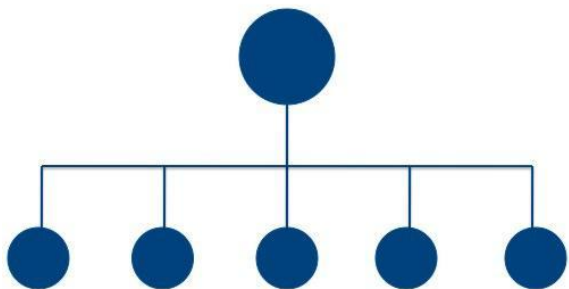
**Кто
пользуется?**

«История игрушек:
Большой побег» (Disney)
Facebook, YouTube
Twitter , блоги о фильмах



Выберите тип коммуникации

Централизованная
модель
коммуникации



28%

Кто
пользуется?

Gap

Groupon.com

Facebook

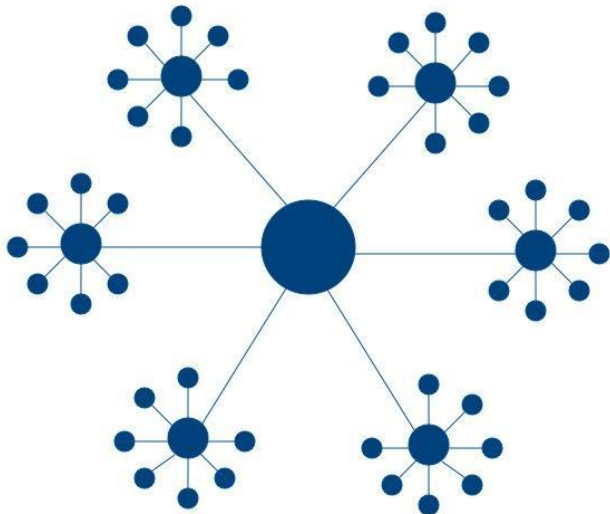


Gap 1969
Premium Jeans



Выберите тип коммуникации

Структура
коммуникации
по типу «одуванчик»



18%

**Кто
пользуется?**

Miscrosoft, HP

Facebook

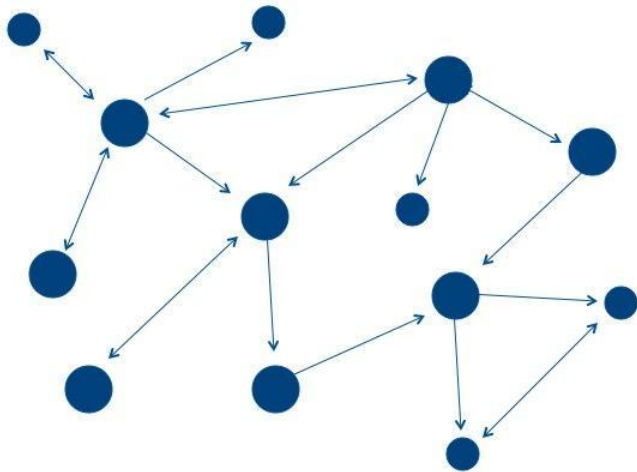
Twitter

Нишевые сообщества



Выберите тип коммуникации

Распределенная
структура
коммуникации



10.8%

Кто
пользуется?

Starbucks

Foursquare

Facebook

Twitter



ВЫВОД:

При разработке стратегии для социальных медиа необходимо в первую очередь учитывать, какой тип построение коммуникации будет наилучшим образом подходить для структуры самой компании.



Анализ потребительского поведения через SCRM



Придумайте историю!

Все, что вы создали до этого не имеет значение; гораздо важнее для прибыли бизнеса – что о нем говорят пользователи сейчас.

Сет Годин, гуру веб индустрии



Дарья Батухтина,
Менеджер по развитию международного бизнеса
E-mail: darena82@gmail.com
Skype: darena82



Спасибо за внимание!