



на шаг впереди

## КРУПНЫЕ БРЕНДЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:

работа с клиентами и управление репутацией в социальных сетях

Марина Акулич,  
блог-секретарь Группы МТС



на шаг вперед

# СОДЕРЖАНИЕ

- ❑ Почему брендам необходимо присутствие в социальных сетях
- ❑ Цели работы в социальных медиа
- ❑ Оценка эффективности
- ❑ Принципы работы
- ❑ Управление репутацией
- ❑ Кейс МТС
  - ❑ цели и задачи проекта
  - ❑ архитектура процесса
  - ❑ KPI процесса
  - ❑ текущее состояние



- ❑ Клиентские коммуникации перемещаются в социальные медиа – блоги, социальные сети, форумы
- ❑ Клиенты в социальных медиа в высокой степени доверяют рекомендациям и советам других участников сообщества, при этом игнорируя сообщения с явной рекламой или от ангажированных авторов
- ❑ Социальные медиа становятся полноценной и преобладающей средой формирования клиентского опыта за счет большой аудитории и высокой скорости передачи информации о положительном и отрицательном опыте каждого участника сообщества

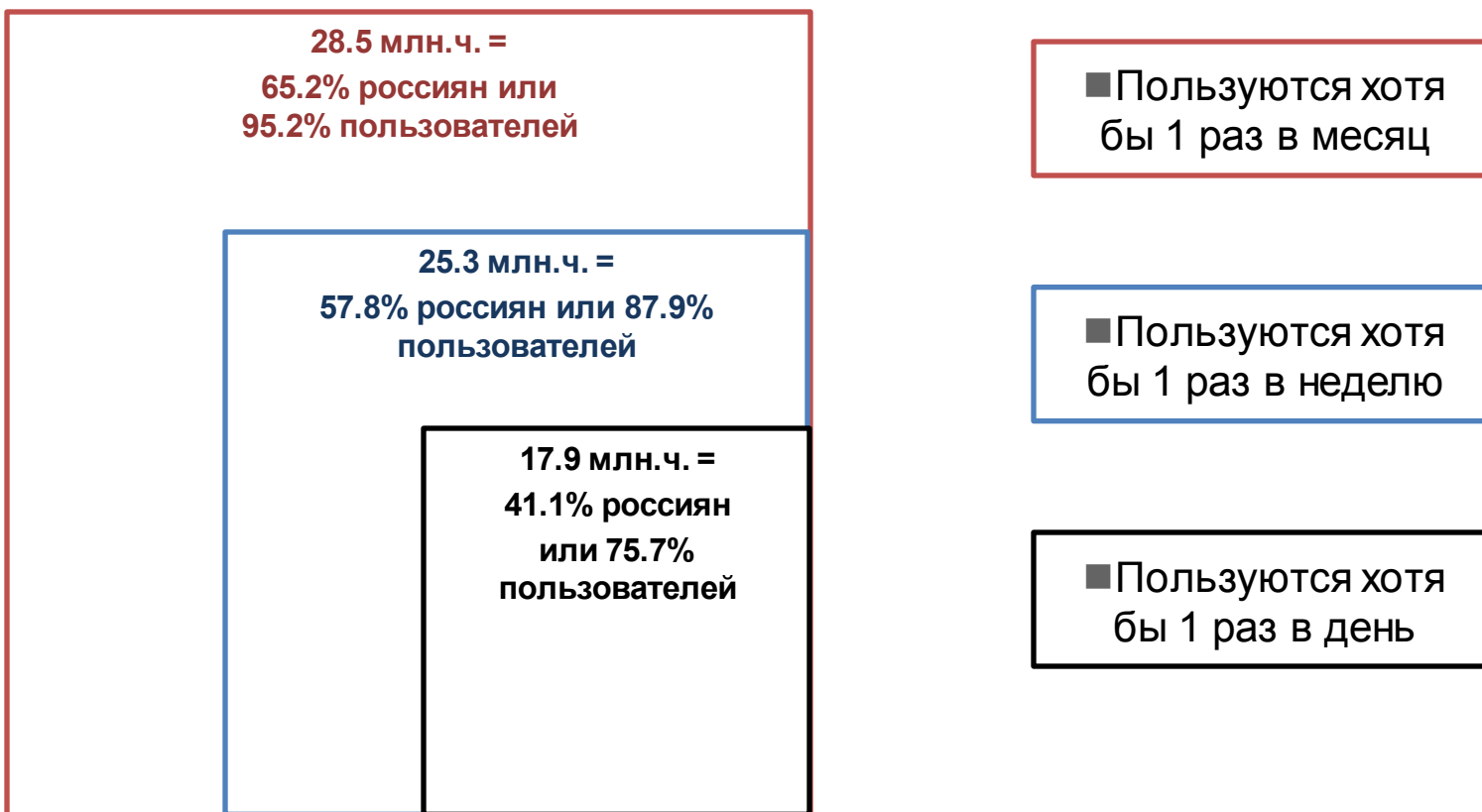
**Для репутации бренда жизненно необходимо построение системы управления взаимоотношениями с Клиентами в социальных сетях**



на шаг вперед

# ЧАСТОТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

■ Города 100 000+, 12-54 лет, декабрь 2010



■ Источник: TNS Web Index, декабрь 2010, Reach, Россия 100 000+, 12-54 лет.



на шаг вперед

# ЦЕЛИ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## БИЗНЕС-ЦЕЛИ

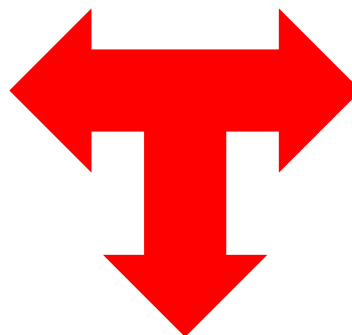
Привлечение новых клиентов  
Увеличение продаж

---

Удержание существующих клиентов  
Повышение доходности

---

Развитие бизнеса  
Разработка релевантных продуктов



## ИМИДЖЕВЫЕ ЦЕЛИ

Создание и развитие привлекательного имиджа для ЦА

---

Управление репутацией  
Повышение лояльности к бренду  
Работа с претензиями

---

Поддержка HR-имиджа  
Обратная связь с клиентами

**ЦЕЛИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ИЗМЕРИМЫ И ПРИНОСИТЬ РЕАЛЬНУЮ ПОЛЬЗУ**

**100 Like'ов – НЕ ЦЕЛЬ**



## ❑ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

### ❑ Количественные:

- ❑ Увеличение продаж/посещаемости сайта
- ❑ Число фанов групп/лайков/фолловеров
- ❑ Количество людей, проявивших нужный нам интерес или совершивших нужные нам действия

### ❑ Качественные

#### ❑ Качественные показатели

- ❑ Увеличение доли позитива и нейтрала
- ❑ Увеличение отзывов как от существующих, так и от новых клиентов
- ❑ Повышение лояльности к бренду

## ❑ ЕДИНСТВЕННО ВАЖНОЕ, ЧТО НЕОБХОДИМО УЧИТЫВАТЬ ПРИ ОЦЕНКЕ ПРОЕКТА

- ❑ Достижение поставленных целей
- ❑ Удовлетворенность целевой аудитории проекта



на шаг вперед

# ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## О ЧЕМ ВАЖНО ПОМНИТЬ

---

Социальные сети – личное пространство клиентов



**Нужно учитывать специфику аудитории социальных сетей**

Социальные сети – источник информации для СМИ



**Цели проекта должны соответствовать долгосрочной стратегии компании**

Социальные сети – место наибольшего доверия к написанному



**Цели должны соответствовать публичной коммуникации**



на шаг вперед

## ОСНОВНЫЕ РИСКИ И ИХ ПРИЧИНЫ

---

При разработке проекта не учитывается специфика аудитории социальных сетей  
Проект не вписывается в долгосрочную стратегию компании  
Нарушены регламенты публичной коммуникации



**Судебные и правовые риски**  
**Инвестиционные риски**  
**Репутационные риски**



**ПРЯМАЯ УГРОЗА БИЗНЕСУ**



на шаг вперед

## МТС В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: практический кейс



на шаг вперед

# ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА МТС

- ❑ **Управление репутацией МТС на площадках популярных социальных сетей**
  
- ❑ **ЦЕЛИ ПРОЕКТА**
  - ❑ Нивелирование рисков, связанных с негативными отзывами о компании в социальных сетях
  - ❑ Повышение лояльности клиентов
  - ❑ Развитие имиджа МТС как инновационного, клиентоориентированного оператора
  
- ❑ **ЗАДАЧИ ПРОЕКТА**
  - ❑ Создание и поддержка официальных виртуальных представительств МТС в основных социальных сетях
  - ❑ Оперативное решение проблем и претензий клиентов с помощью официальной виртуальной службы поддержки
  - ❑ Улучшение имиджа Группы МТС среди активной части клиентов



- ❑ **Порядок действий при нештатной ситуации**
  - ❑ Моментальная реакция с запросом дополнительной информации
  - ❑ Передача претензии в ДАО с флагом «блоггер»
  - ❑ Параллельная работа с примкнувшими к дискуссии клиентами
  
- ❑ **Критерии отбора негативных постов**
  - ❑ Популярность автора
  - ❑ Серьезность проблемы
  - ❑ Проблема с ключевыми продуктами
  
- ❑ **Внутренние коммуникации для сотрудников**
  - ❑ Все коммуникации с клиентами – только через согласование с ДСО
  - ❑ Запрет на обсуждение коммерческой и конфиденциальной информации о компании
  - ❑ Работа с претензиями – через перенаправление в ДАО



на шаг вперед

# АРХИТЕКТУРА БИЗНЕС-ПРОЦЕССА





на шаг впереди

## ❑ Основные КПЭ проекта:

- ❑ Увеличение доли позитивных отзывов в блогосфере
  - ❑ Качественные и количественные показатели решений вопросов клиентов
  - ❑ Распространение самими абонентами информации о представительстве МТС
  - ❑ Увеличение количества участников в представительствах бренда
- 
- ❑ В качестве источников информации для расчета КПЭ используются квартальные результаты исследований, проводимые независимым агентством



на шаг вперед

# ЧТО ЕСТЬ СЕЙЧАС

## ❑ **FACEBOOK.COM/MTS**

- ❑ Продуктовые федеральные и региональные новости
  - ❑ блог-секретарь принимает решение о необходимости (согласно общему маркетинговому плану компании),
  - ❑ при наличии комментариев – комментирует и модерировать блог-секретарь
- ❑ Трансляция канала на Youtube (реклама, видеоинструкции к аппаратам и приложениям)
- ❑ RSS-трансляция новостей с федерального сайта МТС
- ❑ Рекламные ролики и музыка из рекламы, макеты, пресс-релизы о рекламных кампаниях
- ❑ **Вопросы-ответы**
- ❑ **Приложения**
  - ❑ Калькулятор тарифов
  - ❑ Поиск офисов МТС на карте
  - ❑ Интернет-магазин

## ❑ **TWITTER.COM/RU\_MTS**

- ❑ Создан энтузиастом из компании
- ❑ Поддерживается customer care и PR
- ❑ Брендированный дизайн
- ❑ Автоматическая RSS-трансляция новостей с сайта МТС
- ❑ Техническая поддержка пользователей
- ❑ Интерактив



на шаг впереди

# ЧТО ЕСТЬ СЕЙЧАС

## [YOUTUBE.COM/MTSSTEPAHEAD](https://www.youtube.com/MTSSTEPAHEAD)

- Рекламные ролики
- Корпоративное видео
- В будущем – обучающие материалы, видео-инструкции

## [MTS.VKONTAKTE.RU](https://www.mts.vkontakte.ru)

- Поддерживается PR MTC
- Вопросы-ответы, консультирование по работе услуг и сервисов, размещение рекламных роликов, интерактив



на шаг впереди

**СПАСИБО!**

[facebook.com/MTS](https://facebook.com/MTS)  
[twitter.com/RU\\_MTS](https://twitter.com/RU_MTS)

**Марина Акулич,  
блог-секретарь Группы МТС  
[meakulic@mts.ru](mailto:meakulic@mts.ru)  
+7 (916) 640 32 45**