

Социальные медиа как канал управления ЛОЯЛЬНОСТЬЮ

Почему там?

Ситуация

- 1) Подавляющее большинство россиян хотя бы раз в месяц заходит в социальные сети (TNS),
- 2) Средний пользователь проводит в социальных сетях около 30 минут в день (Netchart),
- 3) Пользователи в онлайн-е даже находясь в оффлайне
- 4) Пользователи могут поделиться своими эмоциями от продукта компании с большим количеством друзей,
- 5) Эта информация легко находится поисковиками,
- 6) Пользователи часто ищут решения проблем, связанных с продуктом, в интернете - и часто не находят.

Как это делать?



Пассивная коммуникация

Но, например, Nokia Mail for Exchange не умела синхронизировать подпапки во "входящих",

[⊕ показать полный текст](#)

Но, например, Nokia Mail for Exchange не умела синхронизировать подпапки во "входящих", а в новых прошивках E72 **глючит**.

28 мая 2010, 21:18 · комментарий [pz_kpf](#) в журнале [denismajor](#) · [denismajor.livejournal.com](#)

Адски глючит интернет.Надо нафиг слать СТРИМ.Видимо,буду на Старлинк переходить.

[⊕ показать полный текст](#)

Адски **глючит** интернет.Надо нафиг слать **СТРИМ**.Видимо,буду на Старлинк переходить.

19 мая 2010, 0:31 · [Twitter / zlemma](#) · [twitter.com/zlemma](#)

Продолжение однойцевой эпопеи.

[⊕ показать полный текст](#) [2 комментария](#)

Сию и думаю - **переходить** все же на билайн (тяжеловато, слишком много контактов много лет знает только мтсовский номер), поехать покапать еще на мозг **mts**-у (бестолку, сама понимаю) или еще чего сочинить.

1 июня 2010, 1:28 · [alena_lindo](#) · [alena-lindo.livejournal.com](#)

Пользователи наверняка пишут о вас в социальных сетях.

Даже одного пользователя достаточно, чтобы нанести непоправимый урон вашему имиджу.

Вы должны слышать каждого, даже если он обращается не к вам!

Пассивная коммуникация

Мониторинг

- ✓ Поиск упоминаний;
- ✓ Выявление тематических групп, которые исследуются на предмет тематики, общего настроения
- ✓ Выявление РЕАЛЬНЫХ проблем пользователей, связанных с брендом.

Стратегия:

На основании полученных данных разрабатывается стратегия коммуникации. В рамках стратегии определяется, какие инструменты будут использоваться и в какой комбинации. На этом этапе утверждается матрица официальных вопросов / ответов по существующим проблемам.

Коммуникация:

Создание и использование набора инструментов для исправления коммуникации вокруг компании в социальных сетях и формировании лояльности.

Мониторинг

Общедоступные инструменты

Яндекс
блоги

Google alerts
beta

Ручной поиск

Некоторые приоритетные площадки необходимо мониторить вручную

Напр., market.yandex.ru,
vkontakte.ru, odnoklassniki.ru,
i-rate.ru и др.

Специальные инструменты



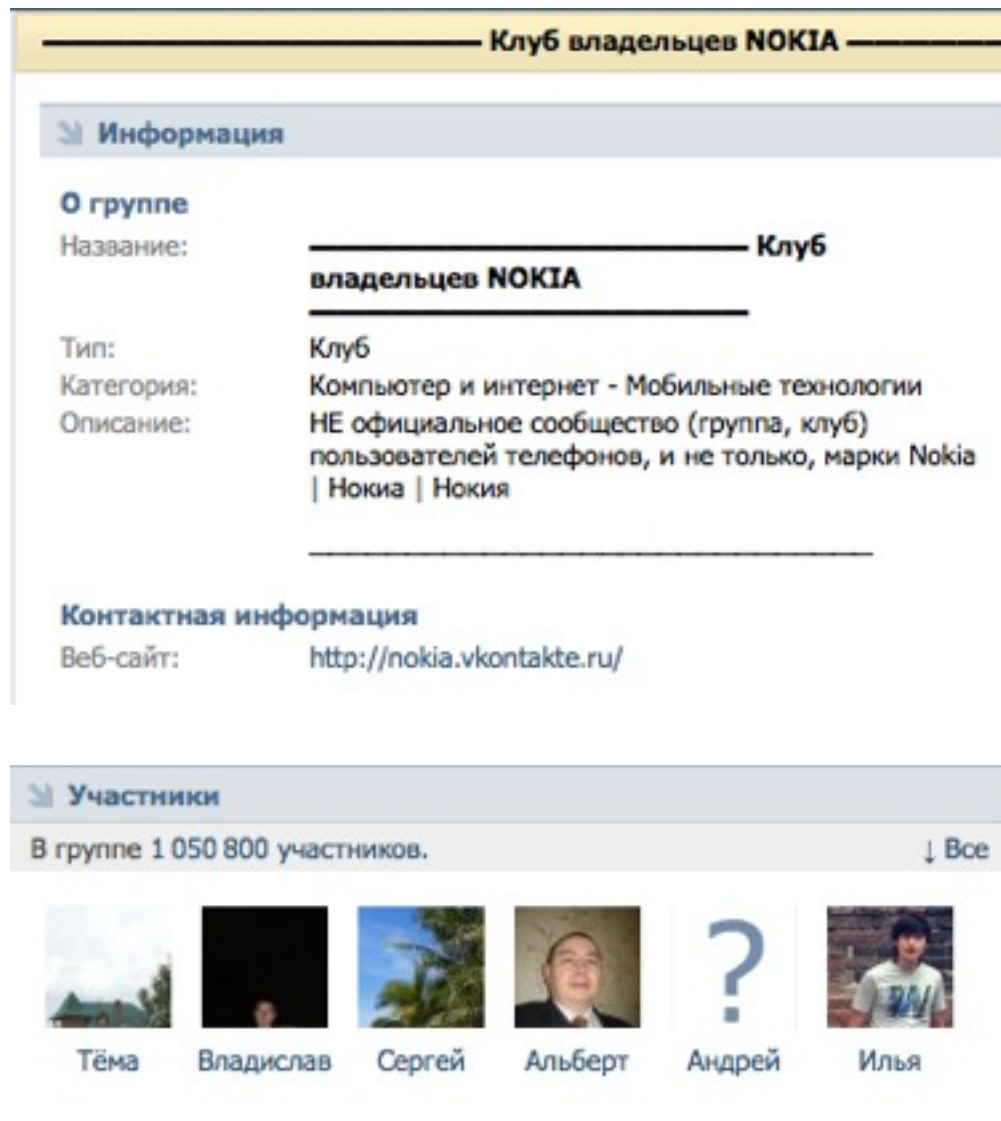
radian⁶



Пассивная коммуникация



Заинтересованные пользователи



- ✓ Не забывайте о них,
- ✓ Информируйте их об интересных активностях бренда,
- ✓ общайтесь с ними,
- ✓ Организуйте для них специальные мероприятия.

Создание «представительств»

Для общения



Контентные





Как «заработать» лояльность



- ✓ Помогайте пользователю решать его проблемы,
- ✓ Прислушивайтесь к пользователю,
- ✓ Сделайте пользователя соавтором продукта/контента,
- ✓ Поощряйте наиболее активных,
- ✓ Благодарите за критику.

ВАЖНО!!!

**Если вы не будете гибкими –
лояльность пользователей
заработать будет трудно!**

Кто уже там?



Ситуация:

Летом 2008 года в компании АКАДО произошел ряд изменений (присоединение локальных операторов, изменение порядка оплаты услуг).

В период отпусков абонентская база оператора была менее восприимчива к маркетинговым активностям, информирование абонентов оказалось недостаточно эффективным.

Было принято решение выработать подходы взаимодействия с интернет-аудиторией.

Активности:

I) запуск и работа системы интернет-поддержки абонентов



 **st_billy**

2009-05-26 10:45 (UTC) 

Здравствуйте! Меня зовут Антон Лабренц, я сотрудник отдела по коммуникациям с абонентами АКАДО. Если не сложно, посмотрите в установочном листе какой мастер подключал к Интернету и скиньте мне личным сообщением его ФИО, номер Вашего договора и телефон для связи. Постараемся разобраться в этой ситуации.

[\(Ответить\)](#) [\(Ветвь дискуссии\)](#)



 **dimoheha**

2009-05-26 12:02 (UTC) 

82779363 - мой номер договора.

В договоре все есть.

Прошу винить не столько мастера, сколько сотрудника отдела продаж за допущенную ошибку.

[\(Ответить\)](#) [\(Уровень выше\)](#) [\(Ветвь дискуссии\)](#)



 **st_billy**

2009-06-03 09:26 (UTC) 

Сейчас мне сообщили, что денежные средства в сумме 500 рублей будут возвращены монтажником на Ваш лицевой счет 6 июня.

Активности:

- 2) Работа с неаргументированной критикой,
- 3) Налаживание конструктивного диалога с представителями сообществ, регулярно публиковавших негативные сообщения о компании:

Влияют ли потребители на бренды?

Jun. 4th, 2009 at 12:54 PM



 smartfish

Удивительным для меня образом 🐟 [antiakado_ru](#) стало инструментом обратной связи с Акадо. С помощью сообщества небольшая группа пользователей получила возможность "достучаться" до провайдера и в чем-то влиять на него (например, насколько я знаю, 🐟 [antiakado_ru](#) стало одной из причин прихода Акадо в ЖК).

А можете ли вы привести еще какие-то примеры влияния пользователей на бренды, когда компании меняли свое поведение в результате организованных действий потребителей?

(кросспост в smartfish)

Tags: [вопрос к сообществу](#)

- 4) Создание официального блога компании в ЖЖ, а также аккаунтов для общения с абонентами на релевантных площадках (vkontakte, LiveInternet, Roem, Yandex и др.),
- 5) Размещение интересной информации об АКАДО в тематических сообществах,
- 6) Организация конкурсов в блогосфере,
- 7) Коммуникация с лидерами мнений.

Результаты:

- 1) Увеличение числа позитивных упоминаний от лица абонентов компании,
- 2) Реальные пользователи начали рекомендовать оператора своим друзьям,
- 3) Большая часть абонентов-блоггеров знала о том, где в ЖЖ и каким образом они могут получить консультацию представителей АКАДО,
- 4) Компания стала более открытой для своих абонентов.

Андрей Волков

Рекламное агентство GRAPE

twitter.com/grape_ru

facebook.com/#!/Grape.ru