Трансформация восприятия. Как сейчас репутация влияет на продажи?

#orm #digital #strategy





## Сергей Максименко,

руководитель отдела по работе с репутацией агентства Fistashki.

Уже более 12 лет занимаюсь управлением репутацией крупных брендов: автомобильных и телекоммуникационных, банков, компаний дарк-маркета и других.

Выступаю за комплексный и креативный подход к управлению репутацией.

## Актуальность работы с репутацией

#### Тенденции 2022



Снижение числа каналов для коммуникации, как следствие — рост стоимости лида.



Основные факторы выбора — цена и уверенность в качестве.



Оптимизация своих ресурсов бизнесом.

2022 год заставил задать ряд вопросов относительно работы с репутацией:

- 1. Как репутация оказывает влияние на продажи?
- 2. Какие метрики использовать для работы с репутацией?
- 3. А так ли важно работать с репутацией при снижении ресурсов?

## Net Sentiment - ключевая метрика

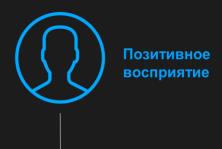
1

Net Sentiment соотношение позитивных и негативных упоминаний бренда за период 2

NSR (Net Sentiment Rate) – накопленный показатель соотношения негатива и других упоминаний бренда

3

Net Sentiment by
Impressions — соотношение
охватов позитивных и
негативных упоминаний















# Ежемесячный контроль соотношения позитива и негатива

Net Sentiment — соотношение позитивных и негативных упоминаний бренда.

#### Кейс

Оператор спутникового телевидения начал работу с нашей командой с показателем NS (в месяц): -60%. С помощью планомерной работы агентов влияния показатель был снижен до отметки 0 (паритет между позитивом и негативом).



### Замер значимости негатива для бренда

Net Sentiment Rate (NSR) — соотношение доли негатива и других упоминаний бренда за весь период работы (накопительная метрика).

#### Keйc Datsun

Благодаря мониторингу обнаружили системный недостаток в конструкции автомобиля (NSR= 30%). Упоминания о кузове автомобиля составляли почти половину всего негатива.

Регулярный мониторинг выявил системность проблемы и в итоге были проведены изменения в технологии покраски для нивелирования проблемы ржавчины. Жалобы на коррозию снизились до 10%.



## Нейтрализация распространения негатива

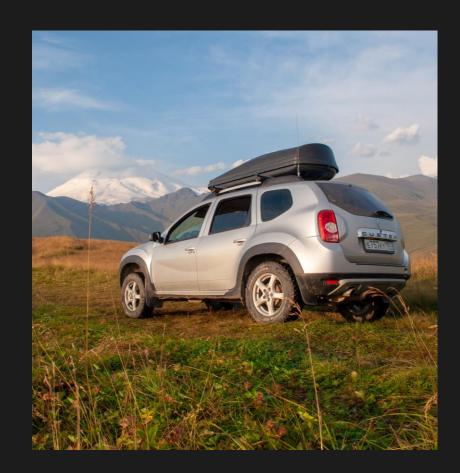
Net Sentiment by Impressions — соотношение охвата позитивных и негативных упоминаний

#### Кейс Renault

Для работы с негативом познакомились с создателями российских клубов владельцев различных моделей Renault.

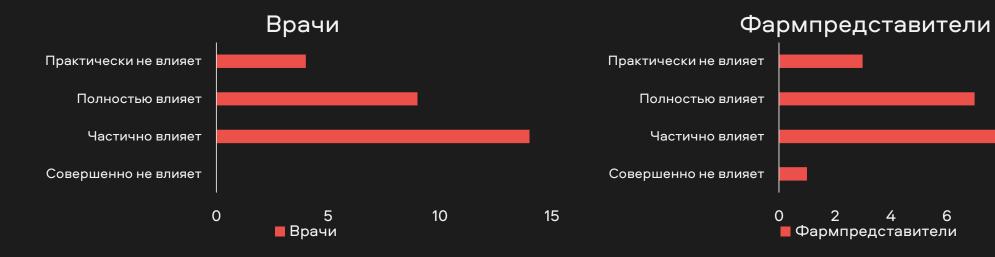
Во время кризиса транслировали точку зрения бренда через авторитетное лицо владельца клуба Renault Duster.

Охват форума – **180К посетителей** в месяц



#### Исследование влияния Net Sentiment

Ответы на вопрос: «На сколько отношение аудитории в интернете влияет на вероятность покупки нерецептурного препарата»





- Личный опыт превалирует над диджитал источниками
- Плохая осведомленность об оценочных площадках
- Рост числа пациентов с аргументацией «из интернета»

#### Инсайты:

• Личная оценка компании превалирует при оценке репутации

10

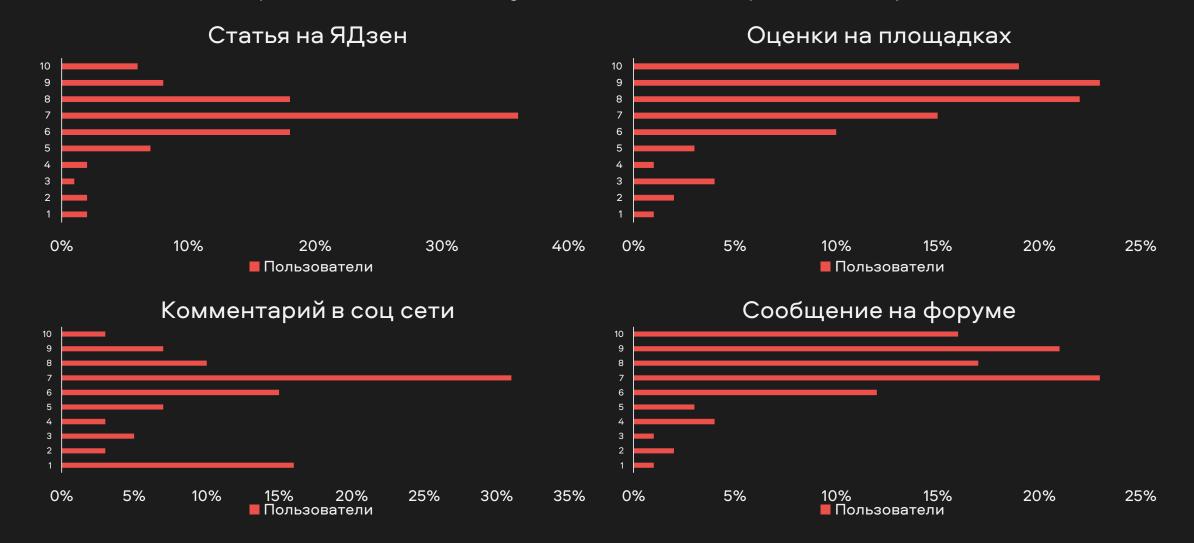
12

- Деятельность фармпредставителей

   один из способов влияния на
   онлайн-репутацию
- Высокий уровень недоверия к онлайн-репутации

### Исследование влияния Net Sentiment

Ответы на вопрос: «Оценка влияния digital-показателей на вероятность покупки»



#### Ключевые выводы

Высокие оценки сформируют 2/3 заинтересованных купят ваш положительную репутацию у 7 препарат или задумаются о из 10 пользователей покупке 1/2 пользователей посоветует Преобладание позитива над негативом на форумах и в соц сетях ваш препарат знакомым Сформирует положительное восприятие у половины прочитавших сообщения 55% пользователей купят либо Поисковая выдача с ТОП-10 уверятся в выборе вашего позитивных ссылок препарата

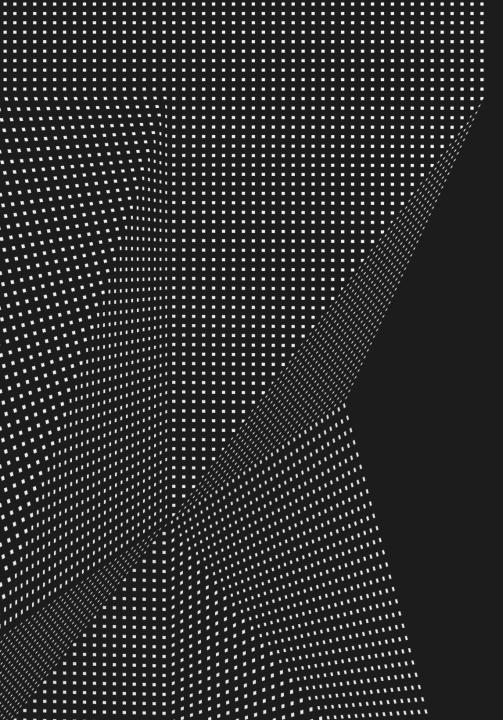


## Узнайте Net Sentiment своего бренда

Посчитаем показатель Net Sentiment и сравним его с конкурентами:

- NS за 1 месяц бесплатно
- NS за 1 год 50 000 рублей

nb@fistashki.org





Спасибо за внимание!