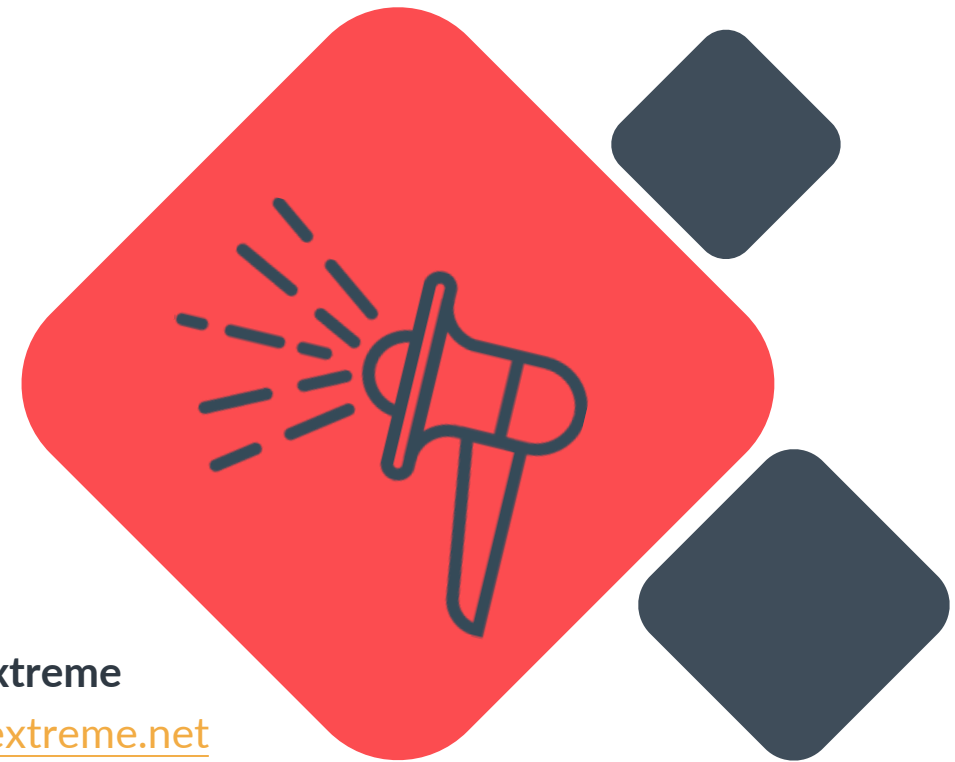


От дигитален маркетинг към управление на лична и корпоративна репутация

Момчил Марчев
специалист по дигитален
маркетинг и ORM



Digital Extreme
www.digitalextreme.net



Момчил Марчев

Занимавам се от 2002 с уеб дизайн

От 2005-та с SEO – Search Engines Optimization

Следва PPC – Pay Per Click

SMM – Social Media Marketing

SMO – Social Media Optimization

ORM – Online Reputation Management

Маркетинг чрез съдържание – Content Marketing

Инфлуенс маркетинг - Influencer Marketing

ePR





DM01

1. Уточняване на понятията имидж, репутация, бранд.
2. Разлики между PR и онлайн репутация.
3. Прилики и разлики между PR и журналистика.
4. Какво е управление на онлайн репутация (ORM)?
5. Какво е управление на репутацията в търсачките (SERM)?
6. Как ORM използва дигиталните канали?
7. Стратегии и етапи на работа при ORM.



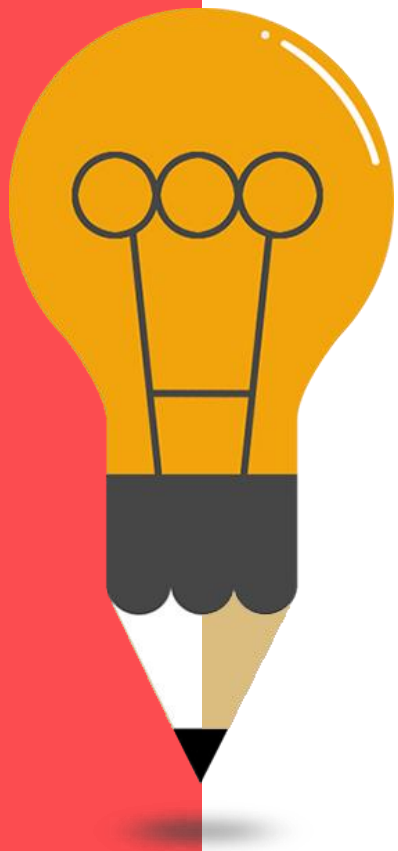
Имидж, репутация, бранд

Често ги използваме като синоними, но не си даваме сметка, че в същността си, те имат определени различия.



„Имидж“

- само единствено число
- „Образ, който е създаден в обществото за отделен човек, група, институция, държава; репутация.



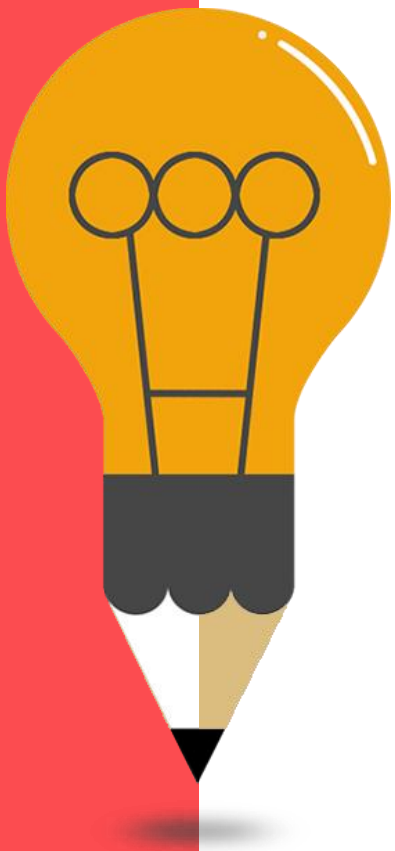
Имам добър имидж.

Подобрявам имиджа.

Създавам имидж.



Както е видно, понятието „репутация“ се използва като СИНОНИМ в това тълкуване.



За „репутация“ в речниците се дава следното определение:

„Обществено мнение или оценка за някого; реноме. Лоша репутация.“

думата „ИМИДЖ“ е по-нова за нашия език, след като в нейното определение се съдържа думата „репутация“

обратното **не** е валидно



второ, думата „репутация“, като че ли, се използва по-често в негативна конотация, макар това да не е изрично упоменато, но може да съдим за него от дадените употреби

Общественото мнение или оценка може да са както отрицателни, така и положителни нали така?

Но, всъщност практиката е в посока на негативната употреба на термина репутация в българския език.

Статистиката показва, че обществото има склонност да се фокусира да коментира новини, постове и др. с негативен характер.



„имидж“ съдържа в себе си „образ“ (което намираме и в думата на английски – image: образ, снимка, изображение)

„репутация“ – „мнение, оценка“, което по своята същина вече е доста по-различно.

Излиза, че **ИМИДЖЪТ** кореспондира по-силно с **бранда**, който включва в себе си повече елементи на образ, отколкото на „мнение и оценка“, макар именно мнението и оценката да стоят зад този образ.

Репутацията е важен фактор в множество области като бизнес, политика, онлайн общности, социален статус и т.н.

Репутацията може да се смята за **компонент на идентичността**, която се дефинира, която се вижда от другите.

Добрата репутация се възприема като гарант за високо качество на продукта или услугата на компанията.

Тя е оценка на група хора или цялото общество за личност, компания или организация.



Разлики между PR и управление на онлайн репутацията

Фирмата за управление на онлайн репутация (ORM) не е фирма за връзки с обществеността.



PR компаниите са по-скоро базирани на
взаимоотношения с публики

ORM фирмите са по-съсредоточени към технически,
бренд и перформънс инструменти и дистрибуция на
съдържание, предимно в дигитални канали.

Управлението на репутацията и връзките с обществеността (PR) често се бъркат.

Въпреки, че двете споделят сходства и могат да се използват заедно, PR е по-видим за хората като ползва публично, средствата за масова комуникация (СМК).

Услугите за управление на онлайн репутация (**ORM**) често се случват „зад кулисите“ и не са толкова очевидни за случайните наблюдатели / аудитории.

Повечето хора са запознати с типичните PR дейности, свързани с представяне / промотиране на марка.

Тези дейности варират от писане и популяризиране на прессъобщения до насрочване на новинарски пресконференции и други.

И ORM и PR агенциите в крайна сметка формират ли
мнението и доверието на обществеността към марката
или организацията?

Да. Но те постигат това, използвайки напълно различни стратегии и набори от инструменти.

Кампаниите за връзки с обществеността са предназначени за постигане на конкретна цел чрез използване на различни стратегии, тактики и дейности.

1. Research – Изследване – каква е ситуацията, респективно проблемът?

2. Action and Planing – Действие и планиране – какво трябва да се направи?

3. Communication – Комуникация – как трябва да се поддържат, реализират връзки с отделните публики?

4. Evaluation – Оценка – достигната ли е публиката и какъв е ефектът?

Най-съществената разлика между връзките с обществеността и журналистиката връзките с обществеността представят собствената гледна точка на дадена организация за самата нея (респективно събитията, фактите и личностите свързани с нея).

Журналистиката дава външната гледна точка за организацията, нейните личности, фактите и събитията, отнасящи се до нея.



Освен това журналистът най-често работи за една медийна аудитория – тази на собственото медийно средство (читатели, зрители или слушатели).



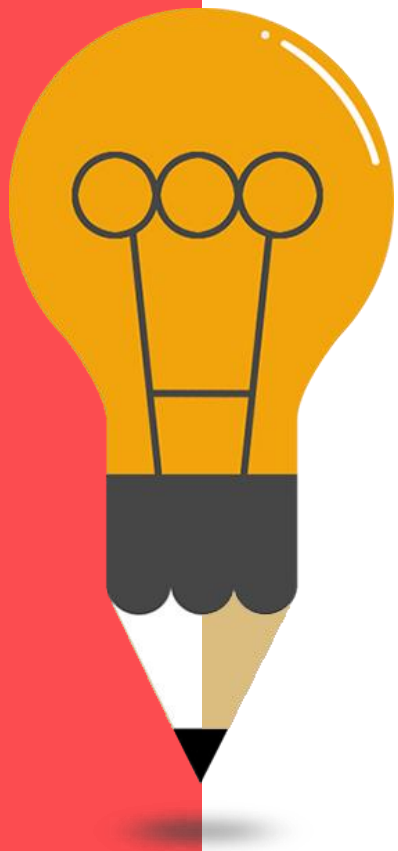
Специалистът по връзки с обществеността работи с всички публики на дадена организация, които обикновено са твърде разнородни.

Повечето журналисти по силата на служебната си позиция достигат аудиторията си по един канал – писмен, аудио или аудио-визуален.

Във връзките с обществеността се използват всички възможни канали, целево подбирани според естеството на комуникацията и публиките.

Какво е ORM?

ORM е услуга по създаване на положителна репутация на индивид или марка.



„Пазарната стойност на 25% от компанията е пряко свързана с репутацията ѝ“
- Световният икономически форум

Какво е управление на онлайн репутацията?

- Къде се разгръща като дейност?

На първо място, онлайн репутацията е това, което виждат вашите клиенти и служители, когато в Google потърсят името на вашата компания.



Какво получават?

Какви са техните впечатления?

Желаят ли да сътрудничат с вашата компания след това?

Официални акаунти в социалните медии, онлайн форуми, платформи за ревюта - онлайн репутацията отива повече от резултатите от търсачките. **Social Media Marketing** е също толкова важен.



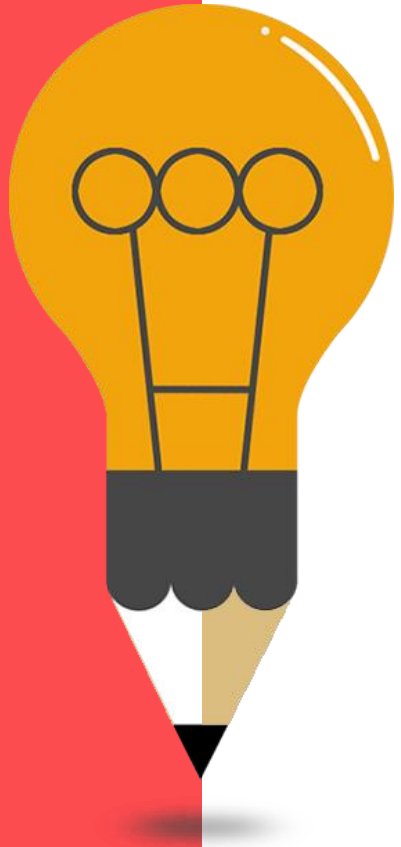
Всички тези ресурси влияят на вашата репутация.

„88–92% от работодателите и клиентите ще извършат
онлайн търсене на вашия бизнес, преди да се ангажират с
вас“

- Digital Squad

С други думи, трябва да увеличите максимално положителното и неутрално съдържание и да сведете до минимум отрицателното.

Какво е управление на репутацията на търсачките (SERM)?



Управление на репутацията за търсачки се отнася до постоянен мониторинг и указване чрез преки действия, на влияние върху цялостното обществено впечатление, което компанията създава онлайн.



Основната цел на SERM е да се справи с отрицателните резултати от търсенето и обратната връзка при търсене в мрежата.

„88% от възрастните потребители смятат, че би било много трудно да се премахне неточна онлайн информация“
- Digital Squad

- Оптимизация за търсачки
- Платен маркетинг за търсене
- Оптимизация на печата (ePR, Brand Journalism...),
- Работа с блогове
- Работа със социални медии

Стратегии за управление на онлайн репутацията.

Стъпки на работа.



За да защитите и подобрите репутацията си в мрежата, първо трябва да я наблюдавате.

Използвайте търсачките, проверете блоговете, платформите за ревюта / отзиви и коментари и т.н.



*„92% потребители редовно четат онлайн ревьюта /
отзиви, за да се запознаят с даден бизнес“*

- Entrepreneur.com

Същинска ORM работа, къде как?

Превантивен, съпътстващ, кризисен ORM

- комуникирайте правилно / ORM – къде?

В дългосрочен план вашата компания трябва да присъства на онлайн платформи / ресурси, където вашите клиенти си общуват /взаимодействат.

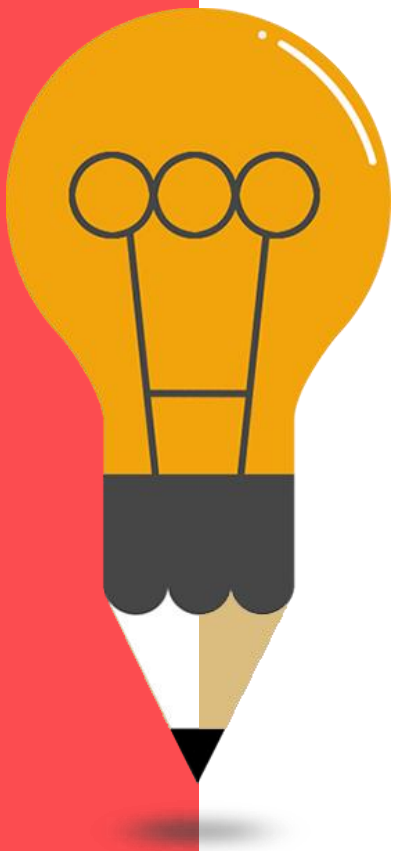
По този начин ще се справите с техните въпросителни и притеснения навреме, преди да се превърнат в отрицателна обратна връзка.

Така се справяме и със слуховете!

SERP почистване

SERP Cleansing е практика за почистване на първите страници на резултатите от търсачките от отрицателни.

Трябва да оптимизирате най-малко десетте най-добри резултати за търсене за името на вашия бизнес.

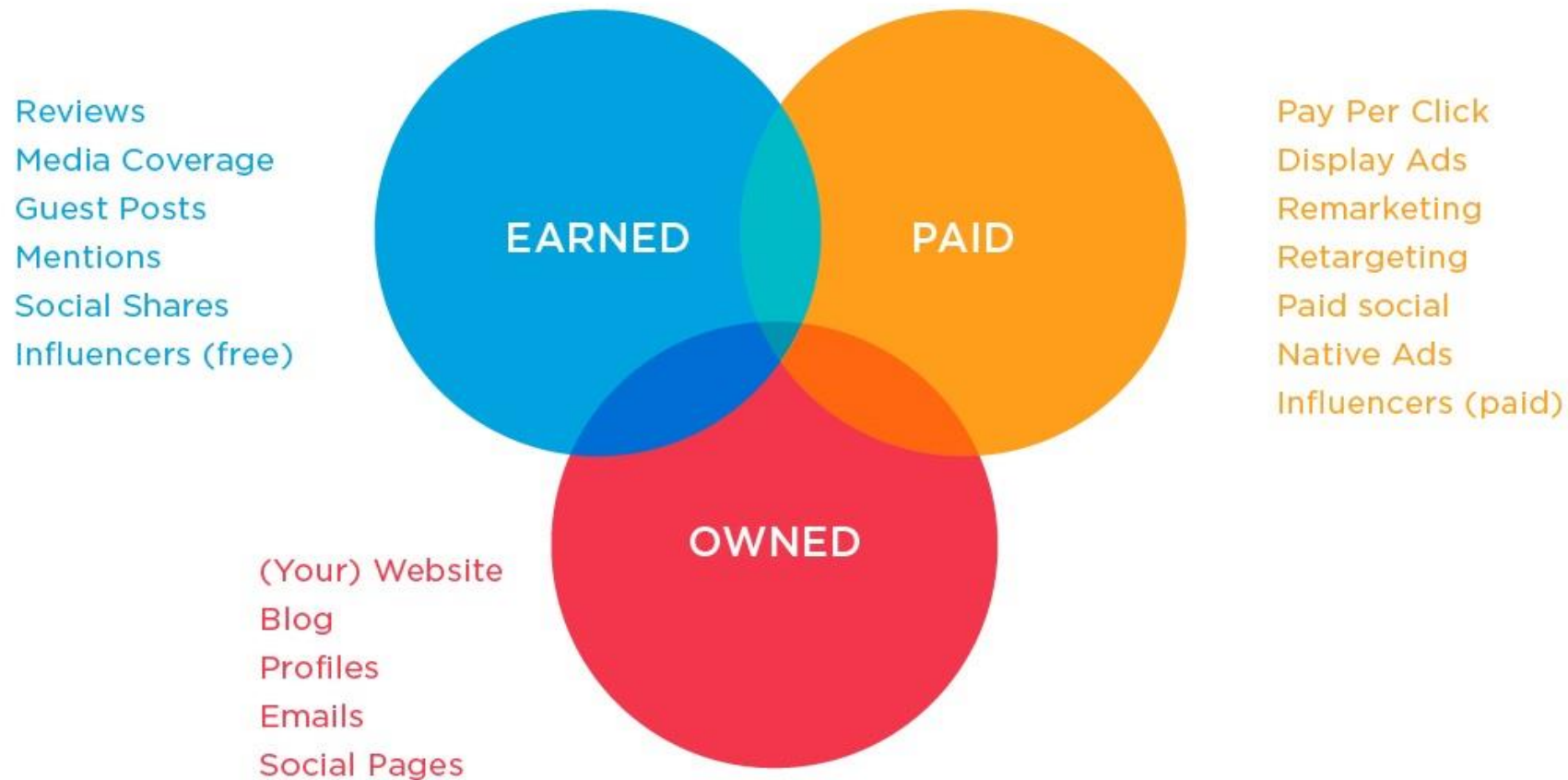


Трябва да създадете положително съдържание, за да се класирате добре в страниците с резултати от търсачката (SERP).

За целта трябва агресивно да публикувате ново съдържание около вашата компания:

- рецензии и отзиви / Google My Business и др.
- медийно отразяване
- публикации на блогъри, инфлуенсъри и гости и други.

THE DIGITAL MARKETING MIX



„Въпрос: Къде криете труповете?

*Отговор: На третата страница от резултатите в
Google.“*

- Лори Рандал Страдман

Затова, за да акцентираме: помислете за публикуване в профили в социалните медии, давайте свежо и актуално съдържание за публикуване в уебсайтове.

Съдържанието е кралят, брандът е кралицата!

Вие не сте в състояние да контролирате какво казват и пишат другите за вашия бизнес, но можете да контролирате дали другите хора да го виждат.

- Търсачките дават резултатите в SERP според релевантността и авторитета на определена уеб страница и уебсайт като цяло.
- Има стотици фактори за оценка, които се вземат предвид.



SEO ви позволява да повлияете на някои от тези фактори, да подобрите класирането на съответните уебсайтове и да смекчите въздействието на отрицателното съдържание.

Контролирани ресурси!!!



При 91% от търсенията си, потребителите не преглеждат повече от Page 1, а Google е вашата най-важна визитна картичка.

- Nadia Munno

**WHERE IS THE BEST
PLACE TO HIDE A DEAD
BODY?**

< Goooooooooogle >
Previous 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Next

NOBODY WILL
LOOK HERE.

Социалните медии са мощен инструмент за изграждане и поддържане на вашата аудитория, влияят и в/у доверието.

Това е перфектна възможност да се свържете с клиентите си както и да подобрите вашите SERP позиции (социални сигнали и SEO).

Колкото повече ангажираност има в **социалните ви медии**, толкова по-надеждни сте и за **хората** и за **търсачките**.

Позитивните споменавания и отзивите за вашата компания или марка в социалните канали, влияят положително на мнението за вас и на вашето класиране и присъствие онлайн.

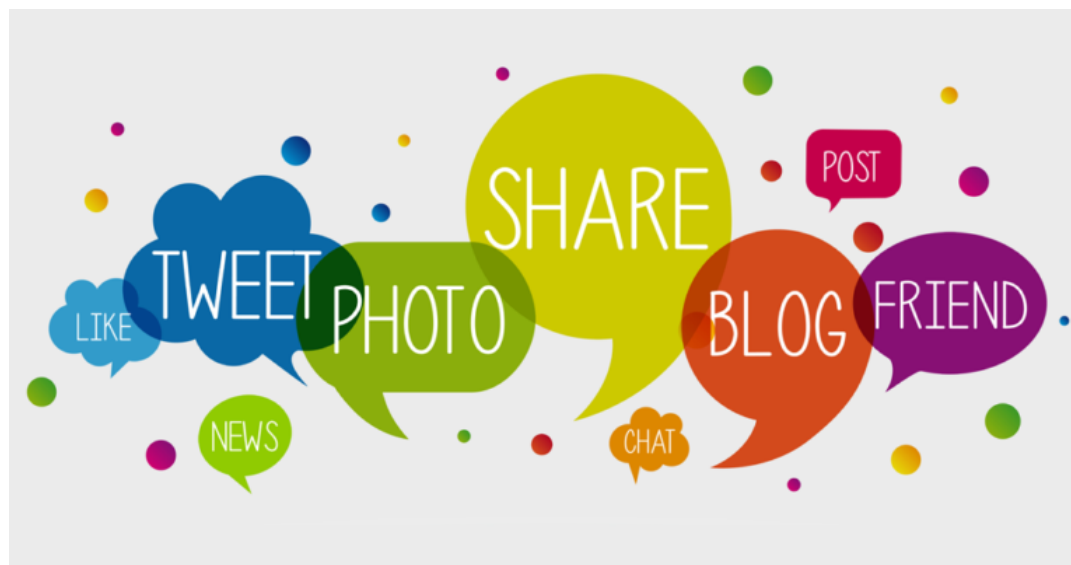
Позитивните споменавания и отзивите за вашата компания или марка в социалните канали, влияят положително на мнението за вас и на вашето класиране и присъствие онлайн.

Бъдете активни:

- обявете актуализациите си
- реагирайте на отзивите
- отговаряйте на всички, които се свържат с вас



Може да въведете конкретни хаштагове за потребителите, за да маркират тяхното генерирано от потребители съдържание (UGC) , което също влияе на SMM, SEO/SERM.



Силата на социалните медии. SMM – SEO и обратно

„Ако потребителите „изкопаят“ нещо, което не им харесва, те ще го споделят с хора, които все още формират мнение за вашия бизнес.“



Помолете клиентите си с положително отношение да споделят опита си например чрез платформи за преглед или YouTube - те се класират много добре в Google / YouTube е от същата екосистема.

- Публикувайте имената на партньорите си - покажете, че сте силен играч на пазара.
- Портфолио
- Обратна връзка

- Чатботове
- Ботове за коментари
- Ботове за трафик от социални мрежи
- Клик ферми

- Фалшиви новини
- Хибридни войни
- Слухове



- Анализ на ефективността на работата по ORM
- Разглеждане на статистически данни
- Предприемане на коригиращи действия
- Отново мониторинг и анализ ...

Тулове, софтуер за ORM

<https://rankur.com/>

<http://clippingpoint.bg>

<http://www.mediapoint.bg>

<https://www.link-assistant.com/buzzbundle/>



- В презентацията бяха дефинирани и разяснени понятията имидж, репутация, бранд.
- Разгледахме разликите между PR и онлайн репутация.
- Разгледахме взаимодействията между PR и журналистиката.
- Уточнихме дефинитивно какво е ORM и как той използва дигиталния маркетинг при реализация на кампании.
- В последната част представихме основните стъпки при работа по управление на онлайн репутация.

Благодаря за вниманието!

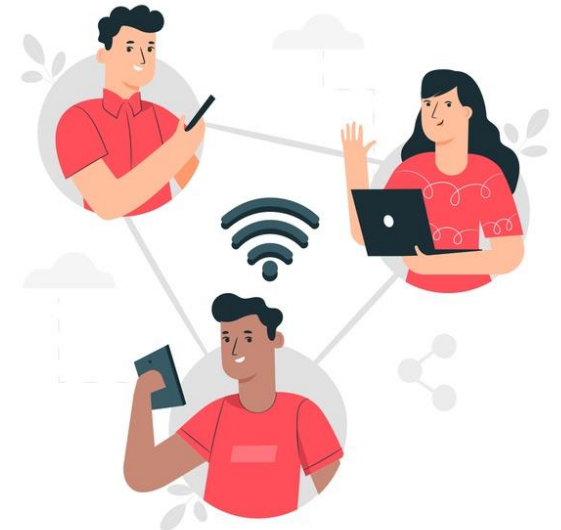
За контакт:

mail: office@digitalextreme.net

web: www.digitalextreme.net

<https://www.facebook.com/momchil.marchev>

<https://bg.linkedin.com/in/momchilmarchev>





Questions

This course (slides, examples, demos, exercises, homework, documents, videos and other assets) is **copyrighted content**.

Unauthorized copy, reproduction or use is illegal!

© SoftUni – <https://about.softuni.bg>

© SoftUni Digital – <https://digital.softuni.bg/>



SoftUni Digital - High-Quality Education, Profession and Job for Marketing Experts

- <https://digital.softuni.bg/>



SoftUni Digital @ Facebook

- <https://facebook.com/SoftUniDigital/>



SoftUni Digital Forums

- <https://softuni.bg/forum/categories/58/softuni-digital>

