

Соціальні мережі як інструмент управління репутацією



Ми працюємо в інтернеті задля:

**Бути №1 в
категорії телеком**

**Підтримка
високого рівня
репутації**




Ведення діалогу

**Збільшення
аудиторії
спільнот**



Платформи присутності Київстар в інтернеті

Присутність	Площадки	Вид присутності	Взаємодія
Соціальні мережі		Офіційні представництва в соціальних спільнотах	
Сайти		Офіційні сайти Київстар	
Професійні форуми центральний регіональні	 Одеса: http://forum.od.ua/ Дніпропетровськ: http://forum.gorod.dp.ua/ Харків: http://kharkovforum.com/ Житомир: http://zhzh.info/forum/ Львів: http://forum.lvivport.com/	Зареєстровані теми	
Мультимедіа		Офіційні канали	
Системи самообслуговування		Офіційні системи	

	Push - проактивна робота в соціальних спільнотах
	Діалог - відповіді на питання
	Реакція - якщо нас питають, тоді ми скажемо



Специфіка Київстар в соціальних медіа

Ми – велика
сервісна
компанія.
Кожен другий
українець є
нашим клієнтом

Представництва у
всіх соціальних
спільнотах

Мобільний
зв'язок і
домашній
інтернет - це
дуже важливо
для кожної
людини!

Завжди є запитання
та скарги

У нас велика
кількість
продуктів і
тарифних планів!

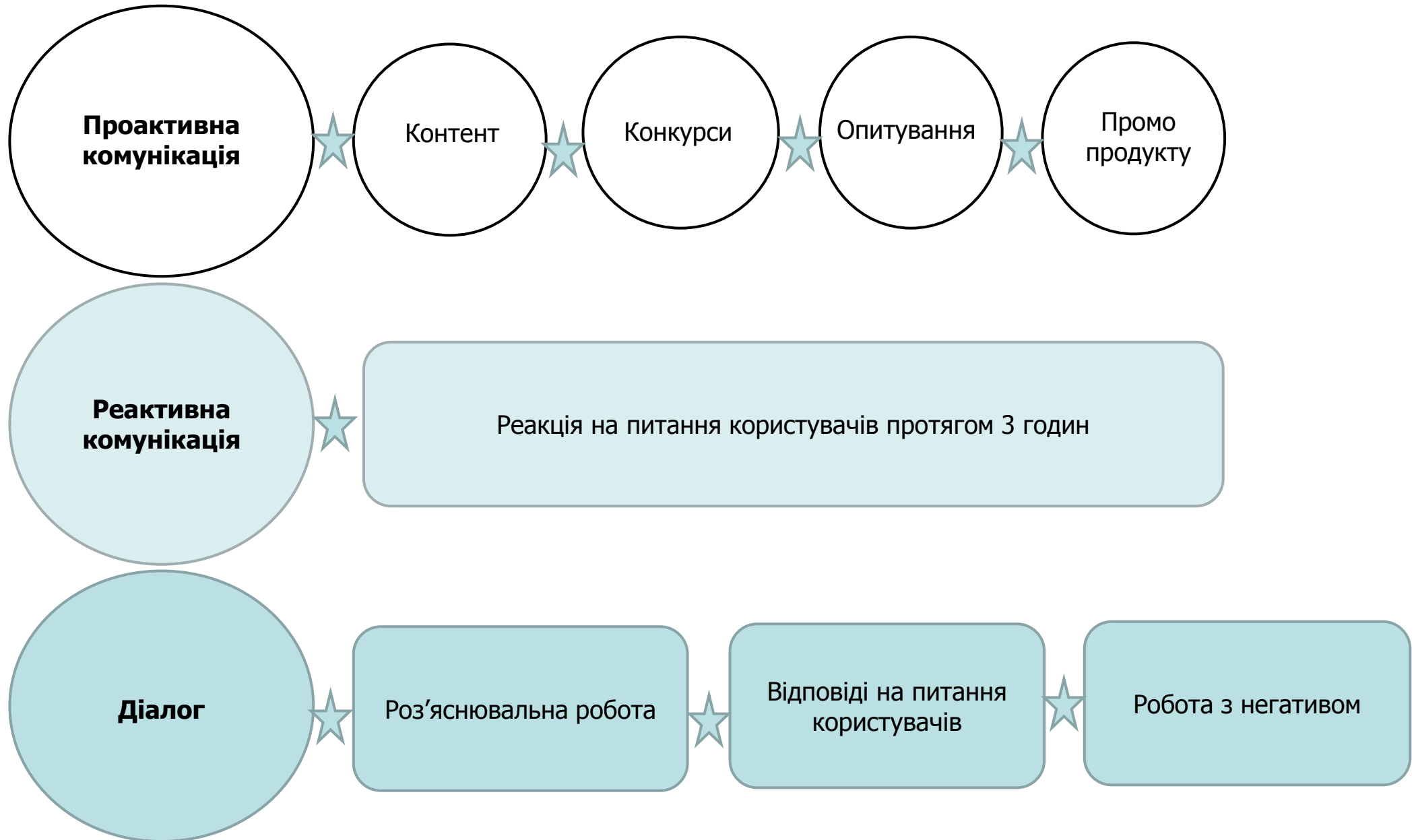
Запитань завжди
багато

Люди люблять
скаржитись

Не видаємо негатив.
Негатив переводимо в
позитив

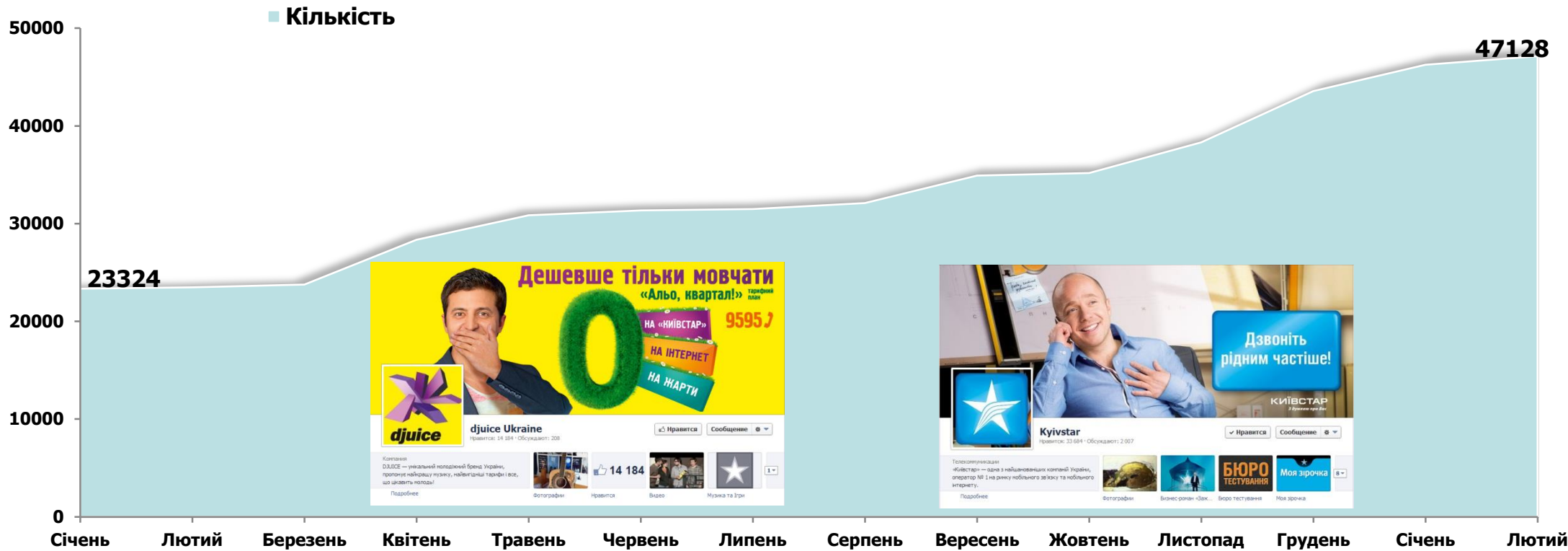


Як ми працюємо в соціальних спільнотах



Кількість наших фанів у спільнотах Київстар та Djuice у Facebook активно зростає

Протягом періоду січень 2012-лютий 2013 наша аудиторія зростає більше, ніж в 2 рази



Завдяки чому:

1. Веденню діалогу

2. Промо активаціям

«15 добрих справ»

«Iloveukraine»

«Інтернет без меж»

«Новорічні подарунки від Київстар»

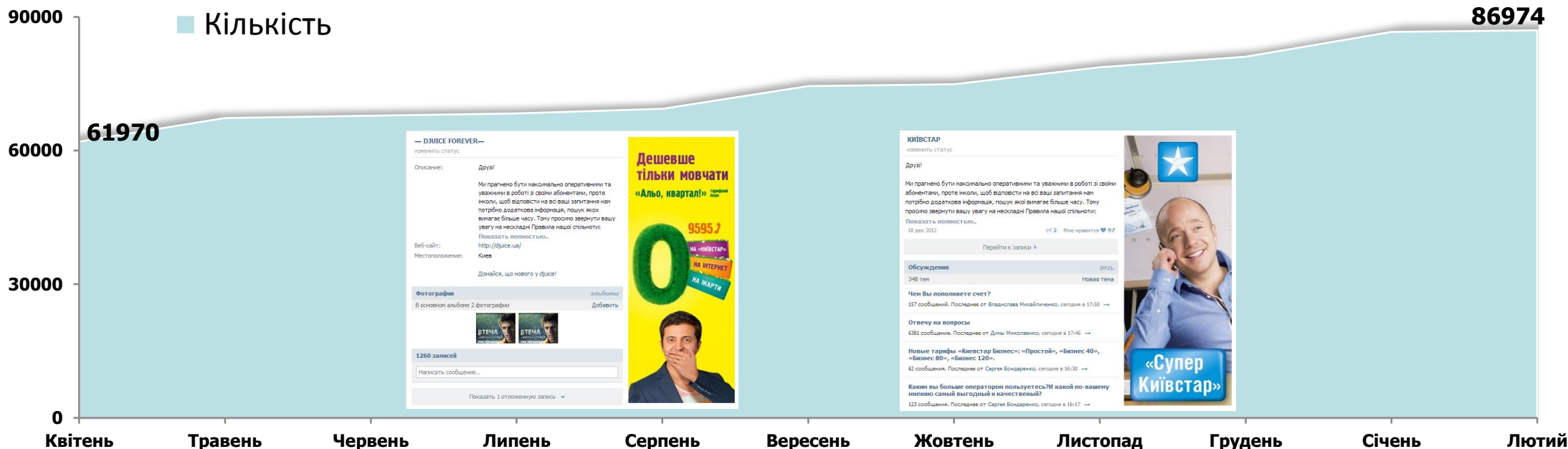
«Безпека дітей в інтернеті»

3. В нас цікаво



Кількість наших фанів у спільнотах Київстар та Djuice у Вконтакті велика та постійно зростає

Протягом періоду квітень 2012-лютий 2013 наша аудиторія зросла в 1.4 рази



Завдяки чому:

1. Веденню діалогу
2. Промо активаціям
 - «15 добрих справ»
 - «Iloveukraine»
 - «Інтернет без меж»
 - «Новорічні подарунки від Київстар»
 - «Безпека дітей в інтернеті»
3. В нас цікаво



Як ми працюємо з активістами в наших соціальних спільнотах

Позитивісти:



1. Визначаємо найактивніших.
2. Вивчаємо теми, що цікавлять активіста, стиль спілкування.
3. Знайомимось.
4. Даємо більше інформації про послуги та продукти компанії.
5. Стимулюємо словом та емоційно – дякуємо 😊

Негативісти:



1. Визначаємо найактивніших.
2. Вивчаємо теми, що цікавлять активіста, стиль спілкування.
3. Знайомимось.
4. Даємо більше інформації про послуги та продукти компанії.
5. Вирішуємо питання або пояснюємо суть.
6. Виводимо в off-line, персональні зустрічі, налагоджуємо персональний контакт.



Як ми міряємо результат



👍 132 пользователям это нравится

Мне нравится ❤️ 11

💬 29

💬 Просмотреть все 19 комментариев



Динаміка приросту аудиторії

Охоплення аудиторії

Кількість переглядів сторінки

Реакція на контент: Likes, Shares

Якість ведення діалогу

Top 5 Socially Devoted Facebook Brands

🕒 Average Response Rate

69.72 %

		Response Time	Response Rate	Answered minus unanswered questions
1	Kyivstar	387 Min	89 %	89
2	Nokia Україна	1 839 Min	77 %	17
3	Comfy - сеть магазинов бытовой техни	99 Min	94 %	14
4	ПУМБ	173 Min	89 %	14
5	modnaKasta	537 Min	90 %	8

Показать все 12 комментариев

4 659 человек видели эту публикацию



Висновки

- 1. Перш, ніж виходити у певну спільноту, необхідно вивчити ландшафт, тип спілкування, спільноту, аудиторію, лідерів та активістів.**
- 2. На початковому етапі відбувається активація позитивістів та негативістів.**
- 3. Потрібно бути спокійним, доброзичливим та впевненим.**
- 4. Потрібно допомагати людям.**
- 5. Сформуванати стратегію роботи з аудиторією.**
- 6. Активації допомагають не тільки просувати продукти чи послуги, а й зменшувати негатив.**
- 7. Діалог може вести лише та людина, що знає та розуміє продукти і послуги компанії.**



Дякуємо за увагу!

