

Social Listening

или мониторинг упоминаний бренда

Social Listening – это ...

**... мониторинг социальных
медиа, сбор и последующий
анализ найденных отзывов и
упоминаний бренда с целью
использования для развития
бизнеса.**

Исследования покупательского поведения

Уровень доверия пользователей к различным рекламным каналам.



Trust in Advertising Formats, by Generation

based on a survey of more than 30,000 online consumers (15+) across 60 countries | formats ordered by Millennials' responses

October 2015

	Gen Z (15-20)	Millennials (21-34)	Gen X (35-49)	Boomers (50-64)	Silent Gen (65+)
Recommendations from people I know	83%	85%	83%	80%	79%
Branded websites	72%	75%	70%	59%	50%
Consumer opinions posted online	63%	70%	69%	58%	47%
Editorial content, such as newspaper articles	68%	68%	66%	60%	55%
Ads on TV	58%	67%	64%	55%	48%
Brand sponsorships	62%	66%	62%	52%	42%
Ads in magazines	57%	62%	61%	50%	46%
Ads in newspapers	57%	62%	62%	55%	53%
Ads before movies	54%	60%	55%	42%	31%
Billboards and other outdoor advertising	59%	60%	57%	46%	38%
TV program product placements	51%	60%	56%	42%	39%
Emails I signed up for	54%	57%	56%	53%	54%
Ads on radio	51%	55%	57%	49%	42%
Online video ads	45%	53%	50%	37%	27%
Ads served in search engine results	43%	52%	50%	41%	33%
Ads on social networks	45%	51%	47%	35%	26%
Ads on mobile devices	42%	48%	45%	31%	20%
Online banner ads	36%	47%	43%	34%	25%
Text ads on mobile phones	32%	41%	38%	27%	18%

* Green = highest level of trust of any generation; Red = lowest level of trust of any generation

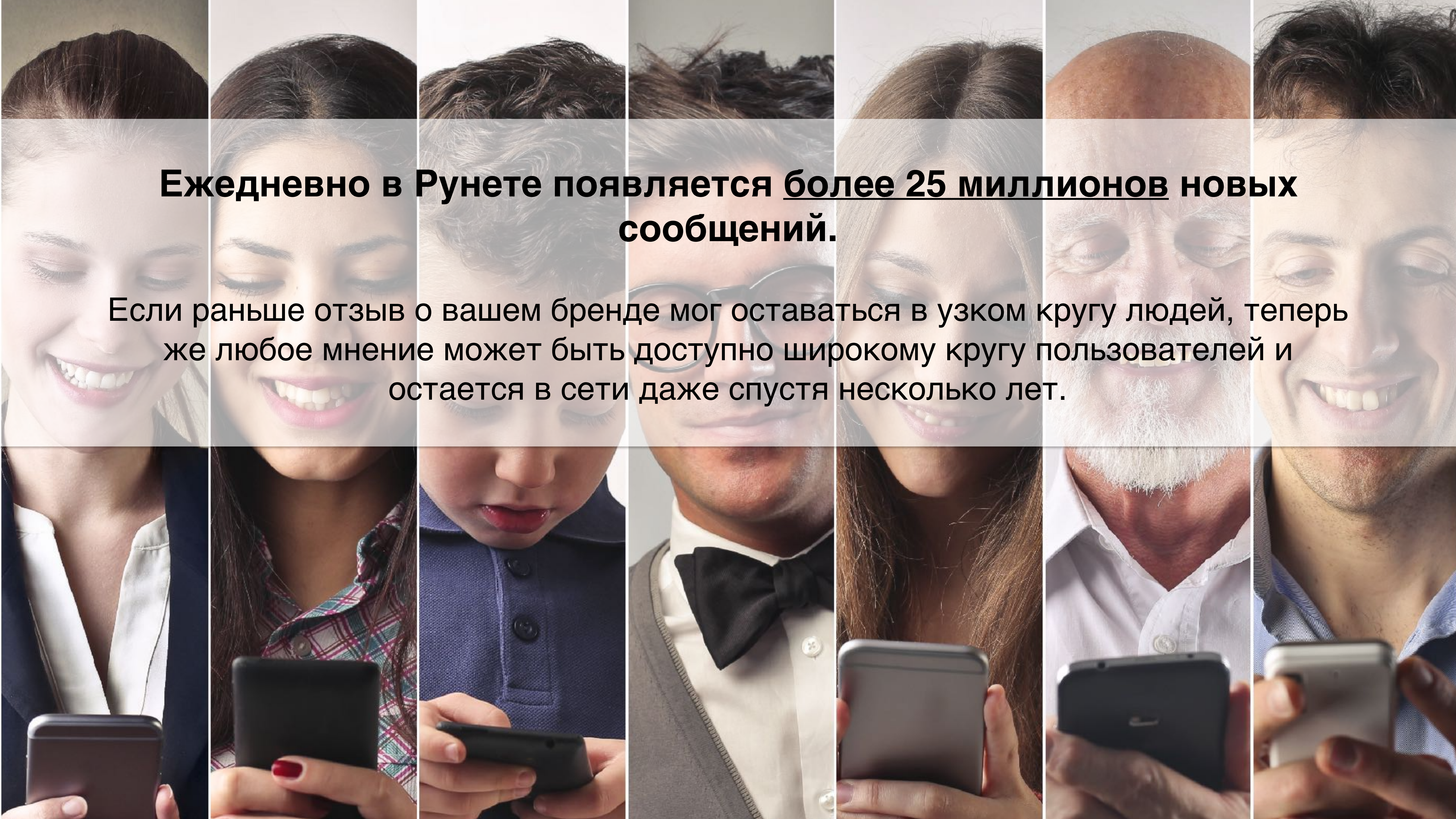
MarketingCharts.com | Data Source: Nielsen

Более **80%** потребителей
обращаются к мнению знакомых
при **принятии решения о**
покупке.

**Процесс обмена
мнениями сильно
изменился за последние
15 лет...**



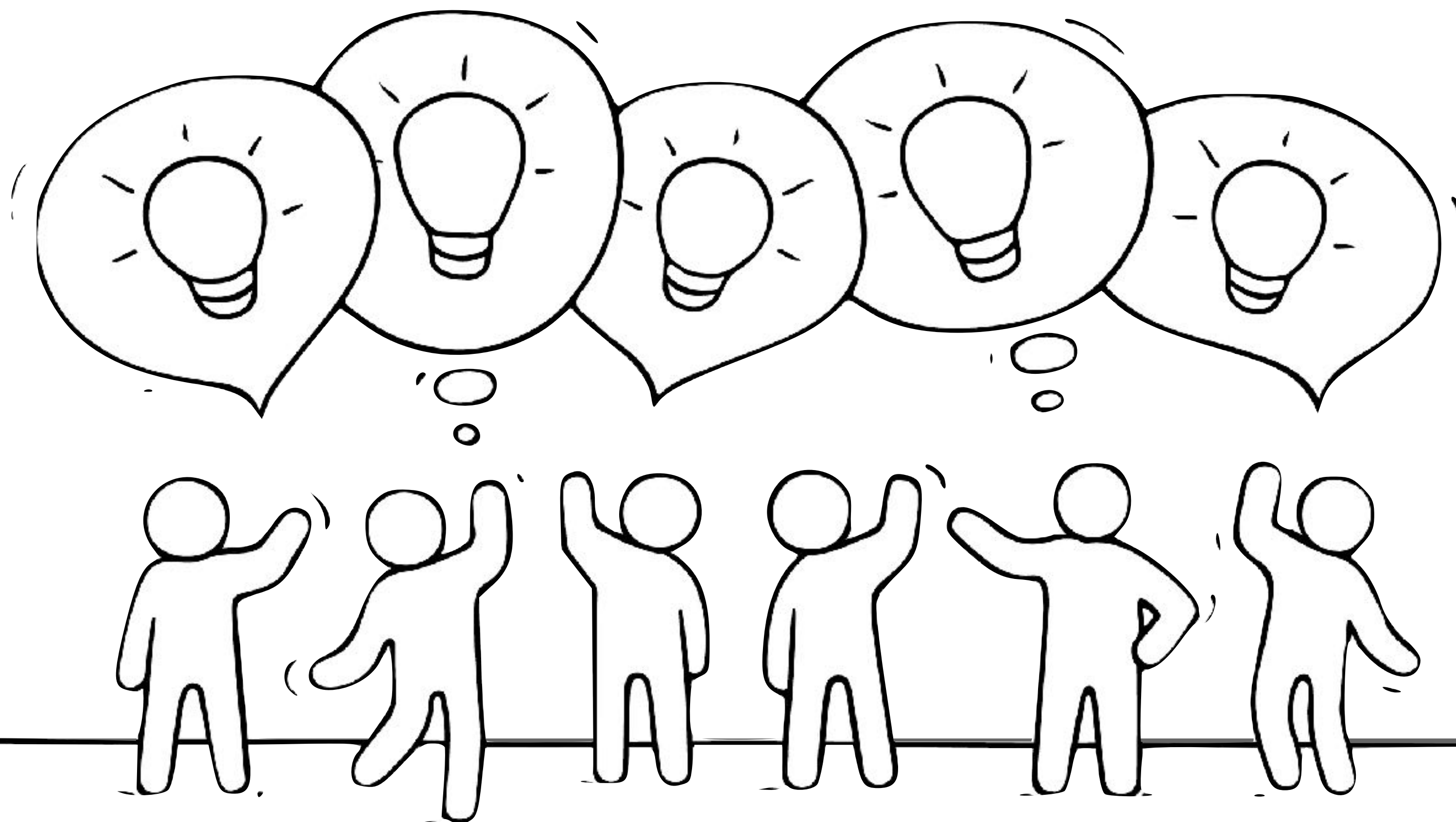
**...теперь он публичный,
поэтому успехи и провалы
неизбежно становятся
достоянием общественности.**



Ежедневно в Рунете появляется более 25 миллионов новых сообщений.

Если раньше отзыв о вашем бренде мог оставаться в узком кругу людей, теперь же любое мнение может быть доступно широкому кругу пользователей и остается в сети даже спустя несколько лет.

Количество релевантных сообщений с
упоминанием бренда может насчитывать
до 100 000 в месяц



Где именно пользователи чаще всего оставляют комментарии?



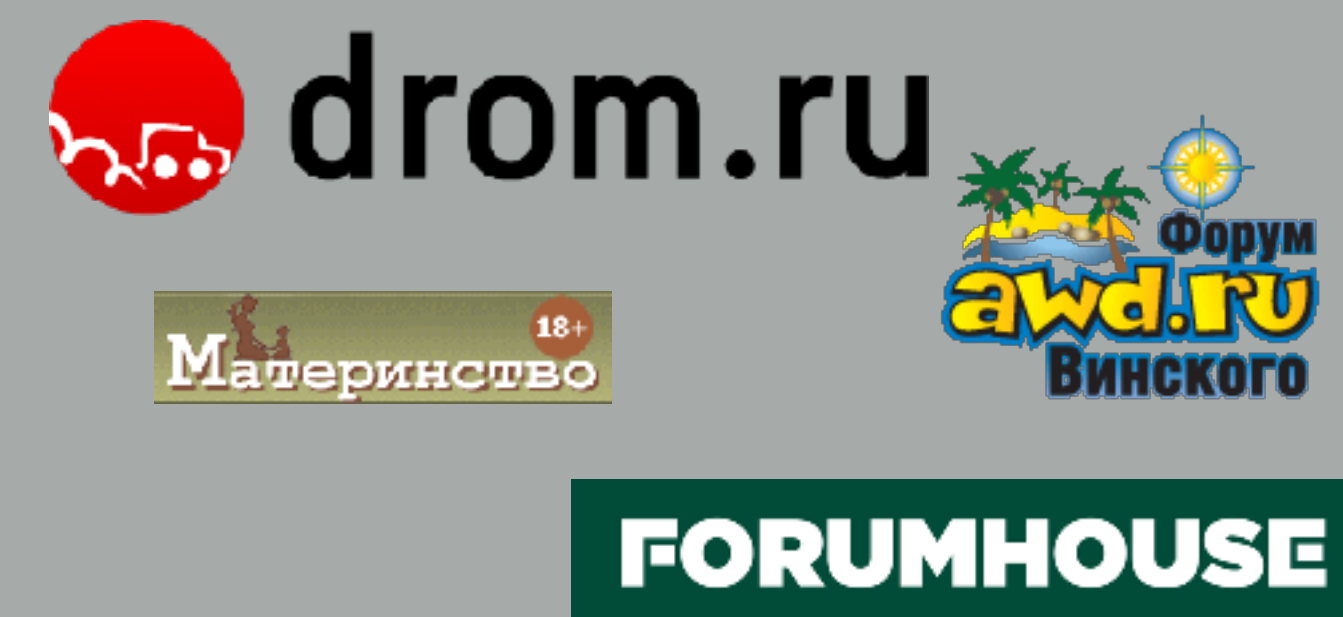
Соцмедиа



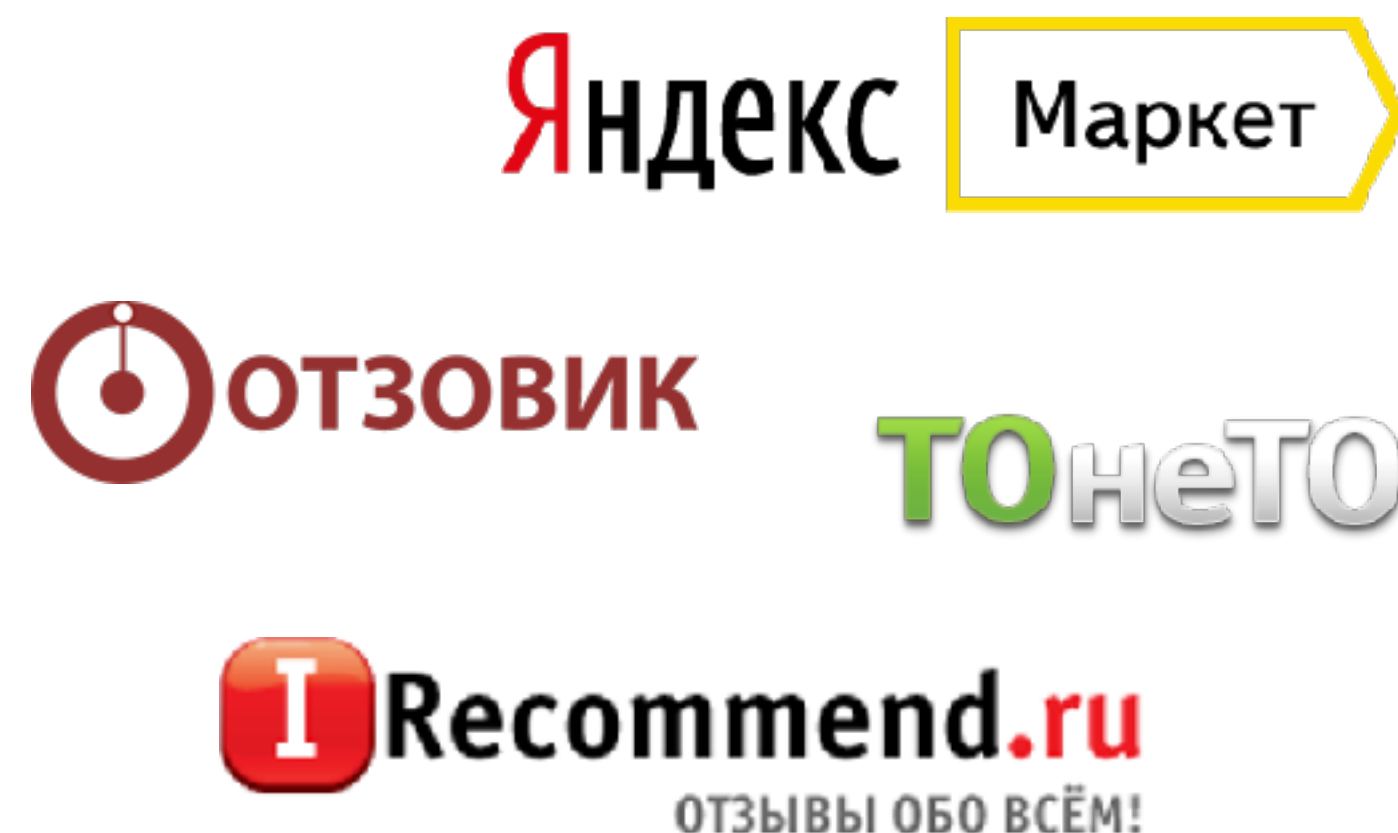
Блоги



Форумы//доски



Отзовики



Видеосайты



Люди пишут о своих
проблемах там, где они
привыкли общаться, а не
там, где удобно бренду.

Поэтому важно быть там,
где пользователи и на
месте решать их проблемы.



Что мы видим в процессе мониторинга?

Brand awareness

(Количество упоминаний)



О чем именно пишут пользователи

(Темы упоминаний)



Отношение к бренду

(Тональность упоминаний)



Мнение о продукте

(живой фидбек)



Особенности и привычки ЦА



Share of voice



Адвокатов бренда



Эффективность РК



Что можно делать с результатами мониторинга?



Разрабатывать стратегию продвижения бренда/продукта на рынке



Создавать контент, который интересен потребителю



Контролировать тональность упоминаний. Быстро реагировать в критических ситуациях



Корректировать характеристики текущих продуктовых линеек



Использовать потребительские инсайты для разработки новых продуктов



Выстраивать стратегию бренда исходя из сравнения с конкурентами



Распознавать лояльных потребителей, которые могли бы стать адвокатами бренда.



Оценивать эффективность текущей РК и планировать новые.

Пакетные предложения

Разовый срез
упоминаний
с указанием тем и
тональностей

Описание: Поиск, тонирование и тегирование упоминаний за указанный период, аналитический отчёт.

Срок от 2-х недель

Регулярный
мониторинг и
реагирование

Описание. Регулярный поиск, тонирование и тегирование упоминаний, реагирование на негативные упоминания и/или ответы на вопросы, аналитическая отчётность

Срок ежемесячно

Исследование
мнений на заданную
тематику

Описание. Персонализированное исследование любых тем под задачи заказчика, аналитический отчёт

Срок от 3-х недель

Некоторые из наших клиентов



BERK



ACCU-CHEK®



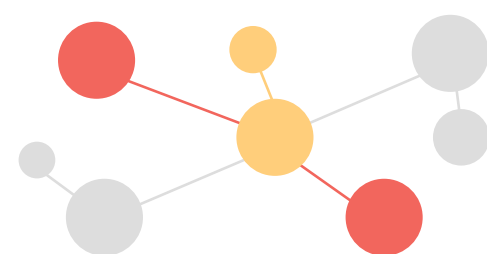


Некоторые наши кейсы



MULTON

Изучение потребительских ожиданий и предпочтений



ЗАДАЧА

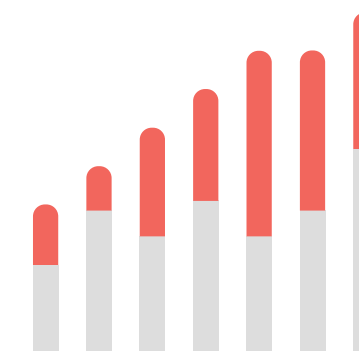
Изучить потребительские предпочтения в плане вкусов различных соков и морсов.
Сформировать карту мнений пользователей относительно натуральности продукта.



РЕШЕНИЕ

Ретроспективный мониторинг упоминаний продуктов бренда.

Создание системы отслеживания вкусовых предпочтений и их изменений, сбор мнений о натуральности продуктов, поиск инсайтов.



РЕЗУЛЬТАТЫ

Отчёт о популярности вкусов напитков и о признаках их натуральности, а также о проблемах с упаковками.

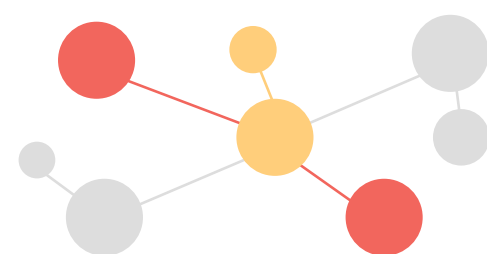
Изменение производителем продуктовой линии и ребрендинг упаковок, устранение их проблем на основе полученных данных.

Мултон



BORK

Знаменитая поддержка BORK услышит вас и в интернете



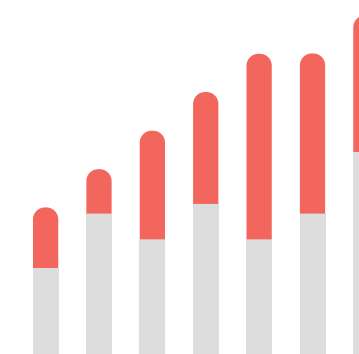
ЗАДАЧА

Помогать пользователям, столкнувшимся со сложностями в использовании техники и написавших об этом в интернете; зримо транслировать подход бренда к решению проблем клиентов



РЕШЕНИЕ

Построение системы обнаружения упоминаний в соцсетях, площадках магазинов и других сайтах, а также системы реагирования на них в тесном сотрудничестве со службой поддержки клиента.



РЕЗУЛЬТАТЫ

Полноценно и оперативно работающая служба поддержки в интернете.

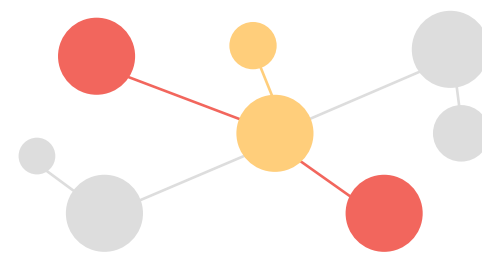
Внесение изменений в инструкции к технике на основе анализа и коммуникации с пользователями.

BORK



SUKHOI

Забота об образе компании как работодателя



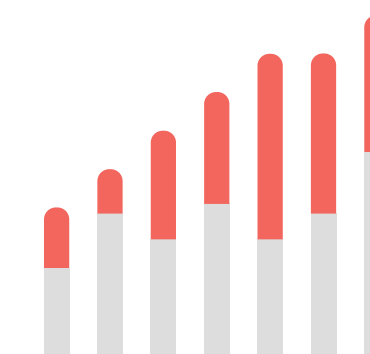
ЗАДАЧА

Изучить положение компании на рынке труда, найти основные «болевые точки», сформировать базу рекомендаций по управлению HR-репутацией.



РЕШЕНИЕ

Было проведено мониторинг-исследование отношения к ПАО Сухой как к работодателю в ключевых городах присутствия и сравнение его с основными конкурентами-производителями.



РЕЗУЛЬТАТЫ

Сформирована информационная база для последующего построения HR-бренда Sukhoi: образ работодателя, ключевые проблемные темы, особенности и неполадки во взаимодействии объектов, региональные особенности.

Спасибо за ваше время!