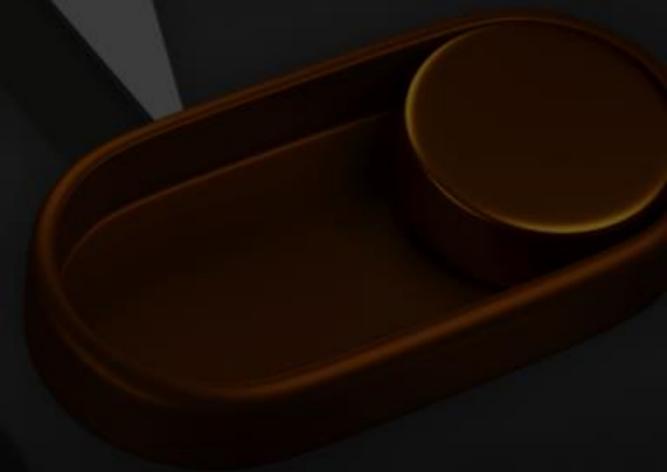


Репутационное агентство

Создай своему бренду безупречную
репутацию в интернете



О нас

1

9

лет на рынке управления репутацией

100+

Клиентов доверили нам свою репутацию

80%

Клиентов видят улучшение репутации в первые 3 месяца работы

100%

Конфиденциальность



BELKA
BRAND LOYALTY KEEPER

ПОМИМО ЭТОГО, МЫ:

2

Выступаем на конференциях

Эксперты на Первом, Россия 24

Участники отраслевых конкурсов



Наши преимущества

3

Экспертиза и опыт

Мы обладаем глубокими знаниями и опытом работы в этой области. понимаем сложности, связанные с репутацией в сети и предложим эффективные стратегии для улучшения репутации



Широкий спектр услуг

Предоставим комплексное решение, включающее мониторинг репутации, создание стратегий, управление соц сетями и многое другое. Вы получаете все необходимые инструменты и ресурсы для успешного управления вашей репутацией в сети.



Экономия времени и усилий

Сотрудничество с нами позволит вам сэкономить время и усилия. Вы сможете сосредоточиться на своих основных деловых задачах, а агентство будет эффективно управлять вашей репутацией.



Наши услуги

4

Мы работаем с репутационными проблемами любой сложности

- ✓ Мониторинг информационного пространства
- ✓ SERM (Search Engine Reputation Management)
- ✓ PR (Public Relations)
- ✓ Удаление информации из Интернета
- ✓ SEO (оптимизация для поисковых систем)
- ✓ SMM (социальное медиа маркетинг)
- ✓ Аналитические исследования
- ✓ Digital-юриспруденция
- ✓ Антикризисная коммуникация
- ✓ Управление репутацией (Reputation Management)

Мониторинг

Поиск информации в сети по интересующему объекту
и аналитика данных по результатам мониторинга



Задачи Мониторинга информационного пространства

6

- ✓ Предупреждение кризисных ситуаций
- ✓ Анализ отношения пользователей к бренду в сети Интернет
- ✓ Анализ конкурентов
- ✓ Полибрендинг
- ✓ Анализ отрасли

! Мы осуществляем **постоянный** мониторинг онлайн-пространства, чтобы вы всегда были в курсе, что говорят о вашем бренде. Мы следим за упоминаниями, отзывами и комментариями, чтобы своевременно информировать, реагировать и управлять ситуацией.

Этапы Мониторинга



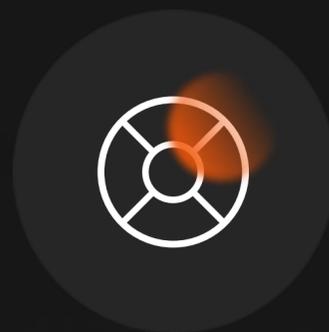
Сбор данных

Осуществляется специализированными сервисами, которые обеспечивают максимальный сбор упоминаний и охват источников



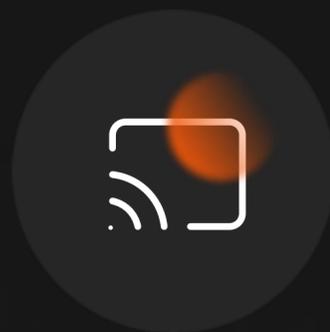
Социальные сети

ВКонтакте, Twitter, Одноклассники и другие.



Крупные интернет-порталы

Banki.ru, Pikabu.ru, vc.ru, drive2.ru и другие.



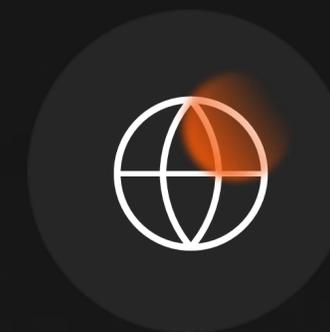
Площадки-отзовики

Otzovik.com, flamp.ru, irecommend.ru и другие.



Сервисы карт

Yandex.Maps, Google.Maps, 2Гис



Онлайн-СМИ, мессенджеры

Telegram, Коммерсант, Медуза

A Мониторинг может осуществляться как по бренду, так и по персоне, мероприятию, инфоповоду и любым другим объектам.

Этапы сбора и обработки данных

1

Проработка семантики

Описание объекта мониторинга в разных вариациях и сочетаниях — для полного охвата массива данных

2

Системный сбор данных

Социальные сети, форумы, блоги, мессенджеры, рекомендательные ресурсы, СМИ

3

Количественный и качественный анализ

Данные просматриваются специалистами вручную, тонируются и классифицируются по тематикам

4

Формирование отчета

Описание объекта мониторинга в разных вариациях и сочетаниях — для полного охвата массива данных

Результаты мониторинга

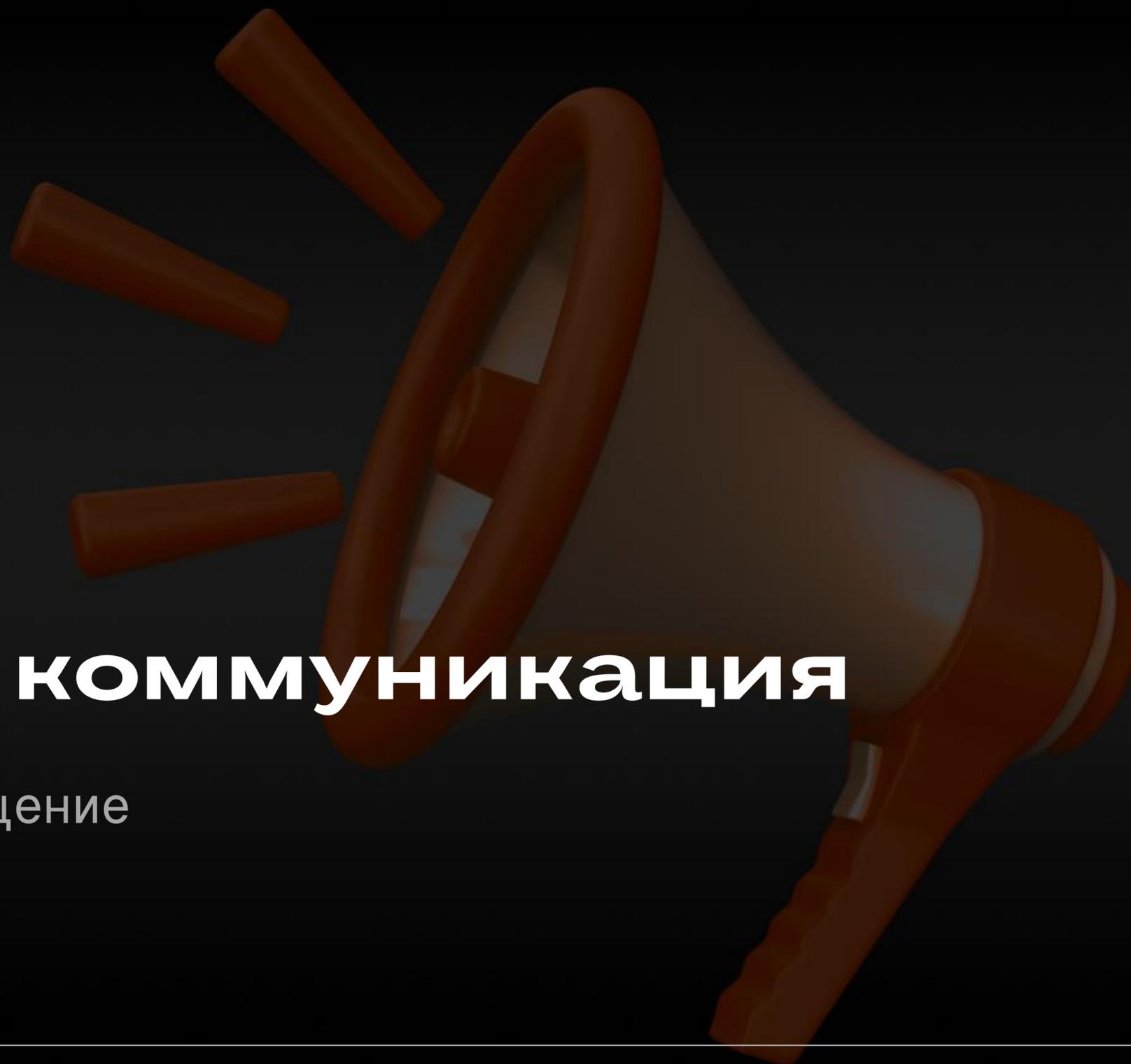
Для более полной картины статуса бренда у потребителей собираются пользовательские данные о продуктах/услугах конкурентов

- ✓ Анализ потребительской лояльности (оценка репутации бренда)
- ✓ Оценка узнаваемости персоны
- ✓ Анализ конкурентной среды и положения на рынке
- ✓ Полибрендинг
- ✓ Анализ групп, сообществ и тематических форумов
- ✓ Анализ PR-кампаний
- ✓ Анализ репутационных угроз
- ✓ Исследования по вашим запросам

- Ⓐ Корректно собранные и обработанные данные служат основой для отчетов и исследований, выводы по которым помогают специалистам PR и Маркетинга принимать правильные решения в развитии продуктов и услуг

Антикризисная коммуникация

Оперативная защита и предотвращение
информационных атак

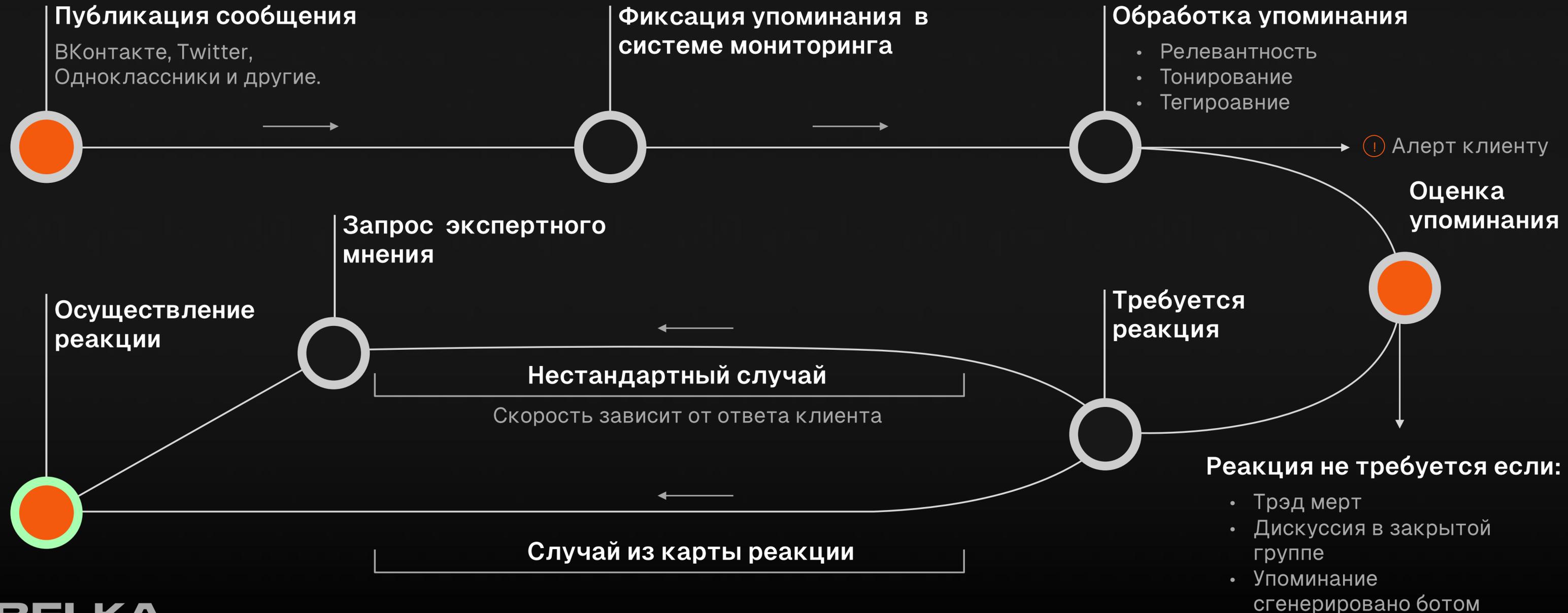


Задачи Антикризисной коммуникации

12

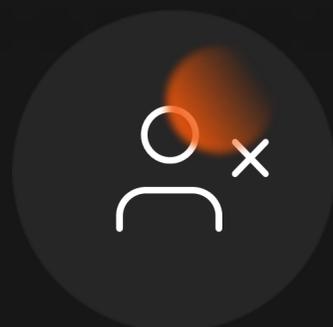
- ✓ Нивелирование негатива
- ✓ Консультирование пользователей сети Интернет по продуктам брендов, акциям
- ✓ Формирование «правильного» мнения о бренде у аудитории
- ✓ Инициирование дискуссионных диалогов

Схема реагирования на упоминания



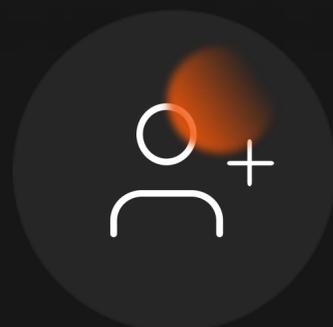
Модели поведения агентов влияния

Все реакции можно разделить на 5 моделей поведения, которые применяются в зависимости от контекста дискуссии и уровня опасности того или иного упоминания



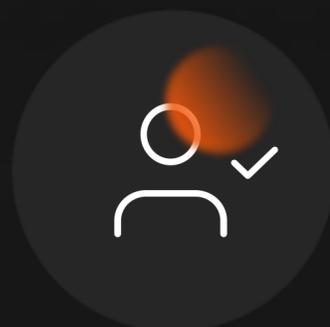
Конфронтация

Ответ с контраргументами поясняет, что данная позиция неверна



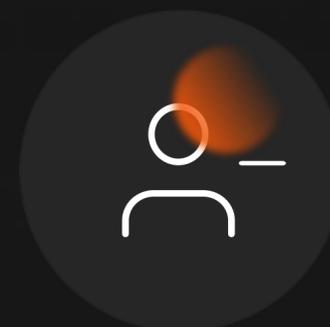
Аргументация

Ответ показывает, что негативное упоминание не подкреплено реальными фактами или опытом



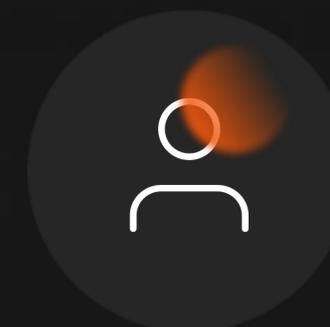
Субъективизация

Ответ отображает личное мнение пользователя, рассказывая про его личный опыт



Отвлечение

Ответ, который переводит тему в другое русло



Хаос

Ответ, который превращает дискуссию в неактуальную для читателей тему



SERM

Search Engine Reputation Management — формирование положительной/нейтральной выдачи в поисковых системах

Задачи SERM

Общая цель SERM — управление и защита онлайн-репутации бренда

- ✓ **Мониторинг:** Отслеживание информации о бренде в интернете, включая обзоры и комментарии.
- ✓ **Управление репутацией:** Работа над улучшением восприятия бренда, решение проблем с отзывами клиентов, создание положительного контента.
- ✓ **Соккрытие негативных данных:** Использование SEO для "вытеснения" негативной информации о бренде в поисковых результатах.
- ✓ **Превентивные действия:** Создание стойкого онлайн-присутствия бренда для предотвращения угроз репутации.
- ✓ **Реагирование на кризисы:** Быстрая реакция на ситуации, угрожающие репутации.

Что входит в SERM?

Комплексная работа по формированию «правильного» имиджа бренда в поисковых системах

-  Работа с региональной и иностранной выдачей
-  Создание аккаунтов на блог-платформах
-  Размещение дискуссионных веток на форумах
-  Оптимизация поисковых подсказок
-  Создание каналов/плейлистов на видеохостингах
-  Размещение статей на новостных интернет-порталах
-  Создание именных Сайтов и островов контента
-  Оптимизация официального сайта
-  Карточки в справочниках организаций
-  Создание и оптимизация групп и профилей в социальных сетях
-  Страницы на энциклопедических ресурсах
-  Продвижение необходимой информации (ссылочные, поведенческие, социальные факторы)

Этапы SERM



Критерии оценки тональности ресурсов

Оценка каждого ресурса одновременно происходит на основе двух критериев: Критерий №1 — Рейтинг, который присвоен бренду на ресурсе (количество звезд, доля позитива/негатива и т.д.) Критерий №2 — Визуальное восприятие информации на ресурс (попадает ли в зону видимости «первого экрана» негатив или нет)

Позитивная тональность

- Рейтинг больше 4★
- Рейтинг больше 80%
- На первой странице менее 20% негативных отзывов
- В верхних 3 отзывах отсутствует негатив

Нейтральная тональность

- Рейтинг 3-4★
- Рейтинг 70–80%
- На первой странице менее 30% негативных отзывов
- В верхних 3 отзывах отсутствует негатив

Негативная тональность

- Рейтинг меньше 3★
- Рейтинг меньше 70%
- На первой странице более 30% негативных отзывов
- В верхних 3 отзывах присутствует негатив

*Критерии оценки могут быть скорректированы в соответствии с пожеланиями клиента или на основании анализа конкурентной среды бренда

Публикация информации

В рамках оказания услуги SERM можно публиковать следующие виды информации:

Положительные отзывы и тестимониалы

- Собранные от довольных клиентов и партнеров отзывы и рекомендации можно размещать на различных платформах, включая социальные сети, сайты с отзывами, блоги и пр.

Новости и анонсы компании:

- Делиться последними новостями компании, анонсами продуктов или услуг, успешными реализованными проектами или полученными наградами.

Информационные и образовательные статьи

- Публикация материалов, которые полезны и интересны целевой аудитории, помогают укрепить позицию бренда как эксперта в своей области.

Видеоконтент

- Занятый и интерактивный формат общения с аудиторией, который может помочь в укреплении положительного образа бренда. Это могут быть обучающие видео, интервью, обзоры продуктов или сайта, корпоративные видео и пр.

Все эти виды контента, когда они правильно использованы, помогают улучшить репутацию бренда в онлайн-пространстве.



Digital-Юриспруденция

Удаление информации в сети, нарушающей ваши права и законодательство Российской Федерации

Задачи Digital-Юриспруденции

- ✓ Защита авторских прав: Охрана интеллектуальной собственности компании в цифровой среде.
- ✓ Защита персональных данных: Убеждение в соблюдении всех правил и норм, касающихся обработки персональных данных клиентов.
- ✓ Регулирование вопросов деиндексации: Юриспруденционное сопровождение процессов удаления нежелательной информации из поисковых систем.
- ✓ Разрешение юридических конфликтов: Помощь в вопросах недобросовестной конкуренции или клеветы в интернете.

Имеем опыт разрешения споров:

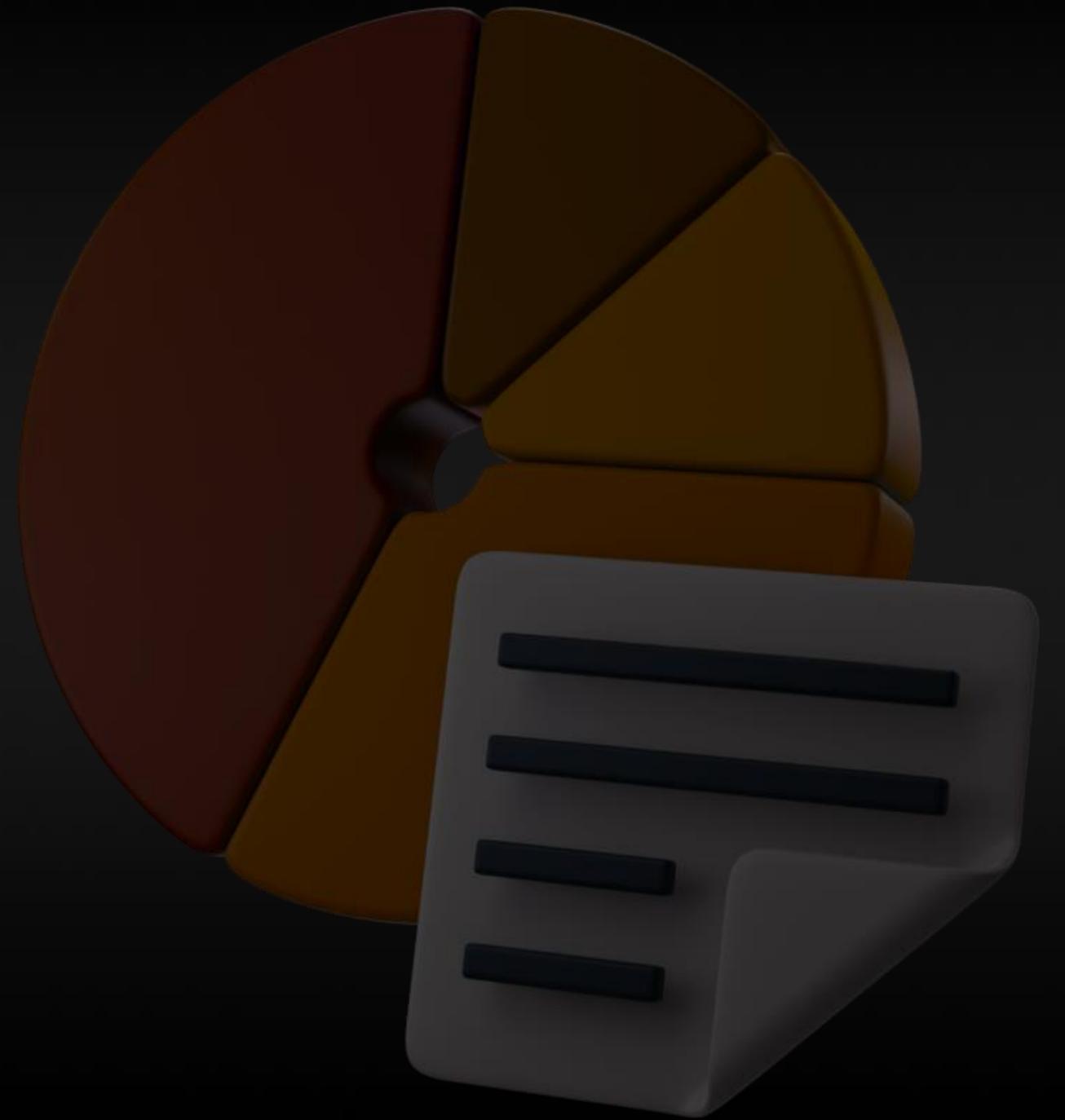
- Претензионный (подача жалоб к администрации ресурсов)
- Административный (подача жалоб в специализированные инстанции, ФАС, РКН и другие).
- Судебный (подготовка необходимых документов, экспертиза и представление интересов в суде)

Этапы Digital-Юриспруденции



BELKA
BRAND LOYALTY KEEPER

А также



В рамках комплексной работы с нашими заказчиками мы выполняем такие работы как:

-  **Аналитические исследования**
Позволяет точно понимать потребности и предпочтения целевой аудитории, идентифицировать наиболее успешные маркетинговые каналы и оптимизировать свои кампании для достижения лучших результатов, выявить сильные и слабые стороны стратегии
-  **SMM** Является эффективным инструментом для привлечения и взаимодействия с целевой аудиторией через социальные сети и платформы.
-  **PR** Основная цель — создать и поддерживать положительный образ компании или человека и налаживать взаимовыгодные отношения с различными аудиториями, включая клиентов, партнеров, сотрудников, инвесторов и общественность в целом.
-  **SEO** Помогает веб-сайту получить более высокие позиции в поисковых результатах, увеличить органический трафик и привлечь более качественных посетителей. Это способствует повышению видимости вашего сайта и повышению его авторитета в глазах поисковых систем.

BELKA
BRAND LOYALTY KEEPER

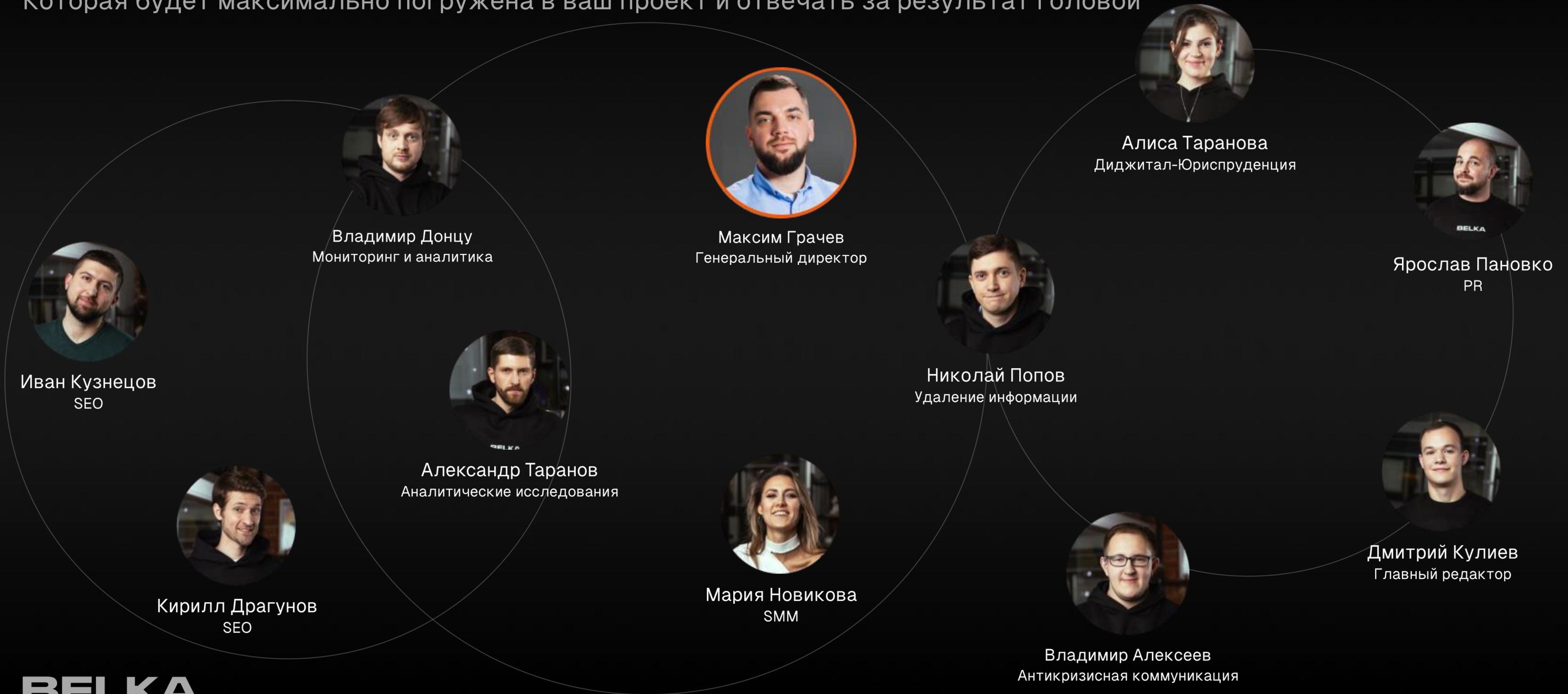
Как мы работаем

Стратегия, методы, действия команды



Экспертная команда

Которая будет максимально погружена в ваш проект и отвечать за результат головой



Нам доверяют

За годы работы мы сотрудничали с компаниями в таких отраслях, как финансы, телекоммуникации, страхование, авто и другие.

Полное раскрытие кейсов недопустимо в нашей компании, работа с клиентами надежно защищена рамками NDA.

brandly

STREET
BEAT

 ТРИНФИКО

restore:

CM-ремонт.ру

 МОСКВАРИУМ

 *Wall Street English*
Международная школа Английского языка

 ЭКОНОМИКА
МОСКВЫ

Благодарности

МОСКВАРИУМ

Благодарим вас за сотрудничество. На протяжении всего периода нашей работы вы показали себя как команда экспертов, которым можно доверить положительную динамику по ключевым для нас показателям: тональность упоминаний, цитируемость СМИ, динамика тональности поисковой выдачи.

ГорПожСервис группа компаний

Настройка и ведение рекламной кампании были реализованы качественно и оперативно благодаря Вам, и мы это очень ценим. Будем рекомендовать Вас, как надежного  и добросовестного партнера.

START

За время сотрудничества специалисты из Белка Диджитал добились отличных результатов. Команда агентства грамотно выстроила стратегию работ и четко следовала ей. Руководитель проекта всегда был на связи с нами и оперативно решал появляющиеся задачи.

СМ-ремонт.ру

Выражаем благодарность за качество и оперативность оказанных услуг по подготовке рекламных материалов и ведению рекламных кампаний. Готовы предоставить отзывы и рекомендации о работе агентства нашим партнерам. Желаем вашему бизнесу процветания и надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество

Кейсы

Полное раскрытие кейсов недопустимо в нашей компании, работа с клиентами надежно защищена рамками NDA.



Крупная сеть обувных магазинов

Проблемы

- Высокий уровень негативных отзывов (54%) от действующих и бывших сотрудников в поисковых системах Яндекс и Google.
- Жалобы сотрудников касались заработной платы, переработок, а также отношения местного руководства.

Решение

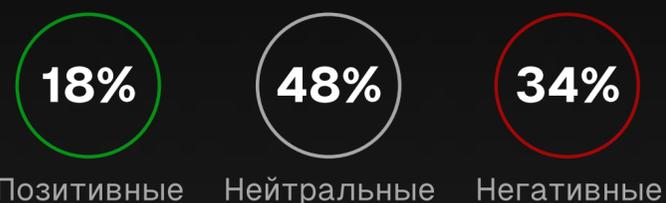
1. Внедрение системы мониторинга YouScan для анализа упоминаний в сфере HR
2. Проведение аудита поисковой выдачи для идентификации и последующей работы с релевантными негативными ресурсами.
3. Создание официальных аккаунтов для реагирования на конструктивную критику
4. Разработка стратегии по внедрению внутри компании системы мотивации для сотрудников и органических пользователей с целью повышения активности и улучшения рейтингов

Бюджет: 510 000 рублей

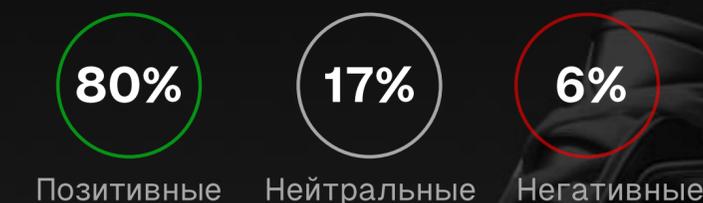
Период: 6 месяцев

Результаты, типы упоминаний:

До:



После:



Благотворительный фонд

Проблемы

- Более 30% негатива в топ-10 Яндекса и Google;
- Более 20% нерелевантных страниц, связанных с конкурентами или перекупками;
- Низкие рейтинги на рекомендательных ресурсах — до 3,5*;
- Ежедневный негатив на Яндекс.Картах и Яндекс.Маркете

Решение

1. Отслеживание и обработка всех релевантных упоминаний о компании с целью нивелирования негатива
2. Техническая поддержка пользователей от лица официального представителя как в личных сообщениях, так и во всем информационном поле
3. Создание тикетов в системе UseDesk для решения клиентских вопросов с помощью службы поддержки заказчика

Бюджет: 465 000 рублей

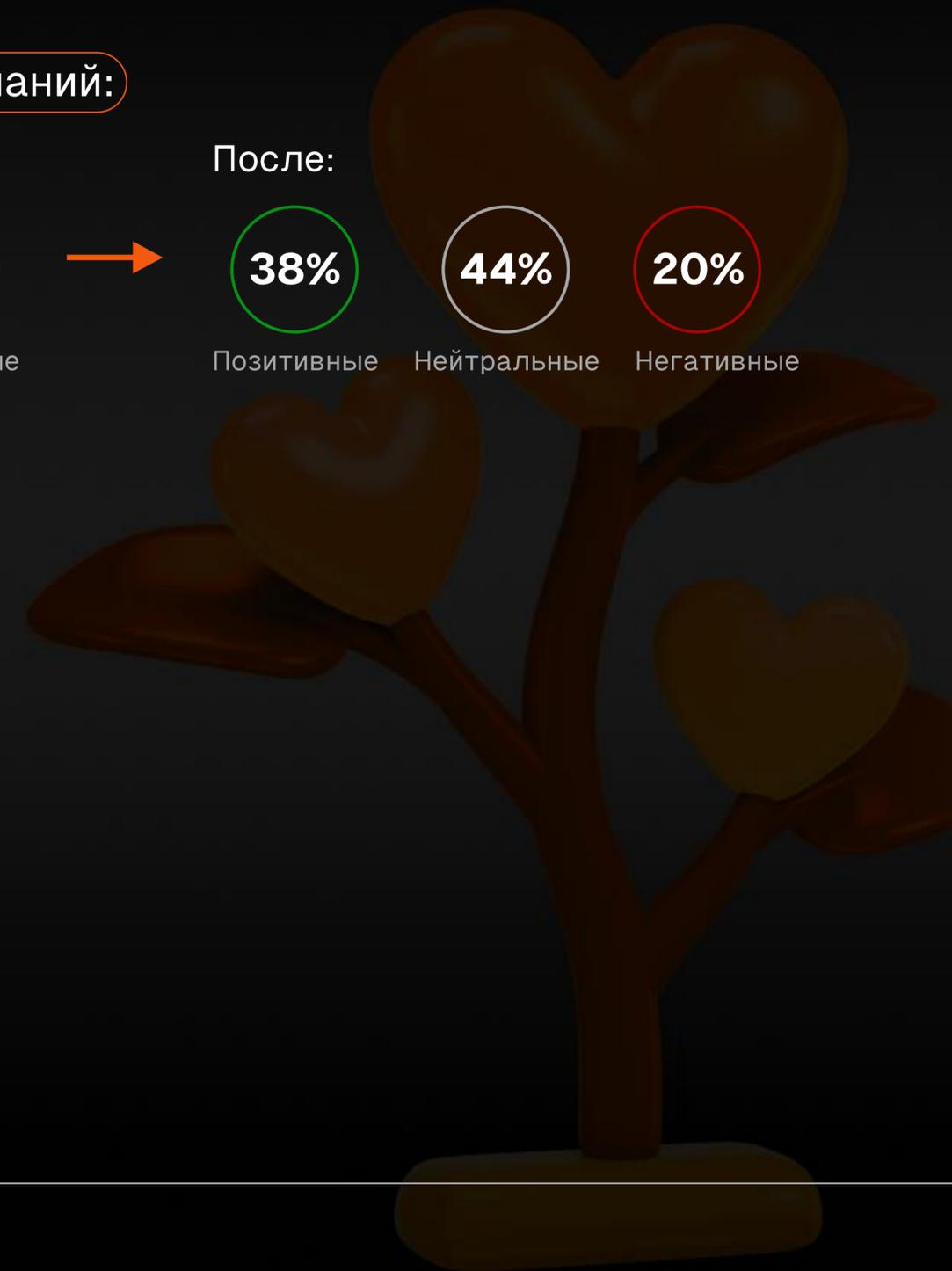
Период: 3 месяца

Результаты, типы упоминаний:

До:



После:



Сеть медицинских центров

Проблемы

- 50% негативных упоминаний в топ-10 выдачи поисковых систем Яндекс и Google.
- Более 20% нерелевантных страниц, связанных с конкурентами или рейтингами медицинских организаций
- Низкие рейтинги на рекомендательных ресурсах до 3,5 звезды.

Решение

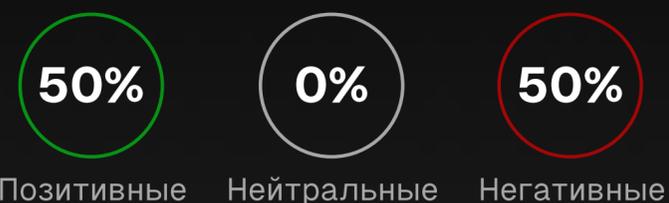
1. Использование системы мониторинга YouScan для анализа упоминаний и выявления случаев негативного взаимодействия, а также для идентификации потенциальных новых клиентов.
2. Аудит поисковой выдачи для определения и вытеснения негативных ресурсов.
3. Активная работа от имени официального представителя на рекомендательных платформах для нейтрализации негатива.
4. Комплексный подход к работе с отзывами с целью улучшения рейтингов и уменьшения доли негативных комментариев.

Бюджет: 620 000 рублей

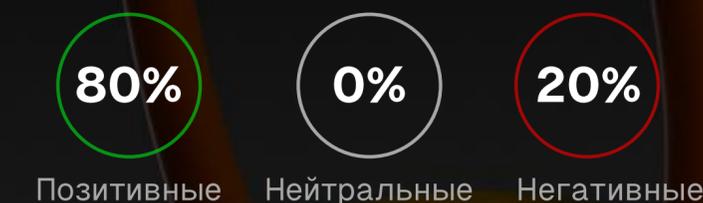
Период: 4 месяца

Результаты, типы упоминаний:

До:



После:



Улучшение репутации депутата Государственной Думы

Проблемы

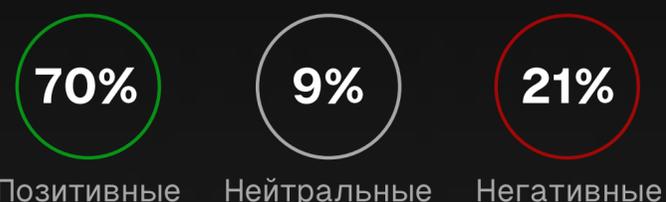
- Наличие в ТОП10 поисковой выдачи негативной и компрометирующей информации о персоне.

Решение

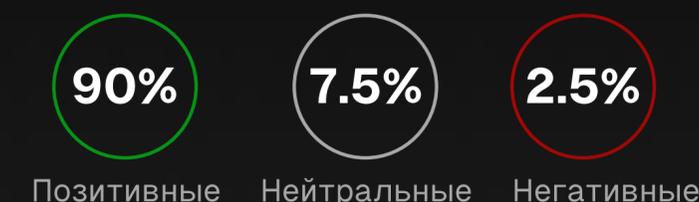
- Создание личного сайта депутата для формирования позитивного имиджа.
- Публикация адаптированных статей о деятельности депутата в соответствии с правилами поисковой выдачи, включая ресурс Википедии.
- Формирование новых поисковых подсказок в поисковых системах Яндекс и Google для вытеснения негативной информации.
- Исключение из поисковой выдачи негативной информации с использованием юридических и других методов.

Результаты, типы упоминаний:

До:



После:



Бюджет в месяц: 139 000 рублей
Период: 11 месяцев

Компания по производству продуктов первой необходимости

Проблемы

- Компания столкнулась с вирусным распространением ложной информации о бренде, начиная с 2006 года.
- На момент старта работ обнаружено более 47 000 копий данного поста.
- Периодическое активное распространение поста с уровнем распространения от 15 000 до 40 000 упоминаний за период активности.

Решение

1. Досудебное урегулирование: коммуникация с распространителями негативного контента с целью прекращения его распространения.
2. Судебное урегулирование: установление факта юридической значимости информации и последующий контроль за её удалением.
3. Сопровождение исполнительного производства: взаимодействие с администрацией социальных сетей для удаления негативных упоминаний и контроля за процессом очистки информационного пространства.

Бюджет: 250 000 рублей в месяц

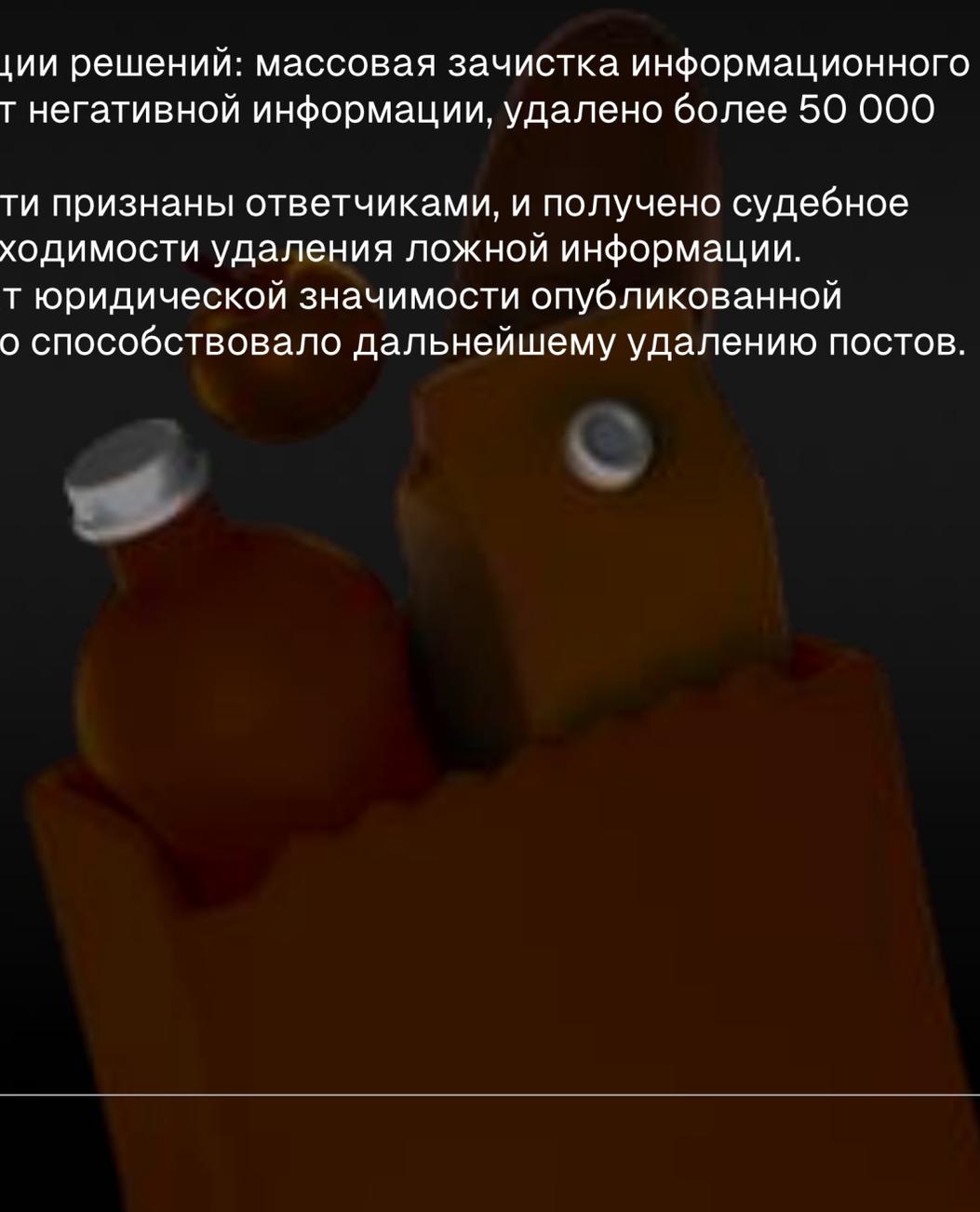
Период: 18 месяцев

BELKA

BRAND LOYALTY KEEPER

Результаты

1. После реализации решений: массовая зачистка информационного пространства от негативной информации, удалено более 50 000 постов.
2. Социальные сети признаны ответчиками, и получено судебное решение о необходимости удаления ложной информации.
3. Установлен факт юридической значимости опубликованной информации, что способствовало дальнейшему удалению постов.



Крупный корейский автоконцерн

Проблемы

- Недобросовестная реклама неофициальными сервисными центрами, искажающая информацию о гарантийном обслуживании автомобилей бренда, привлекая тем самым себе новых клиентов.

Решение

1. Досудебное урегулирование: взаимодействие с администрацией интернет-ресурсов для удаления недостоверной информации.

Результаты

1. Поисковые системы, включая Яндекс, очищены от ссылок на сайты с ложной информацией о гарантийных условиях.
2. Сайты сервисных центров обновили информацию о гарантийных условиях и удалили ложные сведения о качестве заводских деталей.

Бюджет: 330 000 рублей в месяц

Период: 3 месяца

BELKA

BRAND LOYALTY KEEPER



Компания, выпускающая парфюмерно-косметическую продукцию

Проблемы

- Опубликована статья на Roscontrol.ru с недостоверной информацией о продукции клиента, что привело к массовому распространению ложных данных и ущербу для бренда.

Решение

1. Досудебное урегулирование: активное взаимодействие с администрацией сайтов для удаления или корректировки недостоверной информации о продукции.

Результаты

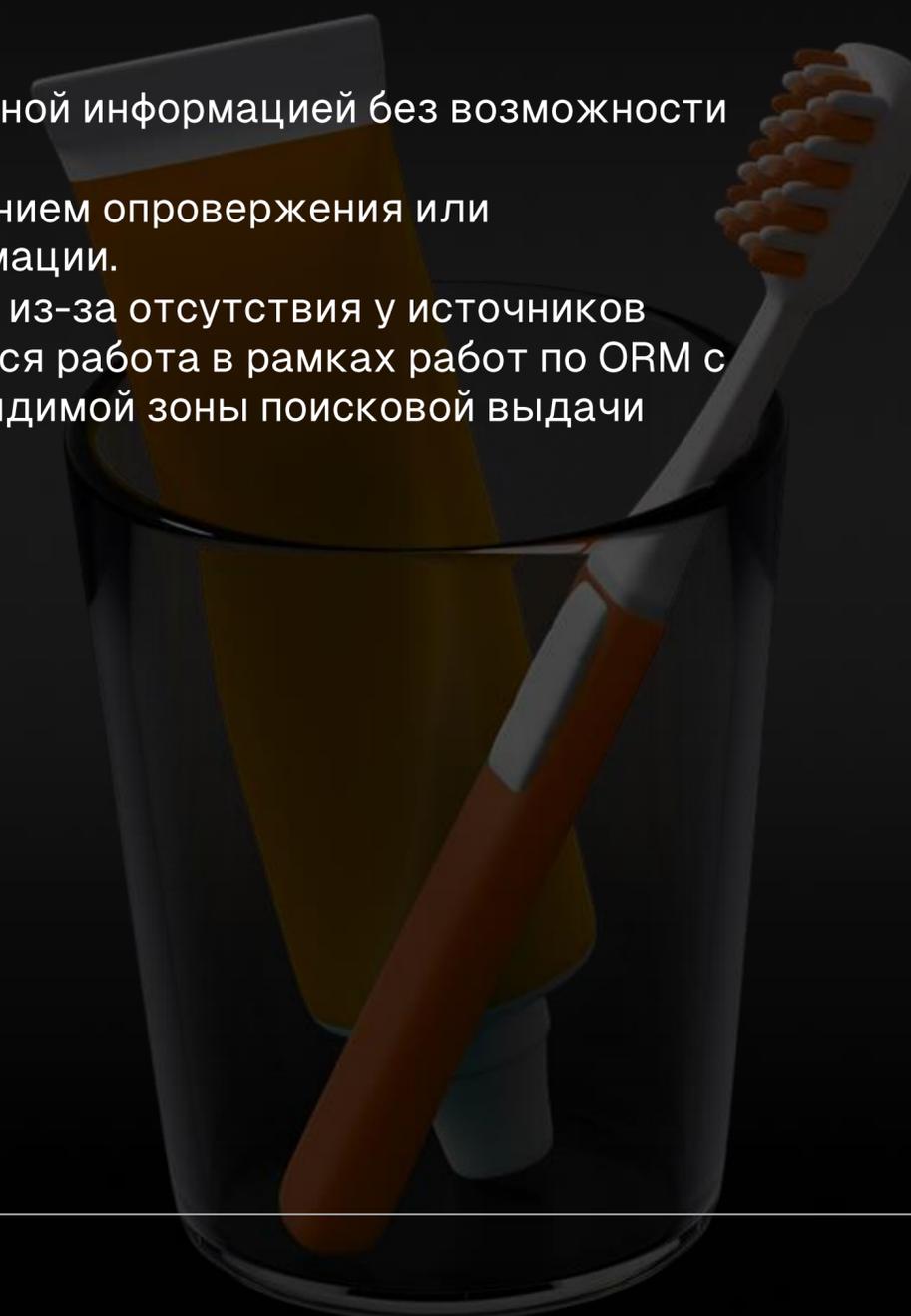
1. Удаление 43 статей с недостоверной информацией без возможности восстановления.
2. Исправление 55 статей с включением опровержения или корректировкой исходной информации.
3. Остаток 59 статей без изменений из-за отсутствия у источников статуса СМИ; с ними продолжается работа в рамках работ по ORM с целью вытеснения за пределы видимой зоны поисковой выдачи

Бюджет: 155 000 рублей

Период: 1 месяц

BELKA

BRAND LOYALTY KEEPER



Крупная сеть фитнес-клубов

Проблемы

- Фитнес-клубы компании столкнулись с высоким уровнем негативных отзывов в интернете и низкими рейтингами на рекомендательных порталах, что негативно сказывалось на общем восприятии бренда.
- 67% негативных отзывов в топ-10 выдаче поисковых систем Яндекс и Google.
- Средний рейтинг клубов до 3,5 звезд на рекомендательных порталах.

Решение

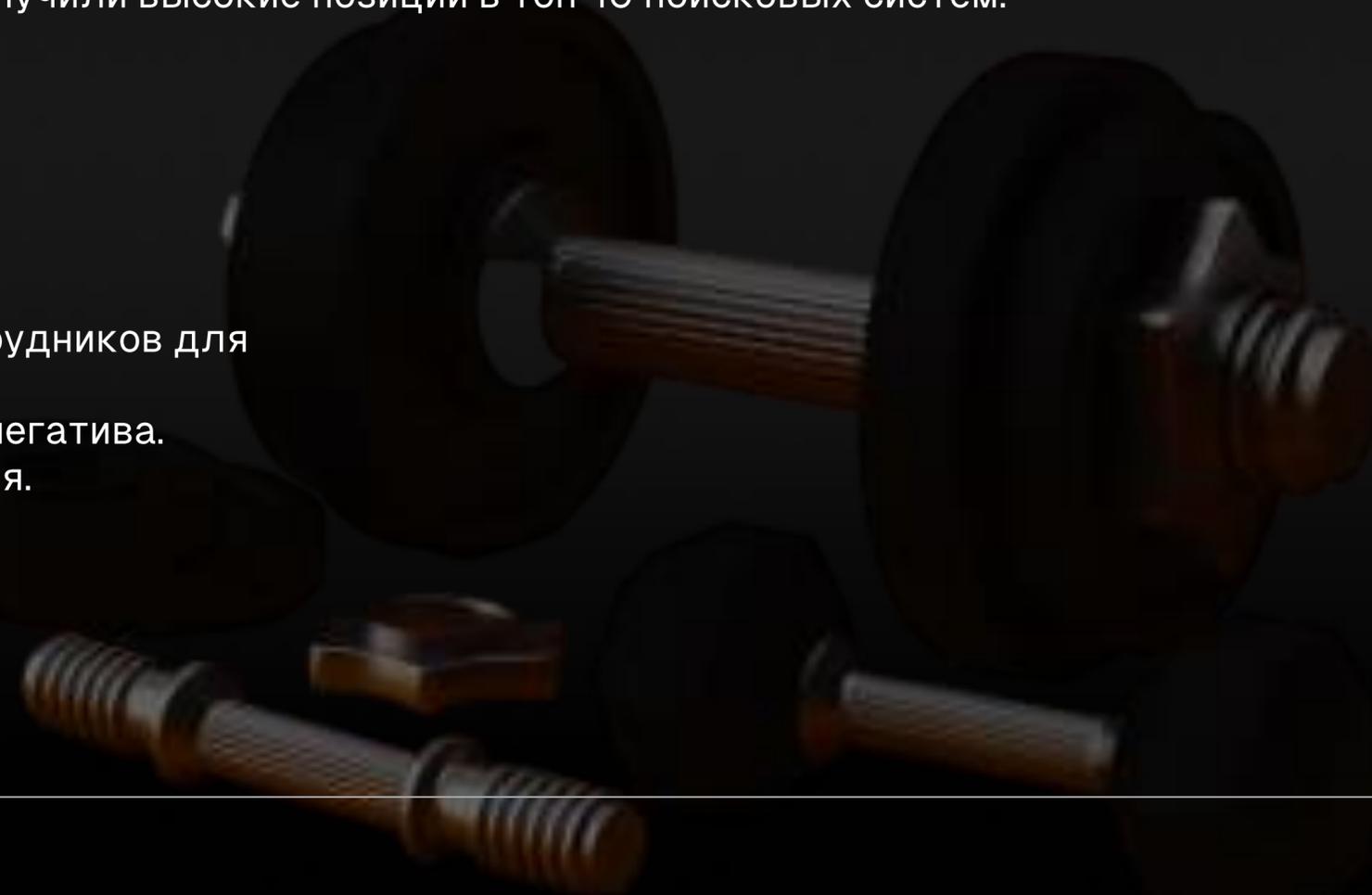
1. Создание "островов" позитивного контента.
2. Разработка и внедрение методик стимуляции лояльных клиентов и сотрудников для активной публикации позитивных отзывов.
3. Регистрация официальных представителей клубов для нивелирования негатива.
4. Подача жалоб на неконструктивные негативные отзывы для их удаления.

Бюджет: 4 200 000 рублей в год

Период: 2 года

Результаты

- За 2 года увеличена лояльность клиентов к бренду, сокращение негатива в информационном поле на 60%.
- Улучшение среднего рейтинга на рекомендательных порталах с 2,8 до 4-5 звезд.
- Снижение доли негатива в топ-10 поисковой выдачи с 67% до 10%.
- Создание более 50 позитивных "островов" контента, 30 из которых получили высокие позиции в топ-10 поисковых систем.



Крупный автопроизводитель

Проблемы

- Негативное общественное мнение о качестве продукции, сформировавшееся на протяжении десятилетий.
- Отсутствие официального представления бренда в социальных сетях и на специализированных платформах.

Решение

1. Мониторинг и анализ информационного поля бренда для выявления кризисных ситуаций и оценки пользовательских отзывов.
2. Создание и продвижение официального представителя бренда на ключевых платформах.
3. Предоставление технической поддержки пользователям от лица официального представителя, включая активное ведение диалога в личных сообщениях и на публичных форумах.
4. Ежедневное взаимодействие с пользователями (более 100 итераций в день) для сбора актуальных вопросов и проблематик, которые затем направляются в центральное управление производством (ЦУП).

Бюджет: 7 200 000 рублей в год

Период: 2 года

BELKA

BRAND LOYALTY KEEPER

Результаты

- Нейтрализация более 60% негативных упоминаний в информационном поле бренда.
- Увеличение числа благодарностей официальному представителю за качественную консультацию, что способствовало повышению лояльности к бренду.



Кейсы PR

PR персон, организаций и повышение узнаваемости в медиа





Николай Грушко

Генеральный директор группы компаний
Агротек

Работы:

1. Позиционирование клиента: инфосправка, подпись, экспертные темы, медиакарта
2. Копирайтинг
3. Организация съемок кейсов
4. Написание ТЗ для проведения съемок
5. Написание тем для профильных СМИ (агро сфера)
6. Ведение постоянных колонок: VC, Т-Ж
7. Комментарии для СМИ (более 10)
8. Организация участия в конференциях и круглых столах на гос. уровне
9. Нарботка доверенностей со СМИ и образовательными платформами

Коммерсантъ





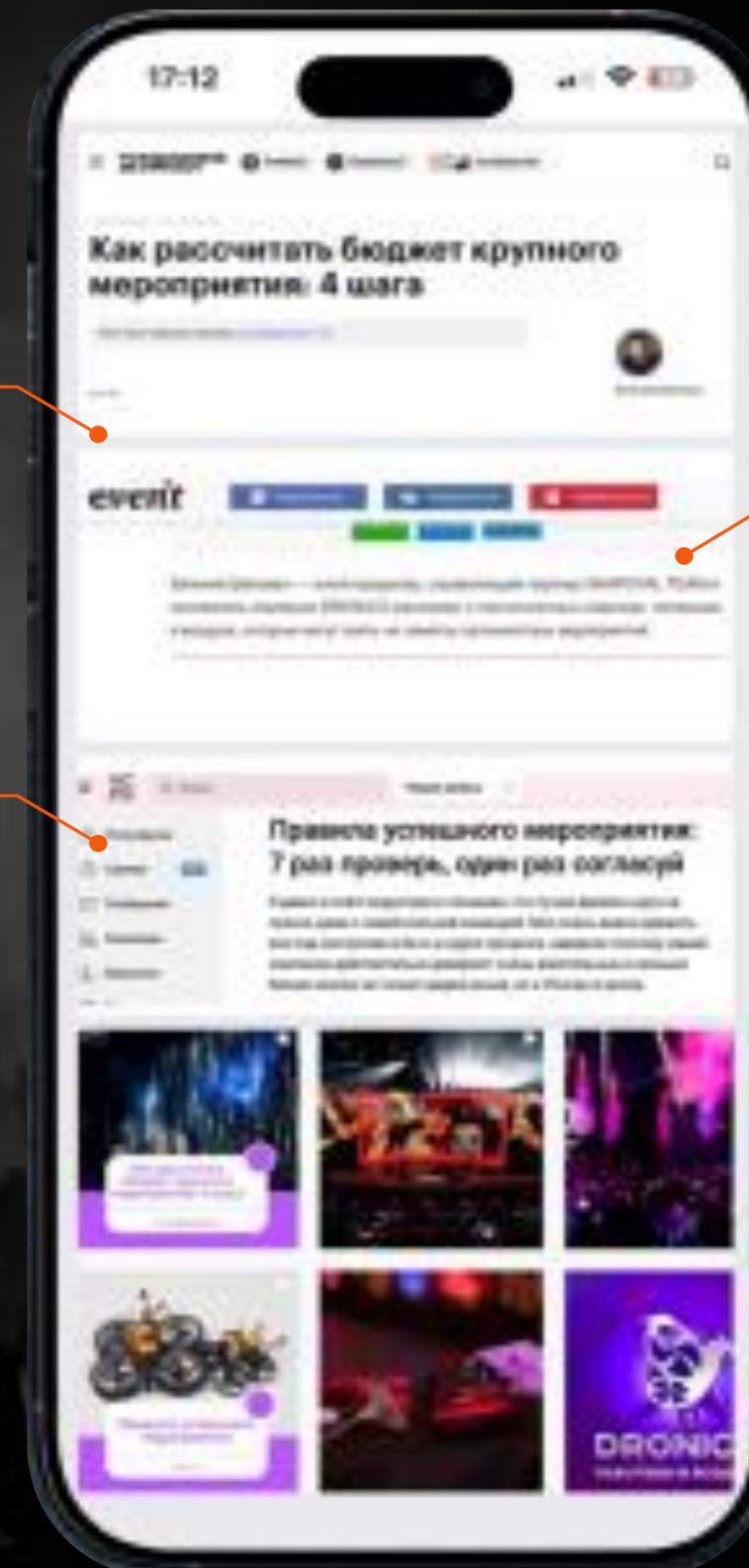
Евгений Шаповал

Event-продюсер, основатель компании DRONICO

Тинькофф журнал

Event

vc.ru



Работы:

1. Написание стратегии для продвижения компании
2. Позиционирование клиента: инфосправка, подпись, экспертные темы, медиакарта
3. Копирайтинг
4. Ведение Instagram компании Dronico
5. Обработка контента
6. Написание постов
7. Продвижение

Организация съемок кейсов:

1. Написание ТЗ для проведения съемок
2. Написание тем для СМИ
3. Ведение постоянных колонок: TJ, VC, Т-Ж
4. Комментарии для СМИ (2 за период)
5. Нарботка договоренностей со СМИ

На начало сотрудничества:

- не было ни одной статьи, интервью.
- Инстаграм вели сотрудники, не было ни одного бартера



Карина Нигай

Event-продюсер, основатель компании DRONICO

Работы:

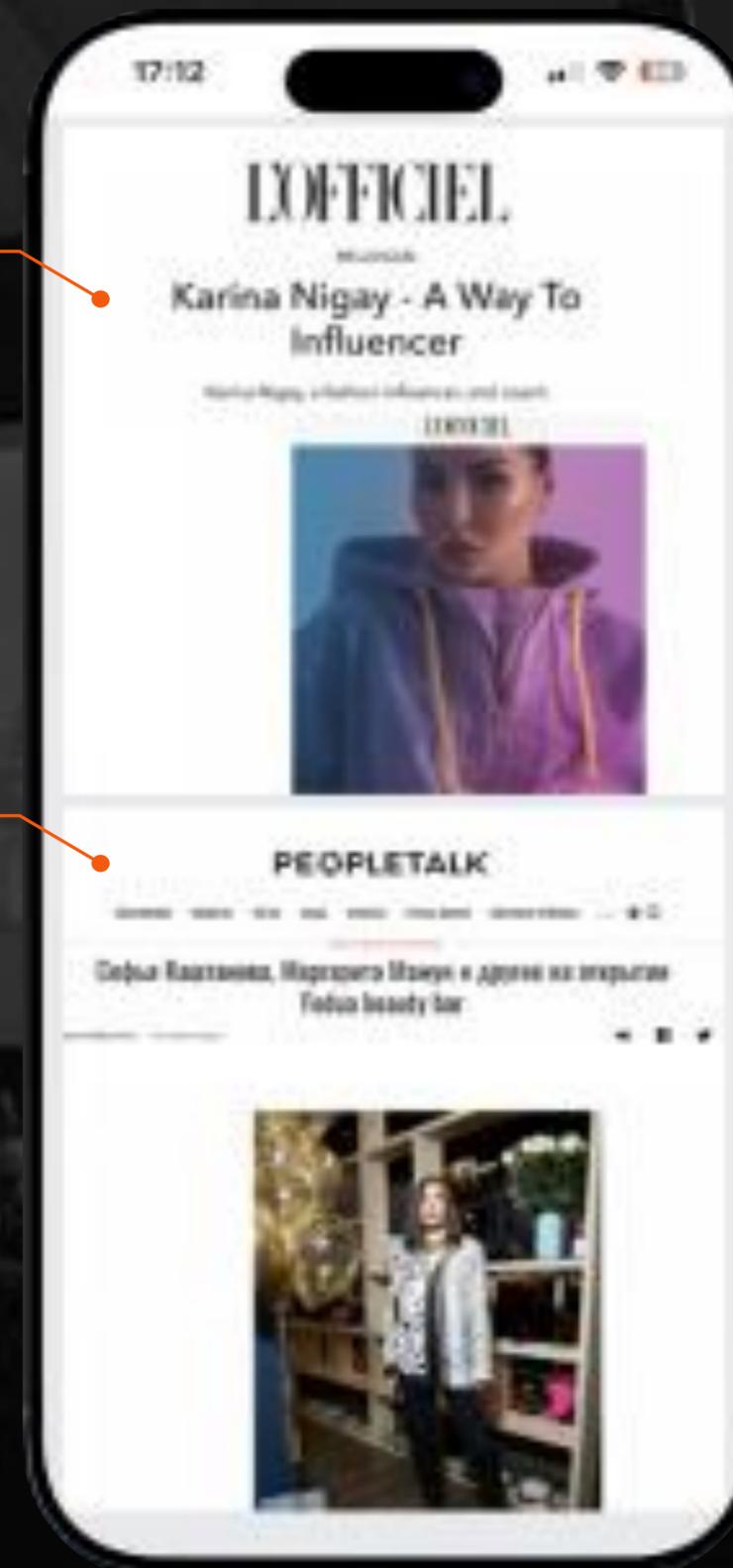
1. Организация съемок и участия в Youtube-программах
2. Написание материалов
3. Ведение постоянных колонок: в Grazia, People Talk
4. Создание Инфоповодов (более 4-х реализованных)
5. Информационное сопровождение на YouTube-шоу (на постоянной основе)
6. Сопровождение на ивентах (на постоянной основе)
7. Пост отчеты в светских хрониках
8. Интервью (полноценных более 3 за период)
9. Комментарии для СМИ (более 20 за период)
- 10.СМИ: Glamour, Cosmo, Elle, People Talk, OK HELLO, Tatler , Lady mail, passion, WMJ, Woman.ru и др.

На начало сотрудничества:

- не было входящих предложений от СМИ
- не было приглашений на мероприятия и выходов в эфир

L'officiel

Peopletalk





Антон Голоцуцков

Гимнаст

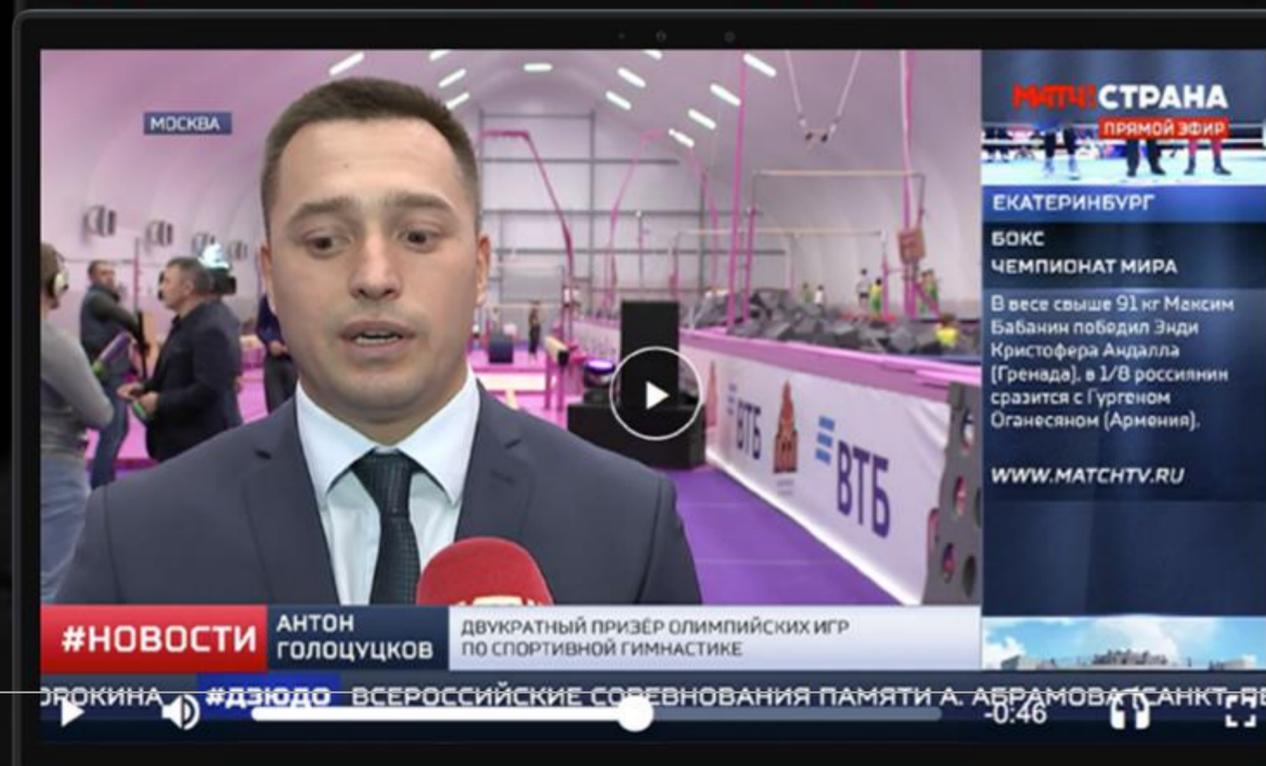
45

Работы:

1. Организация ТВ съемок и участия в ТВ программах
2. Написание материалов
3. Ведение постоянных колонок: Чемпионат, Советский Спорт
4. Создание Инфоповодов (более 6-ти реализованных)
5. Информационное сопровождение на тв/радио (на постоянной основе)
6. Сопровождение на ивентах (на постоянной основе)
7. Пост отчеты в светских хрониках
8. Интервью (полноценных более 3 за период)
9. Комментарии для СМИ (более 12 за период)
- 10.СМИ: Sport.ru Чемпионат, Советский Спорт, People Talk, OK HELLO

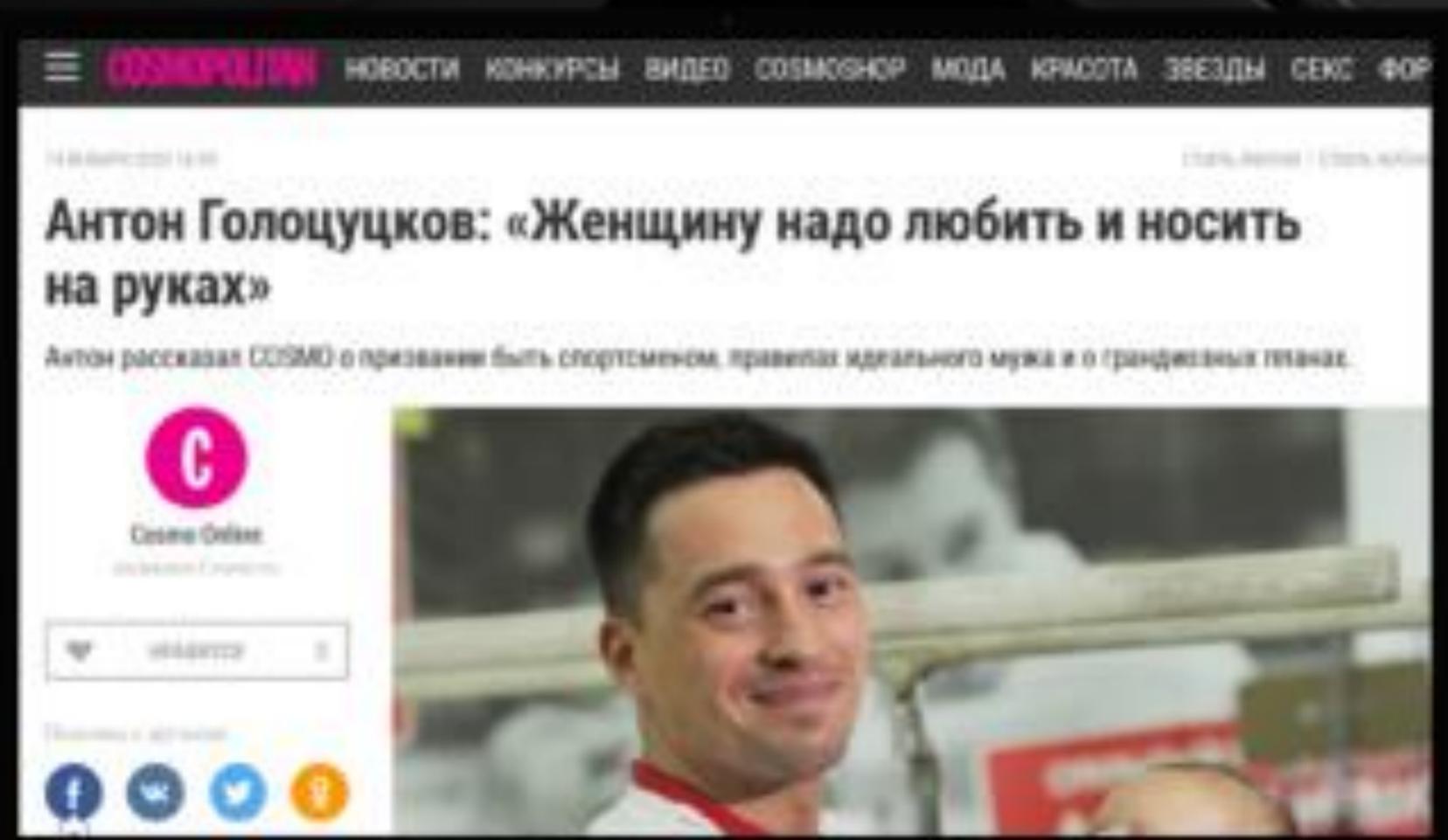
На начало сотрудничества:

- 2 интервью со спортивными изданиями



Примеры

News



Marie claire



Виктория Лопырева

Телеведущая, посол FIFA-2018

Работы:

1. Полное сопровождение во время ЧМ по футболу 2018 (первая в мире женщина посол по футболу)
2. Создание Инфоповодов (более 5-ти реализованных)
3. Обложки (3 за период)
4. Информационное сопровождение на тв/радио (на постоянной основе)
5. Сопровождение на ивентах (на постоянной основе)
6. Интервью (полноценных более 5 за период)
7. Комментарии для СМИ (более 20 за период)



Примеры



Л.Е.С. ресторан

49

Задача

- Повысить узнаваемость, изменить визуал и позиционирование на рынке, усилить бренд за счет появления в СМИ, участия в фестивалях
- Увеличить поток гостей ресторана

Решение

1. Пиар-кампания в социальных сетях
2. Работа и инфлюенсом (>35 интеграций в сториз), Совокупный охват не менее 2 000 000 человек
3. Анализ динамики посещаемости сайта при работе с контекстной рекламой и блогерами
4. Контекстная реклама Яндекс
5. Таргетированная реклама Вконтакте

Результаты

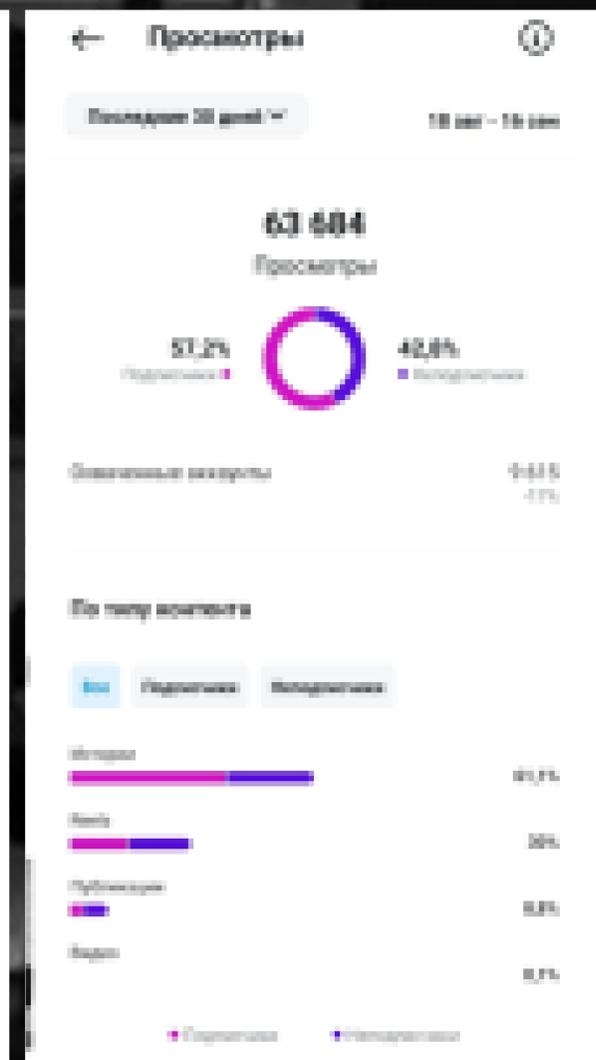
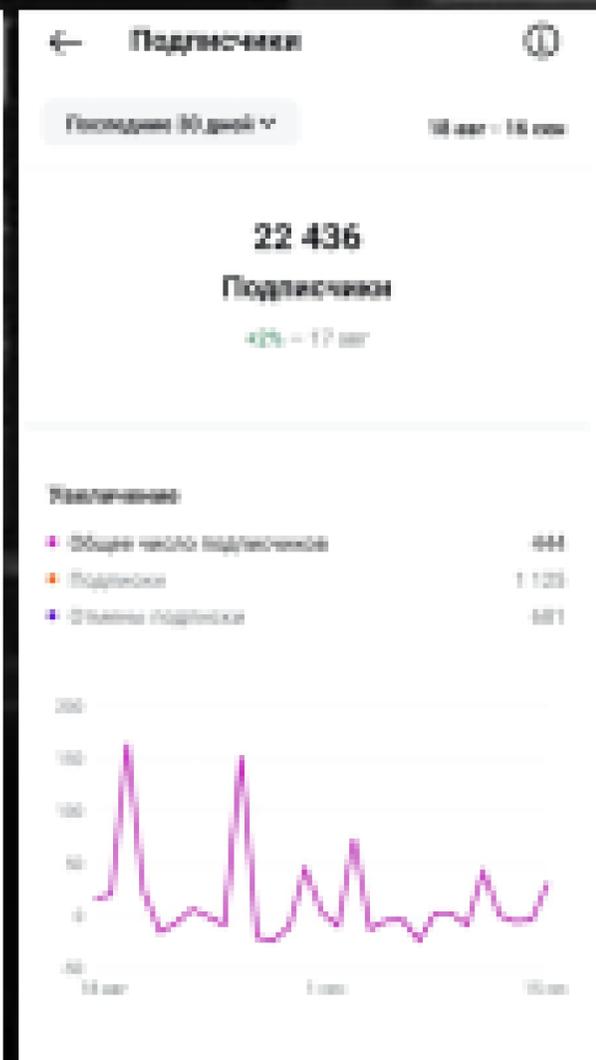
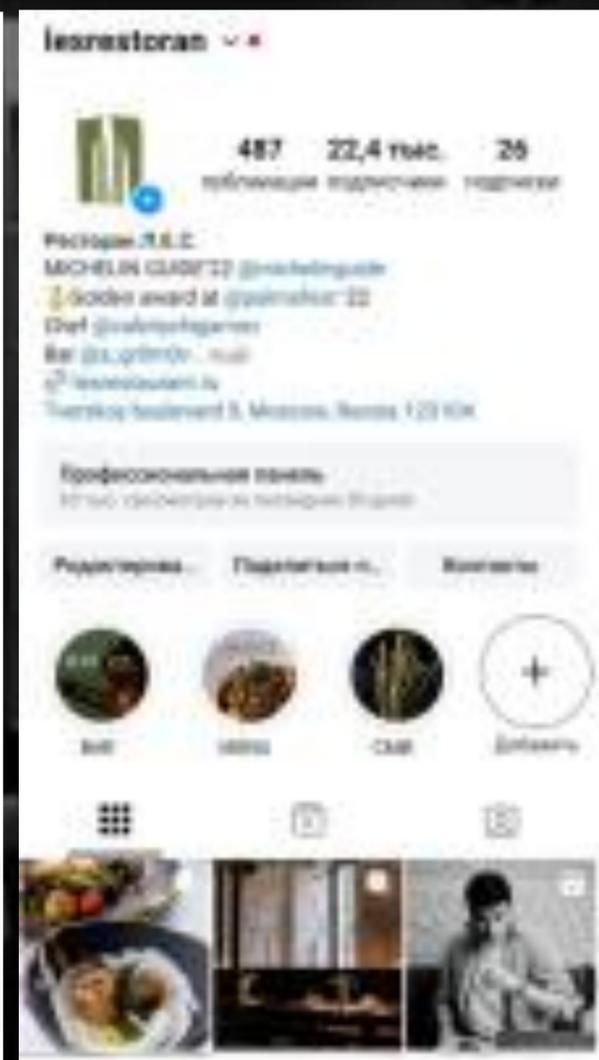
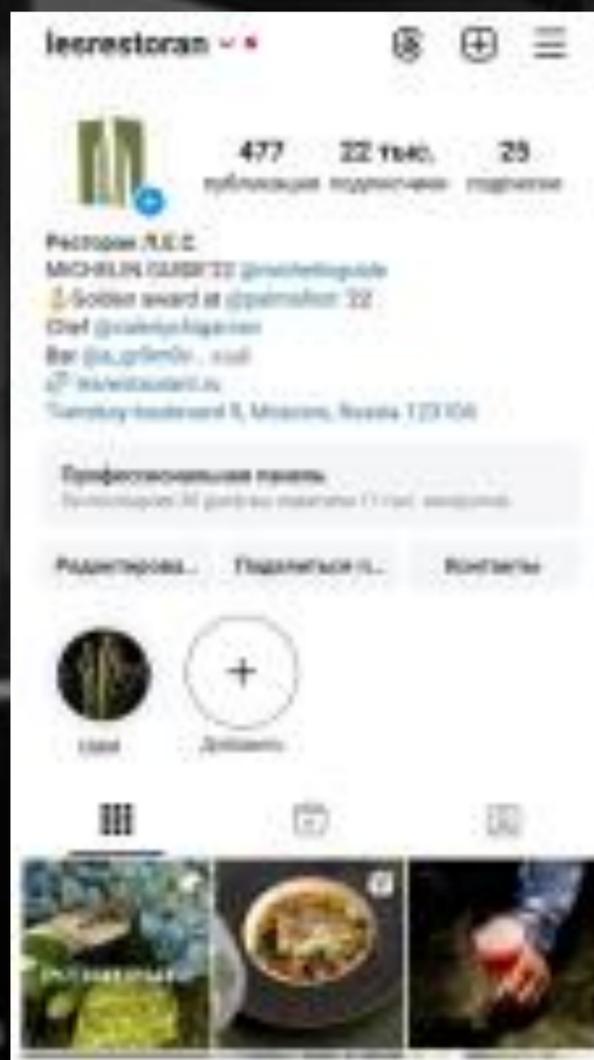
- Проект Л.Е.С. демонстрирует положительные тенденции в привлечении трафика через контекстную рекламу и инфлюенс-маркетинг.
- Посещаемость сайта составила 16,679 человек, трафик из поиска — 4,247, контекстная реклама в Яндексе показала 2,038,940 показов и 2,055 кликов. Это помогло удерживать стабильный поток трафика

Л.Е.С. ресторан

Блок работ SMM Актуальная

СТАТИСТИКА
Месяцем ранее

Сейчас



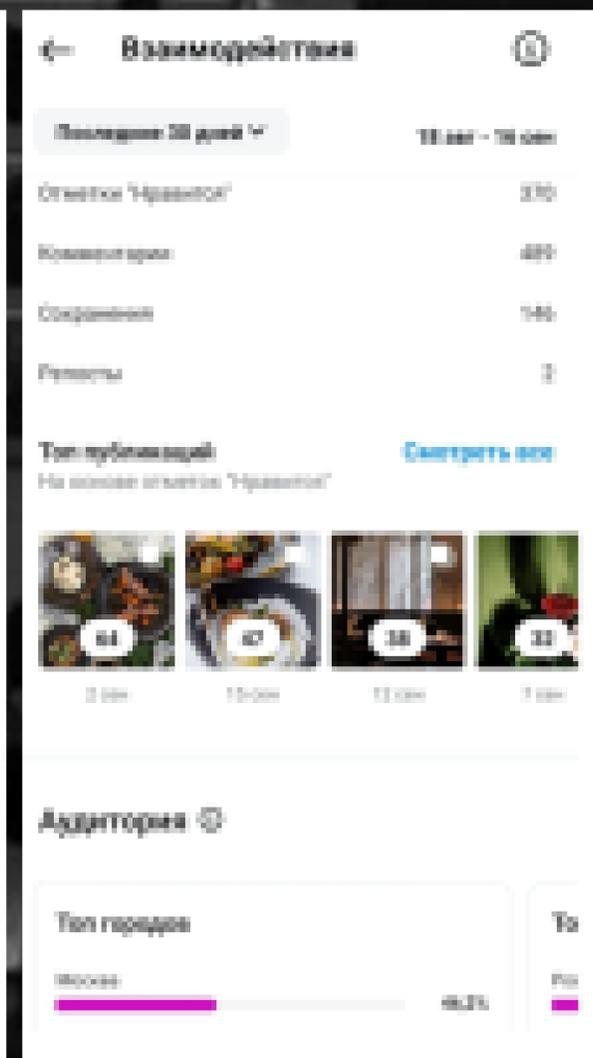
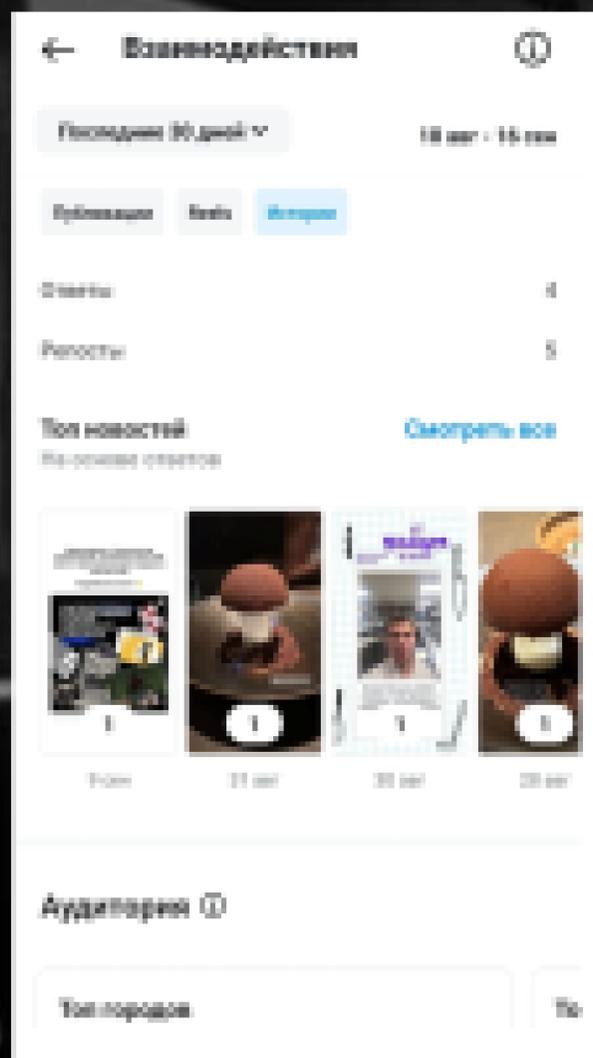
Общий охват профиля - 63 684 человека;
Кол-во человек посетивших профиль впервые - 9187, ранее 11 911;
Переходов на сайт - 488, ранее 1088;
Построений маршрутов - 144, ранее 213;
Сохранения - 346, репосты - 51;
Рост профиля на 1125 человек; отписка 681, ранее на 1450 человек, отписка 575

Л.Е.С. ресторан

Блок работ SMM Актуальная

СТАТИСТИКА
Месяцем ранее

Сейчас



В текущем периоде, ощущалось снижение интереса к тематике "рестораны", данные в интернете показывали снижение интереса в моменте до 37%. В этом году у пользователей изменилось присущее сезону поведение и если ранее мы могли наблюдать спад во второй половине августа, то сейчас мы увидели его в первой половине сентября, при этом он был более резким и сильным чем присущий августу. Тем не менее, нам удалось привлечь большой объем целевого трафика и максимально нивелировать негативное влияние сентябрьского спада интереса к ресторанам. В данный момент, спрос вернулся на обычные показатели для этого периода времени и динамика выравнивается. По нашему опыту, в периоды стагнации крайне важно накапливать потенциал для обладания возможностью усилиться при росте динамики спроса, что мы и делали. В противном случае, к началу роста у нас не останется ресурсов за счет чего можно было бы усилиться и отыгрывать недополученную прибыль.

Л.Е.С. ресторан

Блок работ Digital

Статистика сайта

Посещаемость: 16 679 (ранее 24 603)

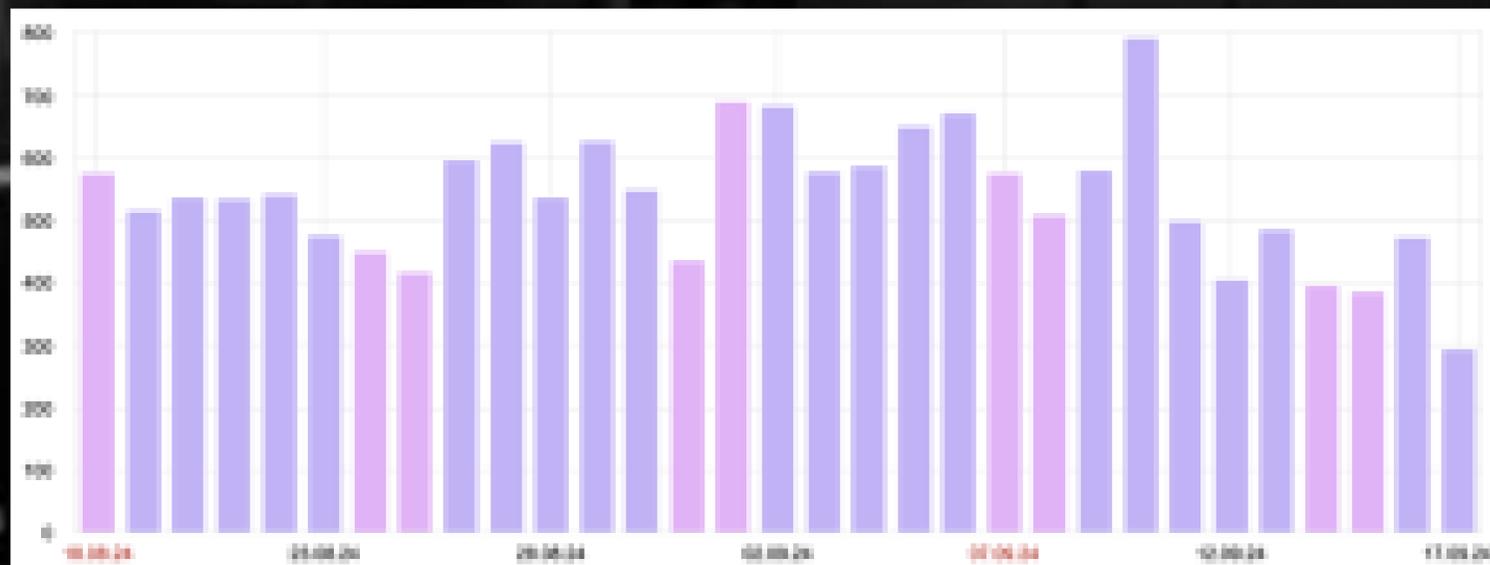
Из рекламы: 9 205 (ранее 12 514)

Из поиска: 4 247 (ранее 5 621)

Звонков: 201 (ранее 314)

Бронирований: 308 (ранее 392)

Динамика данных сайта, в том числе, посещаемость и объем целевых действий наглядно свидетельствует о серьезной стагнации, вызванной наложением сезонных обстоятельств. Мы получили меньше интереса к проекту, как из рекламы, так и из органики, что показывает повсеместный вектор снижения.



На графике наглядно отображены изменения динамики и объема трафика, при активной работе контекстной рекламы и блогеров - средний объем трафика 500 - 600 человек в день / в отдельные дни - свыше 800 посетителей в день.

Л.Е.С. ресторан

Контекстная реклама Яндекс &

Вконтакте
Статистика сайта

Показы: 2 038 940
Клики: 2 055
Расходы: 97 303,09 руб.
Остаток: 9 900 руб.

Расходы из кабинета контекстной рекламы
Яндекс:

Название	Средний объем трафика	Показы	Клики	CTR	Средняя цена клика	Расходы
История	95,46	2 055 721	2 071	0,11%	47,04 P	97 303,09 P
Контакты	40,79	4 123	162	0,04%	198,76 P	26 794,27 P
«Паванная пшавтшени»	100	1 853 487	1 432	0,07%	75,43 P	22 182,91 P
«Паванная пшавтшени»	82,12	40 713	432	1,06%	48,23 P	28 898,61 P
«Паванная пшавтшени»	100	31 943	76	0,24%	373,18 P	28 679,32 P
PCEB лавашот	100	40 556	229	0,56%	26,66 P	6 198,30 P
«Паванная пшавтшени»	72,02	997	14	1,41%	63,30 P	1 187,08 P
История (мобиль)	94,33	14 781	216	1,46%	100,32 P	28 652,77 P
История (дескто)	100	2 044 140	2 055	0,10%	28,54 P	58 650,32 P

Показы: 493 025
Клики: 12 917
Расходы: 47 329,52 руб. Без НДС

Расходы из кабинета контекстной рекламы
Вконтакте:

Название кампании @	Показы	Клики	CTR, % @	Потрачено, P +
август 3	214 641	5 207	2,43	14 708,63 P
август 2	120 852	3 894	3,22	14 354,77 P
август 1	114 350	3 664	3,21	14 190,97 P
Кампания 2024-09-06	38 005	41	0,11	3 599,70 P
Кампания 2024-07-26	7 277	111	1,53	477,85 P
Итого: 5 кампаний	493 025	12 917	2,62	47 329,52 P

Л.Е.С. ресторан

Общий комментарий

Источники обращений в сравнение периода месяцем ранее:

Поиск Яндекс/Google: 235 (ранее 305)

Пришли из соц. сетей: 23 (ранее 50)

Прямая реклама Яндекс: 101 (ранее 124)

Карты Яндекс: 18 (ранее 19)

Возвраты (заходил из рекламы ранее и вернулся позже в иной день) : 132 (ранее 149)

- За период с 18 августа по 18 сентября 2024 года показал устойчивую динамику в сегментах SMM и Digital, несмотря на снижение трафика и активности по ряду показателей.
- Посещаемость сайта составила 16,679 человек, что ниже по сравнению с предыдущим периодом (24,603).
- Основное снижение произошло за счет уменьшения рекламного трафика, который составил 9,205 человек (ранее 12,514). Сократился трафик из поиска — до 4,247 человек (ранее 5,621).
- Контекстная реклама в Яндексе показала 2,038,940 показов и 2,055 кликов при расходах 97,303.09 рублей. Это помогло удерживать стабильный поток трафика, хотя количество звонков снизилось до 201 (ранее 314), абронирований — до 308 (ранее 392).
- В целом, несмотря на краткосрочное снижение ряда показателей, в т.ч. финансовых, проект "Л.Е.С." демонстрирует положительные тенденции в привлечении трафика через контекстную рекламу и инфлюенс-маркетинг. А также мы прогнозируем существенную минимизацию недополученной прибыли засчет активной работы и высокого пользовательского спроса во второй половине сентября.

Кейсы решение кризисной ситуации

Широкомасштабная кампания по смягчению последствий кризиса и улучшение репутации



Henkel, производитель чистящих средств

56

Проблемы

- В 2015 году Роспотребнадзор начал расследование, а затем возбудил административное дело против Henkel по подозрению в нарушении технических регламентов при производстве некоторых стиральных порошков

Результаты

- Восстановление репутации бренда в медиа пространстве
- Подготовлены персональные рекомендации по избежанию подобных кризисов

Решение

1. Для решения проблемы была проведена широкомасштабная кампания по взаимодействию со стейкхолдерами, направленная на смягчение последствий кризиса и улучшение репутации, также была организована PR-поддержка
2. Кампания включала ряд внешних мер, таких как коммуникации с РПН, использование влияния губернатора региона присутствия, тесная работа с ассоциацией, а также внутренние меры – участие в организации внутренних коммуникаций, проведение аудита мнений по итогам кризиса и подготовка рекомендаций по избежанию подобных кризисов в дальнейшем



Мегафон, мобильный оператор

57

Проблемы

- На начало работы с МегаФон, компания меняла свое позиционирование и стратегию, стремясь перейти от модели традиционного оператора связи к модели интегрированного цифрового оператора
- Нужна была помощь в подготовке PR-стратегии и позиционировании в качестве цифрового оператора

Решение

1. Основываясь на новом девизе компании – «Развивая цифровой мир», –помогли разработать новую коммуникационную стратегию, отражающую изменения в позиционировании МегаФон, а также стратегии и планы действий для отдельных сфер (например, SMM, PR-план LegalTech и т. Д.). Одним из наших приоритетов была демонстрация вклада и участия компании МегаФон в программе «Цифровая экономика»

Результаты

- Разработали стратегии позиционирования в PR и сфере цифровой экономики, чтобы помочь компании достичь своих целей в B2B, B2G и B2C, а также выйти на новую ключевую аудиторию – цифровых подписчиков, интересующихся технологиями



Спасибо за внимание

Телефон: +7 (495) 144-78-86

Почта: corp@belka-digital.ru

Сайт: belka-digital.ru

