

KRYZYSY W SOCIAL MEDIA WYBUCHAJĄ W WEEKENDY

GRUDZIEŃ 19, 2015 by ADMIN in category DAGMARA PLATA, MARKETING with  0
and  1

 > WIEDZA > KRYZYSY W SOCIAL MEDIA WYBUCHAJĄ W WEEKENDY

Czy na pewno tylko w weekendy?” – o zarządzaniu wizerunkiem marki w sieci internetowej.

Rozwój sieci internetowej, w tym portali opiniotwórczych i szeroko rozumianych mediów społecznościowych sprawił, że wzmianki i opinie zamieszczane w internecie zdominowały tradycyjne kanały przekazu. Zarządzanie, a przede wszystkim monitoring wizerunku firmy w sieci stał się wyzwaniem, któremu należy sprostać korzystając z nowoczesnych technologii.

Dlaczego mówimy o tym, iż kryzysy w mediach społecznościowych wybuchają w weekendy? Ze względu na fakt, iż najczęściej właśnie wtedy nie mamy możliwości bezpośredniej analizy wpisów i właściwie oddajemy w niekontrolowany sposób głos naszym klientom będąc już po godzinach pracy. Nie ma nic w tym złego, a to wręcz klucz do mediów społecznościowych, iż nasi klienci mogą komentować i angażować się, ale my powinniśmy doskonale wiedzieć co się dzieje w odniesieniu do naszej marki i móc reagować na ich zachowania.

Z pomocą przychodzi nam monitoring wizerunku, który stanowi analizę polegającą na rejestrowaniu publicznych wpisów obejmujących określone słowa kluczowe (w szczególności obejmujące naszą markę), a następnie przetwarzaniu i grupowaniu ich w zależności od charakteru sentymentu na pozytywne, negatywne i neutralne. Pozwala nam to na szybką i efektywną reakcję.

Przykładowe funkcje i zastosowanie systemów monitoringu wizerunku marki:

- **Opinie internautów na temat Twojej firmy** – dzięki możliwości zdefiniowania dowolnych słów kluczowych charakteryzujących Twoją markę masz możliwość śledzenia kluczowych wypowiedzi na zadany temat.
- **Chroń wizerunek firmy w sieci** – śledź opinie pojawiające się w sieci w kontekście Twojej marki i wychwytuj negatywne wzmianki, co przyczyni się do zastosowania Twojej natychmiastowej reakcji na krzywdzące oceny, czy też opinie niezadowolonych konsumentów – rozwiążesz dzięki temu problem już w zarodku nim przerodzi się on w kryzys wizerunkowy marki.
- **Weryfikuj swoją firmę na tle konkurencji** – monitoring sieci pozwala również na weryfikację zachowań Twojej konkurencji oraz pozyskanie informacji o zmianach mających miejsce w Twojej branży. Dzięki wykorzystaniu narzędzi do monitoringu pozyskasz nie tylko informacje o pozycji Twojej konkurencji, ale także o oferowanych przez nią produktach i usługach oraz o jej obrazie w oczach konsumentów. Porównaj innymi słowy swoje działania z działaniami konkurencji i bądź o krok do przodu!
- **Sprawdź efektywność prowadzonych kampanii marketingowych** – monitoring szumu jaki byliśmy w stanie wygenerować w mediach społecznościowych i w sieci internetowej stanowi doskonale narzędzie do mierzenia efektywności prowadzonych przez nas kampanii. Dodatkowo wykorzystanie narzędzi pozwala na poznanie ambasadorów naszej marki czyli osób, które miały największy wpływ na rozprzestrzenianie się informacji o naszej marce hotelowej i prowadzonych działaniach.

Wykorzystanie narzędzi mających na celu monitoring marki pozwala na zapobieganie kryzysom marki i umocnienie jej pozytywnego wizerunku poprzez natychmiastową możliwość reakcji na pojawiające się artykuły i wzmianki dotyczące naszej firmy.

Pamiętajmy jednakże, iż narzędzia stanowią dla nas wsparcie i są ułatwieniem dla całego procesu zarządzania wizerunkiem marki, lecz nie automatyzują go. Aby osiągnąć sukces zapewnij odpowiednie zasoby ludzkie z doświadczeniem i bagażem kompetencji mogące podjąć odpowiednią i skoordynowaną akcję na dany wpis.

Pewnie mocno zastanawiacie się o czym będzie następny wpis? Tym razem będzie to zbiór informacji o marketingu on-line – krótka recepta od czego zacząć swoje pierwsze kroki!

Dagmara Plata Alf

[< NEWER ARTICLE](#)

[OLDER ARTICLE >](#)

DANE KONTAKTOWE