

# Интерактивные формы коммуникации с клиентом на этапе продаж

Анна Швидунова,  
директор по связям с  
общественностью

 Сити XXI век

**ПРОБЛЕМНЫЕ ОБЛАСТИ**

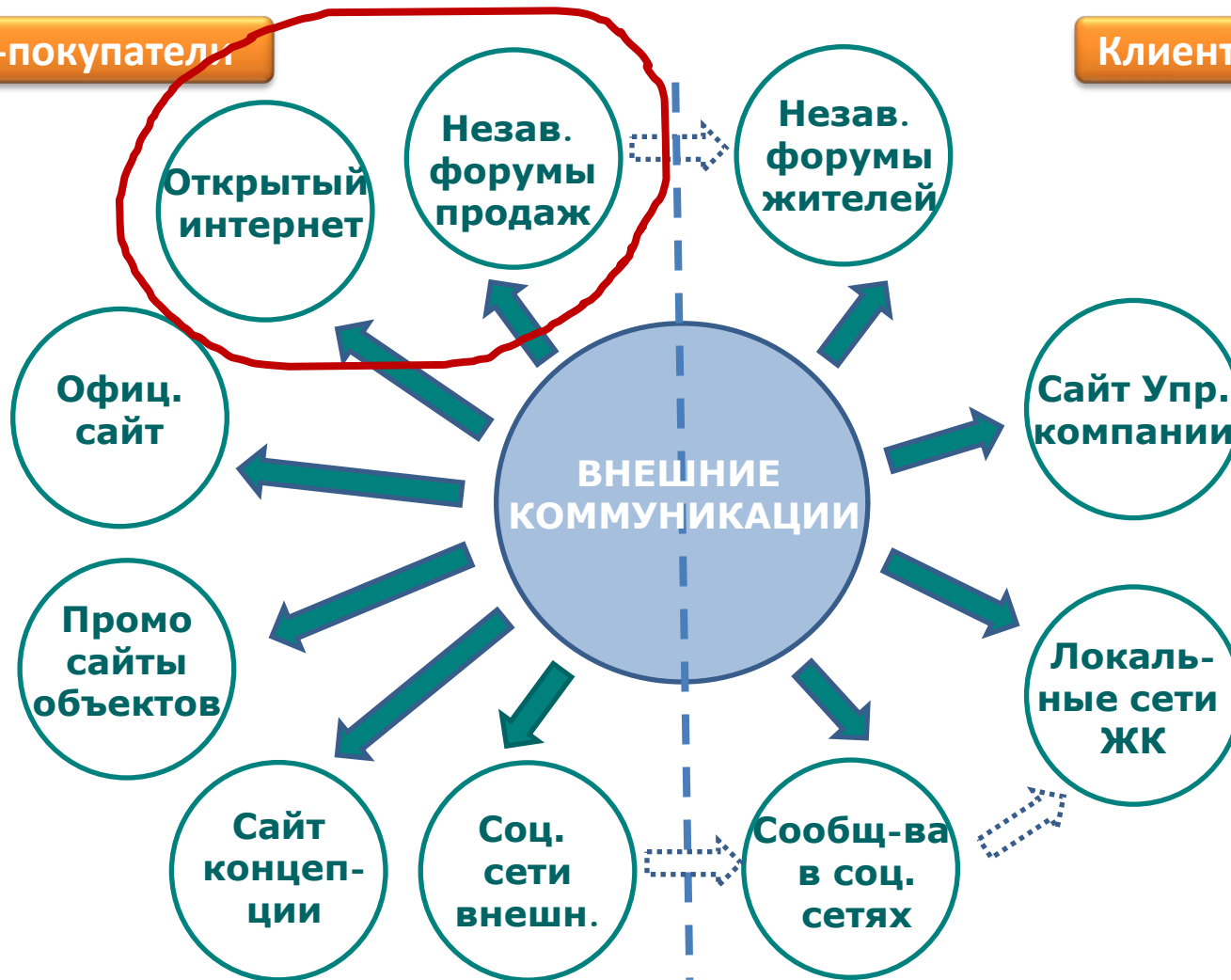


**ПУТИ РЕШЕНИЯ**

# Интернет-коммуникации девелоперской компании

Клиенты-покупатели

Клиенты-жители



**БЕСКОНТРОЛЬНОСТЬ КОНТЕНТА**

**многообразие**

**неудаляемость**

**«размытие»  
позиции**

следствие

**РИСК НЕУПРАВЛЯЕМОГО НЕГАТИВА  
(ОБЪЕКТИВ./НЕОБЪЕКТИВ.)**

**РЕПУТАЦИОННЫЕ ПОТЕРИ**

## КОНТРОЛЬ НАД КОНТЕНТОМ – КАКИМ ОБРАЗОМ?

- Идеальный вариант –

собственная площадка



официальная

неофициальная

**НО!** в 80% случаев это невозможно

- Агентство


**НО!** Высок риск ↓ репутации

- Официальное присутствие.


Максимально открытая и честная позиция

?

1. Определить «правила игры». Четко их соблюдать и приучать к ним участников форума (внутренний регламент)

2. **Позиция**  Пассивная / реагирования  
Проактивная / генерирования

3. Постоянный мониторинг площадок (аналитика, отчетность)

4. **Надежная offline поддержка**  Перевод клиента в offline  
Оперативное реагирование на запросы ответственных подразделений

5. Троллинг-атаки (не вступать в дискуссию!)

- **3 площадки** на официальных сайтах компании + **7 площадок** в открытом интернете.
- **Мониторинг** открытого интернета (отзывы, тематические форумы, социальные сети) – агентство, еженедельная отчетность, ежедневная – по негативу.
- Реагирование – **официально** от лица компании
- Внутренний **регламент**, определяющий принципы, правила и показатели эффективности работы на открытых интернет-площадках.

Выдержки из регламента  
работы на форумах

## ЦЕЛИ:

- ✓ обеспечение своевременности и достоверности предоставления информации, исходящей от официальных участников – компании-застройщика и партнерских организаций
- ✓ обеспечение своевременной и правильной реакции на обращения жителей в целях недопущения разрастания негативных тем и некорректных высказываний («заккрытие» тем)


## СТРАТЕГИЯ:

снижать общение на внешних форумах и постепенно переводить основное общение на собственные форумы, одновременно – благодаря открытой диалоговой позиции - повышая уровень доверия к бренду компании и продукта и снижая количество негативных высказываний



Выдержки из регламента  
работы на форумах

## ПРИНЦИПЫ:

- ✓ Ни одна тема не должна оставаться «брошенной»
- ✓ Максимальное вовлечение Компании в обсуждения по существу
- ✓ Запрет удаления любых тем и реплик. Темы и реплики могут быть только перенесены или разделены в рамках форума для соблюдения логики сообщений и структуры форума (с соответствующим информированием об этом участников)
- ✓ Максимально быстрое – в течение 1-3 дней – реагирование 
  - первичное
  - вторичное
- ✓ Официальное присутствие Компании на форумах допускается только в рабочее время – с 10.00 до 20.00.
- ✓ Компания может общаться и выражать свою официальную позицию на форуме только в случае прямого обращения к ней с вопросом, находящимся в раках ее компетенции.

## Оценка эффективности (KPI)

ПОКАЗАТЕЛЬ	ЗНАЧЕНИЕ
Процент закрытых тем, %	100
Отношение инициированных тем к поддерживаемым	2/1
Качество закрытия негатива (экспертная оценка): удовлетворительно-хорошо-отлично	70-100% (по суммарному показателю «хорошо» и «отлично»)
Срок первичного реагирования	≤ 1 раб. день
Срок предоставления полного ответа	до 3 раб. дней

Спасибо  
за внимание

