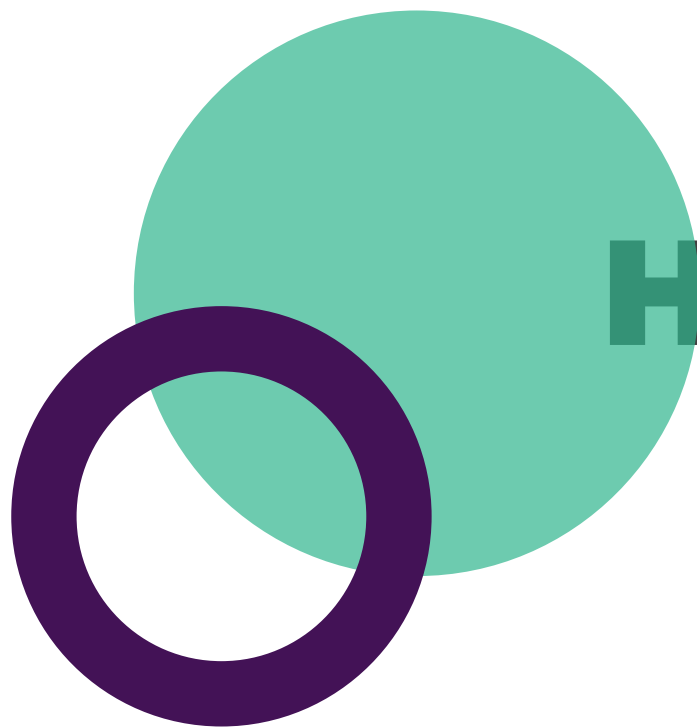


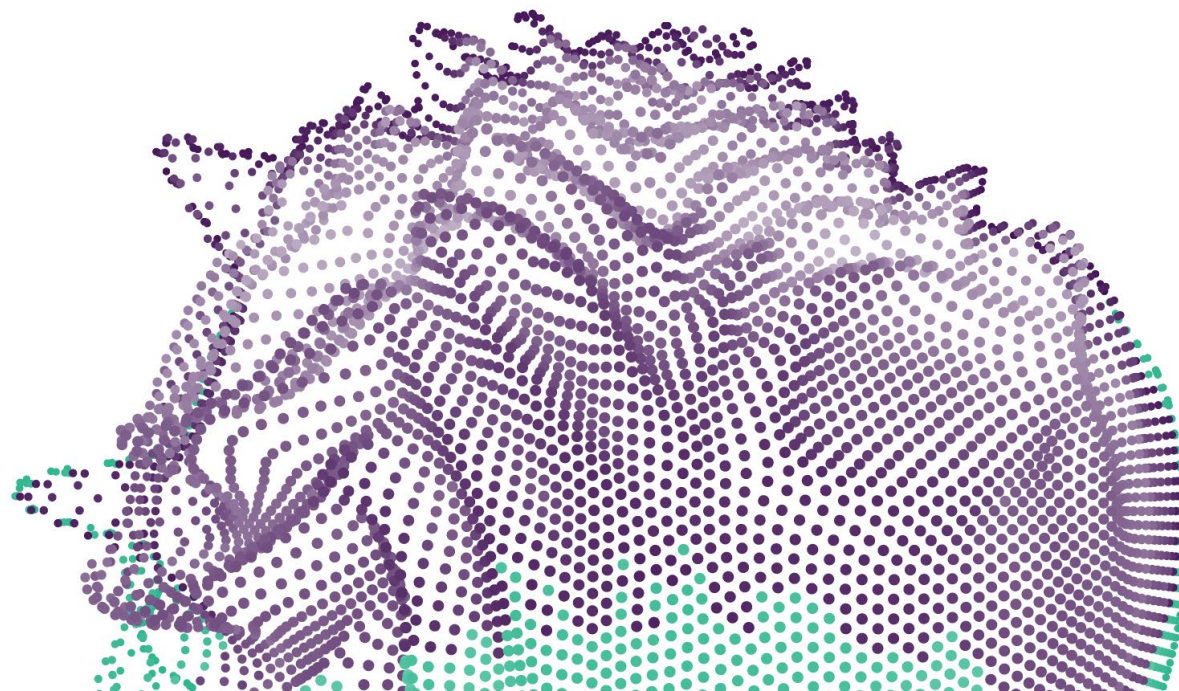


НОВЫЙ ПОДХОД

К УПРАВЛЕНИЮ РЕПУТАЦИЕЙ БРЕНДА



SEMANTEX



ЛЮДИ НЕ ИЩУТ ПРОДУКТ,
ОНИ ИЩУТ РЕШЕНИЕ
СВОЕЙ ПРОБЛЕМЫ.



И ХОТЯТ СДЕЛАТЬ
ВЫБОР САМИ

ПОЭТОМУ:



прямой рекламы
недостаточно



вас всегда будут сравнивать с
конкурентами.



ХОТИТЕ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ВАШЕГО ПРОДУКТА?

Тогда вам нужно повысить вероятности
его выбора в момент поиска
пользователем решения своей
проблемы



ВСЮ АУДИТОРИЮ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ МОЖНО РАЗДЕЛИТЬ НА 2 ГРУППЫ:



► Активная

перетекание аудитории

► Пассивная/спящая

Активная аудитория находится в активном поиске объекта (просмотр в интернете различных вариантов, звонки в отдел продаж и т.д.)

Пассивная аудитория – пользователи, которые задумались о приобретении объекта, но не находятся в стадии активного поиска

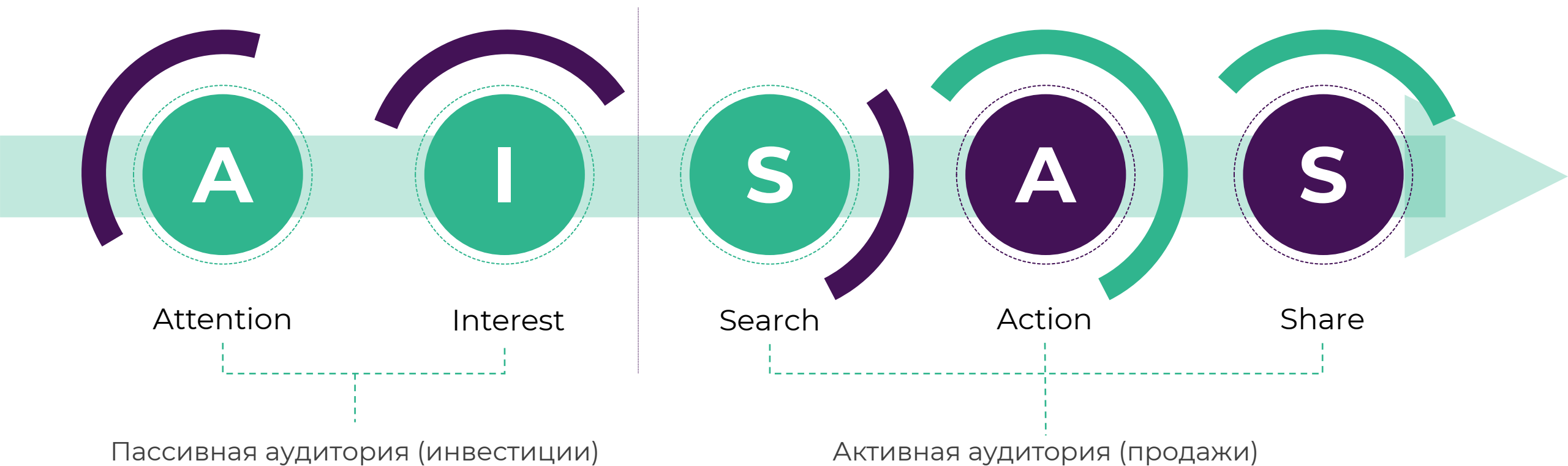
Множество пользователей,
которым подходит ваш объект

Активные пользователи — самая горячая и благодарная аудитория для продвижения. Но активных пользователей, которым подходит объект, недостаточно для выполнения планов продаж.

**ПОЭТОМУ ЭФФЕКТИВНАЯ
СТРАТЕГИЯ ДОЛЖНА ВКЛЮЧАТЬ
КАНАЛЫ И ИНСТРУМЕНТЫ,
РАБОТАЮЩИЕ КАК С АКТИВНОЙ,
ТАК И С ПАССИВНОЙ АУДИТОРИЕЙ.**



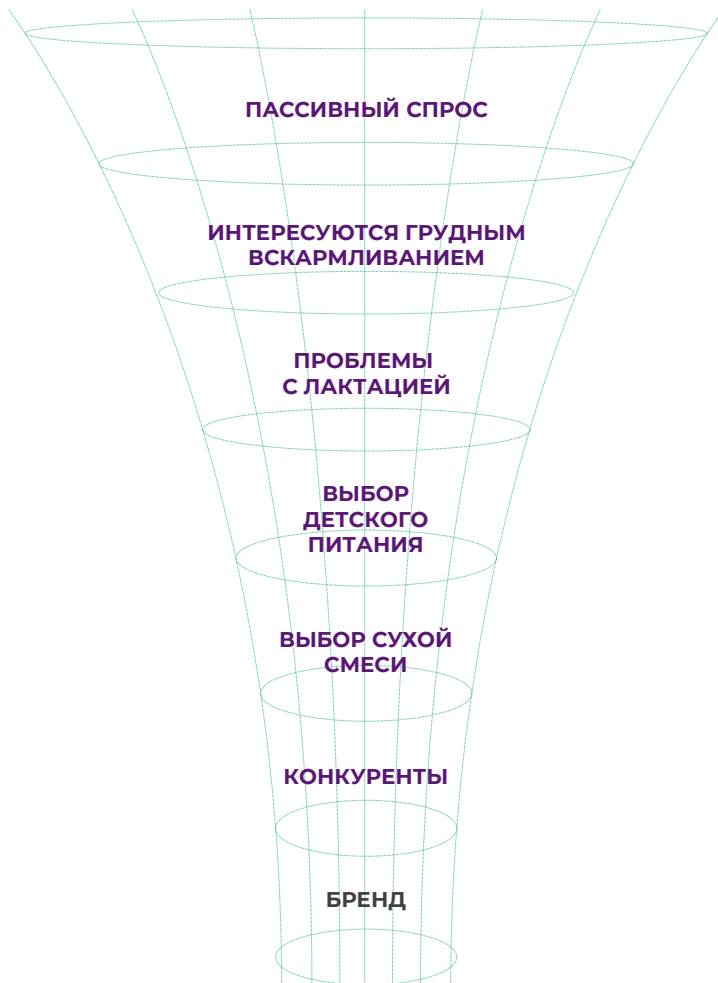
ТЕКУЩАЯ МОДЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ



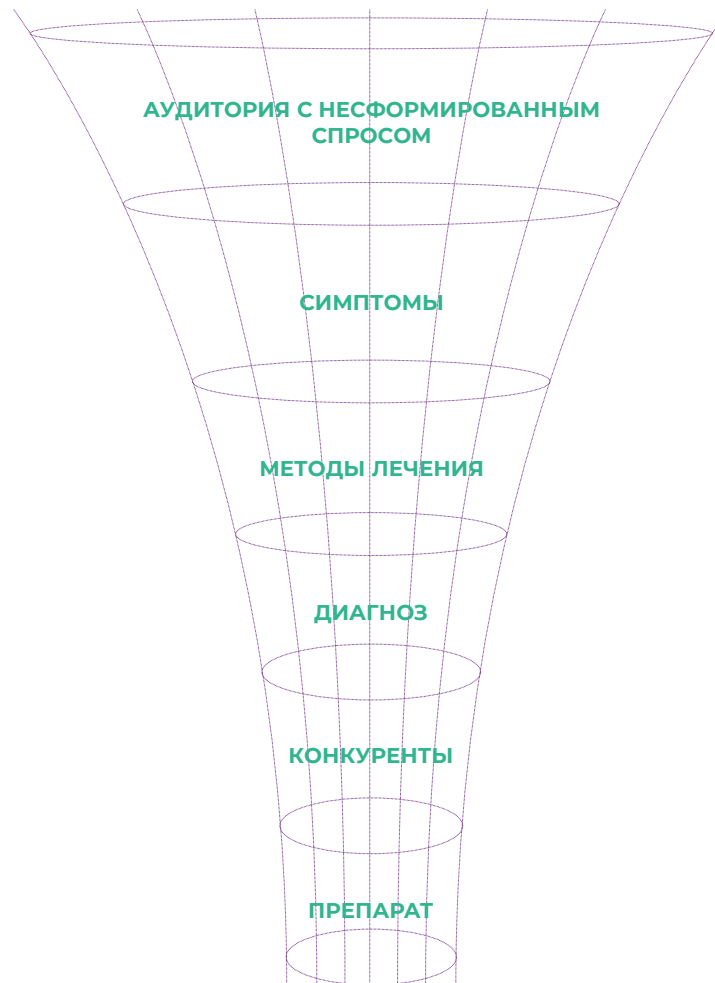
ВОРОНКА СПРОСА = ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ПУТЬ

и в каждом сегменте он индивидуален

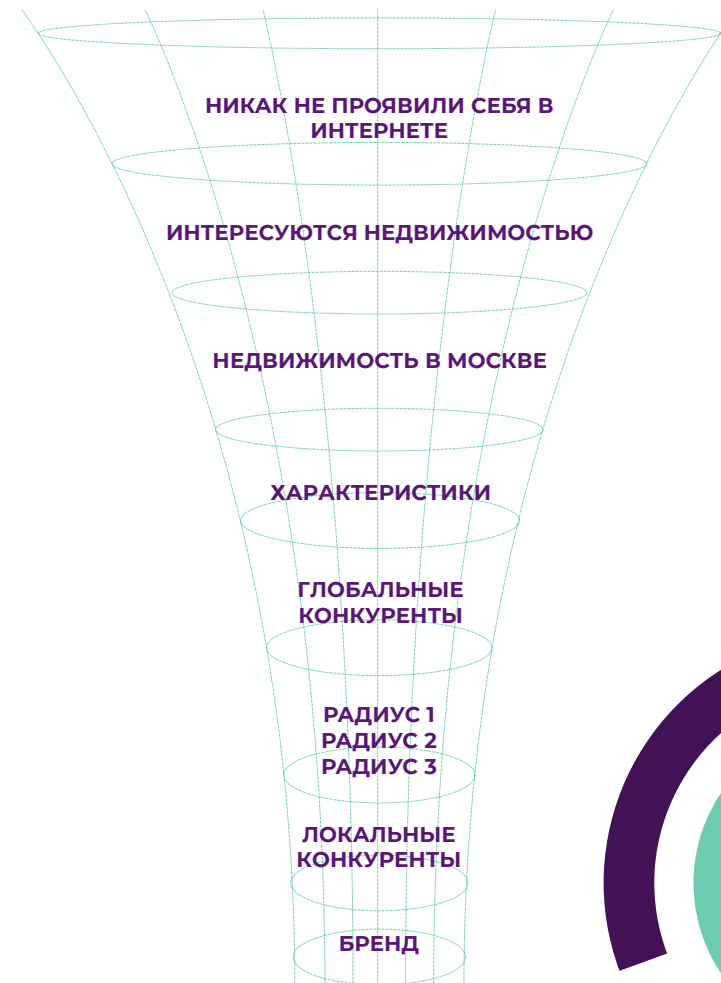
Детское питание



Заболевание



Недвижимость



ПРИ ПОИСКЕ РЕШЕНИЯ ПОТРЕБНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ПУТЕШЕСТВУЕТ ПО СТРАНИЦАМ, ИСПОЛЬЗУЯ В СВОЕЙ НАВИГАЦИИ РАЗЛИЧНЫЕ УКАЗАТЕЛИ.

Помимо прямых линков (ссылок) в качестве таких указателей выступают:



Рекламные
статьи



Аналитические статьи,
сравнивающие разные
продукты



Мнения
пользователей



Комментарии



Обсуждения на
форумах / в
соцсетях и т.д.



ЗАДАЧА БРЕНДА: ВЫСТРАИВАТЬ ПРАВИЛЬНУЮ КОММУНИКАЦИЮ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ ПОИСКА, РАССТАВЛЯЯ СВОИ УКАЗАТЕЛИ, ЧТОБЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ПРИНЯЛ РЕШЕНИЕ В ПОЛЬЗУ БРЕНДА

Поэтому нам необходимо:

01

Пройти этот путь вместе с клиентом

02

Понять, что он видит

03

Начать с ним коммуникацию так, как он хочет

04

Дать ответы на все его вопросы и по пути отработать возражения

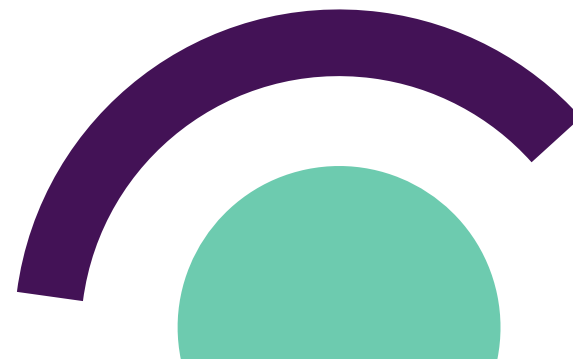
05

Донести УТП и сформировать ценность бренда





КАК, ИСПОЛЬЗУЯ НАШУ
МЕТОДОЛОГИЮ, ПРОЙТИ ВМЕСТЕ С
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ ЕГО ПОИСКОВЫЙ
ПУТЬ И СОЗДАТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ
КОММУНИКАЦИОННУЮ СТРАТЕГИЮ,
БЬЮЩУЮ РОВНО В ЦЕЛЬ?



SEMANTEX — ПЕРВЫЙ СЕРВИС, КОТОРЫЙ СМОТРИТ НА БРЕНДЫ ГЛАЗАМИ ВОВЛЕЧЕННОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

ВЫ ПОЛУЧИТЕ ОТВЕТЫ НА ВАЖНЕЙШИЕ ВОПРОСЫ

01

Сколько пользователей в месяц ищут информацию о вашем бренде и проблематике в поисковых системах?
На какие ресурсы заходят пользователи при поиске информации?

02

Какой % пользователей видит информацию о вашем бренде в поисковой выдаче Яндекса и Google?
Какой охват вашей ЦА?

03

Какой формат и тональность контента видит ваша ц.а.?
Какая доля негативного охвата присутствует в поисковой выдаче Яндекса и Google?

04

Что пользователь видит по конкурентам? Как выглядит ваш бренд в глазах пользователя, по сравнению с вашими конкурентами?

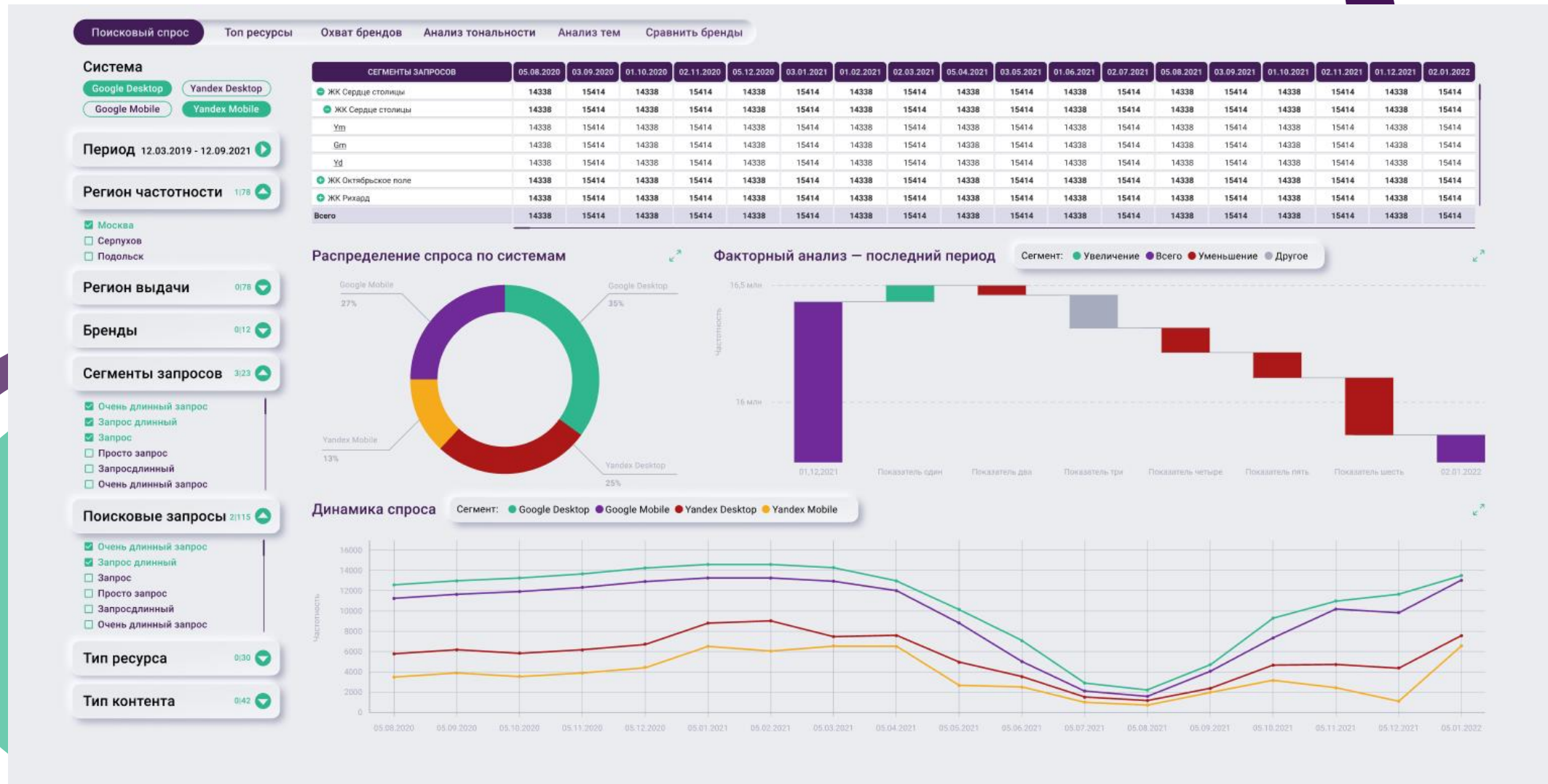
05

Какое мнение о вашем бренде у пользователя сложится после изучения контента ресурсов поисковой выдачи?

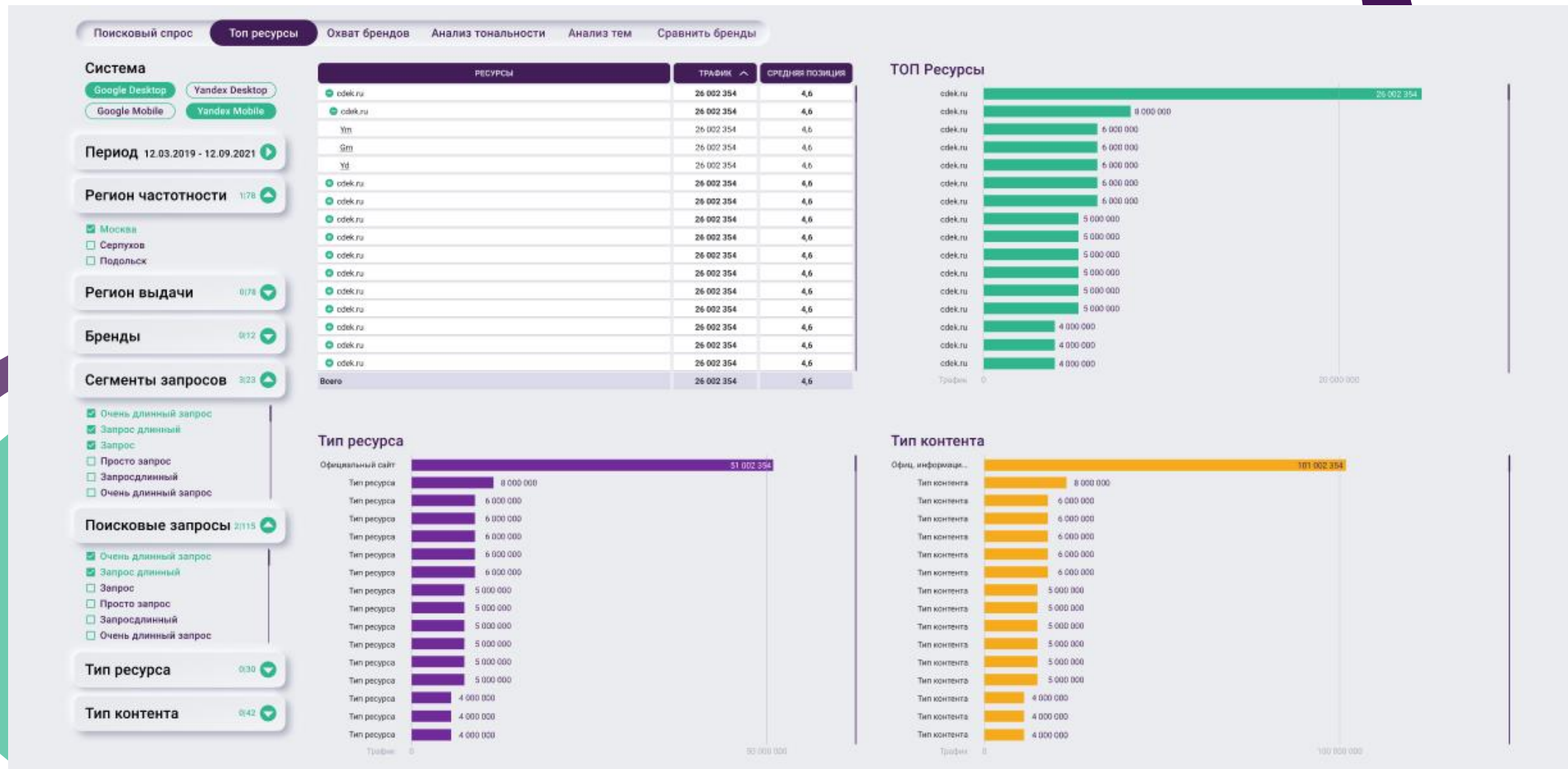
06

Как вы думаете, на сколько совпадают ваше позиционирование бренда с тем как его воспринимают пользователи?

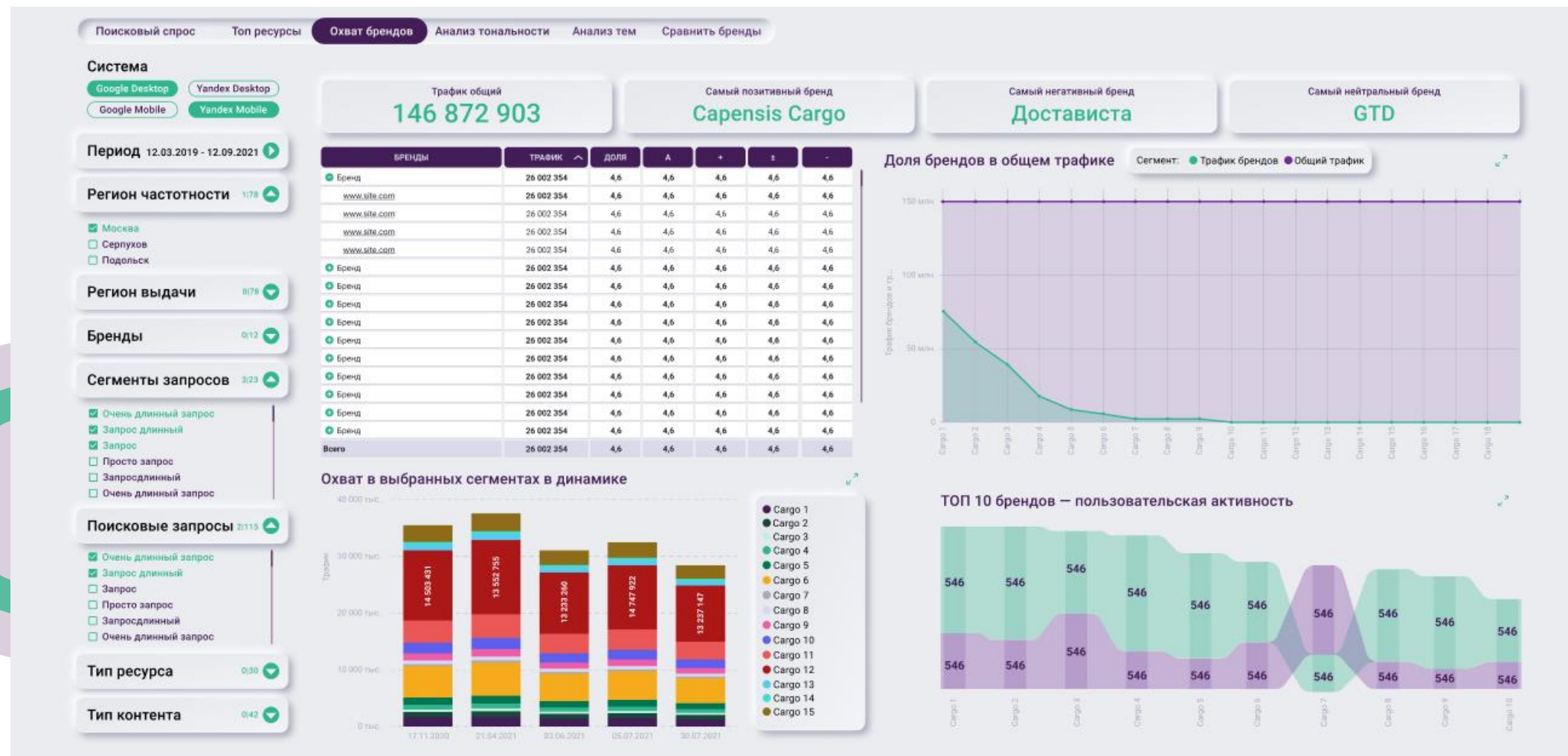
ОЦЕНИВАЕМ ЕМКОСТЬ АУДИТОРИИ БРЕНДА В СРАВНЕНИИ С КОНКУРЕНТАМИ



ПОНИМАЕМ КАКИЕ ПЛОЩАДКИ НАХОДЯТСЯ В ТОП ВЫДАЧИ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ. ПОНИМАЕМ ДОЛЮ ТРАФИКА, ПРИХОДЯЩЕГО НА ЭТИ РЕСУРСЫ



ПОНИМАЕМ КАКАЯ ДОЛЯ ТРАФИКА ПРИХОДИТСЯ НА КАЖДЫЙ БРЕНД, ПО КОТОРОМУ ЕСТЬ УПОМИНАНИЯ. ПОНИМАЕМ ФОРМАТ И ТОНАЛЬНОСТЬ КОНТЕНТА

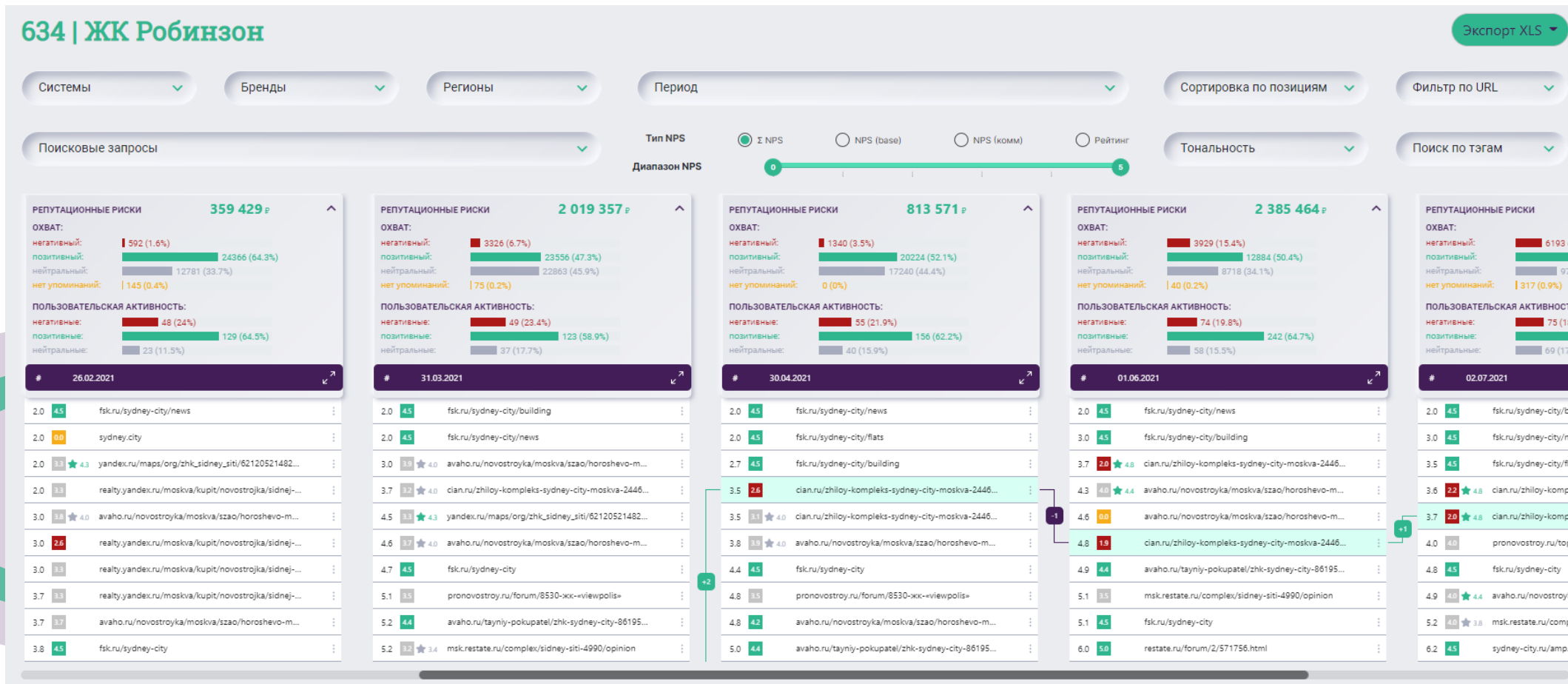


ОЦЕНИВАЕМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКУЮ АКТИВНОСТЬ И ЕЕ ТОНАЛЬНОСТЬ В РАЗРЕЗЕ КАЖДОЙ ПЛОЩАДКИ. ОЦЕНИВАЕМ РЕПУТАЦИОННЫЕ РИСКИ В ДЕНЬГАХ

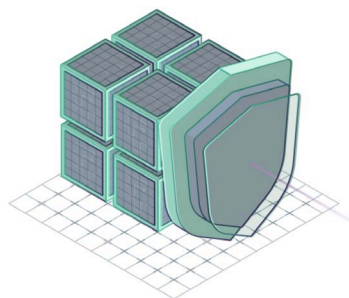




ВИДИМ ПОИСКОВУЮ ВЫДАЧУ ГЛАЗАМИ ВОВЛЕЧЕННОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

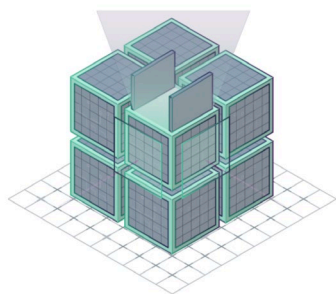


ПРАКТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ



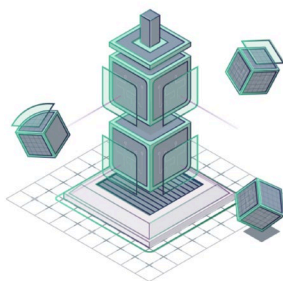
«ЗАЩИТА БРЕНДА»

Предоставление аналитических данных для оборонительной стратегии по защите бренда от негативных упоминаний, а также для формирования положительного образа бренда в поисковых системах.



«ПОИСКОВАЯ ЭКСПАНСИЯ»

Предоставление полной информации для реализации комплексной «атакующей» стратегии, состоящей из защиты бренда, активного наполнения информационного поля и привлечения покупателей, находящихся на этапе поиска решения своих проблем



«АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ»

Контроль и мониторинг эффективности выполнения SERM проектов, оценка влияния видимости бренда и тональности упоминаний на продажи и финансовые потери.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Ольга Калашникова

+7 (926) 009-61-24

Okalashnikova@semantex.ru

<https://www.facebook.com/helgalla>

+7 (495) 132-07-17

sale@semantex.ru

[FACEBOOK.COM/SEMANTEX](https://www.facebook.com/SEMANTEX)



SEMANTEX

SEMANTEX.RU

MY.SEMANTEX.RU