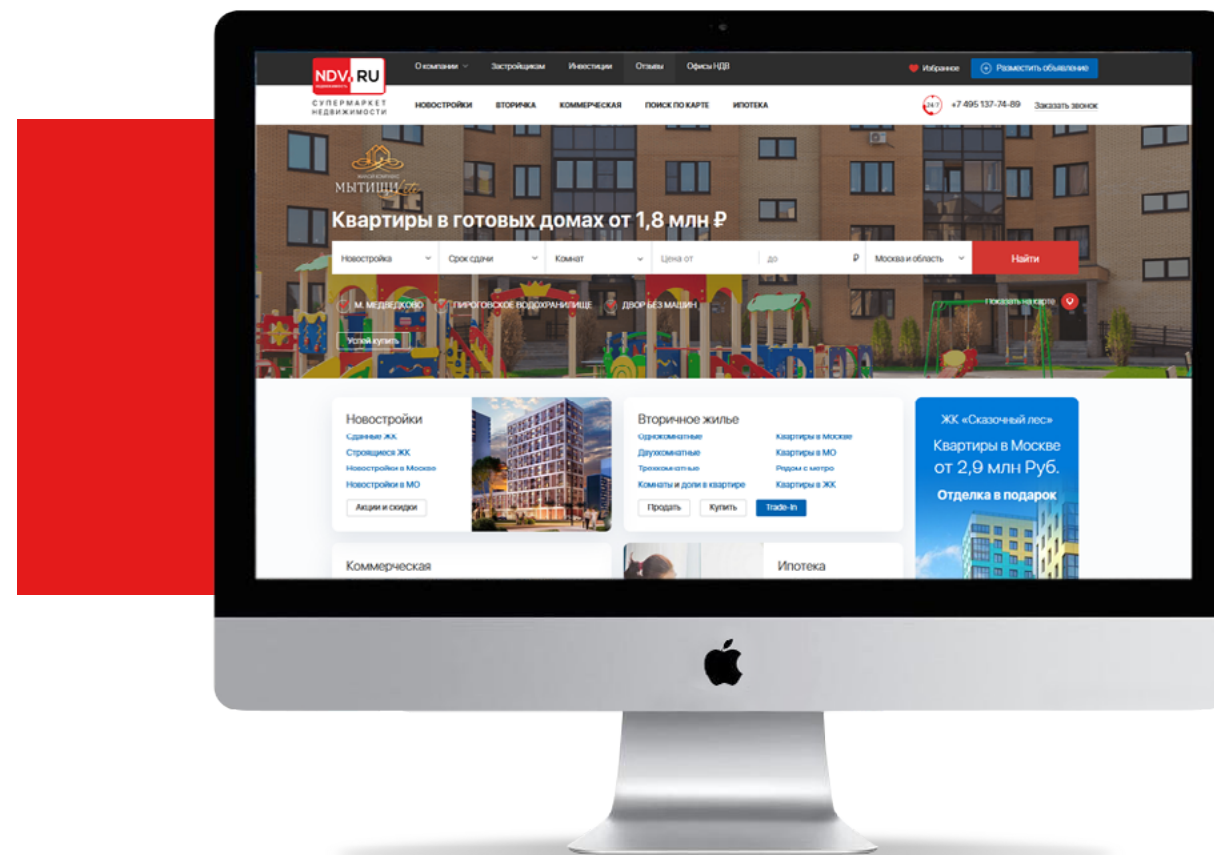


РЕПУТАЦИЯ - ЗАЛОГ ДОЛГОЛЕТИЯ БИЗНЕСА

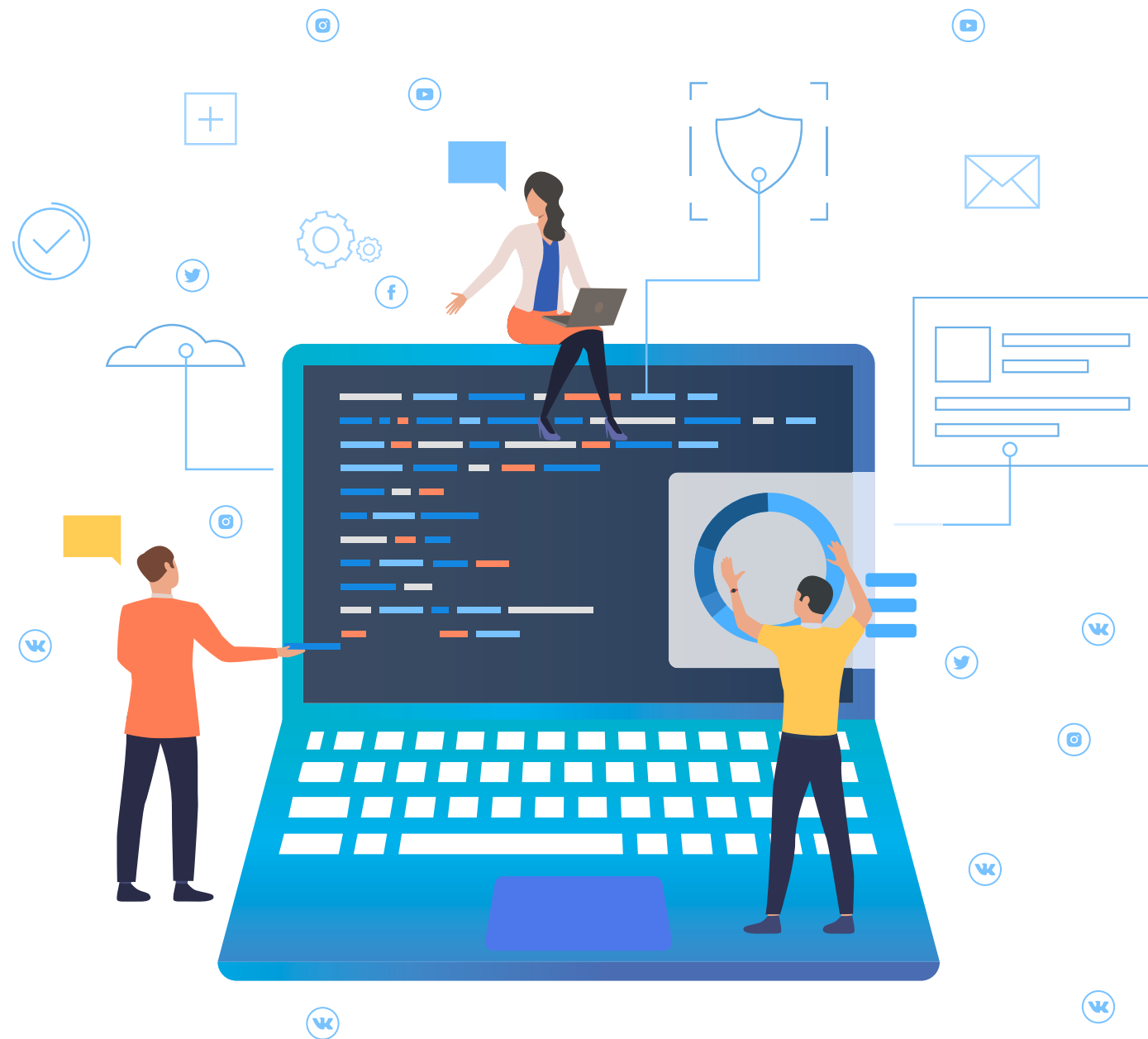
На ошибках учатся: инструменты
эффективной аналитики



А ЗАЧЕМ НАМ АНАЛИТИКА?

Анализ бренда важен потому, что есть названия, а есть бренды. Названий существуют миллиарды, брендов на порядок меньше. Названия приносят копейки, бренды приносят миллиарды. За товар с названием платят без желания. За товар с брендом потребители готовы переплачивать.

Поэтому так важна аналитика репутации бренда. А именно его внутренней составляющей, ведь название это лишь вершина айсберга.



НАША ИСТОРИЯ



NDV. RU

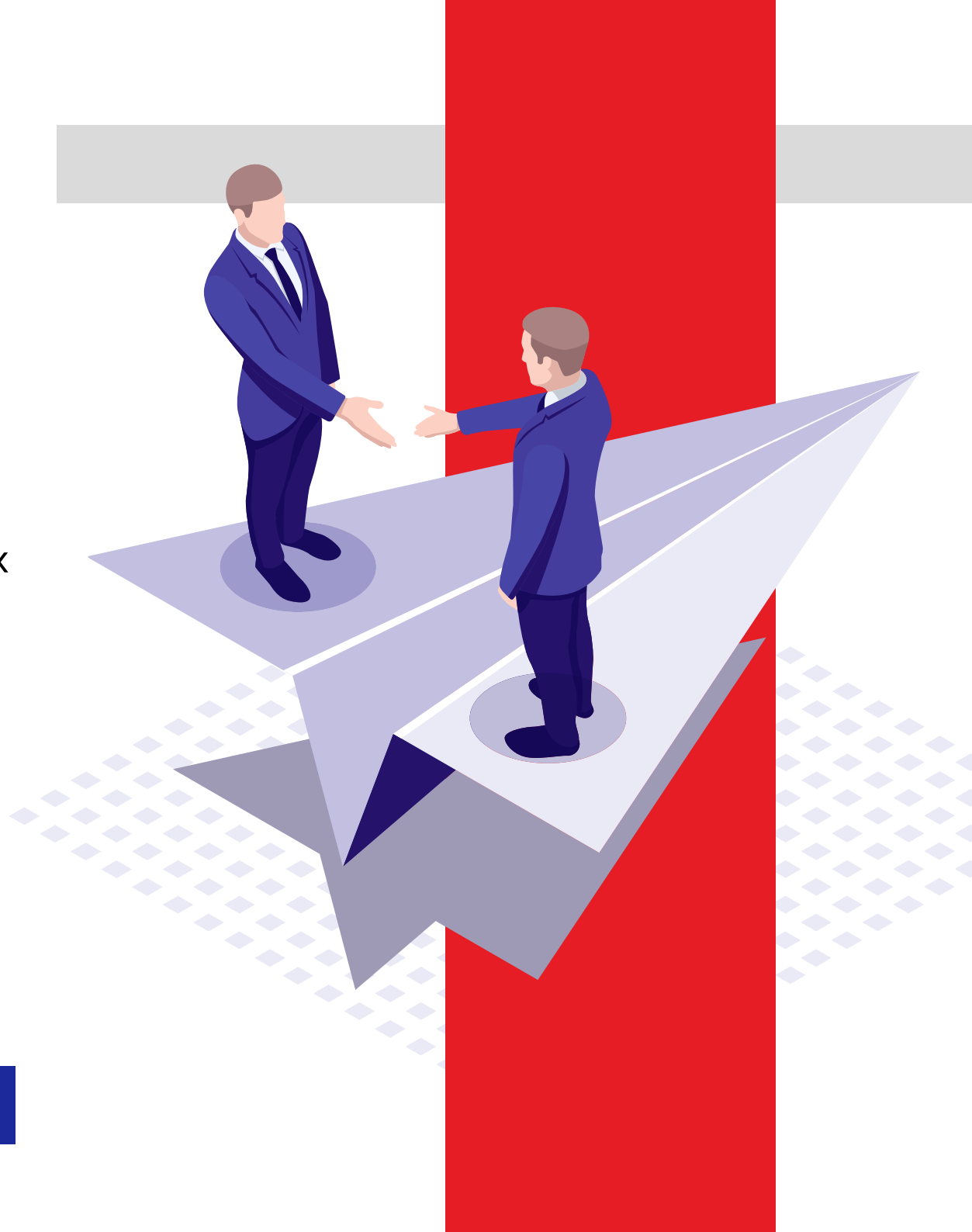


ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ

На рынке недвижимости много брендов, но за 20 лет НДС самый неоднозначный, благодаря проблемным объектам, отличным конкурентам, амбициозным целям и харизматичному владельцу компании.

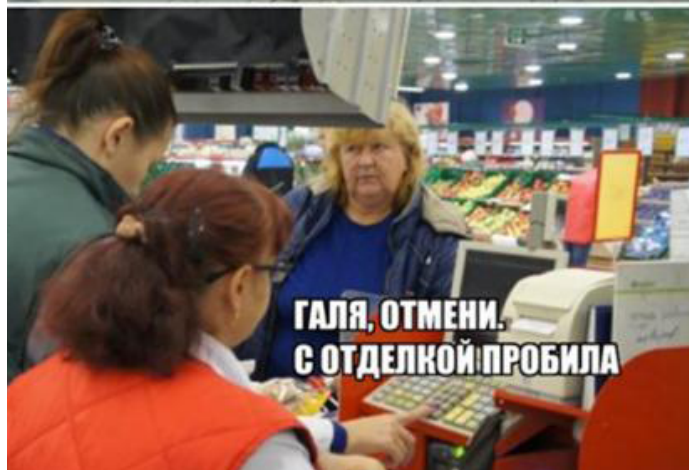
Про бренд НДС в интернете найдется более 1000 классных мемов.

А у наших юристов судов за некорректное использование бренда больше, чем их остальных дел. Но трудности нас только закаляют!



НАРОДНОЕ ТВОРЧЕСТВО





АНАЛИЗИРУЙ СВОЙ БРЕНД!

Чтобы вовремя среагировать на различные негативные инфоповоды и постараться минимизировать риски для бренда, мы внедрили аналитику упоминаний бренда в нашу ERP Phantom.

Анализируя в режиме online все сообщения, мы добились большей оперативности в ответах на вопросы пользователей и решениях их проблем, что помогает нам увеличить лояльность и выстроить более теплые отношения с клиентами.

**‘МОНИТОРИНГ
ВСЕХ УПОМИНАНИЙ
БРЕНДА 24/7**

**‘АНАЛИЗ В РЕЖИМЕ
ONLINE ВСЕХ
СООБЩЕНИЙ**



ERP PHANTOM

УМЕНЬШАЕМ РЕПУТАЦИОННЫЕ РИСКИ И УЛУЧШАЕМ КАЧЕСТВО ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ:

получаем информацию о тональности всех сообщений и своевременно «тушим пожары» во всех источниках. Общаемся с пользователями во всех соцсетях в режиме одного «окна».

ПОВЫШАЕМ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ:

анализ мнений в соцмедиа дает возможность оперативно получать данные об успешности проведения маркетинговых акций и скорректировать их в случае необходимости.



КАК ЭТО РАБОТАЕТ. КЕЙС 1

ПЛОЩАДКА NOVOSTROEV.RU И ИХ ВИДЕОБЗОРЫ

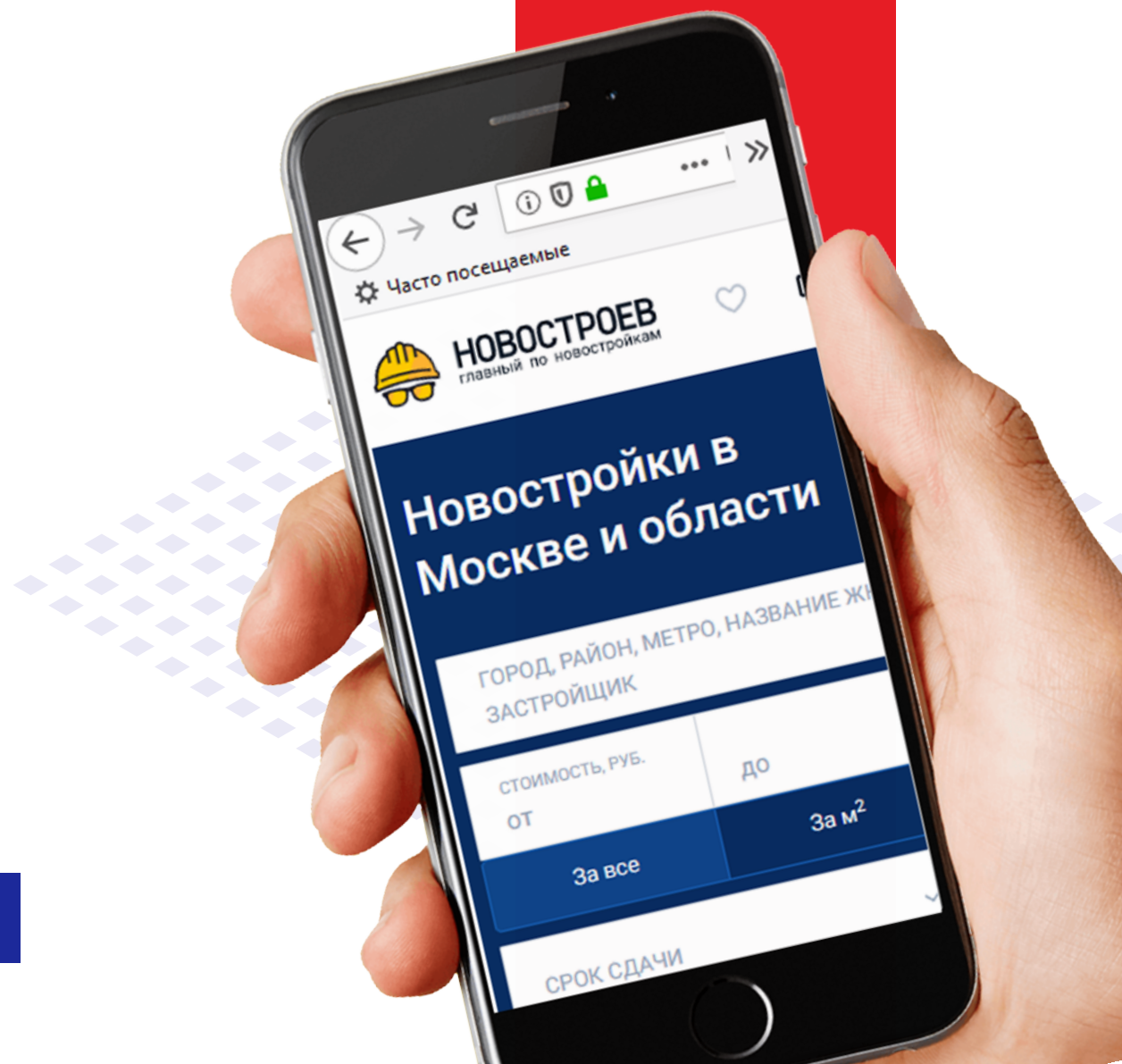
Мы не размещаем рекламу на площадке, поэтому отслеживать информацию в ручном режиме на предмет упоминания бренда не является необходимостью.

РАНЬШЕ

В ручном режиме осматривали все площадки.

СЕЙЧАС

Благодаря нашей аналитической системе мы узнали, что у них особая «любовь» к нашему бренду и для выстраивания конструктивного диалога пригласили коллег на честное интервью, которое, надеемся, скоро выйдет и объективно осветит все аспекты нашей работы.



КАК ЭТО РАБОТАЕТ. КЕЙС 2

ГРУППЫ ДОЛЬЩИКОВ ПО ОБЪЕКТАМ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

По каждому объекту активные жители создают огромное количество различных площадок для обсуждения всех этапов строительства, и любое «неправильное» движение застройщика или PR-службы рассматривается под микроскопом и раздувается до размеров Вселенной.

РАНЬШЕ

Мы старались каждого вызвать в офис, напоить чаем и лично рассказать о том, что происходит. После чего на определенный момент все успокаивались.

СЕЙЧАС

Мы online отслеживаем тональность сообщений и мгновенно реагируем и минимизируем рост негатива.



КАК ЭТО РАБОТАЕТ. КЕЙС 3

ЗАПУСКАЕМ НОВЫЙ ОБЪЕКТ

Застройщик всегда хочет продать свой объект дороже и не всегда он объективен в своих ожиданиях, так как его бренд не известен покупателям = риск недостроя.

РАНЬШЕ

Совершали много ошибок на старте продаж и внедряли много акций.

СЕЙЧАС

В социальных сетях и на форумах похожих объектов мы запускаем анонс со стартом продаж и двумя ценам: реальная и желаемая. На основе аналитики высказываний пользователей про бренд, объект и стоимость — мы делаем отчет для застройщика и даем ему реальные показатели имиджа объекта.



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

