

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ SERM-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ РЕПУТАЦИИ

Минаев Александр Константинович

магистрант Высшей Школы Печати и Медиаиндустрии, РФ, Москва

Features of the use of SERM-technology to improve the level of reputation

Alexander Minaev

Master student, High School of Printing and Media Industry, Russia, Moscow

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам управления репутацией в поисковых системах. В статье рассмотрены особенности управления репутацией в поисковых системах, раскрыто определение тональности комментариев, а также факторы, влияющие на контроль репутации в поисковых системах.

Abstract. This article is devoted to issues of reputation management in search engines. The article describes the features of reputation management in search engines, reveals the definition of the tonality of comments, as well as factors affecting the control of reputation in search engines.

Ключевые слова: SERM; поисковая выдача; репутация; отзывы; тональность; интернет.

Keywords: SERM; search results; reputation; reviews; tonality; Internet.

SERM — это аббревиатура, которая расшифровывается как Search Engine Reputation Management, что в перевод с английского означает - управление репутацией в поисковых системах [1]. SERM - это целый ряд действий, направленных на увеличение количества положительных отзывов в топ-10 поисковой выдачи в результатах поиска, а также на работу с отрицательными отзывами и публикациями.

В России SERM по-прежнему не так популярен, как на западе, но за последние 3 года владельцы бизнеса стали чаще думать об этом, и специалисты по SEO внедрили его как дополнительную услугу. Некоторые люди путают SERM с ORM или массовым маркетингом,

однако это совершенно разные технологии с разными целями [2].

Поскольку одним из основных источников информации о компаниях в интернете являются поисковые системы, то репутация во многом определяется качеством отзывов на первой странице поисковых результатов. Преобладание негативных рассказов о бренде в ТОП-10 поисковой выдачи по запросу «отзывы о компании» очевидно, ухудшает репутацию. Для улучшения репутации компании в поисковой системе используется методика «оптимизации» – создаются положительные отзывы и методами SEO продвигаются в ТОП-10 поисковой выдачи. Происходит вытеснение негатива с первой страницы поисковой выдачи. По статистике, более 90% пользователей изучают только первую страницу выдачи. Таким образом – достаточно убрать негатив из ТОП-10 поисковой выдачи и задача повышения уровня репутации в онлайн решена.

Хотя SERM в первую очередь относится к поисковым системам, для улучшения эффекта целесообразно расширить комплекс мероприятий. Публиковать экспертные отчеты о компании на отраслевых порталах. Создавать фан-группы в социальных сетях. Формировать положительное впечатление о компании и ее продукции на специализированных форумах [3].

В каких случаях нужно привлекать специалистов:

- Большое количество негативных отзывов о вашей компании (чем больше негативных отзывов о компании, тем хуже становятся продажи;
- Небольшое количество или нет отзывов о вашей компании (если о компании очень мало отзывов, это может отпугнуть потенциальных клиентов).

Специалисты по SERM выполняют следующие функции:

- Добавляют положительных отзывы о компании;
- Борются с негативными отзывами и публикациями.

Специалисты по управлению репутацией отслеживают все негативы о компании и пытаются различными способами от нее избавиться. Чаще всего сайт с отрицательным отзывом легче вытолкнуть из топ-10 результатов поисковой выдачи, но не всегда. Иногда вам необходимо договориться с администрацией сайта об удалении отзыва, если есть доказательства того, что обзор является поддельным.

Как самостоятельно провести аудит репутации

Любой владелец бизнеса может посмотреть на статус своей репутации на данный момент, а затем решить, стоит ли нанимать специалиста для улучшения своей репутации. Самый простой способ - посмотреть, где остались отзывы о компании, и какие из них являются более положительными или отрицательными. В поисковых системах Яндекс и Google необходимо ввести следующие данные: «название компании + отзывы», «название компании + отзывы клиентов», «название компании + стоит ли», также необходимо проверить отзывы о веб-сайте компании: «адрес сайта + отзывы». Также можно проанализировать запросы в сервисе WordStat от Yandex и найти с помощью них негативные запросы о компании. Если по этим запросам будут подставные отзывы или статьи, то стоит обратиться к владельцу сайта с просьбой их удалить. Если удалять их никто не собирается и у вас есть доказательства, что это клевета, то вы можете обращаться в суд, которые в большинстве случаев встает на сторону организации (однако это более затратный и долгий процесс). Затраты на юристов начинаются от 30 тысяч рублей за подобное дело и удалять отзывы таким способом могут позволить себе только крупные компании. Иногда негативное содержание опубликовано на популярном ресурсе, который практически невозможно вытеснить из топ-10 поисковой выдачи. Тогда необходимо деликатно связаться с администрацией площадки, на которой размещен негативный отзыв, с просьбой исключить страницы из индекса поисковой системы или вообще удалить такие страницы с сайта [4].

Где писать новые отзывы

По каждой сфере деятельности компании отзывы нужно размещать в местах обитания

целевой аудитории. Список сайтов, на которых обязательно нужно разместить любую компанию:

- Otvovik.ru
- Irecommend.ru
- yell.ru
- ru.otzyv.com
- spasibovsem.ru

Крупнейшие сайты с отзывами

На этих сайтах необходимо писать обзоры в первую очередь, потому что они быстро индексируются поисковыми системами и всего за несколько дней попадают в ТОП 3 поисковой выдачи. Нельзя размещать слишком наигранные отзывы, ставить везде оценки «5+», забывать указывать недостатки и размещать отзывы с одних и тех же IP. Если игнорировать эти правила, то ваша компания может попасть в бан как «накручивающая себе репутацию» и ваш имидж будет испорчен еще сильнее чем раньше. Сайты, которые занимаются размещением отзывов стали тщательнее следить за правдивостью отзывов.

Сайты по типу «Вопрос-ответ»

Очень мощный инструмент, с помощью которого можно изменить отношение к компании. Можно оставить свои вопросы, и тогда необходимо постепенно отвечать на них. Таким образом, огромное количество сотрудников пользуются услугами компании. Существует много сайтов типа «Вопрос-Ответ», но «Ответы@mail.ru» являются самыми быстрыми в поиске.

Методики мониторинга ТОП-10 поисковой выдачи и площадок

Мало знать, где искать отзывы в сети. На данном этапе нам нужно не только найти упоминания о компании, но и определить тональность площадок:

- Положительные — ресурсы, на которых 80-100% отзывов одобрительные и рекомендуемые вашу компанию/продукты;
- Отрицательные — площадки, на которых от 50 до 100% негативных отзывов;
- Нейтральные — сайты с 20-50% отрицательных и 20-80% положительных отзывов или с преобладанием нейтральных оценок;
- Не имеющие отношения к компании — площадки, которые появились в выдаче по запросам, но не содержат упоминания о компании и ее деятельности [5].

Откуда приходят негативные отзывы?

Прежде чем выяснить, как удалить отрицательные отзывы - необходимо выяснить причину их появления. Если определить причину, будет легче справляться с плохими отзывами.

Негативные отзывы пишут:

- Недовольные клиенты (в любом случае - когда клиент был недоволен, обижен или даже обманут. Это не всегда зависит от владельца бизнеса, поскольку это может быть невозможно, но благодаря негативным отзывам в Интернете вы можете узнать о недостатках бизнеса или о сотрудниках, которые плохо работают)
- Конкуренты (из конкурентов всегда найдется хотя бы 1 нечестный человек, который ради прибыли, готов уничтожить чужие бизнесы любыми способами. Раньше пускали слухи, а сейчас пишут подставные отзывы, которые могут нанести серьезный вред даже самой честной организации)
- Бывшие сотрудники компании (сотрудники или бывшие сотрудники могут из-за гнева, зависти или по другим причинам написать отрицательный отзыв или даже сделать публикацию в серьезной публикации/блоге).

Есть два способа противодействия: быть честным или прилагать большие усилия, чтобы скрыть негативные отзывы и потратить на это деньги. При втором варианте - способов

удаления или скрытия негативных отзывов не так много, ниже приведены те, которые используют специалисты SERM.

Топ 10 выдающихся результатов поиска - это 99% ваших клиентов [6]. Таким образом, с этим и работают наибольшее количество SERM-специалистов. Некоторые сайты готовы удалять отзывы за плату, но это происходит очень редко, поэтому нужно искать другие аргументы, чтобы отзыв о компании был удален.

Как создать положительную репутацию компании без SERM

Создание идеальной репутации для компании возможно без специалистов SERM, если достаточно времени и есть уверенность в бизнесе, что у него нет серьезных недостатков. Однако получить положительный отзыв не так просто, потому что клиенты, которые удовлетворены всем, оставляют отзывы реже, чем те, кто разочаровался в вашей компании. Но это не повод писать положительные отзывы самостоятельно, нужно найти способ побудить клиентов оставлять отзывы о вашей компании. Можно просто попросить оставить отзыв после покупки или отправить новостную рассылку, но это не самый эффективный способ. Лучше всего предложить клиентам любой бонус или скидку на следующую покупку. Например, интернет-магазин «Технопорт» предоставляет скидку в размере 200 рублей на следующую покупку, если вы оставите какие-либо отзывы о них на «Яндекс-Маркете».

Как найти хорошего специалиста

Хорошего специалиста по SERM легко отличить от любителя можно по нескольким признакам:

- Ясная и четко сформулированная постановка задач. Хороший специалист подробно расскажет, что он будет делать, на каких платформах он будет публиковать обзоры, сколько негативных отзывов он готов вытолкнуть из топ-10 поисковой выдачи, а также, какую работу он выполнит за определенное время. Те, кто давно занимается SERM, знают, что отзывы нужно размещать на платформах, где всем легче вести переговоры с администрацией, а модерация - самая мягкая. Они называют такие сайты «управляемыми сайтами» и пытаются работать только с ними. Новички размещаются где угодно.
- Техническая грамотность. Новички в SERM не знают, насколько важно скрывать следы своего присутствия и тщательно скрывать IP-адрес, если публиковать отзывы с одного компьютера. Если на сайте с отзывами написано, что большинство отзывов оставлено с одного IP-адреса, то вы получите специальные теги, которые указывают, что компания фальсифицирует отзывы.
- Готовность к изменению стратегии. Контракты хороши, но иногда вместо 5 отрицательных отзывов могут появляться 6-7, и некоторые эксперты отказываются работать с ними или просто молчат об этом, потому что это выходит за рамки вашего контракта. Компетентный специалист, в лучшем случае, просто сделает дополнительную работу, а в худшем случае он просто попросит дополнительные выплаты, но ни в коем случае он не будет молчать и не оставит своего клиента.
- Контроль ситуации, обратная связь и консалтинг. Хороший специалист посоветует создать официальные страницы на самых популярных сайтах, чтобы было возможным от имени компании отвечать на негативные отзывы и предлагать решения любых проблем. Такой подход повысит лояльность аудитории к бренду, и у них будет меньше страха при сотрудничестве с компанией, поскольку они будут уверены, что в конфликтных ситуациях проблема будет решена и клиент не останется без присмотра.

Заключение

Отзывы влияют на решение о покупке, и это неоспоримый факт. Поэтому важно отслеживать отзывы и ссылки о бренде или продукте и своевременно реагировать на них, чтобы вытеснить негатив с первых страниц результатов поиска. Работая с негативными отзывами профессионально, необходимо отключать эмоции, решать проблемы пользователей, не спорить с ними, предлагать компенсацию. Кроме того, негатив можно вытеснить, продвигая сторонние страницы с позитивной информацией. Также не стоит забывать о создании

благоприятного информационного фона вокруг бренда - это усилит эффект SERM [7].

Список литературы:

1. Сайт портала cossa.ru / URL: <https://www.cossa.ru/155/101867/> (Дата обращения: 15.04.2019);
2. Сайт портала vc.ru / URL: <https://vc.ru/flood/33749-upravlenie-reputaciey-serm-orm-hm> (Дата обращения: 15.04.2019);
3. Главный сайт BaBoSik / URL: <https://babosik.ru/347-analiz-konkurentov-iz-top-10-vydachi-po-zarposu.html> (Дата обращения: 15.04.2019);
4. Сайт портала marketing.spb.ru / URL: <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/SERM.htm> (Дата обращения: 16.04.2019);
5. Сайт блога CyberMarketing / URL: <https://blog.cybermarketing.ru/что-такое-serm-i-pochemu-on-vazhen/> (Дата обращения: 16.04.2019);
6. Главный сайт EnterPreneur / URL: <https://www.entrepreneur.com/article/288110> (Дата обращения: 17.04.2019);
7. Сайт портала promo-sa.ru <http://promo-sa.ru/seo-terms/serm> (Дата обращения: 17.04.2019).