

SERM для медийной компании

управление репутацией в поисковых
системах

Об авторе
Максим Липатов
SEO-специалист,
Uplab

Клиент

Сеть салонов сотовой связи

«Связной»

Проблемы

1. Плохой профиль на многих сайтах-отзовиках (бывшие сотрудники, конкуренты, отзывы)
2. Выдача по общим запросам связанным с названием компании большое количество негатива (заказные статьи, твиттер, материалы в Википедии)
3. Негативное инфополе, связанное с руководством.



Поиск



Картинки



Видео



Карты



Маркет

**1** [Сеть салонов сотовой связи "Связной" | Отзывы покупателей](#)[irecommend.ru](#) > [Отзывы](#) ▾

Читайте переписку (с низу в верх) о "заботящихся" о своих Клиентах сотрудниках компании СВЯЗНОЙ. ~~ Здравствуйте, Алексей! Читать весь отзыв (5).

S [Отзывы о СВЯЗНОЙ, салон сотовой связи | Москва, Фестивальная...](#)[srg.ru](#) > [Отзывы](#) > [Москва](#) ▾

Потом из-за своего настроения складываете негативные отзывы. Связной меня устраивает. ... Приятно что салонов Связной в Москве много, практически везде есть. Тут писали что в...

1 [Отзывы об интернет-магазине СВЯЗНОЙ — Яндекс.Маркет](#)[market.yandex.ru](#) > [Яндекс.Маркет](#) > [Любые](#) ▾

Вобщем я рассчитываю в дальнейшем на крайне осторожное погашение бонусных баллов, и усё - досвидос СВЯЗНОЙ! З.Ы.: Ну и после удовлетворения вашей просьбы об оставлении отзыва о...

0 [Отзывы о Салон сотовой связи "Связной" | Страница 3](#)[otzovik.com](#) > [Салон сотовой связи Связной](#) > [3](#) ▾

Отзыв рекомендуют: 4 Дата отзыва: 2011-05-06. Достоинства: близко к дому; Недостатки: качество; обслуживание; услуги; 06 марта 2011 года, в магазине «Связной»...

11 января 2013

0 [Связной Россия - Отзывы сотрудников компании - О Работе](#)[otrabote.net](#) > [Рейтинги](#) > [Отзывы сотрудников компании](#) ▾

Отзывы о работе в компании Связной Россия. Комментарии реальных людей об условиях труда и отношениях в коллективе.

Санкт-Петербург Москва

★ [Связной - Отзывы о магазинах](#)[otzyvov.net](#) > [Отзывы о магазинах](#) > [Связной](#) ▾

Связной. В разделе: [Отзывы о магазинах](#). ... (Всего оставлено отзывов: 447). Пользовательский рейтинг "Связной": Голосов: 92 1,5 балла(-ов).

Разместить объявление «связной отзывы» — 11

Все объявления по этому

Мониторинг и аналитика

Google Alerts

Выводы: Обеспечить постоянную SERM-кампанию (идеальный вариант) способен не каждый клиент. Но мониторить результаты выдачи и появление новых материалов должен любой, кого волнует его репутация.

Создание и продвижение контента

Выводы: Только свежий и оптимизированный контент — ключ к успеху. Учитывая, как часто обновляется «новостная» выдача, необходимо регулярно публиковаться в интернет-СМИ.

Работа с отзывами

otzovik.com, irecommend.ru, orabote.net

1. Платный аккаунт на сайте-отзовике.
2. Создание отзывов на необходимых площадках (не использовать копирайтеров, а подключать сотрудников)

Выводы: Если на одной или нескольких площадках есть негативные отзывы, либо профиль компании имеет большое количество негативных отзывов, стоит использовать первый способ. В случае, когда бюджет ограничен, а площадок-отзовиков много — второй.

Работа с трастовыми площадками

В любом случае вы столкнетесь, как минимум, с Википедией. Очень часто там есть то, что клиента не устраивает. Сначала, чтобы избежать многочисленных грабель, рекомендую ознакомиться с [ЧНЯВ](#). Эти правила — фактически инструкция по созданию контента. Пишите развернуто и много, и проблем не возникнет.

Социальные профили

Вы можете встретить фейковые группы в социальных сетях. Благодаря текстовой релевантности они высоко ранжируются по брендовым запросам. В нашем случае в выдаче была «угнанная» старая группа, в которой размещались рекламные объявления. Для удаления подобных групп необходимо предоставить фактуру (в идеале — официальное письмо от клиента) о том, что группа не принадлежит клиенту и им не ведется.

О пессимизации

- Зачастую выдача изменяется очень быстро, и нет необходимости в манипуляциях ссылочным профилем неудобных сайтов. Они могут выпасть из выдачи уже завтра.
- Если у сайта все в порядке в плане внутренних факторов, то никакой ссылочный профиль не мешает ему занимать должные позиции в поисковой выдаче.
- Если, по-вашему, вы можете повлиять на позиции сайта при помощи спамных ссылок, то вы с тем же и даже большим успехом сможете продвинуть свой контент.
- В рамках всей поисковой выдачи, особенно если запросов много, точечная работа с сайтами трудозатратна и потому неэффективна.
- Слишком долгий пересчет поисковиками изменений в ссылочном профиле.

Итого: Сложно определенно сказать, насколько эффективна пессимизация. По крайней мере, есть более простые и быстрые методы работы в SERM. Не говоря уже о более честных.

Юридические способы

На некоторых ресурсах наглая ложь. Часто негативные материалы получают перепосты. А в крайних случаях авторы статей пытаются донести свои «исследования» до прокуратуры. И тогда необходимо судиться. Этот способ надежен, позволяет очистить выдачу от источника. Если имеются перепосты, пишите администрации данных сайтов, в техподдержку поисковика. Контент закроют от индексации.

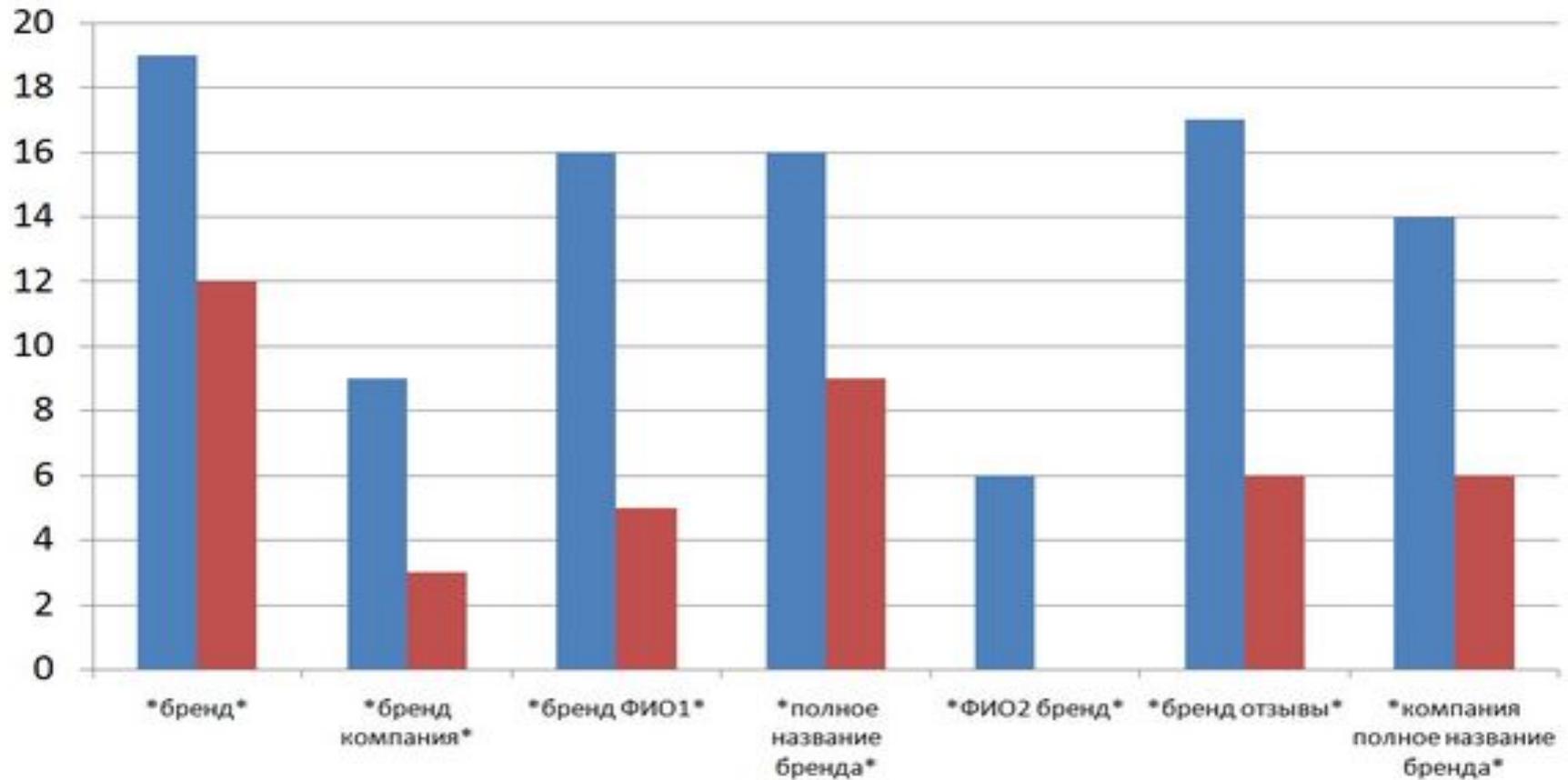
Результаты

1. Уменьшения негативных результатов в выдаче по всем запросам в среднем на 50%.
2. 70–100% выдачи по рабочим запросам занимали положительные и нейтральные результаты.

Идеальный вариант достижим (когда 20 позиций занимают положительные материалы), но для какого-то вакуумного объекта, который совершенно не контактирует с окружающим миром.

Динамика

Изменения негатива



* на графике отображается изменение количества негативных материалов в топ-20 Яндекс и Google.

Выводы

1. Основную проблему при работе по SERM для медийной компании доставляют сайты-отзовики и объемные заказные негативные статьи. Для нивелирования негатива на сайтах-отзовиках хорошо подходит активное размещение положительных отзывов сотрудников компании.
2. Для критических случаев подходит юридическое решение вопроса.
3. При работе с негативными социальными профилями обычно достаточно предоставить необходимую фактуру администрации социальной сети.
4. Для работы с трастовыми площадками существуют способы, не связанные с SEO. В конце концов, почти всегда можно договориться.
5. Мониторинг важен. Понимание ситуации в поисковой выдаче и понимание, куда двигаться дальше, лежит в основе успешной кампании. Потратьте столько времени и ресурсов на создание необходимых инструментов, сколько нужно. Скупой платит дважды.
6. Количество, качество и разнообразие продвигаемого контента для каждой отдельной кампании определяется эмпирически. Не скупитесь и делайте с запасом.

