



Представление компании
ОАО Газпром нефть в
социальных медиа

- Предпосылки присутствия в социальных медиа
- Стратегия представления ОАО Газпром нефть в социальных медиа
- Приложение к презентации.

ПРЕДПОСЫЛКИ ПРИСУТСТВИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА



- Большой годовой прирост интернет-пользователей (11%)
- Резкое увеличение пользователей социальных сетей (интернет-аудитория на 2013 год: 57%)
- Рост количества как активных авторов, так и читателей

САМЫЕ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ СОЦ. СЕТИ МИРА

- Основная соц. сеть мира – Facebook
- Основная соц. сеть России – ВКонтакте
- Самая активно растущая сеть – Twitter
- Instagram

НЕФТЕГАЗОВЫЕ КОМПАНИИ В СОЗНАНИИ ЛЮДЕЙ

- «Насверлили дырок в земле и, зная себе, нефть качают»
- «Скопище людей, ворующих народное достояние»

ЦЕЛИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

- Честность и открытость перед обществом
- Внедрение передовых технологий
- Обеспечение развития инфраструктуры страны

НЕДОСТАТКИ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

- Трудность поиска информации на официальных сайтах
- Невозможность привлечения незаинтересованных пользователей

- «Поглощение» контента в процессе общения
- Бесплатный запуск ресурса в социальной сети

СТРАТЕГИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОАО ГАЗПРОМ НЕФТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА



- Раздельное представление Сети АЗС ОАО Газпром нефть и ОАО Газпром нефть
- Получение статуса официальных представительских сообщества

Сеть АЗС ОАО Газпром нефть



ОАО Газпром нефть



ПЛАН РАЗВИТИЯ «СЕТЬ АЗС ОАО ГАЗПРОМ НЕФТЬ» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Цели:

- Повышение лояльности существующих клиентов
- Укрепление имиджа компании
- Повышение узнаваемости бренда
- Привлечение новых клиентов

Целевая аудитория:

- Действующие клиенты АЗС
- Автовладельцы
- Автолюбители

Стратегия:

Позиционирование компании, как эксперта в области автомобилей, безопасной и надежной его эксплуатации.

Площадки для реализации стратегии:

- Livejournal
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Вконтакте
- Одноклассники

Тактика

- Генерация качественного контента
- Выпуск автоновостей
- Рассказ о «внутренней кухне» компании

ЧЕТЫРЕ ЭЛЕМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ



1 Продвижение бренда



2 Сопутствующие товары и услуги



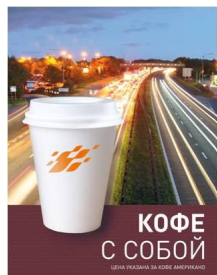
3 Программа лояльности



4 Новости компании



АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ АЗС ОАО ГАЗПРОМ НЕФТЬ





Цели:

- Усиление восприятия прозрачности компании
- Укрепление имиджа компании
- Повышение узнаваемости бренда

Целевая аудитория:

- Абитуриенты
- Студенты
- Пользователи социальных сетей

Стратегия:

Позиционирование компании, как наиболее привлекательного работодателя в отрасли нефти и газа.

Площадки для реализации стратегии:

- Livejournal
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Вконтакте
- Одноклассники

Тактика

- Генерация качественного контента
- Демонстрация педантичности компании а вопросах экологии
- Рассказ о новостях компании

СТРАТЕГИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОАО ГАЗПРОМ НЕФТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА



Элементы нематериальной мотивации:

- Освещение внутрикорпоративного досуга
- Признание и освещение лучших сотрудников всех областей
- Все о карьере в компании

Реализация
HR-стратегий

3

1

Продвижение
HR-бренда

2

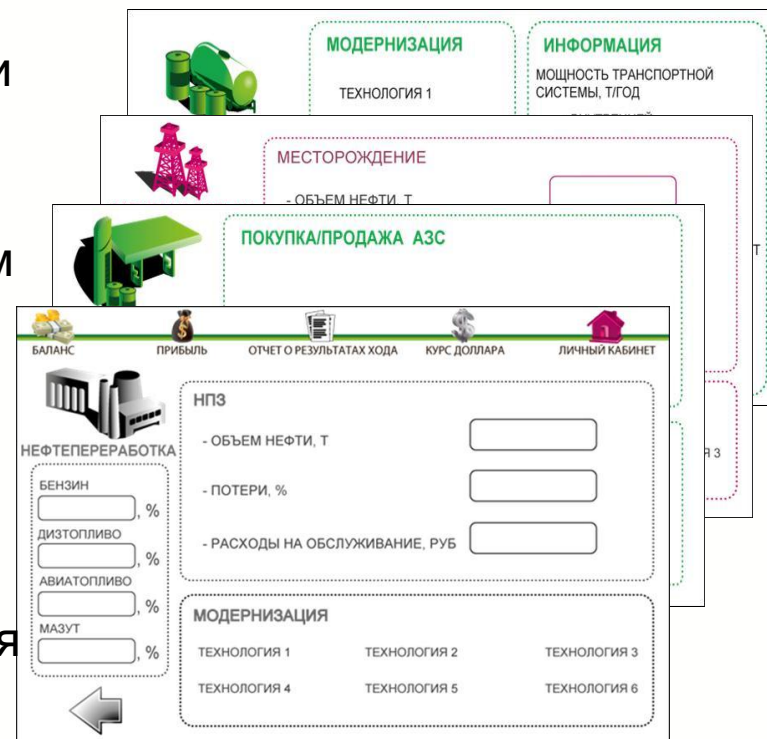
Новости
компании

4

- Переходы на корпоративные СМИ
- Блог (число уникальных посетителей, просмотров, комментариев, расшариваний в соцсетях)
- Вконтакте (число подписчиков, посещаемость, взаимодействие, другие данные внутренней статистики страницы)
- Facebook (число подписчиков, посещаемость, взаимодействие, другие данные внутренней статистики страницы)
- Twitter (число фолловеров, ретвитов, упоминаний)
- Одноклассники (число подписчиков, посещаемость, взаимодействие, другие данные внутренней статистики страницы)
- Instagram (число отслеживаемых аккаунт, количество «лайков»).

Цели:

- Ознакомление пользователей с основными производственными процессами
- Ознакомление пользователей с движением товарных потоков
- Получение статуса официальных представительских сообщества
- Ознакомительный тренажер-симулятор для новых сотрудников компании



Приложение к презентации. КОМПАНИИ НЕФТЯНОГО СЕКТОРА В СОЦ. МЕДИА

	facebook	В контакте	Twitter	одноклассники	LIVEJOURNAL	Instagram
 Газпром нефть	facebook		Twitter			
 Роснефть	facebook	В контакте	Twitter	одноклассники	LIVEJOURNAL	
 ТНК-BP		В контакте				
 Лукойл	facebook	В контакте				
 Башнефть	facebook	В контакте	Twitter		LIVEJOURNAL	Instagram
 Татнефть	facebook	В контакте	Twitter			

Вопросы и ответы

Если вас заинтересовало данное направление, то я готов принять участие в разработке представления ОАО Газпром нефть в социальных сетях. Есть ряд ошибок, которые важно не допустить при представлении в социальных сетях. В целом социальные сети прекрасный инструмент реализации #PR #GR #HR проектов компании, обеспечит переходы на корпоративные СМИ и повысит узнаваемость бренда во всех направлениях.



Спасибо за внимание, с уважением Галеев Тимур.

Контактные данные

Моб. телефон: +7 911 719 76 26

E-mail: as1c@mail.ru

(ru.linkedin.com/pub/тимур-галеев/66/6a/7b9/)