

Задание 1. Анализ системы
взаимодействий компании с
клиентами

Этапы анализа

Идентификация бизнес-стратегии компании

Особенности ценностного предложения

Стратегия взаимодействий (каналы)(!)

- Противоречия в каналах
- Потребительский опыт
- Интеграция коммуникационных программ в разных каналах

Тактика взаимодействий с клиентами

- Основная платформа для общения с клиентами (блог компании, сообщество в соц. сети, официальный сайт, печатные материалы).
- Интеграция каналов (online & offline)
- Содержание коммуникации

Содержание коммуникаций

Информационный фон в традиционных СМИ

Информационный фон в SM и блогах

Наиболее яркие кейсы

Последовательность контент-анализа:

- Ключевые слова по 4 основным направлениям
 - Компания (название, бренды, услуги, публичные лица)
 - Основные конкуренты (название, бренды, услуги, публичные лица)
 - Отраслевые термины
 - Партнеры компании (дилеры, поставщики и т.д.)
- Результаты анализа упоминания этих ключевых слов
 - Общая тональность
 - Площадки, где происходит обсуждение (Посещаемость, соответствие ЦА)
 - Участники дискуссии
 - Наиболее и наименее популярные продукты/бренды
 - Наиболее упоминаемые темы

Выводы по результатам анализа

Соответствие политики взаимодействия стратегии компании

Трансляция ценностного предложения компании, потребительский опыт в каналах взаимодействия

Рекомендации по интеграции каналов взаимодействия

Основные ошибки компании и ваши рекомендации по работе с пользователями в интернете:

- Урегулирование конфликтов
- Использование «апостолов» бренда
- Изменение присутствия на разных площадках

Количественные характеристики интернет- buzz'а

Варианты компаний



NOKIA

