

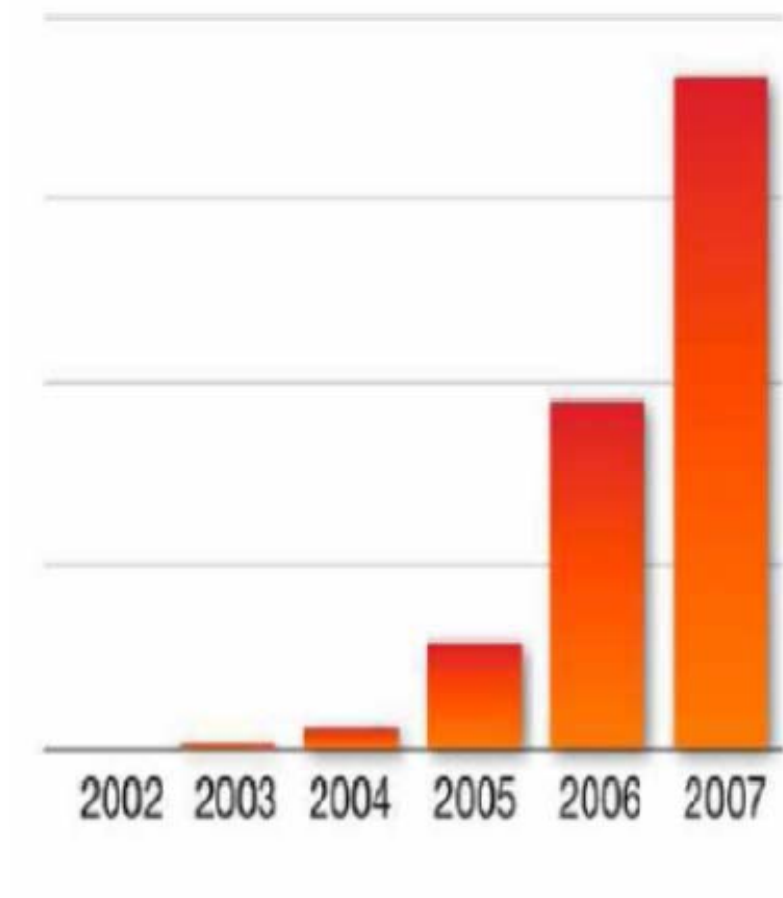
Интернет - PR инструменты и возможности

Работа с блогосферой

Корпоративные блоги.

Исследования аудитории 400 наиболее популярных блогов ComScore Media Metrix показали, что люди, ведущие и активно читающие блоги – наиболее привлекательная аудитория для большинства компаний. Эти люди – так называемые, инноваторы и ранние последователи – имеют активную жизненную позицию, имеют деньги и готовы их тратить, в том числе на покупки "онлайн", а главное – не боятся пробовать новые продукты. К тому же, многие из этих людей являются лидерами общественного мнения – им есть, что сказать, и у них достаточная аудитория, которая им доверяет и разделяет их суждения. А учитывая фактическое отсутствие цензуры в большинстве блогов и присутствие в "блогосфере" множества профессиональных коммуникаторов (журналистов, маркетинг- и PR-экспертов, юристов, руководителей крупных корпораций), блоги как коммуникационный канал приобретают все более сильное влияние на деятельность традиционных медиа и крупных корпораций.

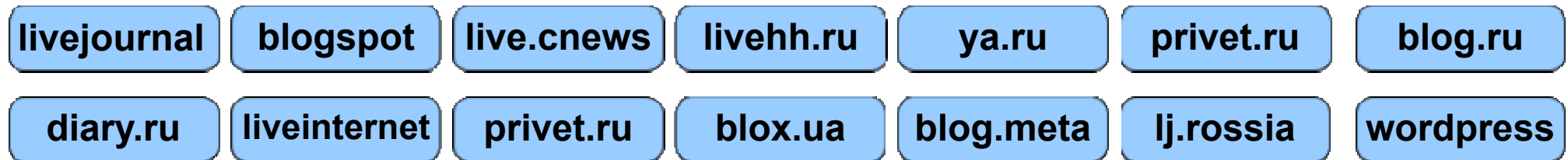
Популярность блогов



По данным одного из ведущих англоязычных блог-поисковиков Technorati.com, в мире создано более **100 миллионов блогов** и их аудитория стремительно растет. Начиная с 2003 года количество блогов в мировой блогосфере **удваивается каждые полгода**, и русскоязычная блогосфера по темпам роста не отстает от мировой. По данным ROMIR Monitoring, с термином «блоги» знакомы сегодня более 80% пользователей сети Интернет, тогда как еще в сентябре 2005 года расшифровать аббревиатуру «ЖЖ» («Живой Журнал») могли лишь 38% пользователей.

Корпоративный блог компании

Создание → Оптимизация → Раскрутка → Наполнение →
Кроспостинг

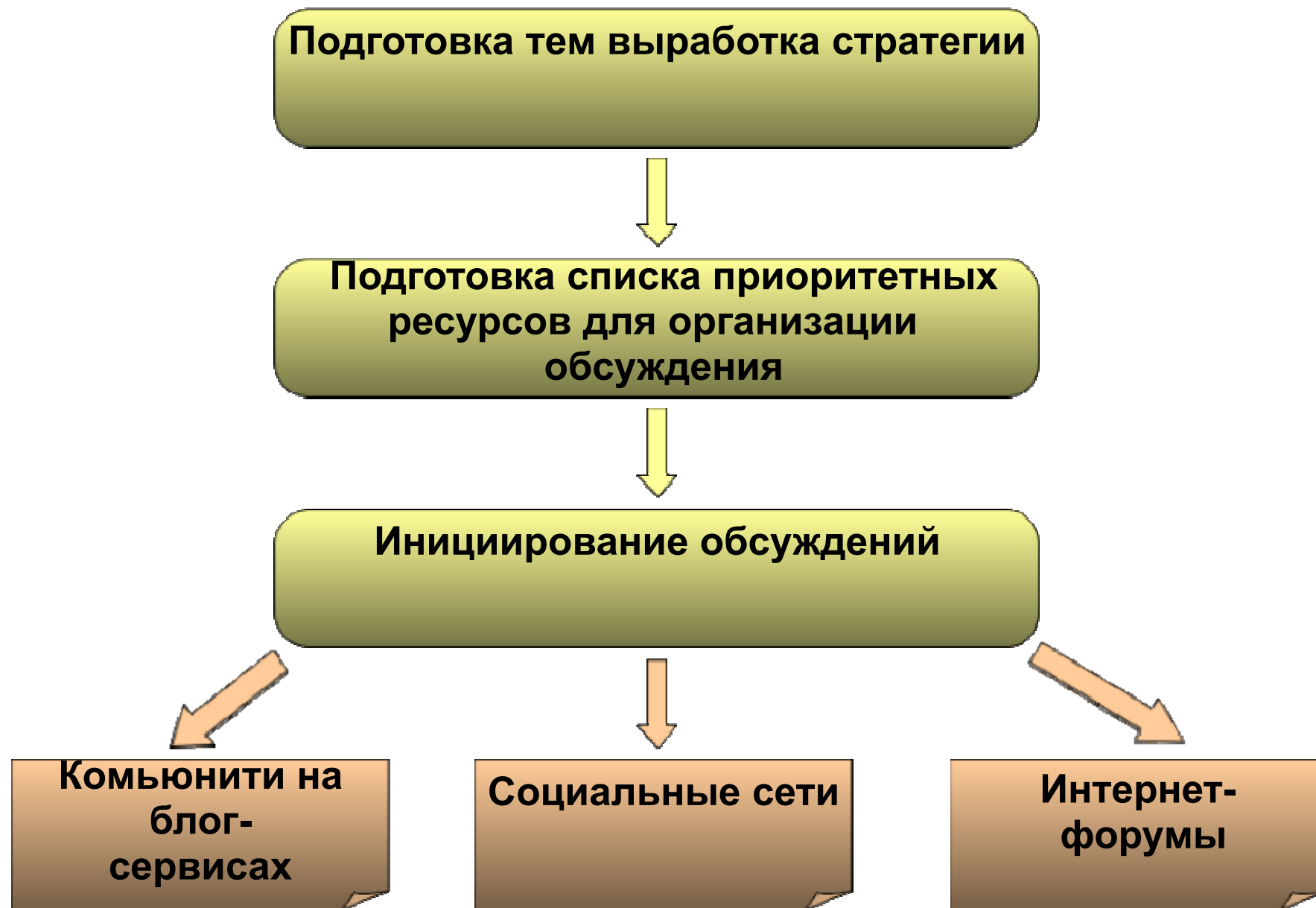


Привлечение постоянных лояльных читателей

Таргетированная аудитория – жители Украины.

Привлечение читателей интересующихся тематикой компании.

Инициация дискуссий в социальных сетях



Размещение информационных материалов в блогах «Лидеров мнений» - максимальный охват ЦА

Посещаемость
50 000-100 000
«визиторс»

Блоги «тысячники»
-
«лидеры мнений»

The diagram consists of a central brown circle containing the text 'Блоги «тысячники» - «лидеры мнений»'. This central circle is surrounded by a larger blue circle. Inside this blue circle, there are approximately 40 small blue icons of people, arranged in a ring around the central hub. The entire structure is enclosed within a larger blue circle, representing the overall reach of the content.

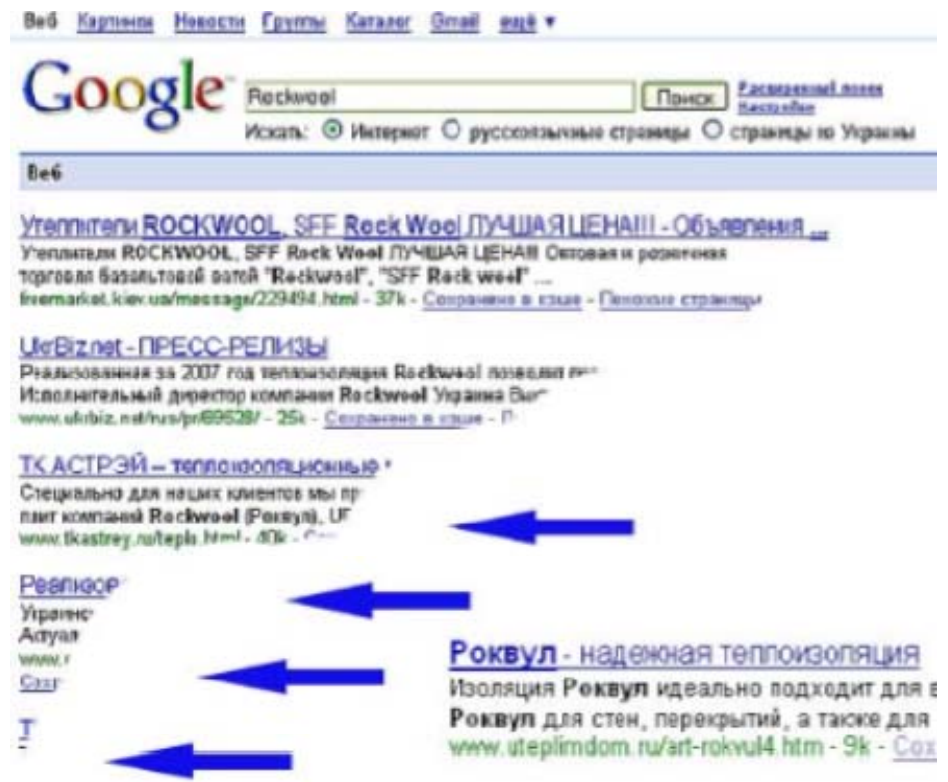
Антикризисный PR

Последние исследования британской компании Market Sentinel показали, что 50 ведущих брендов Великобритании имеют, по меньшей мере, одну ссылку на сайты или блоги с негативными отзывами, и эти ссылки индексируются (опознаются) и "выдаются" поисковыми системами на запросы по ключевым

словам в первой десятке ресурсов. То же исследование показало, что большинство потребителей скорее станут искать информацию о компании через "поисковик", чем через ее официальный сайт.

Моделирование репутация компании в Интернет

Моделирование ситуации в поисковой выдаче Google и Яндекс Поисковая оптимизация наиболее удачных статей и статей в блогах, вывод их на первую страницу выдачи. Подбор ключевых поисковых фраз которые запрашивает пользователь. Вытеснение негативных материалов на "далекие страницы выдачи



Автор : Игорь Савчук (директор компании IBPro)
ibpro.com.ua