

УДК 005.1
ББК 65.291.5
Б98

В книге упоминаются социальные сети Instagram и/или Facebook, принадлежащие компании Meta Platforms Inc., деятельность которой по реализации соответствующих продуктов на территории Российской Федерации запрещена.

Редактор Л. Смилевка

Бюрг Ю., Кошкин О.

Б98 Формула онлайн-репутации, или Простыми словами об ORM /
Юлия Бюрг, Олег Кошкин. — М. : Альпина ПРО, 2022. — 272 с.

ISBN 978-5-206-00012-2

Репутация есть у чеховского маленького человека, большого цифрового гиганта, локального бизнесмена и офисного специалиста. Она влияет на каждого, определяя наши отношения и поведение. Основываясь на представлениях о репутации, мы решаем, кому отдать самое ценное, что у нас есть: время и доверие.

Однако принципы создания онлайн-репутации и уж тем более управления ею все еще окутаны дымкой шаманства и иллюзией удачного стечения обстоятельств. На самом деле магии не существует, а все инструменты ORM можно разложить по полочкам.

Эксперт по управлению репутацией Юлия Бюрг объединила все, что узнала за годы работы в отрасли, чтобы каждый, кому важно его развитие и кто хочет двигаться вперед, мог познакомиться с основными инструментами, способными помочь на этом пути, а Олег Кошкин разработал новый подход к расчету Ех-индекса для оценки репутации брендов.

УДК 005.1
ББК 65.291.5

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru

ISBN 978-5-206-00012-2

© Бюрг Ю., Кошкин О., 2022
© Оформление. ООО «Альпина ПРО»,
2022

Содержание

Введение	5
Часть 1. Основы ORM	13
Глава 1. Управление репутацией	15
Часть 2. Инструментарий ORM	35
Глава 2. Мониторинг	37
Глава 3. SERM и SEO	60
Глава 4. Клиентский опыт	87
Глава 5. Репутационный SMM	104
Глава 6. Диджитал-PR	119
Глава 7. Работа с негативом	129
Глава 8. Инициация позитива	145
Часть 3. Люди и навыки	157
Глава 9. Работа с репутацией: инхаус или аутсорс	159
Глава 10. Показатели эффективности	172
Глава 11. Построение GR-бренда	196
Глава 12. Построение HR-бренда	211
Глава 13. Построение личного бренда	223
Часть 4. Дополнительные возможности	235
Глава 14. Мониторинг как альтернатива традиционным методам исследований	237
Глава 15. Скрытый маркетинг. Бонус-глава	249

Задачник	261
Упражнение 1. Что умеет ORM	263
Упражнение 2. ORM для руководителя	264
Упражнение 3. Язык запросов	264
Упражнение 4. Расчет упущенной прибыли	265
Упражнение 5. Разработка регламента по работе с негативными упоминаниями	266
Упражнение 6. Какими вас видят клиенты	267
Упражнение 7. Замеряем HR-бренд	269
Упражнение 8. Считаем Ex-индекс	270