

EXlibris × **pressfeed**

Online Reputation Management 2022

Результаты исследования российской
индустрии онлайн-репутации

ИЮНЬ - ИЮЛЬ 2022



••• 06 исследование

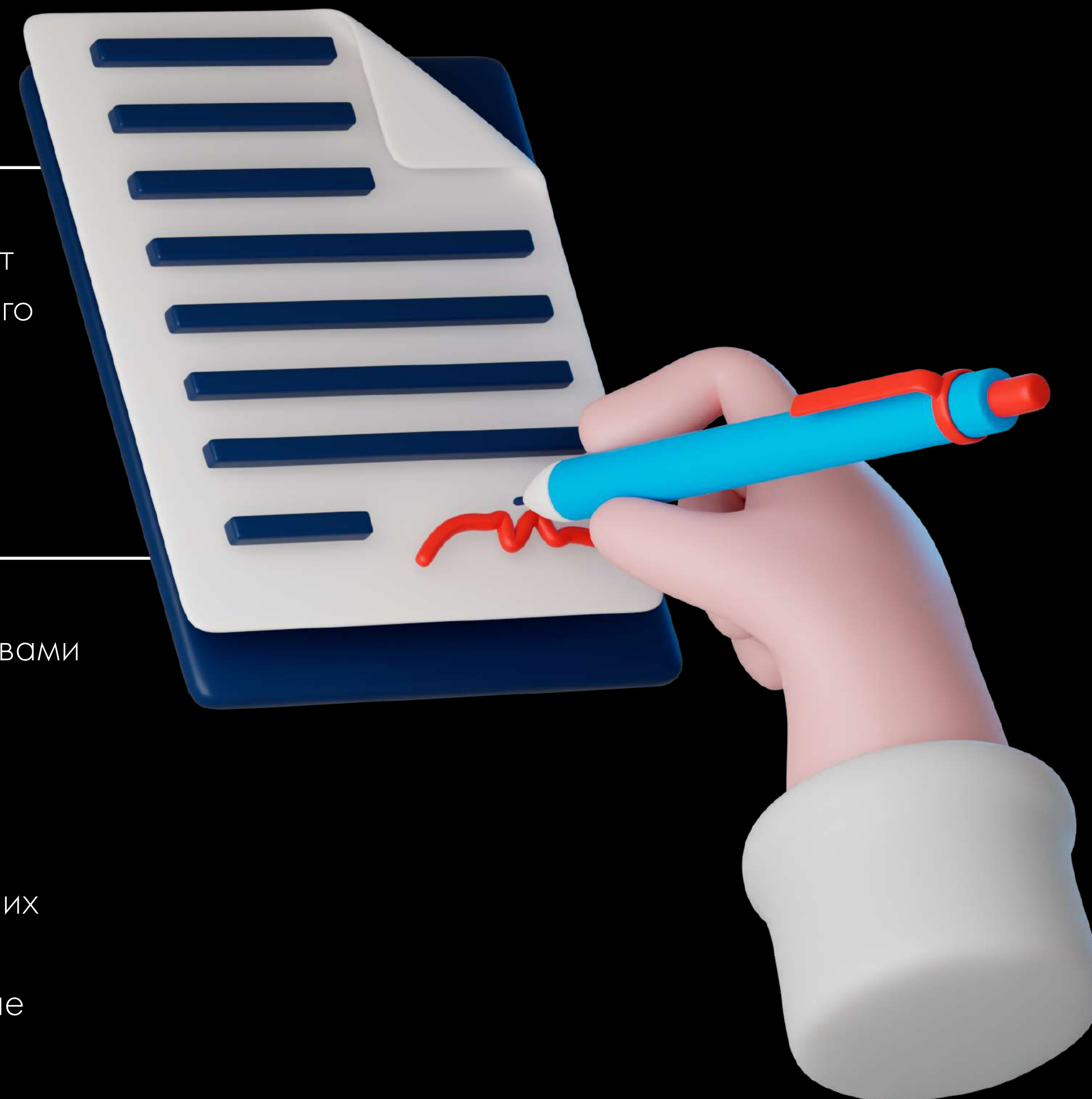
Цель исследования:

Выяснить, как кризис последних месяцев повлиял на работу компаний в области репутационного менеджмента в сети, каким направлениям работы бренды отдают предпочтения сегодня, какие инструменты становятся особенно актуальными и чего не хватает компаниям, реализующим ORM как отдельное направление.

В исследовании участвовали:

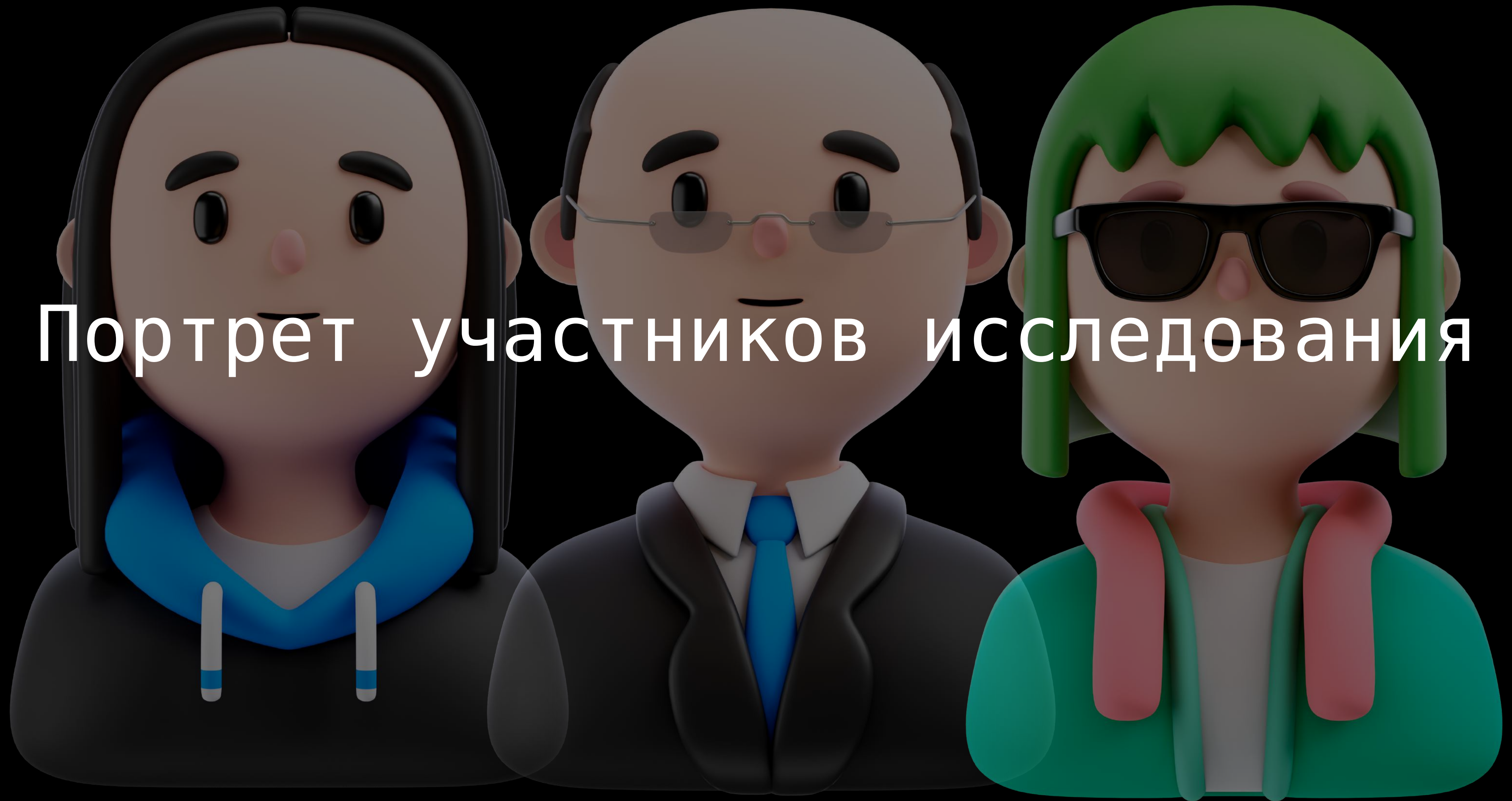
Руководители PR и маркетинговых подразделений компаний, работающих с онлайн-репутацией своего бренда (мониторинг соцмедиа и сми, работа с отзывами и листингами на геосервисах и маркетплейсах, работа с негативом о компании в выдаче, отработка и реагирование на упоминания в соцсетях, digital-PR в репутационных и брендинговых целях).

Количество участников, поделившихся мнением, данными и подробностями о своих ORM-активностях в развернутом опроснике – 26 директоров по PR, маркетингу и собственников бизнеса. Суммарный годовой бюджет участников на управление онлайн-репутацией – более 80 млн рублей.



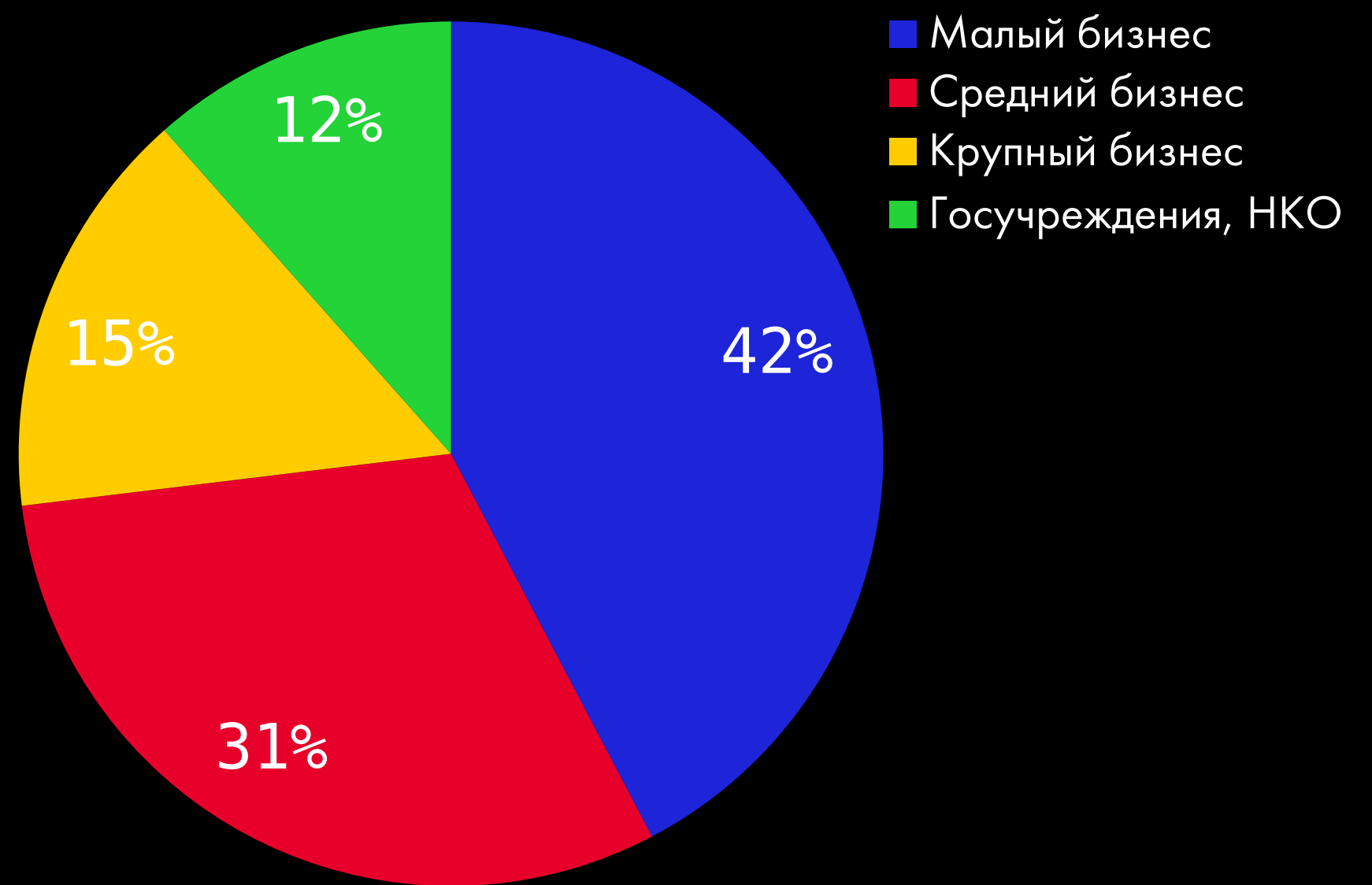
Количество респондентов: **26**. Период проведения опроса: **июнь-июль 2022**

1. Портрет участников исследования

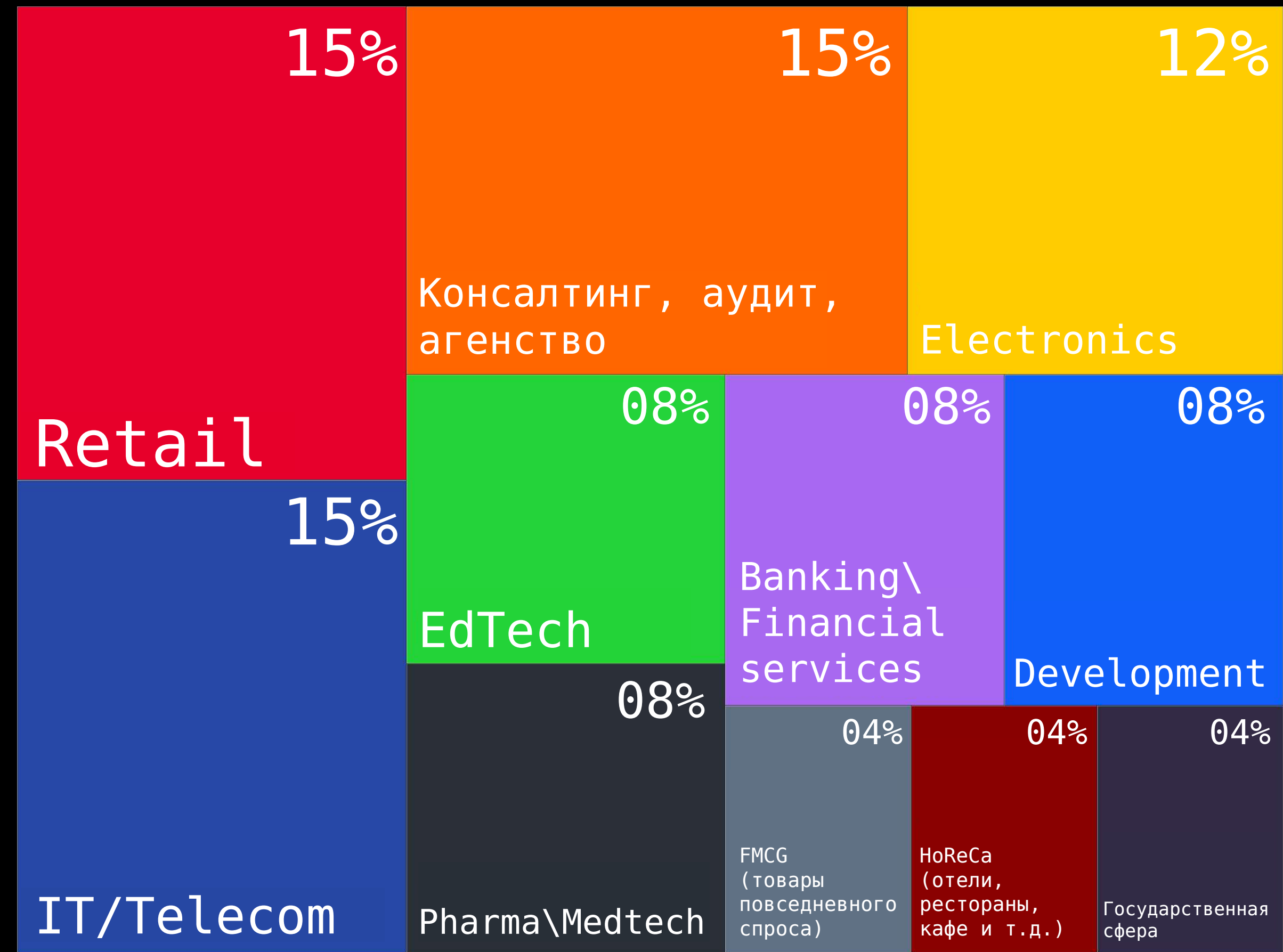


••• 06 участниках

Статус компаний:



Отрасль компаний:

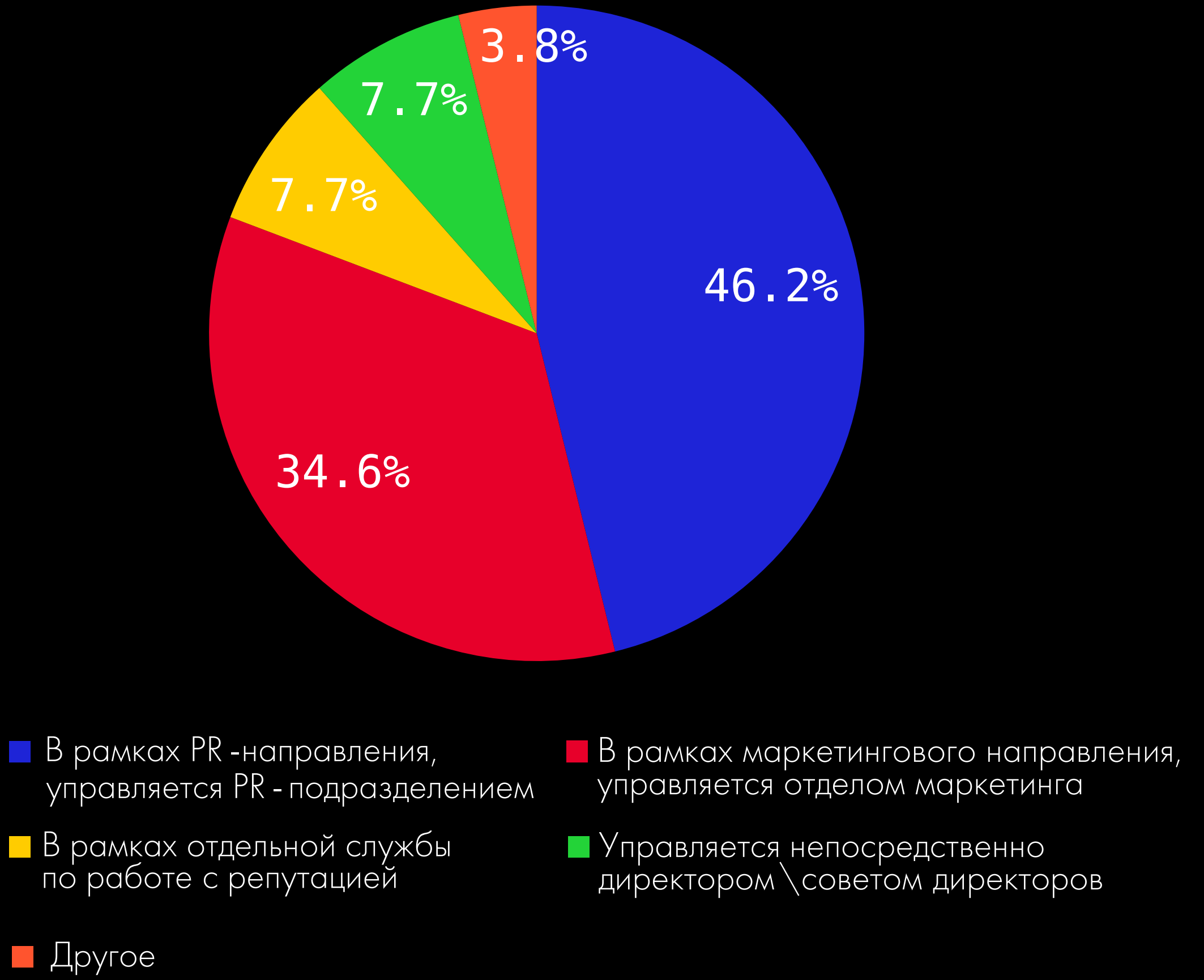


Об участниках

Позиция\роль в компании

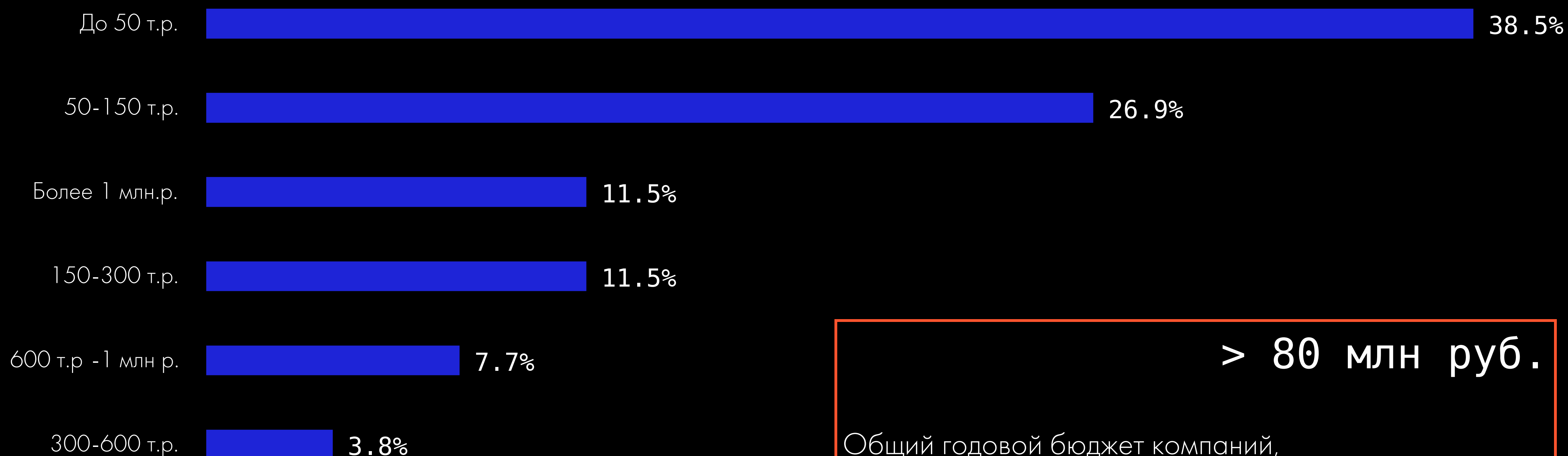


В рамках какого структурного направления\подразделения ведется работа с репутацией



••• 06 участникам

Текущий месячный бюджет на репутационный менеджмент

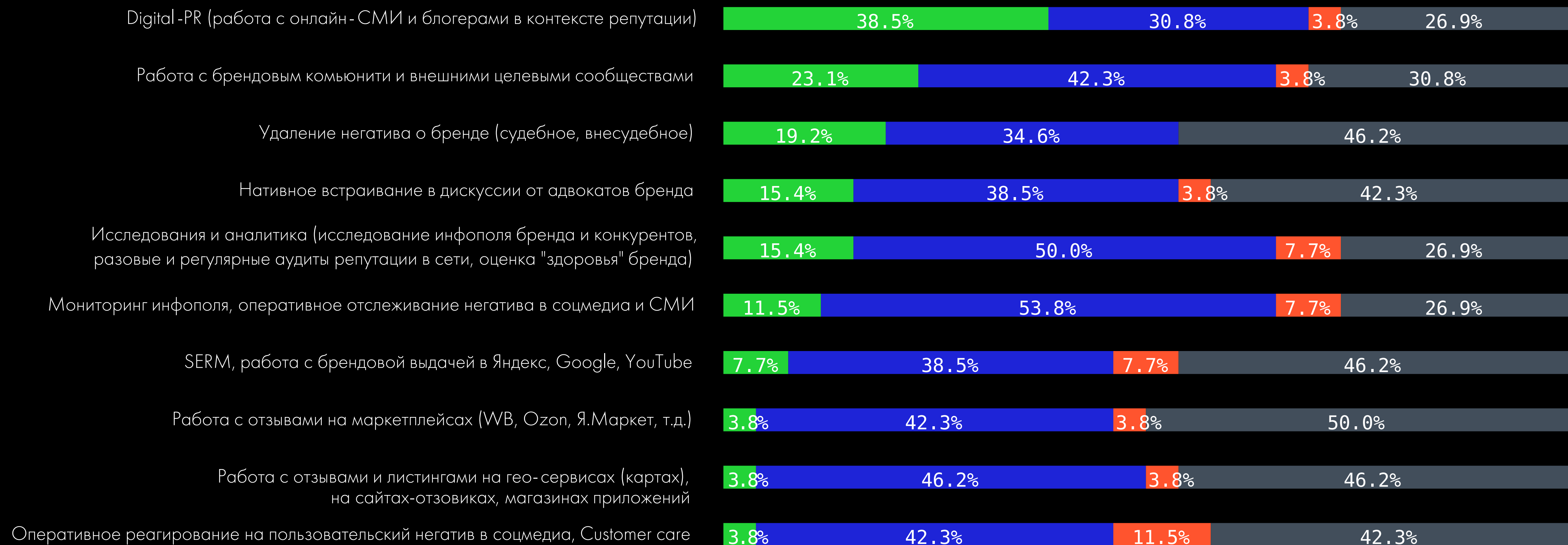


> 80 млн руб.

Общий годовой бюджет компаний,
принявших участие в исследовании

Об участниках

Как изменился бюджет на работы с репутацией с начала кризиса в феврале 2022?



■ Бюджет увеличен на 10 - 50%

■ Бюджет не изменился

■ Бюджет уменьшен на 10 - 50%

■ Бюджета не было

2. Основные выводы

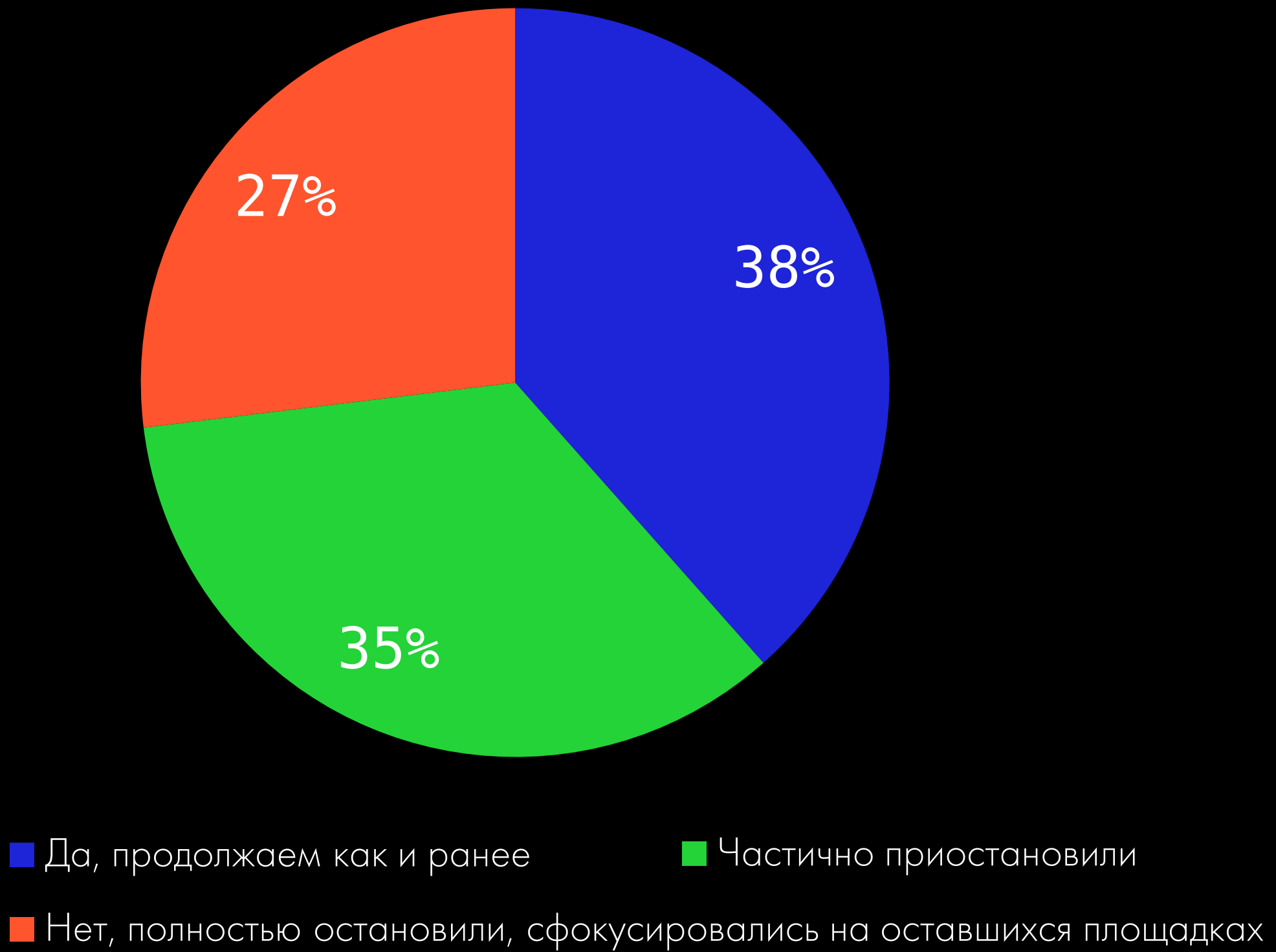


••• ORM в кризис: общая картина

Ваша работа в области ORM\онлайн репутации

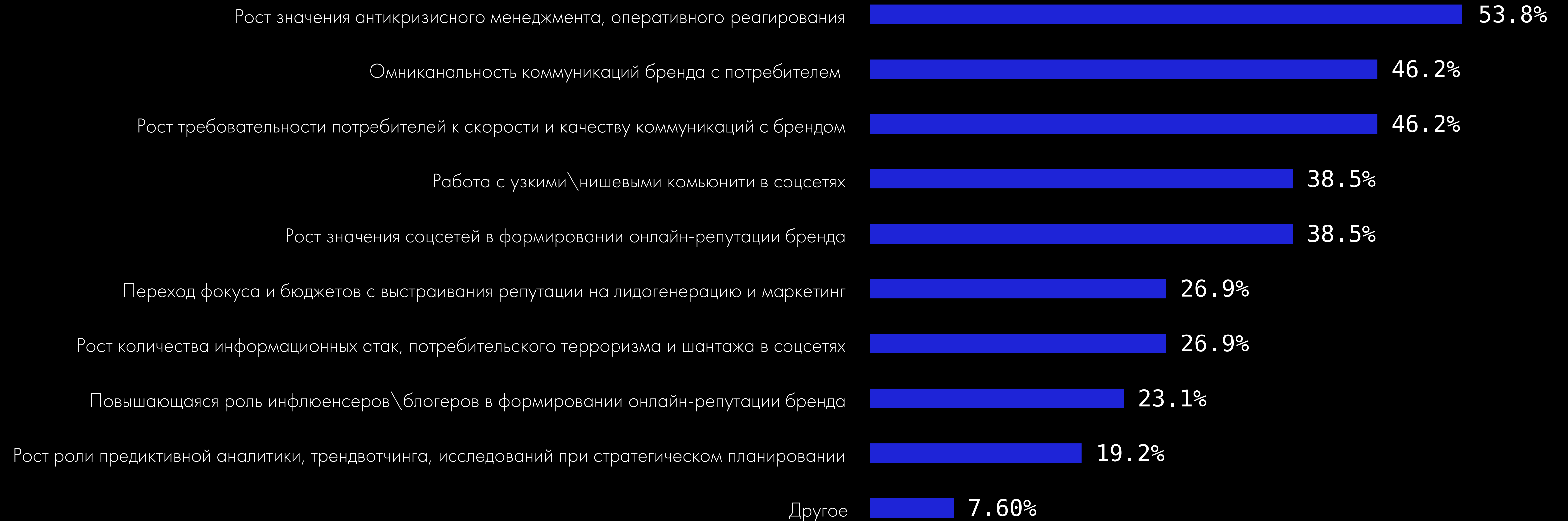


Продолжаете ли вы работу с репутацией в запрещенных соцсетях?



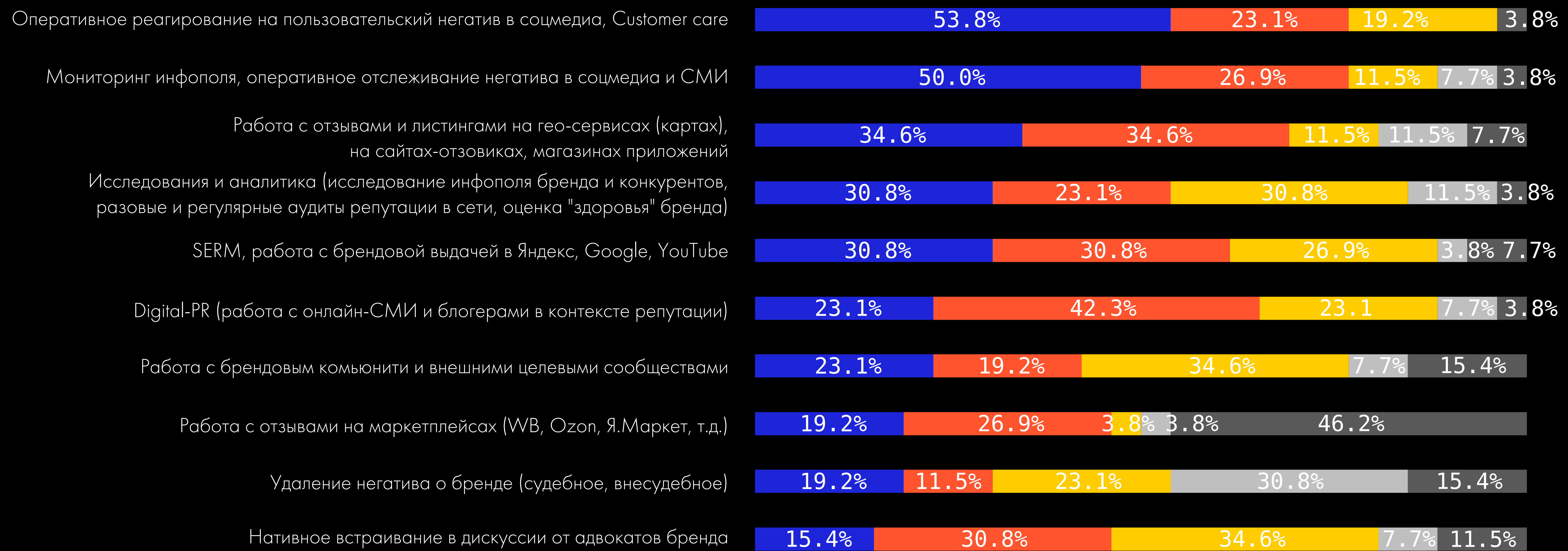
••• ORM в кризис: общая картина

Какие тренды в области работы с онлайн-репутацией бренда вы ощущаете на себе?



ORM в кризис: общая картина

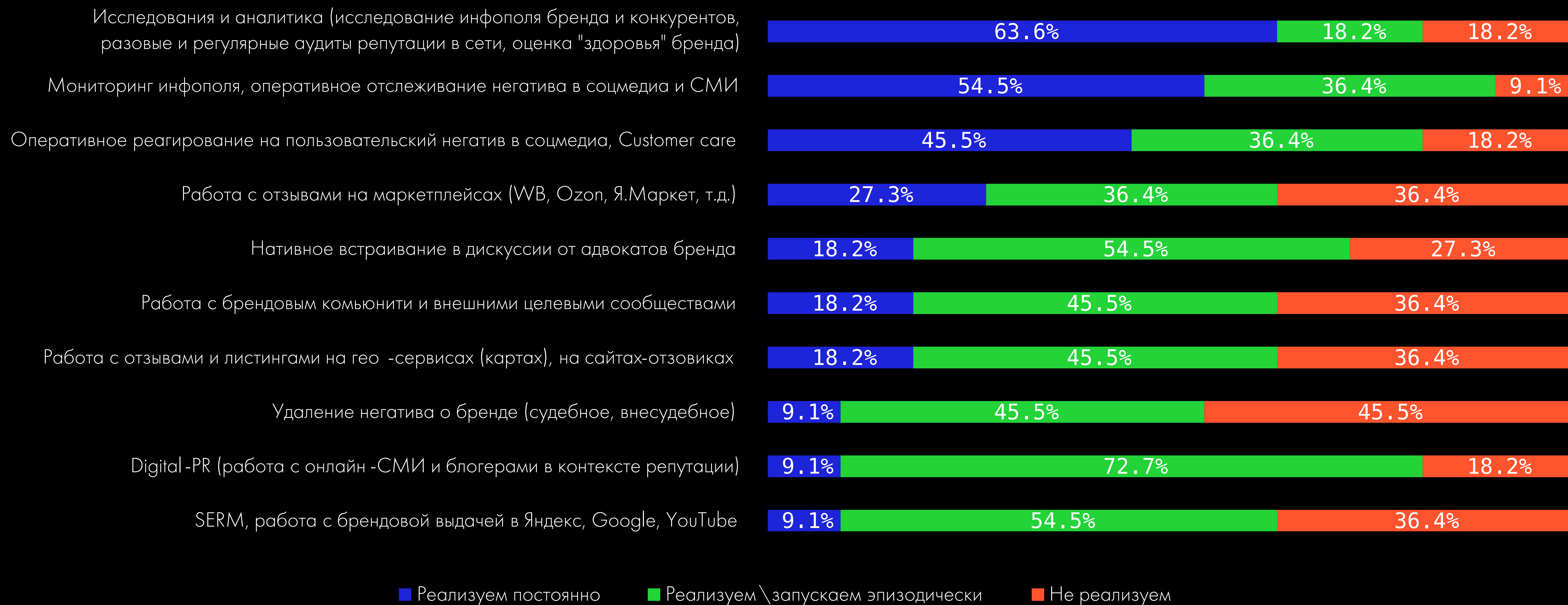
Какие направления работы с репутацией вы считаете наиболее важными для вашей компании?



■ 5 - очень важно ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 - абсолютно не важно

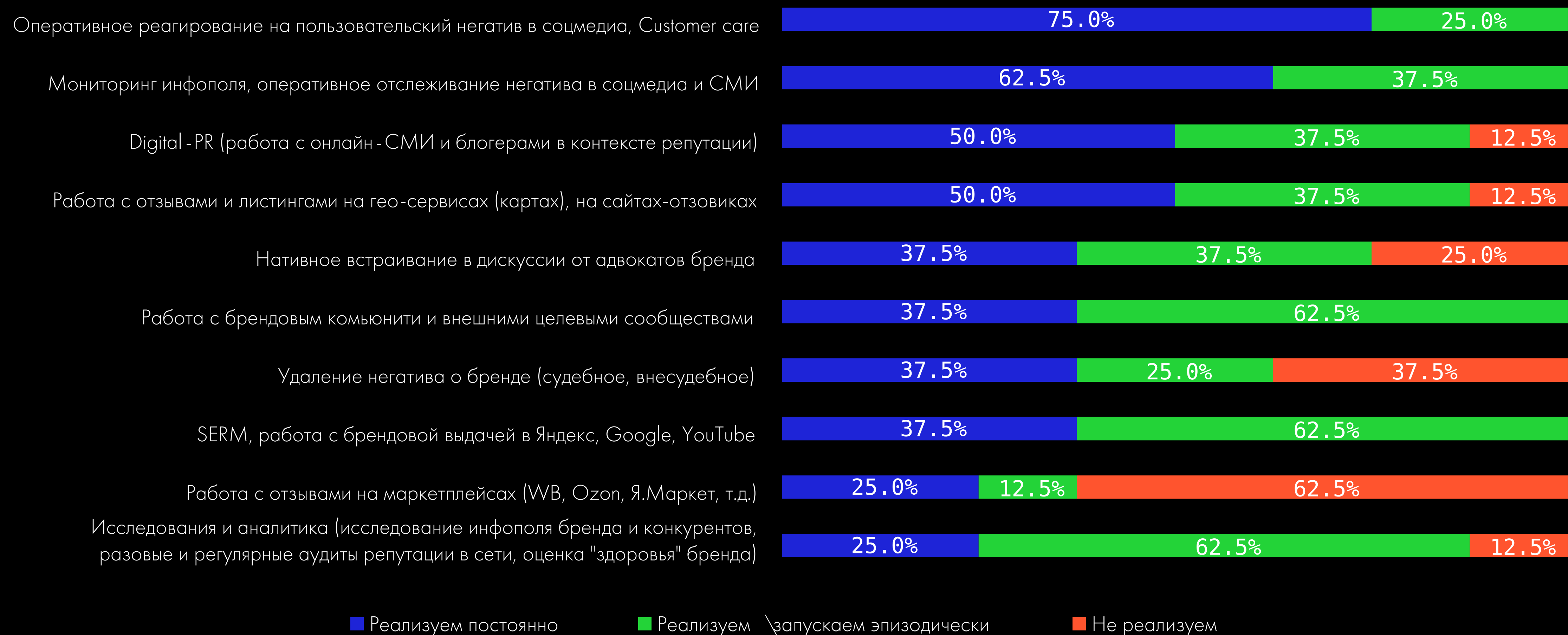
••• ORM в кризис: малый бизнес

Направления работы с репутацией и частота их реализации



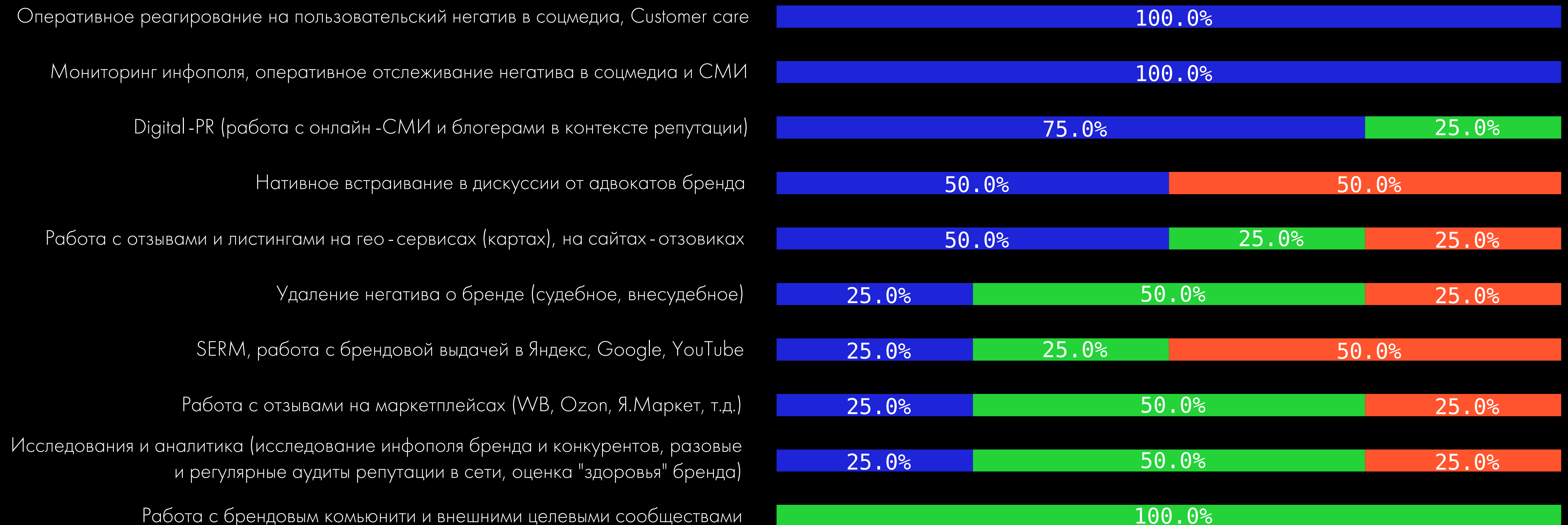
••• ORM в кризис: средний бизнес

Направления работы с репутацией и частота их реализации



••• ORM в кризис: крупный бизнес

Направления работы с репутацией и частота их реализации



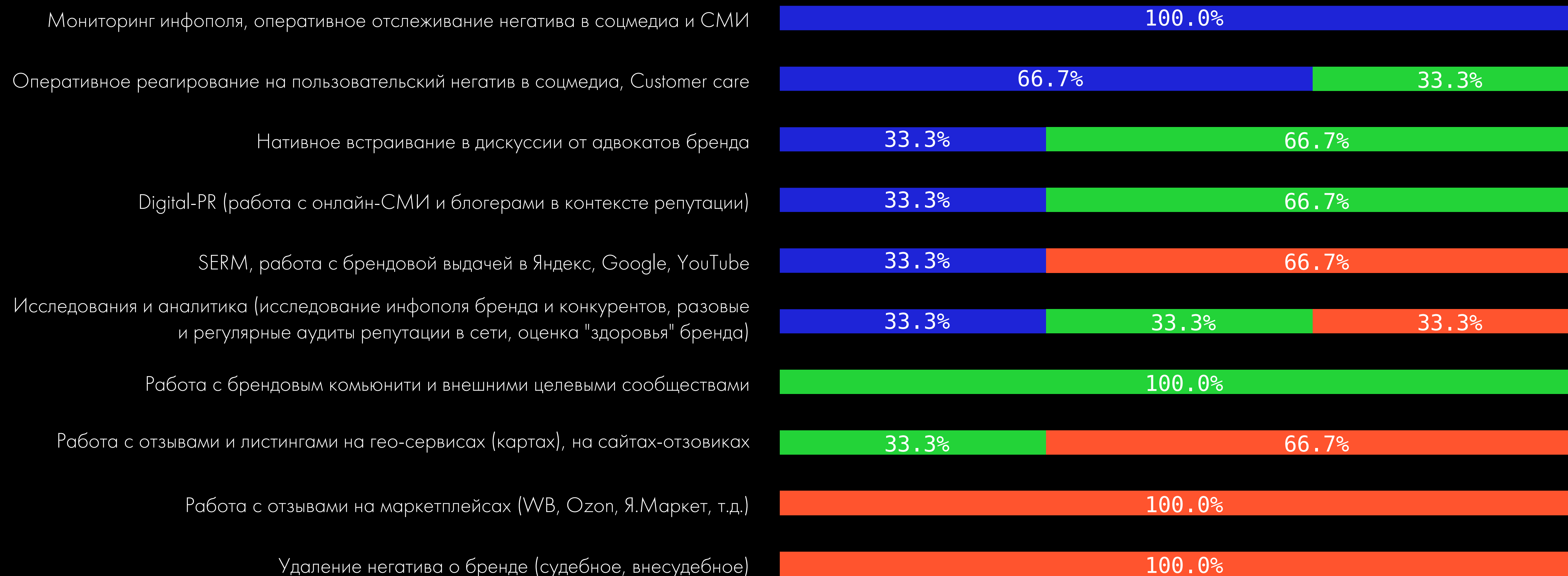
■ Реализуем постоянно

■ Реализуем \ запускаем эпизодически

■ Не реализуем

••• ORM в кризис: госучреждения и НКО

Направления работы с репутацией и частота их реализации



■ Реализуем постоянно

■ Реализуем \ запускаем эпизодически

■ Не реализуем

••• КРІ В ОРМ

Какие КРІ вы считаете наиболее важными при работе с онлайн-репутацией бренда\компании?



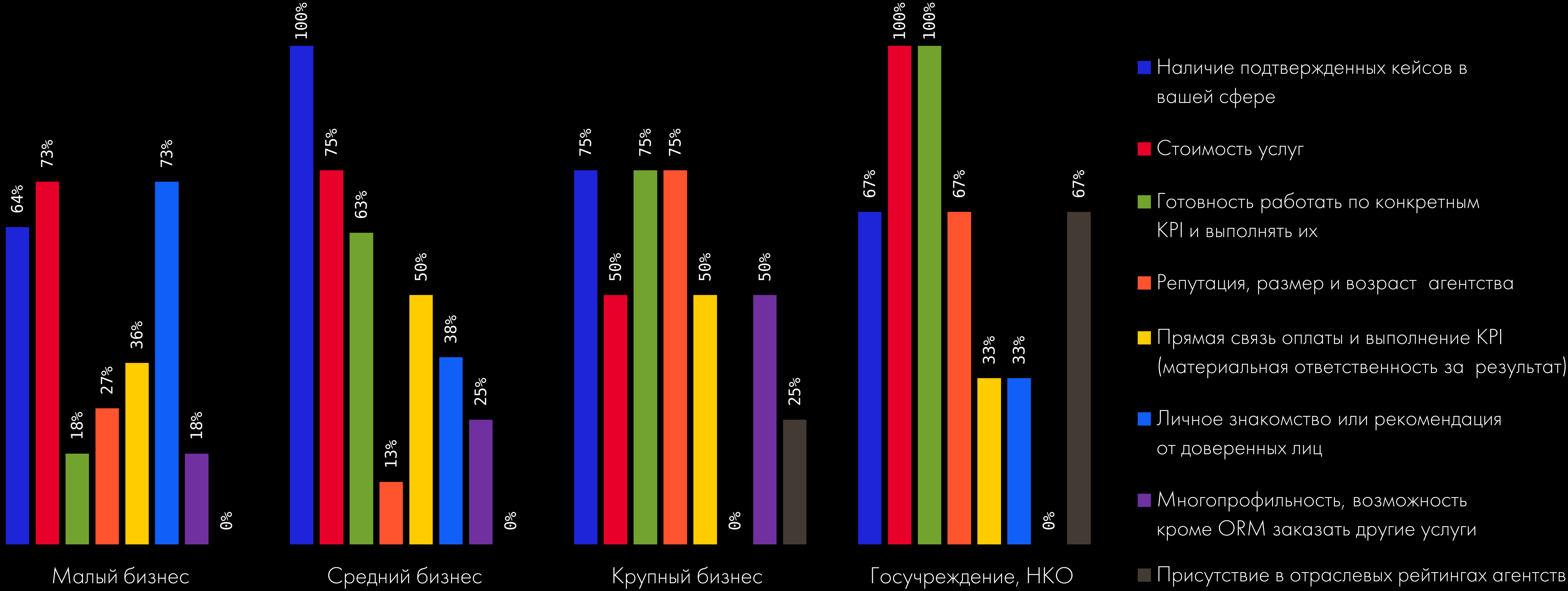
••• Отношения и работа с подрядчиками

Какие работы обычно отдаются подрядчикам, а какие выполняются внутри компании



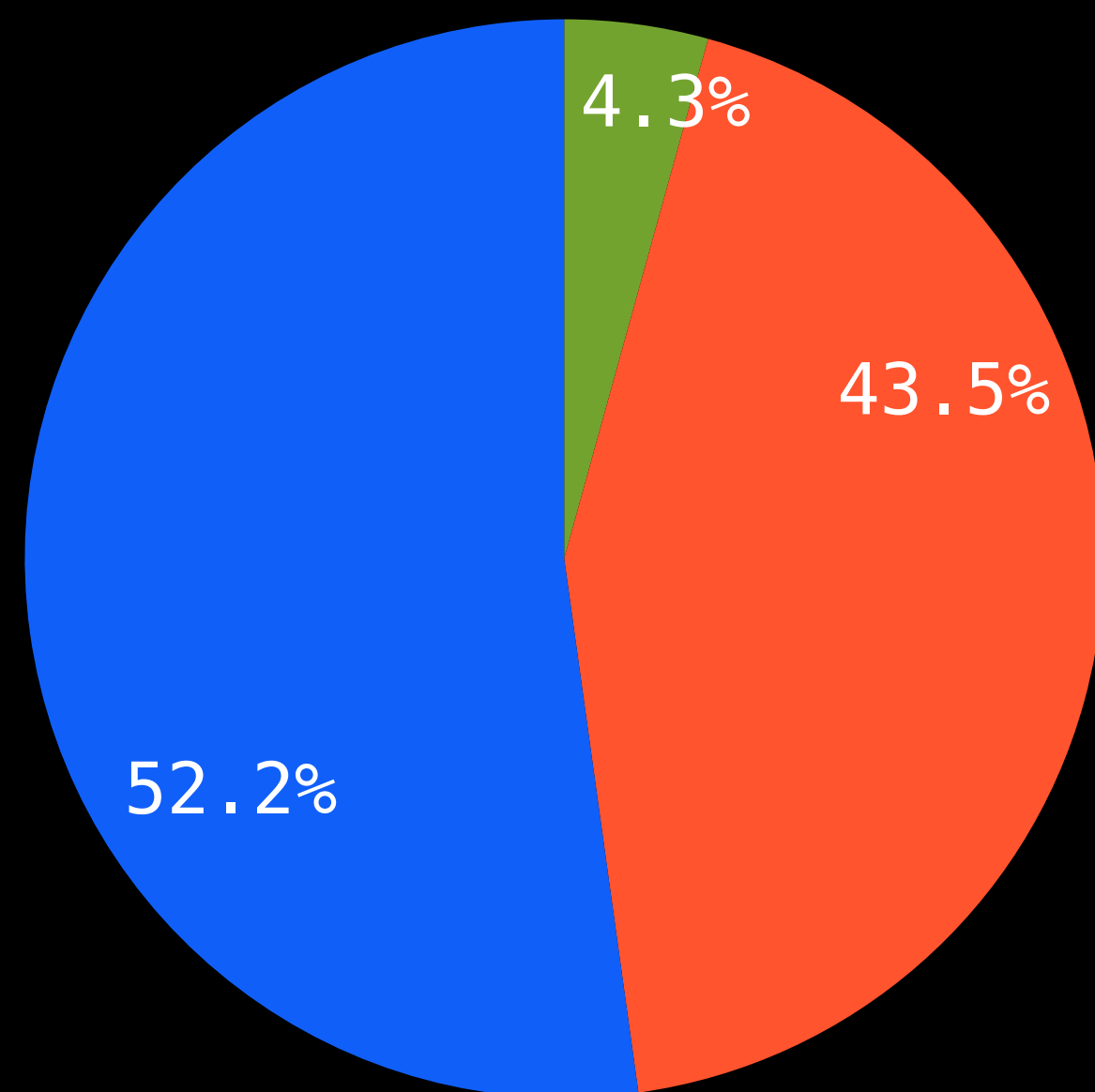
••• Отношения и работа с подрядчиками

Какими критериями в первую очередь руководствуются компании при выборе подрядчиков по работе с онлайн-репутацией

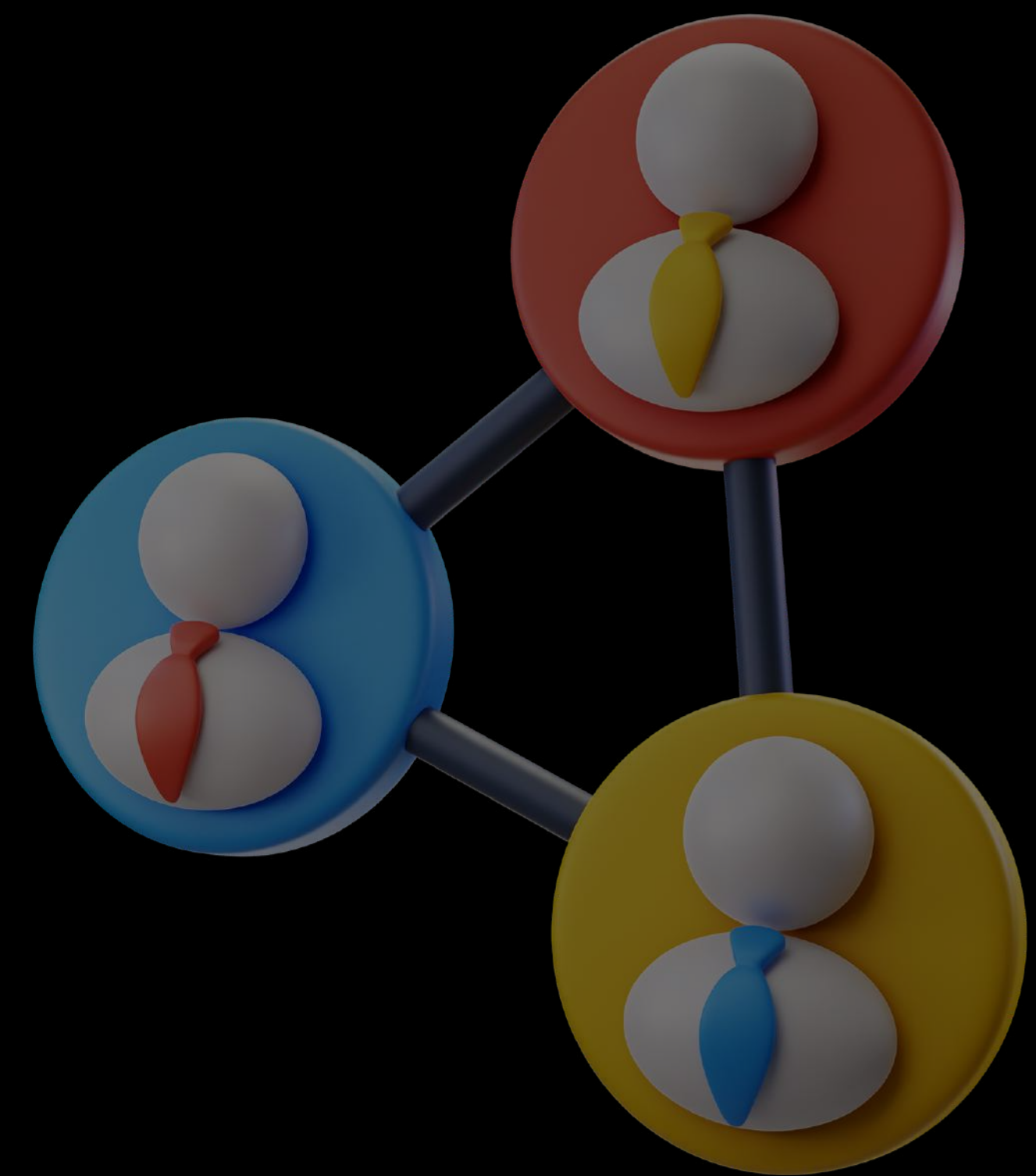


••• Отношения и работа с подрядчиками

При выборе подрядчиков вы стремитесь найти одного, закрывающего максимум направлений, или стремитесь искать специализированные агентства на отдельные задачи?



- Стараемся найти одного партнера, который бы закрывал направление полностью
- Ищем специализированные агентства на отдельные конкретные задачи
- Другое



••• Отношения и работа с подрядчиками

Удовлетворены ли вы качеством услуг, предоставляемых подрядчиками по различным направлениям работы с онлайн-репутацией бренда?



■ 5 - полностью удовлетворен ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 - абсолютно не удовлетворен

••• Отношения и работа с подрядчиками

Что вы считаете в среднем, сильными и, наоборот, слабыми сторонами у российских агентств, работающих на рынке репутационного менеджмента



Больше интересного контента про
медиааналитику и коммуникации -
в наших каналах в Telegram

t.me/ExLibrisMRA
t.me/pressfeed

