

CUM FACI INTERNET MARKETING PENTRU GESTIONAREA REPUTAȚIEI ONLINE? ASPECTE TEORETICE ȘI DOUĂ STUDII DE CAZ

Olivian BREDĂ, Internet marketing specialist
Curs “Resurse Umane și Internet”, FJSC, 14 martie 2011

Prezentarea e online pe: http://www.slideshare.net/O_Breda/

A. ASPECTE TEORETICE PENTRU PREVENIRE



DE CE CONTEAZĂ?



olivian

Căutați

Aproximativ 219.000 (de) rezultate (0,07 secunde)

Căutare avansată

- Toate
- Imagini
- Videoclipuri
- Știri
- Mai multe

București
Schimbați locația

Rețeaua web
Pagini scrise în română
Pagini din România
Pagini străine traduse
Mai multe instrumente

[Olivian BRED A - activitatile mele online - Romana](#)

Olivian BRED A - toate activitatile mele pe Internet, scurta prezentare, multe linkuri, pagina Last FM, date de contact, posibilitate de lasat feed-back.
[olivian.weebly.com/](#) - În cache - Pagini similare

[Olivian Breda | Facebook](#)

Prieteni: Mihai Dumitru, Alexandru Ciocodei, Cristina Ionescu, Sid Jacobson, Radu Andrada
Olivian Breda is on Facebook. Join Facebook to connect with **Olivian Breda** and others you may know. Facebook gives people the power to share and makes the ...
[www.facebook.com/olivian.breda](#) - În cache - Pagini similare

[Olivian](#)

Se spune ca fericirea este ultima statie a vietii, se spune ca aceasta e de fapt un inceput al calatoriei. Va uram "Drum bun"! Publicat de **Olivian** la 13:00 ...
[olivian92.blogspot.com/](#) - În cache

[Olivian BRED A - Fii eficient! - Blog despre eficienta](#)

Cum ma poti contacta? Telefon: 0743-41.00.26 (**Olivian BRED A**); E-mail: Daca vrei sa imi trimiti un email, foloseste acest formular. Vezi un articol cu.
[fieficient.com/olivian-breda-cine-sunt-eu/](#) - În cache

[Tipografii, printuri, grafica si obiecte promotionale: Bursadeprint.ro](#)

Site-ul oferă posibilitatea de a trimite cereri de oferte pentru obiecte promoționale, tipărituri și grafică precum și posibilitatea de a primi oferte de la ...
[www.bursadeprint.ro/](#) - Pagini similare

[Get a result now! - \[Traducerea acestei pagini \]](#)

12 Mar 2011 ... Read about professionals **Olivian BRED A** recommends, conference reviews, pictures, life changes, IT (information technology) or just life.
[getareaultnow.com/](#) - În cache - Pagini similare

[CV Olivian BRED A](#)

Pe acest site gasiti pentru download CV-ul in format Adobe Acrobat Reader. Va astept pe site pentru detalii.
[sites.google.com/site/cvolivian/](#)

[Get SEO ideas - \[Traducerea acestei pagini \]](#)

12 Mar 2011 ... Learn new SEO (Search Engine Optimization) tips by **Olivian BRED A**. Watch videos, read articles and get insights into SEO field.
[getseoideas.com/](#) - În cache - Pagini similare

[Blogger: User Profile: Olivian BRED A](#)

Olivian BRED A. Gender: Male; Astrological Sign: Taurus; Industry: Communications or Media; Occupation: Specialist Relatii Publice; Location: Bucuresti ...
[www.blogger.com/...05796430950014179687](#) - În cache - Pagini similare

[Pensiuni Baile Herculane](#)

Pensiuni din orasul statiune Baile Herculane situat pe Valea Cernei, zona integrata in Parcul National Domogled. In statiunea Baile Herculane, Pensiunea.
[rouademunte.ro/pensiuni-baile-herculane/](#) - În cache - Pagini similare



EVITĂ SĂ FACI LUCRURI DESPRE CARE SĂ SE SCRIE DE RĂU

- ☞ **Ca individ** - nu intra în dispute pe Internet; nu scrie de rău despre alții;
- ☞ **Companie** - nu da motive clienților tăi să se plângă despre tine;



CREEAZĂ LUCRURI DESPRE CARE SĂ SE SCRIE DE BINE

- ☞ **Ca individ** - fă un blog, fii activ pe rețele sociale, scrie (ca autor invitat) pe alte bloguri/site-uri;
- ☞ **Companie** - oferă servicii și produse de calitate, tratează clienții cu politețe, implică-te în viața comunității; fii prezentă în cât mai multe medii online (blog, rețele sociale, site-uri din domeniul tău); publică articole în reviste de specialitate;



DEDICAT - ARTICOLE ÎN PRESĂ

- ☞ **Aparițiile în presă apar foarte sus în rezultatele de căutare după numele unei persoane / companii; de asemenea, un articol într-un ziar important va fi preluat și de către alte surse online, așadar și mai multe rezultate la o căutare după nume;**
- ☞ **E foarte indicat să apari în media pentru reputația online;**
- ☞ **Dacă ai mai multe apariții în presă, în surse de știri importante, poți fi luat în considerare pentru o pagină pe Wikipedia;**



PROMOVEAZĂ LOCURILE ÎN CARE SCRII DE BINE DESPRE TINE (I)

- ☞ Pune la secțiunea informații de pe Facebook linkul către blogul tău;
- ☞ Pune pe Twitter link către blog;
- ☞ Inter-conectează SlideShare cu alte rețele sociale (LinkedIn, de exemplu);
- ☞ Pune pe blog link către Twitter și Facebook;



PROMOVEAZĂ LOCURILE ÎN CARE SCRII DE BINE DESPRE TINE (II)

- ✧ Adaugă în semnătura emailului tău linkuri către rețelele sociale;
- ✧ Pune pe site link către blog și rețelele sociale importante;
- ✧ Dacă publici un comunicat de presă, pune link în el;
- ✧ Dacă ești invitat să scrii pentru un site, în secțiunea în care ești prezentat ca autor/companie, pune și un link către blogul/site-ul tău;



FĂ O PROCEDURĂ DE TIPUL "DACĂ SE VA ÎNTÂMPLA CEVA RĂU"?

- ☞ **Ca individ** - un sfat simplu: dacă cineva scrie un articol negativ și emoțional pe un blog, politica ar fi să nu răspunzi în niciun caz cu aceeași monedă; evită să răspunzi rapid, în stare emoțională negativă;
- ☞ **Companie** - stabilește o politică de relații publice, pe tema reputation management; se va stabili o procedură de lucru pentru situații neplăcute pentru companie; ce se întâmplă când apare o problemă? Se va urma o procedură, creată anterior;



MONITORIZEAZĂ

- ☞ **Ca individ** - Google Alerts - <http://www.google.com/alerts> - cu numele tău ar trebui să fie suficient;
- ☞ **Companie** - poți folosi software specializat (indicat), sau te poți rezuma doar la Google Alerts (mai puțin recomandat); în orice caz, monitorizează mai mulți termeni (numele companiei, numele serviciilor/produselor, alte lucruri specifice industriei tale care te pot afecta direct);
- ☞ Caută și termeni în alte limbi, dacă e cazul; eventual caută numele companiei tale la Google.com, nu doar la Google.ro;



B. ASPECTE TEORETICE PENTRU
CORECȚIE - PERSPECTIVA SEM
(SEARCH ENGINE MARKETING -
MARKETING PENTRU MOTOARELE
DE CĂUTARE)



SITUAȚIE DATĂ (I)

- ☞ **X scrie despre tine în locul Y**, unde:
- ☞ **X** poate să fie un blogger, poate să fie o masă de cumpărători, poate să fie o companie rivală, poate să fie un jurnalist;
- ☞ **Y** poate să fie un blog, un site concurent, un forum public, un ziar;



SITUAȚIE DATĂ (II)

- ☞ În primele zile după ce o știre nouă este publicată, Google va favoriza acea știre în căutări (adică va afișa prioritar acea știre la o căutare după numele tău, în virtutea noutății știrii);
- ☞ Detalii despre subiect, QDF (**query deserves freshness** - o căutare merită rezultate noi de pe Interent):
<http://www.seomoz.org/blog/whiteboard-friday-query-deserves-freshness>
- ☞ Și după trecerea acestor zile, știrea e posibil să apară la căutări legate de tine;
- ☞ Tu dorești ca atunci când caută cineva despre tine, să obțină rezultate favorabile ție; cum procedezi?



SOLUȚIE 1: ELIMINĂ SURSA PROBLEMEI

- ☞ Mai ușor - să **convingi persoana să șteargă opinia:**
- ☞ Dacă o persoană scrie un articol/un comentariu negativ despre tine, poți încerca să îi schimbi opinia;
- ☞ Insistă mult pe acest aspect, e varianta cea mai puțin costisitoare ca timp/efort/bani;



MAI GREU - SĂ SOLICIȚI ALTORA SĂ ȘTEARGĂ OPINIA:

- ☞ Dacă un comentator pe un forum face afirmații false și poți demonstra acest lucru, poți cere ștergerea articolului;
- ☞ Dacă un articol dintr-un ziar are afirmații nefondate, poți să soliciți ștergerea articolului (situație delicată, necesită atenție);
- ☞ Dacă o persoană are un site propriu și face afirmații negative, ilegale, neconcurențiale, poți solicita hosting-ului să oprească găzduirea site-ului;



COSTISITOR MATERIAL - SĂ INFLUENȚEZI CU BANI OPINIA:

- ☞ Dacă o persoană are un blog personal, poți face oferta de a cumpăra tot blogul; poate fi mai ieftin decât soluțiile de mai jos;



COSTISITOR CA TIMP, RESURSE, BANI - PROCESE;

- ☞ Dai în judecată persoana/compania care scrie de rău despre tine, dacă poți demonstra că afirmațiile sunt calomnioase;



SOLUȚIE 2: GOOGLE ADWORDS

- ☞ Foarte rapid - când caută cineva un termen la Google, să apară reclama ta deasupra rezultatelor organice;



SOLUȚIE 3: RECLAME CONTEXTUALE PLĂTITE

- ☞ Foarte rapid - cumpără reclame (prin Google AdWords și alte rețele de bannere de pe site-uri) pe site-urile pe care se vorbește despre tine;



SOLUȚIE 4: SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION - OPTIMIZARE PENTRU MOTOARELE DE CĂUTARE) PENTRU RESURSE DESPRE TINE CARE SUNT POZIȚIONATE LA MOMENTUL RESPECTIV SUB ȘTIRILE NEGATIVE

- ✧ Resursele nu trebuie să fie neapărat despre tine; practică este pe termen lung;
- ✧ Notă: poți avea cel mult două rezultate în Google pentru același site; nu supra-optimiza un singur domeniu (e de preferat să ai 5 știri pozitive de pe 5 site-uri diferite, decât 5 știri pozitive de pe același site; Google favorizează diversitatea surselor);



SOLUȚIE 5: CREEAZĂ CONȚINUT NOU

- ✧ Subdomenii ale site-ului tău sau microsite-uri; detalii: <http://www.seomoz.org/blog/understanding-root-domains-subdomains-vs-subfolders-microsites>
- ✧ Conturi pe rețele sociale;
- ✧ Bloguri pe platforme de blogging (WordPress / Blogger / TypePad);



SOLUȚIE 6: SOLUȚIE DEDICATĂ CONȚINUT NOU - ACOPERIRE MEDIA

☞ Complicat de implementat, rezultate foarte bune
însă;



SOLUȚIE 7 (COMPLICATĂ): ELIMINAREA LINKURILOR CĂTRE ARTICOLUL PROBLEMATIC

☞ Dacă știrea pe care vrei să o elimini are linkuri către ea, va fi favorizată de motoarele de căutare;

☞ Folosește:

... <https://siteexplorer.search.yahoo.com/>

... <http://www.opensiteexplorer.org/>

... <http://www.majesticseo.com/>

pentru a găsi site-urile care au linkuri către o anumită știre, și caută soluții să elimini acele linkuri;

☞ Fii, cu toate acestea, etic;



C. STUDIU DE CAZ 1



SITUAȚIE

- ☞ Articol negativ pe un blog despre o companie, client al meu;
- ☞ Persoana care a scris articolul nu a dorit nicio comunicare, nu a făcut afirmații false, astfel încât nu se puteau lua acțiuni legale; erau afirmații negative, dar legitime;



SOLUȚII

- ✧ Crearea de conturi pe rețele sociale și adăugarea de conținut relevant;
- ✧ Crearea de conturi pe forumuri și scrierea de articole relevante (numele de utilizator era numele companiei; articolele de pe forumuri erau neutre);
- ✧ SEO pentru punctele de mai sus;



REZULTAT

- ☞ Articolul negativ, după expirarea QDF și acțiunile realizate, a scăzut pe pagina 4 de rezultate;
- ☞ O perioadă nu am făcut SEO, a expirat QDF pentru propriile articole de pe forumuri, articolul negativ a urcat pe pagina 3;
- ☞ Noi acțiuni SEO, articolul a scăzut până pe pagina 4, unde a și rămas pentru mai multe luni de zile;



D. STUDIU DE CAZ 2 - BRITISH PETROLEUM (BP)



SITUAȚIE (VIA WIKIPEDIA)

☞ "Accidentul de pe platforma petrolieră Deepwater Horizon se referă la exploziile catastrofice din ziua de 20 aprilie 2010, care au avut loc la platforma de foraj Deepwater Horizon a companiei British Petroleum, situată în Golful Mexic la aproximativ 65 de kilometri sud de coasta statului american Louisiana în zona câmpului petrolifer cunoscut ca Macondo Prospect.

Exploziile, care s-au produs după ce o parte din țiteiul erupt datorită forajului fundului maritim nu a mai putut fi captat, au ucis 11 lucrători, rănind grav 17 și alți 98 ușor. De asemenea, exploziile au cauzat distrugerea, arderea și apoi scufundarea platformei petroliere Deepwater Horizon, evenimente urmate de o erupție masivă a țiteiului prin gaura forată în apele Golfului Mexic din vecinătatea coastei nord-americe. Catastrofa petrolieră golf-mexicană este considerată cea mai mare din întreaga istorie a Statelor Unite și, în același timp, cauzatoare a unui enorm dezastru ecologic. “

http://ro.wikipedia.org/wiki/Accidentul_de_pe_platforma_petrolier%C4%83_Deepwater_Horizon



CE A FĂCUT BINE BP?

- ☞ Reclame AdWords pentru căutările Google - se cereau soluții rapide;
- ☞ Reclame AdWords pentru site-uri (dacă aveai un site pe care afișai reclame AdWords și vorbeai pe subiecte pe tema BP, apărea o reclamă a BP);
- ☞ Pagini cu explicații pentru situație;
- ☞ Conturi pe rețele sociale;



CE AR FI TREBUIT FĂCUT MAI BINE?

- ☞ Evident, rezolvat problema mai rapid; dacă apari la televizor cu o știre negativă, impactul e foarte puternic, și greu de acoperit prin SEM;
- ☞ (discutabil) Să accepte inclusiv comentarii negative pe rețelele sociale / paginile proprii;



SURSE FOLOSITE ȘI DETALII SUPLIMENTARE

- ✂ <http://www.seomoz.org/blog/our-online-reputation-management-playbook>
- ✂ <http://www.searchenginepeople.com/blog/bp-oil-spill-seo-reputation-management-the-arm-response.html>
- ✂ <http://www.webseoanalytics.com/blog/10-steps-for-effective-online-reputation-management/>
- ✂ <http://www.reputation247.com/reputation-management-news/2010/08/reputation-management-can%E2%80%99t-win-them-all-the-bp-oil-spill/>
- ✂ <http://www.marketingpilgrim.com/2010/06/bp-reputation-management.html>
- ✂ <http://hubpages.com/hub/Known-Reputation-Management-Techniques-Used-by-BP>
- ✂ <http://reputationprofessor.com/category/do-it-yourself-reputation-management/>
- ✂ <http://www.seochat.com/c/a/Search-Engine-Optimization-Help/Online-Reputation-Management-with-SEO/>



MULȚUMESC!

Olivian BREDA

vino@lumeaseoppc.ro

0743-41.00.26

<http://getseoideas.com/>