

Назарук Анна Вячеславовна
Nazaruk Anna Vyacheslavovna

Студент
Student

Брестский государственный технический университет
Brest State Technical University
Брест, Беларусь
Brest, Belarus

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С ОТЗЫВАМИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

ORGANIZATIONAL ASPECTS OF WORKING WITH REVIEWS IN THE INTERNET SPACE

Аннотация: В статье раскрыто значение процесса мониторинга онлайн-отзывов с целью повышения эффективности управления предприятием. Дана характеристика различным онлайн-ресурсам, обеспечивающим сбор мнений потребителей о компании и ее товарах, выполнен их сравнительный анализ.

Abstract: The article reveals the importance of the process of monitoring online reviews in order to improve the efficiency of enterprise management. The characteristics of various online resources providing the collection of consumer opinions about the company and its products are given, their comparative analysis is performed.

Ключевые слова: онлайн-репутация, онлайн-отзывы, маркетинговое управление, интернет-маркетинг, электронная коммерция.

Key words: online reputation, online reviews, marketing management, internet marketing, e-commerce.

Маркетинговое управление онлайн-репутацией предприятий получило особое развитие с возникновением социальных сетей, интернет-форумов, блогов и других форм онлайн-общения и обмена информацией [1]. На сегодняшний день эффективное управление предприятием невозможно без постоянного мониторинга

репутационного фона компании в интернет-среде.

Мониторинг отзывов в интернете – это ручной или автоматизированный сбор любых упоминаний о компании или бренде в информационном пространстве [2]. Мониторинг отзывов позволяет узнать мнение потребителей о компании и ее товарах (услугах), выявить проблемы компании и недостатки ее продукции, отработать негатив и возражения клиентов.

Осуществлять мониторинг отзывов рекомендуется на разных площадках. Сравнительная характеристика онлайн-ресурсов, позволяющих собирать отзывы потребителей о компании и ее товарах представлены в таблице 1.

Таблица 1. Онлайн-ресурсы для сбора отзывов

Онлайн-ресурсы	Характеристика
Веб-сайт компании	Отзывы о компании размещаются в одноименном разделе сайта, а отзывы о товарах – в их карточках. Также лучшие отзывы могут размещаться на главной странице сайта. Могут быть опубликованы как отзывы потребителей, так и отзывы лидеров мнений, известных личностей, экспертов. Для повышения доверия потребителей на сайте может быть открыт блок с комментариями, позволяющий любому желающему оставить отзыв. Для подтверждения реальности отзывов у пользователей может запрашиваться вход в их социальные сети. Так оставленные потребителями отзывы будут соответствовать их реальным страницам. Эффективна публикация видео-отзывов и обзоров.
Сайты-отзовики	Обычно занимают первые позиции в поисковой выдаче при поиске отзывов о компаниях или их товарах. Отзовики предоставляют компаниям возможность добавить их объект для отзывов на сайт. Кроме того, компаниям может предоставляться возможность отвечать на отзывы от лица представителя, размещать в карточке компании необходимую информацию. Отзовики могут уведомлять компанию о новых отзывах или комментариях. Среди платных функций для компаний может быть, например, проверка на наличие подложных отрицательных отзывов.
Профиль компании в геосервисах	Геосервисы предоставляют возможность отвечать на отзывы потребителей от имени компании, размещать в карточке компании необходимую информацию. В поисковой выдаче в геосервисах первые позиции занимают компании с наилучшим рейтингом и с наибольшим количеством положительных отзывов.

Социальные сети компании	Пользователи могут оставлять отзывы в комментариях к публикациям компании, а также публиковать отзывы на личных страницах в формате постов, оставляя ссылку на соцсети компании. К отзыву могут быть прикреплены фотографии и видео. Пользователи могут проверить, реальный ли человек опубликовал отзыв, проанализировав его аккаунт. Именно поэтому такие отзывы вызывают большее доверие.
Блоги известных личностей, экспертов	Интернет-пользователи доверяют блогерам, за которыми следят, их мнение авторитетно для них, они прислушиваются к их рекомендациям. Компания может предоставить блогеру товар и договориться о публикации в его блоге отзыва-обзора без дополнительной платы. Тематика блога, в котором публикуется отзыв, должна соответствовать продвигаемому товару. Отзывы в блогах известных личностей или экспертов повышают доверие покупателей и узнаваемость бренда.

Источник: собственная разработка автора

Выбор наиболее эффективного ресурса для работы с отзывами зависит от пользователя, преследуемых целей и сферы деятельности организации (см. рис. 1).

Рекомендации:

Размещение отзывов на сайте подходит интернет-магазинам, платформам для бронирования жилья, отелям и гостиницам, туристическим агентствам, строительным организациям, онлайн-школам, образовательным сервисам и платформам, компаниям, выполняющим индивидуальные заказы и др.

Сайты-отзовики являются эффективным инструментом формирования онлайн-репутации предприятий, осуществляющих розничную торговлю. Для предприятий, отсутствующих в интернет-пространстве, отзовики являются единственным источником получения информации о компании для потребителей.

Отзывы в геосервисах являются наиболее эффективным инструментом привлечения клиентов для оффлайн-бизнеса: магазинов розничной торговли, предприятий общественного питания, отелей и гостиниц, автосервисов, ремонтных организаций, салонов красоты,

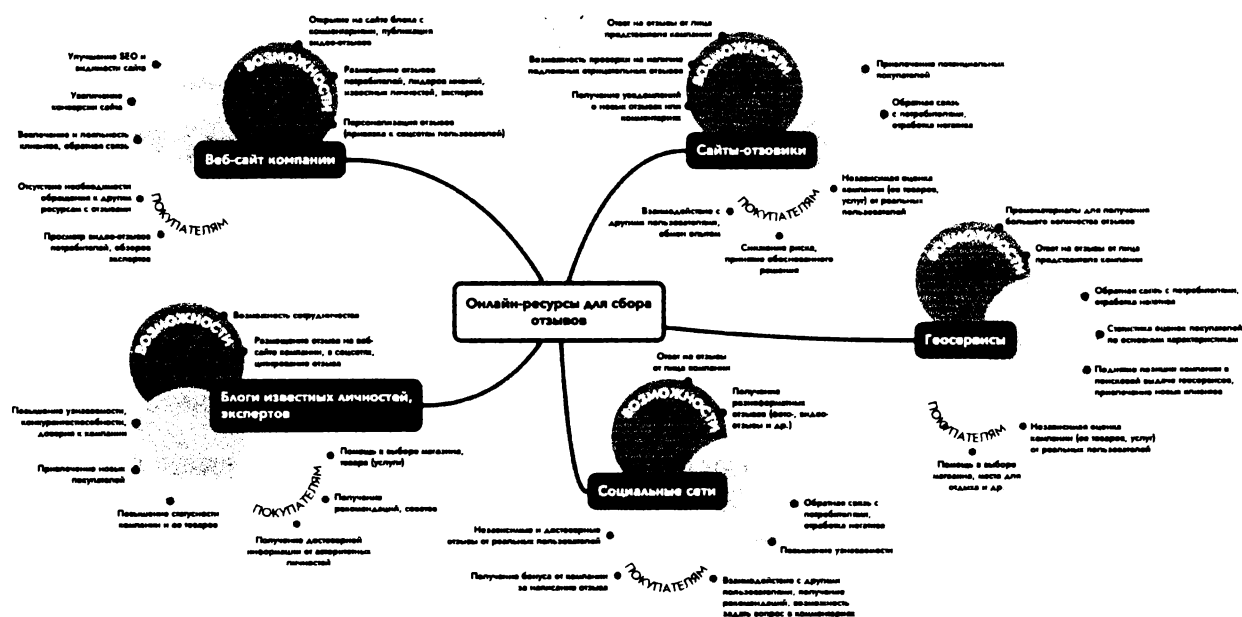


Рис. 1. Особенности онлайн-ресурсов для сбора отзывов

Источник: собственная разработка автора

Отзывы в соцсетях могут быть полезны для компаний, которые хотят привлечь новых клиентов через активное присутствие в интернет-пространстве и взаимодействие с аудиторией (интернет-магазины, организации сферы онлайн-услуг, магазины одежды и косметики, рестораны и кафе, косметические и парикмахерские салоны, фитнес-центры, компании сферы онлайн-образования и др.)

Отзывы известных личностей и экспертов могут быть эффективным инструментом продвижения для специализированных магазинов, магазинов одежды и аксессуаров, кофеен, кафе и ресторанов.

Вывод:

- 1) Отзывы – неотъемлемый элемент интернет-маркетинга;
- 2) Отзывы являются источником ценной информации для покупателей, продавцов и производителей;

XII Международная научно-практическая конференция

3) Выбор онлайн-ресурса определяется маркетинговыми целями предприятия, особенностями деятельности, спецификой целевой аудитории;

4) Правильный выбор онлайн-ресурсов для сбора отзывов позволяет организациям эффективно управлять своей онлайн-репутацией;

5) Внедрение процедур работы с онлайн-репутацией позволит работать с инструментами наблюдения и исследований, что может стать основой разработки (совершенствования) новых продуктов, обслуживания клиентов, внедрения на рынок, привлечения лучших партнеров.

Библиографический список:

1. Реверчук, Н. И., Дзямулич, Е. С. Маркетинговое управление онлайн-репутацией предприятий // Экономика и современный менеджмент: теория и практика, – 2014. – № 34. – С. 61.

2. Гончаров Д.К., Айдарова Е.М. Экономика упоминаний в информационном обществе // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, – 2020. – №7-2. – С. 97.

© А.В. Назарук, 2023