

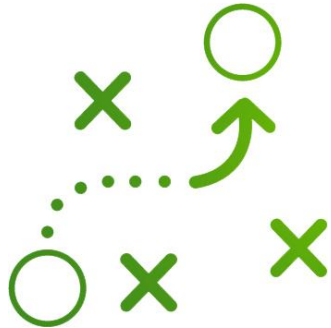
# FECs

Кейс по управлению репутацией  
ресторана в Санкт-Петербурге

# Исходные данные и цели

\*\*\*\*\*– семейный ресторан Санкт-Петербурга, предлагающий клиентам блюда европейской, паназиатской кухни, бургер-меню. В ресторане работает «Детская комната» и сервис доставки еды.

Ключевые цели – повышение лояльности целевой аудитории и увеличение количества посетителей за счет создания и поддержания положительного имиджа бренда в Сети.



Для достижения цели было решено использовать комплекс инструментов репутационного маркетинга, включая инструменты скрытой рекламы и размещение информации о бренде у «лидеров мнений» социальных медиа.

# Задачи

Повышение узнаваемости бренда «\*\*\*\*\*» в социальных медиа.  
Выведение ресторан в ТОП ресторанов Санкт-Петербурга на тематических ресурсах.  
Непрерывное отслеживание бренда.



Для решения задачи мы провели исследование присутствия бренда «\*\*\*\*» в социальных медиа, на основе которого были разработаны стратегия дальнейшей работы и собственная система коммуникации с целевой аудиторией.



Были выделены основные площадки, с аудиторией которых следовало начинать работу:  
<http://www.tripadvisor.ru/>,  
<http://www.restoclub.ru/>,  
<http://spb.allcafe.ru/>. Для формирования положительного имиджа бренда на выбранных площадках мы сформировали на этих ресурсах базу пользователей с положительной репутацией.

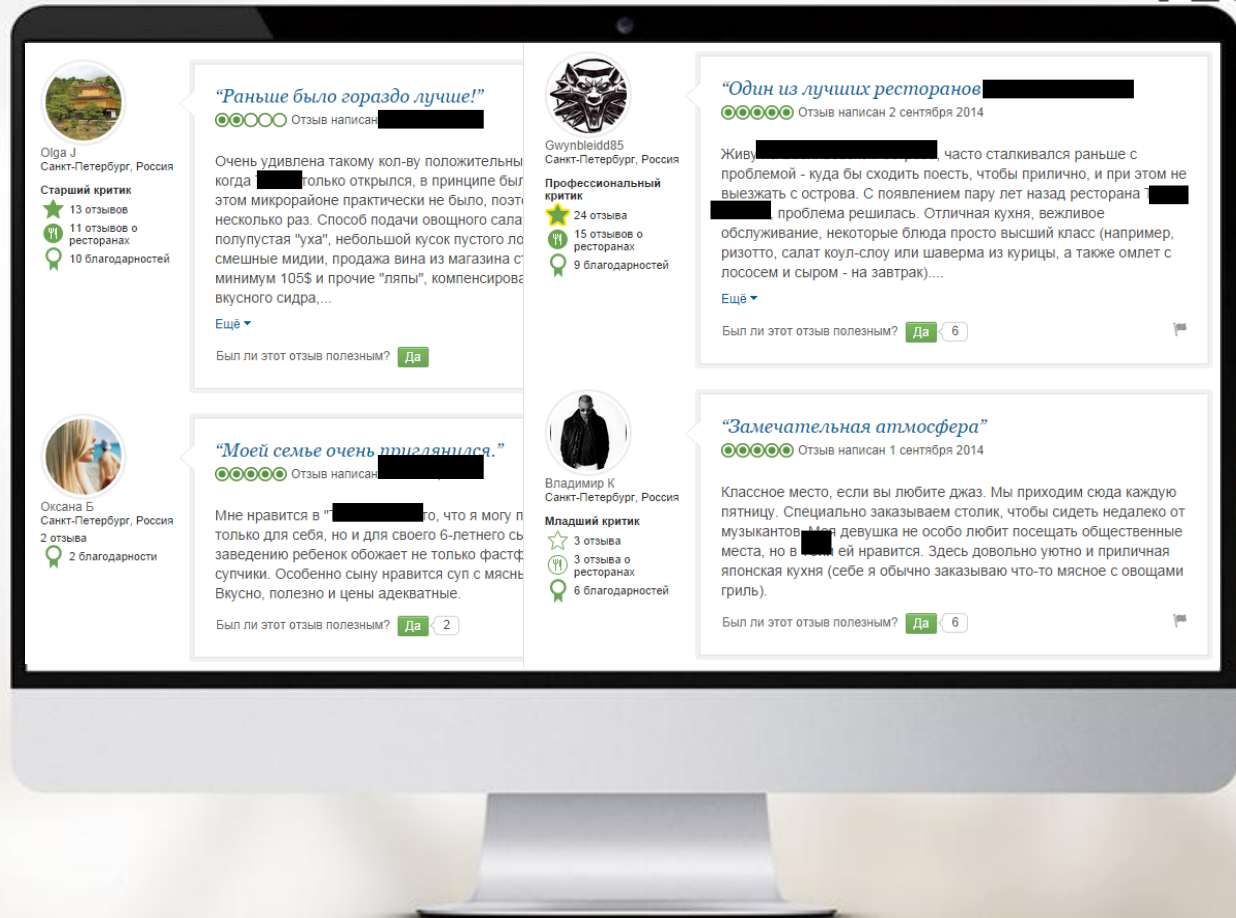


После завершения этапа становления «виртуалов» мы приступили к постепенному наращиванию массы позитивных отзывов, параллельно ведя переписку от лица ресторана с администраторами площадок об удалении заведомо ложных негативных отзывов.



# Работа с негативом в сети

Для формирования положительного имиджа ресторана в сети мы отобрали пользователей с хорошей репутацией на тематических площадках, а также зарегистрировали новых пользователей и разместили от их имени отзывы о других заведениях (этап становления виртуалов). Такая стратегия продиктована тем, что отзывы должны быть неотличимыми от отзывов реальных пользователей.



# Положительный имидж

Для формирования положительного имиджа клиента, администраторам порталов на которых была размещена информация о строительном объекте, были направлены предложения о размещении актуальных сведений. В ходе переговоров был поднят вопрос об удалении старых материалов.



Мы провели комплексный маркетинговый анализ ресторана, выявлена целевая аудитория; оценены конкурентная и рыночная ситуации. В результате была разработана концепция эффективного продвижения ресурса в социальных сетях и на тематических ресурсах.



Для формирования положительного имиджа ресторана в сети мы подготовили качественных виртуалов. Такая стратегия продиктована тем, что отзывы должны быть неотличимыми от отзывов реальных пользователей.



Повысился рейтинг ресторана на всех тематических сайтах:  
<http://www.tripadvisor.ru/>,  
<http://www.restoclub.ru/>,  
<http://spb.allcafe.ru/>.

# Статистика и результаты

F ECS

## RESTOCLUB

На сайте <http://www.restoclub.ru/> было добавлено свыше 70 отзывов (зарегистрированы новые аккаунты и привлечены активные пользователи ресурса из СПб с высокой репутацией). Регулярно обновляется раздел «Новости». Нейтрализовано влияние на рейтинг негативных отзывов посетителей. На негативные недостоверные («фейковые») отзывы были направлены многочисленные жалобы, в результате чего они были удалены с сайта. Ресторан вошел в ТОП-10 итальянских ресторанов СПб.



На сайте <http://www.tripadvisor.ru/> было добавлено свыше 50 отзывов (зарегистрированы новые аккаунты и привлечены пользователи с действующими аккаунтами с высокой репутацией; написаны тексты отзывов на русском и английском языках). Регулярно обновляется раздел «Новости». Проведена работа по нейтрализации опубликованных посетителями негативных отзывов (с оценками «2» и «3» балла). В результате место ресторана в рейтинге повысилось с 793-го до 30-го.

## allcafe

На сайте <http://spb.allcafe.ru/> было добавлено свыше 60 отзывов, за счет чего удалось нейтрализовать влияние негативных отзывов посетителей. Регулярно обновляются разделы «Новости» и «Афиша».

**СПАСИБО**