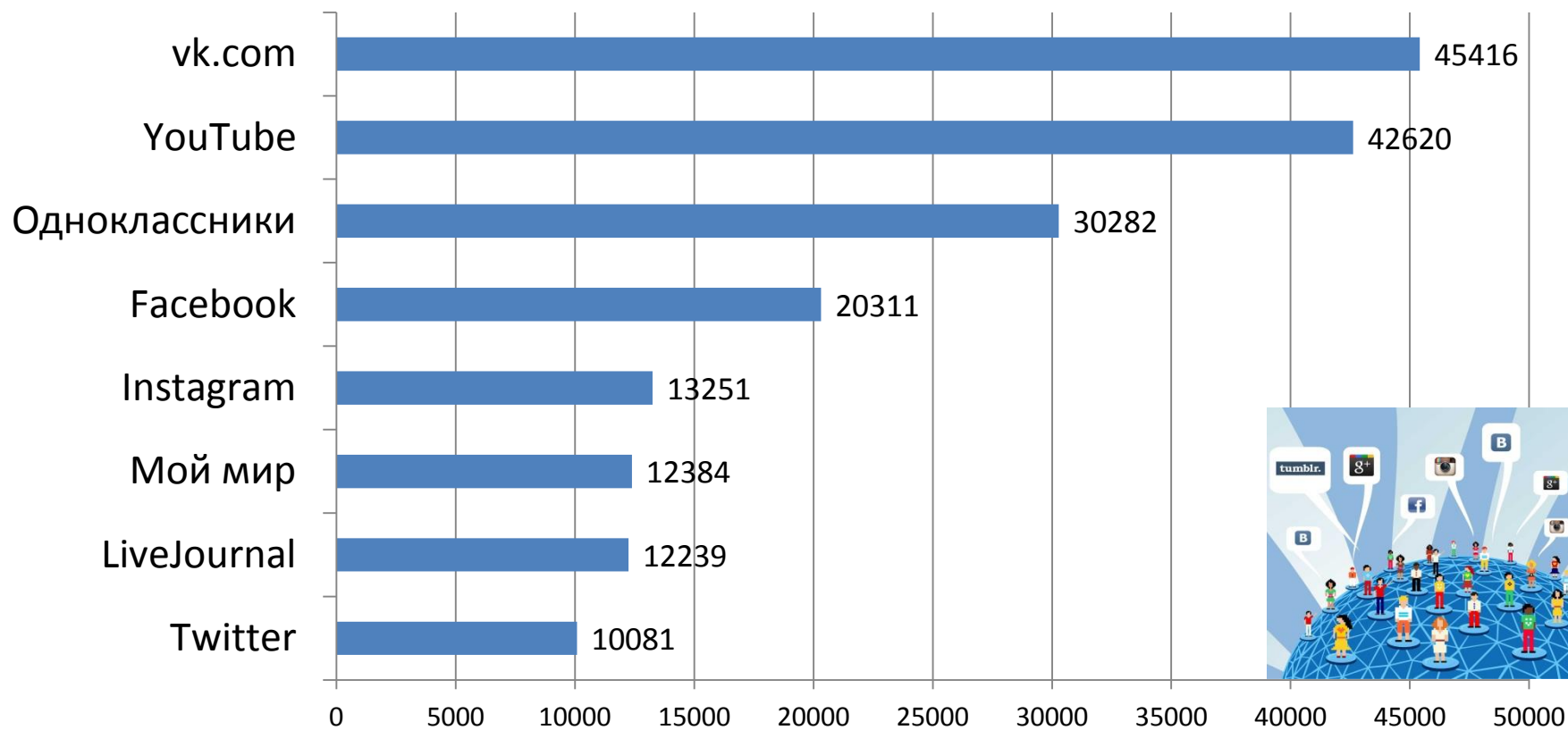


# Работа с негативом в социальных сетях (опыт девелопера)



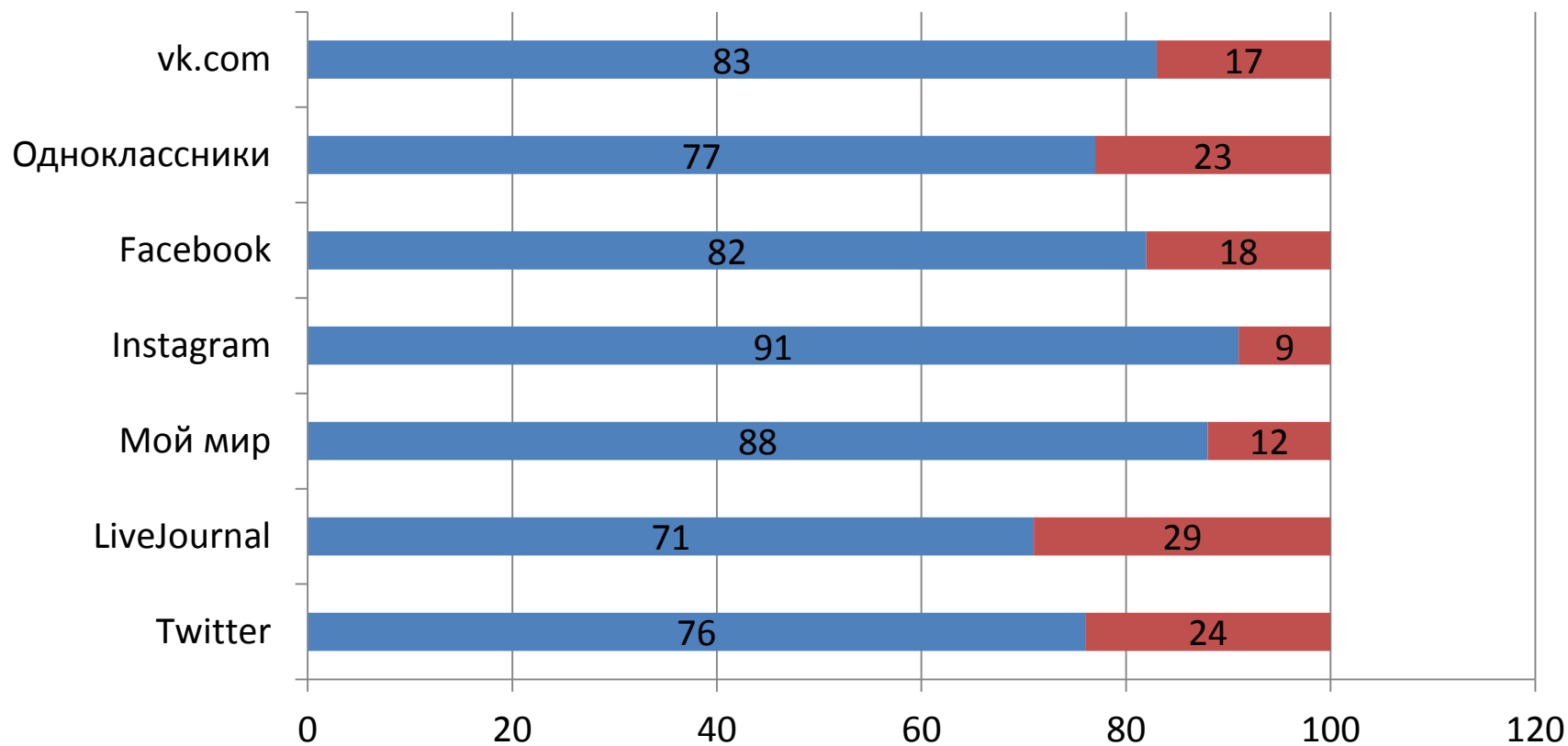
**УНИСТО Петросталь**  
Г Р У П П А К О М П А Н И Й

# Аудитория социальных сетей в России



\*TNS Web Index, июль 2016 г.

# Количество негатива в социальных сетях



\*Brand Analytics

# Участники дискуссий

Со стороны компании:

- Сотрудники компании
- Агенты влияния

Со стороны недовольных дольщиков:

- Недовольные дольщики
- Конкуренты

Нейтральная сторона:

- Потенциальные покупатели
- Благожелательные покупатели
- Любопытствующие



## Обиженный клиент

Реакция:

- выразить готовность разобраться в проблеме
- постараться общение перевести в личные сообщения
- разместить положительные посты, отвлечь участников группы от проблемы



# Типология негатива в сети

## «А Баба Яга против»

Реакция:

- вывести на конструктивную дискуссию
- забанить за флуд
- разместить положительные комментарии от агентов влияния и реальных клиентов
- максимально подключить к беседе конструктивно настроенных клиентов





## Черный PR

Реакция:

- быстро доказательно опровергнуть информацию
- выявить провокатора
- отправить провокатора в бан
- распространить информацию по сети и СМИ





**Группа компаний  
УНИСТО ПЕТРОСТАЛЬ**



**УНИСТО Петросталь**  
Г Р У П П А К О М П А Н И Й