

LA WEB REPUTATION

Per **Web Reputation** si intende il **sentimento percettivo** che le persone manifestano online su un'azienda, un brand, una persona, un prodotto o un servizio.



QUALI SONO GLI STEP PER AUMENTARE E MIGLIORARE LA WEB REPUTATION?



1

Monitorare la Brand Reputation, online non vale la regola del "bene o male, purché se ne parli".



2

Misurare il Brand Sentiment valutando le reazioni rispetto a foto, video, post, articoli e commenti pubblicati.



3

Ripulire il web da contenuti diffamanti rimuovendo i link lesivi per evitare che le critiche diventino diffamazione e si trasformino in fake news.



4

Creare contenuti di qualità per migliorare il posizionamento sui motori di ricerca, la visibilità e attirare traffico targettizzato.



5

Favorire le recensioni positive chiedendo a utenti, clienti o fan di consigliare la pagina, il servizio o il prodotto e di lasciare una recensione.



6

Gratificare gli utenti risolvendo problemi concreti. Una persona ignorata è molto più pericolosa di una persona a cui si presta attenzione, anche minima.



7

Aumentare la presenza su Google e sui Social Media, accrescendo la propria influenza sul web e stimolando l'interazione degli utenti con i propri contenuti. Non basta aprire nuovi profili.



8

Proteggere, motivare e formare i dipendenti, i primi che possono parlare bene o male dell'azienda. *La loro felicità è un ottimo indicatore della buona reputazione di un brand.*



9

Incentivare chi parla bene dell'azienda, ovvero fare influencer marketing.



10

Controllare i competitor, cosa pubblicano o come reagiscono alle critiche positive e negative.

5 Strategie avanzate di Online Reputation Management



Costruire un piano di Crisis Management per poter reagire in modo veloce, sicuro e funzionale a una potenziale crisi



Utilizzare un tool di monitoraggio reputazione per sapere cosa dicono sull'azienda e calibrare in modo consapevole le mosse successive



Cercare di rimuovere contenuti diffamanti, un processo che può durare dalle 24/48 ore ai 6 mesi in base al caso specifico



Reputation Intelligence per ricavare indicazioni importanti su partner commerciali o dipendenti con ruoli chiave e per scoprire eventuali hater



Analisi del rischio reputazionale per prevedere la reazione di un utente di fronte ad un nuovo prodotto, servizio o messaggio

Contattaci per sviluppare questi temi nella tua azienda
Formazione a catalogo 02.80672673 o in azienda 02.80672674 | www.cegos.it

