



Модерация

Комьюнити-менеджмент

Управление репутацией в интернете



Мы — команда slova!

С 2010 года помогаем клиентам выстраивать репутацию в интернете, привлекать известность и прибыль.

За 13 лет мы стали комьюнити-партнером для 75 брендов; собрали команду, которая обрабатывает полмиллиона обращений в месяц; выстроили систему, которая позволяет вести проекты 24/7.

13 лет

управляем репутацией брендов в интернете

75+


компаний доверили нам клиентский сервис и комьюнити

25 млн.

пользователей мы вовлекли в сообщества клиентов

Что мы делаем

- Развиваем комьюнити
- Управляем репутацией в интернете
- Модерируем сообщества
- Создаем комьюнити с нуля
- Обучаем внутренние команды клиентов
- Проводим исследования аудитории
- Консультируем



СТОЛОТО
Государственные лотереи



HUAWEI



Почему выбирают нас

Опыт и системность

■ Развиваем сообщества 13 лет

Знаем, как увеличить число упоминаний бренда в интернете, отработать негатив и сделать комьюнити активным

■ Выведем ваш клиентский сервис на новый уровень

Поможем сэкономить ресурсы – настройка процессов и управление командой на нашей стороне

Почему выбирают нас

Опыт и системность

Гибкость

■ Мыслим результатами

Подберем эффективное решение под любой бюджет и масштаб проекта

■ На связи 365 дней в году 24/7

Реагируем в течение 5–10 минут даже в праздничные дни

Почему выбирают нас

Опыт и системность

Гибкость

Команда

■ В Slova работает 45 специалистов

Модераторы, комьюнити и аккаунт-менеджеры, копирайтеры, аналитики

■ До 500 000 сообщений

Мы обрабатываем ежемесячно

■ Следим за трендами и усиливаем экспертизу

Разработали свою программу обучения для команды

Отзывы о нашей работе

Екатерина Мамонтова SMM Менеджер Articul Media

Работали с агентством Slova больше 3-х лет на бренде, который производит косметику. Остались только положительные эмоции от профессиональной команды. Модерация работала всегда без перебоев, все комментарии были закрыты с заботой о клиенте бренда. Особенно нравился индивидуальный подход к каждому пользователю социальной сети. Отдельное спасибо хочется сказать Даниилу, Ирине и Анастасии, которые всегда были на связи и прекрасно выполняли свою работу!



Катерина Бокашова SMM-директор рекламного агентства Marvelous

Работаем с ребятами не первый год и уже считаем их частью своей команды. Все процессы чётко настроены, ребята всегда готовы помочь в раздуливании разных ситуаций, быстро подхватывают новые задачи, оперативно перестраиваются, проявляют гибкость, открыты к диалогу и разным решениям.



Отзывы о нашей работе

Ворон Елена Руководитель управления цифрового контента СТОЛОТО

Работа с командой Slova — это значит, что ваше комьюнити будет на высшем уровне. Ребята знают своё дело, и любая задача им по плечу. А особенно хотим выделить нашу главную любовь: тимлида Анну, которая всегда держит модераторов в тонусе, а подписчиков — в хорошем настроении 😊



Роман Чумаков Senior Account Manager MOSAIC

Хочу отметить работу команды Slova как ответственного и внимательного комьюнити-партнера. Ребята берут на себя самую нервную часть общения с пользователями и замечательно с ней справляются. Делаем с ними поддержку брендов. Все в срок, всегда на связи

MOSAIC
NEW MEDIA FOR THE BEST BRANDS

Опыт работы


Сферы

 авиаперевозки

 детское питание

 детские игрушки

 автомобили

 алкогольная продукция


 банковские услуги

 мобильные устройства

 косметика

 торговые сети

 телекоммуникации

 одежда

 бьюти

 лотереи

Площадки

 **ВКонтакте**

facebook

 **одноклассники**

Яндекс  **Дзен**

 **TikTok**

Rutube



twitter 

 **Instagram**

 **YouTube**

I. Комьюнити-менеджмент

Создаем комьюнити с нуля и развиваем уже существующие сообщества. Модерируем контент и обращения. Обучаем внутренние команды клиентов

Разберем подробнее:



*Instagram и Facebook запрещены на территории России. Компания-владелец Meta признана экстремистской организацией

Построение комьюнити

Материалы

Портрет аудитории, анализ конкурентов, tone of voice, скрипты ответов, еженедельный отчет

Бюджет

Индивидуально под задачу

Сроки

от 2 недель до этапа Ведение

01 Бриф-сессия

- обсуждаем цели и задачи проекта
- погружаемся в продукт и процессы

02 Исследовательская часть

- выявляем интересы и потребности ЦА
- выясняем, какими соцсетями пользуются и в какой манере общаются эти люди
- сегментируем аудиторию и составляем портреты
- выясняем, как и где взаимодействуют с пользователями ваши конкуренты

03 Стратегический этап

- определяем каналы коммуникации, метрики и KPI
- разрабатываем Tone of Voice
- прописываем скрипты ответов

04 Ведение

- публикуем контент
- отвечаем на обращения пользователей
- еженедельно предоставляем отчет

Модерация

Материалы

Еженедельный и ежемесячный отчеты

Бюджет

Индивидуально под задачу

Сроки

от 2 недель до этапа Модерация

01 Бриф-сессия

- обсуждаем цели и задачи проекта
- погружаемся в продукт и процессы

02 Стратегический этап

- определяем метрики и KPI
- разрабатываем или актуализируем скрипты ответов

03 Модерация

- отвечаем на обращения пользователей
- фильтруем контент: отбираем релевантный и удаляем недопустимый контент
- еженедельно предоставляем отчет
- следим за динамикой: анализируем обращения и ежемесячно даем рекомендации по развитию сообщества

Комьюнити-менеджмент в сообществах МТС

Задача

Регулярная поддержка 24/7 – грамотную и вежливую, но при этом живую и небанальную. Клиент развивал многотысячное комьюнити в соцсетях: ВКонтакте, Youtube и Instagram*

*Instagram и Facebook запрещены на территории России. Компания-владелец Meta признана экстремистской организацией

Решение

- Ознакомились с редполитикой, изучили продукты и сервисы
- Подключили к проекту 20 специалистов

Результат

**130 000 — 180 000
обращений в месяц**

Общались в комментариях, решали технические вопросы, рассказывали анекдоты и помогали с домашними заданиями.

Модерация и развитие гейм-комьюнити PlayStation

Задача

Развивать гейм-комьюнити и обрабатывать негатив. В сообществах PlayStation Россия - многотысячное комьюнити: только ВКонтакте за брендом следили более 900 тыс. человек. Пользователи обсуждали приставки и игры, задавали вопросы о релизах, делились критикой.

Решение

- Ознакомились с Tone of Voice бренда, проанализировали комментарии в сообществах, изучили продукты и сервисы.
- Выстроили уникальную систему для отслеживания скачков негатива с помощью оптимизированной работы модераторов каждый день с 08:00 до 00:00.

Результат

от 40 000 до 60 000

сообщений мы ежемесячно обрабатывали

дружеская атмосфера

специалисты общались как «свои», рекомендовали продукты и сервисы под конкретный запрос; быстро помогали решить технические проблемы, чтобы предотвратить всплеск негатива.

II. Управление репутацией в интернете (ORM*)

*ORM – Online Reputation Management

Отслеживаем и реагируем на упоминания вашего бренда в соцсетях, на форумах и сайтах-отзовиках. Находим и развиваем «адвокатов бренда».

Разберем подробнее:

Форумы

Сайты-отзовики

СМИ

Соцсети

Управление репутацией в интернете

📄 Материалы

Tone of Voice, скрипты ответов, отчет и рекомендации

💰 Бюджет

Индивидуально под задачу

🕒 Сроки

от 2 недель до этапа Управление репутацией

01 Бриф-сессия

- обсуждаем цели и задачи проекта
- погружаемся в продукт и процессы, определяем площадки

02 Исследовательская часть

- собираем упоминания бренда в разных каналах
- анализируем собранные данные: оцениваем восприятие бренда аудиторией, выделяем ключевые проблемы и возможности для улучшения продуктов, услуг, процессов, коммуникаций

03 Стратегический этап

- формируем рекомендации на основе выводов анализа
- разрабатываем или актуализируем Tone of Voice
- прописываем скрипты ответов

04 Управление репутацией

- отслеживаем упоминания бренда
- отвечаем на комментарии пользователей в соответствии с новой стратегией
- следим за динамикой: отслеживаем, как меняется восприятие бренда; ежемесячно даем рекомендации на основе обратной связи пользователей

Коммуникационная поддержка СТОЛОТО

Задача

Отслеживать упоминания бренда в интернете и обрабатывать негатив в период с 28 декабря по 10 января. «Новогодний миллиард от СТОЛОТО» — инфоповод, который привлекает широкую аудиторию и вызывает критику в адрес бренда.

Решение

- Объединили постмодерацию и реактивную модерацию: отсеили недопустимый контент и выиграли время, чтобы качественно ответить на сложные обращения.
- В течение 12 дней работали в 4 смены по 6 часов — до 8 человек в смене.

Результат

Модерация во время прямого эфира по всей стране

И последующих упоминаний бренда

100 000+ обращений за 12 дней

За 12 дней ответили на двухмесячный объем обращений

Работа с упоминаниями бренда Stellary

Задача

Организовать мониторинг упоминаний; повысить лояльность и активность аудитории с помощью комьюнити-менеджмента. Клиент развивал комьюнити во ВКонтакте и Instagram*, повышал узнаваемость, формировал имидж и выстраивал систему сбора обратной связи по продуктам.

*Instagram и Facebook запрещены на территории России. Компания-владелец Meta признана экстремистской организацией

Решение

- Погрузились в бриф
- Провели обучение по продукту для комьюнити-менеджеров, подключили сервисы мониторинга.
- На проекте 8 специалистов отвечали на комментарии, отслеживали UGC-контент и передавали его команде клиента.

Результат

до 20 000 упоминаний

Обрабатывали в месяц

Работали с продуктом

Консультировали по продуктам, собирали статистику упоминаний и реакций, сортировали обратную связь и оказывали поддержку в период проведения конкурсов

III. Исследование и мониторинг аудитории

- Проанализируем текущую аудиторию или составим портрет новой ЦА, с которой вы только планируете работать
- Оценим, как люди воспринимают ваш бренд; определим мотивы и барьеры, которые влияют на интерес к вашим продуктам
- Проведем мониторинг и выявим поведенческие паттерны

Анализ аудитории в сообществах бренда

Материалы

Портрет аудитории, итоги анализа,
рекомендации

Бюджет

Индивидуально под задачу

Сроки

от 2 недель

01 Бриф-сессия

- обсуждаем цели и задачи проекта
- погружаемся в продукт и процессы, определяем каналы коммуникаций и параметры оценки текущей аудитории бренда

02 Исследовательская часть

- определяем интересы, мотивы и барьеры ЦА; выясняем, в какой манере и о чём общается ваша аудитория в интернете
- оцениваем восприятие бренда: отслеживаем и анализируем упоминания — что и как говорят о бренде

03 Итоги анализа

- составляем или актуализируем портреты ЦА
- собираем рекомендации на основе анализа восприятия бренда и выводов по аудитории

Анализ аудитории для DATSUN

Задача

Выделили ключевые целевые группы, привлекли к проекту дата-аналитика, подключили сервис мониторинга. DATSUN – японский автомобильный бренд, представлен в России с 2014 года. Команда бренда планировала обновление SMM-стратегии, поэтому обратилась к нам за анализом аудитории.

Решение

- Выделили ключевые целевые группы, привлекли к проекту дата-аналитика, подключили сервис мониторинга.

Результат

10 000 упоминаний

Обработали в месяц

**11 отчетов со статистикой
и выводами об онлайн-
присутствии бренда**

Подготовила команда за время работы

Customer Insights Analytics

Материалы

Результаты исследования

Бюджет

Индивидуально под задачу

Сроки

Индивидуально под задачу

01 Бриф-сессия

- обсуждаем цели и задачи исследования
- собираем вводную информацию, определяем формат исследования – качественное или количественное

02 Исследовательская часть (комплексно или по отдельности)

- **Количественное исследование.** Определяем тенденции поведения широкой аудитории: демографические характеристики, потребности, предпочтения, покупательские привычки и т.д.
- **Качественное исследование.** Выявляем скрытые потребности ЦА и возможности для развития бренда: фокус-группа, глубинные интервью, анализ отзывов и комментариев пользователей

03 Итоги анализа

- обрабатываем данные, проводим презентацию результатов проекта

Портрет аудитории для Jim Beam

Задача

Проанализировать аудиторию в соцсетях и на форумах, создать портреты ЦА под рекламную кампанию. Jim Beam – американская марка бурбона. Клиент готовил новые промо-механики и планировал провести рекламную кампанию, которая попадет точно в цель.

Решение

- Настроили парсинг – автоматический сбор данных по интересам, вкусам и демографическим атрибутам пользователей.
- Наш комьюнити-менеджер как представитель бренда общался с аудиторией в сообществах: вовлекал людей в диалог, собирал обратную связь о продуктах.

Результат

Проанализировали сегменты аудитории

Определили предпочтения и характеристики разных сегментов потребителей: разделили аудиторию по площадкам и социальным группам, создали несколько портретов ЦА.

Услуги по запросу

- SMM-стратегия
- Рубрикатор и контент-план
- Копирайтинг для социальных сетей
- Разработка рекламных креативов
- Настройка таргетированной рекламы



●● slova

Хотите обсудить вашу задачу? Напишите нам

На почту

В телеграм