

Platforma monitoringu i zarządzania wizerunkiem marki w mediach społecznościowych

Piotr Krawczyk
Warszawa, 19 kwietnia 2011

Facebook – trzecie państwo świata

- liczba aktywnych użytkowników FB przekroczyła 500 mln
- 50% aktywnych użytkowników korzysta ze swego konta codziennie



Media społecznościowe w Polsce

- W Polsce dominuje NK – ponad 12 mln użytkowników
- Rok 2010 należał do Facebooka – bardzo dynamiczny przyrost użytkowników z naszego kraju – już ponad 8 mln
- Dużą popularnością cieszą się serwisy społecznościowe wydawców portali (Grupy Gazeta.pl, Wirtualna Polska, Onet.pl)
- GoldenLine – ponad 2 mln użytkowników

Źródło: Megapanel PBI/Gemius (TOP50 z kategorii „Społeczności”), wrzesień 2010 r.

Zmiany otoczenia informacyjnego firm



Możliwe zagrożenia



utrata bądź powstanie uszczerbku na reputacji, wiarygodności i wizerunku przedsiębiorstwa



ujawnienie informacji poufnych

Skala zjawiska

FACEBOOK FIRED: 8% of US Companies Have Sacked Social Media Miscreants



August 10, 2009 by Adam Ostrow

 44

Źródło: Mashable.com (badanie przeprowadzone przez Proofpoint)

Fedex - Ketchum

James Andrews miał poprowadzić prezentację dotyczącą wykorzystania mediów społecznościowych dla osób odpowiedzialnych za komunikację marketingową w FedEx

Po wylądowaniu w Memphis (siedziba centrali FedEx) zamieścił na Twitterze wpis następującej treści

Na jego nieszczęście osoby z którymi miał się spotkać w FedEx śledziły jego wpisy i wkrótce po zamieszczeniu wiadomości na Twitterze ukazała się odpowiedź podpisana przez klienta.



Afera stringowa



Maciej Zegarski z MSZ na misji w Afganistanie

BS w Suszu

- Jeden z pracowników banku został zwolniony za zamieszczenie w portalu Nasza-Klasa zdjęcia zrobionego w banku.
- Wiadomość o zdjęciu została przekazana przez jednego z użytkowników portalu, który uważał, że fotografia pracownika banku nie powinna znaleźć się między zdjęciami, na których ten sam młodzieniec pił piwo. Uważał, że klienci banku tracą zaufanie do tej instytucji.
- Jest to przykład nadmiernej reakcji. Na spornej fotografii nie widniało ani logo banku, ani inny charakterystyczny dla niego element.



Kto powinien się tym zająć?

- 58 % szefów uważa, że ryzyko reputacyjne i udział w sieciach społecznościowych to temat dla zarządu
- tylko 15 % szefów potwierdziło, że faktycznie podejmowane są konkretne działania w tym obszarze

Źródło: badanie „Sieci społecznościowe a ryzyko reputacyjne w miejscu pracy 2009”

Kompleksowe rozwiązanie



Narzędzie informatyczne



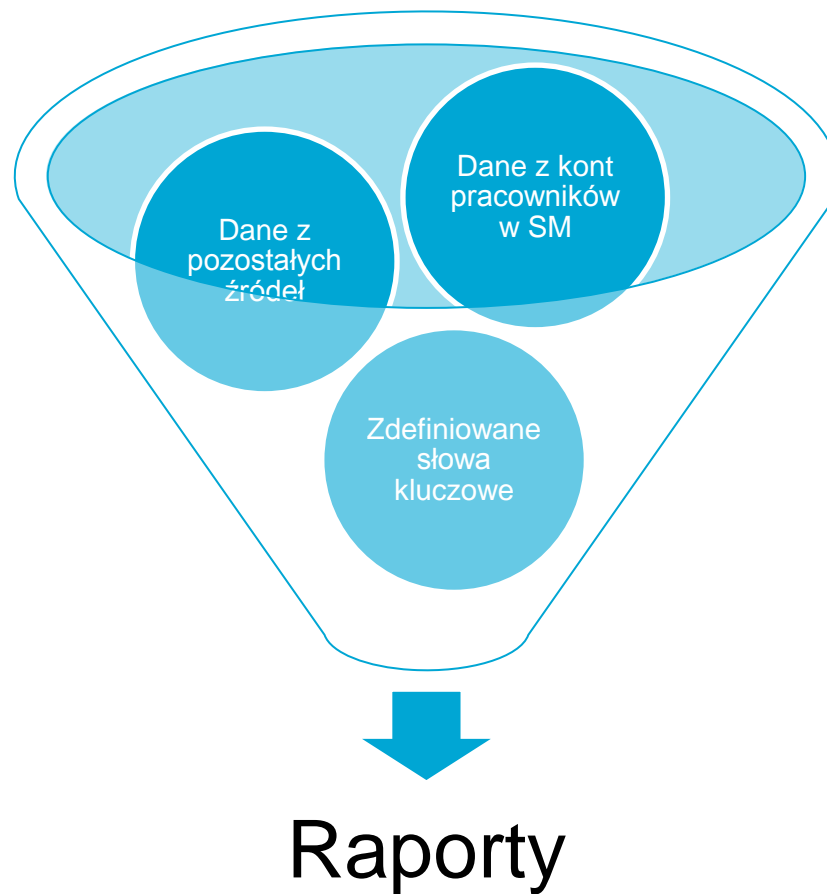
GUARDA
Brand Reputation Defender

ograniczenie ryzyka związanego z ujawnieniem informacji poufnych przez pracowników firmy w mediach społecznościowych (prewencja)

zarządzanie ryzykiem wizerunkowym związanym z obecnością pracowników firmy w mediach społecznościowych

oszczędność czasu i zasobów niezbędnych do monitorowania obecności pracowników w mediach społecznościowych

Jak to działa?



Model świadczenia e-usługi



Dostępność

- SaaS (Software as a service) – aplikacja dostępna w Internecie
- stałe aktualizacje bazy monitorowanych serwisów, słów kluczowych oraz w miarę potrzeby silnika aplikacji



Bezpieczeństwo

- administracja kontami użytkowników i uprawnieniami w ramach firmy
- połączenie szyfrowane (certyfikat SSL)



Koszty

- zależne od funkcjonalności
- abonament roczny
- 30 dniowy okres próbny

Co? Gdzie? Kiedy?



Pulpit nawigacyjny (dashboard)

- Zajawki raportów, statystyki
- Możliwość dostosowania do potrzeb użytkownika



Raporty predefiniowane

- Przeglądanie wpisów wg różnych kryteriów min.: czas publikacji, rodzaj ryzyka, struktura firmy, źródło danych



Alerty

- System reguł
- Powiadomienia wysyłane na adres e-mail

Elastyczność prezentacji danych



System filtrów

- Dynamiczne zarządzanie widokiem danych z poziomu raportu



Raporty użytkownika

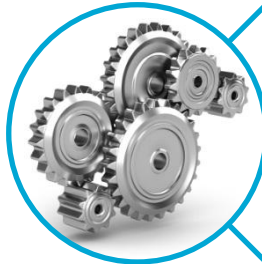
- Nietypowe raporty stworzone z użyciem systemu filtrów, zawsze dostępne w systemie



Opcje eksportu danych

- Eksport danych do popularnych formatów min. csv, pdf

Ocena ryzyka



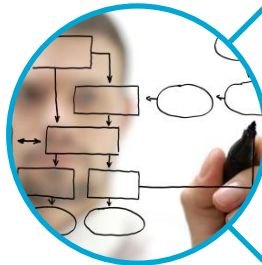
Automatyczna

- Wypowiedzi zakwalifikowane jako negatywne lub ujawniające informacje poufne na podstawie analizy słów kluczowych



Możliwość moderacji

- Zmiana kwalifikacji wypowiedzi
- Wykorzystanie istniejących w systemie flag lub stworzenie własnych



Organizacja treści i komunikacja

- Dodawanie etykiet do wypowiedzi
- Możliwość tworzenia notatek
- Opcja przekazania wiadomości

www.mediaspolecznosciowe.com

Media Społecznościowe

Media Społecznościowe – nowe otoczenie biznesu

[BLOG](#)[O NAS](#)[KONTAKT](#)

Archiwum dla kategorii 'Ciekawe artykuły'

Ostrożnie, media społecznościowe

11.04.2011r. / Brak komentarzy

Chociaż azjatyckie organizacje mają świadomość tego, jak ważne dla ich przyszłości jest wykorzystanie nowoczesnych technologii, do nowych mediów podchodzą z dozą nieufności.

Kategorie

- Aktualności
- Ciekawe artykuły
- Studium przypadku

Archiwum

- Kwiecień 2011

Data premiery

- Start sprzedaży aplikacji - czerwiec 2011
- Osoby zainteresowane skorzystaniem z aplikacji lub współpracą zapraszamy do rejestracji na stronie www.guarda.pl

Piotr Krawczyk

+48 504 125 641

p.krawczyk@redbelt.co

Przemysław Zgoda

+48 504 255 481

p.zgoda@redbelt.co

**Dziękuję za
uwagę**