# SERM: управление репутацией в сети Интернет

Репутация компании – важный фактор, от которого зависит степень доверия и лояльности потенциальных партнеров и клиентов. Чем лучше репутация у организации, тем больше будет вероятность того, что ее услуги или товары будут пользоваться спросом. Согласно статистике, свыше 80% людей при выборе компании изучают информацию и отзывы о бренде, размещенные в Интернете. И если продавец имеет большое количество негативных отзывов, то человек не рискнет начать сотрудничество с такой фирмой.

При изучении отзывов других покупателей следует понимать, что часть из них могут оставлять конкуренты. Ведь борьба за лидирующие позиции на рынке услуг с каждым годом становится все жестче. Сегодня можно сформировать положительный имидж компании в сети Интернет с помощью SERM - Search Engine Reputation Management. Такая уникальная технология позволяет не только создать, но и поддерживать и защищать репутацию фирмы.

SERM – это ряд мероприятий, направленных на увеличение количества положительной, а также нивелирование негативной информации в Интернете о конкретном товаре или услуге. Технология управления репутацией в поисковых системах включает в себя:

1. Мониторинг, анализ поисковых запросов пользователей Интернета.
2. Активное распространение положительной информации о бренде в различных местах:

* информационные порталы;
* соцсети;
* тематические форумы;
* блоги и так далее.

1. Размещение на сайтах-отзовиках положительных, нейтральных отзывов.
2. Снижение позиций сайтов, находящихся в ТОП-выдаче поисковиков, которые содержат негативную информацию о компании.

Для этого могут использоваться различные средства поисковой оптимизации и прочие инструменты.

## Принцип работы SERM

SERM – это технология раскрутки компании в Интернете, которая состоит из нескольких этапов:

1. Анализ текущей ситуации. Специалисты изучают реальные данные о компании, находят и тщательно анализируют сайты и страницы с негативной информацией об организации в разных поисковых системах.
2. Формирование позитивного информационного поля. На информационных сайтах, блогах и форумах публикуются сведения о компании нейтрального и положительного характера. Содержание публикуемых текстов предварительно согласовывается с заказчиком.
3. СЕО-оптимизация. Наиболее сложный этап SERM, на котором специалисты продвигают компанию, используя разнообразные методы SEO. Страницы, содержащие положительные сведения о бренде, продвигаются в ТОП-10 поисковой выдачи. Сайты, на которых содержится негативная информация, вытесняются из ТОП-выдачи.

Поиск информации о продукте или услуге в сети Интернет специалисты осуществляют с помощью специальных программ и вручную. Такой подход позволяет получить наиболее полное представление о сложившейся ситуации и обнаружить слабые места, нуждающиеся в более тщательной проработке.

## Преимущества и недостатки технологии

Основным преимуществом технологии SERM является быстрое создание положительной репутации компании, а значит, и повышения доверия со стороны потенциальных клиентов. Регулярный мониторинг ситуации в Интернете и корректировка сведений позволяют поддерживать положительную репутацию бренда, выставляя товар или услугу в наиболее привлекательном виде для потребителя.

Специалисты SERM быстро реагируют и устраняют негативные отзывы, поэтому потенциальные клиенты не будут настроены негативно по отношению к реализуемому продукту. В процессе создания положительного имиджа главное не количество, а качество оставленных отзывов. И лучше иметь 1 отзыв от реального клиента, чем 10 фейковых. Очень важно, чтобы информация была правдоподобной.

Негативные сведения о компании часто распространяются фейковыми потребителями. И если опытный специалист видит, что отзыв ненастоящий, то обычный пользователь Интернетом это вряд-ли заметит. Перекрыть такой негатив можно исключительно таким же методом, то есть активным распространением специально созданного нейтрального или положительного контента. При этом вся информация должна быть достоверной.

Технология SERM – это неотъемлемая часть ведения бизнеса большинства компаниями, она позволяет лидерам отраслей удерживать свои позиции при жесткой конкурентной борьбе.

## Кому нужен SERM

Технология SERM нужна всем компаниям, которые хотят развиваться и повышать уровень продаж. В современном мире появляется все больше новых производителей и товаров. И даже всем известные мировые бренды постепенно забываются и сменяются новыми. Удержаться на рынке и продолжать пользоваться спросом среди клиентов достаточно сложно даже для крупных организаций. Поэтому SERM необходим абсолютно всем.

Для наглядного примера можно привести ситуацию с концерном Toyota Motor Corporation. После того, как под данным брендом были выпущены автомобили с неисправными тормозами, на производителя посыпалась масса негативных отзывов и разоблачающих статей. Но корпоративная команда по управлению репутацией компании не растерялась и в короткие сроки восстановила доброе имя бренда с помощью технологии SERM.

Для привлечения аудитории она запустила свой канал, на котором транслировала различные видеоролики, в частности и ролик с извинениями главы фирмы. Также специалисты проанализировали веб-ресурсы, содержащие негативную информацию о компании, и снизили их позицию в поисковой выдаче. По итогу Toyota вышла из неприятной ситуации с честью и вернула доверие клиентов.

## Почему не стоит пытаться продвигать компанию самостоятельно?

Многие компании, увидев в Интернете негативную информацию о себе, начинают сами писать множество ненастоящих позитивных отзывов. Такие неправдоподобные отзывы помогут сайту продвинуться в поисковиках, но не более. Самостоятельно применять технологию SERM не стоит, поскольку без наличия необходимых, знаний, умений и опыта добиться положительного результата не получится. Кроме того, за распространение заведомо ложной информации компанию могут оштрафовать.

В России такие штрафные санкции еще не применяются, однако со временем могут появиться. Самостоятельно раскрутить бренд сложно. Поэтому рекомендуется обратиться за помощью к опытным специалистам. Следует понимать, что бренд – это не только название корпорации, а и мнение людей, которое возникает, когда они слышат его. Пиар бренда должен проводиться индивидуально. И тогда компания будет занимать лидирующие позиции не один год. Если вам важна репутация в сети Интернет, то без SERM не обойтись.