

# Присутствие Tele2 в социальных медиа

Александр Блохин  
11 ноября 2011

The logo consists of the word "TELE2" in a bold, white, sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a slightly irregular, hand-drawn appearance. The "2" is particularly large and prominent, extending further to the right than the other letters. The entire logo is set against a solid black background.

# О чём пойдёт речь?

## Введение

- Социальные медиа
- Задачи бизнеса
- Ожидания потребителей

## Задачи Tele2

- Направления работы
- Задачи функций
- Цели функций

## Подход

- Мониторинг
- Платформы
- Инициативы

# Введение

# Что я хочу рассказать

1. Социальные медиа помогают решить задачи компании и достигать целей различных функций.

# Что я хочу рассказать

1. Социальные медиа помогают решить задачи компании и достигать целей различных функций.
2. Невозможно работать в социальных медиа только по одному направлению.

# Что я хочу рассказать

1. Социальные медиа помогают решить задачи компании и достигать целей различных функций.
2. Невозможно работать в социальных медиа только по одному направлению.
3. Не нужно выдумывать специальные цели для социальных сетей, используйте существующие.

# Социальные медиа

*Социальные медиа — это часть интернета, где возможно  
появление пользовательского контента.*

# Компания

Александр Блохин

**TELE2**



# Компания

- Информировать

# Компания

- Информировать
- Убеждать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель



# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель

- Узнавать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель

- Узнавать
- Выбирать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель

- Узнавать
- Выбирать
- Покупать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель

- Узнавать
- Выбирать
- Покупать
- Улучшать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель

- Узнавать
- Выбирать
- Покупать
- Улучшать
- Использовать

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель

- Узнавать
- Выбирать
- Покупать
- Улучшать
- Использовать
- Платить

# Компания

- Информировать
- Убеждать
- Продавать
- Допродавать
- Обслуживать
- Удерживать
- Делать счастливыми

# Потребитель

- Узнавать
- Выбирать
- Покупать
- Улучшать
- Использовать
- Платить
- Решать проблемы

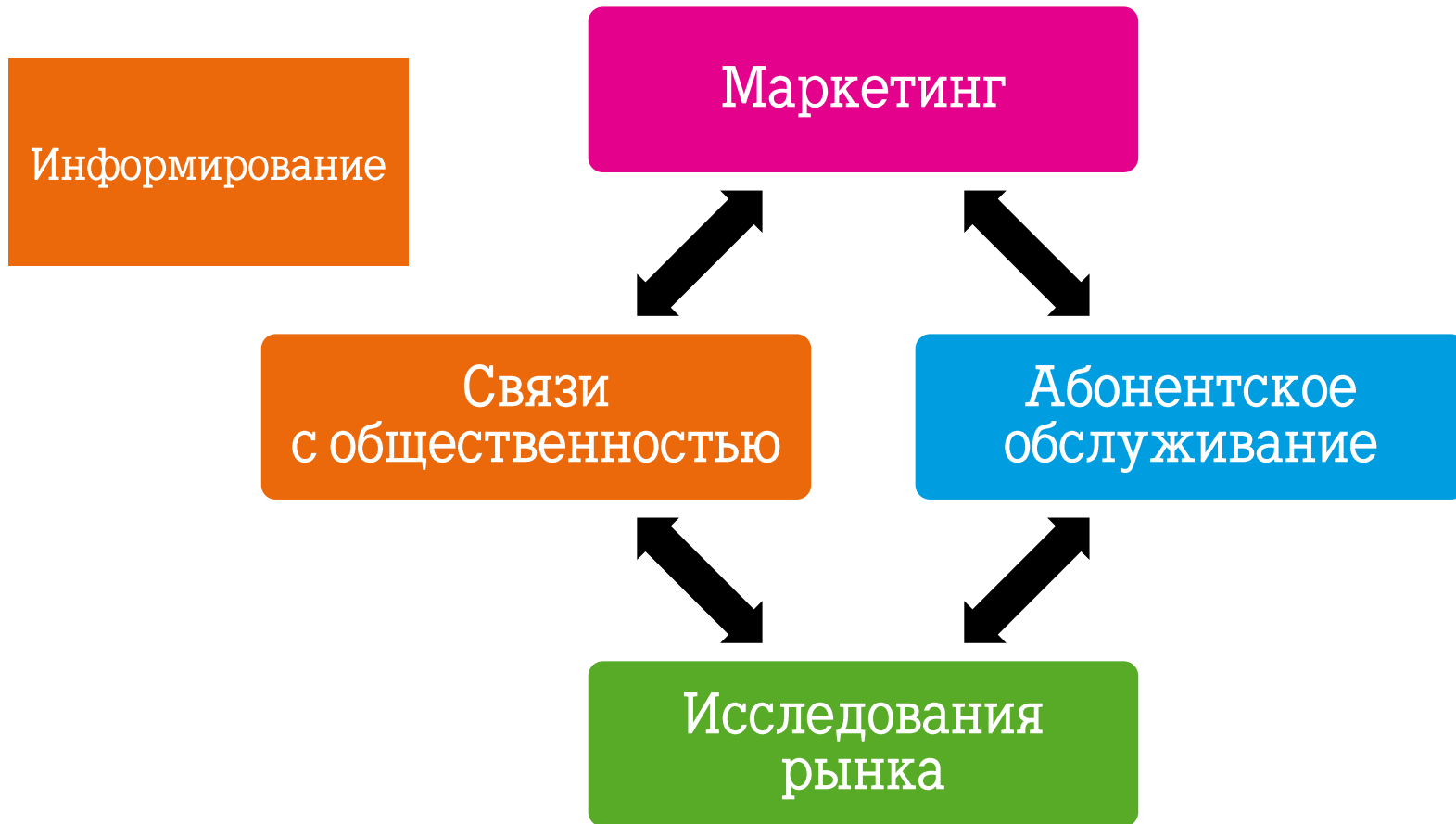
# Задачи Tele2 в социальных медиа



# Направления работы



# Задачи функций



# Задачи функций

Информирование

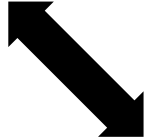
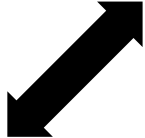
Маркетинг

Убеждение

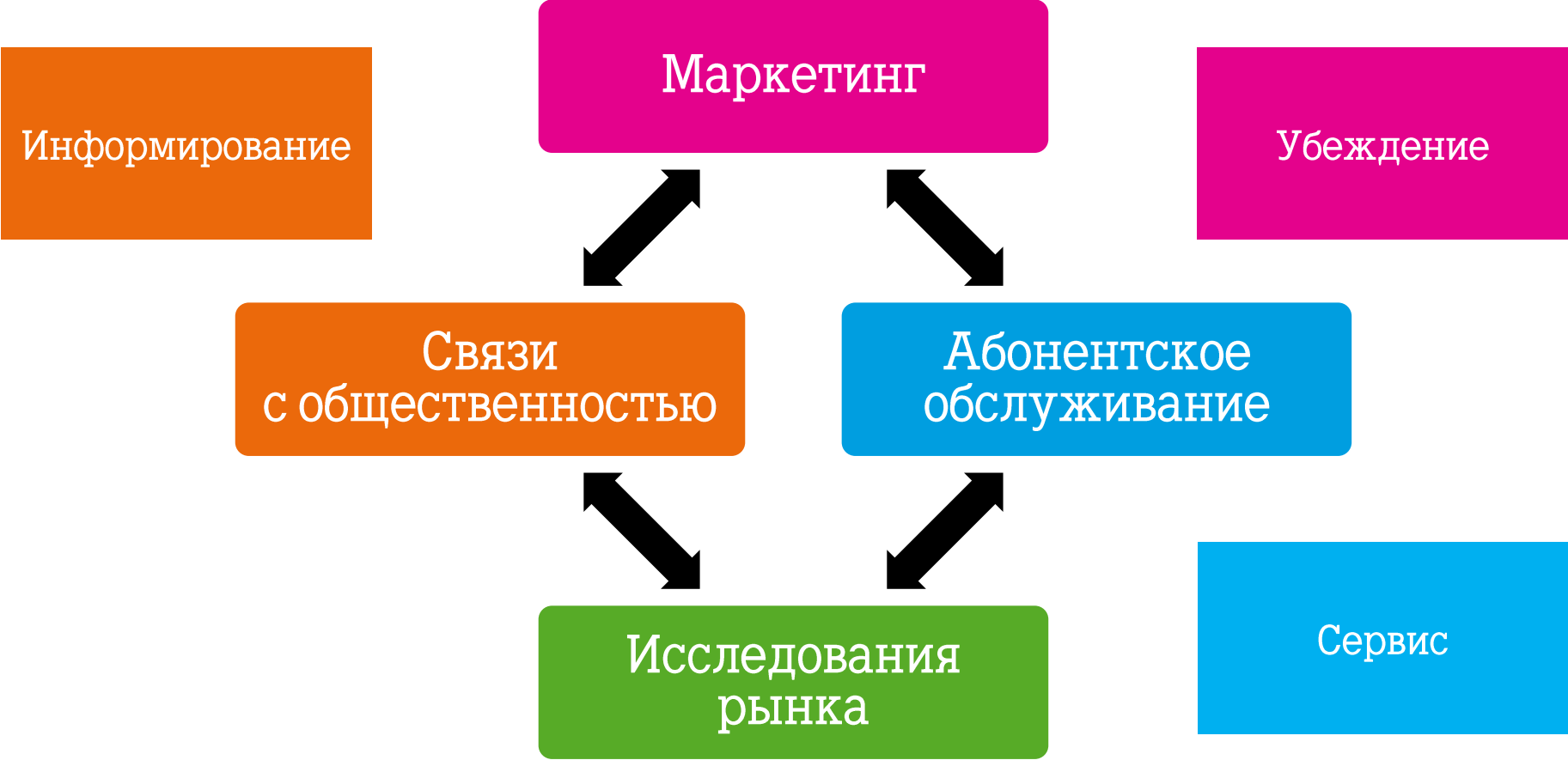
Связи  
с общественностью

Абонентское  
обслуживание

Исследования  
рынка



# Задачи функций



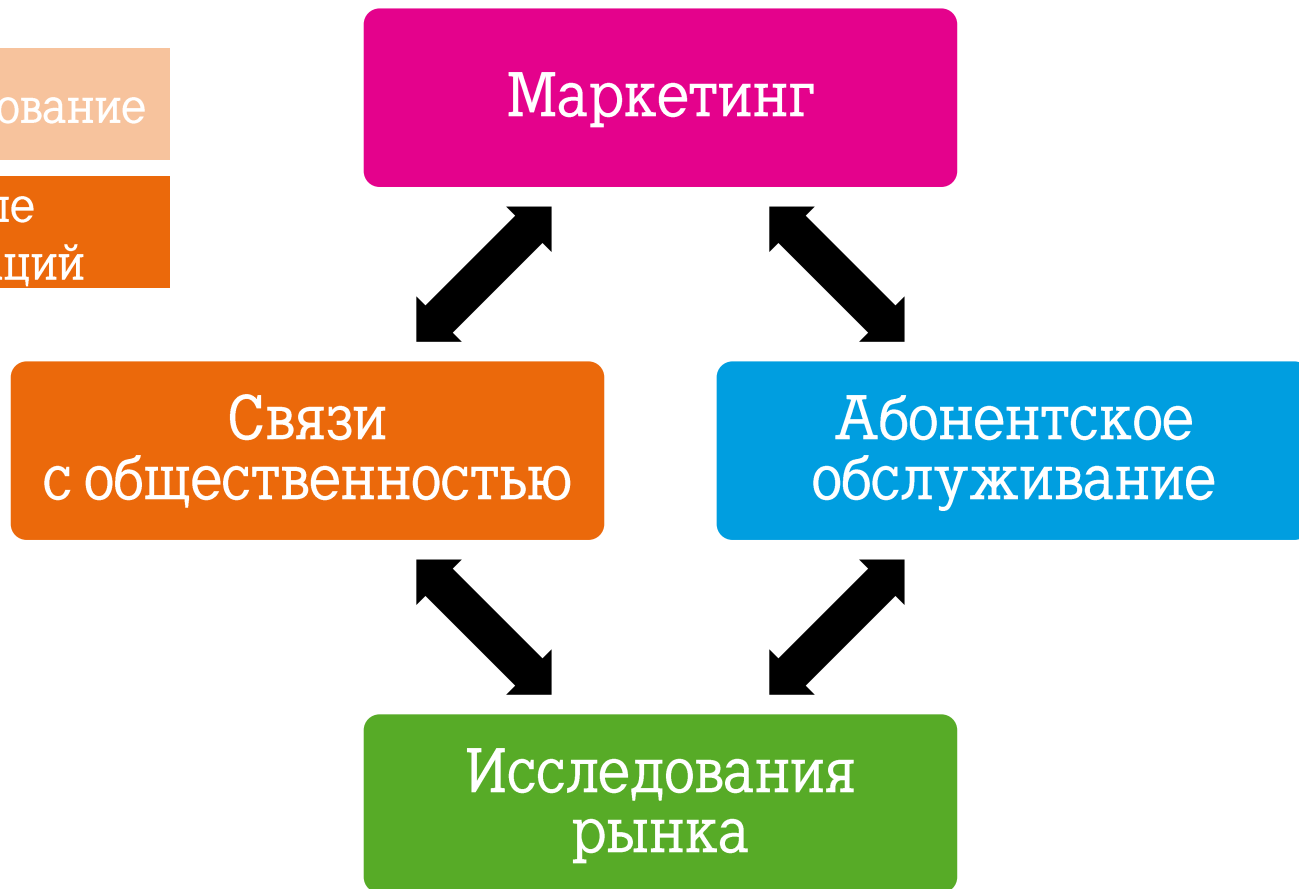
# Задачи функций



# Цели функций

Информирование

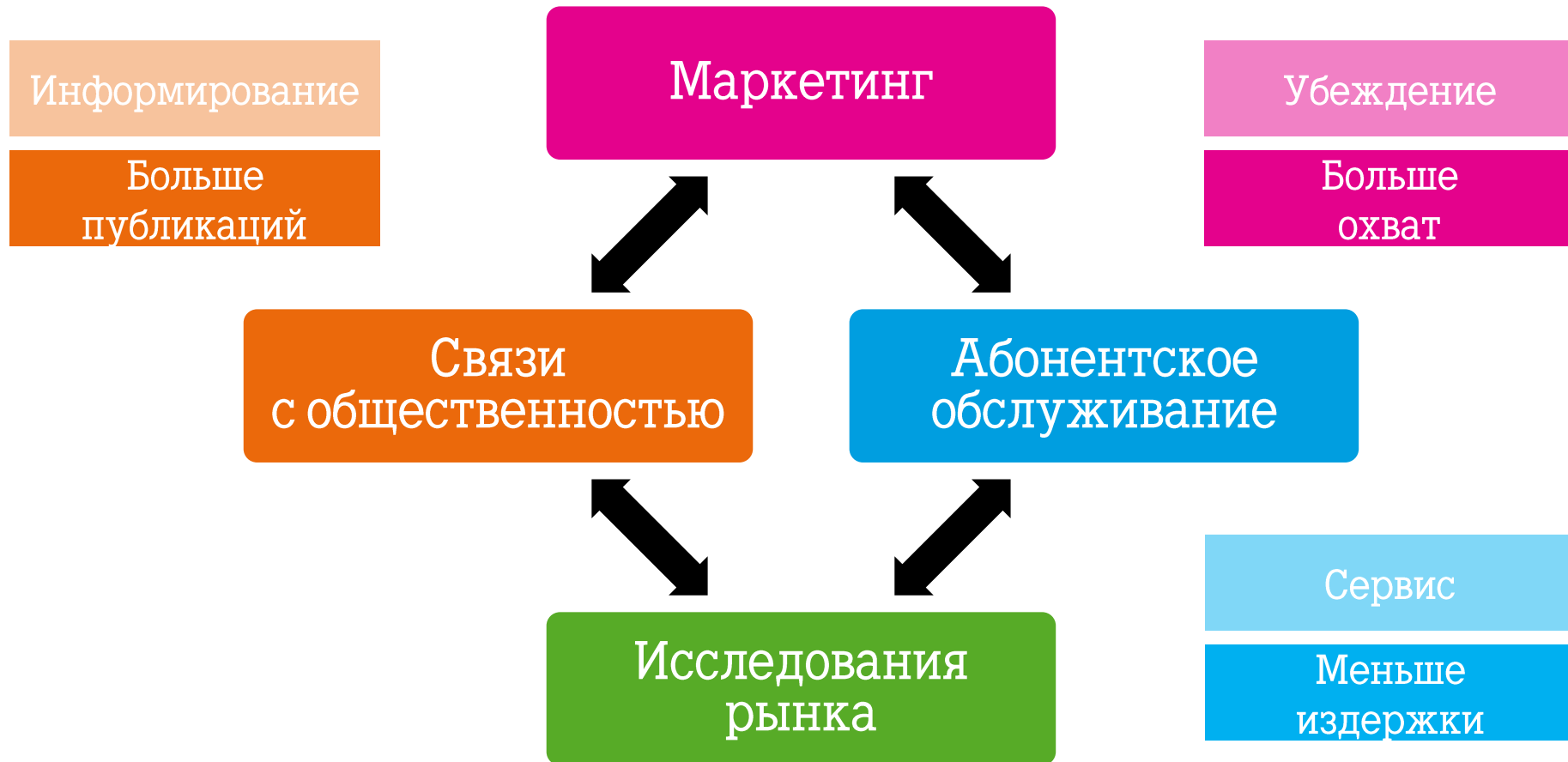
Больше публикаций



# Цели функций



# Цели функций



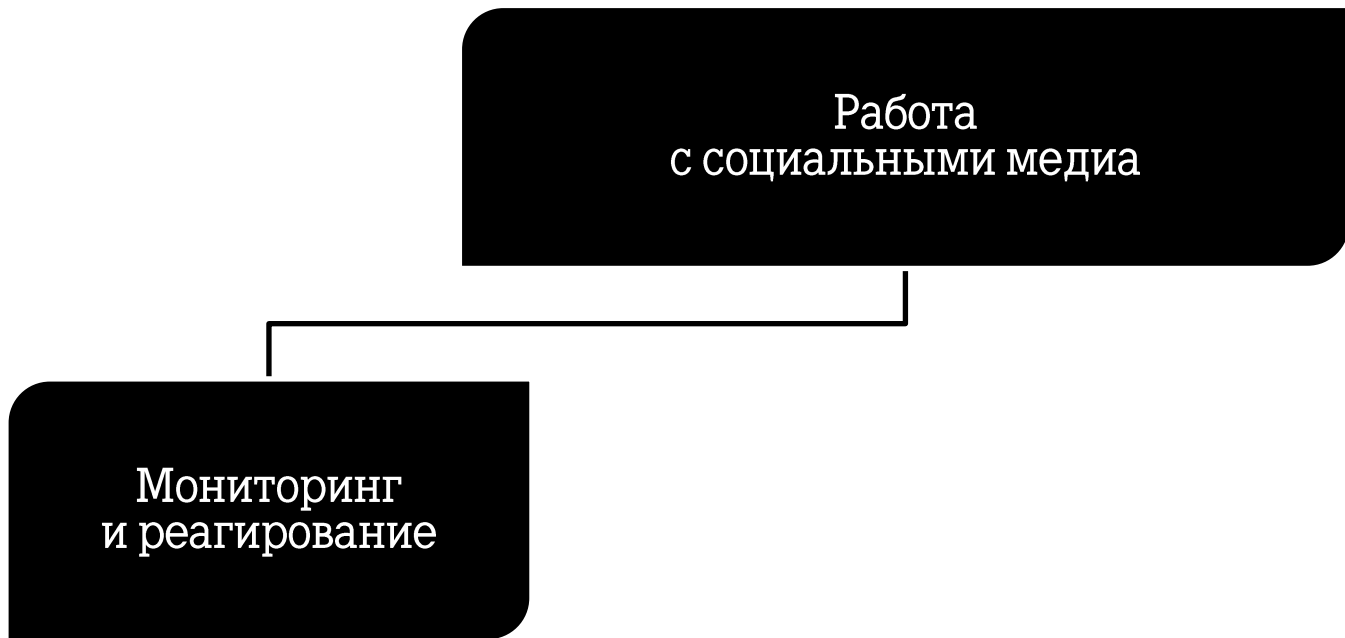


# Цели функций



# Подход к использованию социальных медиа

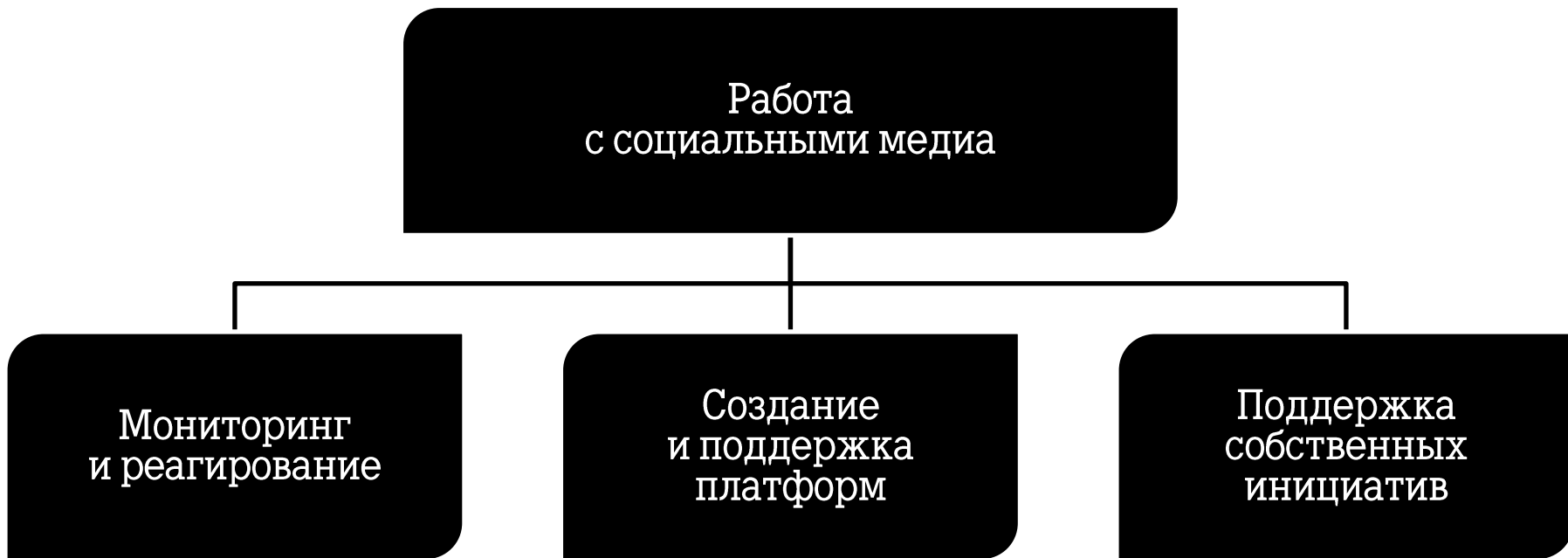
# Что мы делаем



# Что мы делаем



# Что мы делаем



# Мониторинг

Цель мониторинга — знать больше о том, что говорят наши абоненты, как следствие — снижать репутационные риски и поддерживать лояльность за счёт абонентского обслуживания.



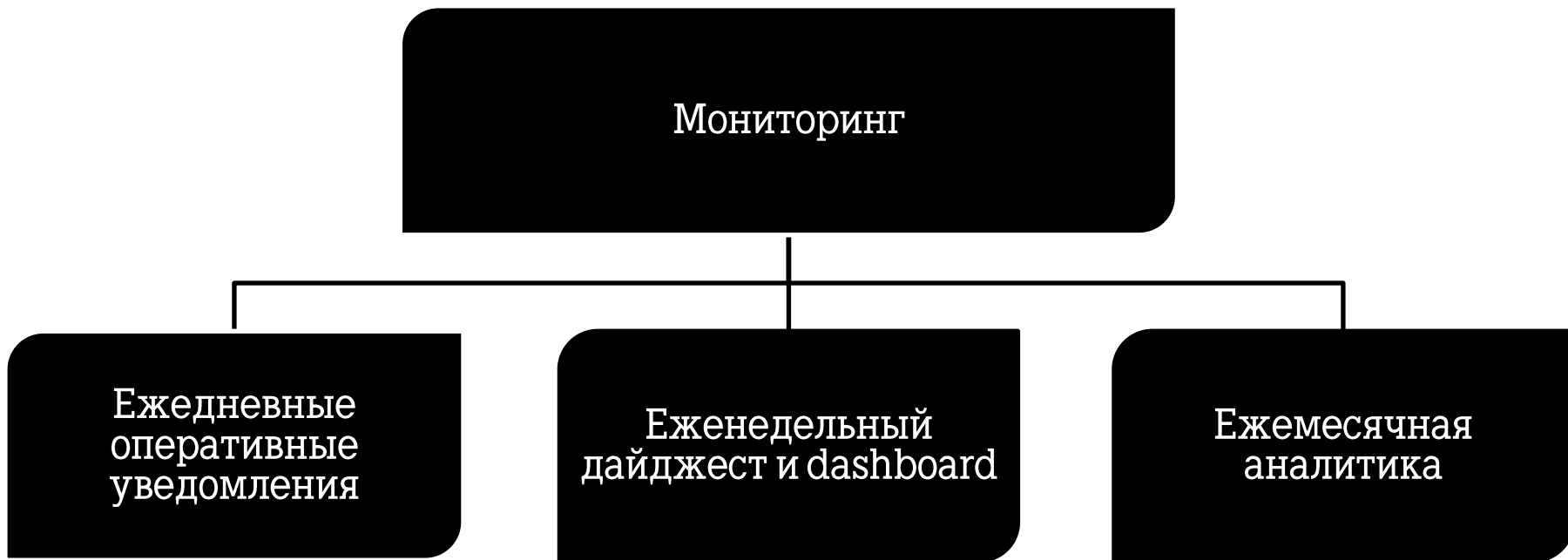
# Мониторинг

Цель мониторинга — знать больше о том, что говорят наши абоненты, как следствие — снижать репутационные риски и поддерживать лояльность за счёт абонентского обслуживания.



# Мониторинг

Цель мониторинга — знать больше о том, что говорят наши абоненты, как следствие — снижать репутационные риски и поддерживать лояльность за счёт абонентского обслуживания.





# Платформы

Сеть сообществ в ключевых социальных сетях.

Зачем:

- Накопление аудитории
- Качественные исследования и опросы
- Абонентское обслуживание
- Повышение лояльности

**В контакте** Поиск

Открытая группа

### Tele2 Россия (техподдержка, вопросы, конкурсы)

Описание: Добро пожаловать в официальную группу Tele2 в России.

- достоверные новости об акциях и тарифах из первых рук
- увлекательные конкурсы и отличные призы
- ваши вопросы представителям Tele2
- оперативная техподдержка
- работа для тебя в Tele2
- лёгкое общение и новые друзья.

Добавляйся сам и зови своих друзей!

В группе запрещены:

- мат и оскорбления
- неуместный флуд
- реклама других операторов сотовой связи... показать полностью...

Веб-сайт: <http://tele2.ru>

Город: Москва, Россия

Меню

Управление группой

- Изменить фотографию
- Пригласить друзей
- Рекламировать группу
- Статистика группы
- Добавить в закладки

Вы состоите в группе. Рассказать друзьям

Покинуть группу

#### Участники

5 093 человека

Александр Рамиз Татьяна

#### Фотографии

альбомы

В основном альбоме 24 фотографии

Добавить

1375 записей к записям от имени группы

# Поддержка инициатив

Зачем:

- Экономия на медиа
- Работа уже с лояльной аудиторией



# ВЫВОДЫ

# Что нужно понять

1. Социальные медиа помогают решить задачи компании и достигать целей различных функций.
2. Невозможно работать в социальных медиа только по одному направлению.
3. Не нужно выдумывать специальные цели для социальных сетей, используйте существующие.

# Tack

*\* швед.: Спасибо.*

Александр Блохин  
11 ноября 2011

# TELE2