



Дамир Фейзуллов
PR Partner

Digital-репутация промышленного бренда: как SMM + ORM помогают завоевать доверие в B2B/индустриальном сегменте



СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ

1. Поисковая выдача

- Создай витрину выдачи: медиа, сайт, соцсети — должны занимать топ-10.
- Публикуй экспертные статьи ежемесячно, чтобы расширять «белый информационный фон».
- Убирай токсичные площадки через ORM: контент-замещения, SEO-статьи, ответы.
- Настрой мониторинг по ключевым словам через Brand Analytics / YouScan.
- Создай FAQ-статьи, чтобы закрывать «болевые» запросы: «развод ли бренд», «проблемы».

2. Официальный сайт

- Обязательно обновляй новости — не реже 1 раза в месяц.
- Сделай раздел «Экспертиза»: статьи, white papers, отраслевые исследования.
- Добавь кейсы с реальными цифрами и именами клиентов (если не НДА).
- Создай пресс-центр: медиа-кит, логотипы, фото руководства, презентации.
- Оптимизируй сайт под мобильные устройства и Core Web Vitals.

3. Социальные сети бренда

- BIG IDEA, позиционирование
- Контент-стратегия
- Визуальная стратегия
- Рекламная стратегия
- Видеопродакшн
- Эксперты и личный бренд

4. PR

- Обновите пресс-кит
- Проведите медиатренинг
- Календарь мероприятий и интеграций
- Выпускай минимум 5 комментариев и экспертные статьи в месяц.
- Поддерживай медийность спикеров: портреты, инфоповоды, тренды.
- Отслеживайте медиаиндекс

5. Отзывы и оценочные площадки

- Настрой мониторинг Зв1: автоматический, ручной и SERM.
- Отрабатывай негатив в течение 2–4 часов максимум.
- Пропиши сценарий ответов для типовых ситуаций.
- Снижайте напряжение — предлагайте решение, а не защищайтесь.
- Работайте с рейтингами и не только
- Размещайте отзывы

6. Служба поддержки и клиентский сервис

- Создай скрипты: приветствие, уточнение задачи, сценарий решения.
- Установи KPI: скорость ответа, % решенных задач, CSAT.
- Проводите ежемесячные разборы сложных кейсов.
- Переведи сервис в омниканальность: сайт, почта, мессенджеры.
- Внедри базу знаний и автоматические ответы для типовых вопросов.

7. Коммуникации менеджеров и сотрудников

- Проведи тренинг по деловой переписке и клиентскому сервису.
- Введи правило: все письма — грамотно, структурированно, без «воды».
- Регулярно проверяй подписи: логотип, контакты, ссылки на соцсети.
- Контролируй культуру речи сотрудников, особенно в чатах.
- Создай шаблоны писем для типичной коммуникации с клиентами.

8. Партнёры и дистрибуторы

- Выдай им бренд-пакет: описание, о вас, аргументы, визуал.
- Контролируй, как они подают ваш бренд (тексты, фото, цены).
- Вводи KPI по качеству сервиса партнёров.
- Проводите ежемесячный созвон/брифинг.
- Создай мотивационную программу: бонусы за качественную коммуникацию.

9. Репутация ТОП-менеджмента

- Создай контент-план для личных страниц руководителей.
- Дай руководителю набор тем: стратегия, рынок, тренды, кейсы.
- Выводи его на интервью и отраслевые подкасты.
- Готовь кризисные тезисы заранее.
- Обновляй фотографии, биографию, публичный образ раз в год.

10. Репутация продукта

- Ведите журнал дефектов и багов.
- Отвечайте на вопросы пользователей в течение суток.
- Публикуйте видео «как работает продукт».
- Вводите гарантию и расширенные опции поддержки.
- Делайте обзоры обновлений, чтобы показывать улучшения.

Schneider Electric

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Дифференцированная SMM-стратегия с различным контентом и таргетингом: для Facebook (B2G, B2B), VK (технические специалисты) Instagram (архитекторы и дизайнеры), рекламная стратегия,
- контент-стратегия,
- визуальная концепция,
- конкурсы, квесты.

Общая аудитория
12 494
1305 / 649 / 11145
Подписчики / вебинары / реестровые

4 человека в группе
1 вступление в группу
10 пересадок по ссылке

Schneider Electric
7 300+ в 150+ странах

Все об автоматизированных системах управления зданиями на платформе Life-Long Learning!

Сегодня мы запускаем новый курс «ЛСУ зданий» на базе решения EcoStruxure.
В рамках обучения вы узнаете о глобальных тенденциях на рынке EcoStruxure, а также научитесь применять оборудование Schneider Electric, позволяя полностью...



ACV зданиям на базе решения EcoStruxure

Сообщество, море, новые друзья, масса полезной информации и впечатлений! Все это
дает подавляющее преимущество для электротехники от Schneider Electric.
Вступайте в борьбу за поездку в Софи!

1. Продолжите регистрацию.
2. Заполните анкету, задавшие вопросы и получите за каждое правильное
ответ 3 балла в поп-апе в выпадающем меню в Софи на текущий форум
шагероектов.

Все подробности здесь: <http://igr.schneider-electric.com>

**УЧАСТВУЙТЕ В КОНКУРСЕ
ДЛЯ ЭЛЕКТРОМОНТАЖНИКОВ**
от компании Schneider Electric и Выиграйте поездку в Софи!

1. Продолжите регистрацию.
2. Заполните анкету, задавшие вопросы и получите за каждое правильное
ответ 3 балла в поп-апе в выпадающем меню в Софи на текущий форум
шагероектов.

Все подробности здесь: <http://igr.schneider-electric.com>

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

KEAZ



КЭАЗ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ VK TARGETHUNTER | Группы электриков 110 000 КЭАЗ

Ниже объяснение принципа таргетирования на группу «Электриков» во Вконтакте. Для этой соцсети это наиболее верный способ попасть в их новостные ленты, так как подбор интересов не имеет подобных по эффективности ключей.

Гео: Россия
Возраст: 25-55

1 Образование
74 млн

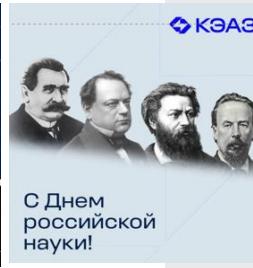
Выпускники
факультетов (ВУЗ)
21 954

Друзья, весь год мы радовали вас новостями в наших социальных сетях! Собрали Топ-10 самых интересных постов по мнению подписчиков!

1. Пост о сборке автоматических выключателей OptiMat D на нашем производстве. Показать еще:



2 Группы
Аудитория групп
53 751 группы



+150 000

совокупный показатель «Охват всего»

>2 000

ежемесячный показатель «Количество лайков»

>40

продуктовых фото, видео, «каруселей» и т.д. каждый месяц

>20%

средний уровень вовлеченности (Engagement Rate)



Temac

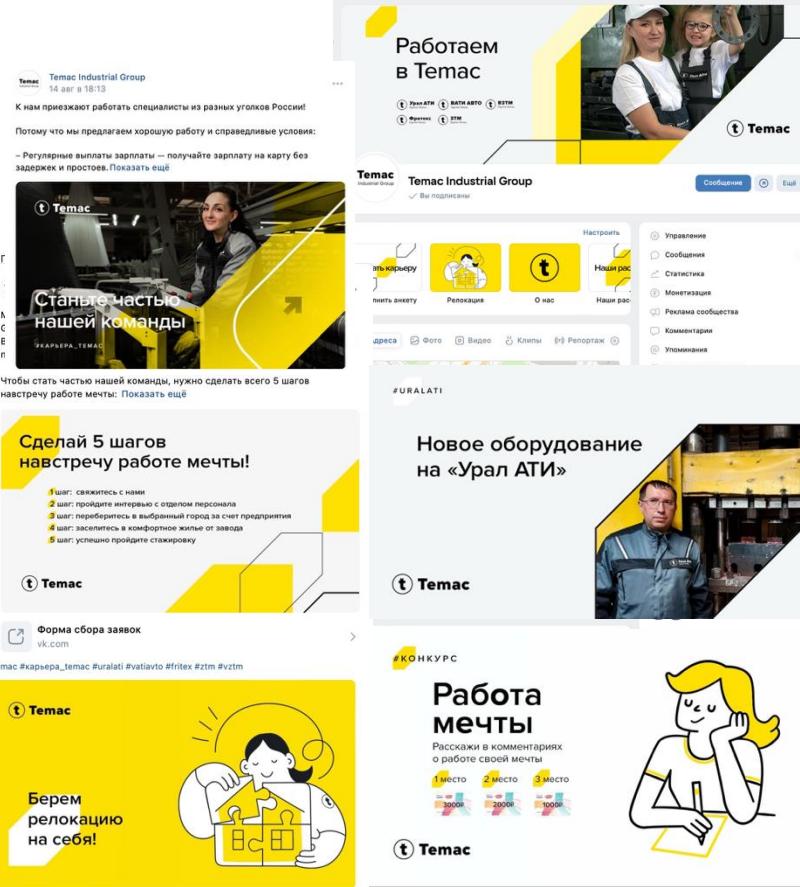
Целевая аудитория

Целевую аудиторию Temac Group предлагается поделить на несколько групп инсайтов – 1) Настоящие сотрудники; 2) Будущие сотрудники; 3) B2B (кл

<p>1</p> <p>Настоящие сотрудники</p> <p>Телевизионная аудитория</p> <p>Это те, кто уже работает в группе</p>	<p>2</p> <p>Будущие сотрудники</p> <p>Холдинговая аудитория</p> <p>Потенциальные работники группы</p>
--	---

[Редакционный план на основе инсайтов](https://docs.google.com/spreadsheets/d/0sQwli421Glew/edit#gid=163594908)

#	Тип	Рубрика / Тема	ЦА	Описание	Формат
—	Пост	Директ-посты	Все	Публикации новостных поводов в реальном времени: новости, пресс-релизы, аннонсы, мероприятия, отчеты, достижения	Бренд-группы
—	Пост	Группа Темас – события	Все	Комментарии на темы компаний, какие-то вспомогательные, которые можно оформить вставляемым постом	Бренд-группы
1	Пост	Группа Темас – о нас	Все	Рассказывая общими мазками историю группы Темас, какими веяниями, вехами развития, какими достижениями, ключевые специалисты и не только	Бренд-группы
2	Пост	Группа Темас – масштаб	Все	Говорим о масштабе Группы Темас (это – ключевые цифры, вики, завоевания, направления и т.д.). Только сам важнее и интереснее, чтобы заинтересовать целевые аудитории	Бренд-группы
3	Пост	Группа Темас – производственный портфель	Все	Рассказываем о производимой продукции на заводах Группы Темас	Бренд-группы
4	Пост	Группа Темас – транспарентность	Все	Показываем корпоративную прозрачность Группы Темас. Это могут быть какие-то финансовые показатели, отчеты, документы, так и сопутствующие избыточные истории, которых можно поделиться. Основная идея рубрики – показать жизнь группы компаний, ее человеческие качества, смыгать «железный занавес»	Бренд-работа по линии
	Пост	Группа Темас –		Яркие и информативные публикации с пакетами. Это могут быть сухие колпаки, а	Бренд



+1 200

новых живых подписчиков привлечено через таргет в Vkontakte за 2 месяца

HR

продвижение бренда
работодателя и программы
релокации позволило привлечь
новых кандидатов

100

откликов на вакансии каждый месяц

30%

средний уровень
вовлеченности (Engagement
Rate)

Guardian LARTA Glass

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Узконаправленная SMM-стратегия на 7 групп архитекторов и проектировщиков,
- рекламная стратегия,
- контент-стратегия,
- визуальная концепция,
- ВК-бот.



1

ЯДРО АУДИТОРИИ
Starchitects (S)

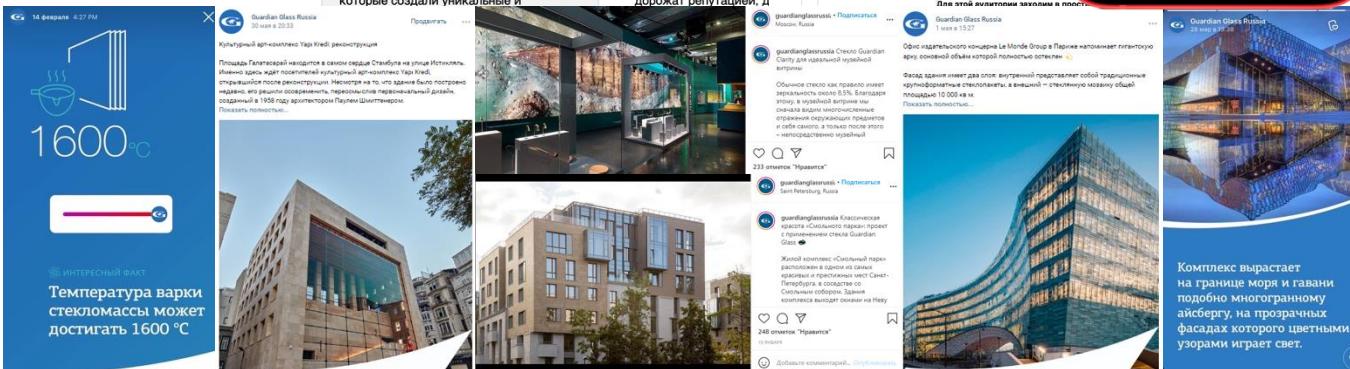
Архитекторы с большим опытом, которые создали уникальные и



2

Classic Intellec

Архитекторы с опытом, дорожат репутацией, д



14 февраля 4:27 PM
Guardian Glass Russia
20 likes · 2033 views
Культурный арт-комплекс Чарл Креди, реконструкция
Площадь Гагарина находится в самом центре Северной столицы на улице Петровской. Именно здесь художник-архитектор Чарл Креди открылся после реконструкции. Несмотря на то, что здание было построено недавно, его решили обновлять, переносить первоначальные детали, воссозданный в 1968 под архитектором Паулем Шиммером. Показать полностью...

1600 °C
ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ
Температура варки стекломассы может достигать 1600 °C

guardianglassrussia • Подписаны
Москва, Россия
1 year in 1527

Офис культурного концерна Le Monde Group в Ларине напоминает гигантскую арку, поверхность которой полностью остеклена. Остекление здания внутри представляет собой традиционный крестообразный стеклопакет, а снаружи – стеклянную панельной пластины 10 000 кв. м. Показать полностью...

233 отметок "Нравится" · 20 комментариев · 2 подписчика
Guardian Glass Russia
Saint Petersburg, Russia
Жилой комплекс «Соловьев парк» привлекает внимание своим ярким и престижным местом Санкт-Петербурга. В составе со зданием высотой 105 метров комплекса выходят окна на Неву.

248 отметок "Нравится" · 10 комментариев · 2 подписчика
Guardian Glass Russia
Saint Petersburg, Russia
Комплекс вырастает на границе моря и гавани подобно многогранному айсбергу, на прозрачных фасадах которого цветными узорами играет свет.



8 300

новых подписчиков по узкому таргетингу «Архитектура и проектирование»

>500

постов из разных рубрик:
проекты со всего мира и из
России, инновации и разработки
и т.д.

>0,2 МЛН

совокупный охват SMM-активностей в месяц

>10%

ежемесячная вовлеченность

«ЩПЗ»

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Узконаправленная SMM-стратегия на 7 групп архитекторов и проектировщиков,
- рекламная стратегия,
- контент-стратегия,
- визуальная концепция,
- VK-бот.



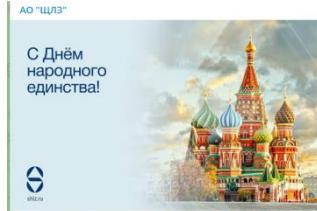
Современные мегаполисы растут вверх!

Этот факт несомненен, как и тот, что буквально каждый день в городах увеличивается количество автомобилей. В таких условиях незаменимы вертикальные парковки.

Но как автомобилю добраться до верхних этажей этого сооружения?

Конечно, на грузовом лифте #ЩПЗ! Мы производим надежные и безопасные лифты с такой площадью кабины, которая легко позволяет вместить выше авто, каким бы крупногабаритным оно ни было.

46 3 380 14:40



Выбираем цвет отделки кабиной



- NCS 1075-G50Y Серебристо-желтый
- RAL 1016 Цветочный желтый
- RAL 2003 Пастельно-оранжевый
- RAL 4007 Пурпурно-фиолетовый
- RAL 5003 Сапфирово-синий

Какой цвет отделки кабиной нравится вам больше?

Как правильно выбрать лифт



shl.ru



Как выбрать надежного производителя лифтов для вашего проекта

Чек-лист



shl.ru

Обрати ся ↗
63 5 0
Количество рецензий, отзывов и комментариев.

Обрати ся ↗
5418 524 / 1184 / 2792
Комментарии / рецензии / отзывы и комментарии.

Обрати ся ↗
61 3 0
Количество рецензий, отзывов и комментариев.

АО "ЩПЗ"
На этой неделе состоялось награждение представителей компаний, участвовавших в проекте ДИМП. Дипломы вручены представителям компаний: ТехноПромСервис, АО "ЩПЗ", АО "ЩПЗ", РадиоТехника, Авиакосмическая и промышленная политика г. Москвы. Владислав Евгеньевич лично вручил благодарственные письма представителям компаний, привлекшим участие в проекте.

Читайте статью о ЩПЗ и проекте "Династии московской промышленности" в газете «Вечерняя Москва»

Интерпретационный анализ юридической значимости документа о привлечении кадров в сфере промышленности

17

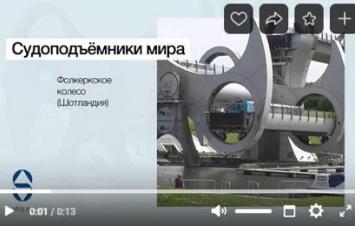
крайтических слоганов
предложено в SMM-стратегии

>1 МЛН

потенциальный охват
рекламной кампании в месяц по
собранному таргетингу

6 000

новых подписчиков по ЛПР B2B-
таргетингу годовой KPI



Estima Ceramica

Целевая аудитория



Конечные покупатели

Доход: средний и выше среднего
Работа: не имеет значения
Интересы: покупка квартиры, новостройки, строительство дома, ремонт, керамогранит, ремонт и обустройство дома, строительные мебельные гипермаркеты, дизайн

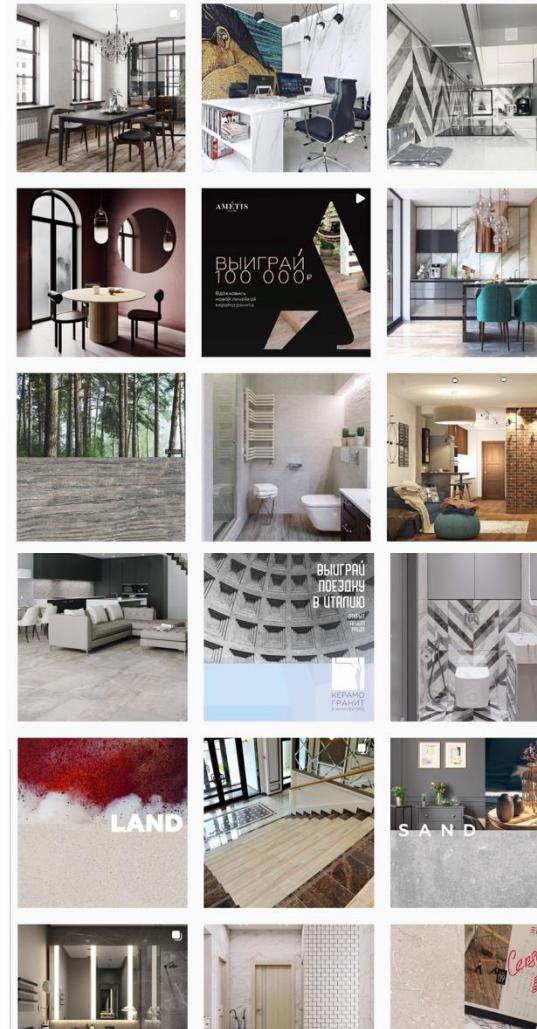
Доход: не имеет значения
Работа: профильное
Интересы: архитектура, направления (ар-деко, модернизм и т. д.), дизайн интерьеров, интернет-издания (ArchDaily, Designboom, Design Week и т. п.), Houzz.

Доход: —
Работа: —
Интересы: —

Для этой группы предлагается настраивать исключительно look-a-like аудиторию (основная база оптовиков).



Редакционный план		X = Уникальность		ESTIMA CERAMICA			
#	Рубрика	Описание	Площадка	Тематика	Шаблон	Хештег	Доля
1	ESTIMA — 17 лет истории	О компании [Генеральный каталог 2018.pdf / http://estima-ceramica.ru/] важные моменты, чтобы эта информация архивной и запоминающей					
2	ESTIMA — коллекции в деталях	В этой рубрике предлагаются фотографии с комментариями о том, как выглядят текстура дублировалась					
	Это преимущественно визуальная рубрика, в которой будут показываться визуальные пары: текстура камня + примерное включение	2.1. Мрамор 2.2. Камень 2.3. Древесина 2.4. Цемент 2.5. Диагностика					
3	ESTIMA — интерьеры	В этой рубрике предлагаются фотографии готовых на Instagram проектов с т возможностью виско иск, которые не очень ярки					
4	ESTIMA — масштаб	Имажинная визуальная стоковая фотография»					
	Макеты — Живые изображения						



30

уникальных публикаций размещалось ежемесячно (комиксы, мемы, Gif, инфографика, сториз и др.).

+500

упоминаний размещено в
медиапространстве

+4 500

упоминаний о конкурентах обрабатывалось ежемесячно с помощью автоматического мониторинга

>600 000

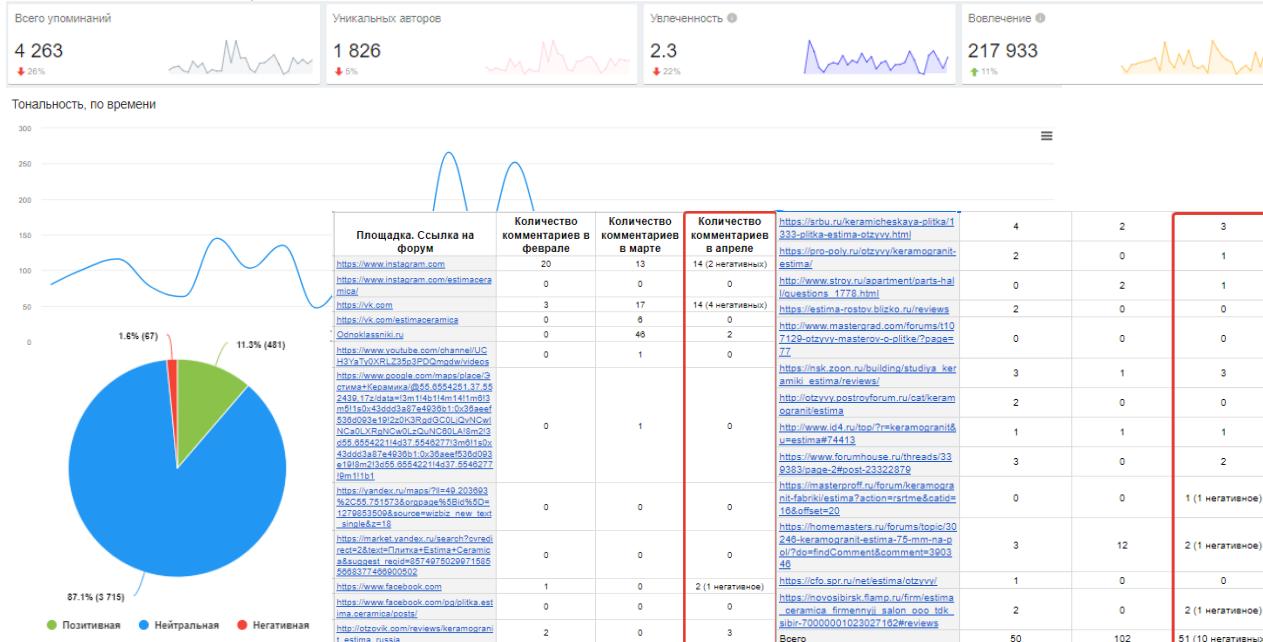
средний показатель «Показатель рекламы» (KPI – 300 000).

АБОНЕНТСКОЕ ORM&SERM-ОБСЛУЖИВАНИЕ

Estime

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Ежедневный мониторинг Зв1 бренда Estima, ETALON и Kerama Marazzi
 - Нивелирование негатива и популяризация сильных сторон бренда на отзовиках и в соцсетях



упоминаний в месяц
обрабатывалось сотрудниками
агентства

>2 000

авторов оставляют упоминаний

>200 000

средняя вовлеченность в месяц

<2%

общего негатива в месяц

+20%

страниц без негатива в поисковой выдаче

Schneider Electric

ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО:

- Была поставлена задача глобальным офисом из Франции на увеличение упоминаний бренда до 5 000 в месяц в России.
- В ежедневном формате проводился мониторинг 3в1: автоматический, ручной и SERM.
- Все негативные упоминания попадали в систему нивелирования.
- Также проводились массовые посевы.

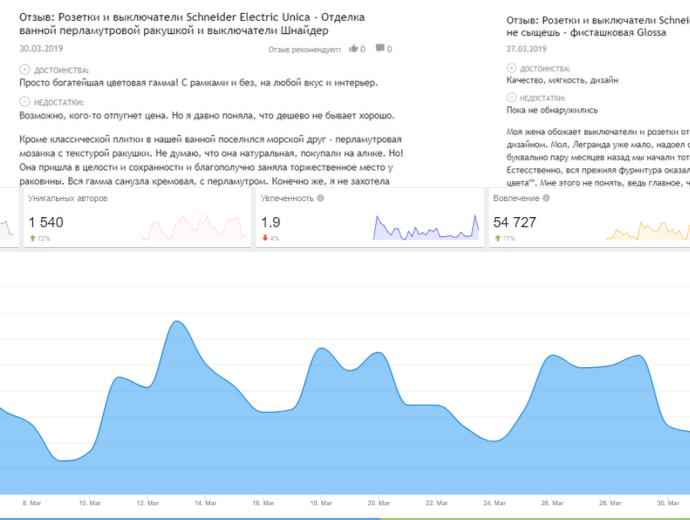
10. Нивелирование негатива

Реакции на негатив (несколько скриншотов)



11. Работа с отзывами

Позитивные посевы от агентов (несколько скриншотов)



>2 500

упоминаний в месяц
обрабатывалось сотрудниками
агентства

>1 500

авторов оставляют упоминаний

>50 000

средняя вовлеченность в месяц

<2%

общего негатива в месяц

+60%

рост нейтральных упоминаний с
ключевыми словами за полгода

Спасибо

Дамир Файзуллов

Директор по digital & social media

damir@prpartner.ru

+7 (499) 647 47 17

+7 (917) 612 44 99