

Чек-лист

оценка эффективности управления сообществом лояльных клиентов

Комьюнити-менеджмент

Репутационный менеджмент

* Все оценки и подсчеты производятся на периоде 7 дней, на примере сообщества в любой социальной сети, блоге или форуме.

| | |
|-----------------------------------|---|
| Компания | |
| Период оценки | с _____ по _____ |
| Все элементы Сообщества в 1й сети | Страницы: Группы: События: Сервисы и Приложения: |

| Комьюнити - менеджмент | | |
|--|------------|--|
| Параметр | Показатель | Примечание |
| Активность | | |
| * Постов | | Среднее значение постов участников на 1 пост от страницы (кроме сервисных и обратной связи) |
| * Комментариев | | Среднее значение на 1 пост (на странице, в альбомах, в конкурсах, в событиях, ТОЛЬКО ОТ УЧАСТНИКОВ) |
| * Шеров | | Среднее значение перепостов на 1 пост (на странице, в альбомах, в конкурсах, в событиях, ТОЛЬКО ОТ УЧАСТНИКОВ) |
| * Лайков | | Среднее значение на 1 пост (на странице, в альбомах, в конкурсах, в событиях, ТОЛЬКО ОТ УЧАСТНИКОВ) |
| Формирование сообщества | | |
| * Наличие объединяющей темы Клуба | | Да / Нет Единая или спутники. Для всего клуба, или для сегментов |
| * Поощрение активности участников | | 1-5 Использование инструментов групп: «Благодарность», «5 минут славы», «Персональное внимание», .. |
| * События онлайн | | 1-5 Актуальность тем конкурсов, встреч, событий и т.п. Качество проведения каждого из 4х этапов конкурса |
| * События оффлайн | | 1-5 Актуальность и Качество проведения |
| * Формирование активного ядра | | 1-5 Использование инструментов групп: «Совместное творчество», «Признание», .. |
| Вовлечение & Коммуникации | | |
| * Активное вовлечение в обсуждения | | 1-5 Качество использования инструментов группы «Конверсия внимания» |
| * Зажигание обсуждений и Стимулирование активности | | 1-5 |
| * Удержание обсуждений | | 1-5 |

| | | |
|---|---|---|
| * Скорость реакции | | 1-5 |
| * Качество реакции | | 1-5 |
| * Стимулирование Камертонов | | 1-5 Качество использования инструментов для стимулирования положительных отзывов лояльных кл. |
| Контент | | |
| * Частота в день | | Рекомендуемая: в зависимости от стратегии |
| * Брендированный % | % | Рекомендуемый %: ----//---- |
| * Функциональный % | % | Рекомендуемый %: ----//---- |
| * Эмоциональный % | % | Рекомендуемый %: ----//---- |
| * Контент с Клиентами % | % | Рекомендуемый %: ----//---- |
| * Дружественность оформления | | 1-5 оценка за общее впечатление (контент, обои, ...) |
| * Креативность | | 1-5 |
| Общая оценка: Страница компании, или Сообщество клиентов | | |
| | | 1-3 Страница 4-5 Сообщество (Клуб) |

| Репутационный менеджмент & Сервис | | |
|---|------------|--|
| Параметр | Показатель | Примечание |
| Скорость ответов | | 1-5 |
| Качество ответов Негатив | | 1-5 |
| Качество ответов Позитив | | 1-5 |
| Качество ответов Сервис | | 1-5 |
| % Охвата | % | |
| Полезная информация & Сервисы | | 1-5 |
| Общая оценка: Реагирование, или Полноценный сервис | | |
| | | 1-3 Реагирование 4-5 Полный сервис (служба заботы о клиентах) |

Комментарии и Рекомендации автора Курса [«Я Комьюнити-менеджер! SMM для практиков»](#)
Влада Титова