OutspokenMedia.com © 2009  
Online Reputation Management Guide  
La seguente guida mostra come le piccole imprese di valutare, costruire, tracciare e monitorare la loro  
reputazione online. Nella maggior parte dei casi, è possibile seguire questi semplici passi per crescere facilmente il vostro personale  
marchio e / o piccole imprese.  
Introduzione  
Due decenni fa, un dirigente ha fatto un errore molto pubblico e dannose. Hanno passato anni  
rammaricandosi del fatto che la decisione e abbandonato la loro professione. Hanno trovato una nuova carriera onesta e  
nel 2007 ha preso un lavoro promettente. Nel 2008, un collaboratore scavato il loro passato su Google. Essi sono stati  
immediatamente interrotta.  
Nel 2008, un imprenditore trovato le loro convinzioni personali esposti al pubblico. C'è stato un  
reazione immediata ed ostile che si cementata nella parte superiore dei risultati di ricerca sia per  
il loro nome della società e. linea di fondo della società sofferto.  
Nel 2009, un leader del settore ha constatato che erano i soggetti di un articolo denigratorio da un  
delle reti notizie più importanti del mondo. Nel giro di poche ore, l'articolo è stato posto nella ricerca  
motori per il nome della società. I clienti cominciato a chiamare interrogandosi sulla notizia, chiedendo  
"Sono le accuse vere?" Essi non erano, ma la loro reputazione era macchiata.  
Nel 2009, una piccola impresa hanno trovato il loro ex dipendente distacco commento negativo su un  
forum specifici del settore con un nome utente anonimo. Il giorno dopo, il forum è stato classifica  
secondo su Google per il nome della società. Nel bel mezzo di una recessione economica, la risposta  
al loro accusatore sprecato tempo prezioso ed energie.

Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 2  
Cosa quelle situazioni hanno in comune?  
Né il potere esecutivo, il proprietario di affari, il leader del settore, né la piccola impresa sono stati  
proattivo nella gestione delle loro reputazione on-line. Il nome del dirigente è solo apparso in legale  
i documenti di due decenni fa che sono stati ora online record di pubblico. L'imprenditore aveva  
no fuori presenza online di fascette piccole notizie e le ricerche di persone. Il leader del settore solo  
aveva un sito vetrina e una serie di riferimenti casuali. La piccola impresa è stata menzionata solo  
online nel proprio sito in flash, una manciata di comunicati stampa e sui siti di ricerca competitiva.  
Quando potenziali clienti, i clienti o collaboratori sono alla ricerca di voi, che cosa vedi? È  
un sito di odio o Rip Off Relazione lista numero due per il vostro nome? Oppure, c'è un rapporto di notizie  
raccontare la storia della vostra crescita incredibile nel settore?  
Supponiamo che l'antico AOL dati percentuali clic a partire dal 2006 sono ancora precise:  
Photo credit: SEO Book, Google Ranking valore: http://training.seobook.com/google-ranking-value  
Quanti di questi utenti stanno assorbendo i top dieci risultati di ricerca prima di scegliere? Con  
video incorporati, i risultati news frastagliata e altri elenchi di Universal Search, gli occhi degli utenti 'e  
scatti sono sempre tratte più in fondo alla pagina. Se vedono un risultato sensazionale o negativo,  
come molto più probabile che siano loro a fare clic su quella contro il positivo? E, se non si dispone di un  
lista negativa, come molti dei risultati sono pertinenti e all'interno del vostro controllo?

Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 3  
Perché avete bisogno di una reputazione on-line?  
Se non si controlla on-line del marchio, lo farà qualcun altro.  
Considerare i recenti progressi sui motori di ricerca principali:  
Universal Search  
http://searchengineland.com/google-20-google-universal-search-11232  
Ricerca personalizzata  
http://searchengineland.com/google-ramps-up-personalized-search-10430  
Enhanced risultati della ricerca  
http://developer.yahoo.com/searchmonkey/smguide/sm\_overview.html  
Rich snippet  
http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2009/05/introducing-rich-snippets.html  
Ci sono più opportunità che mai prima di classificare rapidamente i risultati negativi o diffamatori. Se  
non ti proteggono, qualcuno può facilmente inviare un commento, fare un video, creare un blog  
post, un reclamo, promuovere la concorrenza, sviluppare un sito di odio e di più. O, peggio ancora,  
un dipendente arrabbiato lascerà l'azienda con la vendetta sulla loro mente e il caos reek con a  
la tua. Gestire la tua reputazione online non è la promozione svergognata, è un mezzo di difesa e  
le migliori pratiche.  
Chi se ne frega della tua reputazione online?  
La tua reputazione on-line può essere visto in vari modi. Se siete in cerca di lavoro,  
vendendo un prodotto, alla ricerca di un investitore o il tentativo di segnare una data, qualcuno sta per rivolgersi ad un  
motore di ricerca per saperne di più su di te. I gruppi più comuni sono:  
√ Consumatori  
√ business partner  
√ Archivio titolari  
√ Marketers  
√ Giornalisti  
√ potenziali datori di lavoro  
√ Co-lavoratori  
√ Personal contatti

Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 4  
Come può una reputazione negativa online vi riguarda?  
I risultati di una reputazione negativa in linea può essere sottile come un utente clicchi su un concorrente  
di dominio pubblico al posto del tuo o dannoso quanto un boicottaggio su scala industriale dei prodotti  
e / o servizi. Oltre alle ovvie implicazioni finanziarie di avere la credibilità di una società  
messa in discussione, ci sono potenziali conseguenze legali che potrebbero dominare il tempo e  
paralizzare il vostro sostenibilità finanziaria, pure. Questo spesso cemento notizie di fiducia e di diritto  
risultati nelle classifiche di ricerca in alto in modo che anche se un caso è respinta o risolti, vivrai  
con le conseguenze per gli anni a venire. Cose del genere, determinare chi è responsabile della  
reputazione negativa, se sarà necessario riposizionare o rimuovere alcuni dipendenti o che si occupano  
le perdite potenziali in forza lavoro, aggiungere ulteriori monetaria, il morale e la crescita conseguenze.  
Come valuti la tua reputazione online?  
La maggior parte degli utenti non guardare oltre la prima pagina o due di risultati di ricerca, in modo che solo bisogno di guardare ad un  
paio di pagine per ogni parola chiave sui motori di ricerca principali. Inizia con semplici ricerche su  
Google, Yahoo e MSN per tutto ciò che si intende per:  
√ Il tuo nome  
√ Società  
√ Brand (s)  
√ prodotto (s)  
√ alto profilo dipendenti  
Maniglie √ / username  
Dato a progressi di ricerca personalizzati, i risultati possono mostrare forti discrepanze sulla base di  
la localizzazione e cronologia delle ricerche, soprattutto quando la ricerca di termini vanità si guarda spesso. Per ottenere  
i risultati di ricerca più precisi, prima di uscire dal tuo account sui motori di ricerca o, se  
stai cercando su Google, utilizzare un collegamento per disabili ricerca personalizzata:  
http://yoast.com/tools/seo/disable-personalized-search-plugin/  
Come si fa a decidere se è necessario per costruire o riparare la tua reputazione online? Una volta che hai  
ricerche per le frasi di parole chiave pertinenti su ogni motore di ricerca, utilizzare un semplice foglio di calcolo o  
elenco per determinare se è necessario per gestire la tua reputazione online. Un campione di base è  
forniti nella pagina seguente.

Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 5  
ONLINE LA REPUTAZIONE DI VALUTAZIONE  
Motore di ricerca: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Frase: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Posizione URL \* Sentiment Tipo \*\*  
1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
\* Tipo - Documento che tipo di dominio pubblico appare: sito web, risultato notizie, blog post, video,  
immagine, locale quotazione, PDF, il profilo sociale, directory, ecc  
\*\* Sentiment - Documento il sentimento del risultato della ricerca. Se è su di voi o la vostra azienda, è  
positivo, negativo o indifferente? Documento il risultato della ricerca anche se non è su di te.

Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 6  
Ora che avete registrato le prime trenta risultati di ricerca per ogni frase di parole chiave pertinenti e  
motori di ricerca, i risultati coincidono. Che si desidera registrare quanti erano negativi, indifferenti e  
quanti non erano su di te. Questi numeri vi dirà se è necessario costruire o  
gestire la tua reputazione online.  
Il potenziale problema  
Se vi accorgete di avere un numero di risultati di ricerca posizionamento per il tuo nome / società che non sono  
su di te (soprattutto nei primi 10), sarà necessario per iniziare a costruire la vostra reputazione. Anche  
anche se non c'è un problema evidente, hai ancora bisogno di preoccuparsi. Se non si è attivamente coltivato  
i risultati della ricerca, allora è molto più facile per qualcosa a strisciare verso l'alto quando qualcuno fa  
ho un problema con la vostra azienda o marchio personale. Da non essere proattivi sulla creazione di  
la tua reputazione online, i partiti vulnerabili, per qualcuno di farlo per voi.  
L'eccezione a questo è quando si condivide un nome con una celebrità, politico, un'altra società,  
ecc Se non è un disastro la gestione della reputazione, è improbabile che tu o altri, sarà  
in grado di classificare bene per il tuo nome quando la si condivide con un soggetto di alto profilo. Detto questo,  
la gente ancora voglia di trovarti in linea, in modo da considerare come gli altri perfezionare le loro ricerche a  
individuare voi. Saranno in grado di aggiungere una, la posizione dell'industria o del prodotto ai termini di ricerca? Filtrare la ricerca  
Risultati per individuare stranezze e una notevole mancanza di risultati, entrambe le quali possono avere un impatto negativo  
la tua reputazione.  
Il problema Not-So-Obvious  
Se ci sono una serie di risultati di ricerca che sono su di te, ma sono indifferenti, è ancora necessario  
di concentrarsi sulla crescita della propria reputazione online. Perché?  
Quando i consumatori, gli azionisti, i datori di lavoro, i media, ecc, sono alla ricerca di informazioni su di te,  
volete che per trovare risultati rilevanti e positivi. Se i risultati della ricerca sono affollate di  
indifferente siti web dettaglio ricerca competitiva e profili aziendali, l'utente non è trovare  
qualcosa che conquista immediatamente sopra. E 'da attendersi che avrete una Wikipedia  
ingresso se sei un grande business, o un elenco di directory, ma se questo è il maggior parte del vostro ricerca  
presenza, come è il raccoglitore informazioni suppone di costruire una positiva impressione di te?  
Hanno semplicemente riconosciuto che non c'è nulla di palesemente sbagliato.  
Inoltre, come molti di questi risultati sono all'interno del vostro controllo? Ad esempio, un sito Web personale, un  
profilo sociale della registrazione, una lista locale si è verificato, ecc I risultati più si vede che  
sono all'interno del vostro controllo, meglio è. Naturalmente, di alto profilo e risultati notizie positive o  
interviste possono solo contribuire a dare credibilità al vostro brand, ma i risultati più che fisicamente  
la gestione, il controllo di più si hanno a disposizione la tua reputazione online percepita.

Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 7  
Il problema evidente  
Se qualcuno relazioni alla vostra azienda di un gruppo di guardare al consumo, un concorrente che segue in giro per  
di lasciare commenti negativi o un cliente arrabbiato dedica ora a voi pubblicamente odiare, poi  
è abbastanza evidente si ha un problema di gestione della reputazione online. È che negativamente  
impatto sui risultati di ricerca di se? Se si trova un certo numero di, o anche una sola, cercare negativo  
risultato, è necessario risolvere il problema.  
I più comuni problemi di gestione della reputazione provengono da (in ordine di almeno alla maggior parte dei  
grave):  
√ accovacciato nomi utente  
√ accovacciato domini  
√ Doppelgangers  
√ Lavoro modifiche  
√ cambia nome  
√ commenti negativi  
√ False informazioni  
√ Falsi profili  
√ Marchio di infrazione  
√ Cattive notizie copertura  
√ legale dei documenti  
√ Denuncia siti  
√ Concorrente attacchi  
√ siti che incitano all'odio  
√ Personal scandali  
√ scandali societari  
√ Industria percezioni  
Cosa si deve fare per questi problemi? Cercate gestione professionale reputazione online  
servizi se non si dispone già di qualcuno che possa efficacemente risolvere la situazione.

Contattaci  
Outspoken Media: http://outspokenmedia.com/services/online-reputation-management/  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 8  
Costruisci la tua reputazione  
I seguenti sono semplici passaggi è possibile adottare per costruire la tua reputazione online.  
Proteggi il tuo nome  
Il primo passo per costruire la tua reputazione online è quello di registrare il vostro nome utente. Acquista tutti  
settori pertinenti e TLD. Se non hai ancora, anche registrare il vostro nome utente con questi cinque  
essenziale social network:  
√ Facebook  
√ MySpace  
√ LinkedIn  
√ Twitter  
√ Naymz  
Ogni giorno un nuovo social network si apre e se non si agisce rapidamente, qualcun altro può rivendicare la vostra  
nome. Quasi ogni cliente abbiamo lavorato ha avuto una situazione in cui uno o più sociale  
le reti non hanno avuto il loro nome a disposizione e si stava causando una grave lacuna nella loro brand  
strategia. In molte di queste situazioni, l'individuo che ha registrato il nome utente del marchio è stata  
un affiliato, un cliente arrabbiato o semplicemente qualcuno accovacciato sul nome utente sperando di ottenere denaro  
dal vero proprietario.  
Costruire il brand è difficile quando non si ha il manico stesso su ciascuna delle parti sociali  
reti. Purtroppo, gli individui e gli imprenditori non hanno tempo per inseguire quelle  
nomi. Utilizzare un servizio come http://knowem.com/ di verificare rapidamente e registrare il vostro nome, maniglia,  
prodotti della società, i dipendenti di alto profilo, dominio, ecc in più di duecento sociale  
reti. È anche possibile abbonarsi al loro servizio mensile e KnowEm continuerà a costruire  
i profili di nuove reti di superficie sul web.  
Impostare le impostazioni sulla privacy  
Una volta assicurato il tuo nome utente, è necessario proteggerlo. Se si tratta di un account personale, gestire  
tue impostazioni sulla privacy. Con l'adozione diffusa di social networking, sempre più utenti  
si sono trovati di fronte a un disastro reputazione per mano delle foto di ebbrezza, inadeguato  
osservazioni, dichiarazioni calunniose o altre decisioni sbagliate. La maggior parte degli utenti non si rendono conto di come la loro  
profili sociali sono sempre indicizzato nei risultati di ricerca o di come appaiono agli utenti al di fuori del loro  
rete. Familiarizzare con le impostazioni di ogni rete di appartenenza.  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 9  
Facebook  
È possibile controllare se la vostra pagina di Facebook compare nei motori di ricerca selezionando "Crea  
un elenco di ricerca pubblico per me ". Modifica questo andando a:  
Impostazioni> Privacy> Cerca> [selezionare ricerca visibilità]  
È ora possibile anche controllare i tipi di informazioni visualizzate sul tuo profilo Facebook se è  
indicizzato nei motori di ricerca. Per impostazione predefinita, la tua foto del profilo, lista amici, link per aggiungere me come un  
amico, link a mandarmi un messaggio e le pagine che sei un fan di sono pubblici.  
Se si vuole costruire la tua reputazione on-line, mantenere il tuo profilo pubblico e tutto il visibile, ma  
essere consapevoli di ciò che si sta utilizzando come immagine del tuo profilo e se qualcuno potesse essere colpito da  
la tua scelta di amici. Potete trovare ulteriori informazioni sulle impostazioni di privacy di Facebook qui:  
10 impostazioni sulla privacy ogni utente Facebook deve sapere  
http://www.allfacebook.com/2009/02/facebook-privacy/  
Come bloccare le foto Facebook  
http://gadgetwise.blogs.nytimes.com/2009/05/05/how-to-block-facebook-photos-ofyourself/  
MySpace  
MySpace è meno evoluto di Facebook quando si tratta di impostazioni di privacy, ma è ancora possibile  
controllo di quanto il pubblico sta vedendo. Se volete che il vostro profilo rimanga privato vai a:  
Il Mio Account> Privacy> [selezionare "profilo visualizzabile da"]  
Twitter  
account Twitter rank molto bene se si usa il tuo vero nome come gestire e / o nel tuo profilo.  
Tieni presente che gli utenti possano trovare, se ne è il tuo indirizzo e-mail e tweets sono costantemente  
raschiati e archiviati. È necessario essere molto cauti su quello che tweet meno che non siate  
selettivo per i tuoi amici e fai il tuo profilo privato:  
Impostazioni> Account> [selezionare "Proteggi i miei aggiornamenti"]  
LinkedIn  
LinkedIn ha i controlli più robusta per i tipi di informazioni che è possibile visualizzare sul vostro pubblico  
profilo. È possibile scegliere quali campi ottenere indicizzati nei motori di ricerca o si può trasformare il vostro pubblico  
profilo del tutto. Trovare queste impostazioni:  
Account & Settings> Profilo pubblico Impostazioni> [selezionare Visualizza preferenze]  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 10  
Online Reputation Monitoring  
Strumenti per monitorare i tuoi reputazione online  
Impostare avvisi e feed di cogliere ogni menzione del nome, società, marchio, dipendenti,  
dominio, ecc Si desidera ricevere una notifica prima che un problema si aggravi o entra nella top ricerca  
risultati. Ci sono centinaia di strumenti che possono aiutare a gestire la tua reputazione online, ma come un  
piccolo imprenditore o individuali, i seguenti sono le più complete e user-friendly  
Le soluzioni che abbiamo trovato.  
Feed Reader  
Impostare un lettore di feed per aiutarti a visualizzare i feed personalizzati sarai di monitoraggio per la parola chiave  
frasi. Il vostro lettore può essere semplice come un gadget nella tua home page di iGoogle o un feed completo  
servizio come Google Reader: http://www.google.com/reader/  
Google Alert  
http://www.google.com/alerts  
Impostare Google Alert gratuitamente a monitorare i risultati web, notizie, blog, video e gruppi. Iscriviti via  
e-mail o attraverso un feed.  
Yahoo Avvisi  
http://alerts.yahoo.com/  
Impostare avvisi Yahoo gratis per monitorare informazioni chiave, le scorte, notizie locali, feed e altro ancora.  
Ricevere notifiche via e-mail, Yahoo Messenger o mobile.  
Twitter Search  
http://search.twitter.com/  
Precedentemente noto come Summize, Twitter Search rende più semplice la ricerca Twitter per eventuali menzioni  
di una frase chiave particolare. Vi è anche una serie di parametri di ricerca avanzate che consentono  
si esegue una ricerca per luogo, sentimento, date, link, una persona in particolare e molto altro. Iscriviti alla  
feed per i risultati della ricerca.  
Technorati  
http://technorati.com/search/  
Utilizzare Ricerca Technorati per trovare menzioni del tuo blog o parole chiave specifiche su altri blog.  
Iscriviti al feed dei risultati di ricerca e di ricevere la notifica di nuove menzioni.  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 11  
BackType  
http://www.backtype.com/  
Una delle soluzioni più robuste commento è BackType. Con esso, potete richiedere i vostri commenti  
sui blog, i commenti che parlano di una determinata parola chiave, visualizzare tutte le conversazioni da un  
determinato post o articolo e sottoscrizione di tali conversazioni.  
Social Mention  
http://socialmention.com/  
Social Mention è simile a Google Alert, ma specificamente pensati per i social media. Poiché Google  
Gli avvisi possono essere bacato, Social Mention aiuta a catturare le conversazioni immediate vicinanze di uno specifico  
parola chiave. Iscriviti al feed, ricevere avvisi e-mail o scaricare il file Excel.  
BoardReader  
http://boardreader.com/  
conversazioni di Track attraverso forum e bacheche con BoardReader. È possibile perfezionare  
risultati per data, da un determinato dominio e per importanza.  
Q & A Tracking  
http://answers.yahoo.com/  
Se qualcuno viene a fare domande su di voi, la vostra azienda o di una determinata parola chiave, è possibile tenere traccia  
quelle relativa a taluni Q & A siti come Yahoo Answers. Eseguire una ricerca avanzata per una determinata parola chiave  
e poi iscriverti al feed RSS in fondo alla pagina per consentire di tenere traccia di  
futuro menzioni.  
Trackur  
http://www.trackur.com/  
Trackur tira parola chiave cita da una varietà di fonti, non solo Google Alert, ma il suo più grande  
utilizzo viene dalla possibilità di salvare, ordinare, tag, condividere e sottoscrivere particolare feed. Il costo è di  
meno di 20 dollari al mese ed è perfetto per le piccole imprese.

Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 12  
Come partecipare  
Ora che hai assicurato il tuo nome utente, configurare i profili e creato modi per tenere traccia  
parole chiave, è necessario immergersi nella conversazione. Quello che si dice su di te? Se non vi è  
molto, è il momento di mettersi in gioco. Oltre a costruire la vostra credibilità, ciascuno dei seguenti  
suggerimenti contribuiranno a rafforzare il posizionamento nei motori di ricerca.  
Costruisci il tuo network professionali e personali. Trova i tuoi colleghi, amici, clienti e  
partner commerciali, poi amicizia con loro. Puoi partecipare alle loro conversazioni, domande risposte,  
tenerli informati della vostra vita o di lavoro, ecc Fate questo in:  
√ siti professionali come LinkedIn, Plaxo e Naymz  
√ siti personali come Facebook, Twitter e MySpace  
√ siti legati alla scuola, come compagni di classe e Reunion  
√ siti aziendali come BusinessWeek, Crunchbase e FastCompany  
√ siti di recensioni come Yelp e Amazon  
√ media come Flickr, YouTube o Vimeo  
√ siti Resume come Emurse, Riprendi sociale e Rezume  
√ siti di bookmarking come StumbleUpon, Reddit, Digg o Wikio  
√ Popolare industria blog  
√ di settore social network, forum e gruppi  
√ locale social network, forum e gruppi  
√ interesse speciale o stile di vita social network, forum e gruppi  
Posizionatevi come un'autorità nel vostro spazio. Quando si diventa un 'autorità, la comunità  
è più probabile che puntano a voi, inviare le opportunità di business, si fa riferimento alla media, ecc Qui ci sono  
diversi modi per far crescere la tua autorità:  
√ Avviare un gruppo, l'organizzazione, MeetUp o Tweetup  
√ Partecipare a Q & A siti come Yahoo Answers o ChaCha.com  
√ Ottimizza il tuo profilo aziendale sul sito della società (se applicabile)  
√ Creare un sito Web personale  
√ Inserisci il tuo business in questione inserzioni locali  
√ Crea video  
√ Fare podcast  
√ Creare un blog personale o Tumblr  
√ Inserisci il tuo blog in directory blog rilevanti  
√ Scrivere guest post sui blog di settore popolare  
√ Condurre interviste con leader di settore sul tuo blog  
√ Get intervistato su altri blog o podcast su siti come Odeo  
√ parlare a eventi del settore e / o conferenze  
√ Ricevi citato in cronaca locale, regionale e nazionale  
√ una donazione per beneficenza  
√ sponsorizzare un evento o una conferenza  
√ Ricevi nomination e premi  
√ Promuovere l'informazione di notizie degne attraverso comunicati stampa  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 13  
Prevenire reputazione Problemi  
Come far crescere la tua presenza online, vi accorgerete che vi è di più per tenere traccia. Questo non è un  
brutta cosa, ma si ha bisogno per monitorare e gestire per evitare potenziali problemi. Si può fare  
questo utilizzando diversi strumenti di social media management, essendo accessibile ai  
clienti / utenti, rispondendo alle richieste di assistenza al cliente, possedere i negativi, edificio  
credibilità e di rispondere alle critiche.  
Social Media Management  
√ Utilizzare strumenti come http://hootsuite.com/ gestire più account di Twitter.  
√ Usate http://ping.fm/ per distribuire tweets a più profili sociali in una sola volta.  
√ Usate http://disqus.com/ per monitorare i tuoi thread di commento.  
√ Usate http://www.atomkeep.com/ per aggiornare i profili contemporaneamente.  
√ E tieni d'occhio per SocialStream di aggregare più account sociale:  
http://hcii.cmu.edu/M-HCI/2006/SocialstreamProject/index.php  
Essere accessibile  
La maggior parte dei problemi di reputazione iniziare perché l'utente non è in grado di comunicare efficacemente con il  
business o individuali. Poi, per la frustrazione, si rivolgono a "semplici" canali come Twitter, blog o  
denuncia siti. Per combattere questo, visualizzare informazioni accurate contatto on e off-site. Se si  
non può rispondere entro 24 ore, dicono gli utenti che si ottengono a loro in un arco di tempo specifico.  
Fornire molteplici forme di informazioni di contatto. Alcuni utenti non si vuole contattarti attraverso  
e-mail o il telefono. Fare entrambe le opzioni a loro disposizione.  
Investire in Customer Service  
Se non hanno il budget per un costoso sistema di gestione dei contatti o call center, costruire una  
Web-based service portale clienti in loco. Utilizzare strumenti come http://www.suggestionbox.com/ o  
http://getsatisfaction.com/ per aiutarti a fare questo.  
Proprio i negativi  
Perché mai l'acquisto del dominio [companyname] sucks.com? Perché se un utente è  
alla ricerca di un'alternativa al vostro marchio o in cerca di esprimere la frustrazione, non ti piace un  
possibilità di vincere più di loro? Con la graduatoria per i negativi, vi darà la vostra azienda ultimo  
possibilità di convincere un utente perché dovrebbero rimanere con il servizio o dare il vostro prodotto un altro  
provare. Si dovrebbe anche comprare un dominio negativo in modo che gli altri non possono fare un sito semplice odio  
e grado sulla rilevanza di dominio.  
Un altro modo di possedere i negativi è quello di creare una domanda frequente o  
area clienti servizio sul vostro sito che fa le domande con quelle frasi nel testo come "Che cosa  
sono alcune alternative a [nome del medicinale]? "Allora dare loro una diversa versione del prodotto  
o servizi o inviarle al sito di un partner di amichevole.  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 14  
Costruire credibilità  
Avete testimonianze dei clienti o clienti? Se non si dispone già di tali testimonianze, rendono  
uno sforzo per raccogliere in futuro. Poi, dopo quelle testimonianze sul sito. È anche possibile  
traccia positiva cita su siti come Twitter o LinkedIn ed aggiungere quelle per il tuo sito. Dare  
clienti la possibilità di aggiungere commenti. In breve, coinvolgere la comunità per dare loro  
riconoscimento per trovare te e costruisci la tua credibilità agli utenti potenziali nel processo.  
Se fai parte di associazioni di settore o gruppi specifici, stabilire la fiducia mediante la visualizzazione di tali  
logo sul tuo sito. Fate lo stesso con i servizi di certificazione di qualità come il Better Business Bureau e  
sicurezza loghi. E, offrire agli utenti una garanzia (che si può mantenere), così si sentono più sicuri  
con la loro decisione.  
Rispondere alle critiche  
Una volta avviato il monitoraggio della reputazione online e scoprire ci sono negative  
osservazioni effettuate, come si dovrebbe rispondere? Se qualcuno è veramente sconvolto, loro contatto  
e cercare di risolvere il problema. Non mettono sulla difensiva, basta chiedere scusa e dare loro qualcosa  
paragonabile alla situazione che si tratti di una promessa che essi saranno trattati in modo diverso nei  
prodotti futuri, un rimborso o libero / servizi. Se l'utente sembra essere un troll, una risposta non può  
essere la soluzione migliore, impara a rispondere alle critiche negative:  
http://outspokenmedia.com/reputation-management/respond-negative-reviews/  
E, stampare l'Air Force sul blog di valutazione per aiutare gli utenti a valutare:  
http://www.flickr.com/photos/jeremiah\_owyang/3154057414/sizes/o/  
Se vi trovate di fronte a un grave problema di gestione della reputazione, contattateci per  
professionale reputazione on-line di gestione dei servizi:  
http://outspokenmedia.com/services/online-reputation-management/  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 15  
L'industria ORM  
Tieniti informato sulle ultime gestione della reputazione online e notizie di monitoraggio, prodotti  
e tecniche. Qui ci sono alcuni libri del settore, guide e articoli aggiuntivi da leggere se si  
can't get enough ORM.  
Guide & News  
Online Reputation e Guida di monitoraggio Acquirente Buzz 2008 da Econsultancy  
http://econsultancy.com/reports/online-reputation-and-buzz-monitoring-buyer-s-guide-2008  
Online Reputation Management Systems Elixir  
http://www.sempo.org/learning\_center/articles/ElixirSystemsOnlineRepMgmt.pdf  
Online Reputation Monitoring Beginners Guide di Marketing Pilgrim  
http://www.marketingpilgrim.com/online-reputation-monitoring-beginners-guide.pdf  
articoli di gestione della reputazione sui media Outspoken Blog  
http://outspokenmedia.com/more/reputation-management/  
Guida di Social Media Analysis da Target sociale  
http://www.socialtarget.com/research/  
Recenti ORM news: http://www.reputation.me/  
Libri  
18 leggi immutabili della reputazione aziendale da Alsop Ronald J.  
http://books.google.com/books?id=ED8vQTTc3L4C  
Radicalmente trasparente: Monitoraggio e gestione di reputazioni online da Andy Beal, Judy Strauss  
http://books.google.com/books?id=wWSkRkqje-cC  
Il Vortice reputazione: la gestione della reputazione online per Terry Walsh, Goldswain Ed, Edward  
Goldswain  
http://books.google.com/books?id=1h0PAAAACAAJ  
Online Reputation Management Guide | OutspokenMedia.com 16  
Messaggi  
Un Makeover per i risultati di Google Angwin Julia  
http://online.wsj.com/article/SB123379331364449967.html  
4 passaggi per la Gestione tua reputazione online SMB da Barone Lisa  
http://smallbiztrends.com/2009/05/managing-your-online-reputation.html  
Come le aziende dovrebbero rispondere a giudizi negativi da parte di Lisa Barone  
http://outspokenmedia.com/reputation-management/respond-negative-reviews/  
Usare Directory per la gestione della reputazione Motore di Ricerca per Michael Gray  
http://www.marketingpilgrim.com/2009/02/using-directories-for-search-engine-reputationmanagement.  
html  
34 Online Strumenti di monitoraggio reputazione Jantsch John  
http://www.ducttapemarketing.com/blog/2008/03/03/34-online-reputation-management-tools/  
10 modi per "Yourself proprio in linea" di Todd Malicoat  
http://www.stuntdubl.com/2007/07/11/reputation-management/  
Nozioni di base di gestione della reputazione online di Lee Odden  
http://www.toprankblog.com/2007/03/basics-of-online-reputation-management/  
Come costruire la vostra Dashboard ORM da Weintraub Marty  
http://www.aimclearblog.com/2009/03/16/how-to-build-a-reputation-monitoring-dashboard/