**Положительный имидж владельца залог успеха бизнеса. Как его приобрести?**

Для людей, которые имеют или имели опыт ведения бизнеса в Интернете хорошо известно, что один из параметров успешности является узнаваемость имени владельца. Дело не в пиаре, а в том, чтобы аудитория видела во владельце образованного человека и профессионала своей сферы деятельности

Для начинающих бизнесменов будет сложно продвигать свой продукт, да еще и себя заодно. Для того чтобы аудитория знала, что из себя представляет бизнесмен и его продукт, понадобятся:

* экспертные мнения;
* интервью с комментариями;
* сообщества или аккаунты в социальных сетях с большим числом подписчиков.

Для создания материала нужен год и более. Но бывают случаи, когда все нужно сделать оперативно и как быть в таком случае? Об этом речь пойдет ниже.

*Пример из жизни*

Дабы упростить восприятие и понимание читателю лучше разобрать все на конкретном примере. Такой информацией может поделиться репутационное агентство РепутаЦЦи.

В качестве примера выступает предприниматель среднего масштаба возрастом 45 лет, который ведет несколько направлений бизнеса. Предприниматель имел планы по открытию бизнеса за границей, а под это требовался кредит зарубежного банка. Банк имеет филиальную сеть как внутри страны, так и за рубежом. Бизнесмен направил свое обращение в банк, на что тот ответил: «почему о таком перспективном бизнесмене нельзя ничего узнать в Интернете?»

Вот тут стало ясно, что требуется поднять свою репутацию в глобальной сети. Причем сделано это должно быть в кратчайшие сроки.

Главная проблема: поисковые системы выдавали актера однофамильца согласно основным запросам.

Требовалось создать определенный имидж бизнесмена. Этот имидж должен был отражать:

* публичность человека;
* эксперта в сфере своего бизнеса;
* обладателя различных наград.

В итоге за 4 месяца была проделана масса работы. Ее отличал разноплановый характер для максимальной естественности. В сеть должна была попасть только определенная информация, которая оказывала положительное влияние на мнение получателей ее. В итоге был выстроен полноценный имидж человека.

*Методы работы*

1. Отзывы клиентов.

Если бизнесмен имеет несколько направлений бизнеса, которые представляют его компании, то о них в сети должна быть информация. На сайтах для отзывов были созданы несколько веток об этих компаниях. Отзывы выставлялись задним числом, при этом в 10% отзывов было упоминание о владельце компании с позитивной стороны.

1. Блоги.

Крупные СМИ имеют свои блоги. При их помощи можно предоставить людям информацию, каким экспертом является владелец бизнеса. Для этого регистрируется заказчик, который постоянно просит помощи по тем или иным вопросам. Задача автора – отвечать на них как можно грамотно. В итоге было заведено несколько блогов, каждый имел по 8 тыс. постов.

1. Социальные сети.

Тут все просто. В нескольких сетях создаются аккаунты владельца бизнеса и направлений. Их необходимо продвигать.

1. Тексты.

Была произведена публикация нескольких интервью на деловых сайтах.

*Итоги работы*

Основной этап работы составил 4 месяца. Результаты:

* выдача репутационных запросов в топ-10 Яндекс и Google;
* возможность удаления опасного контента заказчиком.

Это лишь базовые моменты. Не нужно из забрасывать, объемы работы не должны снижаться. Следует расширить работы с соц. сетями, завести свой персональный блог, работать с деловыми изданиями. Если решать серьезные задачи, то от репутации никуда не деться.

**Рассылка по email с наименьшими затратами**

Уже давно прослеживается тенденция к изменению email-маркетинга. Это заключается в методах работы: если раньше массово рассылались письма, то теперь используется разделение аудитории на подкатегории и применяются конверсионные методы. Есть компании, которые уже давно применяют подобные методы на практике, но есть и те, кото только думает о переходе к новой системе. Встает вопрос – какой именно сервис рассылки писем использовать? Об этом подробнее ниже.

*Системы рассылки, их сильные и слабые стороны*

*Getresponse*

Достоинства:

* встроенный редактор;
* адаптивный дизайн;
* интеграция с соц. сетями
* статистика.

Недостатки:

* мало триггерных сценариев;
* большая стоимость;
* техподдержка работает по нестандартному графику;
* сложное использование динамических данных.

*MailChimp*

Достоинства:

* удобное управление;
* много шаблонов;
* широкие возможности автоматизации;
* бесплатна для малого бизнеса;
* широкие возможности интеграции.

Недостатки:

* автоматизация платная;
* программа на английском
* техподдержка англоязычная;
* лишняя статистика.

*Unisender*

Достоинства:

* широкие возможности обмена данными с другими программами;
* редактор форм;
* техподдержка в чате;
* адаптивный дизайн;
* готовые решения для разных сфер.

Недостатки:

* сложный интерфейс;
* слабый контроль спама;
* недостаточная автоматизация системы;
* отсутствует контроль за соцсетями.

TriggMine

Достоинства:

* широкие и гибкие настройки;
* удобная интеграция с другими системами;
* простота управления;
* широкая настройка сценариев.

Недостатки:

* высокая стоимость;
* отсутствие возможности выбора действия события исходя из активности в письмах;
* PRO-версия доступна, если количество уникальных посетителей свыше 5 тыс. в месяц;
* сложность отправки массовых писем.

*eSputnik*

Достоинства:

* широкие возможности перенастройки программы;
* интересное ценовое предложение;
* совмещение триггера и массовых рассылок;
* анализ по результатам активности и покупок;
* антиспам-имидж;
* приятный интерфейс;
* оперативная техподдержка;
* простота автоматизации, без участия программистов;
* много стандартных html конструкций писем.

Недостатки:

* для разных типов писем нет готовых шаблонов, но они быстро создаются системой с учетом пожеланий;
* стандартные решения по автоматизации отсутствуют;
* недостаточно материалов для обучения.

*Особенности применения*

Недостаточные финансирование и количество контактов:

* MailChimp – широкие настройки триггерных писем;
* eSputnik – нет ограничений;
* TriggMine – изначально заточена под данные условия;
* Unisender, Getresponse – имеют только автоответы на малое количество событий.

Работа специалистов в системе:

Взаимодействие нескольких специалистов может обернуться потерей времени. Поэтому важно, чтобы один человек, ведущий проект, мог самостоятельно проводить все операции в системе. К примеру, не прибегая к помощи копирайтера или программиста.

* MailChimp, Getresponse и Unisender – широкий выбор шаблонов на бесплатном тарифе;
* eSputnik – большое количество составляющих для шаблона. На их основе делаются письма. Возможности вставки динамических данных;
* MailChimp и Getresponse – широкие возможности редактирования.

Лучшим сервисом для малого бизнеса является eSputnik. Далее идут Getresponse и Unisender. MailChimp. Несмотря на широкие функции MailChimp, программу неудобно использовать отечественным потребителям из-за английского языка и работы техподдержки.