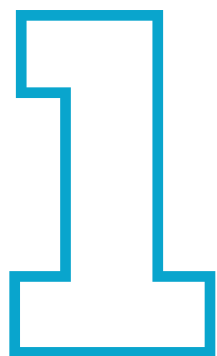




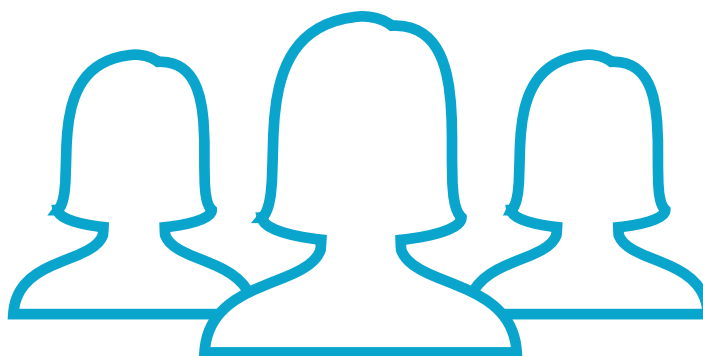
КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ROSTOVMA.MA.RU

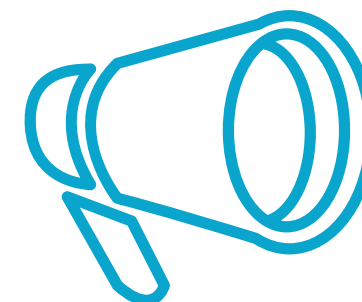
О НАС



Первый и самый крупный
интернет-проект
на Юге России по тематике
семьи, материнства и детства



15663
уникальных посетителей
в день



Отличная возможность
обратиться исключительно
к Вашей целевой
аудитории напрямую

ВАШИ ВЫГОДЫ С НАМИ



Узнаваемость



Выделитесь среди конкурентов



Лояльность аудитории



Увеличите объем продаж

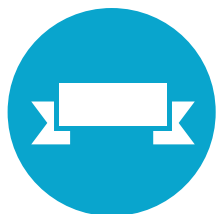


Повышение рейтинга
популярности



Увеличите клиентскую базу

НАШИ МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



Баннеры



Рекламные статьи



Новости



Конкурсы



Коммерческие объявления



Брендинг



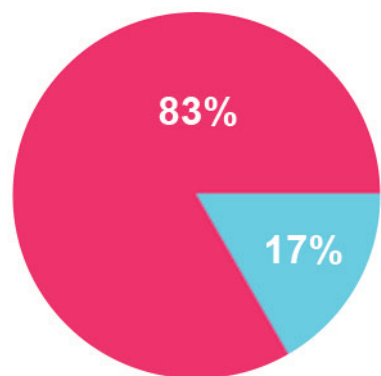
Персональные страницы

НАШИ ПАРТНЁРЫ



ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

Наша аудитория - женщины с двумя детьми, 25 - 34 лет, активные интернет-пользователи



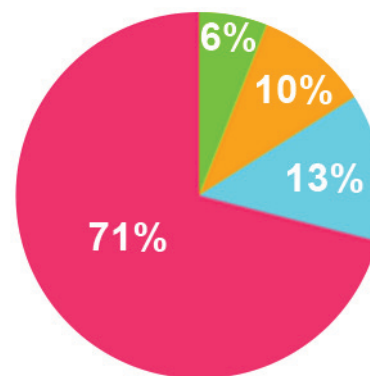
ПОЛ



женщины



мужчины



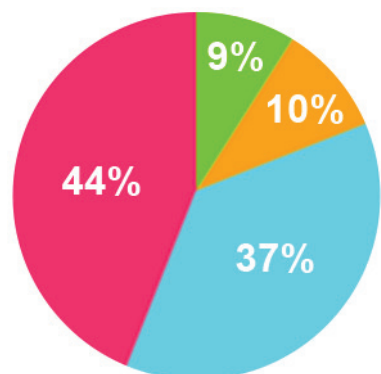
ВОЗРАСТ

18 - 24 лет

25 - 34 лет

35 - 44 лет

45 лет и старше



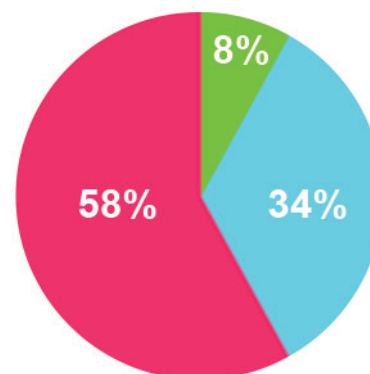
КОЛИЧЕСТВО ДЕТЕЙ

нет детей

1 ребёнок

2 ребёнка

3 и более



ГЕОГРАФИЯ ПРОЕКТА

Ростов и область

Юг России

РФ

A blurred background image of a modern office interior with large windows. Several people in business attire are silhouetted against the bright light coming from the windows, appearing to be in a meeting or discussion. In the foreground, a glass of water is visible on the right side.

**РАБОТА С
НЕГАТИВНЫМИ
ОТЗЫВАМИ**

РАБОТА С НЕГАТИВНЫМИ ОТЗЫВАМИ

Недовольные, обиженные клиенты будут всегда, так как каждый из нас уникален и сложно угодить всем.



Любой негативный отзыв может иметь положительные стороны

Необходимо рассматривать каждое мнение негативной тональности, как источник перемен и как дальнейшее развитие Вашего бизнеса. Обратная связь от аудитории может дать значимую информацию о том, как можно улучшить качество продукции или услуги. Результаты не заставят вас ждать.



Помните всегда, что ваша цель — достичь взаимовыгодного решения проблемы и тем самым вернуть доверие к компании. Целевая аудитория компании должна быть уверена, что к устранению проблем вы подойдете с полной ответственностью и пониманием. Надо научиться учитывать и интересы компании, и интересы обиженного клиента.

НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ ПО БОРЬБЕ ЗА ЛОЯЛЬНОСТЬ



1. В первую очередь, сохранять спокойствие



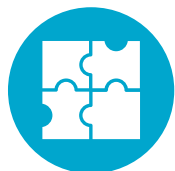
2. Опирайтесь на логику, никаких эмоций



3. Услышать клиента (автора отзыва)



4. Смотреть на проблему глазами автора, а не сотрудника компании



5. Создавать атмосферу сотрудничества



6. Использовать в свои ответах метод «перефразирования»



7. Быть оперативным



8. Не вступать в ожесточенный спор



9. Избегать шаблонных ответов



10. Избегать в ответах таких слов, как «но», «однако», «тем не менее», «все же»

НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ ПО БОРЬБЕ ЗА ЛОЯЛЬНОСТЬ



Пишите автору слова благодарности

Пишите ему что-то хорошее о нем, тешьте его ЭГО. Ему сложно будет испытывать неприязнь к компании. Он почувствует свою значимость.



Выстраивайте общение

Все Ваши действия видят пользователи не только нашего портала, но и поисковых систем. Выстраивайте общение, превращая любой конфликт в мощное маркетинговое оружие.