



Управление репутацией персоны

или Как иметь идеальную
репутацию в интернете





Что такое репутация персоны?

Любой человек имеет репутацию как в повседневной жизни, так и в интернете.



Человек в обычной жизни

Репутация человека в реальной жизни строится на его делах, поступках и том, как он общается с близким окружением:

- партнерами
- коллегами
- клиентами
- друзьями и родственниками
- соседями и знакомыми.

В процессе жизни и взаимодействия с другими людьми о нас формируется определенное впечатление, или, как принято говорить, — **репутация**.



Человек в интернете

Репутация человека в Сети формируется на основе информации, которую хранит «Яндекс» и Google. Результаты поисковой выдачи могут содержать разные источники:

- персональный сайт
- социальные сети
- статью в «Википедии»
- биографические статьи
- новости в СМИ
- фото и видео.

Мнение о вас и, следовательно, ваша репутация будут основаны на тех данных, которые удалось найти пользователю на первых страницах поисковой выдачи.



Кому и для чего нужно следить за репутацией в интернете?

Сегодня хорошая репутация в интернете является одним из важных критериев для ведения бизнеса, занятия общественной или медийной деятельностью.

Кому и для чего необходима репутация в Сети

Бизнесмены

Репутация предпринимателя влияет на принятие решений клиентами или потенциальными партнерами, а следовательно, на сам бизнес.



Последствия плохой репутации в Сети:

- Партнеры, инвесторы, клиенты могут отказаться от сотрудничества.
- Потеря связей, инвестиций, прибыли.
- Отказ банков в кредитах и открытии счетов.

Общественные деятели, политики

Без чистой репутации будет затруднительно выстраивать или продолжать заниматься общественной деятельностью.



- Недоверие со стороны электората.
- Санкции со стороны высших инстанций / потеря поста.
- Повышение заинтересованности со стороны специальных органов.

Медийные лица

Плохая репутация в шоу-бизнесе чревата потерей контрактов и завершением карьеры.



- Потеря крупных контрактов.
- Потеря заказчиков и прибыли.
- Хейт в социальных сетях.

Топ-менеджеры

В случае негативной репутации в Сети существует риск увольнения с высокой должности и дальнейших проблем с трудоустройством.



- Понижение в должности или ее потеря.
- Сложности с трудоустройством.
- Возможные проблемы с правоохранительными органами.



Репутация персоны в социальных медиа

Если персона известна и медийна, важно отслеживать упоминания как социальных сетях, так и в СМИ. Для этого используются системы мониторинга.

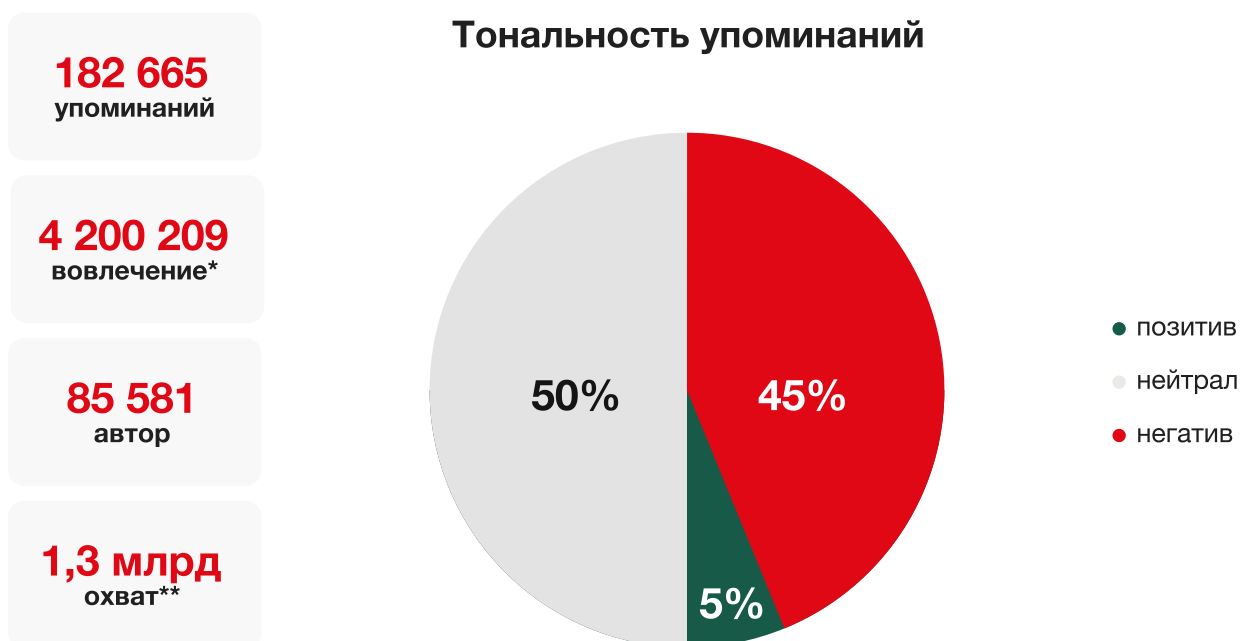
- С помощью системы мониторинга можно вовремя обнаружить новые упоминания о персоне.
- Мониторить социальные сети и СМИ необходимо хотя бы раз в сутки.
- Важно сразу правильно настроить систему под сбор релевантных упоминаний, в первую очередь — семантическое ядро. Это слова и словосочетания, по которым собираются упоминания. Также нужно учитывать, что если персона имеет популярные Ф. И. О., то необходимо дополнять семантику уточняющими словами.
- Постоянное отслеживание инфополя позволит выявлять как появление новостей и новых статей, так и обсуждение персоны в социальных сетях, блогах, открытых Telegram-каналах и на YouTube.
- Собранные данные помогут собрать статистику по количеству упоминаний, их тональностям и многому другому.
- Понимание обстановки позволит оперативно принять меры — от удаления нежелательных материалов до подключения к обсуждениям и защите персоны в социальных сетях.



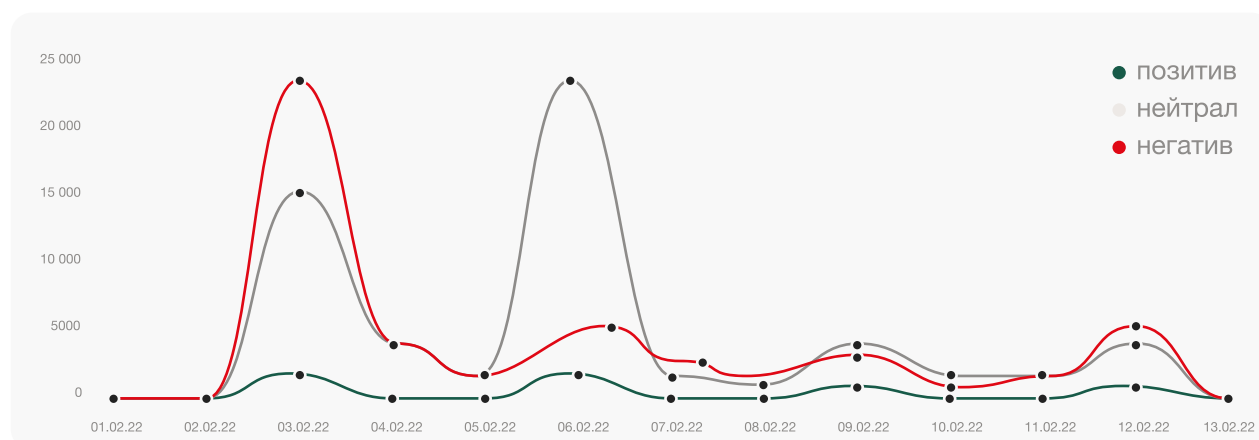


Репутация персоны в социальных медиа

Пример сводных данных за один период.



Динамика тональности упоминаний



*Вовлечение — суммарное количество лайков, репостов и комментариев.

**Охват — потенциальное число пользователей, которые могли ознакомиться с упоминаниями.



Репутация персоны в социальных медиа

Анализ комментариев в YouTube.

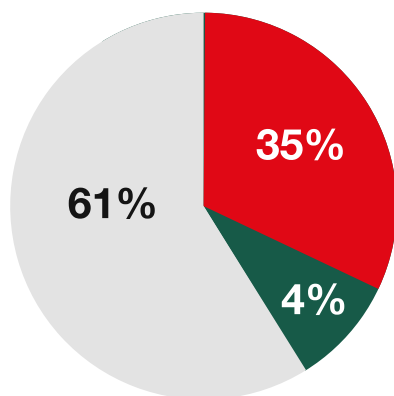
514 тыс.
лайков

133 тыс.
дизлайков

90,5 тыс.
комментариев
на канале
(97 тыс. комментариев всего)

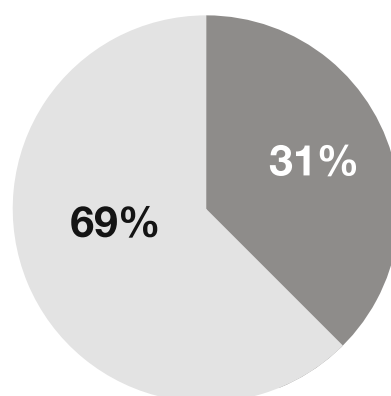
23 млн
просмотров

Тональность комментариев



● позитив ● нейтрал
● негатив

Авторы



● женщины ● мужчины

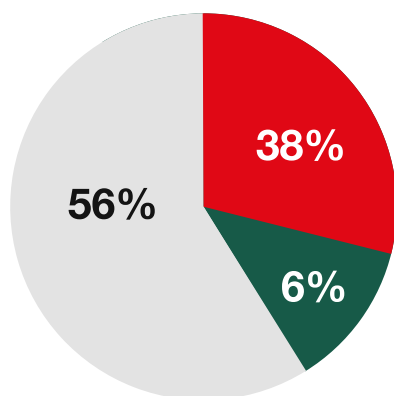
309 тыс.
лайков

48 тыс.
дизлайков

92 тыс.
комментариев
на канале
(101 тыс. комментариев всего)

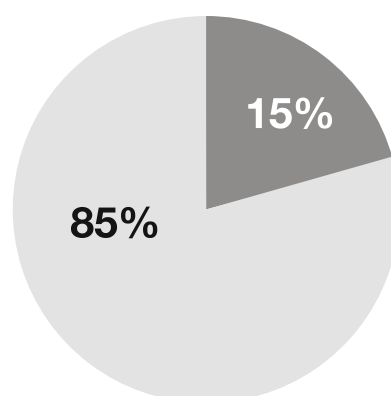
9 млн
просмотров

Тональность комментариев



● позитив ● нейтрал
● негатив

Авторы



● женщины ● мужчины



С чего начинается работа с репутацией персоны

Любая работа с репутацией в поисковых системах начинается с подбора семантического ядра, проведения аудита поисковой выдачи «Яндекса» и Google, определения количества негативных страниц.

Семантическое ядро

Связки слов, соответствующие поисковому запросу с определяемой на основе данных частотностью <https://wordstat.yandex.ru>:

Пётр Сидоров	367*
Сидоров Пётр	140
Сидоров Пётр Петрович	57
Пётр Сидоров биография	31
Пётр Сидоров фонд	26

* — количество показов в поисковой системе «Яндекс» по запросу в месяц.

Аудит поисковой выдачи



Негативные ссылки

Уникальные негативные ссылки, входящие в топ-10 поисковых систем «Яндекс» и Google по исследуемым запросам, и их общее количество повторов в выдаче

№	URL	Повторов
1	https://compromat.group/...	12
2	https://rucompromat.com/...	7
3	https://finance.rambler.ru/...	6
4	https://www.infox.ru/...	5
5	https://ru.wikipedia.org/...	5
6	https://rucriminal.info/...	4
7	http://www.moscow-post.su/...	3
8	http://www.compromat.ru/...	2
9	https://hrmonitor.ru/...	2
10	https://whoiswhopersona.info/...	1



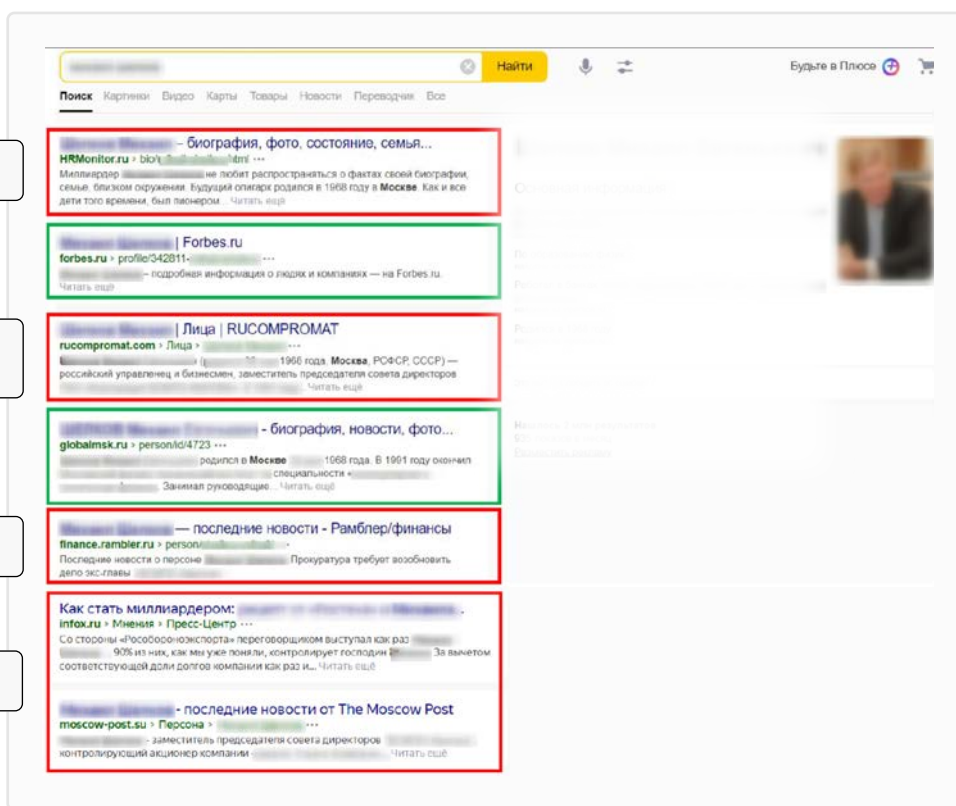
Пример **негативной** репутации в «Яндексе»

Биографическая статья с ложной информацией

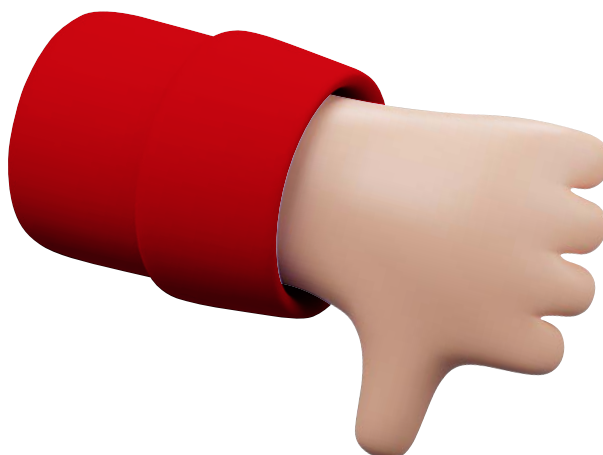
Негативная статья на специализированном компроматном ресурсе

Негативная новость в СМИ

Заказные негативные статьи-расследования



● Позитив ● Нейтрал ● Негатив





Пример позитивной репутации в «Яндексе»

Личный подконтрольный сайт

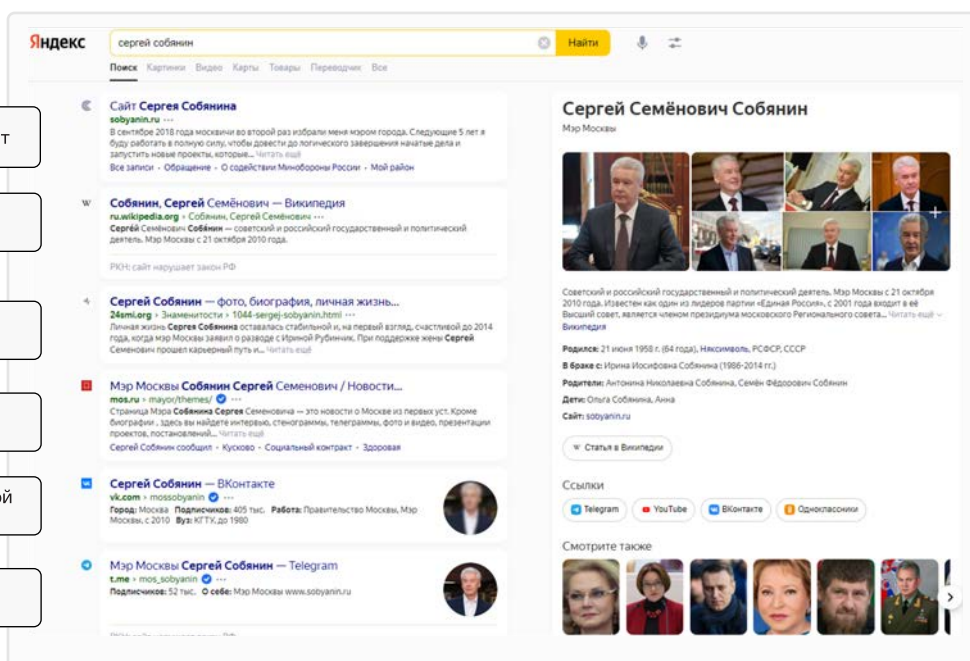
Позитивная статья в «Википедии»

Биографическая статья

Страница персоны на сайте г. Москвы

Личный аккаунт в социальной сети «ВКонтакте»

Личный канал в Telegram





Стратегия работы с репутацией персоны

Для достижения максимальных результатов мы применяем комплексный подход.



Создание личного контента

- Создание персонального оптимизированного сайта.
- Создание дополнительных сайтов.
- Создание и ведение личных аккаунтов в соцсетях.
- Создание аккаунтов однофамильцев в соцсетях.
- Создание канала в Telegram.
- Создание канала в YouTube.
- Создание и ведение блога на Яндекс.Дзене.



Публикация контента на трастовых источниках

- Создание, редактирование, сопровождение статьи в «Википедии» (при достаточной информационной значимости).
- Размещение биографических публикаций о персоне на специализированных площадках.
- Публикация новостных информационных статей в СМИ.



Результаты работ

- **2-6 месяцев** — появление позитивных ссылок на первой странице выдачи.
- **2-6 месяцев** — вытеснение негативных ссылок с первой страницы выдачи по основным запросам.
- Последующие появления позитивных ссылок и вытеснение негативных.
- Закрепление позитивных островов контента на первой странице.



Продвижение островов контента

- Техническое SEO-продвижение всех созданных островов контента.
- Текстовая оптимизация всех публикаций во время их создания.
- Контроль индексации наших позитивных страниц.
- Влияние на факторы ранжирования поисковых систем «Яндекс» и Google.
- Другие технические инструменты.

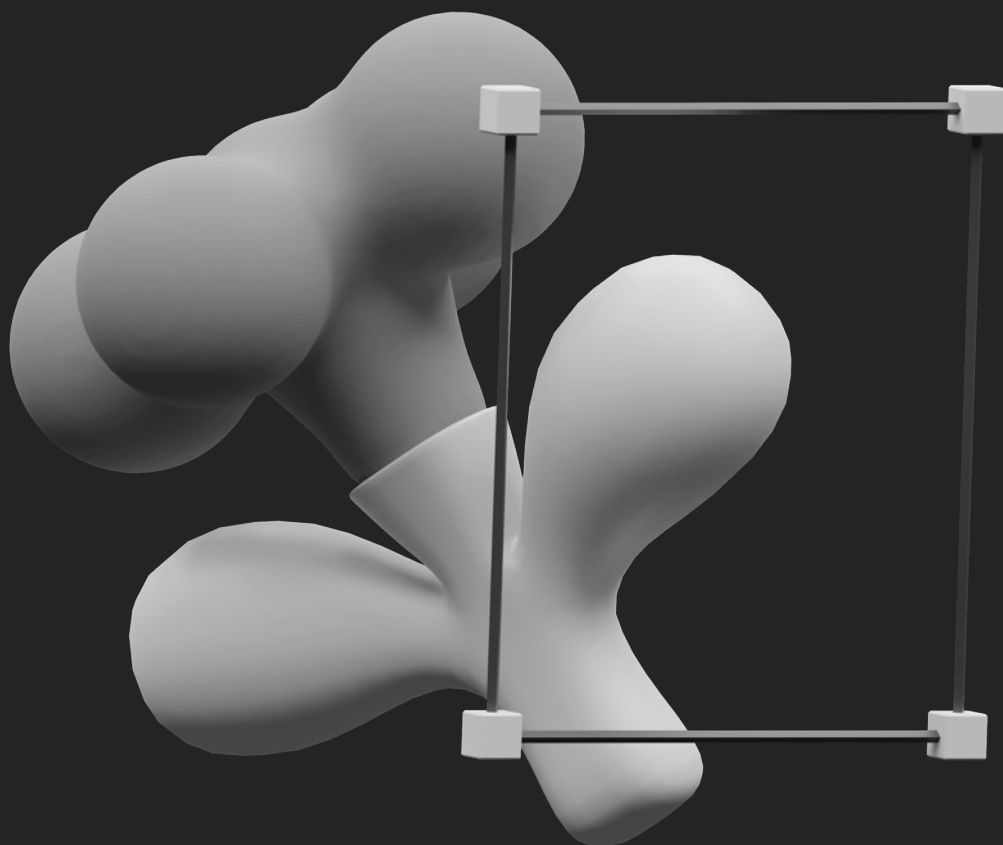


Вытеснение, деиндексация, удаление негативных ссылок

- Вытеснение негативных ссылок с первой страницы поисковой выдачи на вторую, третью и далее путем продвижения созданных островов контента на первую страницу.
- Обращение в Роскомнадзор, направление жалоб в администрацию поисковых систем с целью деиндексации негативных ссылок.
- Направление досудебных писем администрации площадок, на которых присутствует негатив, с целью удаления публикаций.



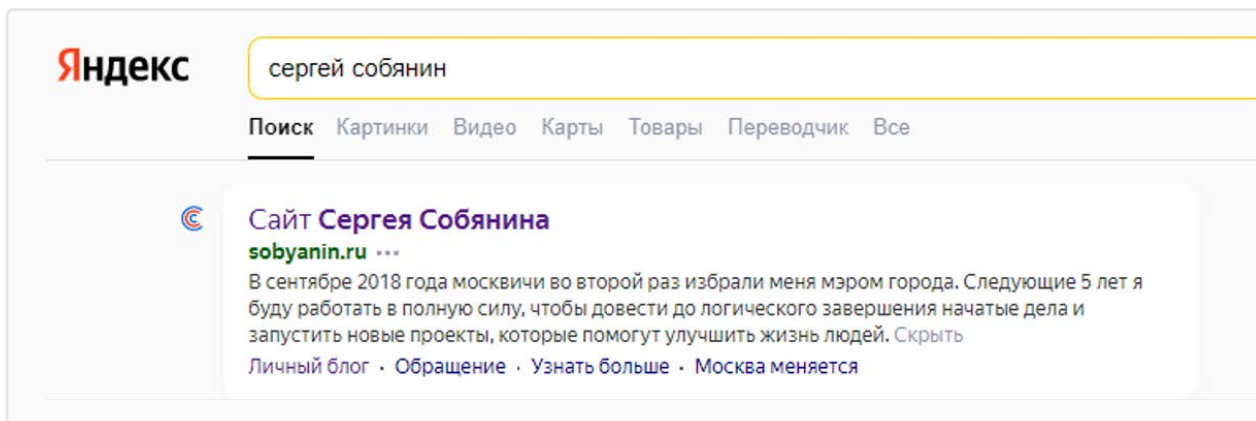
Инструменты стратегии при работе с репутацией персоны





Персональный сайт

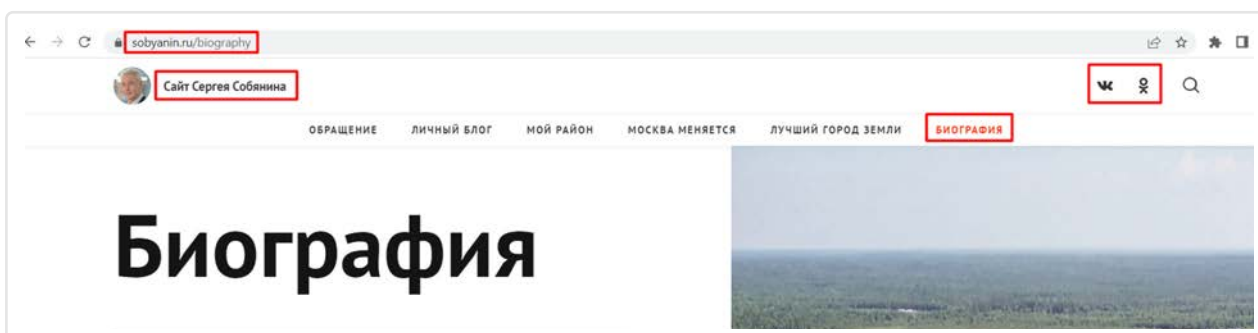
Наличие **персонального сайта** является одним из ключевых инструментов наполнения поисковой выдачи.



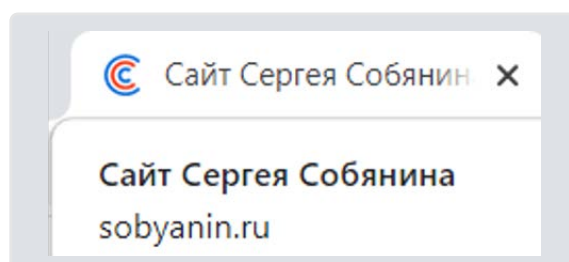
При создании личного сайта необходимо учитывать несколько основных факторов ранжирования:

- доменное имя должно включать фамилию / имя персоны;
- на сайте и в текстах должны содержаться ключевые вхождения, они же поисковые запросы, которые совпадают с Ф. И. О.;

Как правило, создается страница с биографией и даются ссылки на аккаунты в соцсетях.



- прописывается title, или заголовок страницы, так же содержащий имя персоны;
- проводится внутреннее SEO-продвижение и техническая настройка сайта;
- сайт может содержать несколько страниц, фотогалерею и прочие целевые блоки.




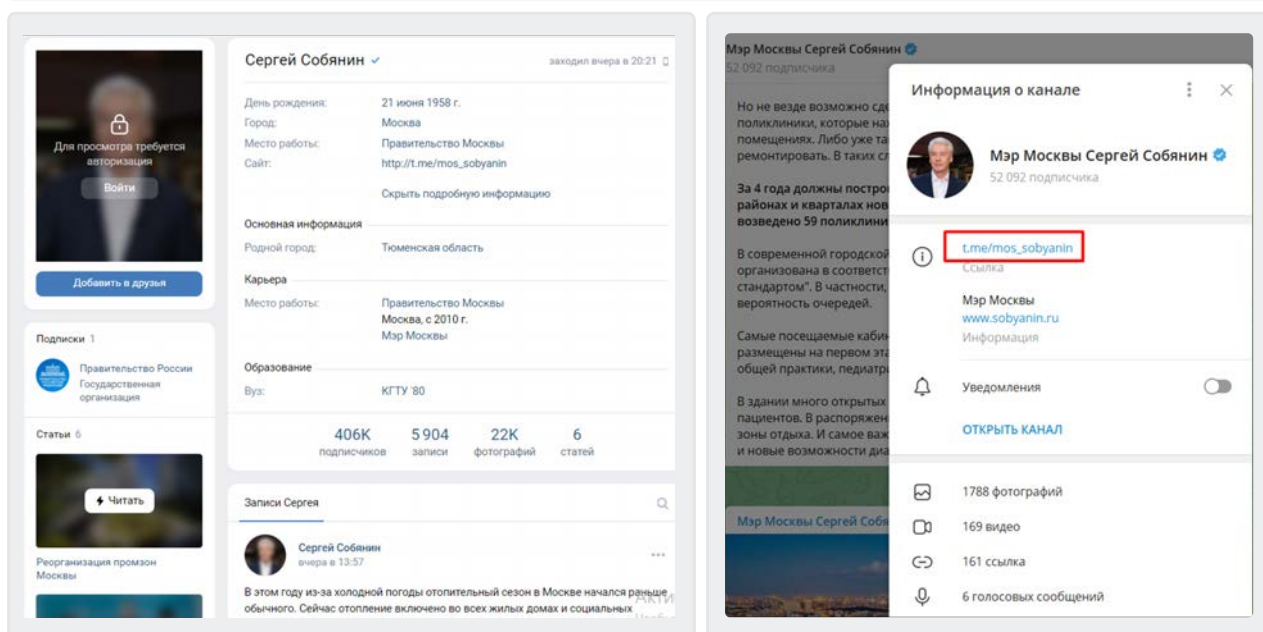


Аккаунты в социальных сетях

Создание и ведение **аккаунтов** в соцсетях позволяет заполнить первые позиции поисковой выдачи.

При создании аккаунтов в соцсетях необходимо учитывать несколько основных факторов ранжирования:

- URL профиля должен включать фамилию / имя персоны 
- профиль должен быть максимально заполнен;
- необходима постоянная активность профиля — новые друзья, новости на стене, фото и видео;
- в настройках приватности аккаунт должен быть виден всем пользователям интернета;
- те же рекомендации нужно использовать при ведении канала в Telegram.



В тех случаях, когда персоне не нужны аккаунты в социальных сетях, можно создавать полных однофамильцев, при этом размещая фото (легально купленные на специальных ресурсах) других людей и заполняя любую информацию в профиле. Такие аккаунты так же могут попасть на первую страницу выдачи.



«Википедия»

Статья в «Википедии» тоже практически всегда выходит на первые позиции поисковой выдачи.

При создании статьи в «Википедии» необходимо учитывать некоторые основные условия:



- «Википедия» — одна из самых трастовых и авторитетных площадок, поэтому обычный человек не имеет возможности опубликовать о себе статью;
- создание статьи возможно лишь при достаточной информационной значимости персоны, а также авторитетности ссылающихся на персону площадок;
- при самостоятельной и некорректной работе с площадкой можно попасть в черный список, что осложнит дальнейшие попытки размещения;
- при непрофессиональном сопровождении статьи ее могут в любой момент удалить либо отредактировать в негативном ключе.

Сергей Собянин

Материал из Википедии — свободной энциклопедии



Эта статья может быть дополнена текстом, переведённым из соответствующей статьи на русском языке. (Май 2020) Нажмите [показать] для получения важных инструкций по переводу [показать]

В этом имени, которое соответствует восточнославянским правилам именования, отчество - Семенович, а фамилия - Собянин.

Сергей Семенович Собянин (русский: Сергей Семенович Собянин, родился 21 июня 1958 года) - российский политик, занимающий пост 3-го мэра Москвы с 21 октября 2010 года.

Собянин ранее занимал пост губернатора Тюменской области (2001-2005), главы администрации президента (2005-2008) и заместителя Председателя Правительства России (2008-2010 во Втором кабинете Владимира Путина). Собянин является членом правящей политической партии "Единая Россия" и избирается в ее высшие руководящие органы.^[1] в настоящее время является членом президиума регионального совета "Единой России" в Москве^[2] и главой (секретарем политсовета) московского отделения партии с марта 2011 года по декабрь 2012 года^{[1][3]}

Он считается близким союзником российского бизнесмена-миллиардера Владимира Богданова, генерального директора "Сургутнефтегаза".^{[4][5][6]}

Будучи мэром Москвы, Собянин постепенно смягчил масштабные строительные проекты своего предшественника Юрия Лужкова, за что он получил прозвище как "самый разумный образец городского планирования за последние годы".^[7] Будучи мэром, Собянин создал Moscow Media, холдинговую компанию для ряда телеканалов радиостанции и газеты, принадлежащие и контролируемые правительством Москвы.^{[8][9][10]} И он также заслужил похвалу за свои усилия по борьбе с коррупцией.^[11] В то же время Собянина критиковали за запрет парадов гордости в городе, за что его резко осудили ЛГБТ-группы.^[12]

Содержание [hide]

- 1 Ранняя жизнь и карьера
- 2 Политическая карьера
- 3 Мэр Москвы
 - 3.1 Городское планирование
 - 3.2 Программа переселения жителей Москвы
- 4 Критика
 - 4.1 Московские гей-парады
 - 4.2 Цель санкций США
- 5 Личная жизнь
- 6 Примечания
- 7 Внешние ссылки

Сергей Собянин
Сергей Собянин



Мэр Москвы

Действующий

Вступил в должность

21 октября 2010

Предшествует

Владимир Ресин

(исполняющий)



Публикация статей


Размещение **биографических публикаций и статей в СМИ** является основным инструментом при работе с поисковой выдачей.

При публикации статей учитываются определенные условия:



- публикация на определенных биографических ресурсах и СМИ;
- текстовая оптимизация с необходимым количеством ключевых вхождений (имя и фамилия персоны);
- объем и стиль текста;
- уникальность не менее 80-85%;
- title и description должны содержать имя персоны;
- нельзя путать подобные публикации для продвижения на первую страницу с PR-статьями, — данный контент является более техническим.

Персоны
Сергей Собянин
Политический деятель, мэр Москвы



Сергей Семенович Собянин — российский политический и государственный деятель. Действительный государственный советник Российской Федерации 1 класса (2006). Мэр Москвы (с 21 октября 2010 года), один из лидеров партии «Единая Россия». Также в биографии Собянина Сергея Семеновича посты главы города Когалыма, председателя Дуны Ханты-Мансийского округа, губернатора Тюменской области и руководителя Администрации президента Владимира Путина.

Биография
Сергей Семенович Собянин родился 21 июня 1958 г. в селе Никольское Тюменской области. Его отец был председателем местного сельсовета, а мать — бухгалтером. Окончил сельскую школу, С.Собянин учился в г. Челябинске.

1980

КТИ
В 1980 г. окончил Костромской технологический институт (с марта 2018 г. - Костромской государственный университет).



Собянин Сергей Семенович

Биография Сергея Собянина

Собянин Сергей Семёнович (р. 1958) — российский политик, общественный деятель, член партии «Единая Россия». Прошёл трудовой путь от слесаря на Челябинском трубопрокатном заводе до мэра города Москвы. За добросовестную работу, высокие достижения в труде удостоен множества премий, званий и наград, среди которых Орден Почёта и медаль Ордена «За заслуги перед Отечеством II степени».

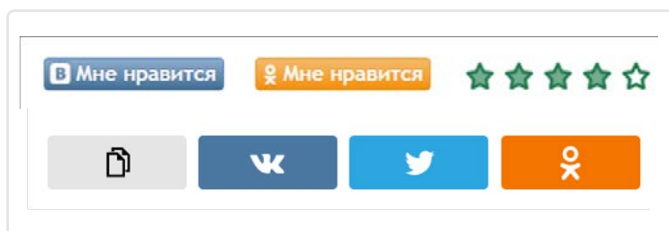
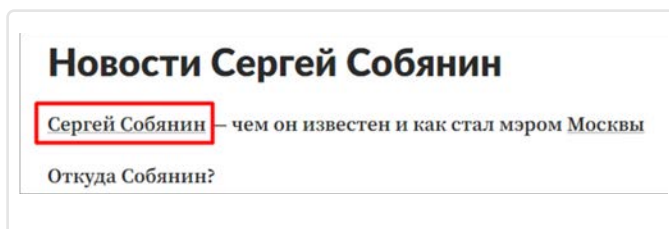


Продвижение

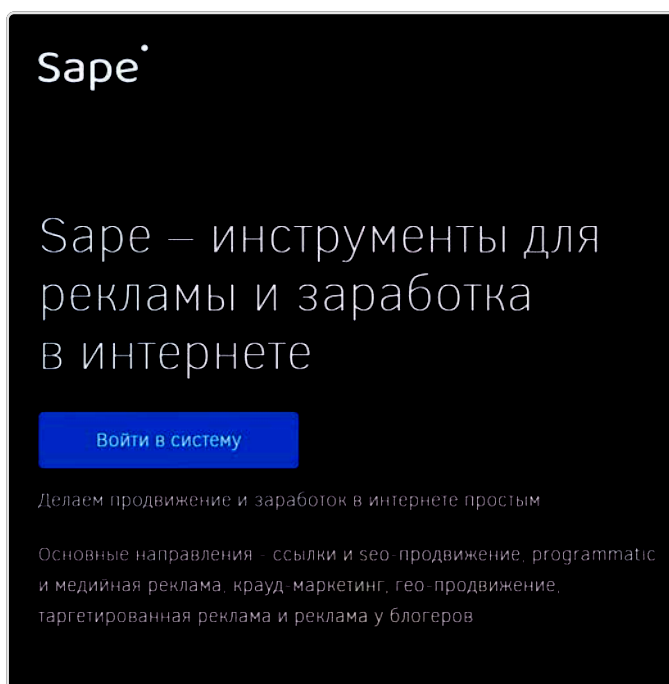
Продвижение созданных и размещенных **островов контента** является важным инструментом в работе с поисковой выдачей.

Для продвижения позитивных страниц используются следующие инструменты:

- Закупка ссылочной массы — арендные и вечные ссылки. Арендные ссылки оплачиваются на ежемесячной основе на специализированных сервисах, например, Sape.ru, которые размещают ссылки на продвигаемый ресурс на сайтах-донорах. Вечные ссылки оплачиваются единовременно и размещаются в виде анкера в статьях.
- Повышение поведенческих факторов — переходы на страницу, время нахождения на ней, глубина просмотра страниц сайта и т. д.
- Увеличение социальных сигналов — лайки, репосты, комментарии.



Все перечисленные инструменты придают авторитетность продвигаемым страницам, что позволяет поисковым системам присвоить им более высокие позиции в выдаче.





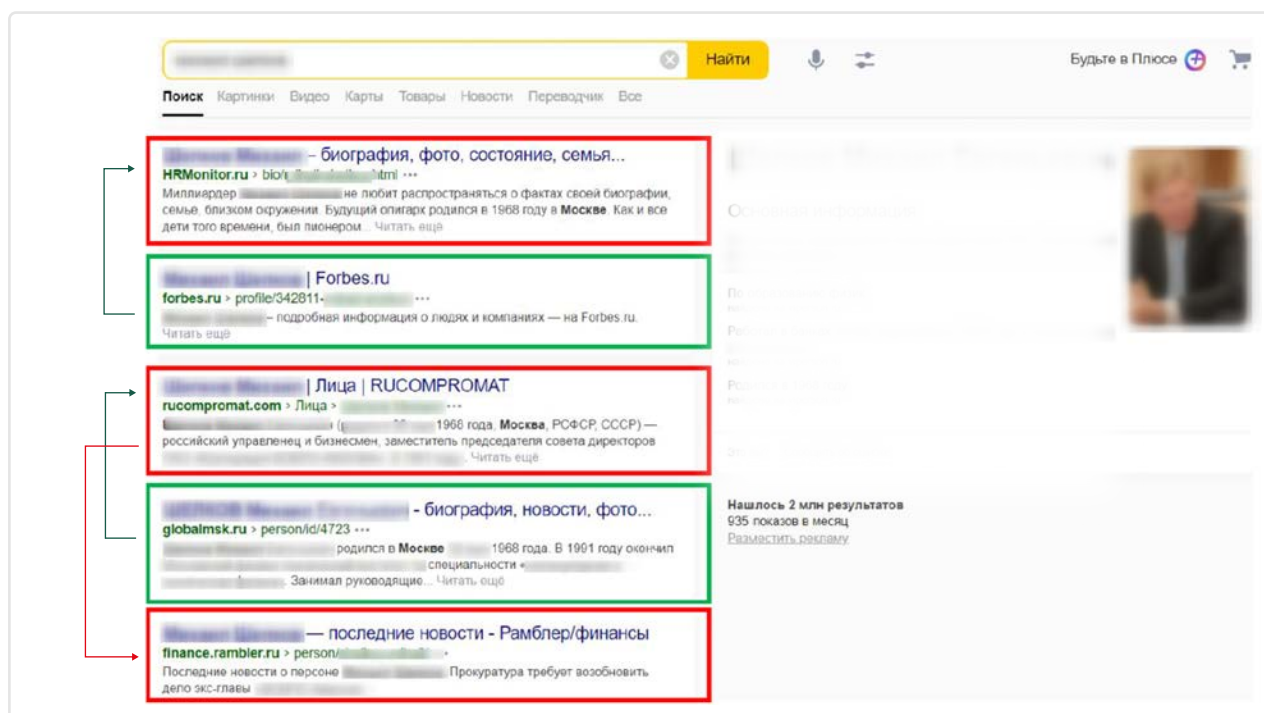
Вытеснение негатива

Вытеснение негативных ссылок из поисковой выдачи путем продвижения созданных островов контента на первую страницу.

Вытеснение негативных страниц происходит путем снижения их позиций:



- После подготовки текстов, SEO и размещения, позитивные ссылки постепенно начинают попадать на первую страницу поисковой выдачи, вытесняя собой негативные ссылки на более низкие позиции.
- Для более эффективного и быстрого ранжирования, а также закрепления позиций, параллельно идет продвижение.
- Важно контролировать индексацию наших ссылок в поисковых системах, иными словами, попадание их в базы данных поисковиков, иначе продвижение невозможно.
- Также стоит учитывать, что могут появляться новые негативные страницы, а старые возвращаться в топ, поэтому работы по персоне рекомендуется вести не менее 6 периодов.



Удаление и деиндексация

Удаление негативных материалов и деиндексация — исключение ссылки из баз данных (индекса) поисковых систем. Ссылка продолжает существовать, но уже не отображается в результатах поиска.

Способы удаления и деиндексации

1. ДОСУДЕБНЫЙ



- **Удаление контента из источника.**
Отправка претензионных писем администрации площадок, на которых размещены негативные материалы, с целью снятия их с публикации.
- **Удаление из поисковой выдачи — деиндексация.**
Если площадка не отвечает или отказывает в удалении, то направляется досудебное письмо с просьбой удалить из поисковой выдачи материал, который нарушает законодательство или политику «Яндекса» или Google.

На этих двух этапах происходит 70% удалений.

Необходимые документы:

- нотариальная доверенность;
- копия первой страницы паспорта;
- иногда — справка об отсутствии судимости.

404

Ошибка!

К сожалению, запрашиваемая Вами страница не найдена...

Попробуйте воспользоваться поиском:



[Поиск](#) [Картинки](#) [Видео](#) [Карты](#) [Товары](#) [Переводчик](#) [Все](#)

Часть результатов поиска скрыта в соответствии с Федеральным законом от 13.07.2015 № 264-ФЗ



2. СУДЕБНЫЙ



- Подготовка необходимых документов, экспертиз и пр. для иска в суде (закон о праве на забвение).
- Удаление из источника, поисковых систем или блокировка через Роскомнадзор по решению суда.
- Чтобы точнее определить судебную перспективу, нужно понимать:
 - действительно ли в отношении персоны выносилось постановление о признании подозреваемым в преступлении, находится ли она под следствием или судебным процессом;
 - есть ли в нежелательных источниках информация, не соответствующая действительности, порочащая честь, достоинство и деловую репутацию, сделанная в форме утверждения о фактах и событиях, личная и семейная информация, фото- или видеоматериалы, персональные данные, нарушения тайны переписки, потерявшая актуальность информация, которая препятствует деятельности в настоящее время.

Федеральный закон от 13.07.2015 N 264-ФЗ.

"О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" и статьи 29 и 402 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации"

С 1 января 2016 года вступает в силу закон "о праве на забвение"

С указанной даты операторы поисковых систем в Интернете обязаны прекращать выдавать ссылки на информацию о пользователях, обратившихся к ним с соответствующим требованием.

 admvpol.ru 

Федеральный закон от 13.07.2015 N 264-ФЗ



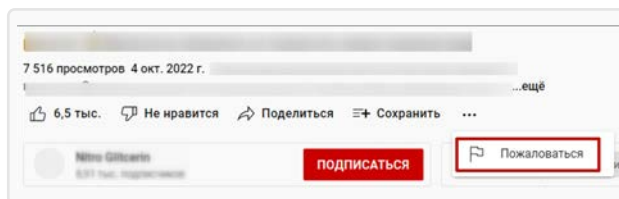
Удаление видеороликов из YouTube

Таким площадкам, как YouTube, недостаточно решения суда, поэтому...



- Удаление нежелательных видеороликов возможно только при прямом направлении жалобы на самой площадке.
- Ролик должен либо нарушать правила YouTube, либо иметь явные признаки клеветы и оскорблений.
- Каналы с большими охватами редко нарушают правила видеохостинга, поэтому удаление с них крайне затруднительно.

Для подачи жалобы на ролик необходимо нажать кнопку под видео — «Пожаловаться».



Далее нужно указать причину жалобы и выбрать один из предложенных вариантов:

В следующем окне выбираем временной промежуток и указываем причину жалобы:

Причина жалобы

- Контент сексуального характера ?
- Жестокие или отталкивающие сцены ?
- Оскорбления или проявления нетерпимости ?

Выберите вариант:

- Пропаганда ненависти или насилия
- Оскорбление уязвимых категорий пользователей
- Оскорбительные выражения в названии или описании
- Пропаганда терроризма ?
- Спам или ложная информация ?
- Нарушение моих прав ?
- Проблема с субтитрами ?

Ваша жалоба обязательно будет рассмотрена. Если мы обнаружим нарушение правил сообщества, то примем меры. В случае серьезных или неоднократных нарушений аккаунт пользователя может быть заблокирован. [Жалоба на канал](#)

ОТМЕНА ДАЛЕЕ

Причина жалобы

Временная метка*

0:00

Введите текст

0/500

Ваша жалоба обязательно будет рассмотрена. Если мы обнаружим нарушение правил сообщества, то примем меры. В случае серьезных или неоднократных нарушений аккаунт пользователя может быть заблокирован. [Жалоба на канал](#)

ОТМЕНА ОТПРАВИТЬ

После подачи жалобы администрация YouTube рассматривает ее в течение месяца и дает свой ответ.



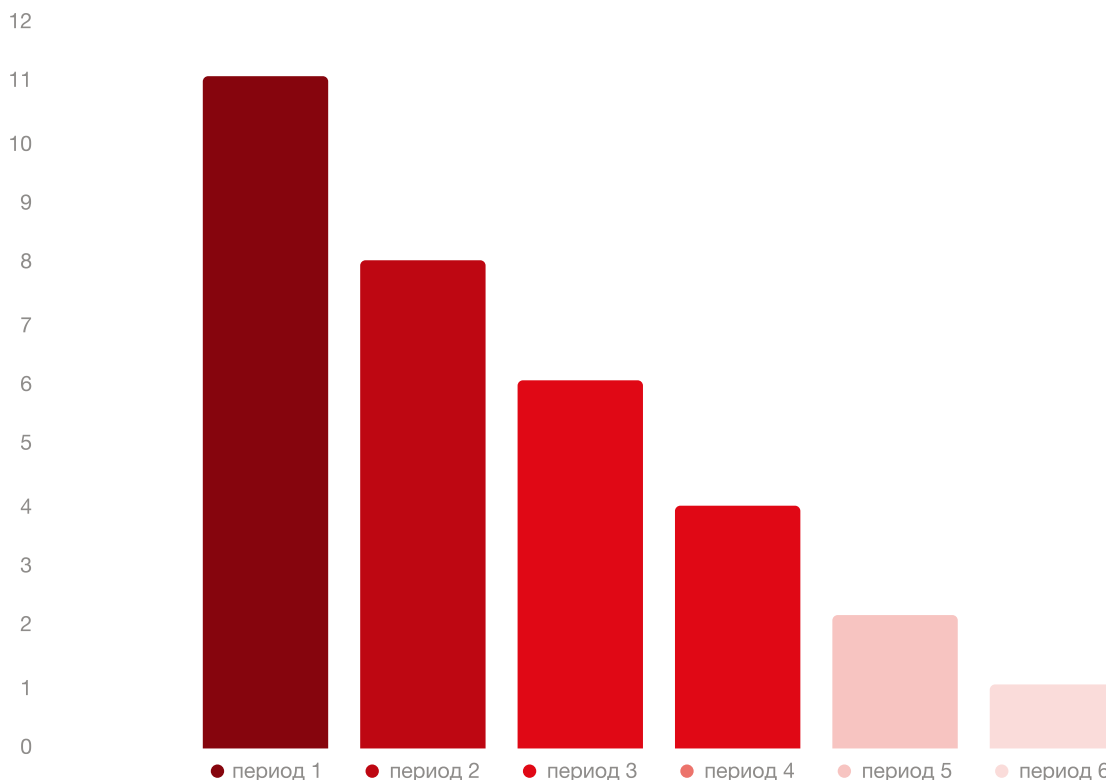
Прогноз результатов работ

Прогноз снижения негативных ссылок на первой странице результатов поисковой выдачи «Яндекса» и Google



- За 6 периодов ведения работ будет вытеснено до 80% негативных ссылок.
- Порядка 10-20% негатива будет деиндексировано или удалено.
- На первую страницу поисковой выдачи будет продвинуто до 90% созданных островов контента.


Уменьшение количества негативных ссылок в топ-10 по периодам



Достижение прогнозируемых результатов возможно при условии отсутствия большого количества новых негативных ссылок.



Резюме по управлению репутацией персоны

- 
- ✓ Репутация в интернете важна и нужна любому предпринимателю, политику, топ-менеджеру и представителю шоу-бизнеса.
 - ✓ Плохая репутация в Сети вредит деловой репутации человека и ведет к финансовым, карьерным и прочим потерям.
 - ✓ Важно отслеживать упоминания, появляющиеся в инфополе, с помощью систем мониторинга, и оперативно реагировать на угрозы.
 - ✓ Основным индикатором плохой репутации персоны является результат поисковой выдачи — ссылки на первых позициях и страницах выдачи, содержащие негативную информацию.
 - ✓ В первую очередь необходимо мониторить поисковую выдачу, верно оценивать ситуацию и далее выстраивать эффективную стратегию.
 - ✓ Правильная реализация и корректировка стратегии работ обязательно принесет результат.
 - ✓ Человек, решивший заняться своим имиджем в интернете, должен быть готов делиться информацией о себе.
 - ✓ Для работы с репутацией лучше прибегнуть к услугам профессионального агентства и PR-менеджера.

Главное помнить, что, если у вас хорошая репутация, то возможно всё!

TEL

8 (800) 350-25-37

CONTACTS

CORP@SIDORINLAB.RU

SIDORINLAB.RU