



## **ОТЗЫВ**

### **об использовании в телекоммуникационной компании АРКТЕЛ системы «Медialogия»**

Пресс-служба телекоммуникационной компании «АРКТЕЛ» приобрела доступ к «Медialogии» в апреле 2007 года и теперь, оценив все преимущества работы с этой системой, мы лишь жалеем, что не сделали этого раньше.

Для начала, представимся!

АРКТЕЛ – это крупный оператор связи, который создан в 1999 году. Сейчас компания предоставляет телекоммуникационные услуги корпоративным и частным клиентам (телефония, доступ в Интернет, комплексная телефонизация объектов недвижимости, услуги интеллектуальной сети связи, услуги аутсорсингового Центра Обслуживания Вызовов) в 11 крупных городах России. Готовится оказывать услуги на рынке дальней связи.

Как альтернативному оператору АРКТЕЛ важно постоянно держать «нос по ветру», оперативно мониторить все отраслевые и бизнесовые газеты, журналы, информационные агентства, Интернет-ресурсы, а также радио и телевидение.

Если бы мы задались целью регулярно отслеживать и составлять в пресс-клиппинги все материалы, в которых упоминается компания, то нам бы пришлось нанимать отдельного сотрудника, за отдельную заработную плату, который бы все свое время посвящал сбору и анализу информации об АРКТЕЛ и конкурентах в СМИ.

Мы решили сэкономить на зарплате этого сотрудника и сделали свой выбор в пользу «Медialogии» - и не прогадали!

В первую очередь, «Медialogия» - это охват! Система аккумулирует контент более чем 3000 ведущих российских СМИ и 200 иностранных изданий (надеемся, что скоро АРКТЕЛ выйдет на международный рынок, и мы будем внимательно мониторить зарубежную прессу), что позволяет АРКТЕЛ всегда точно знать, что о компании пишут и говорят в прессе. Благодаря удобной возможности конвертирования всех материалов в Word, PDF и другие офисные приложения мы можем быстро поделиться интересными сообщениями с коллегами, составлять на их основе пресс-клиппинг и отчитываться за эффективность PR деятельности. Однажды вовремя полученные данные помогли нам с помощью оперативного



заявления упредить распространение негативной информации о компании и тем самым не допустить ущерба деловой репутации.

Все материалы «Медиалогии» превосходно структурированы – по регионам, видам СМИ, конкретным изданиям, авторам. Просматривая такие разбивки, можно сразу сделать выводы, какие издания пишут про компанию, какие не очень (и значит, с ними надо активизировать контакты)? кто их журналистов специализируется на телекоме?

Особый интерес у нас, как компании с представительствами во многих городах России, вызвала предусмотренная разработчиками «Медиалогии» возможность оценка медиаактивности по отдельным регионам. Данные о том, как часто региональные СМИ пишут об АРКТЕЛ, позволяют нам делать выводы об эффективности PR работы, которую ведет каждый из филиалов.

Во-вторых, кроме количественных характеристик (число упоминаний), «Медиалогия» предоставляет отчеты о качественных параметрах медиаимиджа АРКТЕЛ. Уникальная разработка «Медиалогии» - Индекс Информационного Благоприятствования (ИИБ), принимая во внимание влияние СМИ, объем материала и характер публикаций о компании (позитивный, негативный или нейтральный) позволяет нам отслеживать, насколько СМИ дружелюбны к компании. Динамика этого Индекса во время PR кампаний четко показывает, насколько наши усилия оказываются эффективными, как СМИ реагируют на новости компании, в каком ключе пишут.

Третье преимущество «Медиалогии» (особенно важно для тех людей, кто привык экономить свое время) – это интуитивно понятный интерфейс. Несмотря на то, что система работает на сложных технологиях обработки медиаконтента, ей очень удобно пользоваться. Информация строго и логически структурирована по разделам («оперативный мониторинг», «анализ репутации АРКТЕЛ», «анализ конкурентов» и др.), а благодаря разнообразной подаче результатов мониторинга в виде наглядных рейтингов, динамических графиков, карт и таблиц информация усваивается намного быстрее.

Если писать про все возможности этой системы, то может получиться книга. Подчеркнем главное: это очень удобный и надежный инструмент мониторинга и анализа репутации компании, «глаза» и «уши» АРКТЕЛ.

И мы с удовольствием рекомендуем это решение всем компаниям, которые дорожат своей репутацией.

Пресс-секретарь ОАО «АРКТЕЛ» Илья Андрианов

Директор по маркетингу ОАО «АРКТЕЛ» Игорь Манн

