

20
ATLAS

Репутация как управляемый актив

Зачем компании нужен специалист по рейтингам и отраслевым коммуникациям?



МАРИЯ ДРУЖИНИНА
Руководитель
стратегического маркетинга

Почему тема репутации стала управленческой задачей

Репутация — часть идеологического контура компании

Не «внешняя оболочка», а ценность, которая влияет на доверие покупателей, позиции проектов, отношение СМИ и профессионального сообщества.

01

Рост компании

Больше проектов, публичности, внимания СМИ, покупателей и жителей

02

Кризис рынка

В период осторожного спроса репутация становится фактором выбора и устойчивости

Новая роль: специалист по рейтингам и отраслевым коммуникациям

Единый контур репутации			
Аналитика и рейтинги	Аудит показателей ЖК, актуализация ЕРЗ, контроль критериев и доказательной базы.	Подготовка новых проектов	Встраивание критериев рейтингов в проектные чек-листы на ранней стадии.
Агентства, премии, профсообщество	Заявки, коммуникация с оргкомитетами, мероприятия, корректировка методологий.	ORM и мониторинг репутации	Дайджесты, риски, упоминания, каналы общения с жителями совместно с продажами и CRM.

Итог роли — управление тем, как продукт компании видит рынок.

Как функция работает на жизненном цикле проекта



ПРИНЦИП

Каждый проект должен заранее понимать, какие решения влияют на рейтинг, признание и будущие репутационные риски.

Результаты с начала года: рейтинги стали управляемыми

Потребительские
качества РФ

50 → 14

+36 позиций

Потребительские
качества регион

11 → 7

+4 позиции

Средняя оценка ЕРЗ

42,77 → 52,09

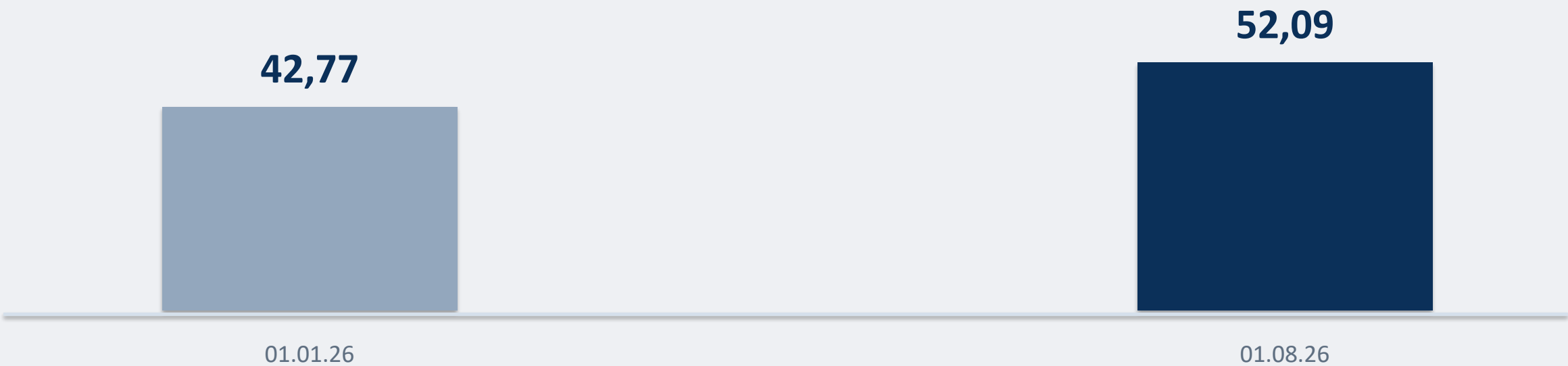
+9,32 балла

Надежность
Всё о стройке.рф

14 → 5

+9 позиций

Средняя оценка ЕРЗ выросла, что
подтверждает усиление
конкурентоспособности продукта



Результат виден на уровне проектов

6 из 7 проектов вошли в ТОП-50 регионального рейтинга потребительских качеств ЖК

Атлас Люксо

+154 места +21,9 балла

Атлас Юник

+116 мест +16,4 балла

Атлас Лайн

+76 мест +12,9 балла

Атлас Визион

+42 места +9,25 балла

Атлас Ауро

+12 мест +7,7 балла

Парк Столиц

+3 места +4,85 балла

ВЫВОД

Системная работа с критериями рейтингов превращает продуктовые решения в измеримое отраслевое признание.



От рейтингов к отраслевой репутации

Профессиональное признание усиливает бренд, когда опирается на продукт, инфраструктуру и коммуникации

ТОП ЖК	1 место	Лучший жилой комплекс-новостройка в РФ, высотные дома
WOW Awards	финалист	SMM: как соцсети девелопера стали ориентиром для рынка
CRE Awards	финалист	БЦ «Атлас Бизнес Клуб» и коммерческая инфраструктура ЖК

ORM как продолжение рейтингов

еженедельные дайджесты • риски • эскалация • каналы общения с жителями

Как измерять эффективность функции

Рост позиций
в рейтингах ЕРЗ

Количество побед
в премиях и участия
профмероприятиях

Регулярные отчеты
по упоминаниям
и рискам

Отсутствие инцидентов
из-за дефицита данных

Что меняется для
компании

Репутационная работа становится регулярной системой: данные обновляются, критерии учитываются заранее, риски видны раньше, а отраслевое признание не зависит от случайных поводов.



Решение: закрепить функцию специалиста по рейтингам и отраслевым коммуникациям в контуре стратегического маркетинга

Спасибо