

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ  
«КОЛЛЕДЖ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
имени Героя Советского Союза М.Ф. Панова»  
(ГБПОУ КСТ)**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор ГБПОУ КСТ

А.Н. Лунькин

« 04 » \_\_\_\_\_ 2020 г.

«Мотивированное мнение выборного органа первичной профсоюзной организации (протокол от \_\_\_\_\_ № 10 ) учтено»

«Мотивированное мнение выборного органа первичной профсоюзной организации (протокол от 29.05.2020 № 16 ) учтено»

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**об управлении репутацией ГБПОУ «Колледж современных технологий имени Героя Советского Союза М.Ф. Панова» в Интернете и социальных сетях через работу с отзывами и недостоверной информацией**

**1. Общие положения**

1.1. Положение об управлении репутацией ГБПОУ «Колледж современных технологий имени Героя Советского Союза М.Ф. Панова» в Интернете и социальных сетях через работу с отзывами и недостоверной информацией (далее – Положение и Колледж соответственно) разработано в соответствии с законодательством Российской Федерации и Уставом Колледжа.

1.2. Настоящее положение устанавливает требования к организации работы с отзывами и комментариями, касающимися непосредственно Колледжа и его работников в Интернете и социальных сетях, и определяет порядок их рассмотрения, взаимодействия с площадками для коммуникаций с аудиторией и контроля репутации Колледжа через снижение уровня негатива отзывов и устранение недостоверной информации.

1.3. В положении используются следующие условные обозначения и термины:

Вх. № 17  
От «04» 06 2020г.

- Имидж - совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек/организация в соответствии со своим статусом.

- Бренд - ассоциация с товаром, продуктом или компанией, которая возникает у потребителя.

- Контент - информационное содержание сайта/ страницы социальной сети (тексты, графическая, звуковая информация и др.).

- Управление репутацией - ряд мер, которые направлены на создание положительного образа компании в глазах потенциальных клиентов/потребителей образовательных услуг. Сюда можно включить как непосредственную работу над этим образом, так и обработку негатива, уже имеющегося в сети Интернет.

1.4. Данное положение регламентирует работу с неофициальными источниками обращений граждан и агрегаторами информации об образовательных организациях:

- Zoon.ru
- Яндекс.Карты
- Учёба-отзыв.ру ([ucheba-otziv.ru](http://ucheba-otziv.ru))
- Учёба.ру (<https://www.ucheba.ru/>)
- Карта Знаний.ру ([www.kartaznaniy.ru](http://www.kartaznaniy.ru))
- Obrmos.ru
- Obuchebe.ru
- Поступи Онлайн (<https://postupi.online/>)
- 2гис
- Рособразование.ру (<https://ros-obrazovanie.ru/>)
- moscow.flamp.ru
- Edunetwork (<https://college.edunetwork.ru/>)
- Eduinform (<http://edu-inform.ru/>)

и другими подобными порталами и агрегаторами с отзывами, комментариями и сводной информацией об учреждениях среднего профессионального образования.

1.5. Направления работы с отзывами и комментариями включают в себя:

1.5.1. Мониторинг упоминаний — отслеживание источников и характера упоминаний Колледжа с целью определения частоты и динамики упоминаний объекта, выявление популярных источников, анализ информационных поводов.

1.5.2. Работа с комментариями — реакция на отзывы, нейтрализация негатива, решение конфликтных ситуаций с целью вывода конфликта из информационного поля, подавление негативных всплесков.

1.5.3. Юридическое взаимодействие с авторами и площадками, которые распространяют негативный контент с целью удаления из сети откровенной клеветы, блокировка ресурсов, которые очерняют Колледж.

1.5.4. Управление репутацией в социальных сетях и тематических

сообществах с целью продвижения положительного контента и нейтрализация негатива.

1.6. Работа с отзывами и недостоверной информацией является объемной и разнонаправленной, в связи с чем необходимо разделить обязанности между несколькими подразделениями/должностными лицами:

1.6.1. Подразделение/должностное лицо, ответственное за мониторинг новых упоминаний о Колледже в Интернете, работу с комментариями и юридическое взаимодействие с площадками отзывов.

1.6.2. Подразделение/должностное лицо, ответственное за управление репутацией в социальных сетях.

1.6.3. Подразделение/должностное лицо, ответственное за контроль, изменение и устранение недостоверной информации о Колледже, не порочащей его репутацию, но вводящей в заблуждение аудиторию.

## **2. Мониторинг упоминаний и работа с отзывами и комментариями**

2.1. Подразделение/должностное лицо, ответственное за мониторинг упоминаний и работу с отзывами и комментариями, обязано ежедневно проводить мониторинг новых упоминаний о Колледже в Интернете (включая площадки отзывов, СМИ и блоги), используя доступные технические средства (сервисы и приложения для отслеживания упоминаний бренда в Интернете) и действовать в зависимости от результата.

2.2. На положительные реакции стоит ответить благодарностью, в крайнем случае оставить без внимания.

2.3. Если публикация/отзыв содержит негатив, не являющийся клеветой или оскорблением, но сообщаящий недовольство уровнем образовательных услуг, отношением преподавателей или работников и тому подобное, то подразделение/должностное лицо обязано в тот же день, когда был обнаружен отзыв, сообщить об этом заместителю директора, ответственному за направление, которое затрагивается в отзыве/публикации. Заместитель обязан дать ответ на вопрос в течение того же рабочего дня, чтобы ответственное подразделение/должностное лицо опубликовало его без промедлений.

2.4. Если публикация/отзыв содержит клевету или оскорбление Колледжа, его работников или обучающихся:

2.4.1. Подразделение/должностное лицо обязано в тот же день, когда отзыв был обнаружен, и сообщить об этом в техническую поддержку сайта, где размещен отзыв/публикация, с целью удаления и восстановления нарушенных прав.

2.4.2. Если площадка не предпринимает никаких действий, то подразделение/должностное лицо обязано обратиться с тем же вопросом в техподдержку поисковой системы (Яндекс, Google).

2.4.3. Если вопрос невозможно решить самостоятельно в досудебном порядке, обращаясь в техническую поддержку сайтов и поисковых систем, то

возможно использование услуг юриста.

2.5. Подразделение/должностное лицо не должно прибегать к сервисам по написанию положительных отзывов, так как это подрывает доверие аудитории и вредит имиджу Колледжа, но имеет право и должно рекомендовать определенные сервисы, содержащие отзывы, позитивно настроенной аудитории для выражения мнения о работе Колледжа, чтобы способствовать развитию положительного имиджа Колледжа.

### **3. Управление репутацией в социальных сетях и тематических сообществах**

3.1. Подразделение/должностное лицо, ответственное за ведение аккаунтов Колледжа в социальных сетях обязано ежедневно проводить мониторинг новых упоминаний о Колледже, используя доступные технические средства (сервисы и приложения для отслеживания упоминаний бренда в Интернете), в социальных сетях и действовать в зависимости от результата.

3.2. Порядок действий аналогичен п. 2.2.-2.4. настоящего Положения.

### **4. Работа по контролю, изменению и устранению недостоверной информации о Колледже, не порочащей его репутацию, но вводящей в заблуждение аудиторию**

4.1. Подразделение/должностное лицо, ответственное за данную деятельность обязано не реже раза в месяц проводить мониторинг образовательных сайтов-агрегаторов, где размещена справочная информация о Колледже, на предмет достоверности сведений.

4.2. В случае выявленных недостоверных/устаревших сведений о Колледже подразделение/должностное лицо обязано официально обратиться в техническую поддержку/администрацию сайта с запросом исправить или удалить информацию, с последующим контролем.

### **5. Требования к работе с отзывами и комментариями**

5.1. Для соблюдения единой политики в вопросах управления репутацией Колледжа в Интернете и социальных сетях, ответственные подразделения/должностные лица обязаны придерживаться следующих принципов:

- актуализация - необходимо знать, что пишут о Колледже, регулярно отслеживать упоминания вручную и с помощью сервисов;
- открытость для критики - любой пользователь или работник должен иметь возможность открыто обсуждать проблемы и конфликты, нельзя просить удалить отзыв только потому, что в нем содержится критика;
- недопущение открытого конфликта – ответственные подразделения/должностные лица должны снижать уровень негатива в отзывах и комментариях, переводя конфликт в закрытое поле личных сообщений или решая вопрос лично, если такое возможно;

- поддержание обратной связи - реакция на все обращения/отзывы должна быть быстрой, не растягиваться по времени дольше, чем на два рабочих дня;
- вежливость – ответы на отзывы должны быть максимально корректными, обращение к пользователю на «Вы»;
- борьба с клеветой и оскорблениями - обязательно реагировать и опровергать со ссылкой на доказательства, так как молчание может быть расценено аудиторией как согласие;
- работа с источниками - требовать опровержений, извинений, удаления информации, в крайнем случае прибегать к защите в суде;
- создание честных позитивных примеров- стимулирование целевой аудитории оставлять честные положительные отзывы.

5.2. Для соблюдения этики подразделениям/должностным лицам необходимо придерживаться правил при ответе на отзывы/комментарии/публикации:

5.2.1. Ответы на положительные комментарии: если в отзыве благодарят конкретного работника или Колледжа в целом, лучше развить эту тему и присоединиться к похвале.

5.2.2. Ответы на негатив и критику должны содержать конкретный план действий по устранению проблемы или советом пользователю, необходимо избегать штампов «делаем все возможное» и размытых обещаний. Если вопрос пользователя требует уточнения у руководства, ответственное подразделение/должностное лицо должно написать автору отзыва в комментарии, что Колледж обязательно ответит ему через четкий промежуток времени (в течение часа, сегодня, завтра и т. п.) и, получив комментарии от компетентных лиц, публикует их в обещанный срок.

5.2.3. Ответы на отзывы не должны содержать штампов и официоза, клиентоориентированные ответы предполагают эмоциональность и искренность с соблюдением этических норм.

5.2.4. Запрещено вступать в споры и конфликты с авторами отзывов и комментариев.

5.2.5. Использовать шаблоны ответов на отзывы (Приложение) нужно как пример, но нельзя просто копировать их постоянно, так это приведет к однообразию (шаблонности) и без эмоциональности ответов с последующей утратой доверия пользователей.

## Шаблоны ответов на отзывы и комментарии

1. Персонализация: начать общение с пользователем лучше с обращения по имени. Поскольку все отзывы и ответы будут на странице идти друг за другом, чтобы не возникало ощущения запрограммированности, необходимо каждый раз чередовать и варьировать приветствия.

### Примеры:

- *Марина, здравствуйте!*
- *Катерина, добрый день!*
- *Добрый день, Юрий!*
- *Здравствуйте, Дарья!*

2. Необходимо выяснить детали, если отзыв содержит негатив.

### Пример:

• *Будем признательны, если Вы уточните дату произошедшего. Любые подробности нам помогут.*

3. Перевод конфликта из публичного пространства в личное общение.

### Примеры:

• *Пожалуйста, оставьте нам свой контактный номер телефона, чтобы мы смогли с Вами связаться и задать уточняющие вопросы. Или пришлите номер на почту [mail@email.ru](mailto:mail@email.ru).*

• *Мы могли бы разрешить данную ситуацию, но наш диалог может быть продолжительным. Предлагаем Вам связаться с нами по телефону 8\*\*\*\*\* в будний день с 9:00 до 18:00, наш сотрудник (Имя) постарается Вам помочь.*

• *Мы бы не хотели оставлять без внимания Ваш отзыв. Не могли бы Вы написать свой номер телефона на почту [mail@tyemail.ru](mailto:mail@tyemail.ru) ? Заместитель директора хочет лично связаться с Вами и принести извинения.*

• *Хотелось бы связаться с вами лично и извиниться. Для этого оставьте, пожалуйста, ваши контакты.*

• *Для нас очень важно выявить некомпетентного сотрудника и разобраться в ситуации. Будем благодарны, если свяжитесь с нами, по номеру 1234567. Вы поможете нам.*

4. Благодарность за отзыв: необходимо поблагодарить человека за то, что потратил время на написание отзыва.

### Примеры:

- *Спасибо, что нашли время оставить свой отзыв, для нас это очень важно.*
- *Благодарим Вас за отзыв!*
- *Спасибо, что написали.*
- *Спасибо, что поделились случившимся!*
- *Благодарю за обратную связь.*
- *Спасибо, что сообщили о данном инциденте*

- *Спасибо, что поделились своим замечанием.*
- *Спасибо, что нашли время и написали.*
- *Благодарим, что нашли время и возможность оценить нас!*
- *Благодарим Вас за столь детальный и развёрнутый отзыв!*
- *Большое спасибо, что поделились своим впечатлением.*
- *Спасибо, что нашли время оставить отзыв – Вы помогаете нам становиться лучше.*
- *В первую очередь хочется поблагодарить Вас за столь интересно изложенный отзыв о Колледже. Нам всегда приятно получать подробную обратную связь.*
- *Спасибо, что нашли время и поделились своими впечатлениями о нашем Колледже.*

5. Принесение извинений: иногда это необходимо, если действия Колледжа и его сотрудников принесли неудобства пользователю.

**Примеры:**

- *Очень жаль, что наш Колледж оставил больше отрицательных эмоций, чем положительных.*
- *Приносим искренние извинения за ..... и безумно сожалеем, что не оправдали ваших ожиданий.*
- *Очень жаль, что все прошло не так идеально, как хотелось бы и наш Колледж произвел на вас такое впечатление.*
- *Нам искренне жаль, что обучение в нашем Колледже было омрачено данной ситуацией.*
- *Грустно, что у нас не получилось приложить все усилия, чтобы создать для Вас максимально комфортные условия обучения.*
- *Примите, пожалуйста, искренние извинения за ситуацию. Мы очень сожалеем, что показали себя далеко не с лучшей стороны и хотели бы провести работу над ошибками.*
- *Мы очень сожалеем о произошедшем инциденте и приносим Вам свои извинения. Подобное поведение преподавателей недопустимо.*
- *В первую очередь, от лица компании хочу принести извинения за .....!*
- *Приношу свои извинения за сложившуюся ситуацию.*
- *Нам очень жаль, что произошла такая нелепая ситуация.*
- *Примите, пожалуйста, глубочайшие извинения, что .....*

6. Решение проблемы: признав проблему, нельзя забывать предоставить сведения о предпринимаемых мерах по устранению проблемы, если четкого плана действий пока нет, сообщите, что ищете способ улучшения ситуации, но ни в коем случае не давайте пустых или абстрактных обещаний.

**Примеры:**

- *Я передал(а) ваши комментарии руководству, с преподавателем/сотрудником будет проведена работа.*
- *Обязательно уделим этому моменту отдельное внимание на ближайшем собрании.*
- *Мы непременно проведём расследование.*
- *Руководство Колледжа уже в курсе ситуации, с сотрудниками проведена строгая беседа на тему .....*
- *Все ваши замечания уже переданы заместителю директора, проведем работу со всеми сотрудниками и ни за что не допустим подобного вновь.*

- *Со своей стороны, мы уже разобрались, выявили виновных и приняли необходимые меры.*
- *Обязательно проведем беседу с....., чтобы он ... ..*
- *Мы уволили данного сотрудника, чтобы не допустить подобных нарушений в стенах Колледжа.*
- *Мы стараемся быть лучше, и обязательно уделим внимание вопросу.....!*
- *Обещаем усилить контроль за... ..*
- *В настоящее время мы проводим служебное расследование, посвященное выяснению причин этого инцидента.*