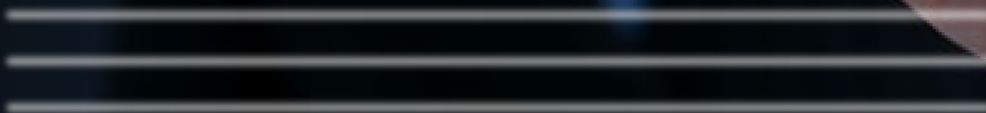
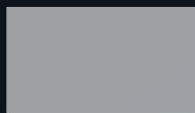
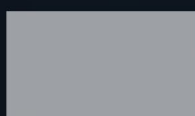
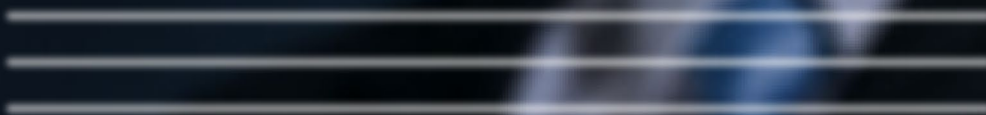
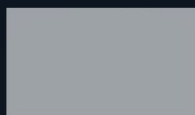


Q Brand...

Search



CONTROLEAZA
REZULTATELE
NEGATIVE
DIN GOOGLE

*Nu lasa crizele
sa se amplifice*

DUF

De ce este importanta reputatia in Google

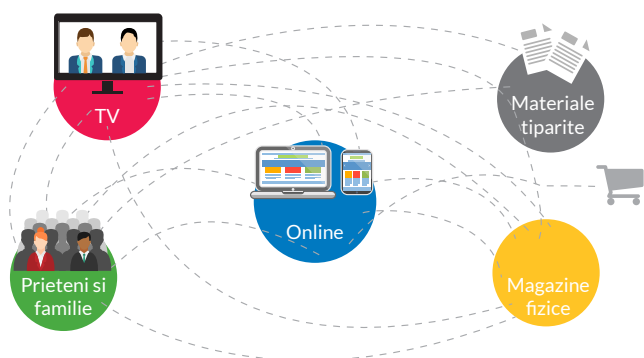
Indiferent daca esti un artist, un bun profesionist sau o companie, oamenii vor face o cercetare in Google inainte a lua decizia de a lucra cu tine.

89% din consumatori folosesc motoarele de cautare pentru a lua o decizie de cumparare.

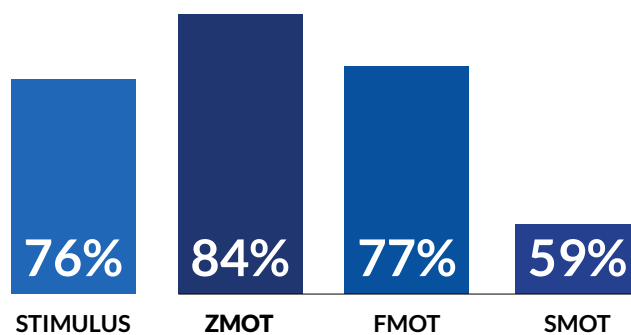
In momentul in care auzim despre un nou produs, prima tendinta este de a scoate telefonul mobil si de a cauta online informatii despre el: pret, marca, furnizor, review-uri si alte pareri ale utilizatorilor. Acelasi lucru se intampla si in momentul in care vrem sa lucram cu un profesionist, un arhitect, avocat, medic, etc. Chiar daca avem suficient de multe informatii despre acesta, simplul fapt ca avem la dispozitie un volum mare de date si posibilitatea de a face o cautare rapida ne schimba comportamentul de cumparare.

Potrivit Google, momentul in care folosim laptopul, mobilul sau orice instrument pe care il avem la indemana pentru a afla mai multe informatii despre un produs sau un serviciu pe care vrem sa il cumparam, poarta numele **ZMOT (Zero Moment of Truth)**.

Calatoria cumparatorului prin diferitele canale



Sursa: Google ZMOT



Influenta ZMOT asupra deciziei de cumparare

Sursa: Google ZMOT

Ce trebuie sa stii despre rezultatele negative

Un articol defaimator iti poate afecta imediat cariera, semnarea unui contract, pastrarea unui client sau atingerea obiectivelor de business.

*“Ai nevoie de 20 de ani sa iti construiesti o reputatie buna si doar de 5 minute sa o strici”
- Warren Buffet*

Rezultatele negative sunt permanente

Daca nu ar exista Google, Managementul Reputatiei nu ar fi devenit o industrie atat de infloritoare. In trecut, reputatia unui brand putea fi controlata cu ajutorul mass media si a mesajelor atent realizate de echipa de comunicare si PR. In plus, chiar daca mesajele negative deveneau publice, timpul reusea sa le rezolve pe toate. In cateva saptamani sau chiar zile, nimeni nu-si mai amintea de stirile negative. In schimb, odata cu trecerea la un model bilateral de comunicare, in care consumatorul preia controlul si are la dispozitie un intreg arsenal de tool-uri si medii gratuite de exprimare, impactul devine mult mai puternic.

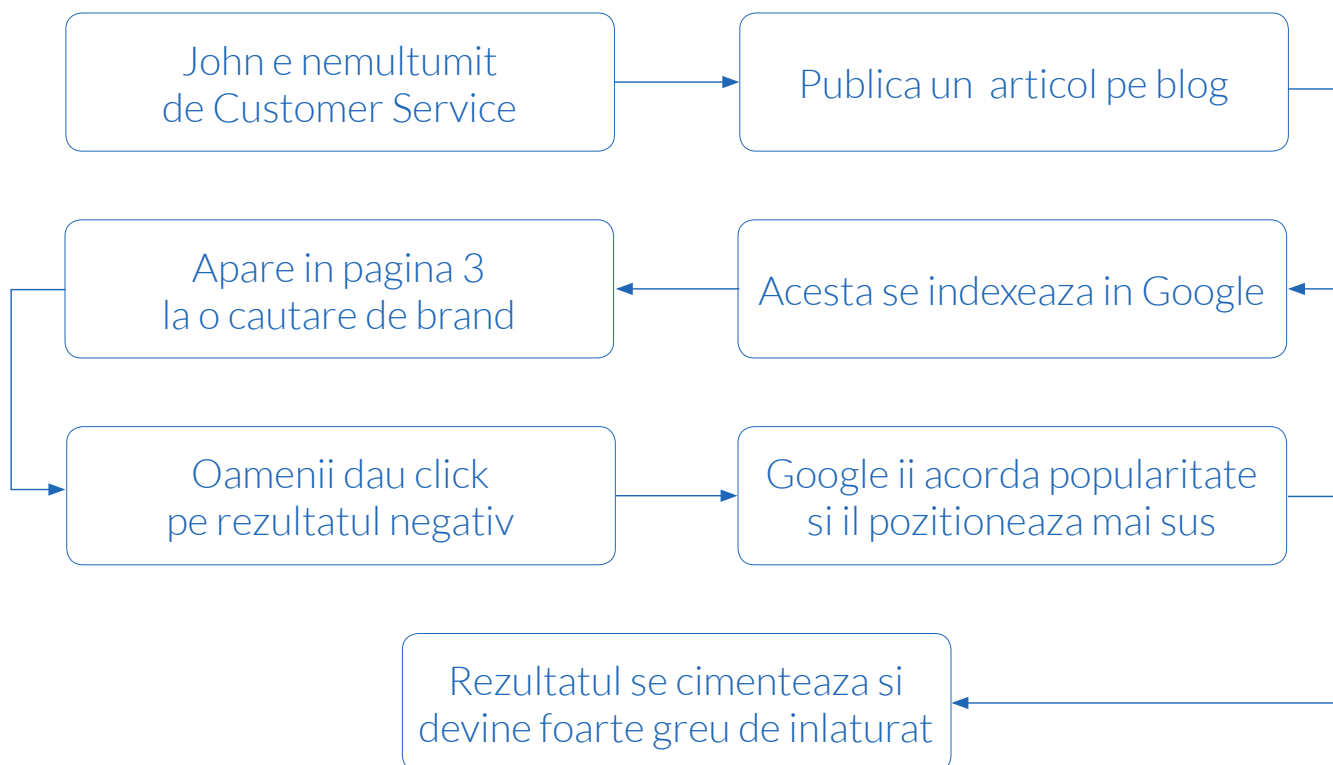
Astazi, un blogger care a fost nemulțumit de tonul noului coleg de la Serviciul Clienti isi poate manifesta usor parerile prin intermediul unei postari. Odata ce articolul a fost indexat de Google, acesta poate sa apara in primele pagini de cautari in momentul in care un potential client cauta numele tau sau al companiei tale. Sansele ca acest articol sa apara in prima pagina la o cautare de brand cresc in situatia in care blogul are o autoritate mare in Google, este recomandat de alte siteuri si are un nivel ridicat de interactiune in social media.

Cu cat un articol negativ devine mai popular, cu atat urca mai sus in Google

Faptul ca acest articol este indexat pentru cautarile tale de brand devine o problema secundara. Pe masura ce oamenii fac cautari in jurul brandului tau, acestia vor fi atrasi de un titlu negativ mult mai mult decat de unul pozitiv, ceea ce va rezulta intr-un numar mare de accesari al articolului defaimator. Pentru Google, o rata de click (CTR) mai mare va fi un semnal de popularitate si va avea tendinta de a-l urca tot mai sus in cautari, in detrimentul rezultatelor pozitive.

Daca vrei sa afli mai multe detalii despre rata de click si alte semnale ale utilizatorilor, descarca gratuit e-book-ul **"Factorul SEO pe care il ignora 90% din specialisti"**, unde acest subiect este tratat pe larg.

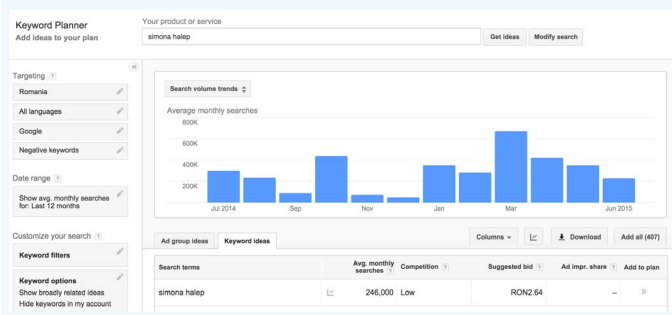
Iata de ce rezultatele negative nu sunt doar permanente, ci si mult mai populare si mai bine positionate in cautari.



Cum masori impactul ?

Desi impactul real pe care il are un rezultat negativ asupra business-ului tau poate fi foarte diferit, in functie de gravitatea mesajului, de industria in care activezi si de nivelul de educatie al consumatorilor tai, este esential sa poti evalua cati oameni au fost expusi la acest mesaj.

1. Fa o cautare a brandului tau in Google Keyword Planner pentru a vedea numarul de cautari lunare efectuate in Google



2. Creeaza o lista cu cele mai importante expresii care contin brandul tau

Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	Suggested bid	Ad impr. share	Add to plan
simona	2,400	Low	-	-	
halep tennis	210	Low	-	-	
halep simona	5,400	Low	RON2.17	-	
s halep	260	Low	RON3.06	-	
simona halep bikini	30	Low	-	-	
tennis halep	50	Low	-	-	
halep s	30	Low	-	-	
simona halep tennis	90	Low	-	-	
simona halep bust	20	Low	-	-	

3. Vezi pe ce pozitie se afla aceste expresii

4. Halep continuă » Cincinnati, ultima bătălie pentru Simona ...
www.gsp.ro/.../halep-continua-cincinnati-ultima-batalie-pentru-simona-i-...
 Acum 3 ore - Simona Halep a ajuns la Cincinnati și a participat la întâlnirea cu presa, o obligație constantă pentru o jucătoare de Top 10. Simona a fost ...

Simona Halep | Facebook

https://www.facebook.com/simona_halep Traducerea acestei pagini
 Simona Halep, Bucharest, Romania. 1199748 likes · 54211 talking about this. The official Facebook page of Romanian professional tennis player Simona...

Simona Halep și-a aflat prima adversară de la Cincinnati. A ...
www.digisport.ro/Sport/TENIS/
 Acum 21 de ore - Simona Halep, cap de serie nr. 3 și scutită de primul tur la Turneul WTA Premier de la Cincinnati (cu premii de 2.400.490 dolari), și-a aflat ...

TENIS - DigiSport

www.digisport.ro/Sport/TENIS/
 Cum poate ajunge Simona Halep pe locul doi Simona Halep și-a aflat marți seara adversara din turul doi de la Cincinnati, dar și cum poate ajunge pe locul ...

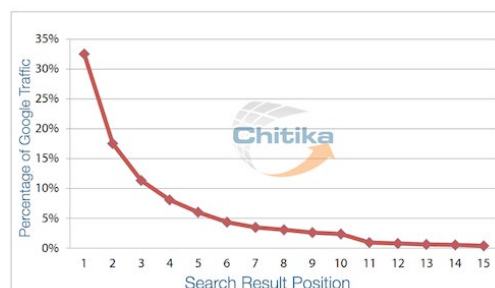
SIMONA HALEP CINCINATTI. Dezvăluire BOMBĂ făcută de...
www.romaniatv.net/simona-halep-cincinatti_239418.html
 Acum 1 zi - SIMONA HALEP CINCINATTI. Darren Cahill, antrenorul australian care a pregătit-o pe Simona Halep la Toronto, a făcut o dezvăluire ...

FOTO CANCAN.ro are DOVADA ca Simona Halep a avut ...
www.cancan.ro/.../foto-cancan-ro-are-dovada-ca-simona-halep-a-avut-pr-...
 Acum 2 zile - CANCAN.ro are dovada care atesta faptul ca problemele de sanatate ale Simonei Halep sunt mai vechi. Inainte de turneul de la Toronto, unde ...

4. Calculeaza cati oameni dau click pe rezultatul negativ¹, aplicand ratele estimative de Click Through Rate (CTR)



Percentage of Traffic by Google Results Position



Data Driven by Chitika Insights June 2013
 Data is representative of Google search traffic within the U.S. and Canada only

Vizitatori =
 Volumul de cautare al cuvântului cheie x CTR pozitie

¹ In grafic poti observa ce trafic obtine continutul in functie de pozitionarea Google in rezultate. Insa un rezultat negativ primeste mai multe click-uri, chiar daca este pe o pozitie inferioara, prin urmare schema nu va mai fi lineara. Oamenii in cautare de informatie nu se vor opri la primele rezultate, cele care se afla in controlul brand-ului, ci vor cauta si alte surse.

Cum te poate afecta

Indiferent de dimensiune, notorietate, buget alocat in comunicare, orice brand poate avea de suferit de pe urma continutului negativ pe care oamenii il gasesc in cautarile Google. La fel cum se intampla "la case mai mari", ti se poate intampla si tie, chiar daca momentan ai o reputatie online buna. Iata doar cateva exemple de efecte negative:

- **Consumatorii nu iti vor mai cumpara produsele sau serviciile** - in preferintele consumatorilor intra un numar limitat de brand-uri sau persoane in care au deplina incredere. Daca clientii tai potentiali citesc un comentariu negativ la adresa companiei tale, sansele ca ei sa iti cumpere produsele vor scadea semnificativ.
- **Risti sa pierzi parteneriate sau colaborari importante** - inainte de orice discutie de business, oamenii te vor cauta pe Google. Rezultatele negative ii vor descuraja sa incheie afaceri cu tine, iar tu vei rata oportunitati ce ar fi ajutat la dezvoltarea ta.
- **Eficienta campaniilor tale de marketing scade** - mesajul transmis de brand-ul tau prin campaniile de comunicare e pus la indoiala atunci cand intra in contradictie cu ceea ce se vorbeste despre tine in online.
- **Investitorii se tem sa iti ofere finantare** - ai mare nevoie de bani, dar comentariile negative la adresa ta sunt asociate de catre investitori cu riscul, ceea ce ii va determina sa refuze finantarea ideilor tale.
- **Oamenii din media transmit mai departe vestile proaste** - jurnalistii folosesc motoarele de cautare mult mai mult decat noi, cautarea informatiilor facand parte din munca lor de zi cu zi. Cu cat vor gasi mai multe rezultate negative despre tine, cu atat vor fi mai tentati sa preia informatii care iti pot afecta reputatia.
- **Nu vei obtine job-ul mult visat** - daca brandul tau este chiar numele tau personal, rezultatele negative asociate lui scad increderea angajatorilor in tine. Rezultatele negative pe care le-au gasit in Google ii vor descuraja si vor alege pe altcineva, chiar daca tu erai cel mai calificat candidat.

Chiar si cele mai mari branduri au probleme de reputatie

TOSHIBA

Toshiba a fost implicat recent, in mai 2015, intr-un scandal de proportii. CEO-ul companiei, alaturi de membrii echipei de management au raportat profituri false de peste 1.2. miliarde de dolari, in perioada 2008 - 2014.

Scandalul financiar de la Toshiba a ajuns sa fie cunoscut in toata lumea datorita sutelor de articole care au aparut in aceasta perioada pe cele mai importante siteuri si surse de informare, precum Reuters, CNN, BBC, Bloomberg, Fortune, Huffingtonpost, etc.

La o cautare in Google de tipul "Toshiba CEO" atat sugestiiile din bara de cautare cat si rezultatele din prima pagina pastreaza viu scandalul si afecteaza puternic reputatia companiei si a CEO-ului Hisao Tanaka.

The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains 'toshiba ceo'. Below the bar, a dropdown menu displays suggestions: 'toshiba ceo resigns', 'toshiba ceo scandal', 'toshiba ceo quits', and 'toshiba ceo resigns after accounting scandal'. Below the suggestions, it says 'Apăsăți pe Enter pentru a căuta.'.

The search results page shows 'About 2,120,000 results (0.63 seconds)'. The top result is for 'Masashi Muromachi', Toshiba, CEO. To the right, there is a knowledge panel for Toshiba, a multinational conglomerate company. The panel includes a description of Toshiba as a Japanese multinational conglomerate corporation headquartered in Tokyo, Japan, and a Toshiba logo with the tagline 'Leading Innovation'.

The knowledge panel also lists:

- Stock price:** 6502 (TYO) ¥394 +28.20 (+7.71%)
- Aug 19, 3:00 PM GMT+9 - Disclaimer**
- Headquarters:** Minato, Tokyo, Japan
- Founded:** July 1875, Japan
- CEO:** Masashi Muromachi
- Founders:** Ichisuke Fujioka, Tanaka Hisashige
- Subsidiaries:** Toshiba TEC Corporation, more

Below the knowledge panel, there are social media links for Facebook, Twitter, YouTube, and Google+.

On the left side of the results, there are two news snippets:

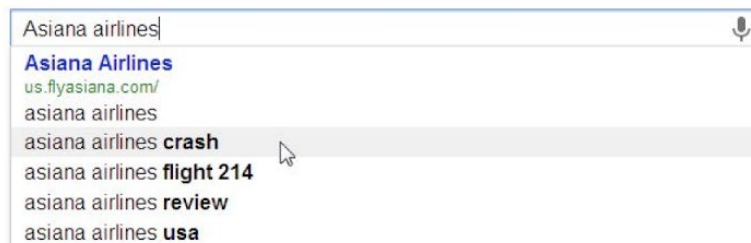
- Toshiba CEO resigns over doctored books - USA Today**: A link to www.usatoday.com/story/money/business/.../toshiba-ceo.../30452025/ dated Jul 21, 2015 - TOKYO (AP). The snippet states that Toshiba's chief executive resigned Tuesday to take responsibility for doctored books that inflated profits at the Japanese company.
- Toshiba CEO Resigns After Accounting Scandal - WSJ**: A link to www.wsj.com/.../toshiba-ceo-felled-by-accounting-scandal-1437468537 dated Jul 21, 2015. The snippet mentions that in addition to Mr. Tanaka and Mr. Sasaki, Atsutoshi Nishida, chief executive from 2005 until 2009 and now a paid adviser to Toshiba, is stepping down. It also notes that Toshiba's shares, which plunged after the company's disclosure of accounting irregularities this spring, bounced back 6% on Tuesday to ¥399.9.

At the bottom left, there is a section 'In the news' with a small image and a snippet from Yahoo News UK dated 1 day ago: 'Toshiba proposes outsider-heavy board, Interim CEO to stay'.

ASIANA AIRLINES

În Iulie 2013, un avion al companiei aeriene **Asiana Airlines** s-a prăbușit la aterizare în aeroportul San Francisco. În accidentul aviatic au murit 3 adolescente din China, iar din cei 304 supraviețuitori, 187 au suferit leziuni. Yoon Young-doo, CEO-ul companiei, a declarat la câteva ore după incident că prăbușirea a fost cauzată de o defecțiune tehnică, nu de o eroare umană, aparand echipajul avionului.

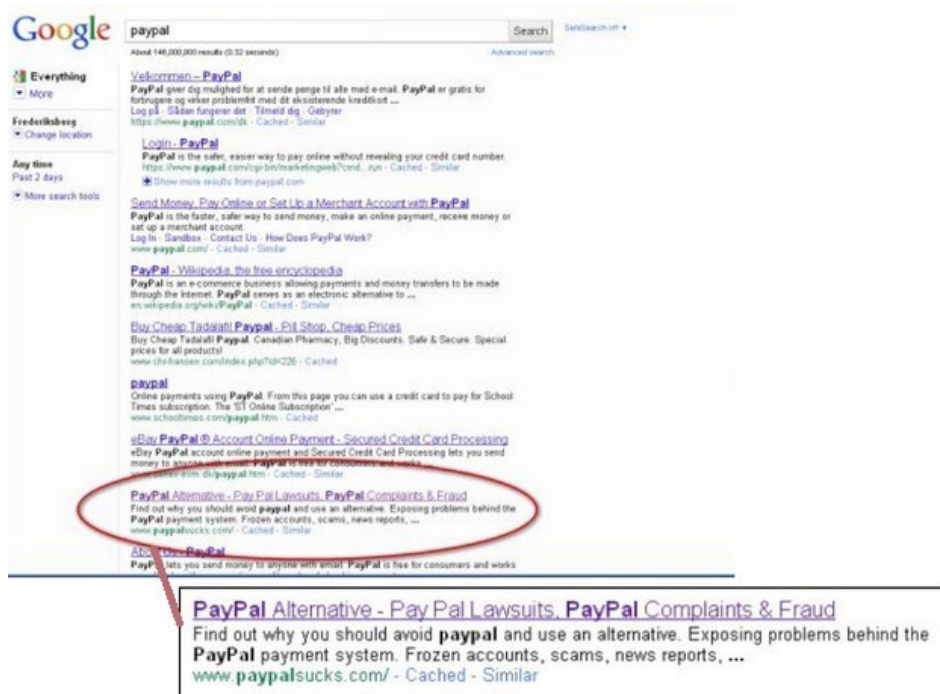
La scurt timp după dezastru, oamenii au început să caute informații. Au fost făcute atât de multe căutări, încât Google afișa "Asian Airlines Crash" în sugestiile de căutare când oamenii scriau "Asiana". Toate informațiile găsite de utilizatori în căutările lor aveau un lucru în comun: niciun rezultat din prima pagină nu venea din partea Asiana Airlines. Siteul și comunicarea companiei erau complet invizibile în online, lăsând loc altora să le gestioneze comunicarea.



PAYPAL

PayPal este o companie ce ofera servicii de plati online, avand milioane de consumatori si sute de mii de parteneri. O afacere de asemenea dimensiuni este o adevarata provocare. E suficient ca o parte extrem de mica din totalul clientilor sa isi exprime nemulțumirea online si astfel sa creeze un efect de domino.

Paypal a simtit acest efect de domino pe propria piele cand comentariile unor clienti nemulțumiti au reusit sa influenteze rezultatele Google si sa urce un site plin de comentarii negative in prima pagina de cautari. Paypalsucks.com e un site anti-Paypal dedicat clientilor care au avut de suferit sau au fost nemulțumiti de serviciile companiei. Site-ul uneste oameni inversunati si convinsi ca impreuna ii vor forta pe cei de la PayPal sa le rezolve nemulțumirile.

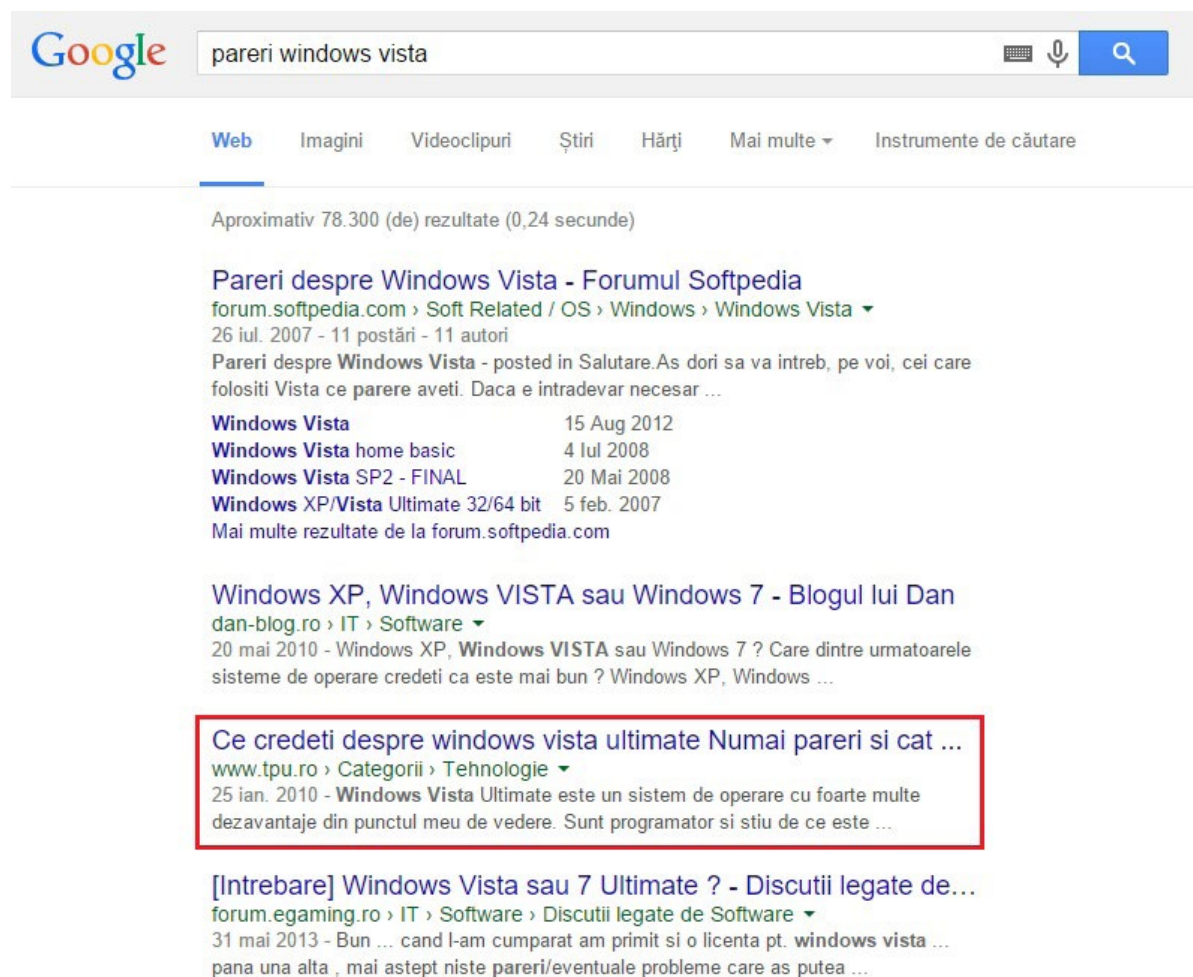


WINDOWS VISTA

Microsoft Windows este unul dintre cele mai folosite sisteme de operare si fiecare noua versiune lansata de companie este asteptata cu nerabdare de pasionatii de IT si de utilizatorii de tehnologie. Insa lansarea Windows Vista din 2007 a atras dupa sine un val intreg de dezamagiri.

La vremea aceea, Gianfranco Lanci, presedintele Acer, declara ca nici un sistem de operare Microsoft nu a avut vreodata un impact atat de slab. Chiar clientii Acer au cerut instalarea sistemului Windows XP in locul variantei Vista.

Nemulțumirile la nivelul industriei IT s-au resimțit și în rândul utilizatorilor, care aveau așteptări mari de la noua versiune. Orice utilizator care caută opinii despre sistemul Vista, indiferent ca e doar curios sau vrea chiar să cumpere produsul, va găsi pe forumuri impresii ale oamenilor care au încercat deja noua versiune. La cautarea în Google “pareri windows vista”, rezultatul negativ ocupă locul 3, o poziție superioară cu mari șanse de a strange click-uri.



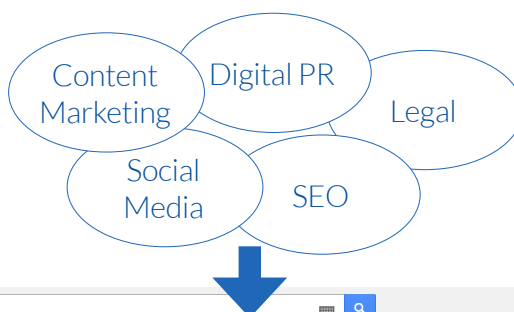
Cum poti inlatura rezultatele negative?

Daca tu nu-ti gestionezi reputatia ta online o va face altcineva in locul tau

Vrei sa vezi rezultatele negative disparand de pe primele pagini din Google?

Atunci imprieteneste-te cu tacticile de Social Media, SEO, Content Marketing, Digital PR si foloseste cadrul legal. Scopul tau e sa domini top 10-20 rezultate in motorul de cautare.

Acest lucru il realizezi prin crearea de continut de brand optimizat SEO pentru siteul tau, crearea conturilor de social media dar si prezenta in site-uri cu autoritate mare. Cu cat controlezi mai mult din primele pagini de rezultate, cu atat va fi mai dificila urcarea unui rezultat negativ.



Google search results for "andreea raicu".

Approximativ 473.000 (de) rezultate (0,62 secunde)

Cookie-urile ne ajută să oferim serviciile noastre. Utilizând aceste servicii, acceptați modul în care utilizăm cookie-urile. [Mai multe detalii](#) [OK](#)

Happy Run - Andreea Raicu - fundatiarenasterea.ro
comunitate fundatiarenasterea.ro
Vino alături de Andreea Raicu la Race for the Cure Romania
Babes Papanicolau Cancerul la san
Centrul medical Cancerul de col uterin

Andreea Raicu » Traieste frumos!
www.andreearaicu.ro/
Tot ce trebuie sa sti din domeniile care influenteaza viata oricarei femei: dezvoltare personala, relatii, nutritie, sanatate, fashion.
Shop Andreea Raicu - Autori - Contact - Trupa Hurts lanseaza clipul

Shop Andreea Raicu
shop.andreearaicu.ro/
Andreea Raicu va invita sa descoperiti colectiile sale de rochii, tricouri, incaltaminte si bijuterii doar in magazinul online shop.andreearaicu.ro!

Andreea Raicu | Facebook
<https://www.facebook.com/AndreeaRaicu.ro>
Andreea Raicu. 733412 likes · 45528 talking about this. Bine ati venit in lumea mea! Sper ca toate lucrurile pe care le impartasim in acest loc ne vor...
Photos · About · YouTube · Mănâncă și arată bine!

Andreea Raicu (@araicu) • Instagram photos and videos
<https://instagram.com/araicu/> · Traducerea acestei pagini
Romanian TV Host, Style Icon, Healthy Living Promoter, Goodwill Ambassador and NGO Activist. www.andreearaicu.ro.

Andreea Raicu - Wikipedia
https://ro.wikipedia.org/wiki/Andreea_Raicu
Andreea Raicu (n. 18 iulie 1977, București, România) este o vedetă de televiziune din România. A debutat ca model câștigând câteva importante concursuri de ...

Andreea Raicu - YouTube
<https://www.youtube.com/user/RaicuAndreeaSite>
Andreea Raicu (n. 18 iulie 1977, București, România) este o vedetă de televiziune din România. A debutat ca model câștigând câteva importante concursuri de ...

Andreea Raicu
Model
Andreea Raicu este o vedetă de televiziune din România. A debutat ca model câștigând câteva importante concursuri de modelling apoi a intrat în televiziune unde s-a consacrat prezentând emisiuni importante de divertisment ca Big Brother și Megastar. [Wikipedia](#)
Născută: 18 iulie 1977 (vârsta 38), București
Studii: Universitatea Spiru Haret
Părinți: Virginia Gheorghiu
Emisiuni TV: Efect 30
Nominalizări: Premiul TV Mania pentru cea mai sexi vedetă TV

Alții au căutat și
Vedeți încă peste 10
Andreea Marin Tudor Chirilă Andreea Esca Laura Cosoi Oana Cuzino
Feedback

Fotografii profesionale oficiale realizate in sedinte foto

Rezumatul paginii de Wikipedia

Site-ul personal e pe prima pozitie in cautarile organice

Urmat de magazinul online al vedetei

Pagina de fani cu mesaj de intampinare

Mini-biografia vedetei de pe pagina de Wikipedia

Canalul oficial Youtube

Cum sa controlezi primele 2 pagini din Google?

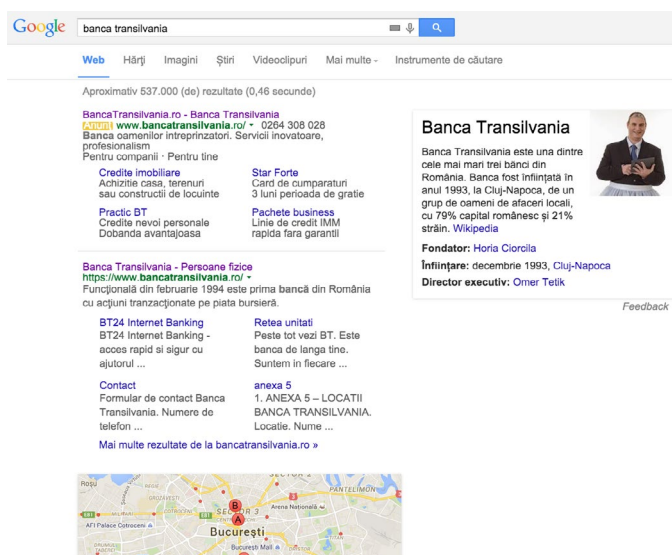
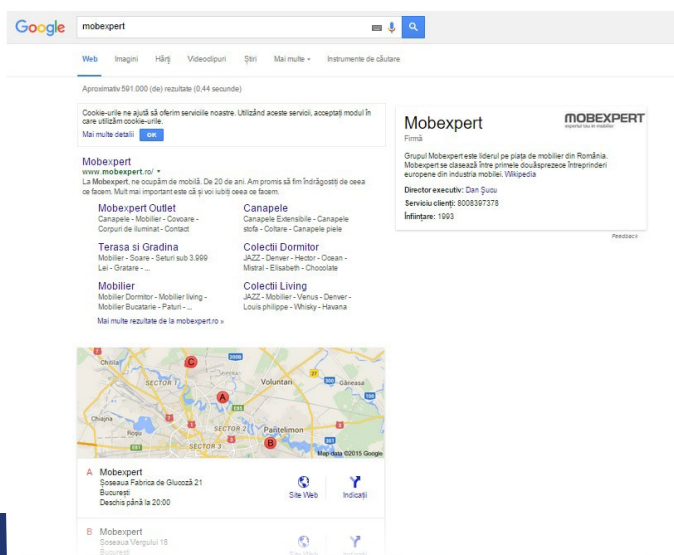
1. Popularitatea site-ului tau

Daca Google considera site-ul tau un brand, ii va acorda o serie de insemne care te vor ajuta sa domini mai usor prima pagina de rezultate :

- 7 rezultate pe pagina in locul celor 10 cu care suntem obisnuiti
- site links, respectiv acele linkuri care se afiseaza sub numele site-ului tau, facand trimitere la cele mai populare pagini din site
- informatii suplimentare in partea dreapta a paginii, preluate din Wikipedia, Google Maps si alte site-uri si directoare cu un nivel mare de credibilitate

Pentru a obtine acest statut de brand de la Google, siteul tau trebuie sa fie cautat si accesat de catre utilizatori, pentru a transmite motorului de cautare ca este cel mai relevant rezultat pentru cauterile tale de brand.

Daca vrei sa afli care sunt factorii ce determina relevanta unui rezultat, descarca gratuit e-book-ul **“Factorul SEO pe care il ignora 90% din specialisti”**, unde acest subiect este tratat pe larg.



2. Crearea Profilurilor de Social Media

Retelele sociale au un nivel ridicat de autoritate in Google. De aceea, profilul de social media poate obtine un ranking chiar mai bun decat propriul tau site. Fii activ si constant, include un URL optimizat cu numele brandului, include o descriere scurta si foloseste tag-uri acolo unde e posibil. Creeaza-ti profiluri de brand pe cat mai multe retele de socializare: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+, SlideShare, etc.

URL: www.facebook.com			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
100 /100	97 /100	402k 60 Days	622k Root Domains
SPAM SCORE: 0 /17		49.1m Total Links	

URL: www.linkedin.com			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
100 /100	97 /100	208k 60 Days	204k Root Domains
SPAM SCORE: 0 /17		13.0m Total Links	

URL: www.twitter.com			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
100 /100	97 /100	369k 60 Days	367k Root Domains
SPAM SCORE: --- /17		28.4m Total Links	

URL: www.youtube.com			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
100 /100	97 /100	247k 60 Days	410k Root Domains
SPAM SCORE: 2 /17		32.4m Total Links	

URL: www.slideshare.net			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
97 /100	96 /100	41,064 60 Days	49,732 Root Domains
SPAM SCORE: 0 /17		2.5m Total Links	

URL: www.pinterest.com			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
100 /100	97 /100	146k 60 Days	166k Root Domains
SPAM SCORE: 1 /17		14.0m Total Links	

VS

URL: www.domo.ro			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
45 /100	53 /100	9 60 Days	337 Root Domains
SPAM SCORE: 0 /17		7,294 Total Links	

URL: www.emag.ro			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
61 /100	68 /100	227 60 Days	939 Root Domains
SPAM SCORE: 1 /17		36,466 Total Links	

URL: www.altex.ro			
Hide Metrics			
Authority		Page Link Metrics	
DOMAIN AUTHORITY	PAGE AUTHORITY	JUST-DISCOVERED	ESTABLISHED LINKS
47 /100	55 /100	13 60 Days	427 Root Domains
SPAM SCORE: 5 /17		4,700 Total Links	

3. Articole pe site-uri cu autoritate mare

Pentru aceasta strategie, poti folosi advertoriale platite, guest post-uri sau comunicate de presa create in jurul diferitelor tale variatii de brand, pe care le-ai identificat mai devreme cu ajutorul tool-ului Google Keyword Planner.

Pentru a optimiza aceste articole, foloseste cuvintele tale de brand in titlul articolului, in primul paragraf al continutului si trimite o imagine optimizata cu numele brandului tau. Optimizarea de imagini este un punct cheie in managementul reputatiei, imaginile avand adesea un CTR (Click Through Rate) mai mare decat un simplu rezultat.

Incearca de asemenea sa creezi parteneriate, sa participi la evenimente, sa faci networking si sa stabilesti o relatie buna cu blogerii din industrie. Cu cat sursele care vorbesc pozitiv despre tine sunt mai de incredere, cu atat vor influenta comportamentul si decizia potentialilor tai cumparatori.

BLACK FRIDAY 2014: Reduceri de până la 50% la Mobexpert

www.mediafax.ro/.../black-friday-2014-reduceri-de-pana-la-50-la-mobe... ▼

12 nov. 2014 - **Mobexpert** va oferi și anul acesta reduceri substanțiale în cadrul campaniei Black Friday, în perioada 21-23 noiembrie hipermagazinele ...

Dan Șucu, Mobexpert: Toate semnalele sunt pozitive ...

www.zf.ro/.../dan-sucu-mobexpert-toate-semnalele-sunt-pozitive-climatu... ▼

13 mai 2015 - Vezi galeria foto Dan Șucu, proprietarul **Mobexpert**: Partea favorabilă este legată de posibilitatea de a produce în România. Pentru prima dată ...

Media Galaxy a investit 500.000 de euro in magazinul din ...

www.curierulnational.ro/.../Media+Galaxy+a+investit+500.000+de+euro... ▼

6 iul. 2015 - **Media Galaxy**, din centrul comercial Felicia din Iași, a fost redeschis la finele săptămânii trecute, după ce compania a reamenajat magazinul ...

Media Galaxy invită pasionații de jocuri la un concurs fain ...

cristianchinabirta.ro/.../media-galaxy-invita-pasionatii-jocuri-concurs-fai... ▼

29 iul. 2015 - **Media Galaxy** invită toți iubitorii de jocuri pe data de 1 august 2015, la orele 14:00, în magazinul **Media Galaxy** Orhideea.

Media Galaxy investește jumătate de milion de euro în ...

www.agora.ro/.../media-galaxy-investe-te-jumatate-de-milion-de-euro-re... ▼

2 iul. 2015 - **Media Galaxy**, din centrul comercial Felicia din Iași, își redeschide porțile pe data de 3 iulie, începând cu ora 09:00. Astfel, compania le ...

CREDITE ÎN FRANCI ELVEȚIENI: Soluția avocatului ...

www.gandul.info/.../credite-in-franci-elvetieni-solutia-avocatului-gheorg... ▼

6 oct. 2014 - **Avocatul** Gheorghe Piperea apreciază că soluția cea mai bună atât pentru debitorii cu credite în franci elvețieni, cât și pentru bănci, este ...

Avocatul Gheorghe Piperea laudă în premieră atitudinea ...

www.cotidianul.ro/avocatul-gheorghe-piperea-lauda-in-premiera-atitudi... ▼

14 apr. 2015 - **Avocatul** Gheorghe Piperea a avut în premieră cuvinte de laudă la adresa unei bănci, el fiind cunoscut ca un apărător al clienților instituțiilor ...

Gheorghe Piperea - Stiri Bancare

www.bankingnews.ro/tag/gheorghe-piperea ▼

Avocatul Gheorghe Piperea anunța că s-a finalizat proiectul legii dării în plată cu efect liberatoriu pentru debitor. Acesta a fost prezentat unui grup parlamentar, ...

Avocat Gheorghe Piperea - Baroul Bucuresti

www.avocatura.com/av.5633-gheorghe-piperea.html ▼

Avocatura.COM - Prezentarea și datele de contact ale **avocatului** Piperea I. Gheorghe din Baroul Bucuresti.

Ce trebuie să facă românii cu credite în franci elvețieni ...

www.digi24.ro/Economie/Stiri ▼

15 ian. 2015 - Despre situația acestor oameni **avocatul** Gheorghe Piperea a vorbit la Digi24. **Avocatul** a spus că, „la prima vedere” vina ar aparține ...

Gheorghe piperea banci - Ziare.com

www.ziare.com/articole/gheorghe+piperea+banci ▼

Clienții, care au fost reprezentați în instanța de **avocatul** Gheorghe Piperea, nu vor avea ratele înjumătate, așa cum își doreau, și vor trebui să plătească și ...

4. Profiluri pe site-uri specializate

În majoritatea domeniilor de activitate, există portaluri sau site-uri care îți permit crearea unui profil, adăugarea de informații despre serviciile sau produsele tale, comunicate de presă și informații noi. Pentru a ocupa primele 2 pagini în Google, trebuie să-ți creezi un profil cât mai complet pe aceste site-uri și să adaugi permanent informații noi în conținutul tău.

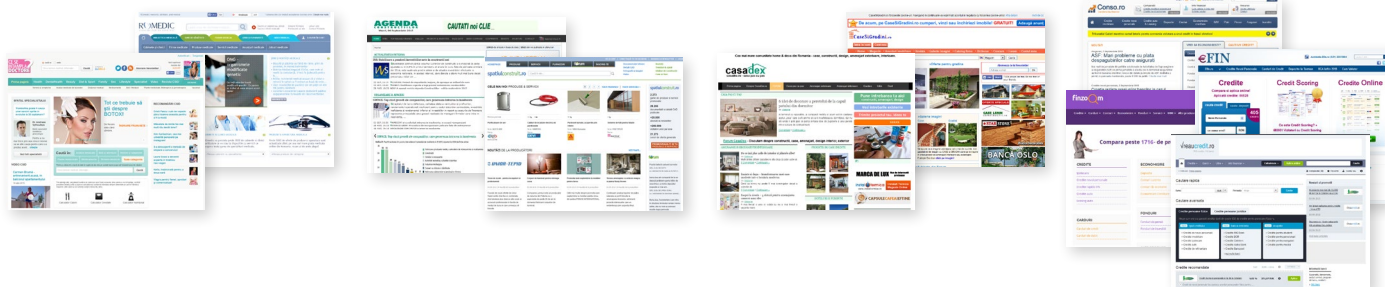
Folosește cuvintele cheie de brand în descrierea profilului, în noutățile pe care le introduci sau alături de numele produselor. Dacă aceste site-uri permit adăugarea de păreri, comentarii sau review-uri, încurajează-ți clienții să scrie părerea lor direct pe aceste site-uri. Cu cât există un nivel mai ridicat de interacțiune pe aceste site-uri, cu atât Google le va considera mai relevante și le va poziționa mai sus.

Sanatate:
Romedic.ro,
csid.ro

Construcții:
SpatiuConstruct.ro,
Agendaconstrucțiilor.ro

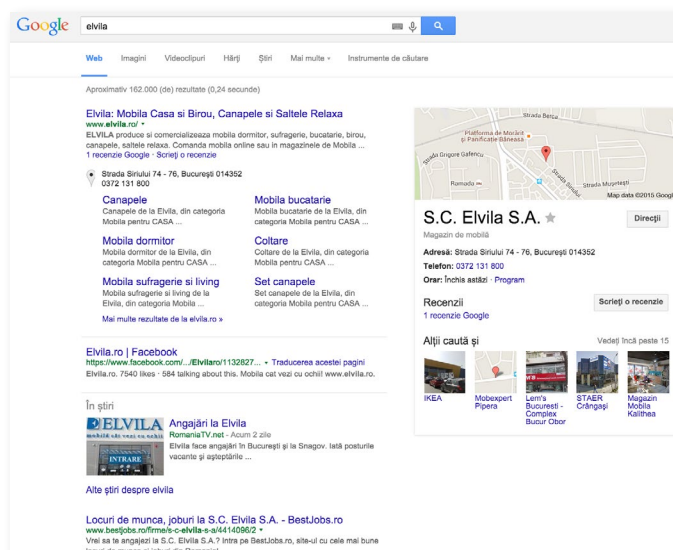
Home & deco:
Casesigradini.ro,
Casadex.ro

Banking:
Conso.ro, Efin.ro,
Vreaucredit.ro, Finzoom.ro



5. Profiluri pe site-uri de recrutare

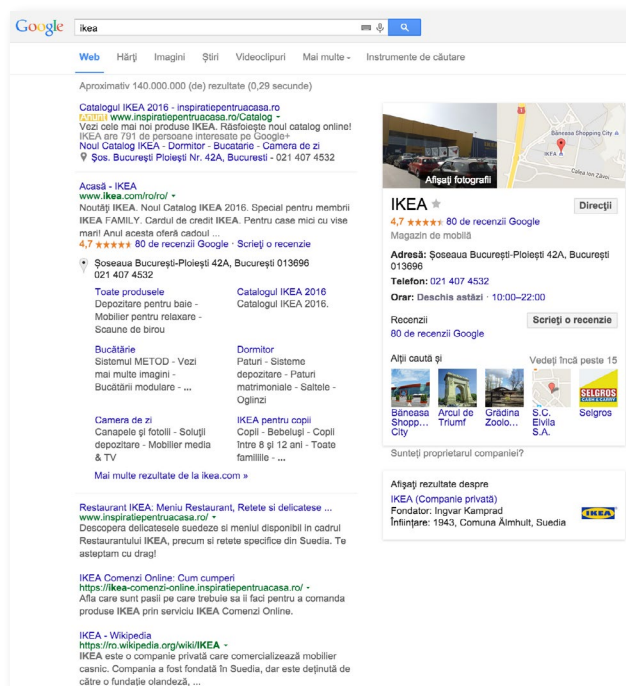
O altă modalitate de a domina primele 2 pagini din Google este folosirea siteurilor de recrutare Bestjobs, Ejobs, Myjobs, etc., care au la rândul lor un nivel ridicat de autoritate. Acestea îți pun la dispoziție, pe lângă anunțurile de locuri de muncă și o pagină de profil pe care o poți optimiza cu informații detaliate despre brandul tău, imagini, video-uri și chiar tag-uri sau cuvinte cheie.



6. Wikipedia

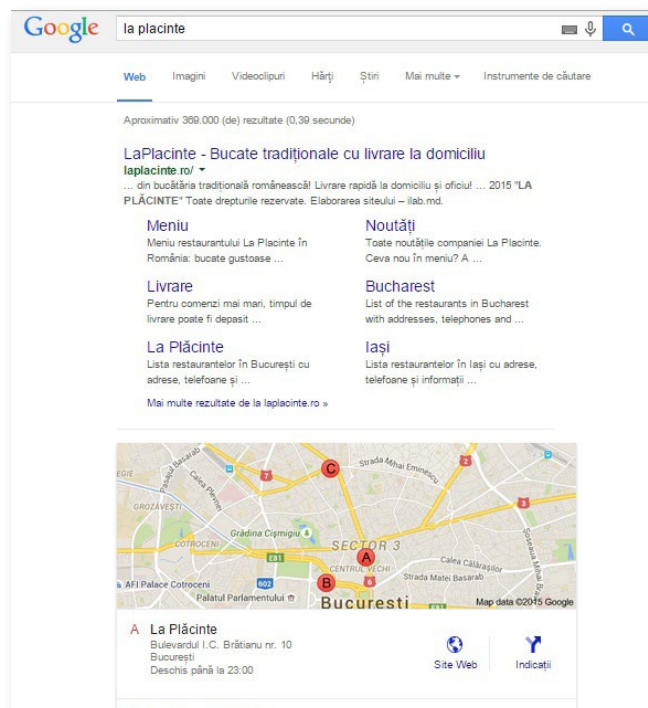
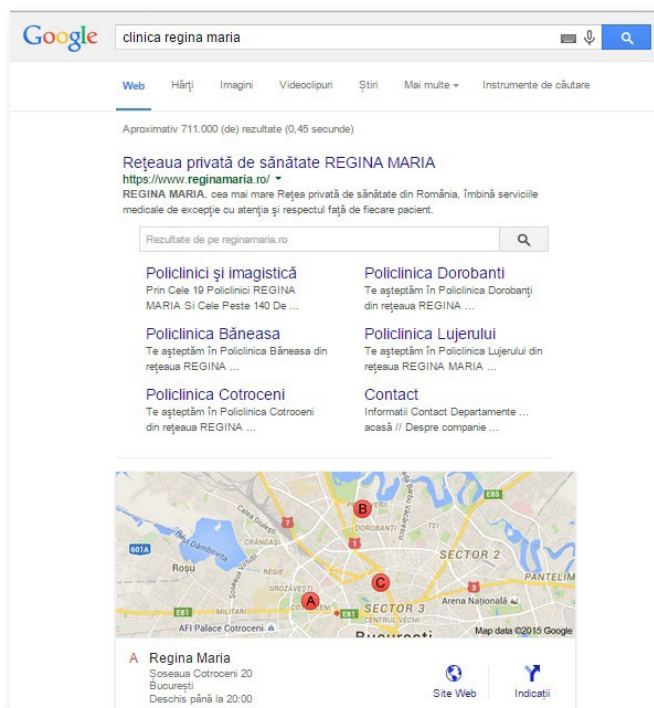
Crearea unei pagini Wikipedia sau adaugarea de informatii suplimentare pe paginile deja existente este una din cele mai sigure metode pentru a controla primele rezultate in Google:

- Wikipedia apare de cele mai multe ori in topul cautarilor Google;
- Oamenii pun mare pret pe informatiile oferite de cea mai mare enciclopedie online;
- Informatiile din Wikipedia pot fi preluate de Google si afisate in partea dreapta la o cautare de brand.



7. Google Maps

Fiind un produs Google, hartile vor fi printre primele rezultate afisate cu o vizibilitate crescuta. Include adresele care orienteaza clientii si colaboratorii catre tine.



8. Comparatoare de preturi

Fii prezent cu oferta ta pe site-urile unde userii pot sa compare si sa obtina mai multe informatii despre un produs sau serviciu inainte de a face achizitia. Aceste comparatoare au deasemenea o autoritate ridicata in Google si sunt o buna modalitate de a domina primele 2 pagini de rezultate.

Home :: Casa de vacanta Clickshop

www.casadevacanta.clickshop.ro/ ▼

cu 3 produse Clickshop la reducere. Apasa pe fiecare bulina de indiciu din camera si cauta cele 3 produse pe Clickshop.ro. La crearea unui cont primești ...

clickshop.ro - informatii, preturi, comparatii de preturi.

<https://www.compari.ro/stores/clickshop-ro-s46907/> ▼

★★★★★ Evaluare: 2,3 - 26 de voturi

ClickShop.ro este magazinul online garantat de Romtelecom S.A. Și este susținut de T-online.de. Gama noastră include produse electronice și electrocasnice ...

evoMAG intenționează să se extindă în străinătate - Capital

www.capital.ro/evomag-intentioneaza-sa-se-extinda-in-strainatate.html ▼

12 mai 2015 - evoMAG, unul dintre cele mai mare magazine online de electronice și electrocasnice din România, intenționează să se extindă cu puncte de ...

evoMAG.ro - informatii, preturi, comparatii de preturi.

<https://www.compari.ro/stores/evomag-ro-s19142/> ▼

★★★★★ Evaluare: 3,5 - 52 de voturi

evoMAG.ro. Denumirea firmei. Evolution Prest Systems SRL. Anul fondarii: 2005. Adresa: 030302 Bucuresti, Sos. Mihai Bravu 251-253 (Punct de preluare).

Promotii la eMAG, evomag, Flanco și Clickshop. Cele mai ...

www.realitatea.net/promo-ii-la-emag-evomag-flanco-i-clickshop-cele-ma... ▼

4 feb. 2015 - Dacă ești dispus să faci o investiție majoră într-un laptop de calitate, acum este momentul să te uiți pe oferta de la Evomag. Găsești la 4.299 ...

9. Activarea in forumuri si grupuri de discutii

Creeaza-ti un profil pe forumurile si grupurile de discutii relevante pentru activitatea ta. In acest fel, poti oferi informatii relevante despre produsele tale, intr-un mod obiectiv, pentru a ajuta potentialii cumparatori sa ia o decizie informata.

Datorita nivelului mare de interactiune si a continutului mereu nou, aceste forumuri apar adesea in primele rezultate din Google. Daca exista comentarii negative la adresa brandului tau, este esential sa ai o pozitie si sa participi la discutia respectiva. Fii sigur ca majoritatea celor care vor face o cautare legata de brandul tau vor da click, cel puțin din curiozitate, pe rezultatul negativ si vor urmări desfasurarea discutiei. Daca iti argumentezi pozitia si oferi o explicatie la situatia creata, sansele ca acesti potentiali cumparatori sa apeleze la oferta ta vor creste.

eMAG | Facebook

<https://www.facebook.com/eMAG.ro> ▼ Traducerea acestei pagini

eMAG, Bucharest, Romania. 832471 likes · 3930 talking about this. Pagina oficiala a www.eMAG.ro eMAG este cel mai mare magazin online din regiune.

EMAG - Nu cumparati de la EMAG - Page 5 - Computer Gam...

forum.computergames.ro › General Stuff › Generalități › Valea Plângerii ▼

10 dec. 2007 - 20 postări - 11 autori

dar sa auziti ce am patit eu la emag. acu o luna m-am dus sa imi cumpar un laptop de la ei. Acer. toate bune si frumoase, pana cand am ajuns ...

Reduceri eMAG - Summer Stock Busters - Lichidări de stoc ...

www.realitatea.net/reduceri-emag-summer-stock-busters-lichidari-de-stoc... ▼

14 iul. 2015 - comentarii, eMAG vine cu reduceri masive în cadrul campaniei Summer Stock Busters. Compania eMAG reduce prețurile cu până la 70% cu ...

eMAG a vândut duminică produse la prețuri de 1-8 lei, dintr ...

www.mediafax.ro/.../emag-a-vandut-duminica-produse-la-preturi-de-1-8... ▼

24 nov. 2014 - Retailerul online eMAG a anunțat că duminică, în intervalul 20:30 și 22:59, a apărut o eroare de încărcare a prețurilor pentru anumite produse ...

Optimizarea rezultatelor pozitive

Pentru a inlatura rezultatele negative din Google, este necesar sa incepi un proces de optimizare a celor pozitive.

1. On-page SEO

Foloseste cuvintele tale de brand in paginile pe care vrei sa le urci in Google .

- **URL:** www.site.com/brandul-tau
- **Title Tag** (titlul paginii care apare in rezultatele Google si in browser): foloseste numele de brand in primele caractere
- **Meta Description:** Creeaza o descriere interesanta, care sa convinga cititorul sa dea click pe acest rezultat cand are de ales intre mai multe rezultate in Google
- **H1 sau titlu paginii:** Foloseste numele tau de brand in titlul articolului
- **Continutul Textual:** foloseste cuvintele tale de brand in mod natural in continutul textual dar acorda o importanta deosebita primului paragraf
- **Internal Linking:** Daca detii mai multe multe pagini despre brandul tau in site-ul respectiv, foloseste cuvintele tale de brand pentru a lega paginile intre ele
- **Tag-uri:** daca site-ul pe care ti-ai creat un profil contine si posibilitatea de a adauga tag-uri, adauga cateva variatii ale brandului tau

2. Social sharing

Cu cat o pagina este mai populara, cu atat Google o va pozitiona mai sus. De aceea, este necesar sa promovezi aceste pagini pe retelele sociale si sa incerci sa obtii cat mai multe distribuii. Aceste share-uri te vor ajuta sa ii transmiti semnale pozitive lui Google, care vor duce la o mai buna pozitionare a rezultatelor pozitive sau neutre despre brandul tau, in detrimentrul celor negative.

3. Linkuri externe

Ca si in cazul social sharing-ului, cu cat un articol este preluat de site-uri importante din industrie, presa, bloguri, etc., cu atat Google va acorda mai multa incredere acelei pagini si va tinde sa o pozitioneze mai sus. Incearca astfel sa obtii cat ma multe legaturi externe catre paginile pe care vrei sa le urci in rezultatele Google.

4. Comentarii

Foloseste optiunea de a adauga comentarii acolo unde este posibil. O pagina care are mai multe comentarii va avea mai multe sanse de a urca in rezultate decat o pagina statica, fara interactiune. Poti indemna clientii si partenerii sa lase o recenzie sau un comentariu despre produsele si serviciile tale, sau sa interactioneze cu cei care si-au exprimat deja o parere.

Poti sa-i ceri lui Google sa inlature rezultatele negative?

In Uniunea Europeana, toate motoarele de cautare au fost obligate sa respecte "Dreptul de a fi uitat" ("right to be forgotten"), incepand cu 13 mai 2014. Astfel, utilizatorii web pot cere cu ajutorul unui [formular](#) ca informatiile "irelevante, depasite sau nepotrivite" sa fie sterse din index.

De cand a intrat in vigoare si pana in Martie 2015, majoritatea cererilor inregistrate de Google au venit pentru a rezolva probleme privind dreptul la viata privata.

Din punct de vedere statistic, sansele de a inlatura rezultatele negative prin "dreptul de a fi uitat" sunt destul de mici, datorita numarului mare de cereri depuse si a ratei mici de solutionare. Chiar si in cazul unei solutionari, va exista in continuare un insemn in rezultate care va atrage atentia utilizatorilor ca a fost indepartat un rezultat conform legii.

Search removal request under European Data Protection law

You will need a copy of a valid form of photo ID to complete this form. Fields marked with an asterisk * must be completed for your form to be submitted.

We're working to finalize our implementation of removal requests under European data protection law as soon as possible. In the meantime, please fill out the form below and we will notify you when we start processing your request. We appreciate your patience.

Please select the country whose law applies to your request *

Please select one

Your information

Name *

The full name for which you are requesting search results to be removed

Your name ?

Your own name, if different

Your relationship to the person you represent, if not yourself (for example: "spouse" or "attorney")

Contact email address *

(where confirmation email will be sent)

Links associated with your name that you want removed

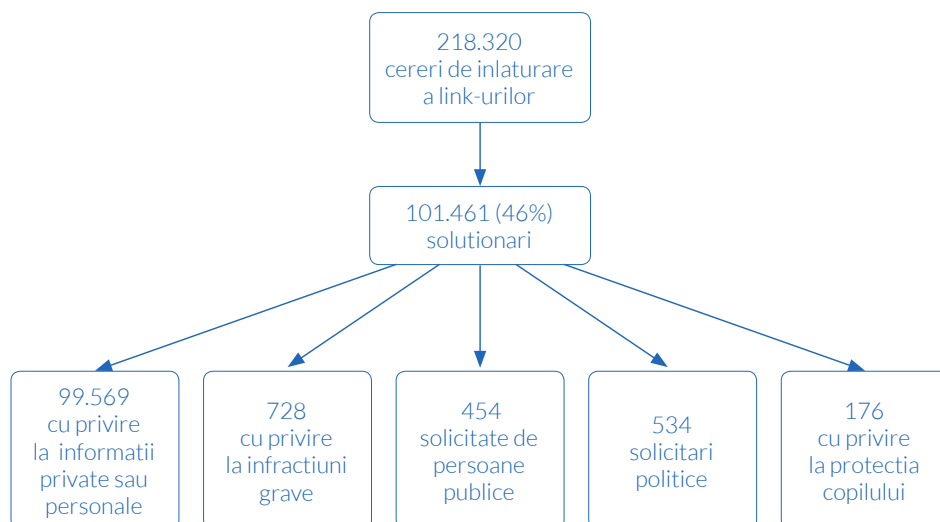
For us to evaluate your request, you must:

(a) Provide the URL for each link appearing in a Google search for your name that you request to be removed. (The URL can be taken from your browser bar after clicking on the search result in question).

(b) Explain, if not clear, why the linked page is about you (or, if you are submitting this form on behalf of someone else, the person named above).

(c) Explain how this URL in search results is irrelevant, outdated, or otherwise inappropriate

URLs you want removed *



Daca nu ai reusit sa indepartezi rezultatele negative, apeleaza la profesioniști

Daca ai incercat metodele de mai sus, insa nu ai reusit sa indepartezi rezultatele negative din cautarile Google, iar acestea iti afecteaza in mod evident reputatia, business-ul si viata profesionala, atunci iti recomandam sa apelezi la o agentie care are experienta in indepartarea rezultatelor negative.

Cum sa alegi agentia potrivita pentru gestionarea reputatiei tale online?

Desi majoritatea furnizorilor de servicii ORM realizeaza un pachet similar de activitati, fiecare companie este pana la urma diferita si este important sa o alegi pe cea mai buna. Gestionata in mod gresit, o criza de PR poate avea un impact major in cifra de afaceri a companiei. Inainte de alegerea unei agentii pentru ORM, asigura-te ca:

1. Iti sunt clare obiectivele si stii motivul pentru care doresti imbunatatirea reputatiei online.
Vrei o gestionare a profilelor de Social Media, sau o curatare a rezultatelor care apar in cautarile pe Google? Daca este vorba de rezultate Google, pe ce sintagme apar informatiile negative? Este nevoie de imbunatatirea reputatiei si pentru rezultatele generate de Google in alta tara? Spre exemplu, la aceeasi cautare in google.ro poate sa apara un set de rezultate, in timp ce in google.com sunt generate alte rezultate.
2. In cadrul firmei cu care doresti sa lucrezi va exista o persoana de contact ce iti poate raspunde prompt la orice intrebare legata de campania de ORM. De asemenea, este important sa intelegi clar si complet care este strategia folosita. Exista clienti pentru care “doar rezultatul conteaza”. Este adevarat, insa o strategie in care se utilizeaza actiuni ilegale sau imorale poate produce efecte grave pentru reputatia brandului.
3. Compania cu care doresti sa lucrezi are experienta in acest domeniu si iti poate prezenta cel putin cateva studii de caz recente (daca nu sunt mentionate in clar numele pentru care s-a lucrat, motivul e ca acest tip de serviciu este procedat de cele mai multe ori de un contract de confidentialitate).
4. Firma utilizeaza o metodologie si o strategie coerenta pentru atingerea obiectivelor de ORM. In unele cazuri, companiile specializate pe acest tip de serviciu au dezvoltate tehnologii proprii de monitorizare si raportare. Existenta unui astfel de element este un indiciu important in ceea ce priveste profesionalismul companiei.

Despre NOI

DWF, Agentie Digitala specializata in Crowdsourcing, SEO si Reputation Management

Daca alegi serviciile agentiei noastre, vei avea parte de o echipa de campanie cu experienta. Membrii echipei te vor ajuta sa implementezi strategia campaniei de management al reputatiei.

Competentele fiecarui component al echipei se interconecteaza, astfel ca tu sa iti atingi obiectivele pornind de la o strategie coerenta si eficienta de Comunicare, Search Engine Optimisation, Social Media, Digital PR si Legal.

Nu exista nicio schimbare de algoritmi de la Google care sa ne scape din vizor. Testam mereu noi tactici si suntem singura agentie care tine cont de toti factorii de ranking utilizati de motoarele de cautare.

Am adunat experienta prin zeci de campanii ORM si Brand Reputation de succes, asa ca vom stii cu exactitate de ce ai nevoie pentru a elimina rezultatele negative din Google.

In prezent

Suntem singura agentie care tine cont de toti factorii de ranking utilizati de motoarele de cautare: elementele on-page, profilul de linkuri si semnalele de brand ale utilizatorilor. Acest lucru se reflecta in campaniile de succes realizate pentru clientii nostri.



Sorin Draghici
Managing Partner & Online
Sales Director



Mihai Vinatoru
Managing Partner &
Crowdsourcing Specialist



Georgiana Niculae
Senior Account Manager

Aparitii in presa:

Evenimentul zilei **adevărul**

ZIARUL FINANCIAR

Open Connect

Reader's Digest



Adrian Duta
Senior SEO Specialist



Andrei Dracsineanu
Senior ORM Specialist



Valentin Ivascu
Senior PHP & MySQL
Developer

Vrei sa-ti recastigi
reputatia ?

Cere un diagnostic gratuit



Digital Marketing &
Crowdsourcing Solutions

Bld. Natiunile Unite, nr. 4, Bloc Gemeni Center, et. 3, ap. A3, Bucuresti
sorin@dwf.ro | +40762 693 872 | www.dwf.ro

Realizat in parteneriat cu

