ClickNet

ГИД ПО РЕПУТАЦИИ · 2026

Туризм и отели

Риски отрасли, ключевые площадки, как мы применяем SERM и ORM и кейсы с цифрами до и после.

700+
проектов с 2016 года

24
кейса с цифрами до/после

от 45 000 ₽
в месяц, без НДС

Что внутри

- Почему репутация в этой отрасли решает продажи
- Главные риски и площадки, где живёт репутация
- Как мы применяем SERM и ORM: шаги и сроки
- 3 кейса ClickNet с цифрами до и после
- Что можно сделать уже сегодня

Все клиенты анонимны по условиям NDA. Цифры — из опубликованных кейсов на clicknetgroup.ru.

> **«Один негативный отзыв на Booking или TripAdvisor способен привести к потере 20–30% бронирований, особенно в пиковый сезон.»**

Главные риски

- Влияние международных площадок
- Сезонная концентрация негатива
- Визуальная репутация в соцсетях
- Турагентства: жалобы на отмены и скрытые доплаты

Где живёт репутация

Booking · TripAdvisor · Google Maps · Яндекс Карты · 2ГИС · TikTok · соцсети и форумы · ответы нейросетей

Результаты в отрасли

22% → 9%
доля негатива

3,8 → 4,5
рейтинг

Как применяем SERM

1. Вытеснение негатива из ТОП-10
2. Визуальный контент: фото, видео, виртуальные туры
3. Усиление потока положительных отзывов

Как применяем ORM

- Публичные ответы с разбором случаев
- Мотивация довольных гостей оставлять отзывы
- Мониторинг 24/7 в туристических чатах
- Подготовка к сезону: предварительная очистка репутации

Сроки и стоимость

Бесплатный аудит	**24 часа**
Аудит и стратегия	**8–12 дней**
Первые изменения	**2–4 недели**
Устойчивый результат	**3–6 месяцев**
Реакция на негатив	**от 2 часов**
Стоимость	**от 45 000 ₽/мес, без НДС**

Честно о гарантиях: нулевой негатив не может гарантировать никто. Мы гарантируем мониторинг, быструю реакцию и измеримую динамику рейтинга и тональности.

Кейсы с цифрами до и после

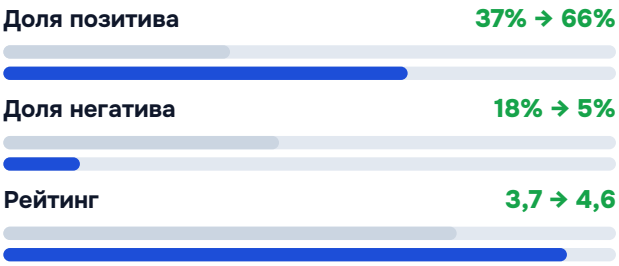
Клиенты анонимны по условиям NDA. Полные разборы — в разделе «Кейсы» на clicknetgroup.ru.

КЕЙС ИЗ БЛИЗКОЙ ОТРАСЛИ · №21 · HORECA

Итальянский ресторан

Задача: низкие рейтинги на картах; негатив про обслуживание; ресторан не отвечал на отзывы.

Что сделали: рост рейтинга на яндекс картах и tripadvisor; официальный представитель; работа с негативом.



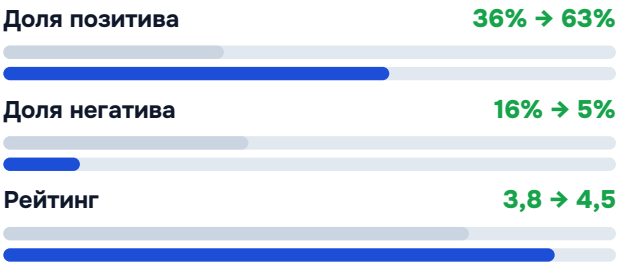
Урок: Самый высокий прирост органики среди кейсов: +28%. Для ресторана карты один из главных каналов, и рейтинг 4.6 вместо 3.7 заметно меняет, выберут ли его среди соседей.

КЕЙС ИЗ БЛИЗКОЙ ОТРАСЛИ · №22 · РИТЕЙЛ

Ювелирный магазин

Задача: негатив от бывших сотрудников; низкий hr-рейтинг; слабые потребительские отзывы.

Что сделали: рост репутации магазина; рост репутации работодателя; работа с отзовиками и hr-ресурсами.



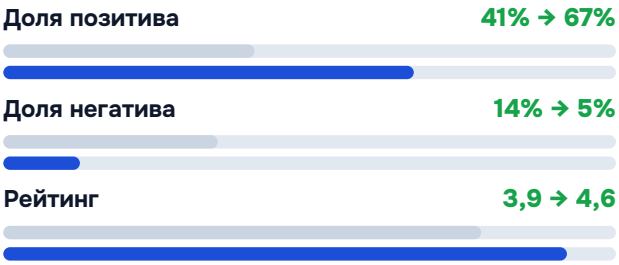
Урок: Отзывы бывших сотрудников читают не только соискатели, но и покупатели. HR-репутация и потребительская связаны: работали с обеими одновременно.

КЕЙС ИЗ БЛИЗКОЙ ОТРАСЛИ · №20 · НЕДВИЖИМОСТЬ

Агентство недвижимости

Задача: высокая доля негатива; негатив в топе выдачи; низкие рейтинги на геосервисах.

Что сделали: мониторинг инфополя; serm; работа с отзывами на геосервисах; нивелирование негатива.



Урок: В недвижимости перед сделкой клиент почти всегда гуглит агентство. Негатив в топе выдачи стоил сделок, а SERM вытеснил его вниз.

Что можно сделать уже сегодня

- Для кафе и ресторанов рейтинг ниже 4.0 на картах почти невидим в подборках. Цель минимум 4.5.
- Загляните на сайты с отзывами о работодателях: то, что там пишут, часто всплывает в поиске рядом с вашим брендом.
- Проверьте, что отвечают о вашем бренде Яндекс Нейро и ГигаЧат: спросите «стоит ли обращаться в [бренд]».

Бесплатный анализ вашего бренда

Покажем, что видят ваши клиенты в выдаче, на картах и в ответах ИИ, и сравним с 1–2 конкурентами. Готовим за 24 часа, под NDA.

+7 (921) 350-35-70 · t.me/+79213503570