Cada cliente es un juez: la importancia de una buena reseña en internet

Noticias 24hs | 07-12-2022 | 14:14



Una época en la que cada persona lleva en su bolsillo un dispositivo móvil desde el que puede dar a conocer a todo el mundo su opinión sobre los productos y servicios que consume. Este es el contexto de hiperconectividad por el que atravesamos, donde el consumidor dispone de un poder que nunca antes había tenido: juzgar con cierta visibilidad sobre establecimientos, empresas y negocios online. Cada opinión es una sentencia, y Google lo sabe.

Una buena crítica sobre una determinada compañía tiene consecuencias muy poderosas en torno a la imagen de su marca. Las reseñas influyen directamente sobre el comportamiento de su audiencia. De hecho, un buen símil en este sentido puede ser la potencia que tiene el boca a boca, y es que los consumidores, antes de tomar una decisión, dejan influenciarse fuertemente por el comportamiento ajeno. Antes de hacer clic en determinados sitios web, quieren saber cuántas estrellas de buena reputación acumulan estos.

Siguiendo con esta misma idea, una hoja de reclamaciones, ahora en completo desuso, puede ser comparada en este momento con una mala reseña en Internet, por lo que es importante conocer de primera mano cómo implementar en una tienda, empresa o comercio un buen sistema de reviews.

En qué plataformas de reseñas debo fijarme

Tener una identidad digital para las empresas y poseer una presencia atractiva para los consumidores que busquen en Internet conlleva una inversión notable de dinero, esfuerzo y tiempo como para que una mala opinión eche por tierra todo ese trabajo. Por esta razón, es aconsejable averiguar cuáles son las plataformas más populares en las que los usuarios dejan sus comentarios.

En cuanto a las reseñas que aparecen en Google, es de vital importancia darles prioridad, pues de ellas depende la visibilidad de nuestra web y el posicionamiento SEO. Por otro lado, existen aplicaciones más enfocadas en un mercado concreto. Por ejemplo, si un negocio está destinado al sector del turismo, hay que fijarse en apps como Tripadvisor, web conocida en especial por su relevancia en el sector gastronómico y hotelero.

Si, por el contrario, una empresa centra su actividad en el mundo de las apuestas, los mejor es

poner el foco en opiniones bet365, empresa insignia dentro del sector del juego, conocida por su plantilla de expertos especializados en el análisis de estadísticas y el lanzamiento de nuevos estudios sobre la materia. El portal de apuestas conocido internacionalmente, ya se ha establecido como uno de los puntos de referencia del sector.

No obstante, resulta primordial tener en cuenta que cada empresa, con sus particularidades de venta, debe investigar cuál es la plataforma de reviews que mejor se ajusta a su perfil. Se trata, en definitiva, de medir el grado de aprobación de los clientes con respecto a un negocio.

Cómo incentivar una buena review

Es clave incitar a los consumidores a plasmar de manera voluntaria su experiencia con el producto o servicio. Existen varias formas de conseguirlo:
- Una buena compra suele producir satisfacción en el cliente. Hay que aprovechar ese momento y proponer que se deje un comentario justo después de una transacción realizada con éxito.
- Alentando a los empleados y proveedores a que den su opinión sobre el negocio. Así se exterioriza el buen funcionamiento de la empresa.
- Las campañas en redes sociales suelen funcionar muy bien para animar a los consumidores a dejar su background sobre el producto ofertado.
- Canjeando un código promocional a cambio de una opinión en la web.
- Mostrando en la web reviews anteriores.

Gestionar malas y buenas reseñas

La gestión de las reseñas online es un apartado que debe estar cuidado y actualizado por un departamento concreto de la empresa. Es más, contestar de manera frecuente a las reseñas que dejan sus clientes debe ser una constante, sobre todo si son opiniones negativas. Sin embargo, no hay que hacerlo a la ligera. Es importante seguir un protocolo.
- Comenzar dando las gracias al usuario por el tiempo que ha invertido en escribir la crítica.
- La contestación debe ser empática y rápida.
- Procurar solucionar el problema de manera privada y ofreciendo algo a cambio que compense el daño causado.
- Por último, hay que tratar de demostrar públicamente que se ha aprendido la lección. Reconocer el error humaniza y construye el camino que resuelve una crisis de reputación online.