

РАБОТА С ОТЗЫВАМИ

ТО, ЧТО ГОВОРЯТ О ВАШЕМ БИЗНЕСЕ
ДРУГИЕ ЛЮДИ, ДАЖЕ ЕСЛИ ОНИ
АБСОЛЮТНЫЕ НЕЗНАКОМЦЫ, ИМЕЕТ
БОЛЬШИЙ ВЕС, ЧЕМ ТО, ЧТО ГОВОРИТЕ О
СВОЕМ БИЗНЕСЕ ВЫ.

84% потребителей доверяют онлайн-отзывам в той же степени, как и личным рекомендациям.

ДЛЯ ЧЕГО НУЖНЫ ОТЗЫВЫ:

- Нужно улучшить репутацию бизнеса и его продуктов.
- Нужно сокращать путь клиента от запроса до покупки
- Нужно понять, как улучшить продукты.
- Нужно оптимизировать закупки
- Нужно продвинуть бизнес и его продукты в поисковой выдаче.
- Нужно дополнить информацией карточку продукта на интернет-площадках.

МЫ ПРОСИМ ОТЗЫВ:

- Личное обращение при работе с покупателем;
- Через социальные сети;
- При оформлении заказов через сайт.

1.ОТЗЫВ ПРИ ЛИЧНОМ ОБЩЕНИИ

Личная просьба об отзыве может выглядеть пугающей, но это самый эффективный подход. Хватайтесь за такую возможность всякий раз, когда она предоставляется

- 1) В качестве ответа на похвалу;
- 2) Создать подходящую возможность в процессе разговора.

В КАЧЕСТВЕ ОТВЕТА НА ПОХВАЛУ

- Довольный покупатель: [поёт вам дифирамбы]
- Вы: Это так приятно слышать. Мы стараемся изо всех сил [делать то, за что вас хвалят]. И большое вам спасибо за то, что нашли время предоставить обратную связь.
- Покупатель: Само собой, спасибо Вам за такое отличное обслуживание!
- Вы: Знаете, такие комментарии очень помогут потенциальным клиентам чувствовать себя более уверенно при выборе нашей компании. Было бы просто потрясающе, если бы вы написали то, что только что сказали, в кратком обзоре на [платформе по вашему выбору]

СОЗДАТЬ ПОДХОДЯЩУЮ ВОЗМОЖНОСТЬ В ПРОЦЕССЕ РАЗГОВОРА


- 1. Завязать разговор («Нашли ли вы сегодня всё, что искали?», «Это ваш первый опыт [использования продукта, который вы собираетесь приобрести]?», «Как вам этот [продукт, который вы покупаете]? Я уже пробовал [аналогичный продукт], но этот мне ещё только предстоит попробовать», «Как вам у нас сегодня понравилось?»)
- 2. «Что же, спасибо за обратную связь. Мы любим делиться такими сведениями с потенциальными клиентами, чтобы они, выбирая нас, чувствовали себя более уверенно. Если вы не против, то было бы здорово, если бы вы поделились в интернете чем-нибудь из того, что сказали мне сегодня».

2. ОТЗЫВ ПРИ ПОДТВЕРЖДЕНИИ ОНЛАЙН-ПОКУПКИ

- “Спасибо за покупку! Если вам понравилось наше обслуживание, расскажите об этом нам (и всем остальным)!”
- “Спасибо за покупку! Если вы довольны [новым товаром], пожалуйста, найдите минутку, чтобы оставить отзыв здесь [ссылка на обзорную платформу]”.
- Это актуально только пока само событие не выветрилось из их памяти

3. ОТЗЫВ ПРИ ОБЩЕНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

- Любая отметка нашего аккаунта в социальных сетях-гарантия лояльности клиента. С такой аудиторией работать легче всего, достаточно непринужденной просьбы оставить отзыв о товаре на любой удобной площадке.

- 
- Просьба предоставить обратную связь не является проявлением эгоизма; отзывы, оставленные вашими клиентами, помогают другим потребителям принимать умные и взвешенные решения.
 - Будьте искренни и не давите на людей.
 - Сделайте процесс подачи обратной связи максимально простым и доступным для любого клиента (в печатных материалах используйте короткие, легко запоминающиеся ссылки).
 - Помните, что клиенты готовы делиться своим мнением.
 - Отвечайте на отклики, как хорошие, так и плохие!