



РАБОТА С ОТЗЫВАМИ

Как бренду увеличить позитив и уменьшить негатив в свой адрес?

Влияние социальных медиа на бизнес стремительно возрастает. Это происходит по ряду причин:

- аудитория социальных сетей растет и развивается;
- люди не только общаются друг с другом в сети, но и обсуждают бренды, ищут информацию о товарах и услугах, совершают покупки;
- принятие решения о покупке все больше происходит в результате тесного контакта с интернет-средой, под ее влиянием и при ее участии.

Не забывайте о базовых принципах работы с отзывами, чтобы любой из них – и положительный, и отрицательный – применять с пользой для вашей компании.



Анна ЛАПТЕВА,
специалист отдела управления
репутацией, Social Lift



Сергей ПЕТРУНИН,
руководитель отдела управления
репутацией, Social Lift

ВНИМАНИЕ!

SMM. НОВЫЙ ЦИКЛ ОБУЧАЮЩИХ СТАТЕЙ

«НАВИГАТОР ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ» ПРОДОЛЖАЕТ ЦИКЛ СТАТЕЙ В РУБРИКЕ SMM:

«Продвижение ювелирного бизнеса в социальных сетях»

Специально для читателей журнала эксперты агентства Social Lift подготовили новый цикл обучающих статей. В них как обычно будут даны алгоритмы работы и рекомендации по продвижению бизнеса в соцсетях, а также представлены реальные SMM-кейсы из ювелирной отрасли и рынка роскоши.

**Читайте в этом и последующих номерах «Навигатора ювелирной торговли»
и на нашем сайте www.njt.ru:**

Маркетинг впечатлений: как при помощи проведения онлайн-квизов увеличить вашу базу контактов и помочь клиентам получить незаменимый пользовательский опыт с прицелом на покупку в скором будущем

Tik Tok как новый канал по созданию коммерческого блога. Новое направление в продвижении – таргетированная реклама в Tik Tok

Продажи при падении спроса и сжатии рынка. Как осуществлять продвижения в условиях кризиса

Работа с отзывами в ювелирной отрасли. Как бренду увеличить позитив и уменьшить негатив в свой адрес

3D-моделирование в ювелирной отрасли

Что действительно важно для вашей ЦА в период кризиса? Выбор каналов продаж, их плюсы и минусы

Пользовательский UGC контент: что это и как его использовать в продвижении

Как выделиться среди конкурентов в период высокого спроса? 15 идей и механик по вовлечению аудитории в дни гендерных праздников

Как отвечать на вопросы клиентов о ювелирных изделиях. Алгоритм и инструменты

Какие фототренды обязательны к использованию для любого ювелирного бренда

Продвижение приложения интернет-магазина

Тактика продвижения: как при помощи взаимоподдерживающих механик снизить стоимость контакта с клиентом

Ювелирный бизнес в соцсетях – работать самостоятельно или с агентством. Плюсы и минусы каждого варианта. Когда стоит выбрать агентство и как правильно выстроить работу с ним, какие ставить KPI и как отслеживать эффективность

В рубрике SMM начиная с 2018 года размещены экспертные материалы, которые помогут ювелирной компании независимо от ее профиля успешно продвигаться в социальных сетях.



Social Lift (<http://sociallift.ru/>) – креативное digital-агентство, специализирующееся на продвижении и маркетинге в интернете и социальных медиа. Компания основана в 2012 году в Ульяновске, на данный момент состоит из 6 отделов, в которых работают специалисты различного профиля: аналитики, маркетологи, дизайнеры, проектные менеджеры, PR-специалисты, копирайтеры, контент-менеджеры и специалисты по акциям и активациям. Штат сотрудников – 30 человек. Компания Social Lift входит в ТОП-30 SMM-агентств России 2017 по версии рейтинга Tagline, а также входит в единый рейтинг SMM-агентств RUWARD.

Зачем нужно работать с отзывами?

Как бы хорошо ни работала компания, рано или поздно она получает первый негативный отзыв.

Работа с отзывами необходима предпринимателям и маркетологам – всем, кто взаимодействует с потребителями. Это позволяет управлять репутацией бренда с помощью позитивного опыта пользователей и исправления ошибок, выявленных в результате негативного опыта.

Негативный отзыв в социальных сетях доступен для изучения любому пользователю интернета, как и реакция компании на такой отзыв. При этом если отреагировать правильно, вы легко сможете защитить свою репутацию и даже улучшить ее.

Как уменьшить количество негативных отзывов?

1. Отвечайте на все комментарии

Иногда компании не отвечают на комментарии подписчиков. Даже если в них есть вопросы о цене, качестве или режиме работы магазина. Это создает устойчивое впечатление, что бренду не важны его клиенты. А если подписчик попадется обидчивый, негативной реакции не избежать.

Любую вашу реакцию или ее отсутствие видит не только комментатор, но и все сообщество. Отношение к бренду будет таким, каким вы его сформируете. Если вы отвечаете на все комментарии, к вашей компании будут настроены лояльно и позитивно.



Инна Шульженко
То же разочаровал Адамас своими псевдоскидками. Не солидно. Не реально зависить цену,а потом скинуть до реальной цены...позор
2 авг в 21:58 [Ответить](#) ❤️ 4



Виктория Голосниченко
Не нашла кольцо на сайте 1424040-A50-01
31 июл в 16:35 [Ответить](#)



Елена Калинина
Но продавцы в магазине ничего не знали об этой акции
9 сен в 15:48 [Ответить](#)



Светик Воробьева
Враньё ничего не давали
10 сен в 15:54 [Ответить](#)



Светлана Ракчеева
Да это точно. Я бы тоже хотела бесплатно бы получить
10 сен в 16:38 [Ответить](#)



Светлана Ладочкина
Дают какую то фигню. Даже не серебро. Дали кубик из пластика, типа подвеска к браслету
10 сен в 17:38 [Ответить](#)

2. Не удаляйте негативные отзывы

У любого человека может возникнуть желание удалить все негативные комментарии. И это справедливо на вашей личной странице, но недопустимо в бизнес-сообществе.

Попытка подчистить негатив при нерешенном вопросе способна спровоцировать новую волну негативных комментариев. Клиент может спамить все посты негативными отзывами о вас, а что еще хуже – оставлять негативные отзывы на различных сайтах-отзовиках. В таком случае будет намного сложнее отреагировать.

Иногда кажется, что удаление негативных комментариев проходит без последствий. Но зачастую клиент свои выводы уже сделал. Он может поделиться впечатлениями с друзьями и коллегами, запуская сарафанное радио с отрицательным впечатлением о вашей работе.

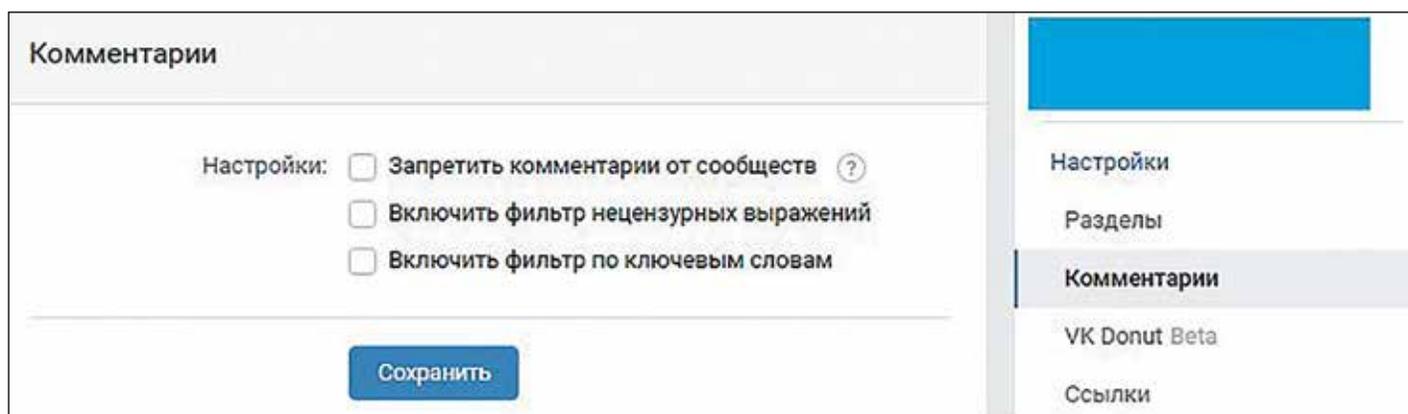
К тому же отсутствие отрицательных отзывов о бренде может навести потенциальных клиентов на мысль, что все положительные отзывы о вас написаны на заказ.

Отрабатывайте негатив, реагируйте на него. Постарайтесь разобраться в ситуации и помочь клиенту решить его проблему. Отдельный момент – запрет на мат, оскорбление других подписчиков, клевету и т.п.

Чтобы избежать нежелательной лексики в комментариях во «ВКонтакте», вы можете включить в настройках сообщества фильтр нецензурных выражений или настроить фильтр по ключевым словам.

Также составьте свод правил сообщества и опубликуйте его в обсуждениях. Так вы всегда сможете сослаться на него.

Еще раз отметим – каждое негативное обращение необходимо рассматривать и реагировать на него в индивидуальном порядке. Клиент оценит такую заботу.



3. Если вы написали ответ на комментарий в личных сообщениях, сообщите об этом и под комментарием

Часто вопросы, которые задают участники сообщества в комментариях, актуальны для многих ваших клиентов. Помните, что не каждый решает писать свой вопрос бренду, но нуждается в ответе на него.

Кроме того, вы можете вызвать у клиентов недоверие, если на любой, даже самый очевидный вопрос будете отвечать в личных сообщениях. Поэтому старайтесь отвечать на все общие вопросы непосредственно под публикацией. Это создает ощущение открытости и вызывает больше доверия.

Иногда необходимо продолжить переписку в личных сообщениях, например, когда информация носит индивидуальный характер или подписчик сам просит об этом. В таком случае отметьте под комментарием, что вы ответили в личных сообщениях.

4. Отвечайте на отзывы оперативно

Оперативность – главный козырь социальных сетей.

Чем быстрее вы ответите и решите проблему клиента, тем лучшее впечатление сложится о вас. Если вы быстро решаете вопросы, значит, вы бренд, которому стоит доверять. Клиенты понимают, что спорные вопросы случаются, и то, что вы быстро решили вопрос, говорит в вашу пользу.

Как увеличить количество положительных отзывов?

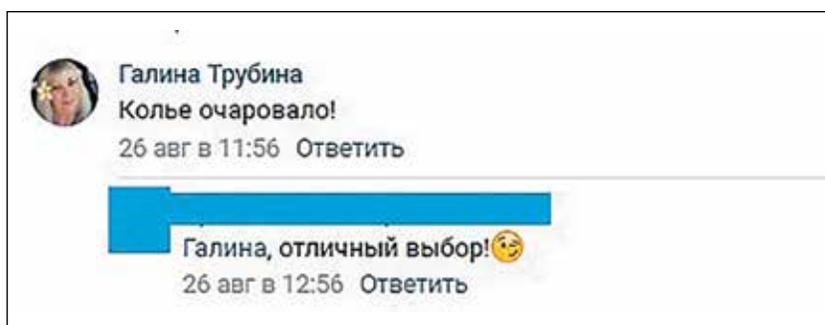
1. Отвечайте на позитивные отзывы

Иногда позитивные отзывы воспринимаются как должное.

Но игнорируя комментарии даже самых лояльных клиентов, можно потерять их доверие. Другие подписчики заметят, что позитивные комментарии остаются без ответа, и у них не будет мотивации оставлять их.

Только представьте: вы признаетесь человеку в любви, а он молчит в ответ. Не самое приятное ощущение. Так поступают и некоторые бренды в своих сообществах. Из-за этого в сообществе может сложиться неприятная ситуация: подписчики будут оставлять только вопросы и негативные комментарии. И это плохо скажется на лояльности потенциальных клиентов.

Ответить на позитивные комментарии трудно. Оставьте искренние слова благодарности в ответ на позитивный отзыв. Иногда достаточно отправить дружелюбный стикер или смайл. Благодаря этому несложному действию количество позитивных комментариев может увеличиться.



2. Мотивируйте клиента оставить положительный отзыв

Эффективный способ получения позитивных отзывов – вознаграждение клиента за оставленный отзыв.

Это стимулирует людей приложить немного усилий, чтобы получить бонус.

В качестве мотивации к написанию отзывов вы можете предложить:

- бонусные баллы;
- скидку на определенный товар или услугу либо на следующий заказ;
- сертификат или промокод;
- подарок;
- бесплатную доставку или скидку на нее.

В зависимости от вашей системы взаимодействия с клиентами вы можете сделать вознаграждения регулярными или оформлять их в виде разовых акций.

3. Попросите оставить о вас положительный отзыв во время завершения заказа

Если вы уверены, что выполнили все хорошо и клиент доволен покупкой и обслуживанием, попросите его оставить хороший отзыв о вашей компании или товаре.

Это можно сделать:

- лично по завершении обслуживания;
- встроить в оформление точки продаж;
- включить в чек или раздаточный материал.

4. Напомните оставить отзыв с помощью электронной почты, СМС-сообщений

Не стесняйтесь напомнить о себе лояльным клиентам.

В письме, направленном клиенту после приобретения товара, не обязательно ограничиться только благодарностью за то, что он выбрал именно вас. Попросите оставить отзыв, приложив ссылки на нужные вам площадки (соцсети, отзывы, точки на картах), чтобы человек мог выбрать наиболее удобную для него.

Важно соблюсти золотую середину, чтобы не показаться навязчивым.