

7 причин, которые заставляют отдавать написание отзывов профессионалам

Приглашая клиентов написать просто отзыв о продукции, обслуживании, предприниматели сталкиваются с формальными откликами: Все хорошо, спасибо. Покупатель редко настроен на конструктивное описание собственных впечатлений о товаре. Обычно пишут: Все понравилось спасибо, размер подошел. Продвигутся с такими откликами в поисковых системах сложно. Они не информативны, бесполезны. В лучшем случае, слегка повышают рейтинг, если к тексту требуется поставить оценку.





Между тем, на фоне вариантов с покупкой отзывов, есть и честные способы получить мнение клиентов и красиво его представить гостям своего сайта. Интервью из вопросов и ответов поможет профессионалам написать продающие тексты. Попробуем аргументировать такой выбор составления отзывов, ведь для всего есть причины.

Продающий отзыв – уникален

Соблазн растиражировать текст велик. Более того, существуют боты-синонимайзеры, которые за несколько минут из одного отзыва, сгенерируют тысячи аналогичных. Такие тексты распознаются

поисковиками и читателями. Первые не будут индексировать страницы, вторые станут раздражаться, искать возможность купить товар в другом месте.

Учет числа символов

На специализированных сайтах Irecommend.ru, Otvovik.com, где у пользователя есть выбор, как много он хочет написать. В остальных случаях отзыв рекомендуется делать в диапазоне 50-100 слов. Но главным условием, становится содержательность текста. Про понравилось чудо-чудное мало кому интересно. Читая отзывы, люди ищут информацию о качестве крепления деталей, ровности строчек. Если придерживаться этих принципов при оформлении текста они получаются достаточно емкими и соизмеримыми с форматом сайтов под размещение.

Еще раз информативность

Используя формат интервью, спросите у клиентов, что им понравилось в покупке и наоборот. Каждый клиент выделить что-то важное для себя. Можно не сомневаться, что найдется аудитория, поддерживающая мнение покупателей. Собранные факты используются для написания информативных, продающих отзывов.

Формат написания

Многое зависит от типа компании. Если предлагается оформление визы, страховки, путевки, прочего, то следует придерживаться делового стиля. Но продавая товары исключительно для молодежи,

можно пропустить несколько отзывов со сленговыми выражениями. Профессионалу легче ориентироваться в стилистике, не нарушая при этом правил, установленных поисковыми ботами.

Медиа файлы и скриншоты

Добавление фото или видео подтвердит факт покупки или обладания продуктом. Отлично они работают в сфере косметологии. «До», «Через три дня после», «через месяц» и т.д.

Сделают ли клиенты такие фото удобными для размещения на сайте, неизвестно. Но профессионалы могут выполнить эту часть работы за них. Желающих поделиться впечатлениями о процедурах или услугах гораздо больше, чем кажется.

Чье мнение использовать

Генерация отзывов от разных пользователей сегодня самое правильное решение. Так достигается правдоподобность в глазах клиентов и поисковиков. Таким образом из 10 опубликованных 10 проходят модерацию и попадают в поисковые выдачи. Не исключено использование отзывов лидеров мнений и комментариев к ним.

Ключевые слова

Для работы механизмов SERM отзывы надо оптимизировать под запросы поисковиков. Поэтому семантика считается одним из побочных продуктов в работе над повышением репутации бренда.

Используя в текстах ключевые слова, вы сделаете тексты заметными для поисковиков и целевой аудитории. Именно такие отзывы попадают в ТОП 10 выдач.
