

# Нужны отзывы для поднятия продаж: мотивация – лучший метод их получить

Работа каждой компании в интернете ведет к формированию репутации о бренде. Свою лепту вносят не только клиенты компании, но также конкуренты, просто завистники, недовольные бывшие сотрудники. Новая технология SERM позволяет избавиться от негативной оценки пользователей. Но часть инструментов этой методики не работает без отзывов клиентов.





Среди возможных способов получить комментарии покупателя к его обновке - это мотивация. Она остается приоритетной. Поэтому стоит обсудить возможность получения настоящих отзывов, оградив при этом репутацию компании от «черного» пиара.

## Форма обратной связи

Общение с клиентом посредством блоков: «Есть вопросы, напишите нам». Сегодня такой подход позволяет решить одновременно несколько задач:

- получить информацию от клиента о проблеме с товаром, обслуживанием, прочим;
- ответить покупателю на запрос, удовлетворить его потребность или интерес;

- сохранить анонимность переписки с негативом, а также обеспечить ее конфиденциальность.

Накопленные отклики, а также возникающие вопросы еще до покупки – пригодны для написания правдивых отзывов.

## Обращение к посетителю после визита или состоявшейся покупки

Сфера обслуживания, в том числе медицинского, юридического уязвима перед негативными отзывами. Но владелец бизнеса с далеко идущими планами не может оставаться без информативной базы относительно предоставленной услуги.

Звонок врача пациенту, чтобы поинтересоваться самочувствием после процедуры – это не просто вежливость, а нативный сбор информации. Правильней даже вести журнал актуального самочувствия пациентов через 3, 12, 24 часа после процедуры. Собранные данные обобщают и пишут отзывы. Это мотивация для сотрудников активней работать с клиентами.

Строители могут поинтересоваться по завершению работ исправностью фурнитуры, отсутствием щелей и других мелочей. Если есть проблема, вы тут же ее решите и не допустите размножения негативной информации о фирме.

## Можно просто попросить

Строители, парикмахеры, доктора нуждаются в накоплении материалов для портфолио. Выполняя

работу качественно и честно предоставляя гарантийное обслуживание, мастера вправе рассчитывать на положительный отзыв клиентов. Можно попросить не только о письменном формате, но также добавить фото или видео.

Но важно, за это не надо платить или предоставлять услуги бесплатно. Конкурс на лучший ролик – достаточный стимул для выполнения просьбы.

## Электронная рассылка

Написать письмо и попросить прокомментировать ощущения от пройденных процедур или установленного бойлера – тоже мотивация. Но чтобы потом не дорабатывать отзыв, сделайте четкую форму для его заполнения. Спросите клиента о достоинствах, недостатках. Опрос можно детализировать в зависимости от сферы деятельности.

Например, строительная компания. В форму для отзывов вводят такие запросы:

- тип работ (меняли пол, клеили обои, выкладывали плитку и т.д);
- площадь, охваченная ремонтом;
- материалы каких брендов использовались.

Но не стоит сильно увлекаться вопросами, они должны быть короткими, емкими и предполагать такие же ответы.

## Удобство пользователя прежде всего

Возможность оставить отклик анонимно – это плюс. Читать комментарии к отзывам любят многие, но стесняются собственной не идеальной грамотности. Помогите им, используйте платформы с проверкой русской языка. Минимум регистрации, только имя и почта. Альтернативно предложите поделиться отзывом в социальных сетях.

## Последний штрих к проблеме

Активная мотивация клиентов к написанию отзывов приводит к их появлению обязательно. Но важным остается факт необходимости реагировать даже на положительные упоминания о компании. Для этого ежемесячно проводят мониторинг репутации.

---