



KLANTENBEOORDELINGEN - JE ONLINE REPUTATIE

Klantenbeoordelingen zijn een zeer belangrijke factor geworden in je marketingstrategie. Of je het nu gelooft of niet, klanten lezen deze beoordelingen en vormen een eerste mening over je bedrijf nog voor ze het goed en wel kennen. Als je je online imago niet zelf beheert, zullen anderen dat voor jou doen.

1 Enkele cijfers

Bron: Wethic Certification & Praxidia 2020

61% van de klanten leest beoordelingen vooraleer ze een aankoop doen.



10 is het gemiddelde aantal beoordelingen die mensen lezen alvorens een beslissing te nemen.



84% van de gebruikers is van mening dat beoordelingen een grote invloed hebben op reiskeuzes

2 Het verschil tussen digitale identiteit en online reputatie

digitale identiteit 

« Je merk is niet wat jij erover zegt maar wat Google erover zegt! »

Online reputatie  Chris ANDERSON

Zoek jezelf op

Het is belangrijk de informatie en de klantenbeoordelingen op te zoeken die over jou worden achtergelaten. Het is immers mogelijk dat de indruk die je wenst te maken en het beeld dat mensen werkelijk van je hebben, ver uit elkaar liggen.

Controleer dus goed alle media die informatie over jou beschikbaar zouden kunnen stellen:

-
- Google My Business
- TripAdvisor
- Facebook en andere sociale netwerken
- Booking
- Je andere reservatiekanalen
- Je team
- Je klanten
- Je concurrenten
-
-



Klantenbeoordelingen laten je ook toe je aanbod te verbeteren

Klantenbeoordelingen dragen bij tot je zichtbaarheid



Niet enkel je klanten lezen deze beoordelingen. Je personeel, bewoners, vrienden, familie, maar ook je leveranciers en partners bekijken ze.

Vermijd het ontstaan van een negatief imago rond je toeristisch product



Nodig je klanten uit om een beoordeling te schrijven. Deze maken deel uit van de reserveringscyclus voor een verblijf of een tafel.

3 Meer beoordelingen krijgen

- Motiveer je team zodat ze de klanten aansporen om een beoordeling te schrijven.
- Schrijf je klanten een bedankingsmail waarin je ze vraagt een reactie te plaatsen op het profiel van je etablissement.
- Spoor hen ook aan om commentaren achter te laten via de kanalen die daarvoor beschikbaar zijn in je etablissement, je kamers, je onthaalbrochures, je website, je sociale netwerken enz.
- Verwijs ernaar op je visitekaartjes, je facturen, je kastickets, je e-mailhandtekening...



4 Beoordelingen beantwoorden

Antwoord op **ALLE** beoordelingen. Bedenk immers dat de klant de tijd heeft genomen om met jou te communiceren. Focus niet enkel op negatieve reacties, schenk er niet meer aandacht aan dan aan de positieve. Antwoord niet steeds hetzelfde, maar speel in op de opmerkingen van de klant om een relevant antwoord te formuleren.

Krijg je een negatieve beoordeling? Neem even de tijd vooraleer je antwoordt, negatieve reacties kwetsen dikwijls... Antwoord niet meteen, de kans bestaat dat je door je gevoelens laat meeslepen.

Eigenlijk is het antwoord op een beoordeling bestemd voor de toekomstige klanten die de beoordelingen zullen lezen.

Voor al je antwoorden:

Begroet de klant eerst en vooral, je antwoord is immers aan hem/haar gericht.

Bedank de klant voor de tijd die hij genomen heeft om een beoordeling te schrijven.

Schrijf een gepersonaliseerd antwoord waarin alle elementen van de beoordeling aan bod komen.

Nodig je klant uit om terug te komen, om nog meer mooie momenten te beleven of om hem de volgende keer een uitstekende ervaring te bezorgen.



De beoordeling is positief

Speel in op de positieve elementen die de klant aanhaalt en herformuleer ze om je concurrentiële voordelen naar voren te brengen.

Bijvoorbeeld: een klant vindt je ontbijten super dankzij je huisgemaakte confituren.

Herformuleer en zeg dat je het belangrijk vindt dat je klanten van een gevarieerd ontbijt kunnen genieten, dat je confituren gemaakt zijn met fruit uit de tuin of met lokale producten (dit moet echter wel waar zijn). Indien je klant de bedden prijst, antwoord je dat je het comfort van je klanten uiterst belangrijk vindt



De beoordeling is negatief

Antwoord enkel op feitelijke zaken, niet op de "vind ik niet leuk". Zet je kwaliteiten in de verf.

Gaat de beoordeling over iets oppervlakkigs? Schrijf dan een vriendelijk antwoord.

Heeft de beoordeling betrekking op iets wat werkelijk beter kan in je bedrijf?

Wees professioneel: erken je fouten, bied je excuses aan en, waarom niet, nodig de klant uit om terug te komen voor een perfecte service... Hij zal het zeker weten te appreciëren.

Probeer jezelf niet te verantwoorden in een antwoord op een negatieve beoordeling

Aan het slechte weer kun je niets doen, maar als de beoordeling bijvoorbeeld de netheid van de kamers betreft, antwoord dan met feiten, laat weten hoe vaak de algemene delen worden gepeetst enz.

Spreek niet over geld en schrijf geen privéberichten!

In een notendop

- ★ Beoordelingen zijn cruciaal, 60% van de internetgebruikers vindt ze een betrouwbare bron van informatie.
- ★ Ze laten internetgebruikers toe een selectie te maken, vergelijk dus jouw etablissement met dat van anderen!
- ★ Slechts 1% van alle reizigers schrijft spontaan een beoordeling: TRIGGER ZE!
- ★ Beoordelingen van reizigers bevatten verschillende gegevens, hou hier altijd rekening mee!
- ★ Positieve commentaren beantwoorden toont aan toekomstige klanten dat je aandacht aan hen besteed.
- ★ Beperk je bij het beantwoorden van een negatieve beoordeling tot de feiten en reageer niet onmiddellijk!
- ★ Het onthaal is cruciaal en kan eventuele verbeterpunten compenseren.
- ★ Zie klantenbeoordelingen als een kans om je service te verbeteren!