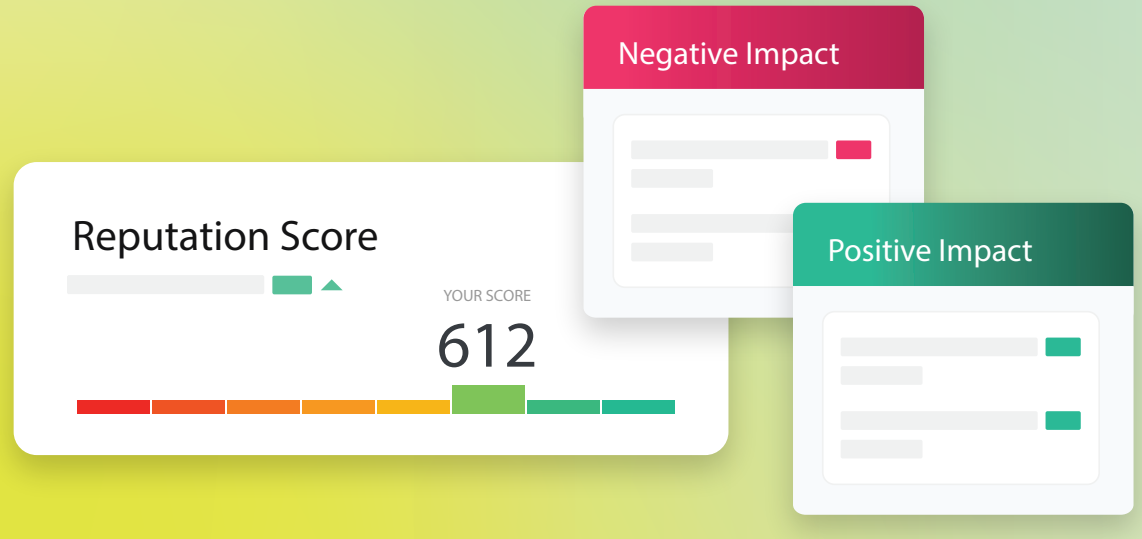
Reputation

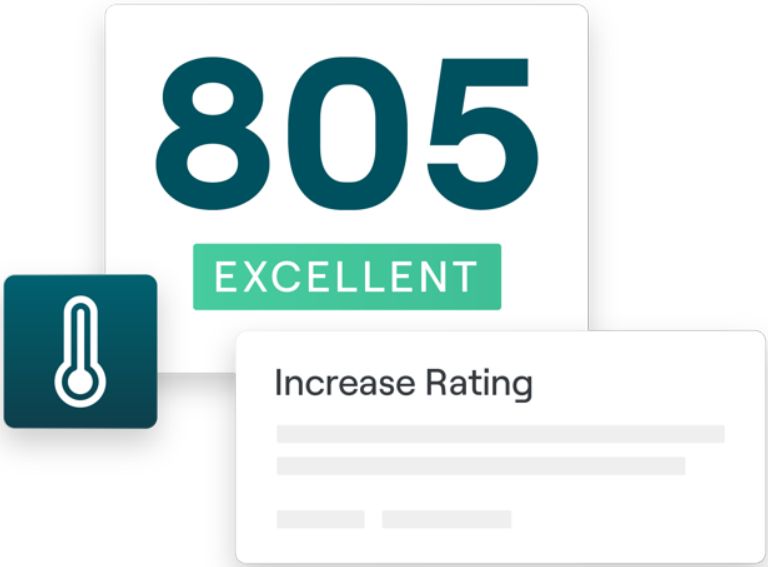
Hodnocení Reputace X



2022

Obsah

I. Hodnocení reputace X 2
   a. Přehled
   b. Případové studie
II. Karta Hodnocení reputace 5
   a. Postřehy ohledně lokalit
   b. Doporučení ke zlepšení
   c. Srovnání trendů v čase
III. Karta Komponenty 10
IV. Časté dotazy k odstraňování problémů 15
V. Prémiové placené služby 19
VI. Další zdroje 20



© 2022 Reputation, Inc. |

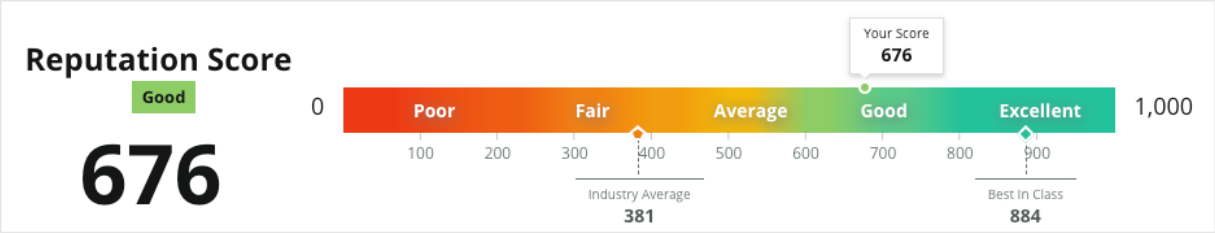
Přehled hodnocení reputace X

Hodnocení reputace je komplexní index digitální přítomnosti firem, který se vypočítává pro více než 70 odvětví.

Jedno hodnocení pro všechny

Hodnocení reputace X je vaše místo, kde můžete hledat postřehy o všem, co si vaši zákazníci myslí, říkají a co slyší o vaší **společnosti v jediné metrice**. Identifikuje vaše silné a slabé stránky, poskytuje použitelné postřehy, které můžete porovnávat s konkurencí, abyste mohli zlepšovat on-line hodnocení vaší značky.

Toto hodnocení vypočítává výkonnost vaší firmy v různých důležitých online oblastech, jako je viditelnost, zapojení a názor. Zjistěte, co ovlivňuje vaše skóre a proč výkonnost vaší firmy vede nebo zaostává ve srovnání s kolegy ve vašem oboru.



Čím vyšší je vaše Hodnocení reputace, tím větší je pravděpodobnost, že budete vynikat ve vyhledávačích, ve výsledcích map a na stránkách s recenzemi – a že postupujete správně, aby vás noví zákazníci viděli a vybrali si vás.

Hodnocení reputace X zobrazuje vaše nejnovější hodnocení. Vyberte v okně **Zprávy** vlastní rozsahy dat pro hodnocení. Výsledky můžete zobrazit podle místa a vlastních filtrů. Některé grafy umožňují také filtrování podle rozsahu dat (posledních 30, 60, 90 nebo 365 dní od data generování dat).

Složky hodnocení reputace

- Názory recenzí
- Objem recenzí
- Rozpětí recenzí
- Aktuálnost recenzí
- Vyhledávání dojmů
- Reakce na recenzi
- Přesnost seznamů
- Sociální angažovanost
- Délka recenze
- Kondice značky*
- Dosah značky*

K dispozici pouze pro prodejce v automobilovém průmyslu*

Případové studie

Změňte zpětnou vazbu na pohonnou látku růstu vaší společnosti díky použitelným postřehům z hodnocení reputace X. Náš výzkum také uvádí přímý dopad na příjem. Zjistěte, jak skuteční zákazníci platformy Reputation změnili zpětnou vazbu na pohonnou látku růstu jejich společnosti, a zjistěte si, jak můžete učinit totéž, když zavedete použitelné postřehy z hodnocení reputace X.

Společnost Arbor

Společnost Arbor sídlí v Atlantě, kde poskytuje služby více než 45 nezávislým komunitám péče o bydlení, asistované bydlení a péči o osoby s demencí, která pomáha seniorům v 11 státech. Jejím posláním je zapojit a obohatit zdraví a duševní pohodu svých obyvatel, uctívat jedinečnost života každé osoby díky hlubokým kontaktům s obyvateli, rodinami i zaměstnanci.

Společnost Arbor nás požádala o pomoc při odpovídání na recenze, rychlé uzpůsobování zasílání odpovědí a automatizaci žádostí o recenze s identifikovatelným spouštěčem - to vše na jediné platformě.

Akce

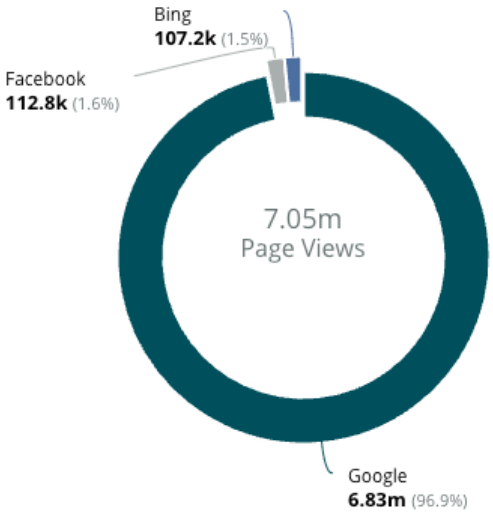
1. Přechod na jedinou platformu pro sledování recenzí, zasílání odpovědí a žádosti o recenze.

2. Pomocí recenzí a postřehů identifikovat témata zpětné vazby a provádět provozní vylepšení.

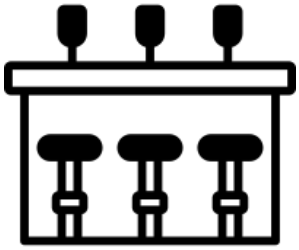
3. Pomocí prémiových předplacených služeb sledovat a reagovat na on-line recenze předem schválenými šablonami odpovědí ve stylu značky.

Výsledky

- 22% navýšení zobrazení výpisů ve vyhledávání
- Další činnosti s firemními výpisy znamenalo průměrně 12 nových obyvatel ročně.
- 64% navýšení objemu recenzí
- Následný nárůst o více než 4,5 mil. dolarů
- **Navýšení hodnocení reputace o 191 bodů**



Confidential Hospitality Company



Tato značka je největší společností v pohostinství na světě díky zásadním akvizicím a obrátila se na platformu Reputation s následujícími potřebami:

- Nahradit KPI za NPS v celé skupině
- Zlepšit přesnost dat pro firemní výpisy v pohostinství
- Snadno použitelná platforma pro podporu využívání ze strany manažerů i týmů
- Špičkový reporting a funkčnost pro informovanější obchodní rozhodování v budoucnosti a aktuálnost vůdčích kroků

Akce

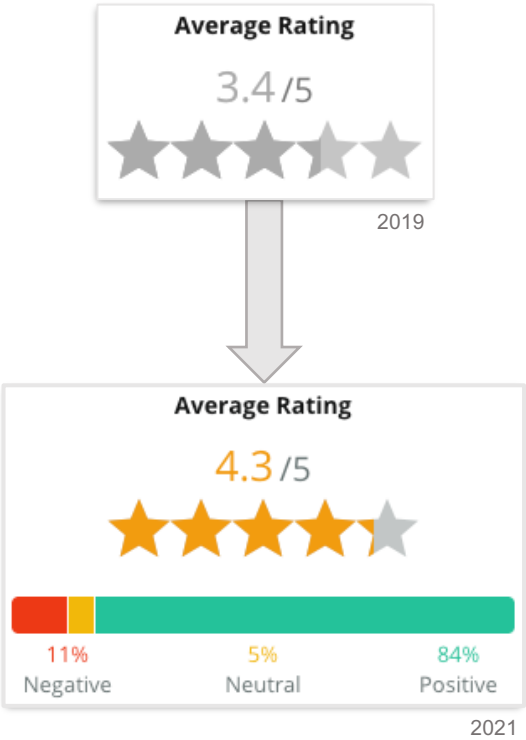
1. Přinést jednu platformu pro správu recenzí, průzkumů, sociálních sítí, výpisů a dalších, aby se zvýšila účinnost s funkční škálovatelnosti s tím, jak skupina v čase poroste.

2. Decentralizovat každodenní správu on-line zpětné vazby provozovny a současně zachovat přehled centrály.

3. Vytvořit pocit zdravé soutěže mezi provozy v portfoliu skupiny.

Výsledky

- On-line hvězdičkové hodnocení vzrostlo z 0,09 na 4,3 z 5
- Míra odpovědí na recenze zákazníků dosáhla v roce 2021 průměru 99 %, oproti 36 % v roce 2019
- Zobrazení firemních výpisů vzrostlo o 1 443 % v letech 2019-2021
- Vedoucí pracovníci šetří 25 % svého času tím, že používají jen jednu platformu namísto 4-5
- **Hodnocení reputace vzrostlo o 196 bodů a nyní je o 99 bodů nad průměrem odvětví**



Karta Hodnocení reputace

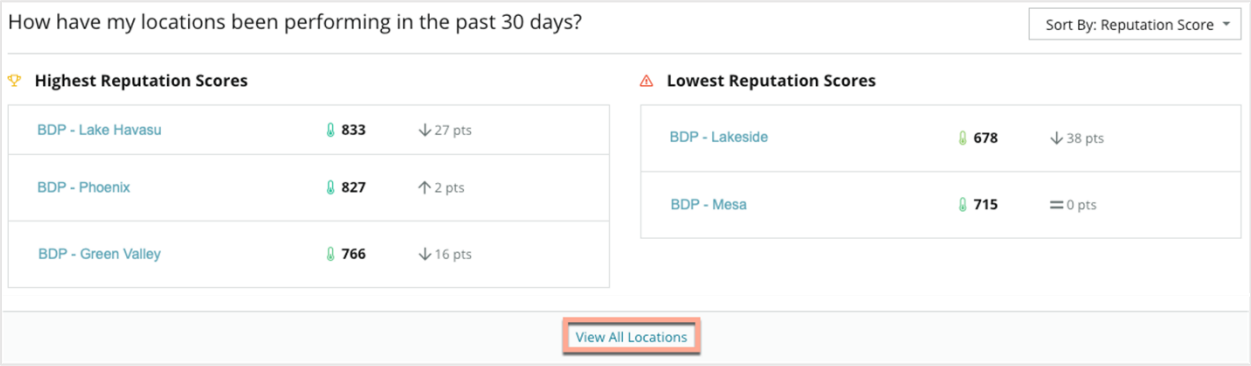
Karta hodnocení reputace posuzuje trendy na trhu i v odvětví. Tyto faktory vám umožní porovnat vaši firmu a zjistit, jak si vaše firma stojí v porovnání s ostatními firmami s ohledem na průměr v oboru a nejlepší ve své třídě.

Hodnocení reputace se vypočítává na 1 000bodové stupnici, kde 1 000 je nejvyšší možné hodnocení na stupnici a 100 je nejnižší.

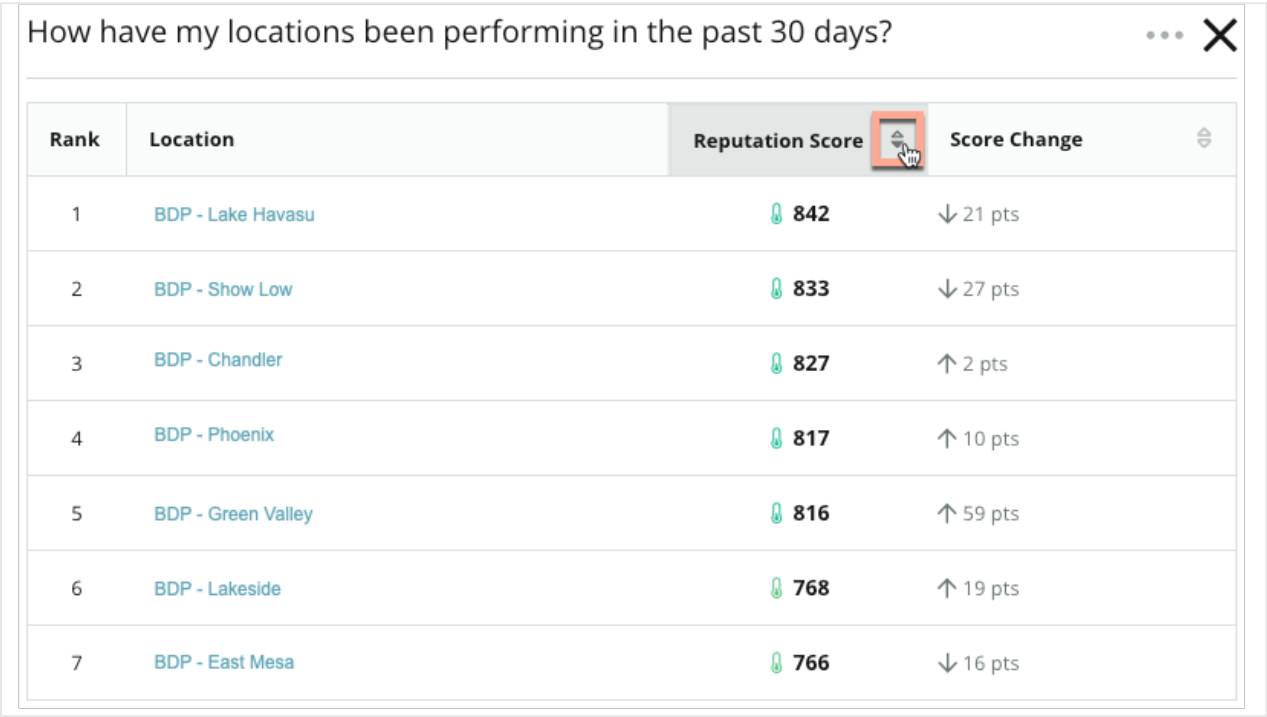
Postřehy ohledně lokalit

Pokud jste ve filtrech vybrali více než jednu lokalitu, můžete si od data vygenerování dat prohlédnout přehled, jak si vaše lokality vedly za posledních 30 dní. Prohlédněte si přední lokality s vysokým Hodnocením reputace, stejně jako umístění s nízkým hodnocením nebo s velkým poklesem hodnocení.

Kliknutím na **Zobrazit všechny lokality** ve spodní části zobrazíte hodnocení reputace a údaje o změně hodnocení za každou vámi spravovanou lokalitu. Pokud byla nově přidána nějaká lokalita, postřehy se možná nezobrazí okamžitě, protože pár dní trvá, než se začnou zadávat.



Lokality jsou ve výchozím nastavení řazena podle hodnocení (od vysokého po nízké). Kliknutím na nadpisy hodnocení reputace nebo změny hodnocení můžete třídit lokality vzestupně nebo sestupně.

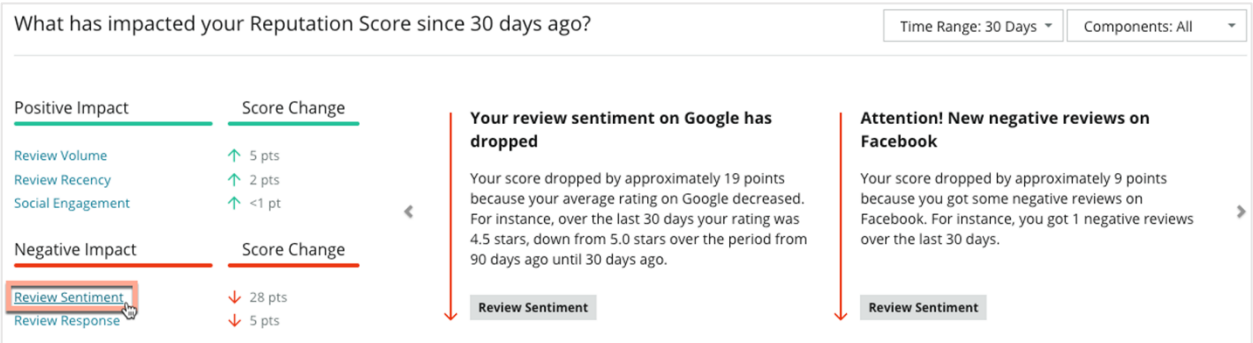


Rank	Location	Reputation Score	Score Change
1	BDP - Lake Havasu	842	↓ 21 pts
2	BDP - Show Low	833	↓ 27 pts
3	BDP - Chandler	827	↑ 2 pts
4	BDP - Phoenix	817	↑ 10 pts
5	BDP - Green Valley	816	↑ 59 pts
6	BDP - Lakeside	768	↑ 19 pts
7	BDP - East Mesa	766	↓ 16 pts

Podle lokality

Vyberte místo v horním řádku filtrů nebo klikněte na libovolné místo v grafu Nejvyšší/Nejnižší a zobrazte, co konkrétně ovlivnilo hodnocení dané lokality. Zobrazte si až tři složky pro pozitivní i negativní dopad (seřazených podle dopadu hodnocení) ve zvoleném časovém rozmezí. Filtrováním podle komponent zúžíte své zaměření.

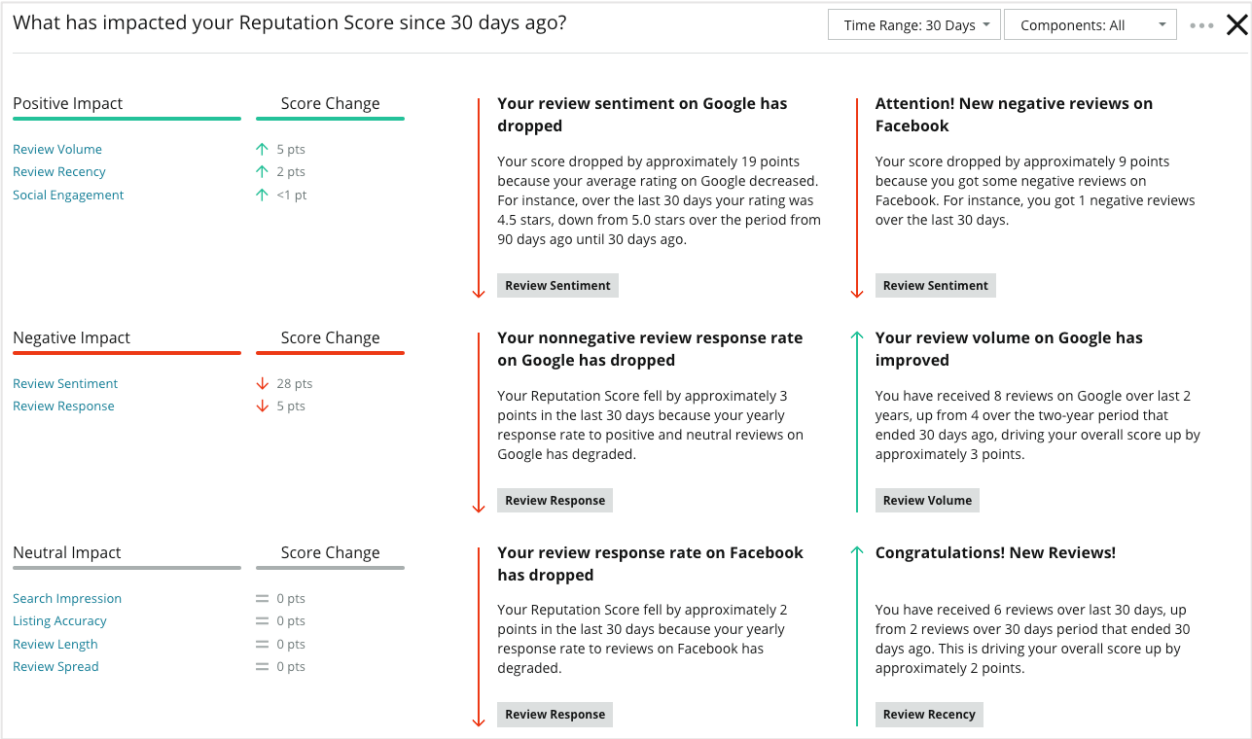
Zobrazte si konkrétní poznatky pro jednotlivé komponenty. Uveďte důvody, proč se dnešní hodnocení změnilo oproti hodnocení před 30 dny (nebo v libovolném časovém rozmezí, které jste zvolili). Kliknutím na šipky můžete procházet mezi postřehy (pokud jsou k dispozici). Každý přehled je označen složkou, kterou nejvíce ovlivní. Kliknutím na název nebo značku komponenty zobrazíte další podrobnosti o každé komponentě.



Zobrazit všechny postřehy

Kliknutím na tlačítko **Zobrazit všechny postřehy** se dostanete o jednu vrstvu hlouběji a zobrazíte pozitivní, negativní a neutrální dopady z této lokality podle časového rozsahu a složky. Zobrazte si konkrétní poznatky pro jednotlivé komponenty. Každý přehled je označen složkou, kterou nejvíce ovlivní.

Přehledy o změnách hodnocení se nezobrazí u míst novějších než 30 dní. Na těchto místech se místo toho zobrazí obecné informace o tom, co pomáhá nebo škodí jejich aktuálnímu hodnocení. Pokud mají lokality Hodnocení reputace déle než 30 dní, zobrazí se informace o změnách hodnocení.

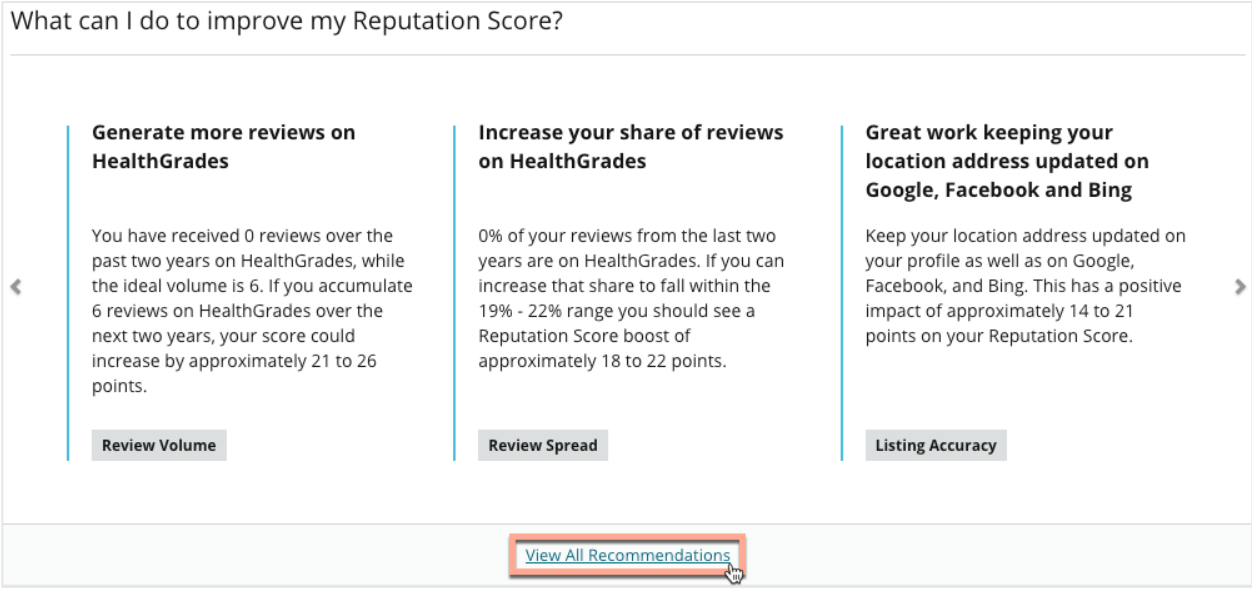


Poznámka: Postřehy se zobrazují, když existuje alespoň jednobodový dopad na celkové hodnocení reputace. Pokud se u konkrétní složky nezobrazí náhled, změna hodnocení nebyla dostatečně významná na to, aby se vytvořil náhled.

Doporučení ke zlepšení

Zobrazte si doporučení pro zlepšení Hodnocení reputace vaší lokality, seřazená podle největšího až nejmenšího dopadu. Uvědomte si, o kolik bodů přibližně mohou navrhovaná zlepšení ovlivnit vaše hodnocení. Každé doporučení je označeno složkou, kterou nejvíce ovlivní.

Kliknutím na značku komponenty zobrazíte další podrobnosti o každé komponentě. Kliknutím na šipky můžete procházet mezi doporučeními. Chcete-li zobrazit všechna doporučení na jedné stránce, klikněte na možnost **Zobrazit všechna doporučení**.



Poznámka: Tento graf je k dispozici pouze v případě, že je vybrána jedna lokalita. Pokud jste ve filtrech vybrali dvě nebo více lokalit, tento graf nebude k dispozici.

Srovnání trendů v čase

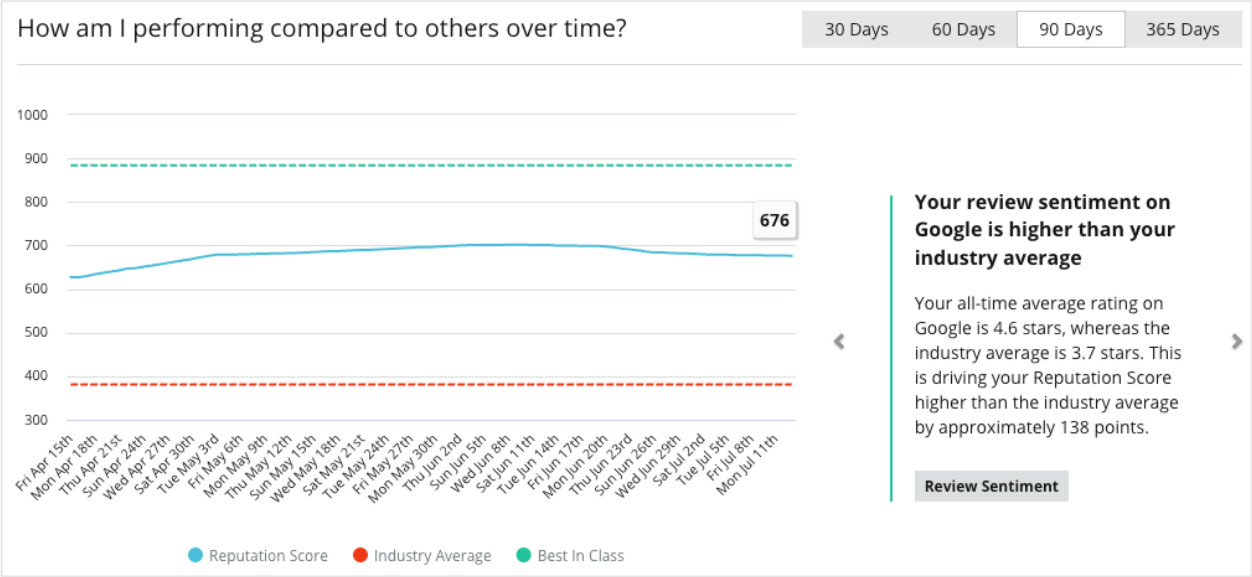
Sledujte, jak se vaše Hodnocení reputace vyvíjí v čase ve srovnání s průměrem v oboru a nejlepšími ve své třídě. Zobrazení výsledků podle rozsahu dat (posledních 30, 60, 90 nebo 365 dní od data vygenerování dat). Chcete-li zobrazit údaje o Hodnocení reputace za konkrétní den, najeďte na graf.

Zvolena jedna lokalita

Postřehy vysvětlují rozdíl mezi dnešním Hodnocením reputace pro vaši lokalitu a dnešním průměrným hodnocením v odvětví. Kliknutím na šipky můžete procházet mezi jednotlivými náhledy. Každý přehled je označen složkou, kterou nejvíce ovlivní.

Kliknutím na značku komponenty zobrazíte další podrobnosti o každé komponentě. Chcete-li zobrazit všechny přehledy na jedné stránce, klikněte na možnost **Zobrazit všechny srovnávací přehledy**.

Přehledy se objeví, když komponenta hodnocení (např. průměr hvězd Google) prokáže změnu alespoň o 1 bod v hodnocení vaší lokality. Pokud se u konkrétní složky nezobrazí náhled, změna hodnocení nebyla dostatečně významná na to, aby se vytvořil náhled.



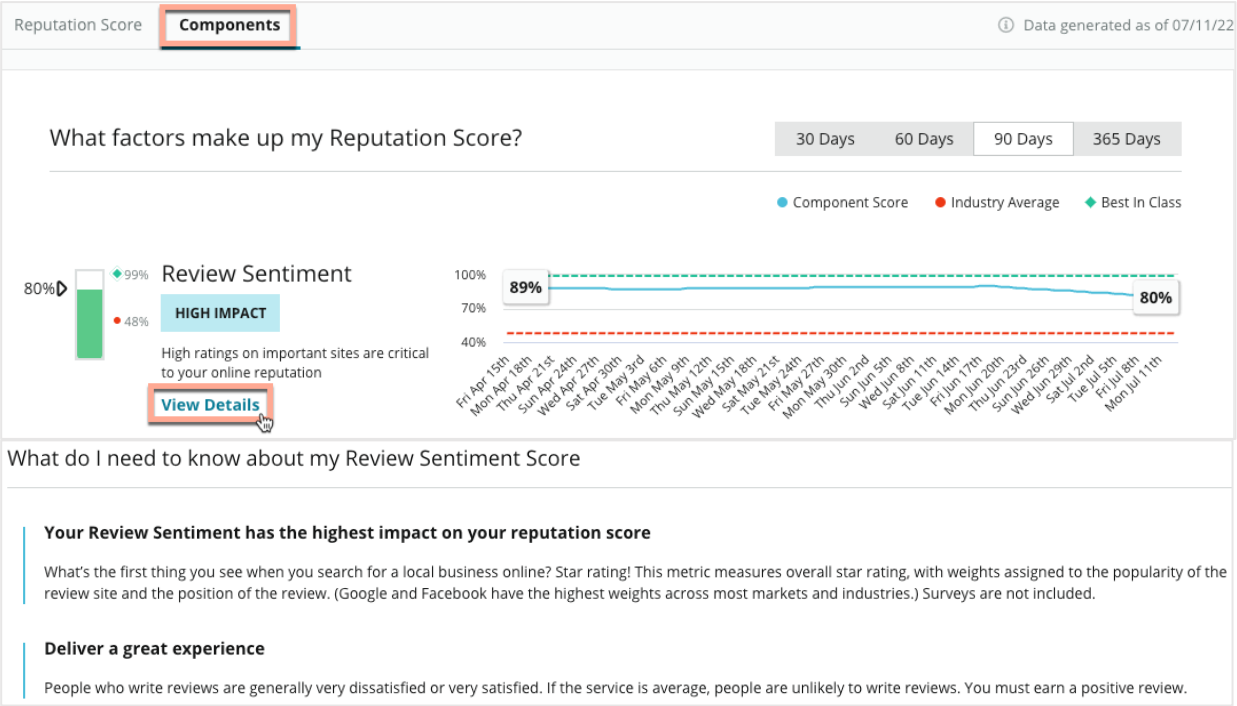
Zobrazení porovnání trendů s jednotlivými postřehy o lokalitě či bez nastavením vašich filtrů.

Karta Komponenty

Zlepšete své hodnocení reputace analýzou devíti klíčových složek (další dvě složky jsou používány pro prodejce v automobilovém průmyslu). Složky jsou na platformě řazeny od těch s největším dopadem po ty s nejnižším. U každé z nich můžete porovnat své skóre se standardem v oboru a nejlepšími ve své třídě a také sledovat trend vývoje jednotlivých hodnocení v čase.

Zobrazení výsledků podle rozsahu dat (posledních 30, 60, 90 nebo 365 dní od data vygenerování dat). Najetím na každý graf zobrazíte skóre složek pro konkrétní den.

Kliknutím na tlačítko **Zobrazit podrobnosti** pod každou složkou se dozvíte více informací o dané složce, včetně tipů na zlepšení a odkazů na další zdroje.



Poznámka: Pokud je vybráno jedno umístění, na stránce **Zobrazit podrobnosti** se zobrazí informace o jednotlivých součástech. Postřehy nebudou k dispozici, pokud zvolíte dvě či více lokalit.

O svém hodnocení reputace se dozvíte tím, že se ponoříte hlouběji do každé z následujících složek:

1

Názory recenzí

Co se zobrazí jako první, když hledáte místní firmu na internetu? Názory jejích recenzí neboli průměr hvězdiček! Tato metrika měří celkový dojem z vašich recenzí ze všech významných zdrojů. Průzkumy nejsou zahrnuty.

- Nejvyšší váhu na většině trhů a ve většině odvětví mají společnosti Google a Facebook.
- Zprostředkujte skvělý zážitek! Lidé, kteří píší recenze, jsou většinou velmi nespokojení nebo velmi spokojení. Pokud je služba průměrná, lidé pravděpodobně nebudou psát recenze.
- Musíte získat kladné hodnocení.

2

Objem recenzí

Další věc, na kterou se můžete po vyhledání podniku zaměřit, je počet recenzí, které se do tohoto průměru promítly. Budete více věřit průměrnému hodnocení podniku s 1 000 recenzemi než podniku s 5 recenzemi. Tato metrika měří celkový počet recenzí na důležitých webech s recenzemi online. Lokalita musí mít minimální počet recenzí na každém relevantním webu s recenzemi, aby dosáhla vysokého počtu bodů.

- Aktivně vyžadujte recenze od zákazníků pomocí nástrojů, jako je mobilní aplikace Reputation.
- Vysvětlete, že se snažíte poskytovat ty nejlepší služby a že jste hrdí a motivovaní, když od zákazníků slyšíte pozitivní zpětnou vazbu.

3

Rozpětí recenzí

Google a Facebook jsou nejdůležitější, ale musíte mít také recenze na různých webech. Podniky s recenzemi na různých populárních recenzních webech mají příznivější hodnocení než podniky s recenzemi soustředěnými pouze na jednom nebo dvou webech.

- Naše šablony žádostí berou v úvahu rozložení recenzí, proto doporučujeme používat vložené odkazy na portálu Reputation.com namísto ručních, abyste měli jistotu, že ptáte na webech, které mají na vaše hodnocení největší vliv.

4

Aktuálnost recenzí

Dále se podívejte na datum recenzí. Pokud v posledních několika měsících nebyly zanechány žádné recenze, můžete se ptát, zda podnik již není otevřený nebo relevantní (osvědčeným postupem je mít recenze novější než 3 měsíce).

- Recenze vyžadujte pravidelně. Pomocí integrace můžete dokonce automatizovat žádosti o recenzi po každé transakci se zákazníkem.
- Při výpočtu průměru hvězdiček mají větší váhu nejnovější recenze.

5

Vyhledávání dojmů

Jaké jsou první výsledky vyhledávání při hledání místního podniku (jméno a PSČ, adresa nebo město/stát)? Pokud se webová stránka vaší lokality nachází v horní části výsledků vyhledávání (prvních 10 modrých odkazů na stránce 1) a zobrazí se znalostní panel firemních profilů Google (GBP), získáte zde vysoké skóre. Pokud se navíc při vyhledávání odvětví „v mém okolí“ zobrazí vaše poloha v prvních 10 výsledcích vyhledávání nebo v balíčku Local Pack, skóre se zvýší.

- Použití widgetu pro generování vlastního hodnocení pomocí hvězdiček na vašich webových stránkách může vaši stránku pozvednout ve výsledcích vyhledávání.
- Ujistěte se, že je váš profil GBP úplný a že je vaše kategorie podniku v profilu umístění správná.
- Pokud potřebujete pomoc s aktualizací svých webových stránek, zvažte možnost prozkoumat naše řešení Stránek a Lokátorů optimalizovaných pro SEO.

6

Reakce na recenzi

Spotřebitelé potřebují zdvořilé odpovědi a přímé způsoby kontaktování. I na negativní recenzi se často pohlíží příznivěji, pokud na ni podnik reagoval.

- Snažte se reagovat na všechny recenze, ale osvědčeným postupem je reagovat na 100 % negativních recenzí a alespoň na 20 % pozitivních recenzí.
- Zvýšením míry odpovědí můžete bezprostředně zlepšit svou on-line reputaci. (Pomůžeme vám pomocí spravovaných odpovědí, pokud se obrátíte na náš tým prémiových předplacených služeb.)

- Pokud se o odpovědi staráte sami, použijte makra jako výchozí bod, abyste mohli reagovat rychle a zároveň je zpestřili.

Poznámka: Některé zdroje neumožňují odpovídat na recenze. Tyto zdroje jsou vyloučeny z výpočtů hodnocení.

7

Přesnost seznamů

Odpovídají informace o poloze podniku tomu, co se skutečně zobrazuje ve službě Google? A co jiné weby (např. Facebook, Bing Local atd.)?

- Přesnost těchto informací je obzvláště důležitá, když spotřebitelé vyhledávají informace „v mém okolí“. Oprava informací v seznamu firem je snadný a okamžitý krok, který můžete podniknout ke zlepšení reputace.
- Pokud aktuálně neprovádíte audit svých firemních výpisů pomocí platformy, obraťte se na tým podpory nebo požádejte o pomoc náš tým prémiových předplacených služeb. Váš teploměr přesnosti nebude tak přesný, pokud nemáte v platformě nahraná připojení/zdroje pravdy.

8

Sociální angažovanost

Je firma přítomna na sociálních sítích a jsou její příspěvky zajímavé? Podniky, které jsou aktivní na sociálních sítích, mají tendenci přeměnit více prohlížejících na zákazníky.

- Pravidelně zveřejňujte obsah na sociálních sítích a reagujte na komentáře do 24-48 hodin. Tato metrika v současné době měří zapojení na Facebooku na základě zobrazení, fanoušků, lajků a zapojených uživatelů. Ačkoli hodnocení aktuálně neodrážejí rychlé časy odezvy, jde o nejlepší postup, který pomáhá zvyšovat spokojenost zákazníků.

Poznámka: Do této metriky se započítávají pouze lokality s připojeným účtem na Facebooku. Pokud v tomto teploměru nemáte žádné údaje, nebude to mít vliv na celkové hodnocení.

9

Délka recenze

Která recenze má pro vás větší dopad: „Bylo to skvělé“ – NEBO – „Tim byl úžasný a vysvětlil mi všechny možnosti financování. Cítil jsem se jako součást jeho rodiny!“

- Přestože délku recenze nemůžete nutně ovlivnit, má vliv na to, jak potenciální spotřebitel vnímá vaši firmu a jak je pravděpodobné, že bude recenzi důvěřovat. Pokud žádáte zákazníky osobně, zkuste je požádat, aby napsali dvě nebo více vět.

10

Kondice značky

Kondice značky hodnotí celkový názor sociálních sítí na značku. Tato komponenta měří celkový názor, přičemž přiřazuje váhu podle dosahu a aktuálnosti příspěvků z veškerého obsahu na sociálních sítích a komentářů týkajících se vaší značky. Základní posuzované zdroje jsou Twitter, Reddit, Instagram a Facebook.

- Udržíte-li si pozitivní názory na svou značku napříč všemi příspěvky a komentáři, budujete si tím svou základnu sledujících na sociálních sítích a děláte z těchto sledujících zákazníky.

Poznámka: Kondice značky je v současné době dostupná jen u prodejců aut.

11

Dosah značky

Dosah značky hodnotí dosah vaší značky napříč internetem. Tato komponenta měří dosah a zmínky v příspěvcích napříč sociálními sítěmi i stáří příspěvku. Základní posuzované zdroje jsou Twitter, Reddit, Instagram a Facebook.

- Čím více lidí oslovíte na sociálních sítích, tím více potenciálních zákazníků můžete získat.

Poznámka: Dosah značky je v současné době dostupný jen u prodejců aut.

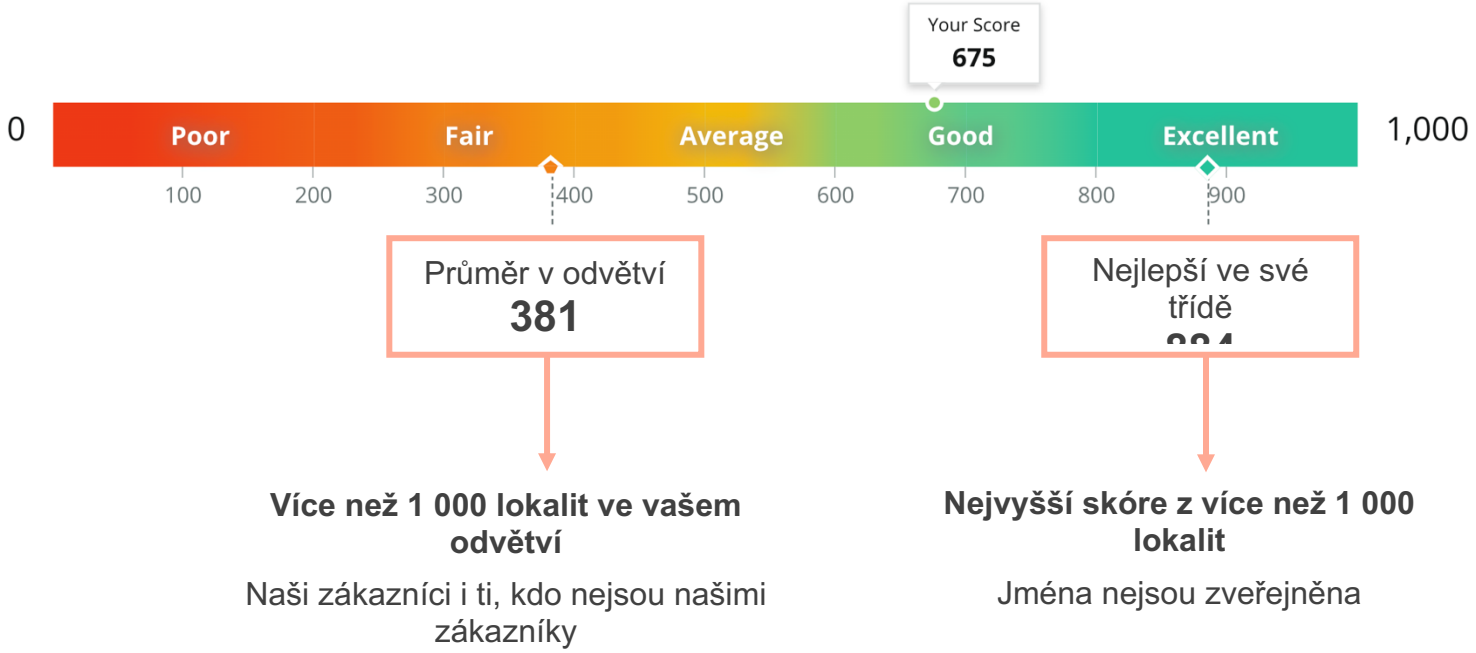
Časté dotazy k odstraňování problémů

Zde jsou uvedeny běžné scénáře řešení problémů s Hodnocením reputace.

Kdo jsou podniky, s nimiž jsem porovnáván v „Průměru odvětví“, a jak zjistím jejich skóre?

Pro výpočet oborových referenčních hodnot náš algoritmus vybírá reprezentativní vzorek více než 1 000 míst ve vašem oboru (zákazníci i Reputation.com i ostatní). Vypočítáme průměrné skóre za všechny lokality ve vzorku.

Vezmeme také lokality s nejlepší reputací v tomto vzorku (obvykle 1 % nejlepších) a vytvoříme z nich průměrné skóre. Tento průměr je v daném odvětví nejlepší ve své třídě.



Více než 1 000 lokalit ve vašem odvětví

Naši zákazníci i ti, kdo nejsou našimi zákazníky

Nejvyšší skóre z více než 1 000 lokalit

Jména nejsou zveřejněna

Poznámka: Nemůžeme zveřejnit, o jaké podniky se jedná a jaké jsou jejich výsledky. Pokud vás tyto metriky zajímají, zvažte naše možnosti Zpráv o konkurenci.

Jsou hodnocení oborový standard / nejlepší ve své třídě specifická pro daný region nebo lokalitu?

Vaše celkové skóre *je* specifické pro odvětví a region (zemi). Algoritmus bodování se například liší mezi podniky OEM ve Spojeném království a maloobchodními podniky v USA.

Standardní a nejlepší ve své třídě používají stejný hodnotící algoritmus. Tyto výsledky však nejsou dále rozděleny pro porovnání jednotlivých lokalit. Pokud víte, že lokality v jihozápadní Arizoně si obvykle vedou lépe než lokality v severzoápadní Arizoně, stejně je budete pro srovnání porovnávat s celostátními měřítky.

Poznámka: Místní nastavení uživatele se neposuzují při výpočtech nebo u srovnávacích hodnocení. Země spojená s každou lokalitou na platformě se nicméně

V tomto čtvrtletí jsem získal o 20 % více recenzí. Proč se mé skóre nezvyšuje?

Skóre odráží 30denní klouzavý průměr (další informace viz níže), takže denní výkyvy nebudou tak patrné.

Kde se vzaly ty „nové“ recenze? Pokud byly všechny pozitivní recenze na Facebooku, zatímco na Googlu jste získali 3 *negativní* recenze, budou mít recenze na Googlu vždy větší dopad. Ne ke všem recenzním webům se přistupuje stejně.

Čím vyšší skóre získáte, tím těžší je zlepšit se. Zlepšení se měří v mnohem menších, postupných změnách, jak se blížíte k dokonalému skóre.

Doporučené roční cílové zisky pro skupiny skóre	
100 – 50%	500 – 8%
200 – 30%	600 – 4%
300 – 20%	700 – 0%
400 – 13%	

Co znamená 30denní „klouzavý“ průměr?

30denní klouzavý průměr vychází z výpočtů platformy Reputation, které udávají interní denní hodnocení. Následně je vaše denní skóre na platformě průměrem uvedených interních hodnocení z předchozích 30 dní. Například:

- Dnes je 1. května. Uvedené Hodnocení reputace je průměrem hodnocení reputace za období od 1. dubna do 1. května.
- Pokud se vrátíte zpět a podíváte se, jaké bylo vaše hodnocení k 1. únoru, jedná se o průměr Hodnocení reputace z období 2. - 31. ledna.

Jak dlouho potrvá, než se nové recenze odrazí v mém hodnocení reputace?

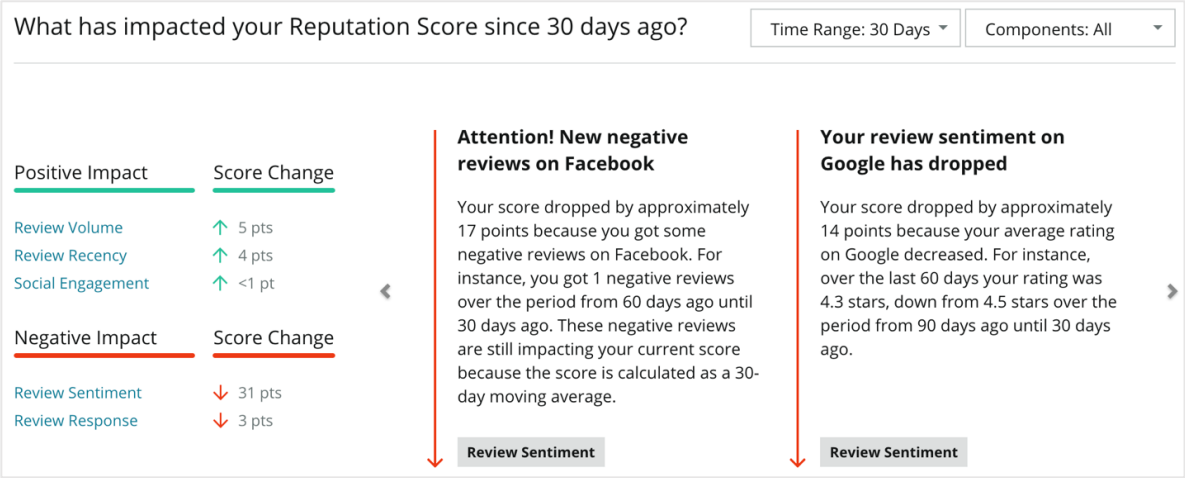
Když dojde k nějaké události, například k novému hodnocení zákazníka, trvá dva dny, než se nové hodnocení začne započítávat do vašeho skóre. Trvá dalších 30 dní, než se projeví plný dopad této události na vaše skóre, protože Hodnocení reputace se vypočítává jako 30denní klouzavý průměr.

Proč se mé hodnocení snížilo?

Nejlepší postup, jak lze zjistit důvod poklesu hodnocení je podívat se na Hodnocení reputace X a zobrazit postřehy rozdělené podle složek a dílčích metrik při porovnání 30, 60 nebo 90 dní.

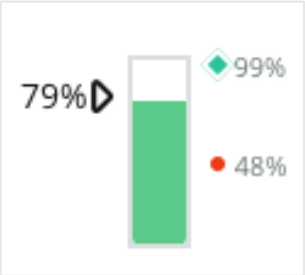
Mezi nejběžnější důvody patří (mimo jiné) nedávný pokles počtu recenzí na síti Google, prudký nárůst negativních recenzí na síti Google nebo pokles míry odpovědí. Přejděte na kartu **Recenze** a podívejte se na **Trend názorů** pro Google.

Podívejte se také na graf **Zodpovězené recenze** a zjistěte, zda v posledním čtvrtletí došlo k poklesu (modrá barva). Reagujte co nejdříve – zejména na recenze ve službě Google. *Negativní recenze od Googlu, na které není reagováno, nejvíce poškozují skóre reakce na recenzi.*



Co znamenají procenta na jednotlivých teploměrech?

Procenta každé složky znamenají vaše hodnocení dané složky. Hodnocení složky má rozpětí 0-100 % a barva se mění od červené po zelenou - čím je teploměr červenější, tím více pozornosti vyžaduje. Procenta slouží k rychlé identifikaci složek, které vyžadují největší pozornost.



Procenta jsou přiřazena na základě našeho algoritmu. Ačkoli neposkytujeme algoritmus, ukážeme vám, kde se každá složka nachází na stupnici (přičemž 100 % je perfektní), abyste měli konzistentní měření ve všech oblastech.

Proč u mé lokality není hodnocení reputace?

Mezi hlavní příčiny patří následující:

- Lokalita je příliš nová: hodnocení se začínají objevovat až po pár dnech.
- Časové okno je nesprávné: hodnocení se vypočítávají až po vytvoření lokality.
- Omezené zdroje dat: lokality vyžadují připojení k přidruženým stránkám pro minimální práh důležitých stránek, aby bylo možno vypočítat hodnocení.

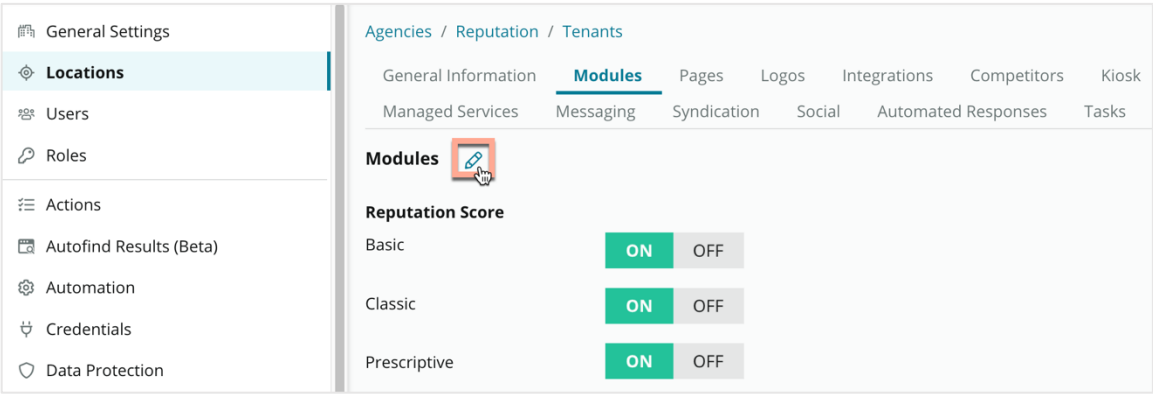
Mám lokalitu pro ústředí společnosti i lokality obchodů. Jak odpojím hodnocení reputace pro ústředí?

Pokud máte různé typy lokalit, můžete potřebovat pro jeden či druhý typ odpojit hodnocení reputace. Pokud máte například ústředí společnosti a několik lokalit restaurací a požadujete postřehy jen k hodnocením restaurací, odpojte ústředí společnosti.

1. Klikněte na položku **Správce** a pak zvolte **Lokality**.
2. Zvolte si lokalitu, u které chcete hodnocení reputace odpojit.
3. Klikněte na položku **Moduly**.

> Poznámka: Ne všichni nájemci mají tuto možnost. Pokud nevidíte položku **Moduly**, požádejte o pomoc tým podpory nebo CSM.

4. Klikněte na ikonu tužky a přepněte Základní, Klasické a Normativní zobrazení tak, aby ukazovaly „Off“ (Vypnuto).



5. Klikněte na **Save** (Uložit).

Prémiové placené služby

Nechte naše odborníky z platformy prémiových placených služeb, aby pracovali za vás.

Ačkoli se snažíme, aby naše platforma byla intuitivní a účinná, chápeme, že váš čas je drahocenný; zdroje i připojení mohou být omezené. Společnost Reputation má vlastní tým odborníků, kteří jsou připraveni vám pomoci se správou vašich výpisů, optimalizací SEO a zveřejněním, vydáním a správou vašich příspěvků na sociální sítě - a také současně mohou spravovat vaše odpovědi na recenze. Díky této sadě služeb s přidanou hodnotou, které podporuje naše platforma a produkty, zaručujeme dokonalé vztahy se zákazníky. Tito odborníci vám pomohou:

- Jít nad rámec **přesnosti** (spravované firemní profily)
- Maximalizovat **dosah** vašich firemních profilů (spravované služby pro Google)
- Zvládnout **sílu** sociálních médií (správa sociálních sítí)
- Značka, která se nejvíce **zajímá**, **vyhrává** (spravovaná odpověď na recenzi)

Váš manažer pro správu účtu vám poskytne další informace o našich Prémiových placených službách

Pomohl vám tento průvodce? Sdělte nám svůj názor:
https://bit.ly/rep-guides

Další zdroje

Podívejte se na naši úplnou nabídku uživatelských návodů a dozvíte se více o platformě Reputation.

- Akce
- Správce
- Sociální sítě značky
- Firemní profily
- Ovládací panely
- Zkušenost
- Doručená pošta
- Mobilní aplikace
- Stránky a lokátory
- Rep Connect
- Zprávy
- Vyžádání
- Recenze
- Sociální naslouchání
- Sada pro sociální sítě
- Průzkumy
- Widgety

© 2022 Reputation, Inc. | 20

Pomohl vám tento průvodce? Sdělte nám svůj názor:
https://bit.ly/rep-guides