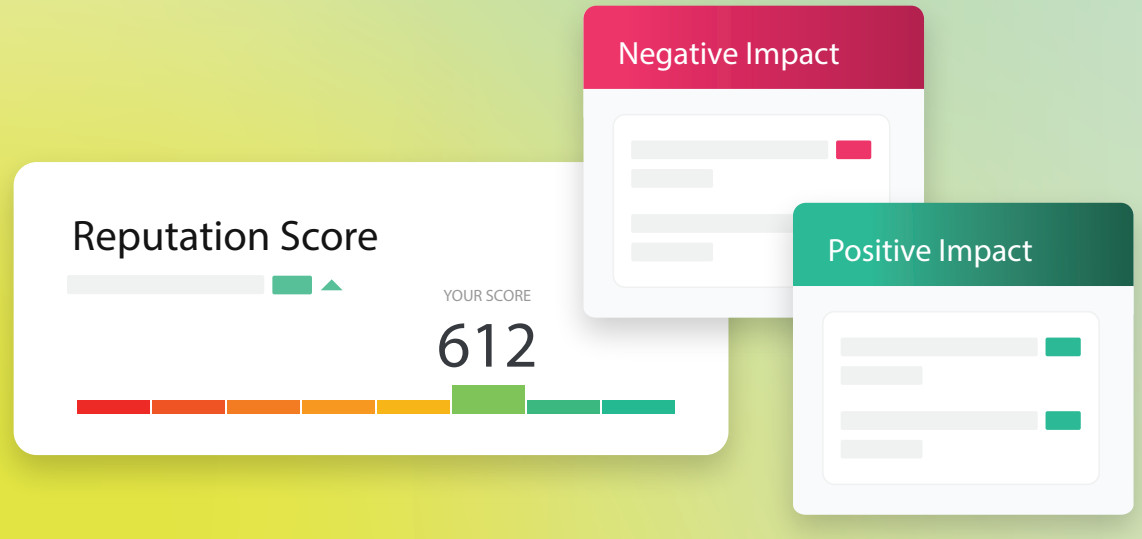
Reputation

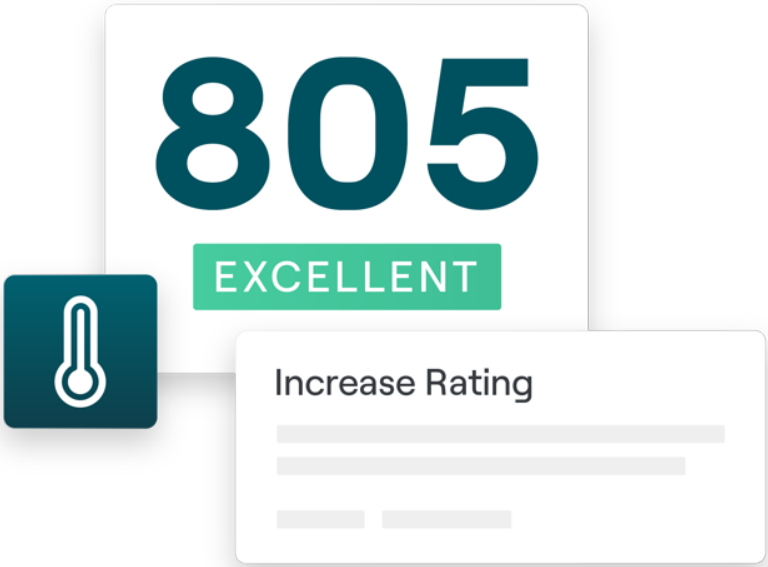
Punteggio di Reputazione X



2022

Sommario

I. Punteggio di reputazione X……2
   a. Panoramica
   b. Casi di studio
II. Scheda Punteggio di reputazione……5
   a. Informazioni sulla località
   b. Raccomandazioni per il miglioramento
   c. Confronto delle tendenze nel tempo
III. Scheda componenti……10
IV. FAQ sulla risoluzione dei problemi……15
V. Servizi premium a pagamento……...19
VI. Risorse aggiuntive……..……..20



© 2022 Reputation, Inc. |

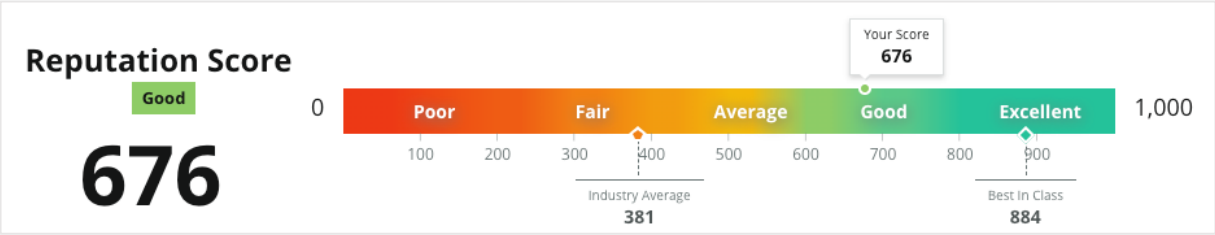
Panoramica sul punteggio di reputazione X

Il Punteggio di reputazione è un indice completo della presenza digitale delle sedi aziendali, calcolato per oltre 70 settori.

Un unico punteggio per tutto

Il punteggio di reputazione X è il punto di riferimento unico per informazioni su tutto ciò che i clienti dicono, provano e sentono sulla tua attività in **un'unica metrica**. Identifica i tuoi punti di forza e debolezza, fornendo informazioni concrete per confrontarti con i tuoi concorrenti e migliorare la reputazione online del tuo marchio.

Il punteggio calcola le prestazioni dell'azienda in una varietà di importanti aree online in termini di visibilità, engagement e sentiment. Scopri cosa influenza il punteggio e perché le prestazioni dell'azienda sono migliori o peggiori rispetto ai colleghi di settore.



Più alto è il punteggio di reputazione, maggiore è la probabilità che l'azienda emerga nei motori di ricerca, nei risultati delle mappe e sui siti di recensioni, questo significa che stai facendo le cose giuste per essere visto e scelto da nuovi consumatori.

Il Punteggio di reputazione X mostra il punteggio più recente. Seleziona intervalli di date personalizzati nei **Resoconti** per visualizzare i dati storici del punteggio. Visualizza i risultati per posizione e filtri personalizzati. Alcuni grafici consentono anche di filtrare per intervallo di date (ultimi 30, 60, 90 o 365 giorni dalla data di generazione dei dati).

Componenti di un punteggio di reputazione

- Sentiment recensioni
- Volume recensioni
- Ampiezza recensioni
- Attualità recensioni
- Impression di ricerca
- Risposta alle recensioni
- Accuratezza dell'inserzione
- Social engagement
- Lunghezza recensioni
- Salute del marchio*
- Reach del marchio*

Disponibile solo per i concessionari di automobili*

Casi di studio

I feedback costituiranno la base per la crescita della tua attività con informazioni concrete dal punteggio di reputazione X. La nostra ricerca mostra anche un impatto diretto sui guadagni. Leggi in che modo clienti reali di Reputation hanno trasformato i feedback nel motore della crescita della propria attività e scopri come riuscirci a tua volta, attuando azioni concrete dal Punteggio di reputazione X.

The Arbor Company.

The Arbor Company è un'azienda con sede ad Atlanta costituita da oltre 45 comunità residenziali indipendenti, assistite e di cura della demenza che si occupano degli anziani in 11 stati. La loro missione è coinvolgere e migliorare la salute e lo spirito dei residenti, rispettando l'unicità della vita di ogni persona grazie a legami profondi con residenti, famiglie e personale.

The Arbor Company si è rivolta a noi per un aiuto su come rispondere alle recensioni, personalizzare velocemente i messaggi di risposta e automatizzare le richieste di recensioni con un trigger identificabile, il tutto su un'unica piattaforma.

Azioni

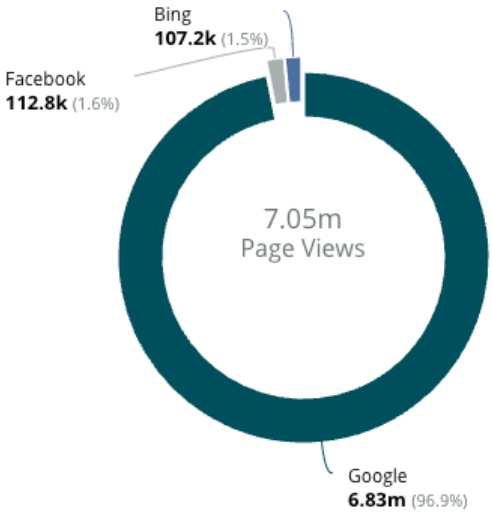
1. Passaggio a una piattaforma unica per monitorare recensioni, messaggi di risposta e richieste di recensioni.

2. Utilizzo di Recensioni e approfondimenti per identificare i temi dei feedback e attuare miglioramenti concreti.

3. Utilizzo di servizi premium a pagamento per monitorare e rispondere a recensioni online con modelli di risposta in linea con il brand pre-approvati.

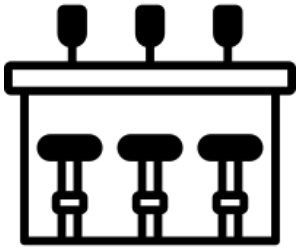
Risultati

- Aumento del 22% delle visualizzazioni delle inserzioni nelle ricerche
- Le ulteriori azioni sulle inserzioni hanno convertito una media di 12 nuovi residenti l'anno.
- Aumento del 64% del volume di recensioni
- Oltre $ 4,5 milioni di guadagni incrementali
- **Aumento di 191 punti del punteggio di reputazione**



© 2022 Reputation, Inc.

Confidential Hospitality



Si tratta della più grande azienda di pub al mondo a seguito di importanti acquisizioni e si è rivolta a Reputation per i motivi seguenti:

- Sostituzione di KPI con NPS da estendere a tutto il gruppo
- Migliorare l'accuratezza dei dati per le inserzioni commerciali dei pub
- Una piattaforma di facile utilizzo per incoraggiare l'utilizzo tra i manager e i team
- Resoconti di alto livello e funzionalità per aiutare a prendere decisioni commerciali informate in futuro e mantenere la leadership aggiornata

Azioni

1. Fornire un'unica piattaforma per gestire recensioni, sondaggi, social, inserzioni e altro per aumentare l'efficienza con una scalabilità funzionale al crescere del gruppo nel tempo.

2. Decentralizzare la gestione quotidiana del feedback online delle sedi, mantenendo una visione panoramica dalla sede centrale.

3. Creare un senso di competizione salutare tra le sedi nel portafoglio del gruppo.

Risultati

- La valutazione online in stelle è aumentata di 0,09, fino a 4,3 stelle su 5
- Il tasso di risposta alle recensioni dei clienti ha una media del 99% nel 2021, rispetto al 36% del 2019
- Le visualizzazioni delle inserzioni sono aumentate del 1.443% tra il 2019-2021
- I responsabili risparmiano il 25% del tempo grazie all'utilizzo di un'unica piattaforma, anziché 4 o 5
- **Il punteggio di reputazione è aumentato di 196 punti ed è 99 punti sopra la media del settore**

Scheda Punteggio di reputazione

La scheda Punteggio di reputazione considera le tendenze del mercato e del settore. Questi fattori consentono di confrontare l'attività e il suo posizionamento rispetto ad altre attività per quanto riguarda la media del settore e la migliore della categoria.

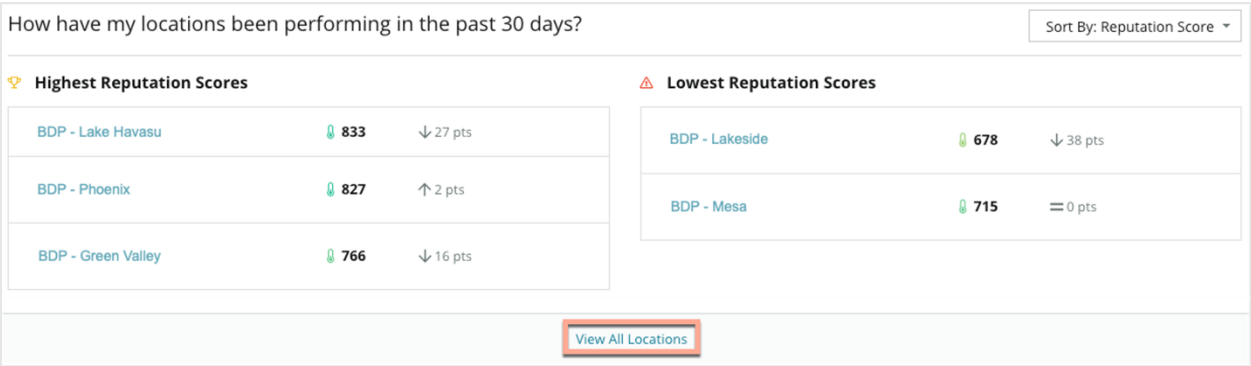
Il punteggio di reputazione è calcolato su una scala da 1.000 punti, dove 1.000 è il punteggio più alto possibile sulla scala e 100 è il più basso.

Informazioni sulla località

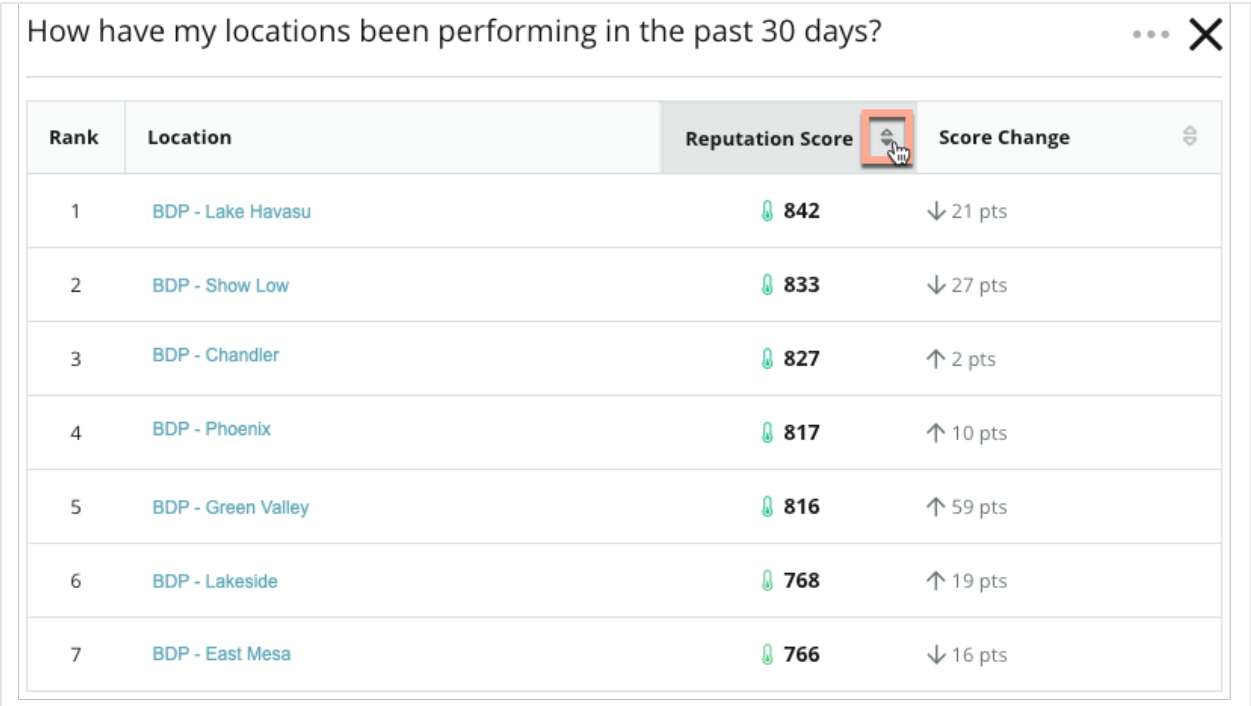
Se è stata selezionata più di una località nei filtri, è possibile visualizzare un'istantanea del rendimento delle località negli ultimi 30 giorni dalla data di generazione dei dati. Visualizza le località migliori con punteggi di reputazione elevati, nonché quelle agli ultimi posti con punteggi bassi o forti cali nei punteggi.

Fai clic su **Visualizzare tutte le località** nella parte inferiore per vedere il punteggio di reputazione e i dati sulla modifica del punteggio per ogni località gestita.

Se una località è stata appena aggiunta, le informazioni potrebbero non comparire subito, poiché sono necessari alcuni giorni per iniziare a popolare i dati.



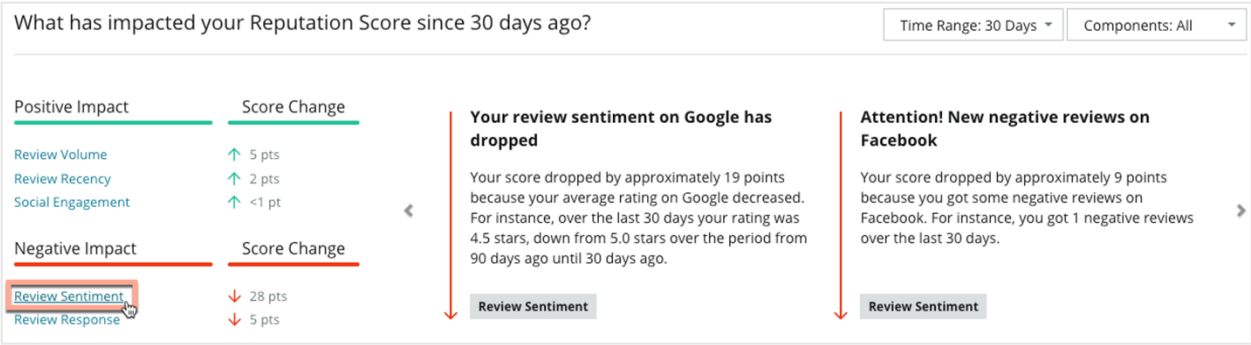
Per impostazione predefinita, le località vengono classificate in base al punteggio di reputazione (da più alto a più basso). Fai clic sulle intestazioni Punteggio di reputazione o Modifica punteggio per ordinare le località in modo crescente o decrescente.



Per località

Seleziona una località nei filtri della riga superiore o fai clic su una località nel grafico più alto/più basso per visualizzare cosa ha avuto un impatto specifico sul punteggio di reputazione di quella località. Visualizza fino a tre componenti per impatto positivo e negativo (ordinati per impatto del punteggio) nell'intervallo di tempo selezionato. Filtra secondo i componenti per restringere il campo di attenzione.

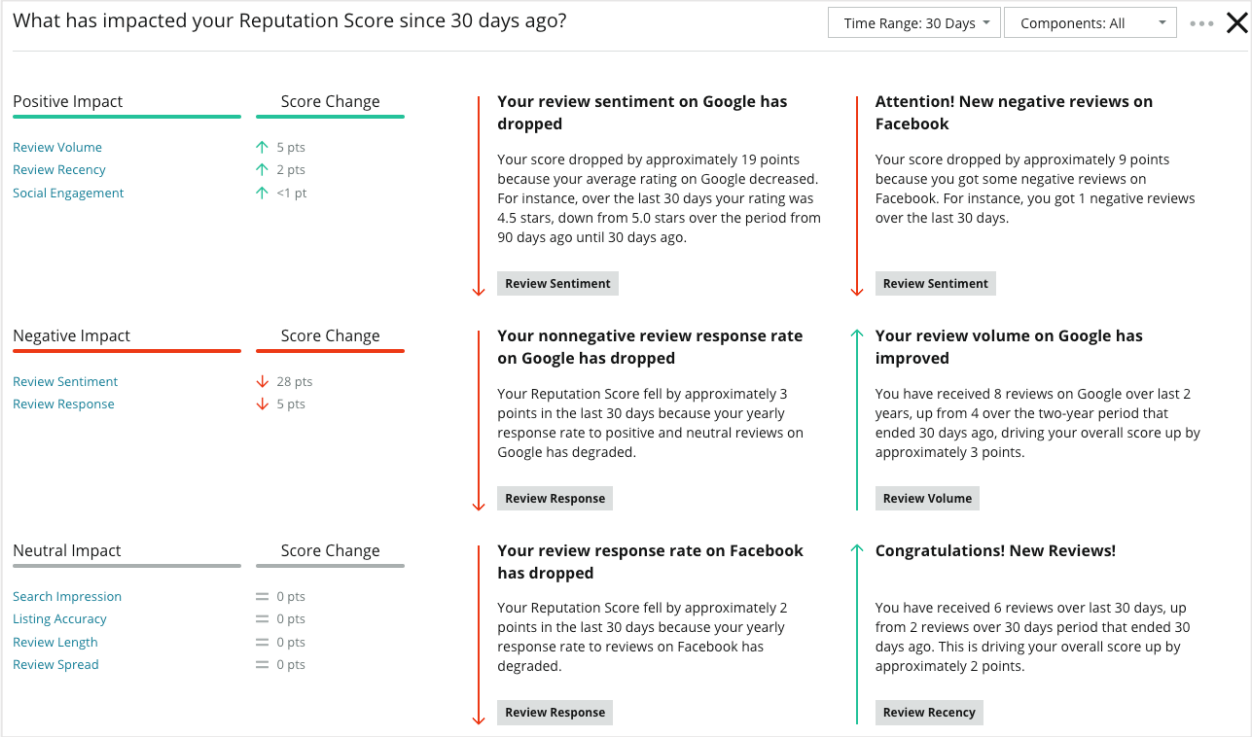
Visualizza approfondimenti specifici per componente. Gli approfondimenti spiegano perché il punteggio di oggi è cambiato rispetto al punteggio di 30 giorni fa (o qualsiasi intervallo di tempo selezionato). Fai clic sulle frecce per scorrere gli approfondimenti (se disponibili). Ogni approfondimento è etichettato con il componente su cui avrà un impatto maggiore. Fai clic sul nome o sul tag del componente per visualizzare ulteriori dettagli su ciascun componente.



Visualizzare tutti gli approfondimenti

Dalle informazioni sulla località, fai clic su **Visualizza tutti gli approfondimenti** per controllare e visualizzare l'impatto positivo, negativo e neutro di questa località per intervallo di tempo e componente. Visualizza approfondimenti specifici per componente. Ogni approfondimento è etichettato con il componente su cui avrà un impatto maggiore.

Le informazioni sulla modifica del punteggio non verranno visualizzate per le località più recenti di 30 giorni. Queste località vedranno invece approfondimenti generali su ciò che sta aiutando o danneggiando il punteggio attuale. Dopo che le località hanno ottenuto un punteggio di reputazione per più di 30 giorni, verranno compilate le informazioni sulla modifica del punteggio.



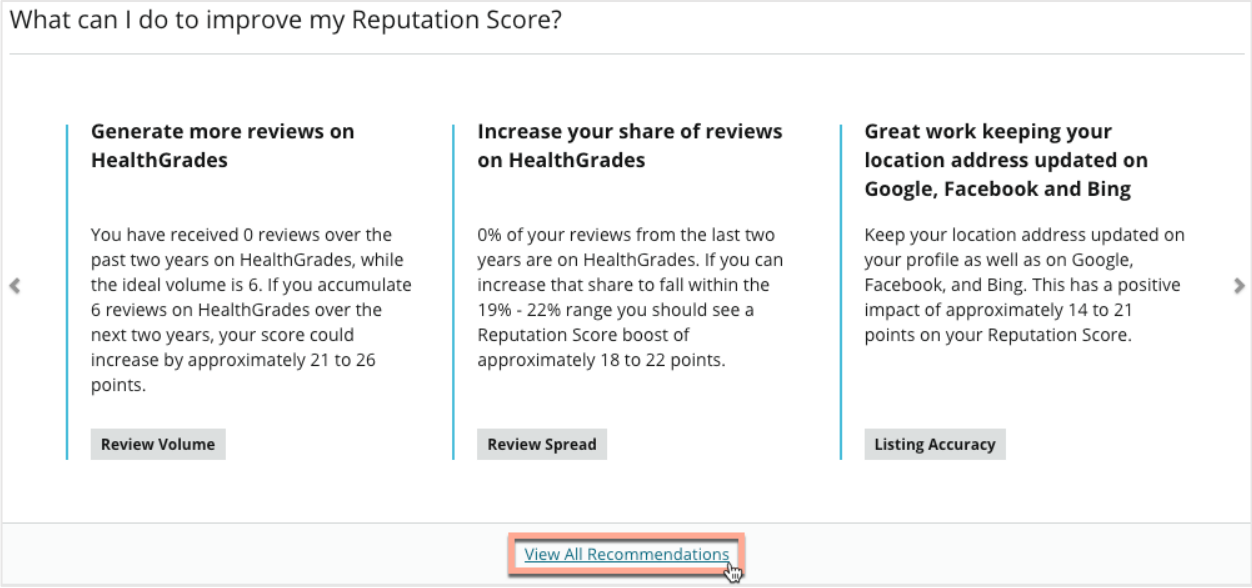
Nota: gli approfondimenti vengono mostrati quando c'è almeno un impatto di 1 punto nel punteggio di reputazione complessivo. Se non si vede un approfondimento per un componente specifico, la variazione nel punteggio non è stata sufficientemente significativa da produrne uno.

© 2022 Reputation, Inc. |

Raccomandazioni per il miglioramento

Visualizza raccomandazioni attuabili per migliorare il punteggio di reputazione di una località, ordinate dall'impatto più alto a quello più basso. È necessario comprendere approssimativamente per quanti punti i miglioramenti suggeriti possono influire sul punteggio. Ogni raccomandazione è etichettata con il componente su cui avrà un impatto maggiore.

Fai clic sul tag del componente per visualizzare ulteriori dettagli su ciascun componente. Fai clic sulle frecce per scorrere le raccomandazioni. Per visualizzare tutte le raccomandazioni nella stessa pagina, fai clic su **Visualizza tutte le raccomandazioni**.



> Nota: questo grafico è disponibile solo quando è selezionata una sola località. Se si sono selezionate due o più località nei filtri, questo grafico non sarà disponibile.

Confronto delle tendenze nel tempo

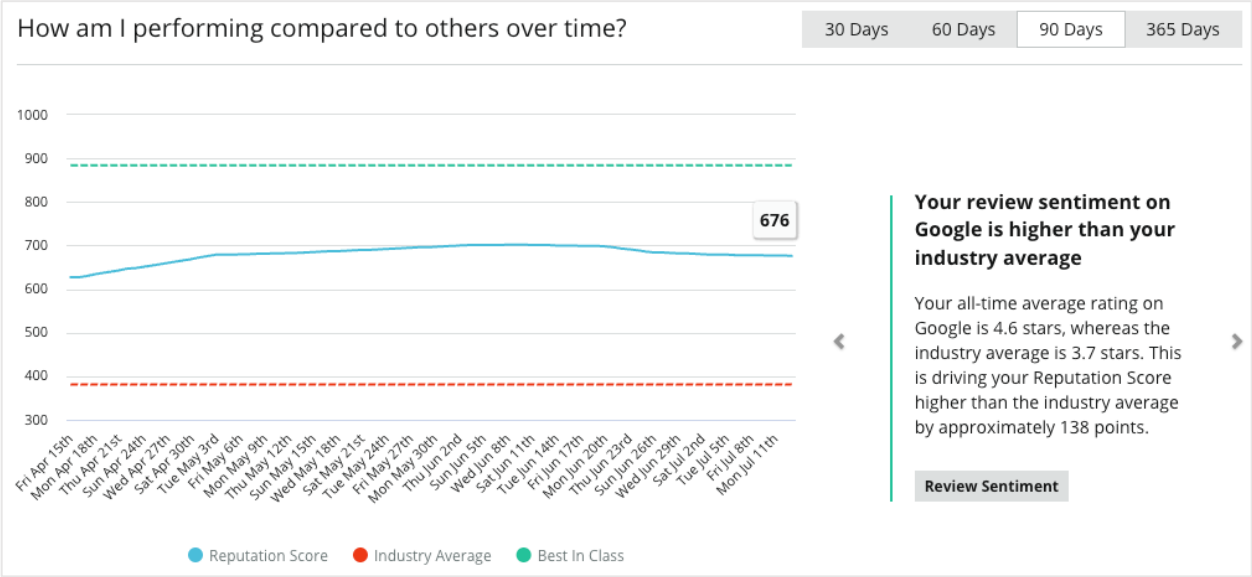
Monitora l'andamento del punteggio di reputazione nel tempo rispetto alla media del settore e al migliore della categoria. Visualizza i risultati per intervallo di date (ultimi 30, 60, 90 o 365 giorni dalla data di generazione dei dati). Passa il mouse sopra il grafico per visualizzare i dati relativi al punteggio di reputazione per un giorno specifico.

Una località selezionata

Gli approfondimenti spiegano la differenza tra il punteggio di reputazione di oggi per la tua località e il punteggio medio del settore di oggi. Fai clic sulle frecce per scorrere gli approfondimenti. Ogni approfondimento è etichettato con il componente su cui avrà un impatto maggiore.

Fai clic sul tag del componente per visualizzare ulteriori dettagli su ciascun componente. Per visualizzare tutti gli approfondimenti nella stessa pagina, fai clic su **Visualizza tutti gli approfondimenti comparativi**.

Gli approfondimenti vengono mostrati quando un sottocomponente del punteggio (ad esempio, la media delle stelle di Google) subisce una modifica di almeno 1 punto nel punteggio della località. Se non si vede un approfondimento per un componente specifico, la variazione nel punteggio non è stata sufficientemente significativa da produrne uno.



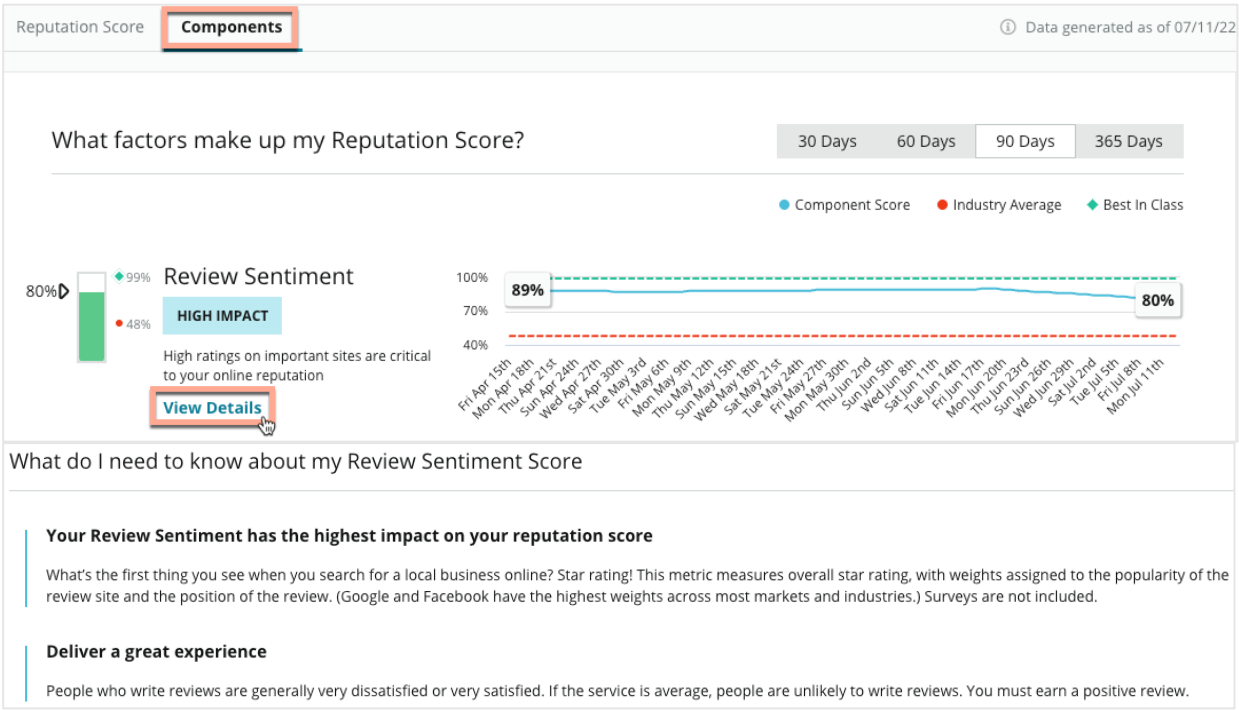
Visualizza il confronto delle tendenze con o senza gli approfondimenti sulle singole località regolando i filtri.

Scheda componenti

Migliora il punteggio di reputazione analizzando nove componenti chiave (sono disponibili due componenti aggiuntivi per i concessionari automobilistici). I componenti sono ordinati sulla piattaforma da quelli con l'impatto maggiore a quelli con l'impatto minore. Per ogni componente, è possibile confrontare il punteggio con lo standard e il migliore del settore, oltre a vedere ogni punteggio come tendenza nel tempo.

Visualizza i risultati per intervallo di date (ultimi 30, 60, 90 o 365 giorni dalla data di generazione dei dati). Passa il mouse sopra ogni grafico per visualizzare il punteggio del componente per un giorno specifico.

Fai clic su **Visualizza dettagli** sotto ogni componente per saperne di più su quel componente specifico, inclusi suggerimenti per migliorare e collegamenti a risorse aggiuntive.



Nota: la pagina **Visualizza dettagli** mostrerà approfondimenti specifici del componente se viene selezionata una località. Gli approfondimenti non saranno disponibili se due o più località sono selezionate.

Approfondisci il punteggio di reputazione analizzando attentamente ciascuno dei seguenti componenti:

1

Sentiment recensioni

Qual è la prima cosa che si vede quando si cerca un'attività commerciale locale online? Il sentiment delle recensioni o la media in stelle! Questa metrica misura il sentiment complessivo delle recensioni su tutte le fonti più importanti. I sondaggi non sono inclusi.

- Google e Facebook hanno i pesi più alti nella maggior parte dei mercati e dei settori.
- Offri una grande esperienza! Le persone che scrivono recensioni sono generalmente molto insoddisfatte o molto soddisfatte. Se il servizio è nella media, è improbabile che le persone scrivano recensioni.
- È necessario ottenere una recensione positiva.

2

Volume recensioni

Un'altra cosa che si controlla di un'attività commerciale è il numero di recensioni da cui è derivata la media in stelle. Una media in stelle è più credibile se accompagnata da 1.000 recensioni anziché 5. Questa statistica misura il numero totale di recensioni su importanti siti di recensioni online. Una località deve avere una quantità minima di recensioni su ciascun sito pertinente per ottenere un punteggio elevato in termini di volume.

- Richiedi attivamente recensioni dai clienti utilizzando strumenti come l'app mobile Reputation.
- Spiega che ti stai impegnando per fornire il miglior servizio e che ti senti orgoglioso e motivato ricevendo feedback positivi dai clienti.

3

Ampiezza recensioni

Google e Facebook sono i più importanti, ma è bene avere recensioni anche su molti altri siti. Le aziende con recensioni su moltissimi siti di recensioni popolari ottengono punteggi più favorevoli rispetto a quelle con recensioni concentrate solo su uno o due siti.

- I nostri modelli di richiesta tengono conto della diffusione delle recensioni, motivo per cui consigliamo di utilizzare i link inseriti da Reputation, anziché operare manualmente per assicurarsi di effettuare richieste sui siti che hanno il maggior impatto sul punteggio.

© 2022 Reputation, Inc.

4

Attualità recensioni

Dopodiché, si controlla la data delle recensioni. Se negli ultimi mesi non sono state scritte recensioni, viene da chiedersi se l'attività sia aperta o pertinente (la best pratice è avere recensioni più recenti di 3 mesi).

- Richiedi recensioni regolarmente. Utilizzando un'integrazione, è persino possibile automatizzare le richieste di recensione dopo ogni transazione col cliente.
- Le recensioni pubblicate più di recente hanno un peso maggiore nel calcolo della media in stelle.

5

Impression di ricerca

Quando si cerca un'attività commerciale locale (nome e CAP, indirizzo o città/provincia), quali sono i primi risultati di ricerca? Se la pagina web della sede è vicina alla parte superiore dei risultati di ricerca (primi 10 collegamenti blu a pagina 1) e viene visualizzato il pannello delle conoscenze di Google Business Profile (GBP), si otterrà un punteggio elevato. Inoltre, cercando un settore "vicino a me", il punteggio aumenta se la località viene visualizzata nei primi 10 risultati di ricerca o nel Local Pack.

- L'utilizzo di un widget per generare una valutazione in stelle sul proprio sito web può portare la pagina più in alto nei risultati di ricerca.
- Assicurati che il profilo GBP sia completo e che la categoria dell'attività sia corretta nel profilo della località.
- Se necessiti di assistenza per aggiornare il sito web, prendi in considerazione la possibilità di consultare le nostre pagine ottimizzate SEO e le soluzioni di localizzazione.

6

Risposta alle recensioni

I consumatori hanno bisogno di ricevere risposte cortesi e che offrano metodi diretti per contattarli. Anche una recensione negativa viene spesso considerata più favorevolmente se l'azienda risponde.

- Sforzati di rispondere a tutte le recensioni, ma tieni presente che la best practice consiste nel rispondere al 100% delle recensioni negative e ad almeno il 20% delle recensioni positive.
- È possibile aumentare il proprio tasso di risposta immediatamente per migliorare la reputazione online. (Permettici di aiutarti con la risposta gestita, contattando il nostro team per i servizi premium a pagamento).

- Se si gestiscono le risposte da soli, usare le macro come punto di partenza per poter rispondere rapidamente aggiungendo comunque varietà.

Nota: alcune fonti non consentono di rispondere alle recensioni. Tali fonti vengono escluse dal calcolo del punteggio.

7

Accuratezza dell'inserzione

Le informazioni sulla località dell'attività corrispondono a quelle effettivamente visualizzate su Google? E sugli altri siti (ad es. Facebook, Bing Local, ecc.)?

- L'accuratezza di queste informazioni è particolarmente importante quando i consumatori eseguono ricerche "vicino a me". La correzione delle informazioni sull'inserzione dell'attività commerciale è un'azione facile e immediata da intraprendere per migliorare la propria reputazione.
- Se al momento non stai controllando inserzioni commerciali tramite la piattaforma, contatta il team di supporto oppure il team per i servizi premium a pagamento per assistenza. Il tuo strumento di misurazione dell'accuratezza non potrà mai essere preciso senza connessioni/fonti d'informazione caricate sulla piattaforma.

8

Social engagement

L'azienda ha una presenza social e i post stanno ottenendo buoni riscontri? Le aziende attive sui social media tendono a convertire più visitatori in clienti.

- È bene postare contenuti regolarmente sui canali social e rispondere ai commenti entro 24-48 ore. Questa metrica attualmente misura l'engagement su Facebook in base a visualizzazioni, fan, Mi piace e utenti coinvolti. Anche se al momento il punteggio non riflette tempi di risposta rapidi, è comunque una pratica che aiuterà ad aumentare la soddisfazione del cliente.

Nota: in queste metriche verranno conteggiate solo le località con un account Facebook collegato. Se questo strumento di misurazione non rileva dati, non avrà alcun impatto sul punteggio complessivo.

© 2022 Reputation, Inc.

9

Lunghezza recensioni

Quale recensione ha più impatto secondo te? "È stato fantastico." OPPURE "Tim è stato incredibile e mi ha spiegato tutte le opzioni di finanziamento. Mi ha fatto sentire come uno di famiglia!"

- Sebbene la lunghezza di una recensione non sia qualcosa su cui tu abbia necessariamente il controllo, influenza comunque la percezione del potenziale consumatore della tua attività e la probabilità che si fidi della recensione. Prova a chiedere ai clienti di lasciare due o più frasi se di persona.

10

Salute del marchio

La salute del marchio guarda il sentiment social complessivo del marchio. Questa componente misura il sentiment complessivo, ponderato per reach dei post e attualità dei post da tutti i contenuti multimediali e i commenti del proprio marchio. Le fonti principali considerate sono Twitter, Reddit, Instagram e Facebook.

- Mantenere un sentiment positivo in tutti i post e i commenti del marchio è utile per costruire un seguito social e convertire quei follower in clienti.

Nota: la salute del marchio al momento è disponibile solo per i concessionari automobilistici.

11

Reach del marchio

La reach del marchio osserva la presenza del marchio su internet. Questa componente misura la reach e le menzioni nei post sui contenuti social, nonché l'attualità dei post. Le fonti principali considerate sono Twitter, Reddit, Instagram e Facebook.

- Più persone riesce a raggiungere il tuo marchio con i contenuti social, più potenziali clienti potrai avere.

Nota: la reach del marchio al momento è disponibile solo per i concessionari automobilistici.

© 2022 Reputation, Inc.

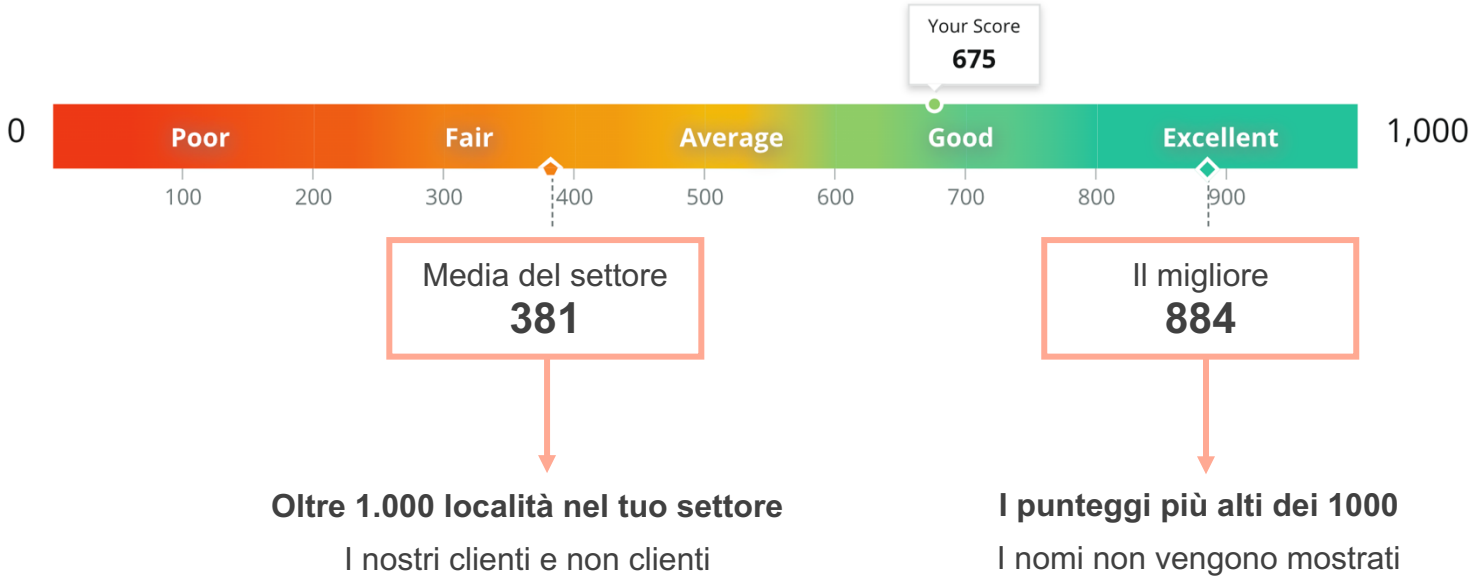
FAQ sulla risoluzione dei problemi

Di seguito sono riportati scenari comuni per la risoluzione dei problemi relativi al punteggio di reputazione.

Chi sono le aziende con le quali vengo confrontato in "Media del settore" e come faccio a scoprire i loro punteggi?

Per calcolare i benchmark del settore, il nostro algoritmo seleziona un campione rappresentativo di oltre 1.000 località nel proprio settore (clienti e non clienti di Reputation.com). Calcoliamo un punteggio medio in tutte le località del campione.

Prendiamo anche le località con la più alta reputazione in quel campione (in genere l'1% più alto) e creiamo un punteggio medio solo con quelle. Quella media è il benchmark del migliore in quel settore.



Nota: non possiamo rivelare quali sono queste aziende o quali sono i loro punteggi. In caso di interesse per queste metriche, prendi in considerazione le nostre opzioni per i resoconti sulla concorrenza.

© 2022 Reputation, Inc.

I punteggi su standard/migliore del settore sono specifici per regione o località?

Il tuo punteggio nel suo complesso è specifico del settore e della regione (nazionale). Ad esempio, l'algoritmo di punteggio differisce tra le aziende OEM nel Regno Unito e le aziende al dettaglio negli Stati Uniti.

Lo standard del settore e il migliore di categoria utilizzano lo stesso algoritmo di punteggio. Tuttavia, questi punteggi non vengono ulteriormente suddivisi per il confronto tra località. Se è risaputo che le località nell'Arizona sudoccidentale vanno generalmente meglio di quelle nell'Arizona nordoccidentale, verranno confrontate comunque entrambe con i parametri di riferimento nazionali.

Nota: le impostazioni locali dell'utente non vengono considerate nei calcoli o nei benchmark. Tuttavia, il paese associato a ogni località sulla piattaforma *viene* considerato.

Ho ricevuto il 20% in più di recensioni questo trimestre. Perché il mio punteggio non aumenta?

Il punteggio riflette una media variabile di 30 giorni (vedi sotto per maggiori informazioni), quindi le fluttuazioni giornaliere non saranno così evidenti.

Da dove vengono quelle "nuove" recensioni? Se tutte le recensioni positive erano su Facebook, ma ci sono state anche 3 recensioni *negative* su Google, le recensioni di Google avranno sempre un impatto maggiore. Non tutti i siti di recensioni sono trattati allo stesso modo.

Più alto è il punteggio che ottieni, più difficile sarà migliorare. Il miglioramento viene misurato in modifiche incrementali molto più piccole man mano che ti avvicini a un punteggio perfetto.

Guadagni target annuali suggeriti per fasce di punteggio	
100 – 50%	500 – 8%
200 – 30%	600 – 4%
300 – 20%	700 – 0%
400 – 13%	

Cosa significa media variabile sui 30 giorni?

La media variabile sui 30 giorni si basa sui calcoli di Reputation, che restituiscono punteggi quotidiani interni. Di conseguenza, il tuo punteggio quotidiano sulla piattaforma è una media dei suddetti punteggi interni nei precedenti 30 giorni. Per esempio:

- Oggi è il 1° maggio. Il punteggio di reputazione mostrato è la media dei punteggi di reputazione dal 1° aprile al 1° maggio.
- Se torni indietro e guardi qual era il tuo punteggio il 1° febbraio, il punteggio è una media del punteggio di reputazione dal 2 al 31 gennaio.

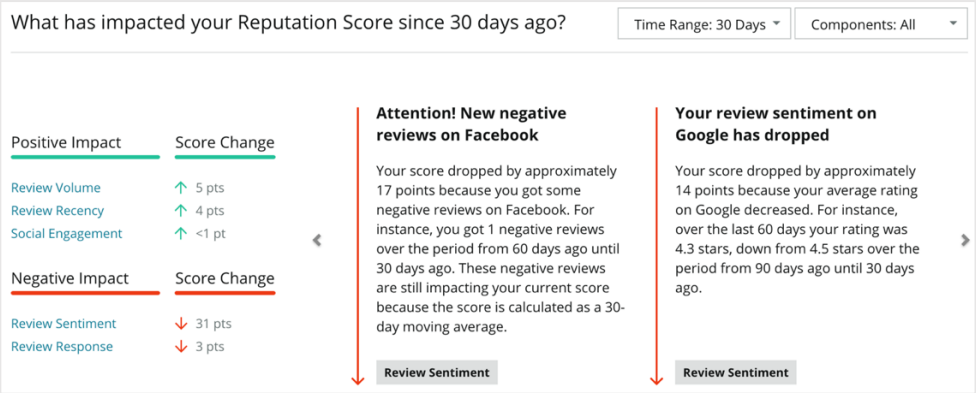
Quanto tempo passa prima che le nuove recensioni vengano calcolate nel mio punteggio di reputazione?

Quando si verifica un evento, ad esempio una nuova recensione di un cliente, occorrono due giorni prima che la nuova recensione inizi a contare per il punteggio. Occorrono altri 30 giorni prima di vedere l'impatto completo di quell'evento sul punteggio poiché il punteggio di reputazione viene calcolato come una media variabile sui 30 giorni.

Perché il mio punteggio è diminuito?

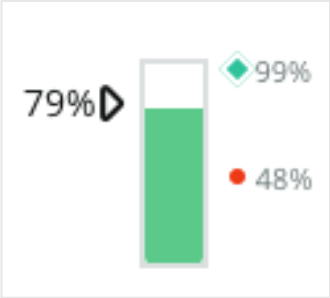
Il metodo migliore per scoprire il motivo per cui un punteggio diminuisce è andare su Punteggio di reputazione X e visualizzare gli approfondimenti suddivisi per componenti e le rispettive sotto-metriche utilizzando un confronto a 30, 60 o 90 giorni.
I motivi più comuni (tra gli altri) includono un recente calo del numero di recensioni su Google, un picco di recensioni negative su Google o un calo del tasso di risposta. Vai alla scheda **Recensioni** e guarda la **Tendenza del sentiment** per Google.

Guarda anche il grafico delle **Recensioni con risposta** per cercare un calo nell'ultimo trimestre (blu). Rispondi il prima possibile, soprattutto alle recensioni di Google. *Le recensioni negative su Google che non ricevono risposta danneggiano maggiormente il punteggio di risposta.*



Cosa significano le percentuali su ogni termometro?

La percentuale di ogni componente rappresenta il punteggio del componente. I punteggi dei componenti variano da 0 a 100% e il colore va da rosso a verde: più il termometro è rosso e più è necessario prestare attenzione. Le percentuali sono presenti per consentire di identificare rapidamente quali componenti richiedono più attenzione.



Le percentuali vengono assegnate in base al nostro algoritmo. Sebbene non forniamo l'algoritmo, mostriamo dove ogni componente si posiziona su una scala (il 100% rappresenta la perfezione) in modo da avere una misurazione coerente in tutte le aree.

Perché la mia località non ha un punteggio di reputazione?

Tra le cause principali ci sono:

- La località è troppo recente: i punteggi possono richiedere alcuni giorni per iniziare a popolare i dati.
- La finestra temporale non è corretta: i punteggi vengono calcolati solo dopo la creazione della località.
- Fonti dei dati limitate: le località richiedono di collegare i siti associati con un numero minimo di siti importanti per poter calcolare i punteggi.

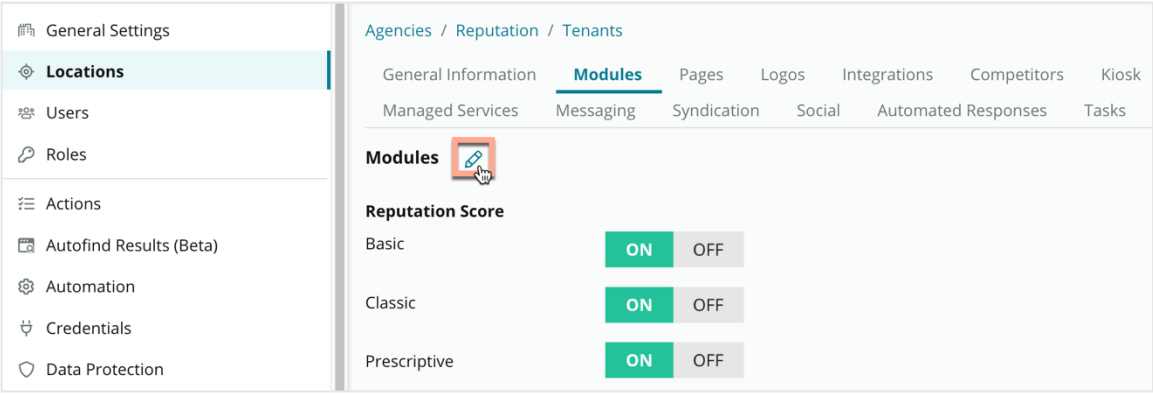
Ho una località per le sedi centrali e le sedi dei negozi. Come disabilito il punteggio di reputazione per le sedi centrali?

Se hai diversi tipi di località, è probabile che tu voglia disabilitare il punteggio di reputazione per alcuni di essi. Ad esempio, se hai delle sedi centrali e diverse località per i ristoranti, e desideri ricevere solo approfondimenti sui punteggi dei ristoranti, disabilita le sedi centrali.

1. Fai clic su **Amministratore**, quindi scegli **Località**.
2. Scegli la località per cui desideri disabilitare il punteggio di reputazione.
3. Fai clic su **Moduli**.

> Nota: non tutti i tenant hanno questa opzione. Se non compare **Moduli**, contatta il team di supporto o il CSM per assistenza.

4. Fai clic sull'icona a forma di matita finché le visualizzazioni Base, Classica e Prescrittiva mostrano "Off".



5. Fai clic su **Salva**.

Servizi premium a pagamento

Lascia che i nostri esperti della piattaforma Servizi premium a pagamento si occupino di tutto al posto tuo.

Anche se ci impegniamo al massimo per rendere la nostra piattaforma intuitiva ed efficiente, sappiamo bene quanto il tuo tempo sia prezioso; le risorse e la larghezza di banda possono essere limitate. Reputation ha un team dedicato di esperti pronti ad aiutarti a gestire le tue inserzioni, ottimizzare la SEO, nonché postare, pubblicare e curare i tuoi post sui social, gestendo al tempo stesso le risposte alle recensioni. Garantiamo l'eccellenza nell'assistenza al cliente grazie a questa suite di servizi a valore aggiunto supportati dalla nostra piattaforma e dai nostri prodotti. Gli esperti ti aiuteranno a:

- Andare oltre l'**accuratezza** (inserzioni commerciali gestite)
- Massimizzare l'**attrattiva** dei tuoi profili commerciali (servizi gestiti per Google)
- Sfruttare la **potenza** dei social media (social gestiti)
- Il marchio **più attento** è quello che **vince** (risposte alle recensioni gestite)

Contatta il tuo Account executive per maggiori informazioni sui nostri servizi premium a pagamento.

Risorse aggiuntive

Scopri l'intera serie di guide utente per saperne di più sulla piattaforma Reputation.

- Azioni
- Amministratore
- Social branding
- Inserzioni commerciali
- Dashboard
- Esperienza
- Posta in arrivo
- App mobile
- Pagine e localizzatori
- Rep Connect
- Resoconti
- Richieste
- Recensioni
- Social listening
- Suite social
- Sondaggi
- Widget

© 2022 Reputation, Inc.