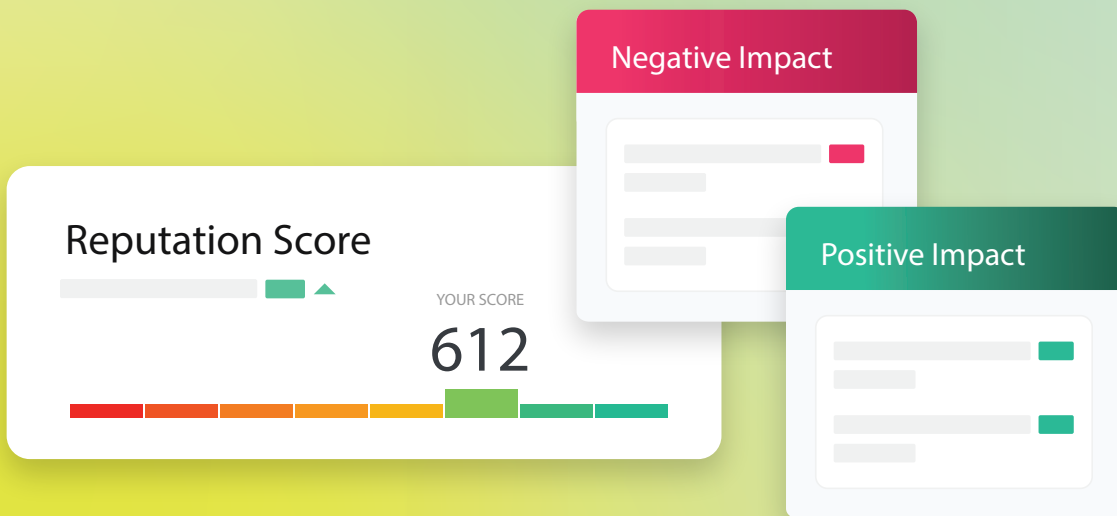
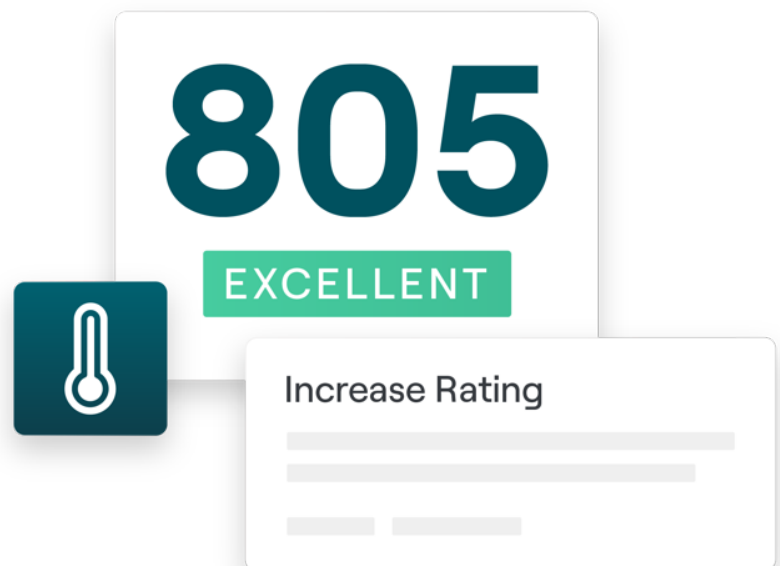


Reputatiescore X



Inhoudsopgave

I.	Reputatiescore X.....	2
	a. Overzicht	
	b. Casestudies	
II.	Reputatiescore-tabblad.....	5
	a. Locatie-inzichten	
	b. Aanbevelingen voor verbetering	
	c. Trendvergelijking over periode	
III.	Componenten-tabblad.....	10
IV.	FAQ's voor probleemoplossing.....	15
V.	Betaalde premiumdiensten.....	20
VI.	Aanvullende informatie.....	21



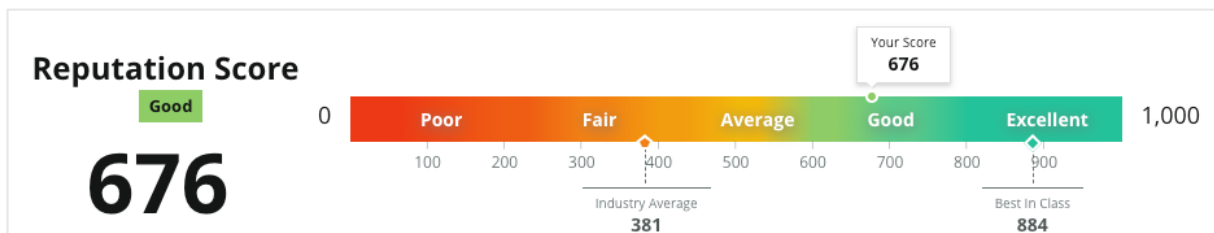
Reputatiescore X-overzicht

De reputatiescore is een uitgebreide index van de online aanwezigheid van bedrijfslocaties en kan berekend worden voor meer dan 70 sectoren.

Eén score voor alles

De Reputatiescore X is uw one-stop-shop voor inzicht in alles wat uw klanten zeggen, voelen en horen over uw bedrijf in **één enkele statistiek**. Het identificeert uw sterke en zwakke punten en biedt praktische inzichten die u kunt vergelijken met uw concurrenten, om uiteindelijk de online reputatie van uw merk te verbeteren.

De score berekent hoe uw bedrijf presteert op diverse belangrijke online domeinen op het gebied van zichtbaarheid, betrokkenheid en sentiment. Ontdek welke factoren uw score beïnvloeden en waarom uw bedrijfsprestaties voor of achter lopen op uw



concurrenten.

Hoe hoger uw reputatiescore, hoe groter de kans dat u zich onderscheidt in zoekmachines, kaartresultaten en op beoordelingswebsites en u de juiste acties onderneemt om nieuwe klanten aan te trekken.

Reputatiescore X toont uw meest recente score. Selecteer een aangepaste periode in **Rapporten** om historische scoregegevens te zien. U kunt de resultaten per locatie en met gepersonaliseerde filters bekijken. Bepaalde grafieken kunnen ook op periode worden gefilterd (laatste 30, 60, 90 of 365 dagen sinds de datum waarop gegevens werden gegenereerd).

Componenten van een reputatiescore

- Sentiment van beoordelingen
- Volume van beoordelingen
- Spreiding van beoordelingen
- Recentheid van beoordelingen
- Zoekvertoningen
- Reactie op beoordelingen

- Nauwkeurigheid van vermeldingen
- Sociale betrokkenheid
- Lengte van beoordelingen
- Merkgezondheid*
- Merkbereik*
- Alleen beschikbaar voor autodealers*

Casestudies

Zet feedback om in groei met praktische inzichten van Reputatiescore X. Uit ons onderzoek blijkt dat dit direct effect heeft op uw inkomsten. Lees hoe echte Reputation-klanten feedback hebben omgezet in groei en kom erachter hoe u hetzelfde kunt doen door praktische inzichten van Reputatiescore X te implementeren.

The Arbor Company.

The Arbor Company is een in Atlanta (Verenigde Staten) gevestigd bedrijf met meer dan 45 gemeenschappen voor zelfstandig en begeleid wonen en zorgcentra voor demente ouderen in elf staten. Hun missie is om de mentale en fysieke gezondheid van hun bewoners te bevorderen, met eerbied voor het unieke leven van elke persoon door diepe banden met bewoners, familie en personeel.



The Arbor Company benaderde ons met het verzoek om hulp bij het reageren op beoordelingen, het snel personaliseren van reacties en automatisch versturen van beoordelingsverzoeken na een duidelijke trigger. Allemaal vanuit één platform.

Acties

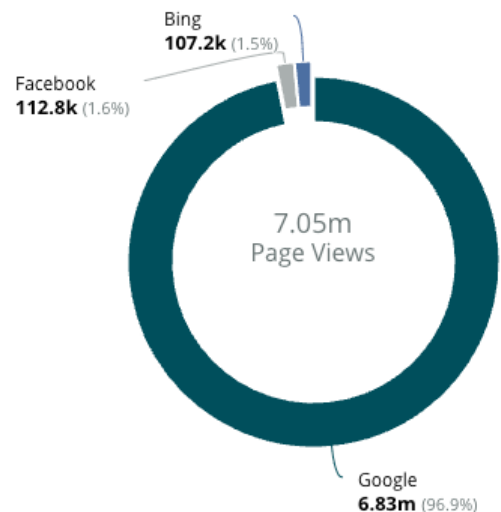
1. Overschakelen op een enkel platform om beoordelingen, reacties en beoordelingsverzoeken te monitoren en beheren.

2. Beoordelingen en inzichten gebruiken om feedbackthema's te identificeren en verbeteringen door te voeren.

3. Betaalde premiumdiensten inzetten voor het bewaken van online beoordelingen met vooraf opgestelde reactiesjablonen.

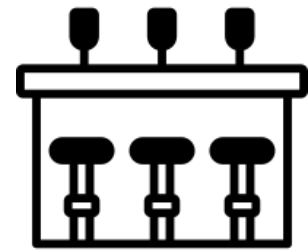
Resultaten

- ★ 22% meer weergaven in de zoekresultaten
- ★ Optimalisatie van bedrijfsvermeldingen voor gem. 12 nieuwe bewoners per jaar.
- ★ 64% hoger beoordelingsvolume
- ★ Meer dan \$ 4,5 miljoen extra omzet
- ★ **191 punten hogere reputatiescore**



Niet nader genoemd horecabedrijf

Na diverse grote overnames was dit merk uitgegroeid tot de grootste kroegenexploitant ter wereld. Zij benaderden Reputation met de volgende verzoeken: .



- Een vervangende KPI voor NPS om in de gehele bedrijfsgroep te implementeren
- Nauwkeurigere gegevens uit bedrijfsvermeldingen voor cafés
- Een gebruiksvriendelijk platform om het gebruik ervan te stimuleren bij het middenkader en uitvoerende teams
- Rapportage en functionaliteit op hoog niveau om toekomstige bedrijfsbeslissingen te onderbouwen en het management up-to-date te houden

Acties

<p>1. Het bieden van één schaalbaar platform voor het beheer van beoordelingen, enquêtes, sociale media, vermeldingen en meer om de efficiëntie te verbeteren</p>	<p>2. Decentraliseren van dagelijks beheer van online beoordelingen met behoud van overzicht voor management</p>	<p>3. Zorgen voor gezonde concurrentie tussen de websites in het portfolio van de bedrijfsgroep</p>
--	---	--

Resultaten

- ★ Online sterrenscore steeg met 0,09 tot 4,3 uit 5 sterren
- ★ 99% van de klantbeoordelingen beantwoord in 2021, ten opzichte van 36% in 2019
- ★ Weergaven van bedrijfsvermeldingen stegen met 1.443% tussen 2019-2021
- ★ Managers besparen 25% tijd door één platform in plaats van vier of vijf platforms te gebruiken
- ★ **Reputatiescore steeg met 196 punten en is 99 punten hoger dan het sectorgemiddelde**



Reputatiescore-tabblad

Het reputatiescore-tabblad bevat de markt- en sectortrends. Met deze facturen kunt u uw bedrijf benchmarken en zien hoe u presteert ten opzichte van uw concurrenten met betrekking tot het sectorgemiddelde en de best presterenden.

De reputatiescore wordt berekend op een schaal van 1.000 punten, waarbij 1.000 de hoogst mogelijke score en 100 de laagst mogelijke score.



Locatie-inzichten

Als u meerdere locaties hebt geselecteerd in de filters, ziet u een overzicht van hoe uw locaties hebben gepresteerd in de laatste 30 dagen sinds de datum waarop de gegevens zijn gegenereerd. Bekijk de toonaangevende locaties met hoge reputatiescores en de locaties die achter lopen met lage of snel gedaalde scores.

Klik op **Alle locaties** bekijken onderaan de pagina om de ontwikkeling van de reputatiescore te zien voor elke locatie die u beheert. Als een locatie net is toegevoegd, zijn inzichten niet direct beschikbaar. Dit duurt een aantal dagen.

How have my locations been performing in the past 30 days? Sort By: Reputation Score ▼

📈 Highest Reputation Scores			⚠️ Lowest Reputation Scores		
BDP - Lake Havasu	833	↓ 27 pts	BDP - Lakeside	678	↓ 38 pts
BDP - Phoenix	827	↑ 2 pts	BDP - Mesa	715	≡ 0 pts
BDP - Green Valley	766	↓ 16 pts			

[View All Locations](#)

Locaties worden standaard geklasseerd op hun reputatiescore (aflopend). Klik op de headers van reputatiescore of gewijzigde score om locaties te sorteren op oplopend of aflopend.

How have my locations been performing in the past 30 days? ⋮ ✕

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

Per locatie

Selecteer een locatie in de filters bovenaan of klik op een willekeurige locatie in de hoogste/laatste-grafiek om te zien waardoor de reputatiescore van die locatie specifiek werd beïnvloed. Bekijk tot drie componenten voor zowel positieve als negatieve impact (gerangschikt naar impact op de score) in de geselecteerde periode. Filter per component om uw focus te vernauwen.

Bekijk specifieke inzichten per component. Deze inzichten verklaren waarom de huidige score is veranderd ten opzichte van de score van 30 dagen geleden (of een andere door u geselecteerde periode). Klik op de pijlen om door de inzichten te bladeren (voor zover beschikbaar). Elk inzicht is getagd met de component met de grootste impact.

What has impacted your Reputation Score since 30 days ago? Time Range: 30 Days Components: All

<p>Positive Impact</p> <p>Review Volume ↑ 5 pts</p> <p>Review Recency ↑ 2 pts</p> <p>Social Engagement ↑ <1 pt</p>	<p>Negative Impact</p> <p>Review Sentiment ↓ 28 pts</p> <p>Review Response ↓ 5 pts</p>	<p>Your review sentiment on Google has dropped</p> <p>Your score dropped by approximately 19 points because your average rating on Google decreased. For instance, over the last 30 days your rating was 4.5 stars, down from 5.0 stars over the period from 90 days ago until 30 days ago.</p> <p>Review Sentiment</p>	<p>Attention! New negative reviews on Facebook</p> <p>Your score dropped by approximately 9 points because you got some negative reviews on Facebook. For instance, you got 1 negative reviews over the last 30 days.</p> <p>Review Sentiment</p>
--	---	--	--

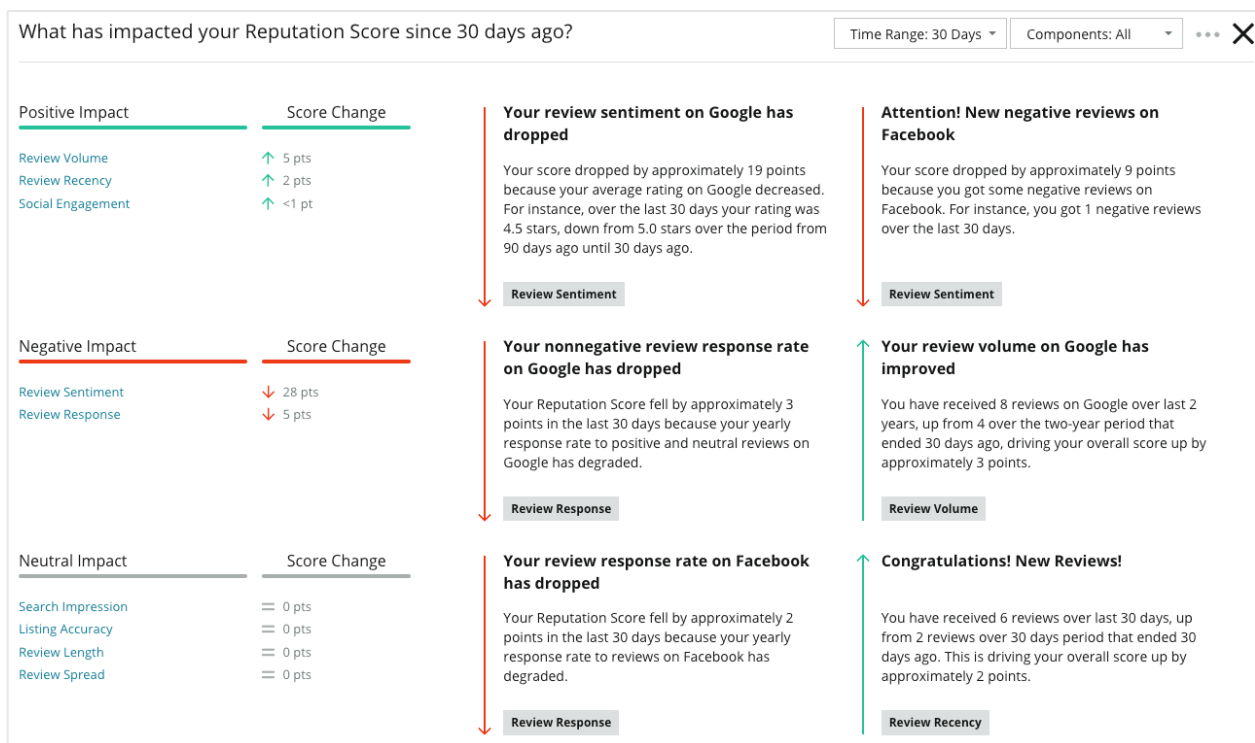


Klik op de naam of tag van de component om aanvullende informatie over elke component te zien.

Alle inzichten bekijken

Klik in de locatie-inzichten op **Alle inzichten bekijken** om een niveau dieper te gaan en de positieve, negatieve en neutrale impact voor deze locatie weer te geven per periode en component. Bekijk specifieke inzichten per component. Elk inzicht is getagd met de component met de grootste impact.

Inzichten in scoreveranderingen verschijnen niet voor locaties die minder dan 30 dagen oud zijn. Voor deze locaties gelden algemene inzichten over wat hun huidige score verbetert of aantast. Nadat locaties meer dan 30 dagen een reputatiescore hebben, zijn inzichten in de scoreveranderingen beschikbaar.



Opmerking: inzichten zijn beschikbaar als er ten minste 1 punt impact is op de algehele reputatiescore. Als u geen inzicht ziet voor een specifieke component, is de score-impact niet genoeg om een inzicht te geven.

Aanbevelingen voor verbetering

Bekijk actiegerichte aanbevelingen om de reputatiescore van uw locatie te verbeteren, gesorteerd op hoogste naar laagste impact. Ontdek met hoeveel punten de voorgestelde verbeteringen uw score bij benadering kunnen beïnvloeden. Elke aanbeveling is getagd met de component met de grootste impact.

Klik op de tag van de component om aanvullende informatie over elke component te zien. Klik op de pijlen om door de aanbevelingen te bladeren. Klik op **Alle aanbevelingen bekijken** om alle aanbevelingen op dezelfde pagina te tonen.

What can I do to improve my Reputation Score?

Generate more reviews on HealthGrades

You have received 0 reviews over the past two years on HealthGrades, while the ideal volume is 6. If you accumulate 6 reviews on HealthGrades over the next two years, your score could increase by approximately 21 to 26 points.

Review Volume

Increase your share of reviews on HealthGrades

0% of your reviews from the last two years are on HealthGrades. If you can increase that share to fall within the 19% - 22% range you should see a Reputation Score boost of approximately 18 to 22 points.

Review Spread

Great work keeping your location address updated on Google, Facebook and Bing

Keep your location address updated on your profile as well as on Google, Facebook, and Bing. This has a positive impact of approximately 14 to 21 points on your Reputation Score.

Listing Accuracy

[View All Recommendations](#)

Opmerking: deze grafiek is alleen beschikbaar als u één locatie heeft geselecteerd. Als u twee of meer locaties heeft geselecteerd in de filters, is deze grafiek niet beschikbaar.

Trendvergelijking over periode

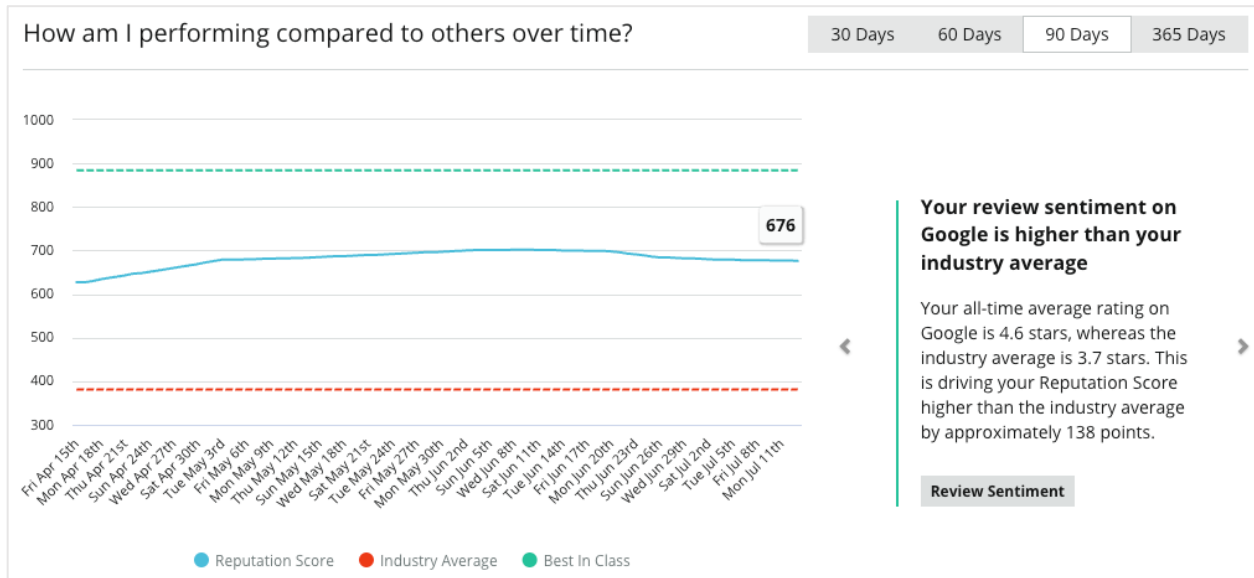
Volg de trend van uw reputatiescore over een periode in vergelijking met het sectorgemiddelde en de best presterende concurrenten. Bekijk resultaten per periode (laatste 30, 60, 90 of 365 dagen sinds de datum waarop gegevens werden gegenereerd). Beweeg de muis over de grafiek om de reputatiescore-gegevens te zien voor een specifieke dag.

Eén locatie geselecteerd

Inzichten verklaren het verschil tussen de huidige reputatiescore van uw locatie en de huidige gemiddelde sectorscore. Klik op de pijlen om door de inzichten te bladeren. Elk inzicht is getagd met de component met de grootste impact.

Klik op de tag van de component om aanvullende informatie over elke component te zien. Klik op **Alle vergelijkende inzichten bekijken** om alle inzichten op dezelfde pagina te tonen.

Inzichten zijn beschikbaar als een subcomponent van de score (bijv. het Google-sterrengemiddelde) ten minste 1 punt impact heeft op de score van uw locatie. Als u geen inzicht ziet voor een specifieke component, is de score-impact niet genoeg om een inzicht te geven.



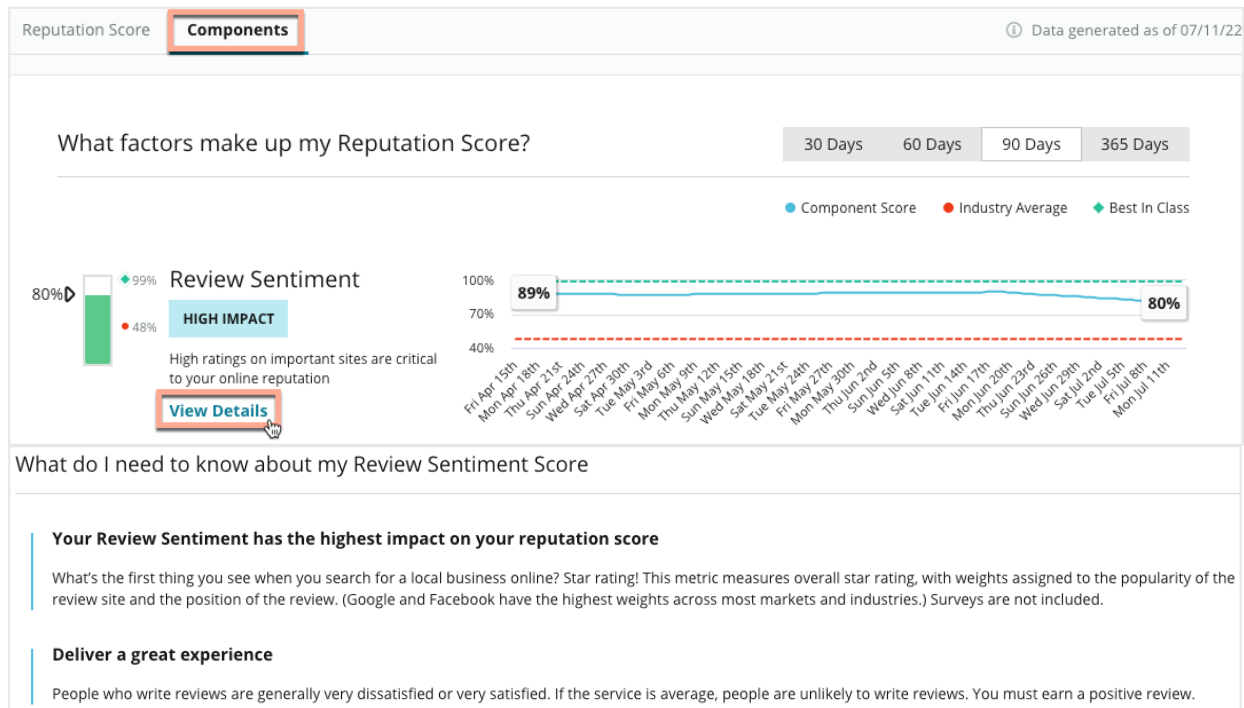
Bekijk trendvergelijkingen met of zonder afzonderlijke locatie-inzichten door uw filters aan te passen.

Componenten-tabblad

Verbeter uw reputatiescore door negen sleutelcomponenten te analyseren (voor autodealers zijn er twee aanvullende componenten beschikbaar). Het platform sorteert componenten op volgorde van impact (aflopend). Voor elke component kunt u uw score vergelijken met het sectorgemiddelde en de best presterende concurrenten. Ook ziet u elke score als een trend over een periode.

Bekijk resultaten per periode (laatste 30, 60, 90 of 365 dagen sinds de datum waarop gegevens werden gegenereerd). Beweeg de muis over de grafiek om de score van elke component voor een specifieke dag te zien.

Klik op **Details bekijken** onder elke component voor meer informatie over die specifieke component, met tips voor verbetering en links naar aanvullende informatiebronnen.



Opmerking: de pagina **Details bekijken** toont alleen componentenspecifieke inzichten als er één locatie is geselecteerd. Inzichten zijn niet beschikbaar als u twee of meer locaties heeft geselecteerd.

Lees meer over de componenten waar uw reputatiescore uit bestaat:



Sentiment van beoordelingen

Wat ziet u als eerst wanneer u online op zoek gaat naar een bedrijf bij u in de buurt? Het beoordelings sentiment of sterrengemiddelde. Deze statistiek meet het algehele sentiment van uw beoordelingen op alle belangrijke bronnen. Enquêtes worden niet meegerekend.

- Google en Facebook hebben de zwaarste weging voor de meeste markten en sectoren.
- Bied uw klanten een uitstekende ervaring. Personen die beoordelingen schrijven, zijn over het algemeen heel ontevreden of juist heel tevreden. De meeste mensen schrijven geen beoordeling voor middelmatige producten en diensten.
- Een positieve beoordeling moet u verdienen.



Volume van beoordelingen

Het volgende waar u op let tijdens uw zoektocht, is het aantal beoordelingen dat de gemiddelde sterrenscore bepaalt. Een gemiddelde sterrenscore uit 1.000 beoordelingen geeft meer vertrouwen dan een score uit 5 beoordelingen. Deze statistiek berekent het totaal aantal beoordelingen voor belangrijke beoordelingswebsites. Een locatie moet een minimumaantal beoordelingen hebben op elke relevante beoordelingswebsite om hoog op volume te scoren.

- Vraag actief beoordelingen aan klanten met behulp van tools zoals de mobiele Reputation-app.
- Leg uit dat u ernaar streeft de best mogelijke service te leveren en dat u trots en gemotiveerd bent wanneer u positieve feedback van uw klanten krijgt.



Spreiding van beoordelingen

Google en Facebook zijn het belangrijkste, maar u moet beoordelingen hebben op meerdere websites. Bedrijven met beoordelingen op verschillende populaire beoordelingswebsites scoren beter dan bedrijven die hun beoordelingen enkel uit één of twee websites halen.

- Onze verzoeksjablonen houden rekening met de spreiding van beoordelingen. Daarom raden wij u aan om de ingevoegde links van Reputation te gebruiken, zodat u om beoordelingen vraagt via de websites die de meeste impact op uw score hebben.

4

Recentheid van beoordelingen

Vervolgens kijkt u naar de datum van de beoordelingen. Als er de afgelopen maanden geen beoordelingen meer waren, kan men zich afvragen of het bedrijf niet meer bestaat of relevant is. Het is daarom een goed idee om altijd beoordelingen te hebben die niet ouder zijn dan drie maanden.

- Verzoek regelmatig om beoordelingen. Met behulp van een integratie kunt u zelfs uw beoordelingsverzoeken automatiseren na elke transactie met een klant.
- Recente beoordelingen wegen zwaarder in de berekening van de gemiddelde sterrenscore.

5

Zoekvertoningen

Wanneer u zoekt naar een lokaal bedrijf (naam en postcode, adres of plaats/provincie), wat zijn dan de eerste zoekresultaten? Als de webpagina van uw locatie bovenaan de zoekresultaten staat (de top 10 blauwe links op pagina 1), en het Google Bedrijfsprofiel (GBP)-kennispaneel wordt getoond, krijgt u hier een hoge score. Als u zoekt op een categorie in de buurt en uw locatie daarbij verschijnt in de top 10 zoekresultaten of het Local Pack, scoort u eveneens hoger.

- Door een widget te gebruiken om uw eigen sterrenscore op uw website te genereren, kan uw pagina hoger worden getoond in de zoekresultaten.
- Zorg ervoor dat uw GBP compleet is en dat uw bedrijfscategorie correct in uw locatieprofiel is vermeld.
- Als u hulp nodig heeft bij het bijwerken van uw website, kijk dan eens naar onze SEO-geoptimaliseerde Pagina's- en Locator-oplossingen.

6

Reactie op beoordelingen

Consumenten willen reacties zien die vriendelijk zijn en een rechtstreekse manier bieden om contact met uw bedrijf te krijgen. Zelfs een negatieve beoordeling wordt vaak op een positieve manier bekeken als het bedrijf erop reageert.

- Probeer op alle beoordelingen te reageren. Wij raden u aan om op 100% van de negatieve beoordelingen te reageren en ten minste 20% van de positieve beoordelingen.

7

- Het verhogen van uw responspercentage is iets dat u onmiddellijk kunt doen om uw online reputatie te verbeteren. (Wij kunnen u helpen met het beheren van reacties. Neem hiervoor contact op met het team voor betaalde premiumdiensten.)
- Als u reacties zelf beheert, gebruik dan macro's als uitgangspunt zodat u snel, maar gevarieerd kunt reageren.

Opmerking: bepaalde bronnen staan reageren op beoordelingen niet toe. Deze bronnen zijn uitgesloten van de scoreberekening.

Nauwkeurigheid van vermeldingen

Komt de informatie over de locatie van het bedrijf overeen met wat er daadwerkelijk in Google verschijnt? Hoe zit het met andere websites, zoals Facebook en Bing Local?

- De nauwkeurigheid van deze informatie is met name belangrijk wanneer consumenten lokale zoekopdrachten uitvoeren. De informatie in uw bedrijfsvermeldingen actualiseren is iets dat u eenvoudig en onmiddellijk kunt doen om uw reputatie te verbeteren.
- Als u uw bedrijfsvermeldingen nog niet audit via het platform, neem dan contact op met de klantenservice of ons team voor betaalde premiumdiensten. Uw nauwkeurigheidsthermometer is minder effectief als u geen koppelingen of actuele informatie in het platform heeft opgenomen.

8

Sociale betrokkenheid

Heeft het bedrijf een sociale aanwezigheid en vinden de berichten weerklink? Bedrijven die actief zijn op sociale media, hebben vaak meer conversie van (onder)zoekers naar klanten.

- Publiceer regelmatig content op sociale kanalen en reageer binnen 24-48 uur op opmerkingen. Deze statistiek meet de betrokkenheid op Facebook op basis van weergaven, fans, vind-ik-leuks en betrokken gebruikers. Hoewel de scores niet de snelheid van uw reacties reflecteren, is het een goed idee om hier rekening mee te houden omdat dit de klanttevredenheid vergroot.

Opmerking: alleen locaties met een gekoppelde Facebook-account worden in deze statistiek meegeteld. Als u geen gegevens in deze thermometer heeft, zal dit de algemene score niet beïnvloeden.

9

Lengte van beoordelingen

Welke beoordeling heeft de meeste impact? "Het was fantastisch" of "Tim was fantastisch en legde me al mijn financiële opties uit. Alsof ik familie van hem was!"

- Hoewel u doorgaans geen invloed heeft op de lengte van een beoordeling, beïnvloedt dit wel de perceptie van een potentiële klant over uw bedrijf. De langere beoordeling wekt meer vertrouwen. Vraag klanten om twee of meer zinnen te schrijven wanneer u rechtstreeks om een beoordeling verzoekt.

10

Merkgezondheid

Merkgezondheid kijkt naar het algehele sociale sentiment rondom een bedrijf. Deze component meet het algehele sentiment, gewogen naar het bereik en de ouderdom van uw berichten, content en opmerkingen op alle socialemediakanalen van uw merk. De primaire bronnen zijn Twitter, Reddit, Instagram en Facebook.

- Een positief sentiment in alle socialemediaberichten en -opmerkingen van uw merk helpt bij het bereiken van uw publiek en het converteren van bezoekers in klanten.

Opmerking: merkgezondheid is op dit moment alleen beschikbaar voor autodealers.

11

Merkbereik

Merkbereik kijkt naar het bereik van uw merk op het internet. Deze component meet de reikwijdte en vermeldingen van uw merk in recente berichten op sociale media. De primaire bronnen zijn Twitter, Reddit, Instagram en Facebook.

- Hoe meer mensen uw merk kan bereiken via sociale media, hoe meer potentiële klanten u heeft.

Opmerking: merkbereik is alleen beschikbaar voor autodealers.

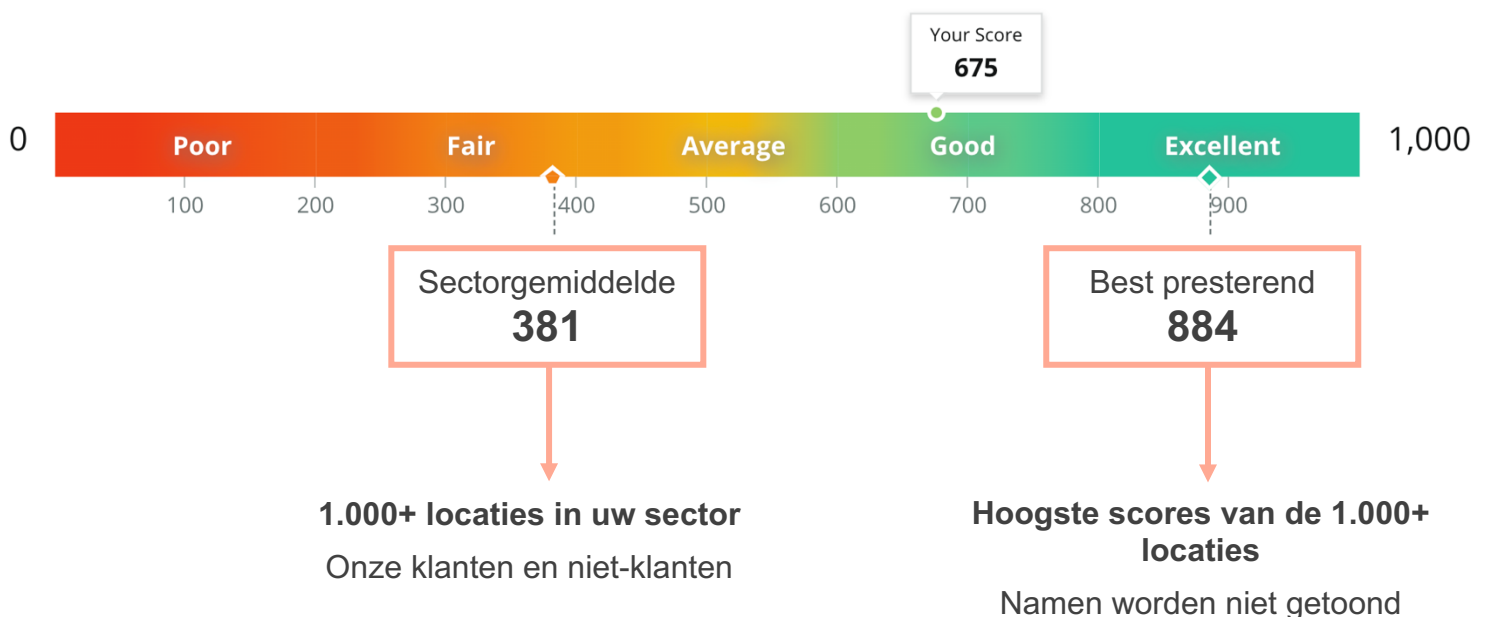
FAQ's voor probleemoplossing

Hier volgen algemene scenario's voor het oplossen van problemen met betrekking tot uw reputatiescore.

Met welke bedrijven word ik vergeleken in het sectorgemiddelde en hoe vind ik hun scores?

Om sectorbenchmarks te berekenen, voert ons algoritme een representatieve steekproef uit van ruim 1.000 locaties in uw sector (klanten en niet-klanten van Reputation). Wij berekenen een gemiddelde score voor alle locaties in de steekproef.

Wij berekenen ook de gemiddelde score voor de locaties met de hoogste reputatie in de steekproef (normaliter de beste 1 procent). Dat gemiddelde is de benchmark voor de best presterende bedrijven in die sector.



Opmerking: wij kunnen niet onthullen welke bedrijven dat zijn of wat hun scores zijn. Als u geïnteresseerd bent in deze statistieken, bekijk dan onze opties voor Concurrentierapporten.

Wordt de sectornorm/beste prestatie berekend per regio of locatie?

Uw algehele score is sector- en regiospecifiek (landelijk). Het algoritme dat bijvoorbeeld wordt gebruikt voor het berekenen van de score, verschilt tussen OEM-bedrijven in het VK en de detailhandel in de VS.

De sectornorm en beste prestatie gebruiken hetzelfde algoritme voor het berekenen van de score. Deze scores worden echter niet verder uiteengezet om locaties te vergelijken met andere locaties. Als u weet dat locaties in Noord-Holland meestal beter presteren dan die in Limburg, vergelijkt u deze nog steeds met de landelijke benchmarks.

Opmerking: taalinstellingen worden niet meegenomen in berekeningen of benchmarks. Het land dat is gekoppeld aan elke locatie in het platform wordt echter

Ik kreeg dit kwartaal 20 procent meer beoordelingen. Waarom verbetert mijn score niet?

De score weerspiegelt een 30-daags voortschrijdend gemiddelde (zie hieronder). Dagelijkse variatie is dus niet direct zichtbaar.

Waar komen deze nieuwe beoordelingen vandaan? Als de positieve beoordelingen allemaal van Facebook komen terwijl u drie negatieve beoordelingen op Google kreeg, hebben de beoordelingen op Google altijd een grotere impact. Niet alle beoordelingswebsites hebben dezelfde gewing.

Hoe hoger uw score, hoe moeilijker het is om die verder te verbeteren. Wanneer u dichterbij een perfecte score komt, wordt verbetering gemeten in veel kleinere en geleidelijkere veranderingen.

<i>Voorgestelde jaarlijkse doelwinsten voor scorehaakjes</i>	
100 – 50%	500 – 8%
200 – 30%	600 – 4%
300 – 20%	700 – 0%
400 – 13%	

Wat houdt een 30-daags voortschrijdend gemiddelde in?

Het 30-daagse voortschrijdende gemiddelde is gebaseerd op interne berekeningen van de dagelijkse score door Reputation. Uw dagelijkse platformscore is het gemiddelde van deze interne scores voor de afgelopen 30 dagen. Bijvoorbeeld:

- vandaag is het 1 mei. De reputatiescore die wordt getoond is het gemiddelde van de reputatiescores van 1 april tot 1 mei.
- Als u teruggaat en naar de score kijkt op 1 februari, is deze score een gemiddelde van de reputatiescore van 2 tot 31 januari.

Hoelang duurt het voordat nieuwe beoordelingen zichtbaar zijn in mijn reputatiescore?

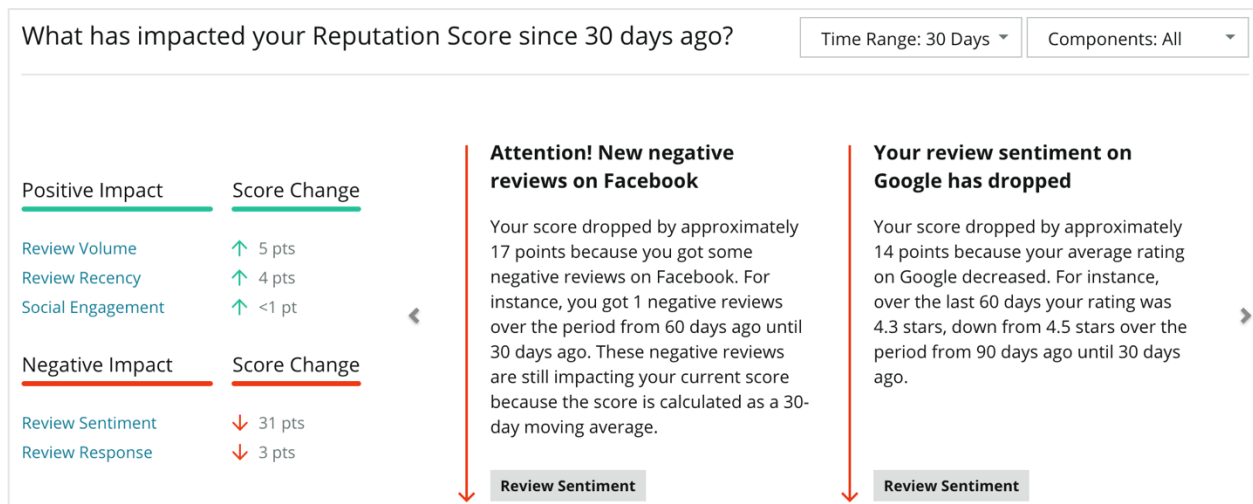
Wanneer een event plaatsvindt, zoals een nieuwe klantenbeoordeling, duurt het twee dagen voordat de nieuwe beoordeling meetelt in uw score. Het duurt nog eens 30 dagen voordat u de volledige impact van dit event op uw score ziet, omdat de reputatiescore wordt berekend als een voortschrijdend gemiddelde over 30 dagen.

Waarom is mijn score gedaald?

De beste manier om erachter te komen waarom een score is gedaald, is door naar Reputatiescore X te gaan en de inzichten te bekijken per component en de substatistieken te vergelijken voor periodes van 30, 60 en 90 dagen.

Vaak (maar niet altijd) is een daling het gevolg van minder beoordelingen op Google, meer negatieve beoordelingen op Google of minder beantwoorde beoordelingen. Ga naar het tabblad **Beoordelingen** en bekijk de **Sentimenttrend** voor Google.

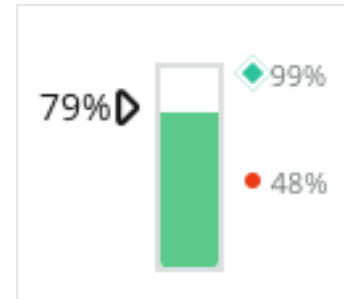
Kijk ook naar de grafiek van **Beantwoorde beoordelingen** om te zien of er het afgelopen kwartaal sprake was van een daling (blauw). Reageer zo snel mogelijk op beoordelingen, vooral op Google. Negatieve beoordelingen op Google die onbeantwoord blijven, hebben de grootste impact op uw reactiescore.



Wat betekenen de percentages op elke thermometer?

Het percentage van elke component is uw componentscore. Componentscores variëren van 0 tot 100% en de kleur van rood tot groen. Hoe roder the thermometer is, hoe meer aandacht dit vereist. De percentages laten u snel zien welke thermometers de meeste aandacht nodig hebben.

De percentages worden toegekend op basis van ons algoritme. Hoewel wij het algoritme niet tonen, tonen wij u wel de score van elke component (met 100% als perfect) zodat u een consistente waarde heeft voor alle gebieden.



Waarom heeft mijn locatie geen reputatiescore?

De hoofdoorzaken hiervan zijn:

- De locatie is te nieuw: het kan een aantal dagen duren voordat scores zichtbaar zijn.
- De gespecificeerde periode is incorrect: scores worden alleen berekend na het aanmaken van een locatie.
- Beperkte gegevensbronnen: locaties moeten worden gekoppeld aan bijbehorende vestigingen om aan een minimale drempel voor het berekenen van scores te voldoen.

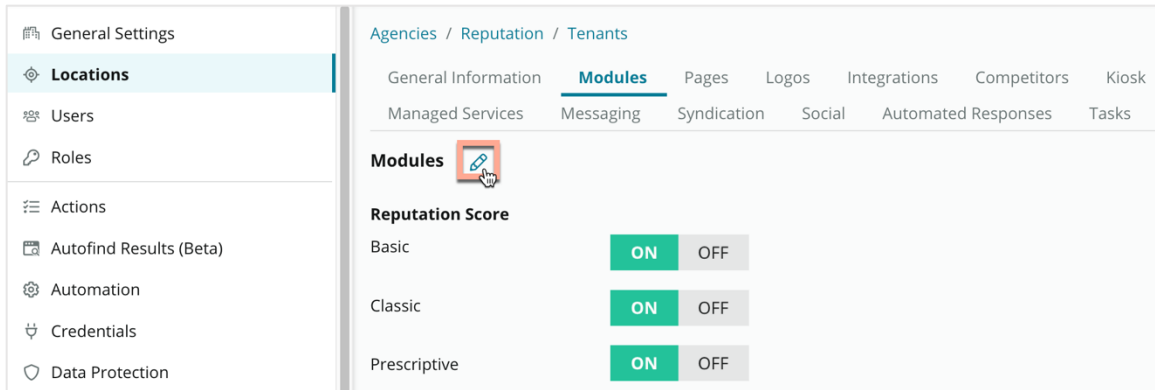
Ik heb een locatie voor het hoofdkantoor van het bedrijf en locaties voor winkels. Hoe kan ik de reputatiescore uitschakelen voor het hoofdkantoor?

Als u verschillende locatietypes heeft, kunt u de reputatiescore uitschakelen voor specifieke locaties. Heeft u bijvoorbeeld een hoofdkantoor en diverse restaurantlocaties en wilt u alleen inzicht in de scores van de restaurants, schakel dan de reputatiescore uit voor het hoofdkantoor.

1. Klik op **Beheer** en vervolgens op **Locaties**.
2. Kies de locatie waarvoor u de reputatiescore wilt uitschakelen.
3. Klik op **Modules**.

Opmerking: deze optie is niet voor alle huurders beschikbaar. Als u **Modules** niet kunt zien, neem dan contact op met de klantenservice of uw Customer Success Manager.

4. Klik op het potloodje en zet de basis-, klassieke en voorschrijvende weergaven op Uit.



5. Klik op Opslaan.

Betaalde premiumdiensten

Zet de experts van ons betaalde premiumdienstenplatform voor u aan het werk.

Hoewel wij ons platform zo gebruiksvriendelijk en effectief mogelijk proberen te maken, begrijpen wij ook dat uw tijd waardevol is en bronnen en bandbreedte beperkt zijn. Reputation heeft een speciaal team van experts dat u kan bijstaan met het beheren van uw vermeldingen, optimaliseren van SEO, het schrijven, publiceren en beheren van uw socialemediaberichten en reageren op beoordelingen. Wij garanderen uitmuntendheid via deze suite van waardetoevoegende diensten voor ons platform en onze producten. Deze experts helpen u met:

- Verder gaan dan **nauwkeurigheid** (beheerde bedrijfsvermeldingen)
- De **aantrekkingskracht** van uw bedrijfsprofielen maximaliseren (beheerde diensten voor Google)
- Profiteren van de **kracht** van sociale media (beheerde sociale media)
- Het merk dat het meest om klanten **geeft, wint** (beheerde beoordelingsreacties)



Neem contact op met uw accountbeheerder voor meer informatie over onze betaalde premiumdiensten.



Aanvullende informatie

Bekijk ons complete aanbod van gebruikershandleidingen om meer te weten te komen over het Reputation-platform.

- Acties
- Beheer
- Social branding
- Bedrijfsvermeldingen
- Dashboards
- Ervaring
- Inbox
- Mobiele app
- Pagina's en locators
- Contact opnemen
- Rapporten
- Verzoeken
- Beoordelingen
- Social listening
- Social suite
- Enquêtes
- Widgets