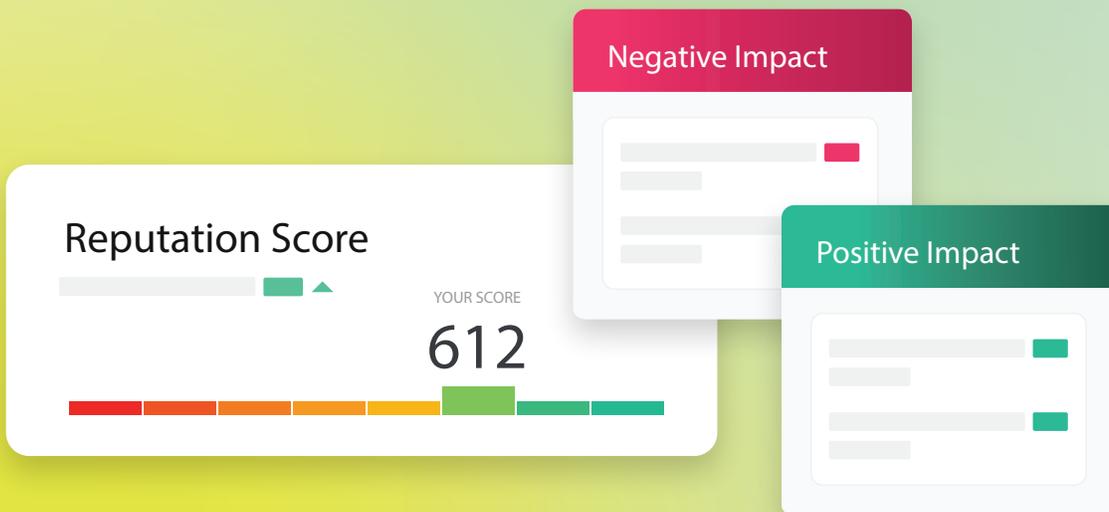
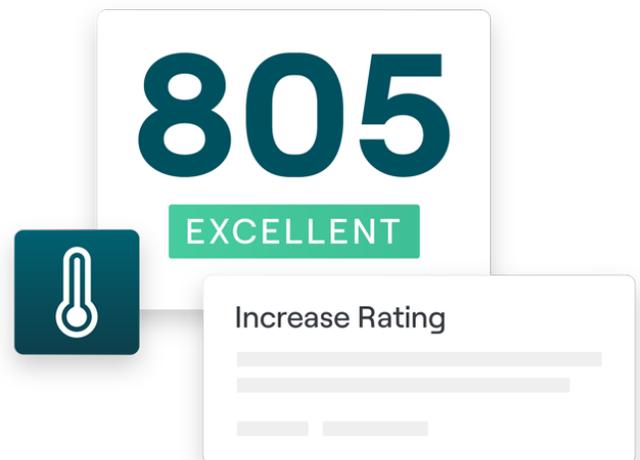


Pontuação de Reputação X



Índice

- I. Pontuação de reputação X.....2
 - a. Visão geral
 - b. Estudos de caso
- II. Guia Pontuação de reputação.....5
 - a. Insights de localização
 - b. Recomendações para melhoria
 - c. Comparação de tendências ao longo do tempo
- III. Guia Componentes.....10
- IV. Perguntas Frequentes para resolução de problemas.....16
- V. Serviços pagos premium.....21
- VI. Recursos adicionais.....22



Pontuação de reputação X Visão geral

A Pontuação de reputação é um índice abrangente da presença digital de localizações comerciais, calculado para mais de 70 setores.

Uma pontuação para todos governar

A Pontuação de reputação X é a sua paragem única para ter insights sobre tudo que os seus clientes dizem, sentem e ouvem sobre a sua empresa **numa única métrica**. Identifica os seus pontos fortes e fracos, fornecendo insights úteis para que se compare com os seus competidores e, no final, aprimore a reputação online da sua marca.

Esta pontuação calcula o desempenho do seu negócio numa variedade de importantes áreas online, em termos de visibilidade, envolvimento e sentimento. Aprenda o que está a ter afetar a sua pontuação e porque o desempenho do seu negócio é superior ou inferior ao dos seus pares no seu setor de atividade.



Quanto mais alta for a sua Pontuação de reputação, maior será a probabilidade de se destacar nos motores de busca, resultados de mapas e sites de avaliação — e de estar a fazer as coisas certas para ser visto e escolhido por novos consumidores.

A Pontuação de reputação X mostra a sua pontuação mais recente. Seleccione intervalos de datas personalizados em **Relatórios** para ver os dados históricos da pontuação. Pode ver os resultados por localização e através de filtros personalizados. Certos gráficos também permitem a filtragem por intervalo de datas (últimos 30, 60, 90 ou 365 dias a partir da data de geração dos dados).

Componentes de uma Pontuação de reputação

- Sentimento de avaliação
- Volume de avaliações
- Distribuição das avaliações
- Atualização das avaliações
- Impressão de pesquisa
- Resposta às avaliações

- Precisão dos anúncios
- Envolvimento nas redes sociais
- Comprimento das avaliações
- Saúde da marca*
- Alcance da marca*
- Disponíveis apenas para concessionários automóveis*

Estudos de caso

Transforme o feedback no combustível para o crescimento do seu negócio com insights úteis da Pontuação de reputação X. As nossas pesquisas também indicam um impacto direto na faturação. Leia sobre como clientes reais da Reputation transformaram o feedback em combustível para o crescimento dos seus negócios, e saiba como pode fazer o mesmo, implementando os insights úteis da Pontuação de reputação X.

The Arbor Company.

A The Arbor Company é uma empresa com sede em Atlanta que opera mais de 45 lares de idosos e centros de tratamento de demência, servindo idosos em 11 estados. A missão da empresa é ativar e aprimorar a saúde e o espírito dos seus residentes, honrando a realidade única de cada um deles através de conexões profundas com outros residentes, familiares e funcionários.



A The Arbor Company veio a nós procurar ajuda para responder a avaliações, personalizar rapidamente as mensagens de resposta, e automatizar as solicitações de avaliação com um gatilho identificável — tudo isso numa só plataforma.

Ações

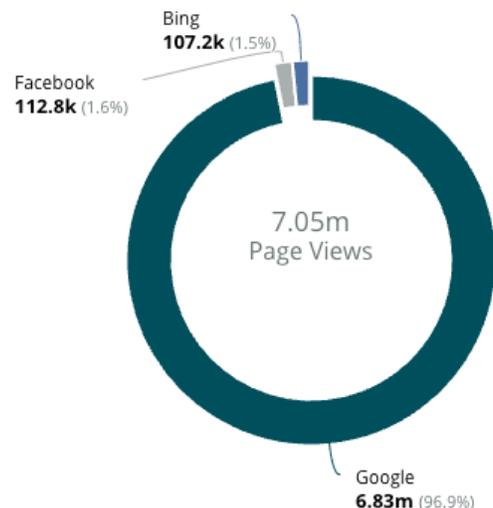
1. Migre para uma única plataforma para monitorizar avaliações, mensagens de resposta e solicitações de avaliação.

2. Use Avaliações e Insights para identificar temas nos feedbacks e realizar melhorias operacionais.

3. Use os Serviços pagos premium para monitorizar e responder a avaliações online com modelos de resposta pré-aprovados e de acordo com as políticas

Resultados

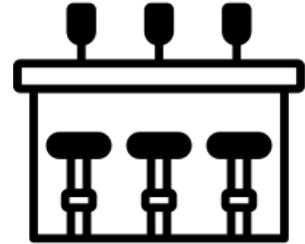
- ★ Aumento de 22% nas visualizações de anúncios em pesquisas
- ★ Ações adicionais em anúncios de empresa converteram uma média de 12 novos residentes por ano.
- ★ Aumento de 64% no volume de avaliações
- ★ Levou a US\$ 4,5 milhões de faturação adicional



Confidential Hospitality Company

Esta marca tornou-se, depois de grandes aquisições, a maior empresa de pubs no mundo, e veio à Reputation com as seguintes exigências:

- Uma KPI substituta da NPS para ser implementada para todo o grupo
- Melhora da precisão de dados de anúncios de empresa do setor de pubs
- Uma plataforma fácil de usar para encorajar a adoção entre os gestores e equipas
- Relatórios de alto nível e funcionalidade para ajudar a informar futuras decisões de negócios e manter a direção atualizada



Ações

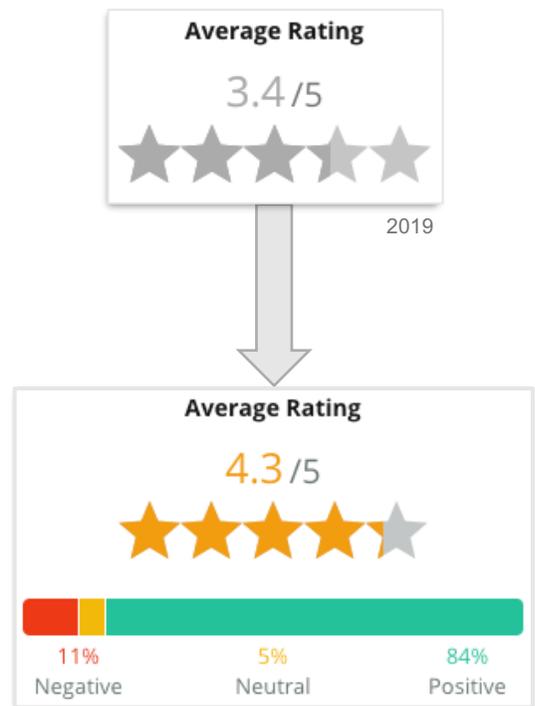
1. Oferecer uma plataforma para gerir avaliações, pesquisas, redes sociais, anúncios e mais, para aumentar a eficiência com escalabilidade funcional à medida que o grupo cresce ao longo do tempo.

2. Descentralizar a gestão quotidiana dos feedbacks online de um site enquanto se mantém a supervisão da matriz.

3. Criar um sentimento saudável de competição entre os sites no portfólio do grupo.

Resultados

- ★ A Classificação por estrelas online aumentou em 0,09, para 4,3 de 5 estrelas
- ★ A taxa de resposta a avaliações de clientes foi, em média, 99% in 2021 (era de 36% em 2019)
- ★ A visualização de anúncios de empresa aumentou 1,443% no período 2019-2021
- ★ Os gestores estão a poupar 25% do seu tempo usando uma só plataforma em vez de quatro ou cinco
- ★ **A Pontuação Reputation aumentou em 196 pontos e está 99 pontos acima da média do setor**



2021

Guia Pontuação Reputation

A guia Pontuação Reputation considera as tendências do mercado e do setor. Estes fatores permitem que avalie o desempenho do seu negócio e veja como se compara a outros negócios em relação à média do setor e ao melhor da categoria.

A Pontuação de Reputação é calculada numa escala de 1000 pontos, em que 1000 é a classificação mais alta possível na escala e 100 é a mais baixa.



Insights de localização

Se selecionou mais de uma localização nos filtros, pode ver um apanhado geral do desempenho de suas localidades nos últimos 30 dias a partir da data de geração dos dados. Veja as localizações destacadas, com altas Pontuações de reputação, bem como os locais com pontuações mais baixas ou com grandes quedas de pontuação.

Clique em **Visualizar todas as localizações** no fundo da página para ver a Pontuação de reputação e dados de mudança de pontuação de cada localidade que gere. Se uma localidade tiver sido adicionada recentemente, os insights podem não aparecer imediatamente, pois demoram alguns dias para começarem a ser preenchidos.

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](#)

As localizações são classificadas, por padrão, segundo a Pontuação de reputação (de alta a baixa). Clique nos cabeçalhos da Pontuação de reputação ou de Mudança de pontuação para ordenar as localidades de forma ascendente ou descendente.

How have my locations been performing in the past 30 days? ... X

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

Por localização

Selecione uma localização nos seus filtros da linha superior ou clique em qualquer local no gráfico de pontuação mais alta/mais baixa para ver o que impactou especificamente a Pontuação de reputação daquela localização. Veja até três componentes de impacto positivo e negativo (ordenados por impacto de pontuação) no Intervalo de tempo selecionado. Filtre por componentes para restringir o seu foco.

Veja insights específicas por componente. As informações explicam porque é que a pontuação de hoje mudou em relação à pontuação de há 30 dias (ou qualquer intervalo de tempo que tenha selecionado). Clique nas setas para navegar entre as informações (se disponíveis). Cada insight tem a etiqueta do componente que mais impactará.

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

Positive Impact	Score Change
Review Volume	↑ 5 pts
Review Recency	↑ 2 pts
Social Engagement	↑ <1 pt

Negative Impact	Score Change
Review Sentiment	↓ 28 pts
Review Response	↓ 5 pts

Your review sentiment on Google has dropped

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.

Review Sentiment

Attention! New negative reviews on Facebook

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.

Review Sentiment

Clique no nome ou etiqueta do componente para ver detalhes adicionais sobre cada componente.

Ver todos os insights

Nos insights de localização, clique em **Visualizar todos os insights** para aprofundar e visualizar o impacto positivo, negativo e neutro desta localização por intervalo de tempo e componente. Veja insights específicas por componente. Cada insight tem a etiqueta do componente que mais impactará.

Os insights de mudança de pontuação não aparecerão para localizações mais recentes que 30 dias. Em vez disso, essas localizações terão informações gerais sobre o que está a ajudar ou prejudicar a sua pontuação atual. Depois das localizações terem uma Pontuação de Reputação há mais de 30 dias, os insights de mudança de pontuação serão preenchidas.

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 Review Recency ↑ 2 pts Social Engagement ↑ <1 pt</p>	<p>Score Change</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 style="text-align: center;">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 style="text-align: center;">Review Sentiment</p>
<p>Negative Impact</p> <p>Review Sentiment ↓ 28 pts Review Response ↓ 5 pts</p>	<p>Score Change</p>	<p>Your nonnegative review response rate on Google has dropped</p> <p>Your Reputation Score fell by approximately 3 points in the last 30 days because your yearly response rate to positive and neutral reviews on Google has degraded.</p> <p style="text-align: center;">Review Response</p>	<p>Your review volume on Google has improved</p> <p>You have received 8 reviews on Google over last 2 years, up from 4 over the two-year period that ended 30 days ago, driving your overall score up by approximately 3 points.</p> <p style="text-align: center;">Review Volume</p>
<p>Neutral Impact</p> <p>Search Impression = 0 pts Listing Accuracy = 0 pts Review Length = 0 pts Review Spread = 0 pts</p>	<p>Score Change</p>	<p>Your review response rate on Facebook has dropped</p> <p>Your Reputation Score fell by approximately 2 points in the last 30 days because your yearly response rate to reviews on Facebook has degraded.</p> <p style="text-align: center;">Review Response</p>	<p>Congratulations! New Reviews!</p> <p>You have received 6 reviews over last 30 days, up from 2 reviews over 30 days period that ended 30 days ago. This is driving your overall score up by approximately 2 points.</p> <p style="text-align: center;">Review Recency</p>

Observação: os insights são exibidos quando há um impacto de pelo menos um ponto na Pontuação de reputação. Se não consegue ver um insight de um componente específico, isso significa que a mudança na pontuação não foi significativa o suficiente para produzir um.

Recomendações para melhoria

Veja recomendações práticas para melhorar a Pontuação de reputação da sua localização, ordenadas por maior ou menor impacto. Entenda em quantos pontos, aproximadamente, as melhorias sugeridas podem impactar a sua pontuação. Cada recomendação tem a etiqueta do componente que mais impactará.

Clique na etiqueta do componente para ver detalhes adicionais sobre cada componente. Clique nas setas para navegar entre as recomendações. Para ver todas as recomendações na mesma página, clique em "**Ver todas as recomendações**".

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](#)

Observação: este gráfico só fica disponível quando seleciona uma só localização. Se tiver selecionado duas ou mais localizações nos filtros, este gráfico não estará disponível.

Comparação de tendências ao longo do tempo

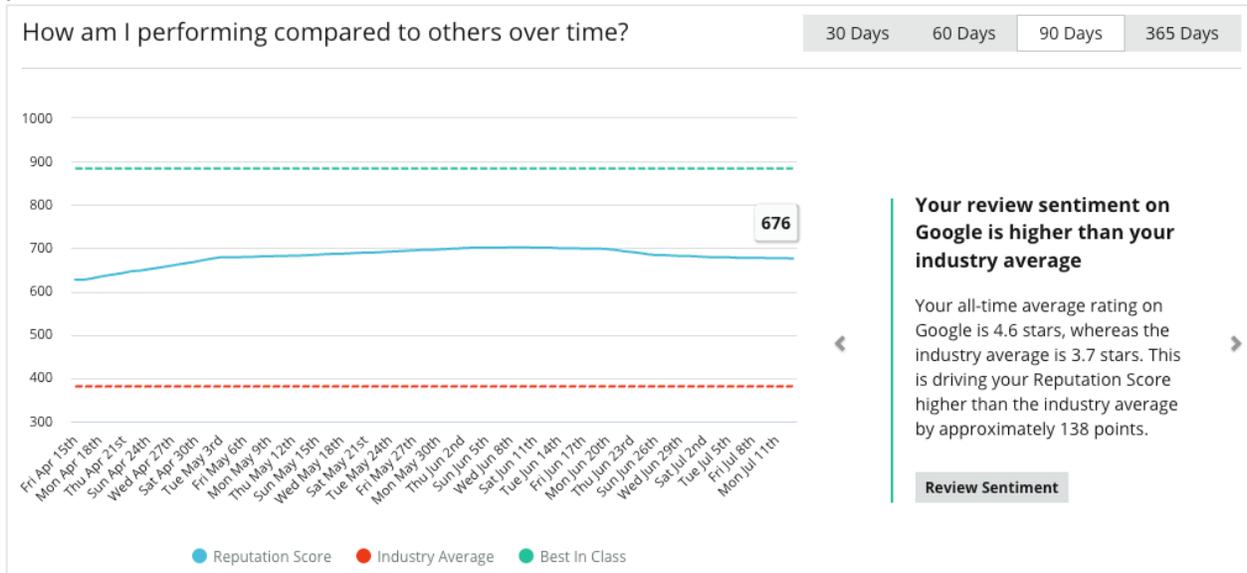
Monitorize a tendência da sua Pontuação de reputação ao longo do tempo, em comparação com a média do setor e o melhor do segmento. Veja os resultados por intervalo de datas (últimos 30, 60, 90 ou 365 dias a partir da data de geração dos dados). Passe o rato sobre o gráfico para visualizar os dados da Pontuação de reputação de um dia específico.

Uma localização selecionada

Os insights explicam a diferença entre a Pontuação de reputação de hoje da sua localização e a pontuação média de hoje do setor. Clique nas setas para navegar entre os insights. Cada insight tem a etiqueta do componente que mais impactará.

Clique na etiqueta do componente para ver detalhes adicionais sobre cada componente. Para ver todos os insights na mesma página, clique em **Visualizar todos os insights de comparação**.

Os insights são exibidos quando um subcomponente da pontuação (p.ex., média de estrelas do Google) experimenta uma mudança de pelo menos um ponto na pontuação da sua localização. Se não consegue ver um insight de um componente específico, isso significa que a mudança na pontuação não foi significativa o suficiente para produzir um.



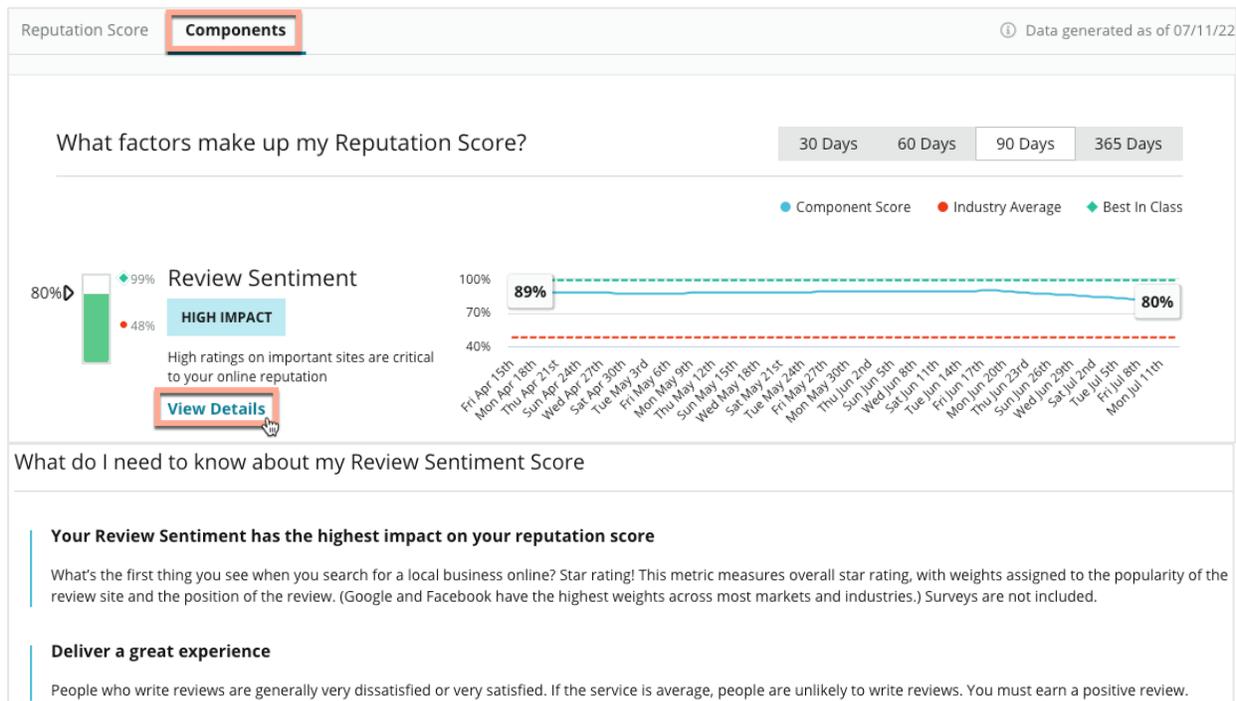
Para ver comparações de tendência com ou sem insights de localizações específicas, ajuste os seus filtros.

Separador Componentes

Melhore a sua Pontuação de reputação analisando nove componentes-chave (dois componentes adicionais estão disponíveis apenas para concessionários automóveis). Os componentes são ordenados na plataforma em ordem decrescente (dos com o maior impacto para os com o menor). Para cada componente, pode comparar sua pontuação com o padrão do setor e o melhor da categoria, assim como ver cada pontuação como uma tendência ao longo do tempo.

Veja os resultados por intervalo de datas (últimos 30, 60, 90 ou 365 dias a partir da data de geração dos dados). Passe o cursor do rato sobre cada gráfico para ver a pontuação do componente num dia específico.

Clique em **"Ver detalhes"** sob cada componente para saber mais sobre o componente, incluindo dicas para melhorar e links para recursos adicionais.



Saiba mais sobre sua Pontuação de reputação ao aprofundar cada um dos seguintes componentes:



Sentimento de avaliação

Qual é a primeira coisa que vê ao pesquisar uma empresa local online? O sentimento de avaliação ou média de estrelas! Esta métrica mede o sentimento geral das suas avaliações em todas as fontes importantes. Os inquéritos não estão incluídos.

- O Google e o Facebook têm os pesos mais altos na maioria dos mercados e setores.
- Ofereça uma ótima experiência! As pessoas que escrevem avaliações geralmente ficam muito insatisfeitas ou muito satisfeitas. Se o serviço for mediano, é pouco provável que as pessoas escrevam avaliações.
- Deve conquistar uma avaliação positiva.

Observação: a página "**Ver detalhes**" mostrará insights específicos do componente se uma localização for selecionada. Os insights não estarão disponíveis se duas ou mais localizações forem selecionadas.



Volume de avaliações

A próxima coisa que deve procurar, depois de pesquisar um negócio, é o número de avaliações que definiram aquela média por estrelas. Vai confiar mais numa média por estrelas com 1000 avaliações do que numa com 5 avaliações. Esta métrica mede o número total de avaliações em importantes sites de avaliação online. Uma localização precisa de ter uma quantidade mínima de avaliações em cada site de avaliação relevante para obter uma pontuação elevada em volume.

- Peça avaliações de clientes de forma ativa, usando ferramentas como a Aplicação móvel Reputation.
- Explique que está a esforçar-se para oferecer o melhor serviço e que se sente orgulhoso e motivado ao ouvir um feedback positivo dos clientes.

3

Distribuição das avaliações

O Google e o Facebook são os mais importantes, mas também deve ter presença numa variedade de sites de avaliação. As empresas com avaliações em vários sites de avaliação populares têm uma pontuação mais favorável do que aquelas com avaliações concentradas em apenas um ou dois sites.

- Os nossos modelos de pedido têm em consideração a distribuição das avaliações; recomendamos o uso de links inseridos em Reputation.com em vez de links manuais para garantir que esteja a perguntar nos sites que têm mais impacto na sua pontuação.

4

Atualização das avaliações

A seguir, veja a data das avaliações. Se não tiver sido deixada nenhuma avaliação nos últimos meses, pode-se perguntar se o negócio já não está a funcionar ou não é relevante (a prática recomendada é ter avaliações com menos de 3 meses).

- Solicite avaliações regularmente. Usando uma integração, pode até mesmo automatizar pedidos de avaliação após cada transação com o cliente.
- As avaliações postadas mais recentemente têm maior peso no cálculo da média de estrelas.

5

Impressão de pesquisa

Quando pesquisa uma empresa local (nome e código postal, morada ou cidade/estado), quais são os primeiros resultados da pesquisa? Se a página web da sua localização estiver próxima do topo dos resultados da pesquisa (os 10 primeiros links azuis na página 1) e o Painel de informações do Perfil de Negócio do Google aparecer, obterá uma pontuação alta aqui. Além disso, quando procura um setor "perto de mim", se sua localização aparecer nos 10 primeiros resultados da pesquisa ou no Local Pack, a pontuação aumenta.

- Usar um widget para gerar a sua própria classificação por estrelas no seu site pode fazer a sua página subir nos resultados de pesquisa.
- Certifique-se de que o seu perfil GMB esteja completo e que a sua categoria de negócio esteja correta no seu perfil de localização.
- Se precisar de ajuda para atualizar o seu site, considere explorar as nossas soluções de Páginas e Localizadores otimizadas para SEO.



Resposta às avaliações

Os clientes precisam de ver respostas que sejam cordiais e que ofereçam métodos diretos de contacto. Até mesmo uma avaliação negativa costuma ser vista de forma mais favorável quando é respondida pela empresa.

- Tente sempre responder todas as avaliações, mas tenha em conta que a prática recomendada é responder a 100% das avaliações negativas e pelo menos 20% das avaliações positivas.
- Aumentar a sua taxa de respostas é algo que pode fazer imediatamente para melhorar a sua reputação online. (Entre em contacto com a nossa equipa de Serviços pagos premium para que possamos ajudá-lo com respostas geridas)
- Se estiver a gerir respostas por conta própria, use as macros como ponto de partida para que possa responder rapidamente e ao mesmo tempo acrescentar variedade.

Observação: algumas fontes não permitem que se responda a avaliações. Essas fontes são excluídas dos cálculos de pontuação.



Precisão dos anúncios

As informações da localização da empresa correspondem ao que aparece no Google? E quanto a outros sites (por exemplo, Facebook, Bing Local, etc.)?

- A precisão destas informações é especialmente importante quando os consumidores estão a realizar pesquisas "perto de mim". Corrigir informações dos anúncios de empresa é uma ação fácil e imediata que pode realizar para melhorar a sua reputação.
- Se não está a auditar os seus anúncios de empresa através da plataforma atualmente, entre em contacto com a Equipa de suporte ou recorra à nossa equipa dos Serviços pagos premium para obter ajuda. O seu termómetro de precisão não será tão exato se não tiver conexões/fontes de verdade carregadas na plataforma.

8

Envolvimento nas redes sociais

A empresa tem presença nas redes sociais e as publicações estão a gerar envolvimento? As empresas ativas nas redes sociais tendem a converter mais pessoas que pesquisam em clientes.

- Publique conteúdo regularmente nas redes sociais e responda aos comentários dentro de 24 a 48 horas. Esta métrica atualmente mede o envolvimento no Facebook com base em visualizações, fãs, gostos e utilizadores envolvidos. Apesar de as pontuações atualmente não refletirem a rapidez das respostas, esta é uma prática recomendada que ajudará a aumentar a satisfação do cliente.

Observação: só as localidades com uma conta de Facebook ligada serão contadas nesta métrica. Se não tiver dados neste termómetro, não terá impacto na pontuação geral.

9

Comprimento das avaliações

Que avaliação tem mais impacto para si: "Foi ótimo". -OU- "O Tim foi fantástico e explicou todas as minhas opções de financiamento. Fez-me sentir parte da família!"

- Embora o comprimento da avaliação não seja algo que possa necessariamente controlar, ele influencia a percepção do potencial consumidor sobre o seu negócio e a probabilidade de confiar na avaliação. Tente pedir aos clientes que deixem duas ou mais frases, ao falar pessoalmente com eles.

10

Saúde da marca

A Saúde da marca avalia o sentimento geral da marca nas redes sociais. Este componente mede o sentimento geral, ponderado por alcance e data recente das publicações de todos os conteúdos de redes sociais da sua marca e de todos os comentários. As fontes primárias consideradas são Twitter, Reddit, Instagram e Facebook.

- Manter um sentimento positivo nas publicações da marca e nos comentários é benéfico para construir uma base de seguidores nas redes sociais, e para transformar esses seguidores em clientes.

Observação: a Saúde da marca só está disponível para concessionários automóveis no momento.

11

Alcance da marca

O Alcance da marca avalia a penetração da marca na internet. Este componente mede o alcance e as menções em publicações nas redes sociais, assim como a data recente das publicações. As fontes primárias consideradas são Twitter, Reddit, Instagram e Facebook.

- Quanto mais pessoas a sua marca puder alcançar com conteúdos de rede social, mais clientes potenciais terá.

Observação: o Alcance da marca só está disponível para concessionários automóveis no momento.

Perguntas Frequentes para resolução de problemas

A seguir apresentamos cenários comuns para a solução de problemas em torno da Pontuação de reputação.

Com que empresas sou comparado na "Média do setor", e como faço para descobrir as suas pontuações?

Para calcular as referências do setor, o nosso algoritmo seleciona uma amostra representativa de mais de 1000 localidades do seu setor (clientes e não clientes da Reputation.com). Nós calculamos uma pontuação média relativa a todas as localizações da amostra.

Também criamos uma pontuação média das localizações com a maior reputação nessa amostra (normalmente o 1% superior). Essa média é a referência melhor da categoria desse setor.



Observação: não podemos divulgar quais são as empresas ou quais são as suas pontuações. Se estiver interessado nestas métricas, considere as nossas opções de Relatórios da concorrência.

As pontuações do padrão do setor e do melhor da categoria são específicas para uma região ou localização?

A sua pontuação como um todo é específica do setor e da região (ao nível nacional). Por exemplo, o algoritmo de pontuação difere entre empresas fabricantes de equipamento original no Reino Unido e empresas de retalho nos EUA.

O padrão do setor e o melhor da categoria usam o mesmo algoritmo de pontuação. No entanto, essas pontuações não são detalhadas em comparações localização-a-localização. Se sabe que as localizações no sudoeste do Arizona geralmente se saem melhor do que as localizações no noroeste do Arizona, mesmo assim vai compará-las com as referências nacionais.

Observação: configurações de localidade do utilizador não são consideradas nos cálculos e nas referências. No entanto, o país associado com cada localidade na plataforma é considerado.

Recebi 20% mais avaliações neste trimestre. Porque é que a minha pontuação não está a aumentar?

A pontuação reflete uma média móvel de 30 dias (veja abaixo mais informações), de modo que as flutuações do dia a dia não serão tão perceptíveis.

De onde vieram essas "novas" avaliações? Se as avaliações positivas foram todas no Facebook e obteve três avaliações *negativas* no Google, as avaliações do Google sempre terão um impacto maior. Nem todos os sites de avaliação são tratados da mesma forma.

Quanto maior a pontuação obtida, mais difícil é melhorar. A melhoria é medida em mudanças incrementais muito menores conforme se aproxima de uma pontuação perfeita.

<i>Ganhos-alvo anuais sugeridos para faixas de pontuação</i>	
100 – 50%	500 – 8%
200 – 30%	600 – 4%
300 – 20%	700 – 0%
400 – 13%	

O que significa média “móvel” de 30 dias?

A média móvel de 30 dias é baseada em cálculos da Reputation que geram pontuações diárias internas. Subsequentemente, a sua pontuação diária na plataforma é uma média das pontuações internas supracitadas dos 30 dias anteriores. Por exemplo:

- Hoje é dia 1 de maio. A Pontuação de reputação mostrada é a média das Pontuações de reputação de 1 de abril a 1 de maio.
- Se voltar e observar a sua pontuação a 1 de fevereiro, verá que ela é uma média da Pontuação de reputação de 2 a 31 de janeiro.

Quanto tempo demora para que as novas avaliações se reflitam na Pontuação de reputação?

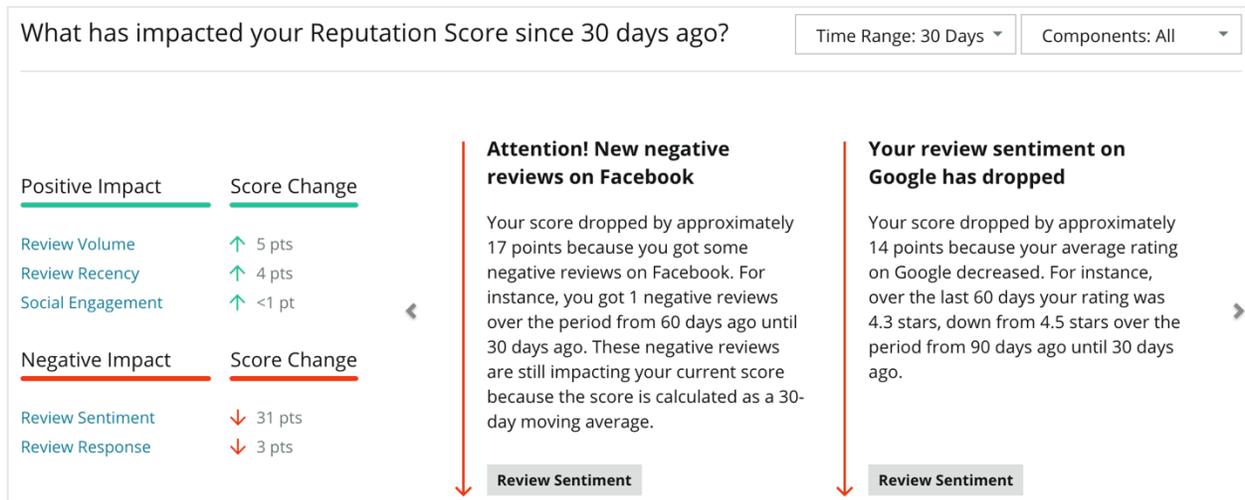
Quando uma nova avaliação de cliente é adicionada, leva dois dias para que ela comece a contar para a sua pontuação. Demora mais 30 dias para que veja o impacto total desse evento na sua pontuação, pois a Pontuação de reputação é calculada como uma média móvel de 30 dias.

Porque é que a minha pontuação desceu?

O melhor método para descobrir a razão para uma queda de pontuação é ir até a Pontuação de reputação X e ver os insights detalhados por componentes e pelas suas sub métricas numa comparação de 30, 60, ou 90 dias.

As razões mais comuns incluem (mas não se limitam a) uma recente diminuição no número de avaliações no Google, um aumento nas avaliações negativas nessa mesma plataforma, ou uma diminuição na taxa de respostas. Vá até ao separador "**Avaliações**" e observe a **Tendência de sentimento** relativa ao Google.

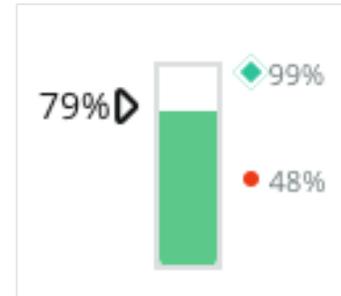
Observe também o gráfico de **Avaliações respondidas** para ver se houve uma diminuição no último trimestre (azul). Responda o mais rápido possível – especialmente as avaliações do Google. *As avaliações negativas do Google que não foram respondidas são as que mais prejudicam a pontuação de respostas de avaliação.*



O que significam as percentagens em cada termómetro?

A percentagem de cada componente é a sua pontuação de componente. As pontuações de componente variam de 0 a 100%, e a cor vai de vermelho a verde — quanto mais vermelho o termómetro, mais atenção ele requer. As percentagens servem para identificar rapidamente que componentes requerem mais atenção.

As percentagens são atribuídas com base no nosso algoritmo. Apesar de não oferecermos o algoritmo, nós mostramos onde cada componente se situa numa escala (100% representa a perfeição), para que tenha uma medição consistente em todas as áreas.



Porque é que a minha localização não tem uma Pontuação de reputação?

Entre as principais causas disso, estão as seguintes:

- A localização é muito nova: as pontuações podem demorar alguns dias para começarem a ser preenchidas.
- A janela de tempo está incorreta: as pontuações são calculadas apenas após a criação da localização.
- Fontes de dados limitadas: as localizações precisam de ligar os seus sites associados a um patamar mínimo de sites importantes para que as pontuações sejam calculadas.

Eu tenho uma localização para a sede corporativa e localizações de lojas. Como desativo a Pontuação de reputação para a sede?

Se tiver diferentes tipos de localizações, talvez queira desativar a Pontuação de reputação para algum dos tipos. Por exemplo, se tiver uma sede corporativa e várias localizações de restaurantes, e quiser insights apenas sobre as pontuações dos restaurantes, desative a sede corporativa.

1. Clique em "**Admin**", e então escolha "**Localizações**".
2. Escolha a localização para a qual quer desativar a Pontuação de reputação.
3. Clique em "**Módulos**".

Observação: nem todos os inquilinos têm esta opção. Se não estiver a ver **Módulos**, entre em contacto com a Equipa de suporte ou com o seu gestor de sucesso do cliente para receber assistência.

4. Clique no ícone de lápis e ponha as visualizações "Básica", "Clássica", e "Prescritiva" em "Desligado".

Agencies / Reputation / Tenants	
General Information	Modules Pages Logos Integrations Competitors Kiosk
Managed Services	Messaging Syndication Social Automated Responses Tasks
Modules 	
Reputation Score	
Basic	<input checked="" type="checkbox"/> ON <input type="checkbox"/> OFF
Classic	<input checked="" type="checkbox"/> ON <input type="checkbox"/> OFF
Prescriptive	<input checked="" type="checkbox"/> ON <input type="checkbox"/> OFF

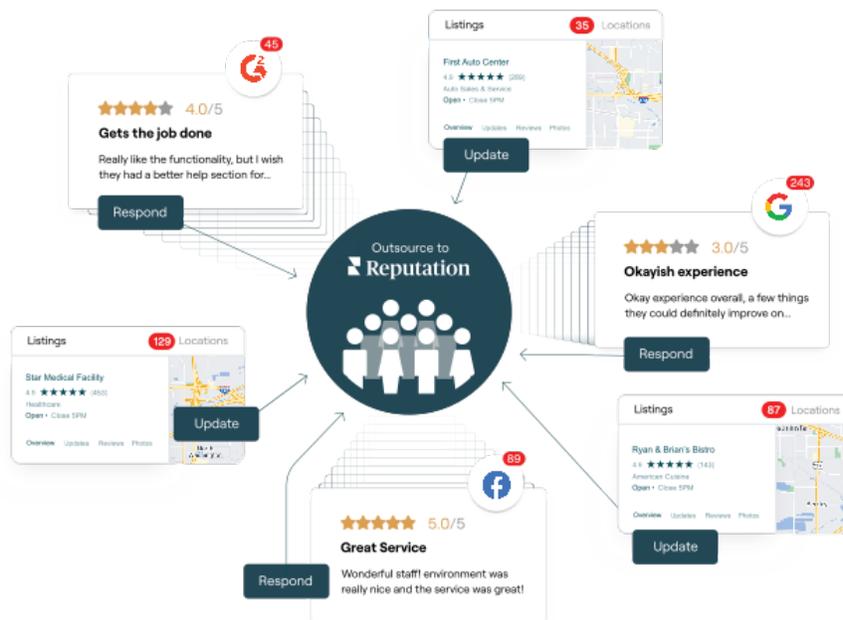
5. Clique em "**Guardar**".

Serviços pagos premium

Coloque os especialistas da nossa plataforma de Serviços pagos premium a trabalhar para si.

Esforçamo-nos por tornar a nossa plataforma mais intuitiva e eficiente, pois entendemos que o seu tempo é valioso; os recursos e a largura de banda podem ser limitados. A Reputation tem uma equipa exclusiva de especialistas que estão prontos a ajudá-lo a fazer a gestão dos seus anúncios; otimizar a sua SEO e postar, publicar e organizar as suas publicações em redes sociais — além de gerir as suas respostas a avaliações. Podemos garantir uma excelente experiência do cliente por meio deste conjunto de serviços de valor adicional que são impulsionados pela nossa plataforma e pelos nossos produtos. Estes especialistas irão ajudá-lo a:

- Ir além da **Precisão** (anúncios de empresa geridos)
- Maximizar a **Atração** dos seus perfis de empresa (serviços geridos para o Google)
- Cultivar o **Poder** das redes sociais (redes sociais geridas)
- A marca que se **Importa** mais, **Vence** (respostas de avaliações geridas)



Entre em contacto com o seu Gestor de conta para saber mais sobre os nossos

Recursos adicionais

Consulte o nosso conjunto completo de guias do utilizador para saber mais sobre a plataforma Reputation.

- Ações
- Admin
- Redes Sociais da Marca
- Anúncios de empresa
- Painéis
- Experiência
- Caixa de entrada
- App Móvel
- Páginas e localizadores
- Ligar-se a um representante
- Relatórios
- Solicitação
- Avaliações
- Escuta social
- Social Suite
- Inquéritos
- Widgets