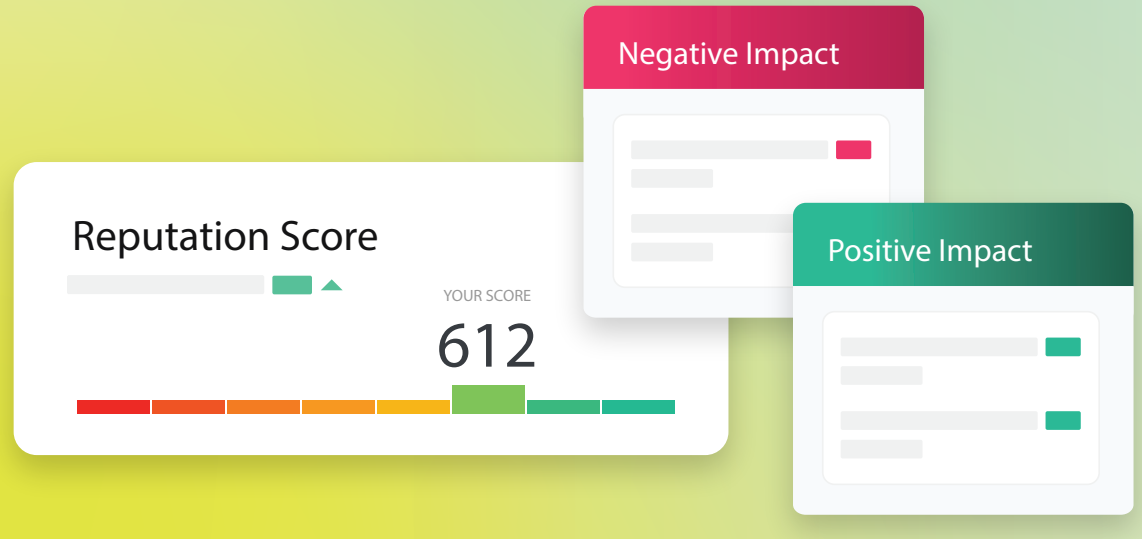
Reputation

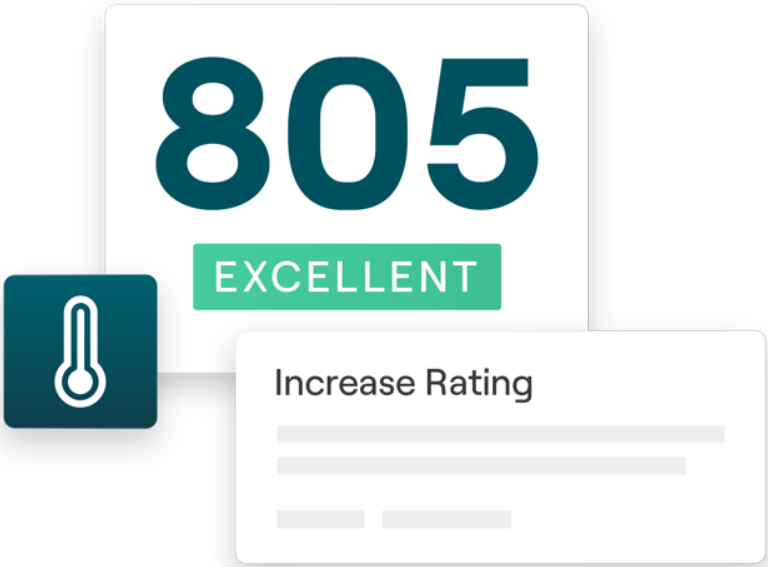
Reputation Puanı X



2022

İçindekiler Tablosu

I. Reputation Puanı X…….....2
   a. Genel Bakış
   b. Durum Çalışmaları
II. Reputation Puanı Sekmesi…….....5
   a. Konum İçgörüleri
   b. İyileştirmeye Yönelik Öneriler
   c. Zaman İçinde Eğilim Karşılaştırması
III. Bileşenler Sekmesi…….....10
IV. Sorun Giderme SSS'ler…….....…...15
V. Premium Ücretli Hizmetler…….....20
VI. Ek Kaynaklar…….....21



© 2022 Reputation, Inc.

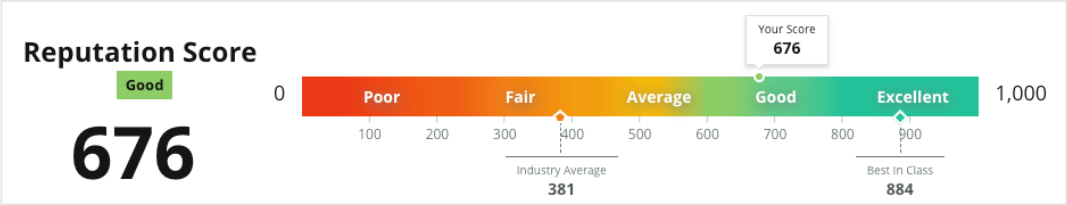
Reputation Puanı X'e Genel Bakış

Reputation Puanı, 70'i aşkın sektörde hesaplanan işletme konumlarının dijital varlığının kapsamlı bir dizinidir.

Hepsine Hükmedecek Tek Puan

Reputation Puanı X, **tek bir ölçütte** müşterilerinizin işletmeniz hakkında söylediği, hissettiği ve duyduğu her şeye ilişkin içgörüler elde edebileceğiniz tek durak noktasıdır. Güçlü ve zayıf yönlerinizi belirleyerek rakiplerinizle karşılaştırma yapmak ve bunun sonucunda markanızın çevrimiçi itibarını geliştirmek için eyleme geçilebilir içgörüler sağlar.

Bu puan görünürlük, katılım ve duyarlılık bakımından çeşitli önemli çevrimiçi alanlarda işletmenizin performansını hesaplar. Puanınızı neyin etkilediği ve iş performansınızın sektördeki akranlarınıza kıyasla neden önde olduğunu veya geride kaldığını öğrenin.



Reputation Puanı ne kadar yüksekse, arama motorlarında, harita sonuçlarında ve değerlendirme sitelerinde öne çıkma ihtimaliniz o kadar yüksek olacak ve yeni tüketiciler tarafından görülmek ve seçilmek için doğru şeyleri yapıyor olacaksınız.

Reputation Puanı X en yakın tarihli puanınızı gösterir. **Raporlar** içinde geçmiş puan verilerini görüntülemek için özel tarih aralıklarını seçin. Sonuçları konuma ve özel filtrelere göre görüntüleyebilirsiniz. Belirli tablolar tarih aralığına göre filtrelemeye de izin verir (veri oluşturma tarihinden itibaren son 30, 60, 90 veya 365 gün).

Reputation Puanının Bileşenleri

- Değerlendirme Duyarlılığı
- Değerlendirme Hacmi
- Değerlendirme Kapsamı
- Değerlendirmenin Güncelliği
- Arama Görüntüleme
- Değerlendirme Yanıtı
- Liste Doğruluğu
- Sosyal Katılım
- Değerlendirme Uzunluğu
- Marka Sağlığı*
- Marka Erişimi*

Yalnızca otomotiv satıcıları için mevcuttur*

Durum Çalışmaları

Reputation Puanı X'den elde edilen eyleme geçilebilir içgörülerle geri bildirimleri işletmenizi büyütmek için kullanın. Araştırmamız gelir üzerinde de doğrudan bir etki olduğunu göstermektedir. Gerçek Reputation müşterilerinin işletmelerini büyütmek için geri bildirimleri nasıl kullandığını okuyun ve Reputation Puanı X'den elde edilen eyleme dönüştürülebilir içgörüleri uygulayarak aynı şeyi nasıl yapabileceğinizi öğrenin.

Arbor Company

Arbor Company, 11 eyalette yaşlılara hizmet veren, 45'ten fazla bağımsız yaşam, destekli yaşam ve demans bakım topluğunun Atlanta merkezli işletmecisidir. Misyonu, sakinler, aileler ve personel ile derin bağlantılar kurup her bir insanın eşsiz yaşamını onurlandırarak sakinlere güzel zaman geçirtmek ve onların sağlığını ve ruhunu zenginleştirmektir.

Arbor Company, değerlendirmelere yanıt vermek, yanıt mesajını hızlıca özelleştirmek ve tanımlanabilir bir tetikleyiciyle değerlendirme isteklerini otomatik hale getirmek (hepsi bir platformda) konusunda yardım istemek için bize başvurdu.

İşlemler

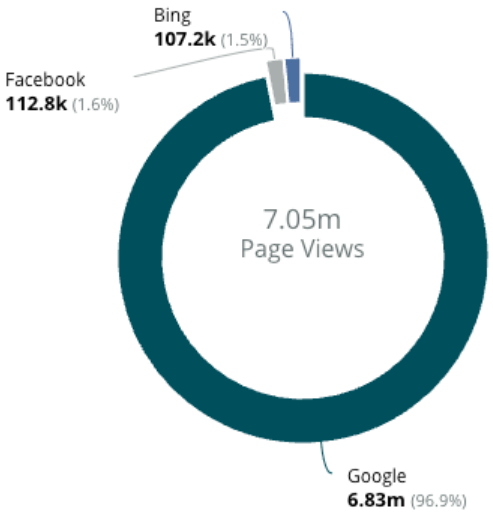
1. Değerlendirmeleri, yanıt mesajını ve değerlendirme isteklerini izlemek için tek bir platforma geçiş.

2. Geri bildirim temalarını belirlemek ve işletimsel iyileştirmeler sağlamak için Değerlendirmeler ve İçgörüleri kullanın.

3. Ön onaylı, markaya yönelik yanıt şablonlarıyla çevrimiçi değerlendirmeleri izlemek ve yanıtlamak için Premium Ücretli Hizmetleri kullanın.

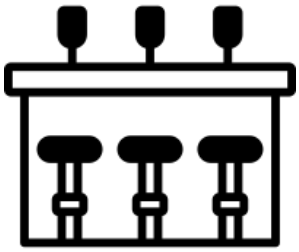
Sonuçlar

- Aramada liste görünümlerinde %22 artış
- Ek işletme listesi eylemleri sonucunda yılda ortalama 12 yeni sakin.
- Değerlendirme hacminde %64 artış
- 4,5 M $ üzerinde gelir artışı
- **Reputation Puanında 191 puanlık artış**



Gizli Konaklama Şirketi

Bu marka, büyük şirket satın alımları sonrasında dünyadaki en büyük bar şirketidir ve aşağıdaki ihtiyaçlarla Reputation'a gelmiştir:



- Grup genelinde kullanıma sunulacak NPS için yedek bir KPI
- Bar işletme listeleri için veri doğruluğunu geliştirme
- Yöneticiler ve ekipler arasında kullanımı teşvik etmek için kullanımı kolay platform
- Gelecekteki iş kararlarını bildirmeye ve liderliği güncel tutmaya yardımcı olacak yüksek seviyede raporlama ve işlevsellik

İşlemler

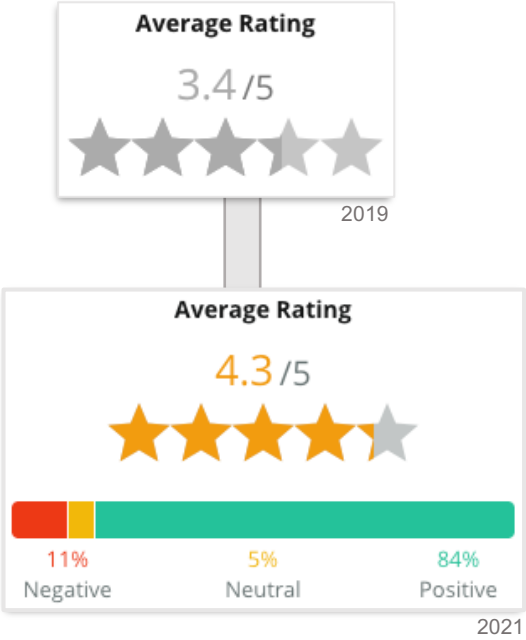
1. Grup zaman içinde büyüdükçe işlevsel ölçeklenebilirlikle verimliliği artırmak amacıyla değerlendirmeleri, anketleri, sosyal

2. Genel merkeze genel bakışı sürdürerek sitenin çevrimiçi geri bildiriminin günlük yönetimini bağımsız hale getirin.

3. Grup portföyündeki siteler arasında sağlıklı bir rekabet duygusu oluşturun.

Sonuçlar

- Çevrimiçi yıldız puanı 0,09 artarak 5 üzerinden 4,3'e çıktı
- Müşteri değerlendirmelerine yanıt oranı 2019'da %36 iken 2021'de ortalama %99'a çıktı
- İşletme listesi görüntülemeleri 2019'dan 2021'e kadar %1.443 arttı
- Yöneticiler 4-5 platform yerine bir platform kullanarak zamandan %25 tasarruf ediyor
- **Reputation Puanı 196 puan arttı ve sektör ortalamasının 99 puan üzerinde**



© 2022 Reputation, Inc.

Reputation Puanı Sekmesi

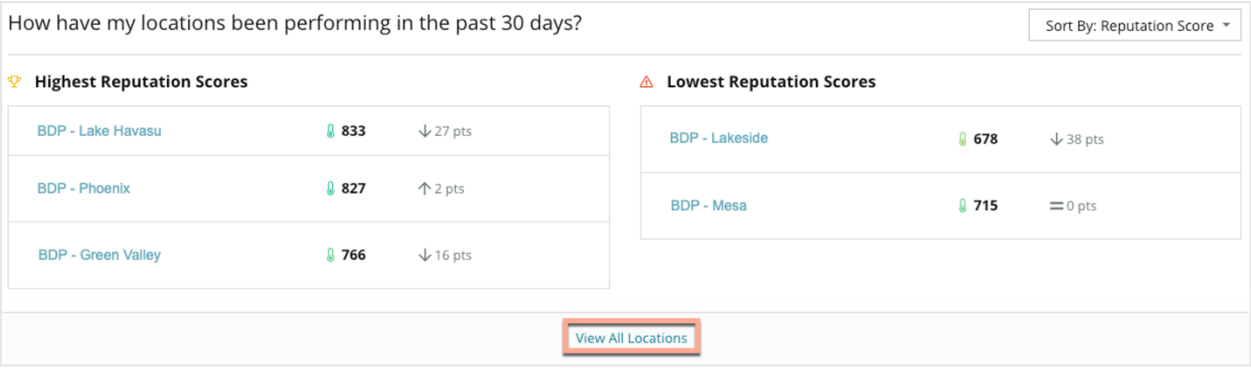
Reputation Puanı sekmesi pazar ve sektör eğilimlerini göz önünde bulundurur. Bu faktörler, işletmenizi karşılaştırmanıza ve işletmelerinizin sektör ortalaması ve sınıfındaki en iyiler bakımından diğer işletmelere göre nasıl karşılaştırıldığını görmenize izin verir.

Reputation Puanı 1.000 puanlık bir ölçeğe göre hesaplanır, burada 1.000 ölçekte en yüksek olası puandır ve 100 en düşüktür.

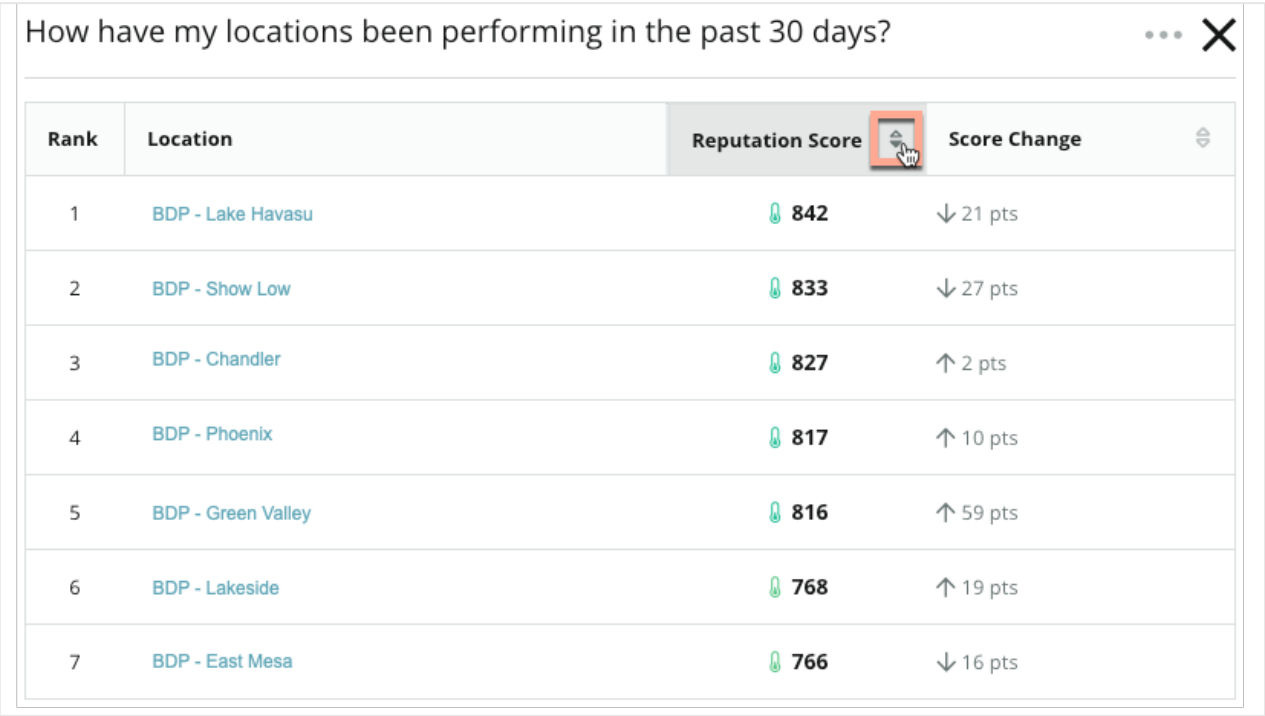
Konum İçgörüleri

Filtrelerde birden fazla konum seçtiyseniz veri oluşturma tarihinden itibaren son 30 gün boyunca konumlarınızın nasıl performans gösterdiğine dair anlık görüntüye bakabilirsiniz. Yüksek Reputation Puanı'na sahip önde gelen konumların yanı sıra puanları düşük olan veya puanlarında büyük düşüş olan geride kalmış konumları görüntüleyin.

Yönettiğiniz her bir konum için Reputation Puanını ve puan değişiklik verisini görmek için alttaki **Tüm Konumları Görüntüle**'ye tıklayın. Bir konum yeni eklenmişse doldurulmaya başlanması birkaç gün alacağından içgörüler hemen çıkmayabilir.



Konumlar varsayılan olarak Reputation Puanı'na göre (yüksekten düşüğe) sıralanır. Konumları artan veya azalan sıraya göre sıralamak için Reputation Puanı veya Puan Değişikliği başlıklarına tıklayın.

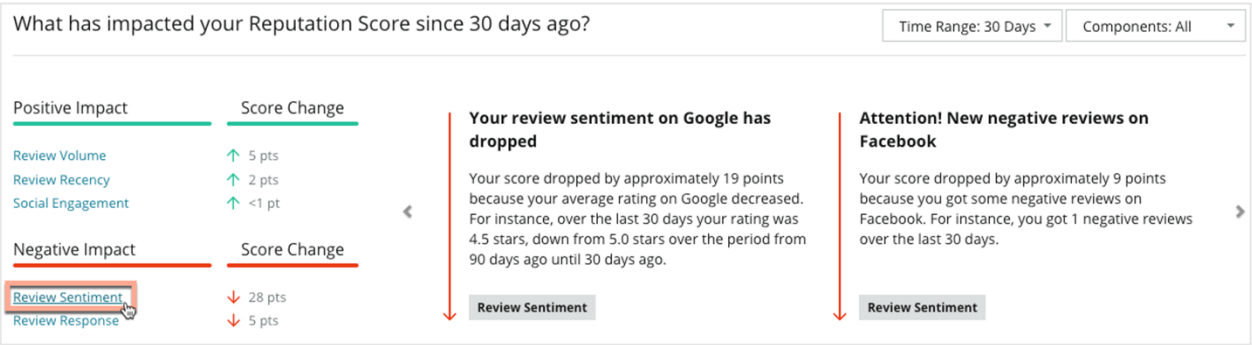


Rank	Location	Reputation Score	Score Change
1	BDP - Lake Havasu	842	↓ 21 pts
2	BDP - Show Low	833	↓ 27 pts
3	BDP - Chandler	827	↑ 2 pts
4	BDP - Phoenix	817	↑ 10 pts
5	BDP - Green Valley	816	↑ 59 pts
6	BDP - Lakeside	768	↑ 19 pts
7	BDP - East Mesa	766	↓ 16 pts

Konuma Göre

Üst satır filtrelerinde bir konum seçin veya konumun Reputation Puanı'nı özellikle neyin etkilediğini görüntülemek için En Yüksek/En Düşük tablosunda herhangi bir konuma tıklayın. Seçilen Zaman Aralığında pozitif ve negatif etki (puan etkisine göre sıralanır) için üç bileşene kadar görüntüleyin. Odağınızı daraltmak için bileşenlere göre filtreleyin.

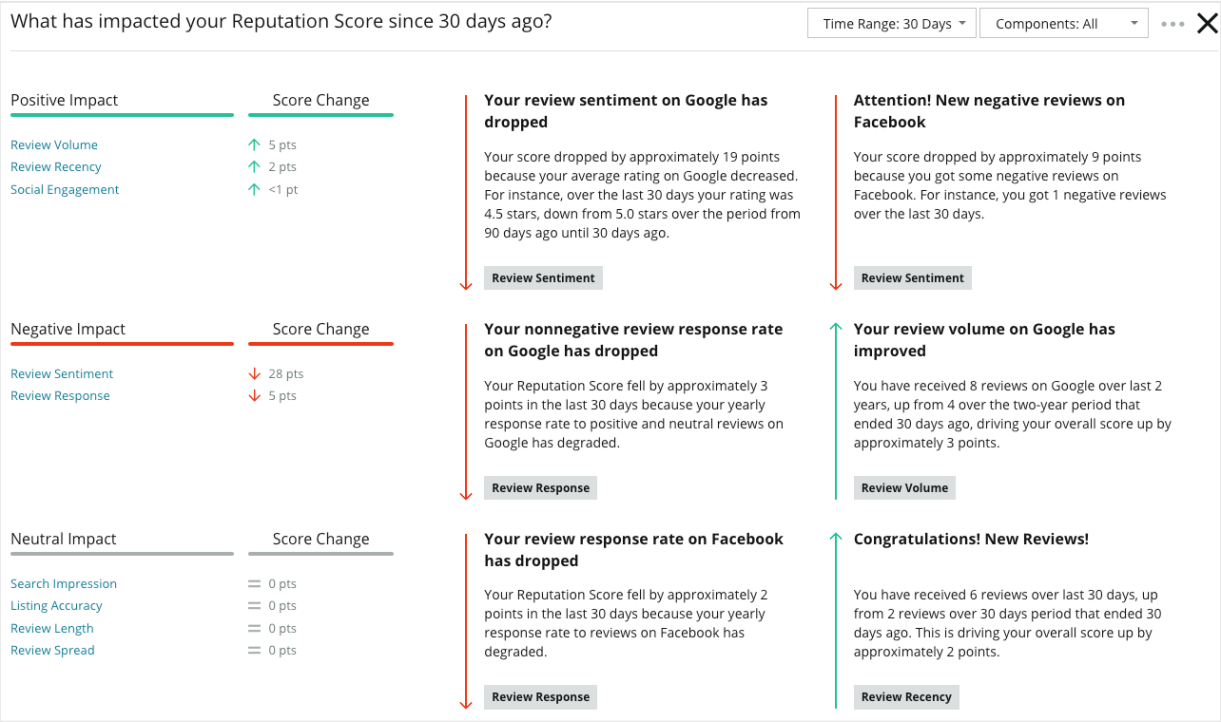
Bileşene göre belirli içgörüleri görüntüleyin. İçgörüler, bugünün puanının 30 gün önceki puandan (veya hangi zaman aralığını seçtiyseniz) neden farklı olduğunu açıklar. İçgörüler arasında gezinmek için oklara tıklayın (mevcutsa). Her bir içgörü, en çok etkileyeceği bileşenle etiketlenir. Her bir bileşen hakkındaki ek ayrıntıları görüntülemek için bileşen adına veya etiketine tıklayın.



Tüm İçgörüleri Görüntüle

Konum içgörülerinden, bir katman derine gitmek ve zaman aralığına ve bileşene göre bu konumdan pozitif, negatif ve nötr etkiyi görüntülemek için **Tüm İçgörüleri Görüntüle**'ye tıklayın. Bileşene göre belirli içgörüleri görüntüleyin. Her bir içgörü, en çok etkileyeceği bileşenle etiketlenir.

Puan değişiklik içgörüleri, 30 günden daha yeni olan konumlar için görünmeyecektir. Bu konumlar, bunun yerine mevcut puana neyin katkıda bulunduğu veya zarar verdiği hakkında genel içgörüleri görecektir. Konumlar 30 günden daha fazla bir Reputation Puanı'na ulaştıktan sonra, puan değişiklik içgörüleri doldurulacaktır.

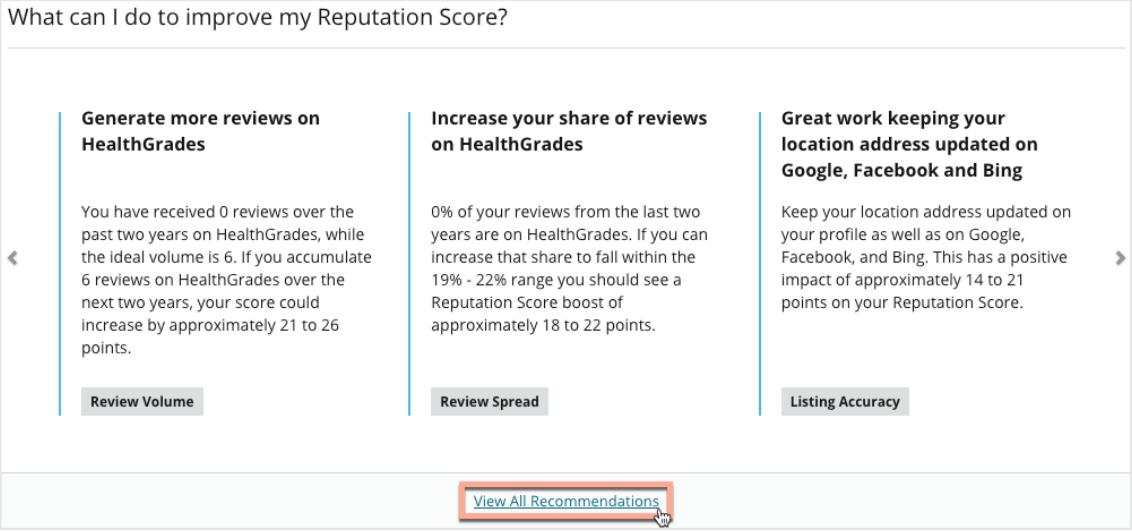


Not: İçgörüler genel Reputation Puanı üzerinde en az 1 puanlık etki olduğunda gösterilir. Belirli bir bileşen için içgörü görmediğinizde, puandaki değişiklik, bir içgörü oluşturmak için yeterince önemli olmamıştır.

İyileştirmeye Yönelik Öneriler

Konumunuzun Reputation Puanı'nı en yüksekten en düşük etkiye sıralı olarak iyileştirmek için eyleme geçilebilir önerileri görüntüleyin. Yaklaşık olarak kaç puanlık önerilen iyileştirmelerin puanınızı etkileyebileceğini anlayın. Her bir öneri, en çok etkileyeceği bileşenle etiketlenir.

Her bir bileşen hakkında ek ayrıntıları görüntülemek için bileşen etiketine tıklayın. Öneriler arasında gezinmek için oklara tıklayın. Tüm önerileri aynı sayfada görmek için **View All Recommendations** (Tüm Önerileri Görüntüle)'ye tıklayın.



Not: Bu tablo sadece bir konumu seçtiğinizde kullanılabilir. Filtrelerde iki veya daha fazla konum seçtiyseniz bu tablo kullanılamayacaktır.

Zaman İçinde Eğilim Karşılaştırması

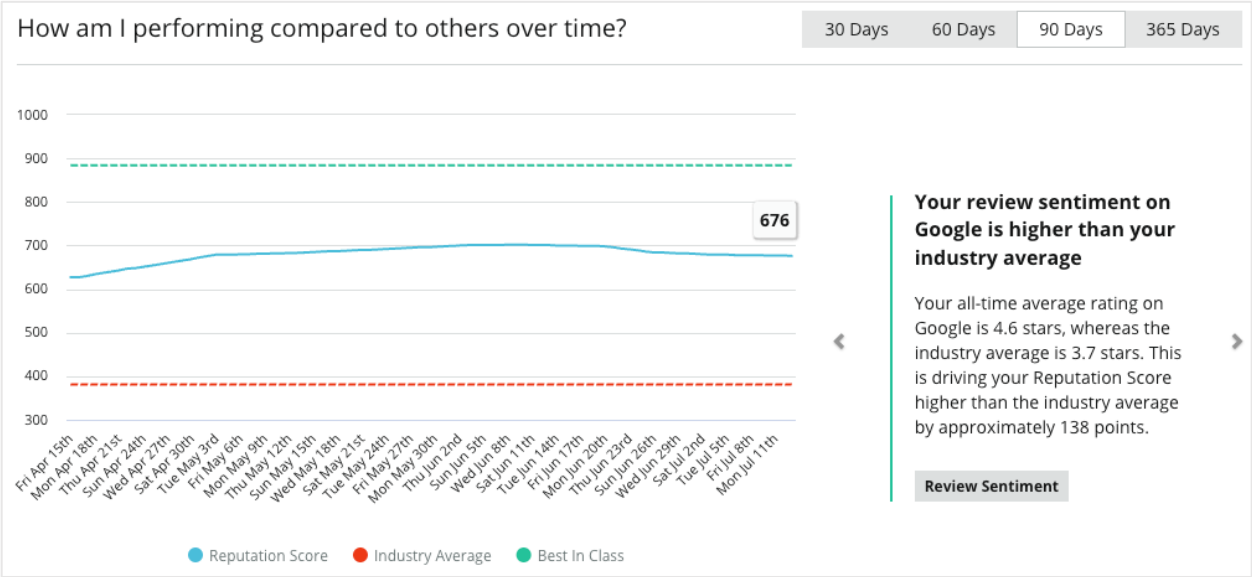
Reputation Puanı'nızın sektör ortalamasına ve sınıfındaki en iyiye kıyasla zaman içinde nasıl eğilim gösterdiğini izleyin. Sonuçları tarih aralığına göre görüntüleyin (verinin üretildiği tarihten itibaren son 30, 60, 90 veya 365 gün). Belirli bir gün için Reputation Puanı verisini görüntülemek üzere tablonun üzerine gelin.

Bir Konum Seçili

İçgörüler konumunuz için bugünün Reputation Puanı ve bugünün sektör ortalaması puanı arasındaki farkı açıklar. İçgörüler arasında gezinmek için oklara tıklayın. Her bir içgörü, en çok etkileyeceği bileşenle etiketlenir.

Her bir bileşen hakkında ek ayrıntıları görüntülemek için bileşen etiketine tıklayın. Tüm içgörüleri aynı sayfada görmek için **View All Comparative Insights** (Tüm Karşılaştırılabilir İçgörüleri Görüntüle)'ye tıklayın.

İçgörüler, konumunuzun puanında bir puan alt bileşeninde (ör. Google yıldız ortalaması) en az 1 puanlık değişiklik olduğunda gösterilir. Belirli bir bileşen için içgörü görmediğinizde, puandaki değişiklik, bir içgörü oluşturmak için yeterince önemli olmamıştır.



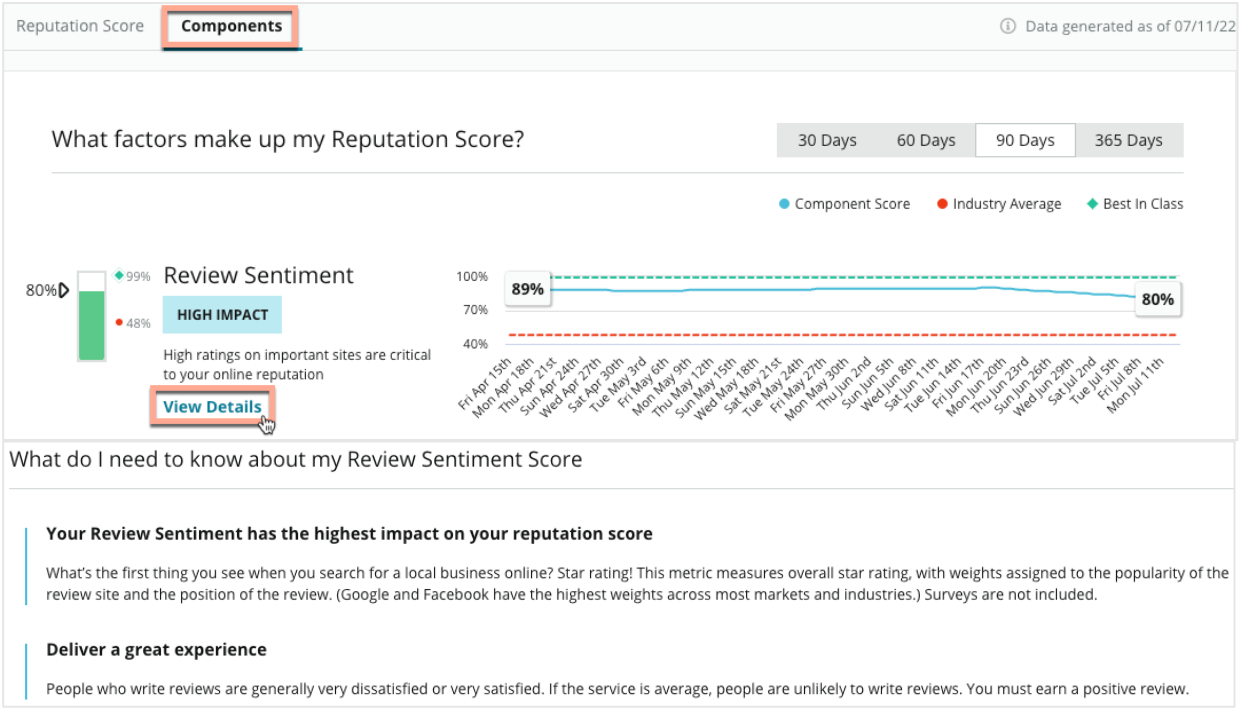
Filtrelerinizi ayarlayarak tek konum içgörüleri ile veya bunlar olmadan eğilim karşılaştırmalarını görüntüleyin.

Bileşenler Sekmesi

Dokuz önemli bileşeni (otomotiv satıcıları için iki ek bileşen mevcuttur) analiz ederek Reputation Puanınızı geliştirin. Bileşenler platformda en yüksek etkiden en düşük etkiye göre sıralanır. Her biri için, puanınızı sektör standardına ve sınıfının en iyisine göre karşılaştırabilirsiniz ve ayrıca zaman içinde bir eğilim olarak her bir puanı görebilirsiniz.

Sonuçları tarih aralığına göre görüntüleyin (verinin üretildiği tarihten itibaren son 30, 60, 90 veya 365 gün). Belirli bir gün için bileşenin puanını görüntülemek üzere her bir tablonun üzerine gelin.

İyileştirme ipuçları ve ek kaynaklara yönelik bağlantılar dahil olmak üzere belirli bileşenler hakkında daha fazlasını öğrenmek için her bir bileşen altında **Ayrıntıları Görüntüle**'ye tıklayın.



Not: **Ayrıntıları Görüntüle** sayfası bir konum seçilirse bileşene özel içgörüleri gösterecektir. İki veya daha fazla konum seçilirse içgörüler kullanılamayacaktır.

Aşağıdaki bileşenlerden her birini ayrıntılı inceleyerek Reputation Puanınız hakkında bilgi edinin:

1

Değerlendirme Duyarlılığı

Bir yerel işletmeyi çevrimiçi olarak aradığınızda ilk baktığınız şey nedir? Değerlendirme duyarlılığı veya yıldız ortalaması! Bu ölçüt tüm önemli kaynaklar boyunca değerlendirmelerinizin genel duyarlılığını ölçer. Anketler dahil edilmez.

- Google ve Facebook çoğu pazar ve sektörde en yüksek ağırlığa sahiptir.
- Harika bir deneyim yaşatın! Değerlendirme yazan insanlar genellikle ya hiç memnun değildir ya da çok memnundur. Hizmet ortalama ise insanların değerlendirme yazma ihtimali düşüktür.
- Pozitif bir değerlendirme almalısınız.

2

Değerlendirme Hacmi

Bir işletmeyi aradıktan sonra bakabileceğiniz bir sonraki şey, yıldız ortalamasına giren değerlendirmelerin sayısıdır. 5 değerlendirmesi olana kıyasla 1.000 değerlendirmeye sahip bir yıldız ortalamasına güvenirsiniz. Bu ölçüt, önemli çevrimiçi değerlendirme siteleri genelinde değerlendirmelerin toplam sayısını ölçer. Bir konumun, hacim üzerinden yüksek puan almak için her bir ilgili değerlendirmede minimum değerlendirme miktarına sahip olması gerekir.

- Reputation mobil uygulaması gibi araçları kullanan müşterilerden değerlendirmeleri aktif biçimde isteyin.
- En iyi hizmeti vermeye çalıştığınızı ve müşterilerden pozitif geri bildirim aldığınızda motive olduğunuzu açıklayın.

3

Değerlendirme Kapsamı

Google ve Facebook en önemlisidir, ancak çeşitli sitelerde de değerlendirme varlığınız olmalıdır. Çeşitli popüler değerlendirme sitelerinde değerlendirmeleri olan işletmeler, sadece bir veya iki siteye yoğunlaşan değerlendirmeleri olan işletmelerden daha fazla lehte puan alırlar.

- İstek şablonlarımız değerlendirme kapsamını dikkate alır, bu nedenle puanınıza en çok etki eden sitelerde değerlendirme istediğinizden emin olmak için manuelin aksine Reputation sitesi tarafından yerleştirilen bağlantıları kullanmanızı öneriyoruz.

4

Değerlendirmenin Güncelliği

Daha sonra, değerlendirmelerin tarihine bakın. Son birkaç ayda hiçbir değerlendirme bırakılmamışsa, işletmenin artık açık veya ilgili olup olmadığını merak edebilirsiniz (en iyi uygulama 3 aydan daha yeni değerlendirmelere sahip olmaktır).

- Düzenli olarak değerlendirmeler isteyin. Bir entegrasyon kullanarak, her bir müşteri işleminden sonra değerlendirme isteklerini otomatik hale getirebilirsiniz.
- En yakın tarihte gönderilen değerlendirmeler yıldız ortalaması hesaplanırken daha fazla ağırlığa sahiptir.

5

Arama Görüntüleme

Yerel bir işletmeyi aradığınızda (adı ve posta kodu, adresi veya şehir/eyalet), ilk birkaç arama sonucu nedir? Konumun internet sayfası, arama sonuçlarının en üstüne yakınsa (1. sayfada ilk 10 mavi bağlantı) ve Google İşletme Profili (GBP) Bilgi Panosu görünüyorsa, burada yüksek bir puan alacaksınız. Ek olarak, "yakınımdaki" sektör ögesini aradığınızda, konumunuz ilk 10 arama sonucunda veya Yerel Pakette çıkıyorsa puan artar.

- İnternet sitenizde yıldız puanınızı oluşturmak için pencere ögesini kullanmak, sayfanızı arama sonuçlarında daha yukarı taşıyabilir.
- GBP'nizin tam olmasını ve işletme kategorinizin konum profilinizde doğru olmasını sağlayın.
- İnternet sitenizi güncellerken yardıma ihtiyaç duyarsanız SEO uyumlu Sayfalar ve Yer Bulucu çözümlerimizi keşfetmeyi düşünün.

6

Değerlendirme Yanıtı

Tüketiciler, nazik olan ve onlarla doğrudan iletişim kurma yöntemleri sunan yanıtları görmeyi isterler. İşletme yanıt verdiği takdirde, negatif bir değerlendirme bile sıklıkla olumlu olarak görülür.

- Tüm değerlendirmelere yanıt vermeye çalışın, ancak en iyi uygulama negatif değerlendirmelerin %100'üne ve pozitif değerlendirmelerin en az %20'sine yanıt vermektir.
- Yanıt oranınızı artırmak, çevrimiçi itibarınızı iyileştirmek için hemen yapabileceğiniz bir şeydir. (Premium Ücretli Hizmetler ekibimizle iletişime geçerek yönetilen yanıtlar ile size yardım etmemize izin verin.)

- Yanıtları kendiniz yönetiyorsanız, makroları bir başlangıç noktası olarak kullanabilirsiniz, bu sayede çeşitlilik katarken hemen yanıt verebilirsiniz.

Not: Bazı kaynaklar değerlendirmelere yanıt vermeye izin vermez. Bu kaynaklar puan hesaplamalarına dahil edilmez.

7

Liste Doğruluğu

İşletmenin konum bilgisi Google'da fiilen gösterilenle eşleşiyor mu? Peki ya diğer siteler (ör. Facebook, Bing Local vb.)?

- Bu bilginin doğruluğu özellikle tüketiciler "yakınımda" aramalarını yaparken önemlidir. İşletme listesi bilgilerini düzeltmek, itibarı iyileştirmek için atabileceğiniz kolay ve hızlı bir işlemdir.
- Şu anda platform yoluyla işletme listelerini denetlemiyorsanız yardım için Destek Ekibi ile iletişime geçin veya Premium Ücretli Hizmetler ekibimizden destek isteyin. Doğruluk termometresi, platformda yüklü bağlantılarınız/gerçek kaynağınız yoksa pek kesin olmayacaktır.

8

Sosyal Katılım

İşletmenin sosyal bir varlığı var mı ve iletilerle etkileşime geçiliyor mu? Sosyal medyada aktif olan işletmeler, daha fazla araştırmacıyı müşterilere dönüştürme eğilimindedir.

- Sosyal kanallara düzenli olarak içerik gönderin ve 24-48 saat içinde yorumlara yanıt verin. Bu ölçüt şu anda görüntülemelere, hayranlara, beğenilere ve etkileşime geçen kullanıcılara dayalı olarak katılımı ölçer. Puanlar şu an hızlı yanıt sürelerini yansıtmasa da müşteri memnuniyetini artırmaya yardımcı olan iyi bir uygulamadır.

Not: Sadece bağlantılı Facebook hesabına sahip konumlar bu ölçütte sayılacaktır. Bu termometrede hiçbir veriniz yoksa genel puanı etkilemeyecektir.

9

Değerlendirme Uzunluğu

Hangi değerlendirmenin size daha fazla etkisi olacak: "Harikaydı." -VEYA- "Tim mükemmeldi ve tüm finansman seçeneklerini açıkladı. Beni aileden biri gibi hissettirdi!"

- Bir değerlendirmenin uzunluğunu, kontrol etmek zorunda olmasanız da, potansiyel tüketicinin işletmenize dair anlayışını ve değerlendirmenin güvenilirlik olasılığını etkiler. Yüz yüze istekte bulunuyorsanız, müşterilerden iki veya daha fazla cümle yazmalarını istemeye çalışın.

10

Marka Sağlığı

Marka Sağlığı markanın genel sosyal duyarlılığına bakar. Bu bileşen, tüm markalarınızın sosyal medya içeriği ve yorumlarından ileti erişimine ve ileti güncelliğine göre ağırlıklandırılan genel duyarlılığı ölçer. Değerlendirilen birincil kaynaklar Twitter, Reddit, Instagram ve Facebook'tur.

- Marka iletilerinde ve yorumlarında pozitif duyarlılığı sürdürmek, sosyal takipçi kitlesi oluşturmak ve bu takipçileri müşteriye dönüştürmek açısından faydalıdır.

Not: Marka Sağlığı şu an yalnızca otomotiv satıcıları için kullanılabilir.

11

Marka Erişimi

Marka Erişimi, markanın internetteki erişimini inceler. Bu bileşen sosyal medya içeriğinde yer alan iletilere erişimi ve bu iletilerdeki bahsetmeleri ve ayrıca ileti güncelliğini ölçer. Değerlendirilen birincil kaynaklar Twitter, Reddit, Instagram ve Facebook'tur.

- Markanıza sosyal içerikle ne kadar çok insan erişirse o kadar çok potansiyel müşteriniz olabilir.

Not: Marka Erişimi şu an yalnızca otomotiv satıcıları için kullanılabilir.

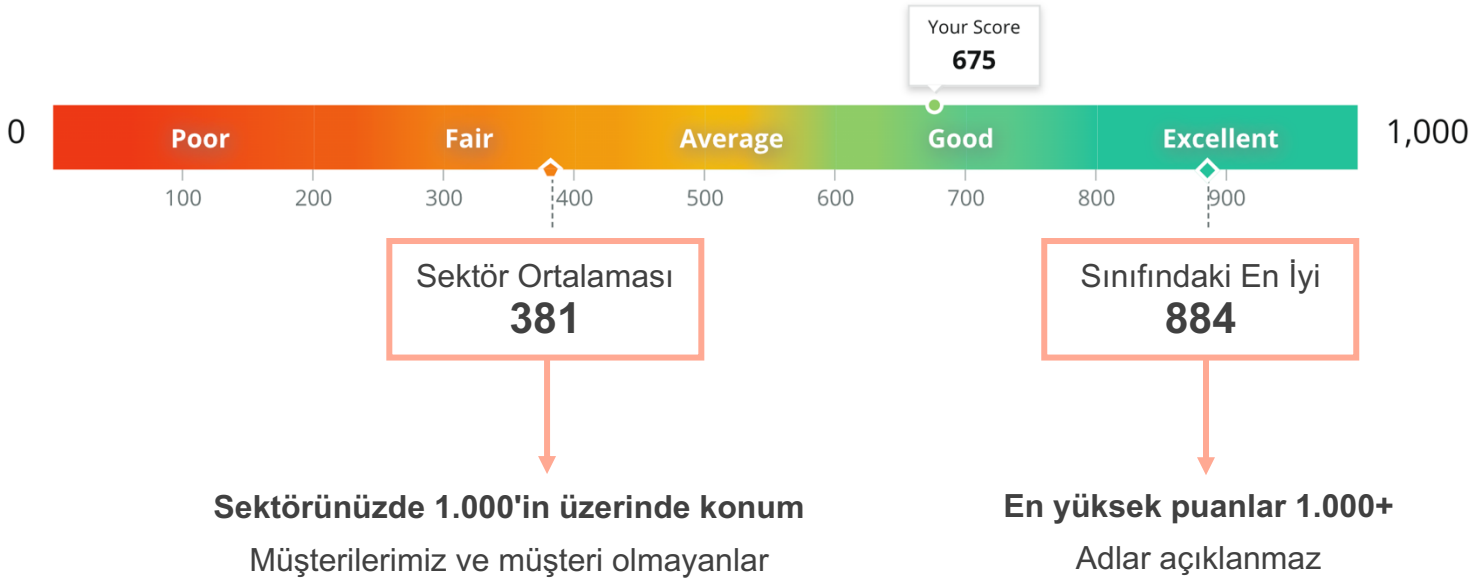
Sorun Giderme SSS'ler

Aşağıda Reputation Puanında sorun giderme için yaygın senaryolar verilmektedir.

"Sektör Ortalamasında" karşılaştırıldığım işletmeler kimler ve onların puanlarını nasıl öğrenebilirim?

Sektör karşılaştırmalarını hesaplamak için algoritmamız sektörünüzde 1.000'i aşkın konumda (Reputation.com müşterileri ve müşteri olmayanlar arasından) temsili bir örnek seçer. Örnekte tüm konumlarda ortalama hesaplarız.

Ayrıca, ilgili örnekte en yüksek itibarı olan konumları alırız (genellikle ilk %1) ve bunlardan bir ortalama puan oluştururuz. Bu ortalama, ilgili sektör için sınıfındaki en iyi karşılaştırmadır.



Not: İşletmelerin hangileri olduklarını veya puanlarının ne olduğunu açıklayamayız. Bu ölçütlerle ilgileniyorsanız, Rekabet Raporları seçeneklerimizi değerlendirin.

© 2022 Reputation, Inc.

Sektör Standardı/Sınıfının En İyisi belli bir bölgeye veya konuma özgü mü?

Bir bütün olarak puanınız sektör ve bölgeye *özgüdür* (ulusaldır). Örneğin, puanlama algoritması İngiltere'deki OEM işletmeler ve ABD'deki Perakende İşletmeler arasında farklılık gösterir.

Sektör standardı ve sınıfının en iyisi aynı puanlama algoritmasını kullanır. Ancak, bu puanlar konum-konum karşılaştırması için daha fazla ayrıntılandırılmaz. Güney Batı Arizona'daki konumların genellikle Kuzey Batı Arizona'dakilerden daha iyi olduğunu biliyorsanız her ikisini de karşılaştırma için yine ulusal karşılaştırma ölçütlerine göre karşılaştırırsınız.

Not: Kullanıcı yerel ayarları hesaplamalarda veya karşılaştırmalarda dikkate alınmaz. Ancak, platformdaki her bir konumla ilişkili ülke *dikkate alınır*.

Bu çeyrekte %20 daha fazla değerlendirme aldım. Puanım neden artmıyor?

Puan, 30 günlük sürekli ortalamayı yansıtır (daha fazla bilgi için aşağıya bakın), bu nedenle günlük dalgalanmalar fark edilmez.

Bu "yeni" değerlendirmeler nereden geldi? Pozitif değerlendirmelerin hepsi Facebook'taysa, diğer yandan aynı zamanda Google üzerinden 3 *negatif* değerlendirme aldıysanız, Google değerlendirmeleri her zaman daha fazla etki yaratacaktır. Tüm değerlendirme siteleri eşit biçimde dikkate alınmaz.

Ne kadar yüksek puan alırsanız, bunu geliştirmek o kadar zor olur. Gelişim, kusursuz bir puana yaklaşırken, çok daha küçük seviyede artan değişiklikler halinde ölçülür.

Puan grupları için önerilen yıllık hedef kazançlar	
100 – 50%	500 – 8%
200 – 30%	600 – 4%
300 – 20%	700 – 0%
400 – 13%	

30 günlük "sürekli" ortalama ne anlama gelir?

30 günlük sürekli ortalama dahili günlük puanları döndüren Reputation hesaplamalarına dayanır. Sonrasında platform içindeki günlük puanınız önceki 30 güne ait söz konusu dahili puanların bir ortalamasıdır. Örneğin:

- Bugün 1 Mayıs. Gösterilen Reputation Puanı, 1 Nisan - 1 Mayıs arasındaki Reputation Puanlarının ortalamasıdır.
- 1 Şubat'ta puanınızın ne olduğuna geri dönüp bakarsanız, puan 2 - 31 Ocak arasındaki Reputation Puanınızın ortalamasıdır.

Yeni değerlendirmelerin Reputation Puanımda yansıtılması ne kadar zaman alır?

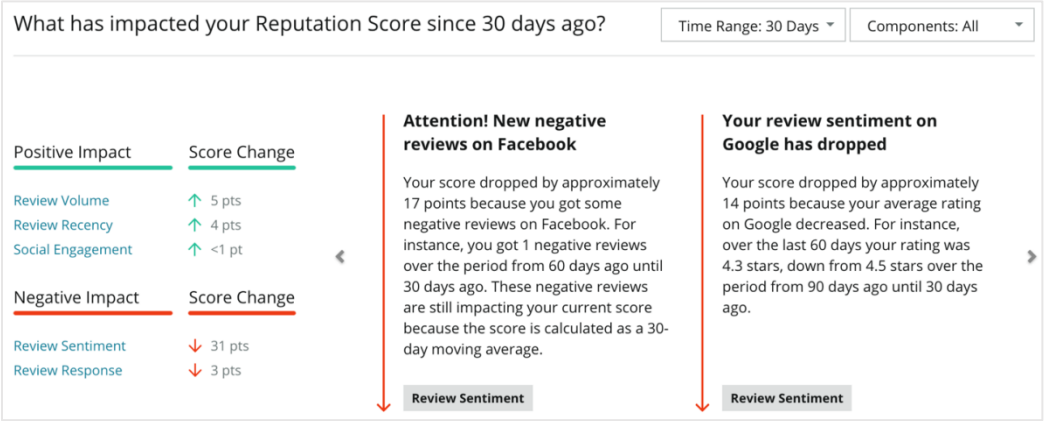
Yeni bir müşteri değerlendirmesi gibi bir olay olduğunda, yeni değerlendirme puanınız için sayılmaya başlamadan önce iki gün geçmesi gerekir. Reputation Puanının 30 günlük sürekli bir ortalama olarak hesaplanması nedeniyle, ilgili olayın puanınız üzerindeki tam etkisini görmeden önce 30 gün daha geçmesi gerekir.

Puanım neden düştü?

Puan düşmesinin nedenini tespit etmenin en iyi yöntemi Reputation Puanı X'e gitmek ve 30, 60 veya 90 günlük karşılaştırmadan bileşenlere ve bunların alt ölçütlerine göre dökümü yapılmış içgörüleri görüntülemektir.

En yaygın nedenler arasında (bunlarla sınırlı olmaksızın) son zamanlarda Google'daki değerlendirme sayısında azalma, Google'daki negatif değerlendirmelerde ani bir artış veya yanıt hızında azalma yer alır. **Değerlendirmeler** sekmesine gidin ve Google için **Duyarlılık Eğilimine** bakın.

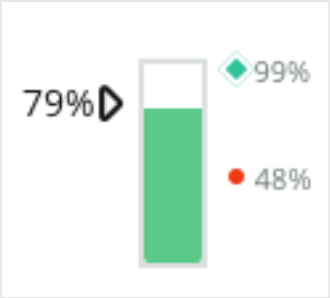
Ayrıca, son çeyrekte (mavi) ani düşüşe bakmak için **Yanıtlanan Değerlendirmelere** bakın. Özellikle Google Değerlendirmelerine mümkün olduğunca çabuk yanıt verin. Yanıt verilmeyen Google *kaynaklı negatif değerlendirmeler* *değerlendirme yanıt puanına en çok zarar verenlerdir.*



Her bir termometredeki yüzdeler ne anlama gelir?

Her bir bileşenin yüzdesi bileşen puanınızdır. Bileşen puanları %0-100 arasında değişir ve renk kırmızıdan yeşile döner - termometre ne kadar kırmızıysa o kadar fazla dikkat gerektirir. Hangi bileşenlerin en çok dikkat gerektirdiğini çabucak belirlemek için yüzdeleri görebilirsiniz.

Yüzdeler, algoritmamıza dayalı olarak atanır. Algoritmayı sağlamıyor olsak da, her bir bileşenin ölçekte (%100 kusursuz olmak üzere) nereye karşılık geldiğini gösteririz, bu sayede tüm alanlarda tutarlı bir ölçümünüz olur.



Konumumun neden bir Reputation Puanı yok?

Bunun başlıca sebepleri arasında şunlar yer alır:

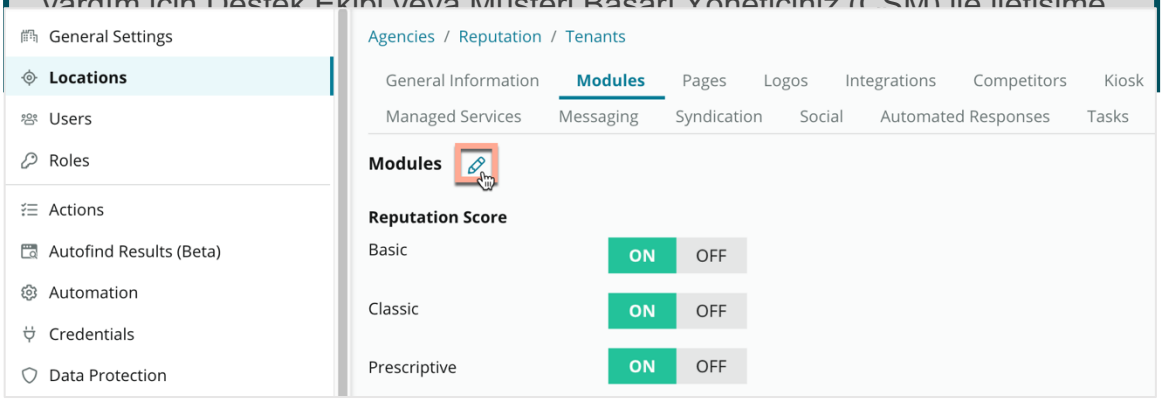
- Konum çok yenidir: Puanların doldurulması birkaç gün alabilir.
- Zaman penceresi yanlıştır: Puanlar yalnızca konum oluşturulduktan sonra hesaplanır.
- Sınırlı veri kaynakları: Puanları hesaplamak için konumların minimum önemli site eşiği için ilişkili siteleri bağlaması gerekir.

Şirket merkezi için bir konuma ve mağaza konumlarına sahibim. Merkez için Reputation Puanını nasıl devre dışı bırakırım?

Farklı türden konumlara sahipseniz bir tür veya başka bir tür için Reputation Puanını devre dışı bırakmak isteyebilirsiniz. Örneğin, bir şirket merkezi ve birden fazla restoran konumuna sahipseniz ve yalnızca restoran puanlarına dair içgörüler istiyorsanız şirket merkezini devre dışı bırakın.

1. **Yönetici**'ye tıklayın ve ardından **Konumlar**'ı seçin.
2. Reputation Puanını devre dışı bırakmak istediğiniz konumu seçin.
3. **Modüller**'e tıklayın.

Not: Tüm kiracılar bu seçeneğe sahip değildir. **Modülleri** görmüyorsanız yardım için Destek Ekibi veya Müşteri Başarı Yöneticiniz (CSM) ile iletişime



4. Kalem simgesine tıklayın ve "Kapalı" göstermek için Temel, Klasik ve Perspektif görünümleri arasında geçiş yapın.
5. **Kaydet**'e tıklayın.

Premium Ücretli Hizmetler

Premium Ücretli Hizmetler platformu uzmanlarının sizin için çalışmasını sağlayın.

Platformumuzu sezgisel ve verimli hale getirmeye çalışırken zamanınızın değerli olduğunu, kaynakların ve bant genişliğinin sınırlı olabileceğini biliyoruz. Reputation, listelerinizi yönetmenize, SEO'yu optimize etmenize etmenize, sosyal gönderilerinizi göndermenize, yayımlamanıza ve düzenlemenize ve aynı zamanda değerlendirme yanıtlarınızı yönetmenize yardımcı olacak uzmanlardan oluşan özel bir ekibe sahiptir. Platformumuz ve ürünlerimizle desteklenen bu katma değerli hizmet paketimiz sayesinde müşteri mükemmelliğini garanti edebiliriz. Bu uzmanlar şu konularda size yardımcı olacak:

- **Doğruluğun** Ötesine Geçmek (Yönetilen İşletme Listeleri)
- İşletme Profillerinizin **Çekiciliğini** En Üst Düzeye Çıkarmak (Google için Yönetilen Hizmetler)
- Sosyal Medyanın **Gücünden** Faydalanmak (Yönetilen Sosyal)
- En Çok **Önem Veren** Marka **Kazanır** (Yönetilen Değerlendirme Yanıtı)

Premium Ücretli Hizmetlerimiz ile ilgili daha fazla bilgi için Premium Ücretli Hizmetler.

Ek Kaynaklar

Reputation platformu hakkında daha fazla bilgi edinmek için tüm kullanım kılavuzlarımızı inceleyin.

- İşlemler
- Yönetici
- Marka Sosyal
- İşletme Listeleri
- Panolar
- Deneyim
- Gelen Kutusu
- Mobil Uygulama
- Sayfalar ve Konum Belirleyiciler
- Rep Connect
- Raporlar
- Talep Eden
- Değerlendirmeler
- Sosyal Dinleme
- Sosyal Paket
- Anketler
- Pencere Ögeleri

© 2022 Reputation, Inc.