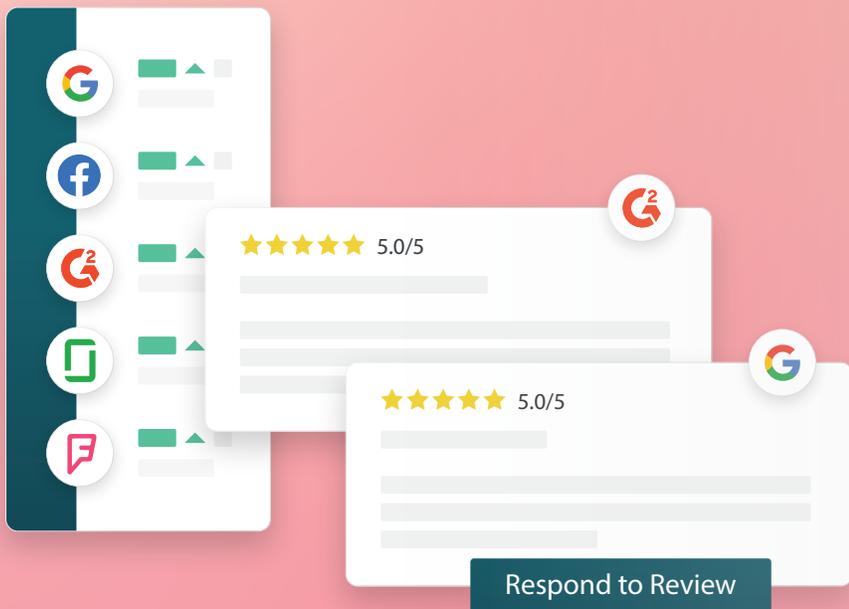
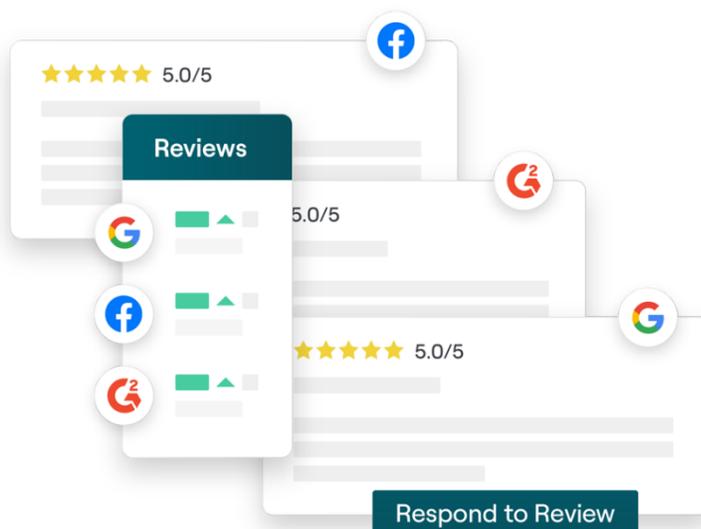


# ОТЗЫВЫ

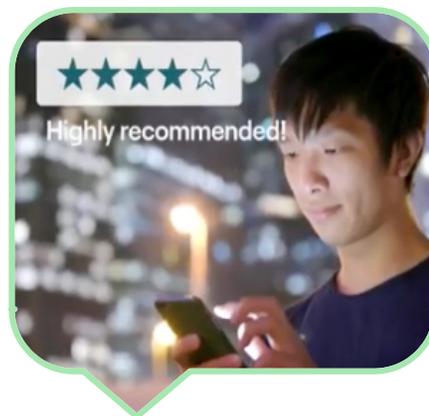


# Содержание

I.	Отзывы: обзор.....	2
	a. Обзор управления отзывами	
	b. Обзор ответов на отзывы	
II.	Управление отзывами.....	4
	a. Фильтры	
	b. Источники	
	c. Средний рейтинг	
	d. Графики	
	e. Компоненты отзывов	
	f. Варианты действий с отзывами	
	g. Спорные отзывы и блокировка пользователей	
III.	Обзор ответов на отзывы.....	11
	a. Отправка ответов на отзывы через платформу	
	b. Статусы ответов на отзывы	
	c. Ответы на отзывы: «От» и «Имя»	
	d. Параметры автоматических ответов	
IV.	Управление макросами.....	14
	a. Как добавить макросы	
V.	Как эффективно отвечать на отзывы.....	16
VI.	Управление сводками об отзывах.....	21
	a. Как настроить сводки для пользователей	
VII.	Обзор виджета отзывов.....	23
VIII.	Платные премиум-услуги.....	24
IX.	Дополнительные ресурсы.....	25



# Отзывы: обзор



Привлекайте клиентов, расширьте свой бизнес и повышайте качество обслуживания клиентов, легко отслеживая, управляя и отвечая на отзывы клиентов по всему интернету.

Клиенты оставляют отзывы о разных подразделениях вашей компании на сотнях интернет-площадок. Будьте в курсе того, что о вас говорят и пишут в сети, и своевременно отвечайте на замечания и комментарии.

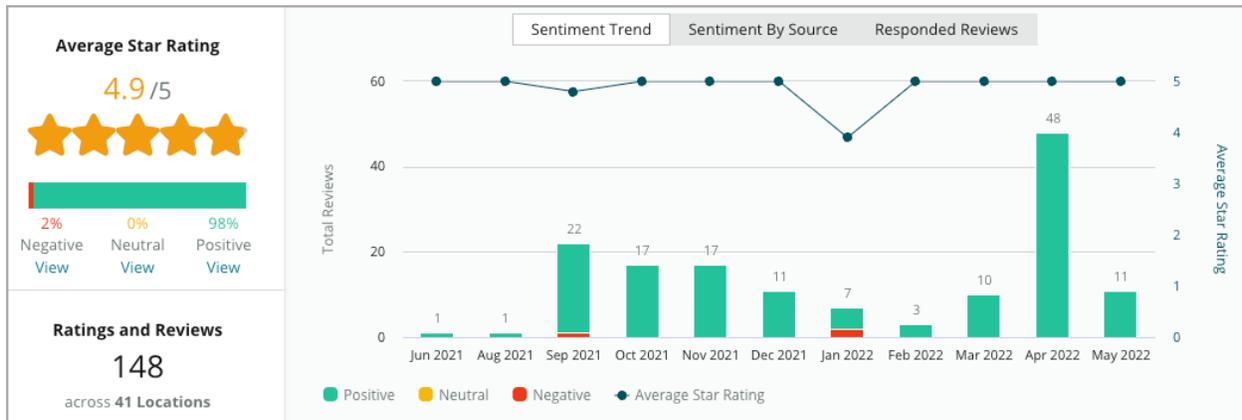
Вкладка **Отзывы** позволяет собирать в одном месте отзывы клиентов с различных сайтов, отслеживать их содержание и публично давать на них ответы, развивая свой бизнес.



## Управление отзывами

Вкладка **Отзывы** дает возможность отслеживать, группировать и пересылать отзывы третьих лиц. Публикуйте получаемые отзывы на собственном сайте или на страницах компании в соцсетях. Рассылайте их своим сотрудникам.

Легко группируйте отзывы по времени публикации, источнику и тому, получили ли они ответ или нет.



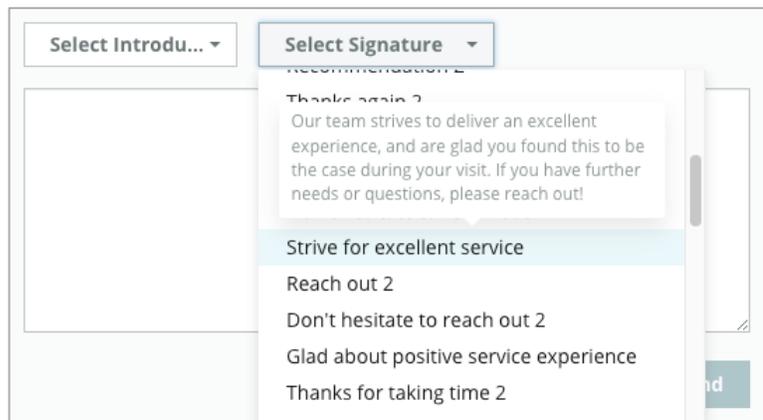
## Ответы на отзывы

**Ответы на отзывы** играют решающую роль в построении взаимоотношений с клиентами и повышении оценки репутации.

Используйте положительные отзывы, чтобы стимулировать повторное посещение клиентом компании и повысить его удовлетворенность.

Используйте отрицательные отзывы как возможность улучшить обслуживание, уладив сложившуюся ситуацию, пригласив автора отзыва перевести беседу в оффлайн и, в конечном итоге, сократив отток клиентов.

Используйте заранее заготовленные ответы на отзывы (**макросы**) в качестве основы для простой и эффективной стратегии реагирования.



**Примечание:** Требуется помощь в модерации отзывов или подготовке ответов на них? Ознакомьтесь с нашим предложением [Управление ответами на отзывы](#).

# Управление отзывами

Собирайте отзывы клиентов с различных сайтов, отслеживайте их содержание и публикуйте свои ответы - всё это в одном месте.

## Фильтры

Фильтры, расположенные в верхней части панели, определяют, какие данные будут отображены на экране. При нажатии на интерактивные данные диаграмм откроются дополнительные фильтры.

STATE	CITY	BUILDING	SOURCE	DATE RANGE
FL	All	All	Facebook	Last year

[Hide Filters](#)
[Reset Filters](#)

По умолчанию на экране отображаются **Все** отзывы, сортировка – **Сначала новые**.

### Фильтруйте отзывы, чтобы выводить на экран только:

- Отмеченные отзывы
  - Отзывы, которые обновлялись
  - Непрочитанные отзывы
  - Отзывы с комментариями\*
- Отзывы только с оценкой не учитываются\*

### Сортируйте отзывы по:

- Сначала новые
- Сначала старые
- Сначала положительные
- Сначала отрицательные
- Количество слов (по возрастанию)
- Количество слов (по убыванию)

**Примечание:** Выберите **Все**, чтобы снять другие настройки фильтра.

## Источники

Сторонние сайты отзывов, которые вы видите, такие как Google и Facebook, определяются выбранными группами источников.

(См. **Администратор > Общие настройки > Информация о компании.**)

По умолчанию в фильтре выбираются все источники, связанные с вашим аккаунтом. Их перечень может варьироваться в зависимости от того, в какой сфере действует ваша компания.

**Примечание:** Если вы хотите добавить источник, пока не отображаемый в аккаунте, обратитесь в [службу поддержки](#).

## Средний рейтинг

Раздел **Средний рейтинг** состоит из трех основных частей. Нажатие на любую ссылку раздела позволяет фильтровать графики и отзывы.

- **Рейтинг** - среднее значение всех рейтингов по заданным фильтрам (общее количество, разделенное на число выбранных элементов). Шкала рейтинга – от 1 до 5 с указанием десятых долей.
- **Мнения** - процентное соотношение положительных ( $\geq 4$ ), нейтральных (3) и отрицательных ( $\leq 2$ ) отзывов.
- **Ответы** - количество отвеченных и неотвеченных вашей компанией отзывов (в числовом и процентном выражении).

**Внимание!** Если сумма процентов отвеченных и неотвеченных отзывов меньше 100, скорее всего, это связано с тем, что не все включенные в ваш аккаунт сайты – источники отзывов позволяют публиковать ответы на них.

**SOURCE**

All ▾

Filter

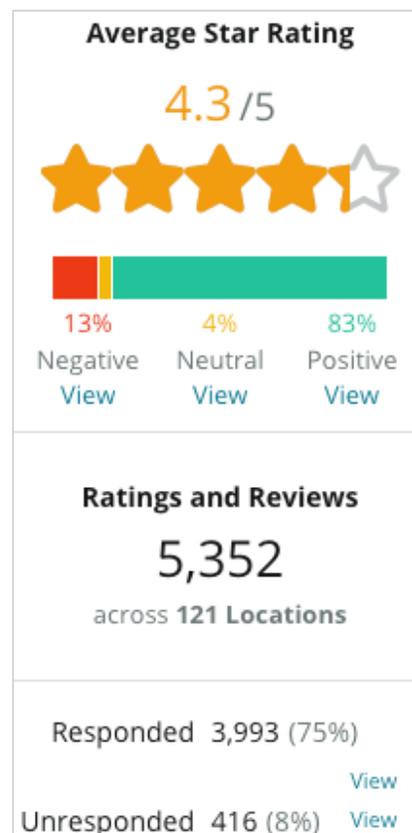
All

Google

Facebook

DocSpot

Glassdoor

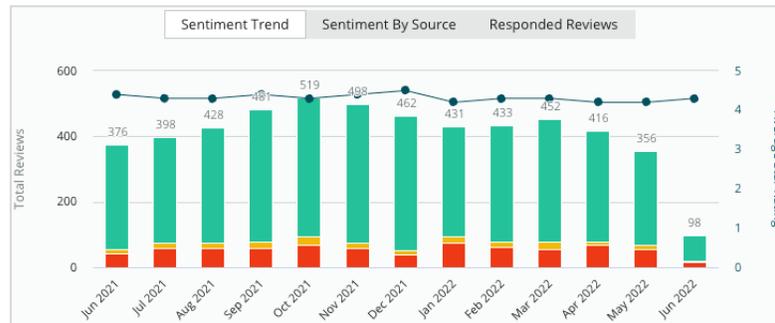


## Графики

Раздел **Графики** может включать до трех графиков. Нажатие на любую ссылку раздела позволяет фильтровать графики и отзывы.

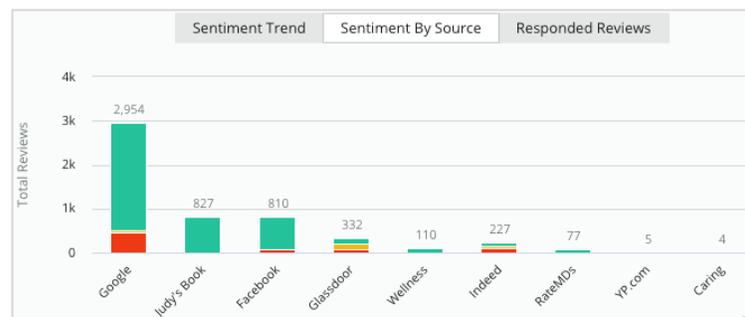
### Тренды мнений

Здесь можно отслеживать динамику трендов за определенный период. Элементы графика: средний рейтинг (голубая линия), общее количество отзывов (серые цифры), общее количество положительных отзывов (зеленая часть столбцов), общее количество нейтральных отзывов (желтая часть столбцов) и общее количество отрицательных отзывов (красная часть столбцов).



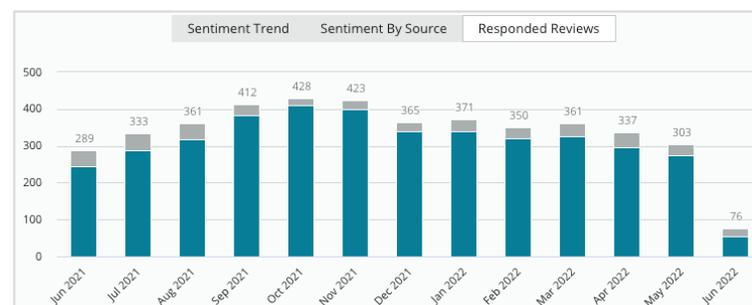
### Источники мнений

Отображение трендов мнений по источникам отзывов (выбранных в фильтре сверху) за определенный период времени. Элементы графика: общее количество отзывов (серые цифры), общее количество положительных отзывов (зеленая часть столбцов), общее количество нейтральных отзывов (желтая часть столбцов) и общее количество отрицательных отзывов (красная часть столбцов).



### Отвеченные отзывы

Отображение динамики ответов на отзывы за определенный период времени. Элементы графика: общее количество отзывов (серые цифры), общее количество неотвеченных отзывов (серая часть столбцов) и общее количество отвеченных отзывов (голубая часть столбцов).



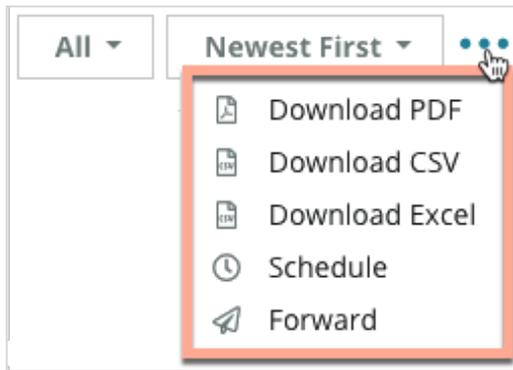
## ОТЗЫВЫ

Раздел **Отзывы** отображает все отзывы по заданным фильтрам или графикам. Режим отображения близок к реальному времени. Блок информации о каждом отзыве включает следующие элементы:

Из чего состоит отзыв?	Как он выглядит на платформе?	Что это значит?
Источник отзыва		Это место публикации отзыва клиента. Отображаются только источники, включенные в ваш аккаунт, с загруженными URL страниц для каждой точки продаж.
Название и ссылка на источник страницы отзыва		Точка продаж, о которой написан отзыв. В зависимости от источника могут отображаться и дополнительные метаданные.
Автор отзыва		В зависимости от настроек сайта, где был опубликован отзыв, профиль автора может содержать фотографию, имя и фамилию, а также гиперссылку на профиль автора на сайте. (Либо же автор остается анонимным, если сайт-источник не требует регистрации автора.)
Статус ответа		Показывает, был ли дан ответ на отзыв. Варианты статуса: «Отвеченный», «Опубликованный» и «Просмотреть обращение». Изменить статус можно отправив ответ, или вручную выбрав подходящий вариант в настройках отзыва. Нажмите «Просмотр истории», чтобы просмотреть журнал изменений для конкретного отзыва.
Указанный автором отзыва рейтинг (количество звезд)		Указанный автором отзыва рейтинг и дата публикации отзыва.
Комментарии автора отзыва		Комментарии автора отзыва, которые могут дополнять рейтинг. В зависимости от источника могут отображаться и дополнительные метаданные.
Категории отзывов		Категории описывают комментарии к отзыву и автоматически применяются механизмом обработки данных платформы. Категории используются для анализа отзывов на вкладке «Операции».
Ответы на отзывы		Если на отзыв уже был дан ответ, вы можете просмотреть его. Если ответ не был дан, откроется окно для ответа. Если окно для ответа не появляется, значит сайт – источник отзыва требует подтверждения прав вашего аккаунта на публикацию ответов. Подтверждение занимает 24-48 часов.

## Опции для всех отзывов

Чтобы воспользоваться дополнительными опциями, нажмите на многоточие в правом верхнем углу страницы **Отзывы**. Все ранее установленные фильтры будут сохранены для всех опций.



**Скачать PDF:** экспортировать данные в файл формата PDF. **Титульная страница** отчета включает логотип вашего аккаунта, название отчета, период, за который он составлен, и выбранные торговые точки.

**Скачать CSV:** экспортировать данные в файл формата CSV.

**Скачать Excel:** экспортировать данные в файл формата CSV.

**Запланировать:** создать запланированный отчет с автоматической отправкой в виде вложения по email в формате PDF или CSV другим пользователям платформы (имя или статус) или на сторонний электронный адрес. Укажите название отчета, частоту, формат и составьте текст сопроводительного сообщения.

- Электронные письма содержат ссылки на загрузку соответствующих отчетов, а также ссылки на запуск отчетов на платформе для работы с данными и их персонализации (доступно пользователям с соответствующими правами). Редактировать запланированные отчеты можно через вкладку **Отчеты**.

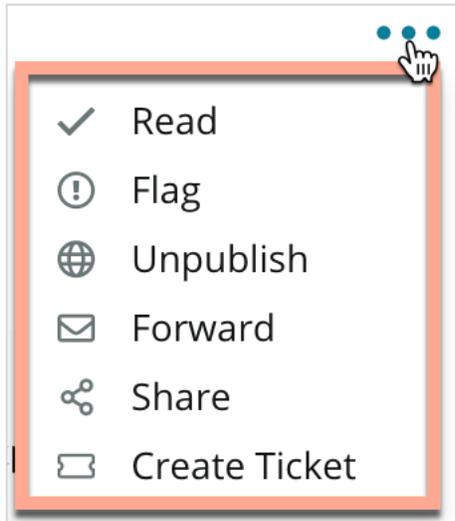
**Переслать:** отправить данные в виде вложения по email в формате PDF или CSV другим пользователям платформы (имя или статус) или на сторонний электронный адрес. Укажите тему и составьте текст сопровождающего сообщения.

- Электронные письма содержат ссылки на загрузку соответствующих отчетов, а также ссылки на запуск отчетов на платформе для работы с данными и их персонализации (доступно пользователям с соответствующими правами).

**Примечание:** При выполнении операций, занимающих длительное время, на экране может появляться всплывающее окно. Нужно будет либо подождать, пока информация загрузится, не закрывая вкладку, либо получить после загрузки ссылку по электронной почте на полученные данные (можно закрыть вкладку и открыть другие окна).

## Опции для отдельных отзывов

Чтобы воспользоваться дополнительными опциями, нажмите на многоточие в правом верхнем углу окна отзыва. В зависимости от возможностей аккаунта, вам могут быть доступны не все опции.



**Добавление отметки «Прочитано/Не прочитано»:** добавление отметки «Прочитано» предназначено для внутреннего пользования внутри компании. При ее наличии другие пользователи вашего аккаунта смогут отсортировать отзывы по признаку «Не прочитано». На сайте-источнике отзыва эта отметка не видна.

**Отметка/Нет отметки:** отметки на отзывах предназначены для внутреннего пользования, они указывают вашим коллегам, что отзыв может потребовать дополнительного внимания. При их наличии другие пользователи вашего аккаунта смогут отсортировать отзывы по признаку «Не

отмечено».

**Опубликовано/Не опубликовано:** по умолчанию отзывы без комментариев (только рейтинг) не отражаются в соответствующих виджетах отзывов. Установка отметки «Опубликовано» отменяет эти настройки. Данная опция НЕ ОЗНАЧАЕТ публикации (или отмены публикации) отзывов на сайте-источнике.

**Переслать отзыв:** отправка выбранного отзыва другим пользователям платформы (имя или статус) или на сторонний электронный адрес. Укажите тему и составьте текст сопровождающего сообщения. Сообщения электронной почты включают все метаданные, включая ссылку на сайт-источник отзыва. Опция «Переслать отзыв» дает возможность проинформировать об отзыве заинтересованных лиц для критики или похвалы.

**Поделиться:** общий доступ к отзывам позволяет публиковать их на привязанных к аккаунту страницах компании в социальных сетях – Facebook, Twitter Instagram, и бизнес-профиле Google.

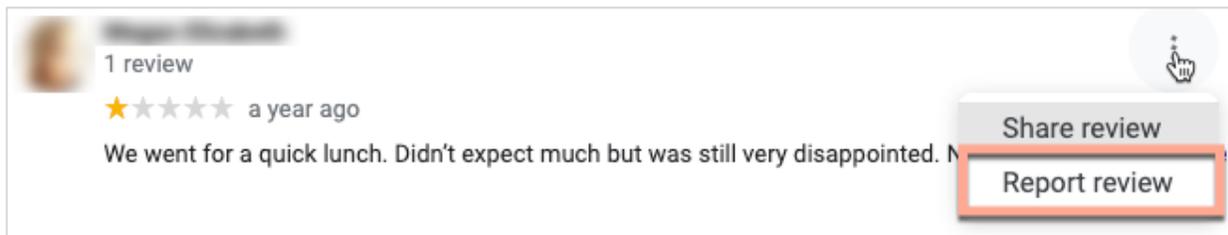
**Создать обращение:** если отзыв требует дальнейшей эскалации, создайте обращение, чтобы направить комментарии автора отзыва в соответствующее подразделение компании, и сотрудники смогли ответить.

**Примечание:** Создание виджета отзывов облегчает работу по отображению и комплексному использованию положительных отзывов на сайте компании.

### Спорные отзывы

Если вам стало известно, что какой-либо отзыв ошибочно отнесен к вашей компании (например, в нем идет речь о другой организации) или содержит клевету / нецензурные выражения, вы можете обратиться на сайт-источник с запросом на его удаление или сообщить о допущенном нарушении. Нажмите на отзыв, чтобы перейти на страницу-источник и найдите там соответствующую опцию. Например, в окне обзора Google вы можете щелкнуть многоточие и сообщить об отзыве в Google.

Помните, вам не следует настаивать на удалении отзыва, если он не нарушает правила площадки размещения. Другими словами, не требуйте удаления отзыва только потому, что он вам не нравится.



### Блокировка пользователей

Если вы заблокируете подписку пользователя на вашей странице в Facebook, это не приведет к удалению его отзывов. Однако комментарии, сделанные этим пользователем касательно других отзывов или публикаций, больше не будут отображаться.

**Примечание:** Жаловаться на отзывы или блокировать пользователей необходимо на сайте-источнике, ведь на платформе Reputation это сделать невозможно.

# Обзор ответов на отзывы

Активная публикация ответов на отзывы клиентов – отличный способ быстро продемонстрировать настоящим и потенциальным клиентам свое небезразличие, заинтересованность в развитии компании и повысить оценку репутации.

Вкладка **Отзывы** позволяет вам централизованно отвечать на отзывы, размещаемые вашими клиентами на многочисленных ресурсах в сети. Воспользуйтесь фильтрами, расположенными в верхней части экрана, или включите дополнительные фильтры, нажав на **Средний рейтинг** или столбцы диаграммы.

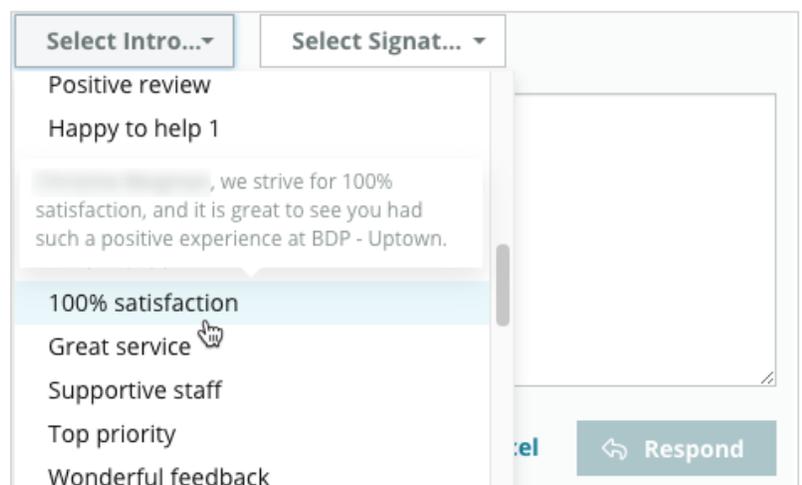
## Отправка ответов на отзывы через платформу

**Примечание:** Чтобы отвечать через платформу, не забывайте обязательно вводить свои учетные данные для работы с сайтами отзывов по каждой точке продаж. Не все площадки позволяют отвечать на размещаемые на них отзывы (см. **Администратор > Общие настройки > Источники**).

**Чтобы ответить на отзыв:**

### 1. Нажмите на окно **отзыва**

В области опроса появятся опции для добавления вводной части и подписи. Это шаблоны для начала и завершения текста ответа, которые помогут вам обращаться к клиентам по-разному и повысят продуктивность работы. Наведите курсор на название макроса для предварительного просмотра текста. Управление имеющимися шаблонами осуществляется через вкладку **Макросы** в настройках администратора.



- Выберите один из вариантов или введите в окно ответа собственный текст. Вы можете отредактировать автоматически сгенерированное сообщение перед его отправкой.

- Нажмите **Ответить**

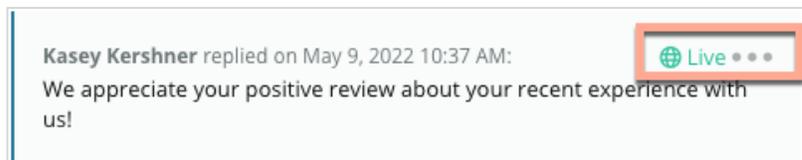
Сразу после этого вы сможете увидеть свой ответ на вкладке **Ответы**; однако посмотреть его на сторонних сайтах можно будет только после того, как его статус изменится на «Активен».

## Статусы ответов на отзывы

После отправки созданного отзыва на платформе будет отображен его статус. Изменение статуса происходит автоматически, в зависимости от изменения ситуации.

Варианты статусов:

**В обработке:** ответ, который был отправлен, но пока не опубликован на стороннем сайте, ИЛИ ответ, публиковать который у вас недостаточно полномочий (по оценке службы ответов).



**На рассмотрении:**

Появляется только если включена опция предварительного рассмотрения ответов. Используется для ответов, отправленных пользователями с ограниченным доступом или со статусом «Составитель ответов». Составители могут только редактировать шаблоны ответов, а «Утверждающие» – и редактировать, и утверждать их.

**Отправлен:** Ответ был отправлен для публикации на сторонний сайт с отзывами, но платформа пока не подтвердила, что он действительно опубликован там.

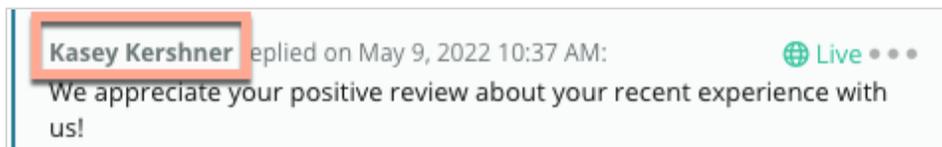
**Активен:** Публикация ответа на стороннем сайте подтверждена.

**Сбой:** Ответ не был опубликован на стороннем сайте из-за сбоя интеграции API или из-за того, что не прошел модерацию.

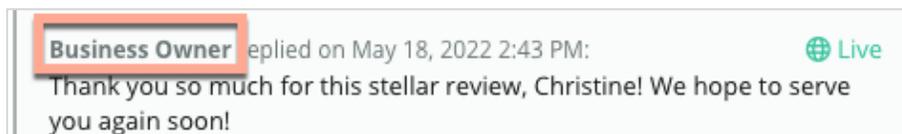
## Ответы на отзывы: «От» и «Имя»

При публикации ответов на отзывы клиентов на соответствующих сайтах используется метка «От», определяемая настройками учетных записей каждого сайта. Однако на вкладке **Отзывы** нашей платформы метка «От» обычно представляет собой имя сотрудника, включенного в число пользователей аккаунта вашей компании и отправившего ответ.

Хотя клиент не увидит этого имени, сведения о нем могут оказаться полезными другим пользователям – они будут знать, кто именно составил текст ответа; это особенно важно, если вы пользуетесь услугами удаленного управления ответами на отзывы.



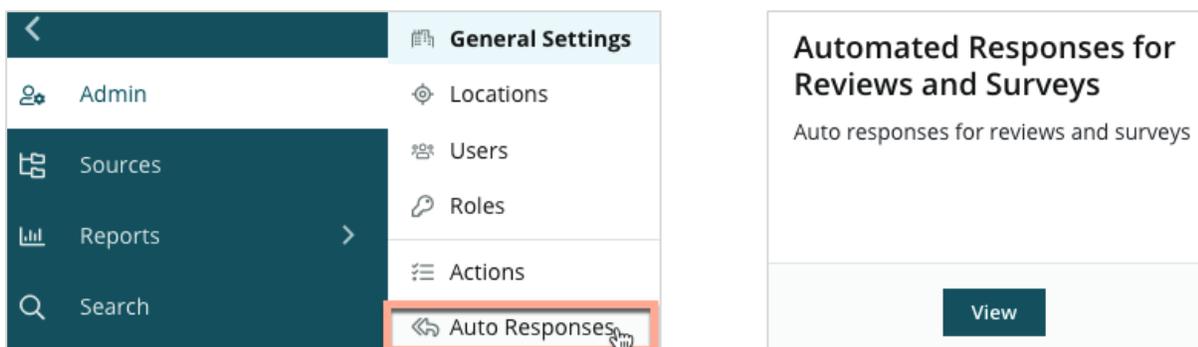
Если в поле «От» указан «Владелец компании», значит, ответ был получен с сайта-источника отзыва, а не отправлен через нашу платформу.



## Автоматические ответы

Рассмотрите возможность настройки автоматического ответа в своем аккаунте на случай, если клиент отправит отзыв, который содержит рейтинг, но не содержит каких-либо конкретных или дополнительных комментариев.

Шаблоны ответов можно найти на вкладке **Администратор**, щелкнув **Автоматические ответы**. Список включает ответы на положительные отзывы с рейтингом «4-5 звезд», так и отрицательные отзывы с рейтингом «1-2 звезды».

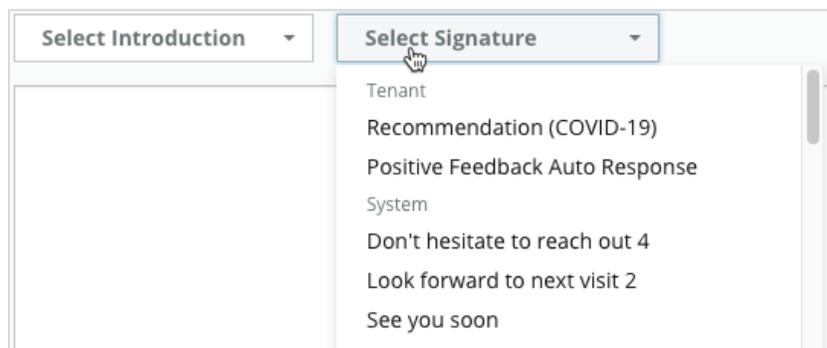


**Примечание:** Автоматические ответы на отзывы с рейтингом «3 звезды» не осуществляются. Поскольку этот рейтинг нейтрален, подобрать подходящий ответ на такой отзыв не представляется возможным.

# Управление макросами

Уделите больше внимания ответам на отзывы воспользовавшись утвержденными настраиваемыми шаблонами ответов (макросами). Макросы помогают делать ответы на отзывы разнообразнее.

С их помощью можно добавлять или изменять стандартные части ответов (содержатся в выпадающих меню Представление и Подпись окна **Ответ на отзыв**). Таким образом ответы становятся не похожими друг на друга, что повышает их эффективность.



**Внимание!** Чтобы добавлять или изменять макросы, необходимо обладать правами администратора. Если вам нужна помощь, обратитесь в [службу поддержки](#).

## Чтобы добавить макрос:

1. Нажмите значок **Настройки** в правом верхнем углу экрана.
2. На панели навигации слева выберите **Макрос**.

Откроется перечень макросов (шаблонов). По умолчанию установлен макрос для ответов на положительные отзывы. Вы можете переключить его на отрицательный шаблон или воспользоваться фильтром для поиска макроса по ключевым словам.



«Системные» макросы предоставляются платформой для всех пользователей, их изменить нельзя. Созданные вами новые макросы будут обозначаться как макросы «Участника», «Пользователя» или «Торговой точки» и использоваться только в вашем аккаунте.

3. Нажмите **Добавить макрос**.

4. Установите следующие настройки:

- **Тип:** Выпадающее меню на вкладке «Ответы на отзывы», в котором будет отображаться макрос: «Представление» или «Подпись».
- **Уровень:** Определяет доступ к макросу. Чтобы поставить ограничение по точкам продаж, нажмите **Торговая точка** и выберите нужный объект в дополнительном выпадающем меню. Чтобы поставить ограничение по пользователям, выберите **Пользователь**. Чтобы открыть доступ к макросу всем пользователям, включенным в аккаунт, нажмите **Участник**.
- **Мнение:** Укажите категорию макроса – является ли он ответом на положительный или отрицательный отзыв. Шаблоны для ответов на положительные отзывы будут отображаться в выпадающем меню только для отзывов с рейтингом 4-5 звезд. Шаблоны для ответов на отрицательные отзывы будут отображаться в выпадающем меню только для отзывов без рейтинга или с рейтингом 1-3 звезды.
- **Название:** Название макроса, отображаемое в выпадающем меню.
- **Текст:** Текст, который будет автоматически вставлен в окно **Ответа** на отзыв при выборе данного макроса. Вы не можете форматировать текст, но можете добавлять в него изменяемые элементы. Изменяемые элементы – это заполнители места, которые на момент отправки ответа будут заменяться связанными данными.

**Примечание:** Синтаксис переменной имеет следующий формат: `{{variable-name}}`. Вы можете добавить символ вертикальной линии («|») и менять текст в случае, если связанные данные окажутся недоступны. В примере ниже, если имя клиента, оставившего отзыв, не указано, в обращении вместо него будет стоять «Здравствуйте!».

Type	Introduction
Level	Location User Tenant
Sentiment	Positive Negative
Name	Thanks and appreciation
Body	<pre>{{reviewer-name   Hi}}, thank you so much for the positive review! We appreciate your business.</pre> <p>You can insert variables in your macro ⓘ</p>
	<p>Cancel <input checked="" type="checkbox"/> Save</p>

5. Нажмите **Сохранить**.

Макрос добавлен в список и теперь отображается в окне **Ответ на отзыв**; доступ к его использованию зависит от уровня (точка продаж, пользователь, участник).

# Как эффективно отвечать на ОТЗЫВЫ

89% потребителей отмечают высокую вероятность обращения в компанию, которая отвечает на все свои онлайн-отзывы (BrightLocal, 2022 г.).

Ответы на отзывы играют огромную роль в укреплении лояльности клиентов. Отвечая на отзывы, важно соблюдать правила вежливости и предлагать их авторам прямую связь с компанией. Даже негативный отзыв часто может быть воспринят более благожелательно, если на него есть ответ.

Активная публикация ответов на отзывы – отличный способ быстро повысить оценку репутации компании. Старайтесь отвечать на **100% отрицательных** и хотя бы на **20% положительных отзывов**. Поставьте себе целью всегда придерживаться этих показателей и даже повышать их.

## Общие рекомендации

Вне зависимости от того, какая оценка стоит в отзыве, стоит придерживаться проверенных методик ответа на отзывы.

### 1. Отвечайте в сжатые сроки, но не поспешно.

Определите для себя фиксированный временной интервал для ответа (например, 48 часов). Вдумчивый ответ показывает, что вы серьезно относитесь к отзывам и заботитесь о своих клиентах. По данным отчета Retail Consumer Report, 33 процента потребителей, получивших оперативный ответ на свой негативный отзыв, впоследствии отзывались о компании положительно.

### 2. Будьте вежливы и любезны.

Помните, вы отвечаете не одному человеку. Ваш ответ увидит множество ваших клиентов и потенциальных клиентов. Всегда ведите себя уважительно, даже если отзыв выглядит неприглядно или несправедливо.

### 3. Определите, кто именно будет отвечать на отзывы.

В зависимости от того, сколько отзывов получает компания, вам может понадобиться назначить человека для ответа на них или равномерно разделить эту задачу между сотрудниками. В идеале тот, кто будет отвечать на отзывы, должен уметь хорошо излагать свои мысли в письменном виде.

4. Введите процедуру **одобрения текста ответов**, особенно когда речь идет о конфиденциальных данных клиентов.

Например, медицинским учреждениям следует проявлять осторожность, чтобы не допустить нарушения требований Закона о преемственности и подотчётности медицинского страхования, когда отзыв включает персональные данные о состоянии здоровья. Процедура одобрения дает возможность привлечь к составлению ответов большее количество сотрудников, а проверку всех текстов перед публикацией будет выполнять специально обученный контролер.

5. **Проверяйте текст на опечатки.**

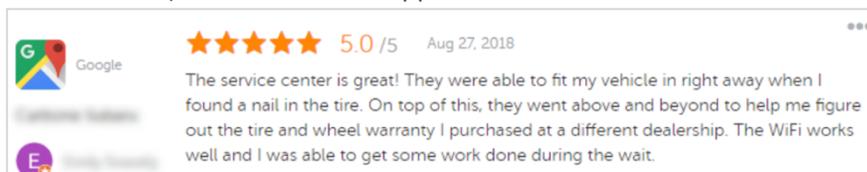
Некоторые сайты не позволяют редактировать ответы (и отзывы) после публикации. Уделите время дополнительной проверке текста на орфографические и грамматические ошибки.

## Ответы на положительные отзывы

Клиенты, оставляющие положительные отзывы – ваша главная ценность. Чтобы побудить их снова обратиться к вам, важно отметить ценность их мнения. Ответ на положительный отзыв – возможность сказать клиенту «спасибо», причем не только за обращение в компанию, но и за то, что он выделил время и поделился своими впечатлениями.

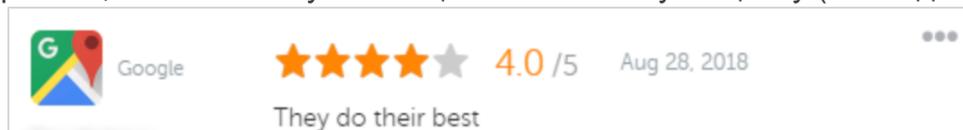
1. **В тексте ответа стоит еще раз упомянуть о том, что похвалил клиент.**

Полезно добавить несколько деталей, чтобы автор отзыва и другие клиенты убедились в том, что их отзывы действительно читают:



*«Спасибо за то, что вы поделились с нами своими впечатлениями! Ваше мнение об отделе по работе с клиентами очень много для нас значит. Мы были рады помочь вам, надеемся вскоре увидеть вас снова.»*

2. **Если автор отзыва не оставил комментария или написал его очень сжато, поинтересуйтесь у него, что вам нужно сделать для улучшения работы.** Постарайтесь выяснить, что требуется, чтобы во время следующего посещения клиент чувствовал себя еще комфортнее, или спросите, как вам заслужить еще более высокую оценку (в звездах).



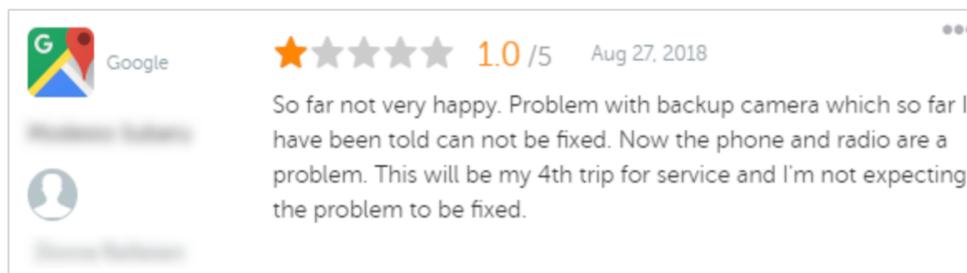
*«Спасибо за хорошую оценку! Дайте нам знать, есть ли что-нибудь, что нам стоит улучшить, чтобы следующий ваш визит стал еще приятнее!»*

## Ответы на отрицательные отзывы

Но хотя вы не можете полностью контролировать то, что люди пишут о вас в сети, вы можете (и должны) участвовать в их беседах и отстаивать свою репутацию. С точки зрения потенциальных клиентов, несколько отрицательных отзывов, разбавляющих массу положительных, добавляют информации о вашем бизнесе реалистичности. Даже если отзыв очень резкий или несправедливый, реагируйте достойно, чтобы показать его автору (а заодно и потенциальным клиентам), что вы способны сохранять профессионализм в любой ситуации.

### 1. Не принимайте отрицательные отзывы близко к сердцу.

Становясь в оборонительную позицию, вы можете случайно написать то, что повредит вашей репутации больше, чем сам отзыв. Отвечая на большинство отрицательных отзывов, стоит предложить клиенту связаться с вами (или, если вам известна его личность, вы можете сами напрямую обратиться к нему). Такой подход демонстрирует, что вы заинтересованы в урегулировании проблемы и при этом готовы не разглашать подробности.

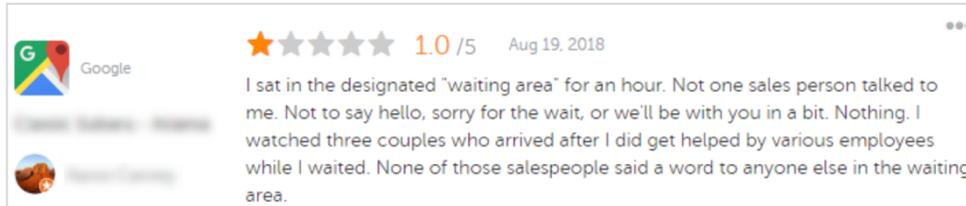


*«Сожалеем, что у вас остались негативные впечатления от визита в нашу компанию. Мы будем очень признательны, если вы дадите нам шанс исправить ситуацию. Наш менеджер по работе с клиентами свяжется с вами, чтобы решить проблему. Или вы можете сами обратиться к нему по телефону [номер телефона] или [адрес электронной почты].»*

После того, как вы пообщаетесь с клиентом в реале и придете к соглашению, попросите его изменить или удалить свой отзыв. Однако никогда не следует предлагать вознаграждение за написание или изменение оценок. Просто скажите, насколько вам лично важен этот отзыв. Если клиент отказывается менять отзыв после решения проблемы, вернитесь к своему первому ответу и поблагодарите его за то, что он дал вам возможность все исправить. Таким образом вы покажете остальным клиентам, что вопрос решен.

## 2. Прежде, чем отвечать на отзыв, соберите информацию.

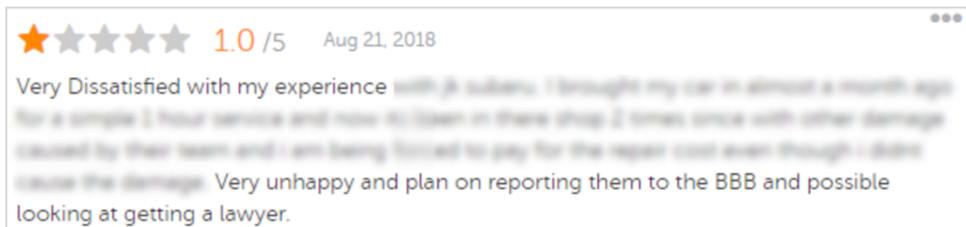
Определите, что можно сделать, чтобы решить проблему без выплаты клиенту компенсации или чего-либо подобного:



*«Спасибо, что рассказали нам об этой важной проблеме с обучением. Мы уже устранили ее и надеемся, что вы дадите нам еще один шанс».*

Обычно клиенты остаются довольны, даже если проблема не устранена полностью, главное, дать им убедиться, что вы честны с ними. Не стоит брать вину на себя или возлагать ее на кого-либо, однако признавайте ошибки, если вы действительно их допустили.

## 3. Не игнорируйте угрозы или оскорбительные замечания.



*«Спасибо за то, что вы нашли время подробно рассказать о своих впечатлениях от работы нашей сервисной службы. При желании, свяжитесь с нами по телефону [номер телефона] или по электронной почте».*

Если комментарий клиента содержит угрозу, отвечайте оперативно и в уважительном тоне. При необходимости, в зависимости от содержания отзыва, можно привлечь для помощи юридический отдел. В ваших интересах погасить конфликт до того, как он выйдет из-под контроля.

## Спорные отзывы

Если какой-либо отзыв был ошибочно отнесен к вашей компании (например, в нем идет речь о другой организации) или содержит клевету / нецензурные выражения, вы можете обратиться на сайт-источник с запросом на его удаление. Однако требуйте удаления ТОЛЬКО в том случае, если имеется нарушение правил и пользовательских соглашений этого сайта (популярные сайты отзывов, их рекомендации и ссылки на их подробные правила указаны ниже). Не просите удалить отзыв только потому, что он вам не нравится.



Запрещенный контент и контент, регулируемый законодательством, [Google](#) включает:

- Стандарты общения: домогательство, дискриминационные высказывания, оскорбительный контент, личная информация
- Ложная информация: ложные отзывы, выдача себя за другое лицо, искажение фактов
- Материалы для взрослых: непристойная и недопустимая лексика, контент для взрослых, насилие и жестокость
- Законодательно регулируемый, опасный, противозаконный и террористический контент



Принципы Facebook:

- Достоверность
- Безопасность
- Конфиденциальность
- Уважение достоинства

Facebook удаляет контент, противоречащий этим принципам.



[Glassdoor](#) побуждает авторов отзывов всесторонне рассмотреть опыт обращения в компанию, оценить плюсы и минусы и прийти к взвешенным выводам. **Glassdoor:**

- Не разрешает использовать в отзывах негативные комментарии об идентифицируемых лицах за пределами группы, определенные ненормативные выражения, угрозы насилия или дискриминационные формулировки
- Не принимает отзывы, которые раскрывают конфиденциальную, непубличную внутреннюю информацию компании



[Cars.com](#) удаляет или редактирует отзывы, если они содержат запрещенный контент, например:

- Нецензурные, дискриминирующие выражения, дискредитирующие или неуместные комментарии
- Любые формы домогательств, угроз, непристойностей или нетерпимости; формулировки, которые представляет собой или поощряют незаконную деятельность
- Рекламу, спам или контактную информацию



healthgrades

Не публикуйте на [Healthgrades](#) контент, который:

- Является клеветническим, дискредитирующим, притесняющим, угрожающим или подстрекательским
- Содержит непристойности, ненормативную лексику или дискриминирующие выражения
- Вводит в заблуждение, является обманным или мошенническим
- Содержит личную информацию, ссылки на личные веб-сайты и т. д.
- Содержит упоминания и информацию в поддержку определенных брендов, включая фармацевтические
- Содержит упоминания о юридических действиях и процедурах



Отзывы на [Apartments.com](#) не должны:

- Быть неправдивыми или вводящим в заблуждение
- Посягать или нарушать права на интеллектуальную собственность любой третьей стороны
- Нарушать любые законы, постановления или правила, включая закон о запрете дискриминации в жилищной сфере и другие антидискриминационные законы
- Содержать информацию с других веб-сайтов, контактную информацию или спам

В конце концов, даже если вы не смогли решить проблему клиента и превратить отрицательный отзыв в положительный, просто оставьте все как есть. Попытка удалить негативный отзыв может усугубить ситуацию и вызвать дополнительное обсуждение. Вместо этого вам стоит сосредоточиться на увеличении количества положительных комментариев.

# Управление сводками об отзывах

Сводки – это один из видов уведомлений. Они позволяют вам и другим включенным в ваш аккаунт пользователям получать сжатую информацию о том, какие отзывы о вашей компании появляются на сторонних сайтах и в каком количестве.

**Внимание!** Для того чтобы добавлять уведомления или изменять их настройки, необходимо обладать правами администратора. Если вам нужна помощь, обратитесь в [службу поддержки](#).

## Сводки для пользователей

Сводки для пользователей предназначены для конкретных, включенных в аккаунт пользователей платформы. Их конфигурация соответствует уровню пользователей; они отправляются только на указанные электронные адреса. Сводкам, предназначенным для разных пользователей, можно задавать разную конфигурацию. Задать конфигурацию сводок сразу для нескольких пользователей нельзя.

*Чтобы задать конфигурацию сводке для пользователей:*

1. Нажмите значок **Настройки** в правом верхнем углу экрана.
2. На панели навигации слева выберите строку **Пользователи** и затем имя пользователя, для которого вы хотите запланировать отправку сводок по электронной почте, нажмите **Мои уведомления**. Перечень всех оповещений, отправляемых выбранному пользователю, отображается по умолчанию.

**Примечание:** Задать конфигурацию сводок для зарегистрированного пользователя (то есть для себя) также можно в разделе Мой аккаунт > Уведомления. Все указанные в этом разделе сводки будут отображаться в вашем меню Пользователь > Уведомления, и наоборот.

3. Нажмите **Добавить уведомление**.
4. Нажмите **Оповещение для**.

## 5. Установите следующие настройки:

- **Частота** – частота отправки сводок по электронной почте (ежедневно, ежемесячно, еженедельно, ежеквартально).
- **Сводка о** – получение сводок обо всех (выберите **Все**) или только об определенных точках продаж. Если у вас установлено более одного фильтра для опции «Сводка о», это значит, что ваш аккаунт предусматривает персональную настройку фильтров, которая позволяет выбирать определенные сегменты для привязки к электронному адресу для отправки сводок.

**Внимание!** Если в вашем профиле пользователя уже указаны определенные точки продаж, вам НЕ НАДО снова указывать их при настройке уведомлений. Информация о точках продаж из профиля пользователя автоматически отражается в настройках всех уведомлений для него, что избавляет вас от необходимости отдельно указывать их. Если вы все же измените указанные в настройках уведомления точки продаж, к такому уведомлению больше не будут автоматически применяться изменения, вносимые в профиль соответствующего пользователя.

- **Группировать по** – параметр группировки при отображении данных: штат, город, торговая точка и любые настраиваемые фильтры для вашего аккаунта.
- **Включить сравнение объектов** – добавление сравнительной таблицы со статистикой для фильтров, не выбранных при настройке **параметра группировки**.

The screenshot shows the user interface for configuring notifications. On the left, a sidebar menu has 'Users' selected. The main panel is titled 'My Notifications' and shows a 'Summary Alert' rule configuration. The 'Rule Name' is 'Summary Alert', the 'Channel' is 'Email' (checked), and the 'Frequency' is set to 'Daily'.

## 6. Нажмите **Сохранить**.

Сводка станет активной, и выбранные пользователи будут получать ее по электронной почте с заданной частотой.

**Примечание:** Чтобы отправить пользователю сводку немедленно, нажмите значок «Отправить сейчас». (Если вы выбрали сразу много точек продаж, отправка может занять несколько минут). Чтобы изменить настройки отправки сводки или отключить ее конфигурацию, нажмите «Редактировать». Чтобы навсегда удалить конфигурацию сводки, нажмите «Удалить».

# Обзор виджетов отзывов

Рассмотрите возможность создания виджета «Отзывы», чтобы отображать отзывы клиентов непосредственно на вашем веб-сайте.

Публикация динамичных и обоснованных отзывов на веб-сайте компании позволяет потенциальным клиентам с легкостью оценить, что думают и говорят о вас ваши покупатели, на основании данных разных сайтов отзывов.

**Внимание!** Для того чтобы добавлять виджеты или изменять их настройки, необходимо обладать правами администратора. Если вам нужна помощь, обратитесь в [службу поддержки](#).

**Christie Mulvey, MD**  
 Kootenai Clinic  
 Medical Director of Oncology Services  
 Cancer Services  
 ★★★★★ Rating: 5.0/5 - 3,452 Reviews

**Profile**    **Location and Contact**    **Reviews**

Explains ★★★★★ 5.0/5	Listens ★★★★★ 5.0/5	Shows respect ★★★★★ 5.0/5
Knows medical history ★★★★★ 5.0/5	Spends enough time ★★★★★ 5.0/5	

**G** ★★★★★ 5.0/5  
 She saved my life. Her excellent office staff, his keen ability to diagnose a problem reasons why my family and I will always be indebted to her. When we left our city it her, and inspite of this aggressive nature of my leukemia AML I am still alive eight after the last dose of chemo. She was an incredible professional. She was always to show he cared.

**G** ★★★★★ 5.0/5  
 Very professional and friendly.

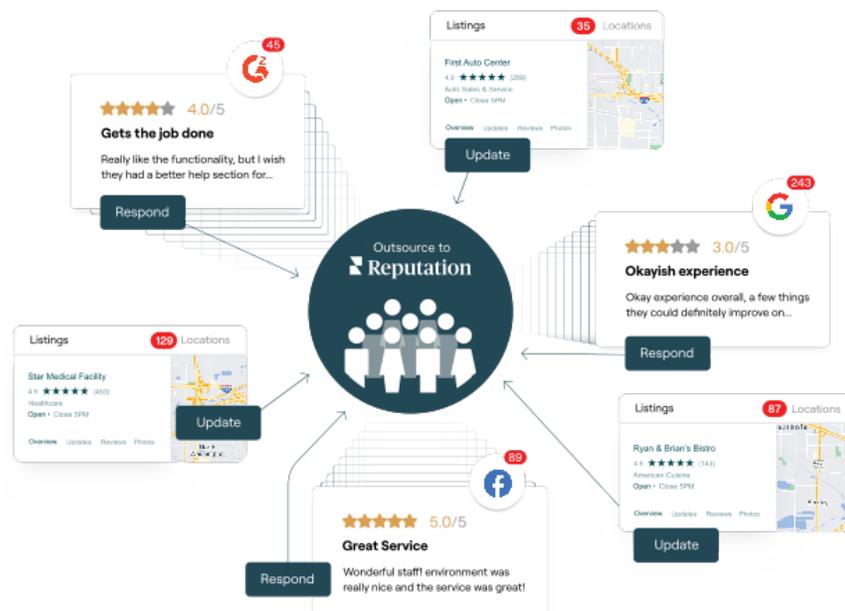
**Wellman Financial | Find a Brand**  
 Christie Mulvey, MD. Provider Spark. Medical Director of Oncology Services. Cancer Services. 4.8 /5. 1,208 reviews. Profile; Make an Appointment; Reviews  
 ★★★★★ Rating: 5.0/5 - 3,452 Reviews

# Платные премиум-услуги

Наши эксперты платформы премиум-услуг рады помочь вам.

Несмотря на наше стремление сделать платформу интуитивно понятной и эффективной, мы понимаем, что самое ценное – это время, а ресурсы и пропускная способность могут быть ограничены. У Reputation есть команда приверженных делу экспертов, готовых помочь вам управлять вашими объявлениями; оптимизировать SEO; публиковать посты в социальных сетях и управлять ими, а также управлять ответами на отзывы. Благодаря этому набору дополнительных услуг, которые поддерживаются нашей платформой и продуктами, мы можем гарантировать высокое качество обслуживания клиентов. Наши эксперты помогут вам:

- Познавать **точность** (управление объявлениями)
- Максимально повысить **привлекательность** ваших бизнес-профилей (управляемые сервисы для Google)
- Использовать **возможности** социальных сетей (управление социальными сетями)
- **Побеждает** тот бренд, который больше других **проявляет заботу** (управление ответами на отзывы)



За более подробной информацией о платных премиум-услугах обратитесь к менеджеру по работе с клиентами.

# Дополнительные ресурсы

Ознакомьтесь с полным списком руководств пользователя, которые помогают узнать больше о платформе Reputation.

- Действия
- Администратор
- Бренд в социальных сетях
- Объявления
- Информационные панели
- Опыт
- Входящие сообщения
- Мобильное приложение
- Страницы и указатели
- Rep Connect
- Отчеты
- Оценка репутации
- Запросы
- Мониторинг социальных сетей
- Социальный модуль
- Опросы
- Виджеты