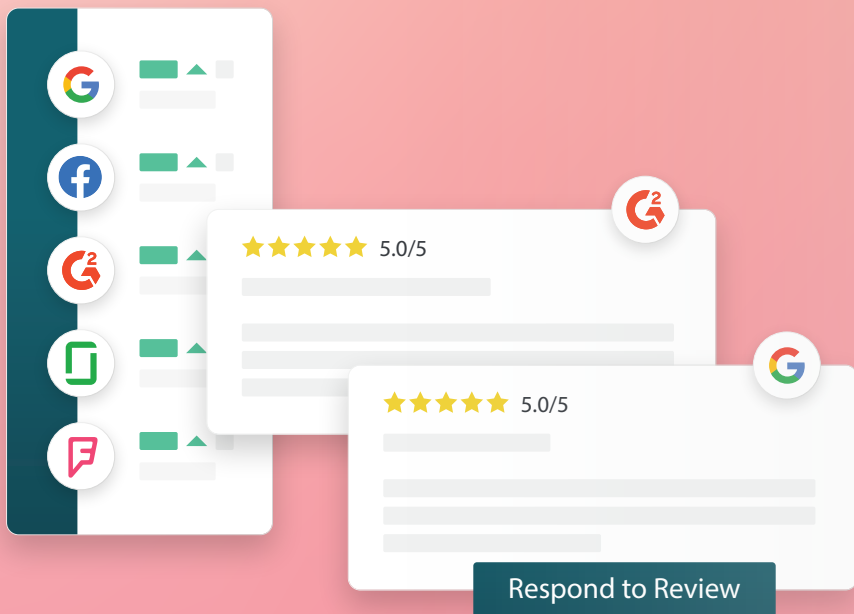
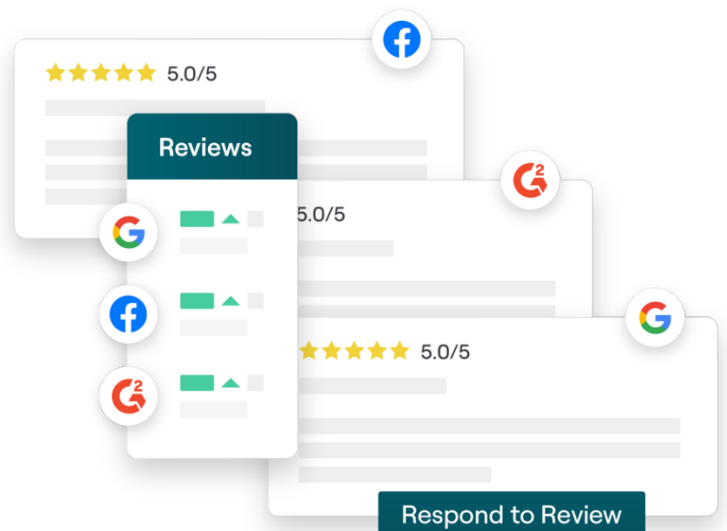


# Відгуки

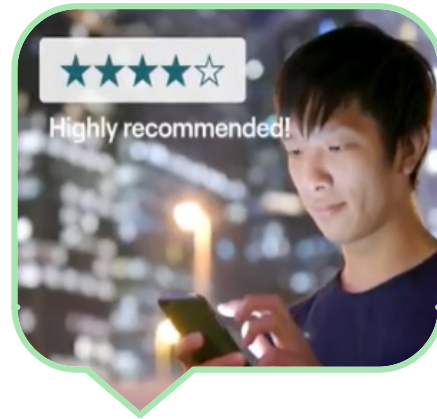


# Зміст

I.	Огляд відгуків .....	2
	a. Огляд керування відгуками	
	b. Огляд відповідей на відгуки	
II.	Керування відгуками.....	4
	a. Фільтри	
	b. Джерела	
	c. Середня оцінка	
	d. Таблиці	
	e. Компоненти відгуків	
	f. Варіанти дій з відгуками	
	g. Суперечливі відгуки та блокування користувачів	
III.	Огляд відповідей на відгуки .....	11
	a. Відповіді на платформі	
	b. Перегляд статусів відповідей	
	c. Відповідь на відгук від імені	
	d. Параметри автоматичних відповідей	
IV.	Керування макросами .....	14
	a. Як додавати макроси	
V.	Рекомендації щодо відповідей на відгуки .....	16
VI.	Керування зведеннями відгуків .....	21
	a. Як налаштувати зведення для користувачів	
VII.	Огляд віджету відгуків .....	23
VIII.	Платні преміум-послуги.....	24
IX.	Додаткові ресурси.....	25



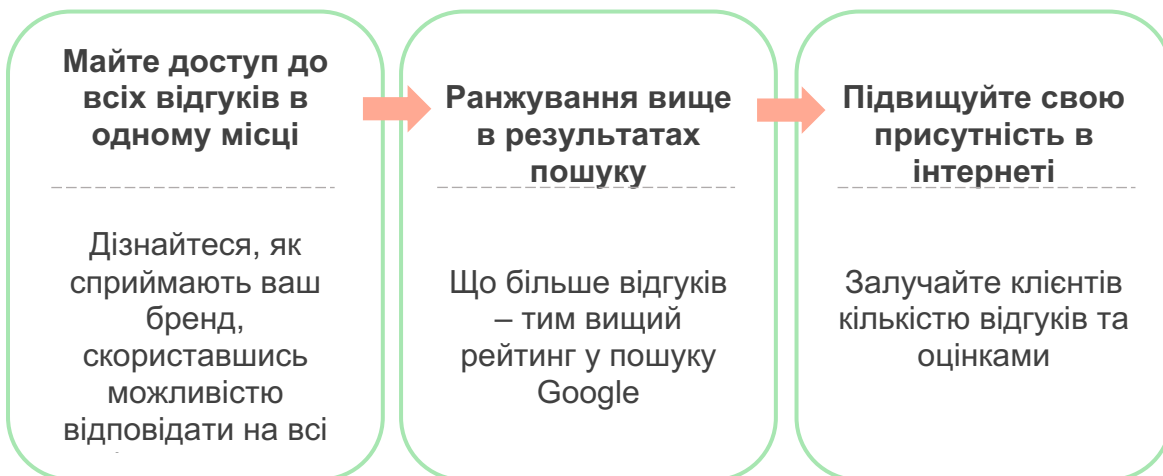
# Огляд відгуків



Залучайте клієнтів, розширюйте свій бізнес та підвищуйте якість обслуговування клієнтів, легко відстежуючи, керуючи та відповідаючи на відгуки клієнтів по всьому інтернету.

Клієнти залишають відгуки про різні філії вашої компанії на сотнях інтернет-майданчиків. Підвищуйте обізнаність у тому, що пишуть клієнти про ваш бізнес у мережі, і вживайте заходів, вчасно реагуючи на відгуки.

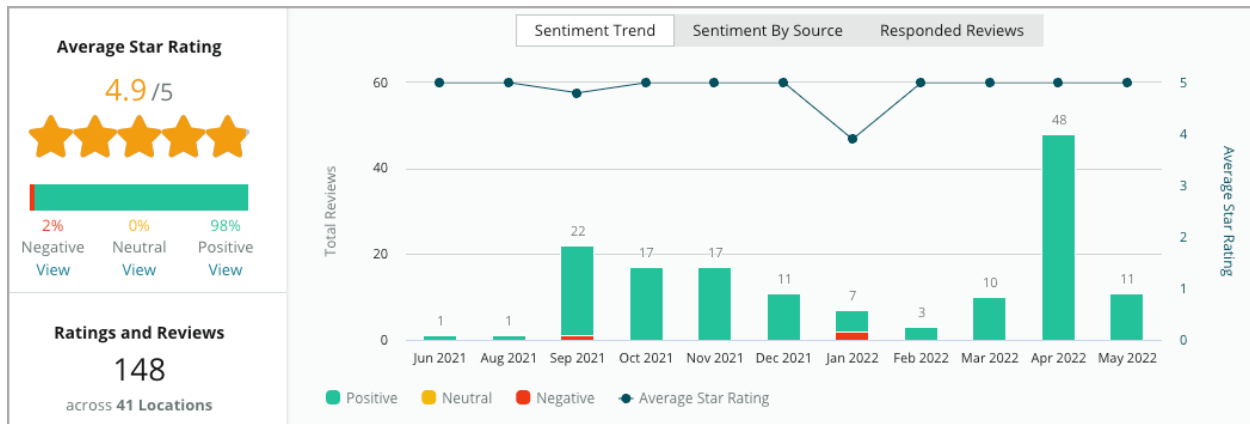
Вкладка **Відгуки** полегшує збір відгуків зі сторонніх сайтів у одному централізованому місці, дозволяє моніторити сказане і публічно відповідати на належному рівні.



## Керування відгуками

Вкладка **Відгуки** дозволяє вам моніторити, організовувати і пересилати відгуки зі сторонніх сайтів. Публікуйте і поширюйте відгуки на власному сайті або через ваші канали у соцмережах. Експортуйте відгуки, щоб поширювати їх у своїй організації.

Легко здійснюйте моніторинг тональності відгуків протягом часу, тональності за джерелом, а також відгуків із відповідями та без них.

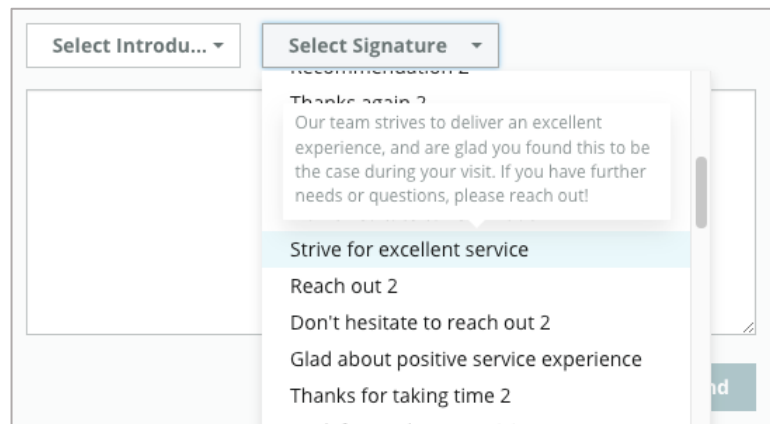


## Відповіді на відгуки

**Відповіді на відгуки** – це ключ до бездоганного обслуговування клієнтів і високого рейтингу репутації.

Використовуйте позитивні відгуки як можливість заохотити повторні звернення і рівень задоволення клієнтів.

Використовуйте негативні відгуки як можливість покращити обслуговування, залагодивши ситуацію, запросивши автора відгуку перевести бесіду в офлайн і, зрештою, скоротивши відтік клієнтів.



Використовуйте заздалегідь затверджені відповіді на відгуки (**макроси**) як відправну точку для спрощеної та ефективної стратегії відповіді на відгуки.

**Примітка:** Потрібна допомога в керуванні відповідями на відгуки чи модерації? Ознайомтеся з нашою пропозицією [Послуги керування реакціями на відгуки](#).

# Керування відгуками

Збирайте відгуки клієнтів з різних сайтів, відстежуйте їх зміст та публікуйте свої відповіді – все це в одному місці.

## Фільтри

Вибір фільтрів у верхньому рядку визначає відображення даних на вкладці. Другорядні фільтри застосовуються, якщо клацнути на дані інтерактивної таблиці.

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

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

За замовчуванням відображаються **Всі** відгуки, із сортуванням **Спочатку найновіші**.

**Фільтрувати відгуки, щоб бачити лише:**

- Відмічені відгуки
  - Оновлені відгуки
  - Непрочитані відгуки
  - Відгуки з коментарями\*
- Відгуки лише з оцінкою не враховуються\*

**Сортувати відгуки за:**

- Спочатку найновіші
- Спочатку найдавніші
- Спочатку позитивні
- Спочатку негативні
- За кількістю слів (від меншої до більшої)
- За кількістю слів (від більшої до меншої)

**Примітка:** Виберіть **Усі**, щоб видалити інші параметри фільтрування.

## Джерела

Сторонні сайти відгуків, які ви бачите, наприклад, Google і Facebook, визначаються вибраними групами джерел.

(Див. **Адміністратор > Загальні налаштування > Інформація про компанію**).

Усі джерела, пов'язані з вашим обліковим записом, вибрані у фільтрі за замовчуванням. Залежно від вашої галузі, пов'язані з вашим обліковим записом джерела можуть різнитися.

**Примітка:** Якщо ви бажаєте додати джерело, якого не бачите в обліковому записі, зверніться до [служби підтримки](#).

## Середня оцінка

Розділ **Середня оцінка** містить три основні частини. Якщо клацнути на будь-яке посилання у розділі «Середня оцінка», буде відфільтровано графік і список відгуків.

- **Оцінка** — середнє арифметичне усіх оцінок для вибраних фільтрів (сума, поділена на кількість вибраних елементів). Шкала оцінок від 1 до 5, з кроком одна десята.
- **Тональність** — відсоток позитивних ( $\geq 4$ ), нейтральних (3) і негативних ( $\leq 2$ ) відгуків.
- **Відповідь** — кількість і відсоток відгуків, на які ваша компанія відповіла або залишила без відповіді.

**Увага!** Якщо сума відсотків відгуків із відповідями/без відповідей не становить 100, найбільш імовірною причиною є те, що не всі джерела відгуків, активовані для вашого облікового запису, дозволяють залишати відповіді на відгуки.

**SOURCE**

All ▾

Filter

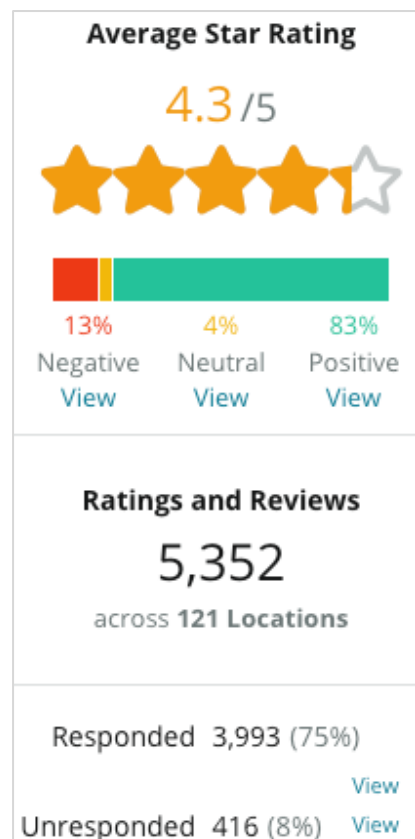
All

Google

Facebook

DocSpot

Glassdoor



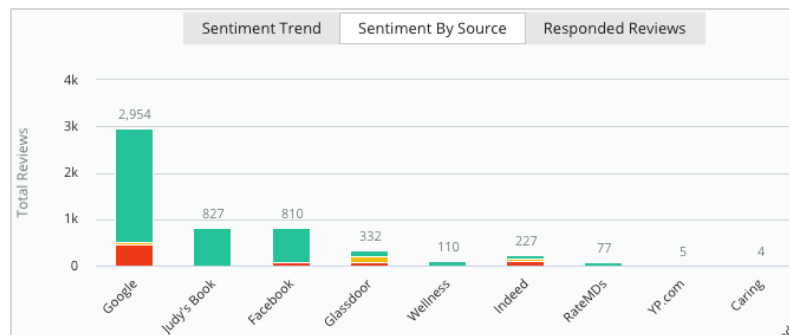
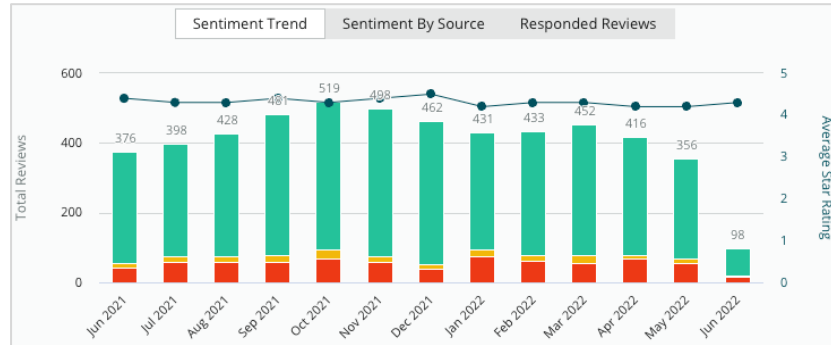
## Таблиці

Розділ **Таблиці** містить до трьох таблиць. Якщо клацнути на будь-який рядок стану у розділі «Таблиці»,

буде відфільтровано графік і список відгуків.

### Тенденції тональності

Перегляньте тенденції тональності за вибраний проміжок часу. Елементи містять: середній рейтинг (синій лінійний графік), всього відгуків (сірі ярлики), всього позитивних відгуків (зелені стрічки), всього нейтральних відгуків (жовті стрічки) і всього негативних відгуків (червоні стрічки).



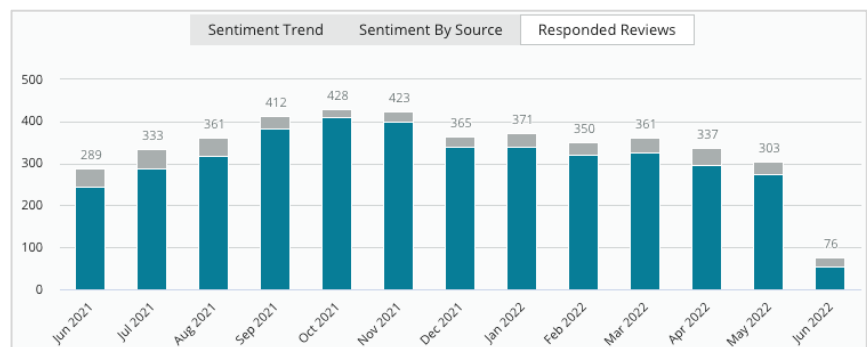
### Джерело тональності

Перегляньте тенденції тональності за джерелом відгуку (вибрані у фільтрі вище) за вибраний проміжок часу. Елементи містять: всього відгуків (сірі ярлики), всього позитивних відгуків (зелені стрічки), всього нейтральних відгуків (жовті

стрічки) і всього негативних відгуків (червоні стрічки).


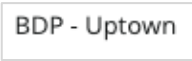


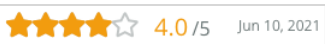


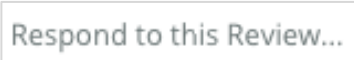
### Відгуки з відповідями

Перегляньте тенденції відповідей на відгуки за вибраний період часу. Елементи містять: всього відгуків (сірі ярлики), всього відгуків без відповіді (сірі стрічки) і всього відгуків із відповідями (сині стрічки).



## Відгуки

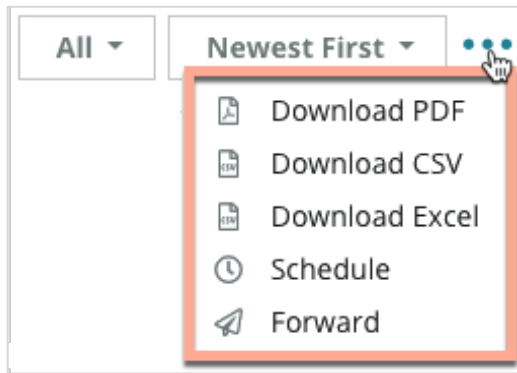
Розділ **Відгуки** відображає всі відгуки за вибраними фільтрами чи таблицями. Відгуки відображаються майже у режимі реального часу. Кожен відгук містить такі складові:

З чого складається відгук?	Як він виглядає на платформі?	Що це означає?
Джерело відгуку		Це місце публікації відгуку клієнта. Список містить лише джерела, ввімкнені для вашого облікового запису, із URL сторінок, завантаженими для кожної філії
Назва та посилання на джерело сторінки відгуку		Компанія, для якої залишено відгук. Залежно від джерела відгуку, можуть відображатися додаткові метадані.
Автор відгуку		Залежно від налаштувань сайту відгуків, профілі автора відгуку можуть містити фото, ім'я та прізвище і гіперпосилання на профіль автора відгуку на сайті. (Або автор залишається анонімним, якщо сайт-джерело не вимагає реєстрації автора.)
Статус відповіді		Показує, чи дана відповідь на відгук. Варіанти статусу: «З відповіддю», «Опублікований» та «Переглянути заявку». Змініть статус відповіді, надавши відповідь або вручну вибравши статус із трьох крапок у відгуку. Клацніть посилання «Переглянути історію», щоб переглянути журнал історії змін цього конкретного відгуку.
Поставлена автором відгуку оцінка		Відображає оцінку, поставлену автором відгуку, разом із датою надсилання відгуку.
Коментарі автора відгуку		Коментарі автора відгуку, які за бажанням можна додати до поставленої оцінки. Залежно від джерела відгуку, можуть відображатися додаткові метадані.
Категорії відгуків		Категорії описують коментарі до відкликання та автоматично застосовуються механізмом обробки даних платформи. У вкладці «Операції» ці категорії використовуються, щоб забезпечити глибокий аналіз ваших відгуків.
Відповідь на відгук		Якщо на відгук вже була надана відповідь, ви можете переглянути її. Якщо відповідь не була надана, відкриється вікно для відповіді. Якщо вікно відповіді не з'являється, сайт-джерело відгуків вимагає реєстраційні дані від вашого облікового запису. Перевірка реєстраційних даних триває 24-48 годин.



## Параметри для всіх відгуків

Щоб отримати доступ до додаткових параметрів, клацніть три крапки у верхньому правому кутку сторінки **Відгуки**. Усі фільтри, застосовані на даний момент до набору даних, зберігаються для усіх параметрів відгуку.



**Завантажити PDF:** експортувати поточний набір даних у звіт PDF. **Титульна сторінка** звіту містить логотип вашого облікового запису, назву звіту, вибраний проміжок часу і вибрані філії.

**Завантажити CSV:** експортувати поточний набір даних у формат CSV.

**Завантажити Excel:** експортувати поточний набір даних у формат Excel.

**Розклад:** створення звіту за розкладом з автоматичним надсиланням електронного листа з поточними даними у формі PDF чи CSV-вкладення іншим користувачам платформи (особам або ролям) чи на адреси електронної пошти за межами облікового запису. Вкажіть назву звіту, частоту, формат і повідомлення, яке міститиметься в тілі листа.

- В електронних листах міститься посилання, за яким можна завантажити звіт, а також посилання для відкриття звіту в межах платформи для взаємодії з даними і додавання індивідуальних налаштувань (доступно для користувачів із реєстраційними даними). Можна редагувати заплановані звіти із вкладки **Звіти**.

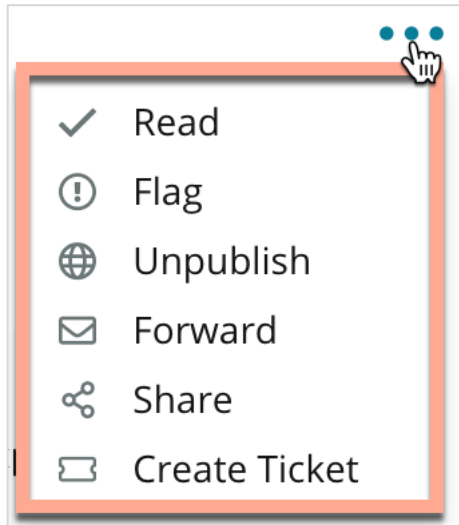
**Переслати:** надсилання поточних даних електронним листом із PDF чи CSV-вкладенням іншим користувачам платформи (особам або ролям) чи на адреси електронної пошти за межами облікового запису. Вкажіть тему і створіть повідомлення, яке міститиметься в листі.

- В електронних листах міститься посилання, за яким можна завантажити звіт, а також посилання для відкриття звіту в межах платформи для взаємодії з даними і додавання індивідуальних налаштувань (доступно для користувачів із реєстраційними даними).

**Примітка:** Операції, які потребують багато часу для обробки великих масивів даних, можуть викликати спливне вікно, що дозволяє вам зачекати на продовження операції (потрібно залишитися на тому ж екрані), або отримати повідомлення електронною поштою із посиланням на завантаження (можна перейти на інші екрани).

## Параметри окремого відгуку

Щоб отримати доступ до додаткових параметрів, клацніть три крапки у верхньому правому кутку кожного поля відгуку. Не всі параметри можуть бути доступними для вашого облікового запису.



### Відзначення відгуку

**Прочитаним/Непрочитаним:** Відзначення відгуку прочитаним виконує роль внутрішнього індикатора для вашої команди, яка працює з відгуками. Інші користувачі у вашому обліковому записі можуть сортувати відгуки за статусом «Непрочитані». Цей індикатор не відображається на сайті відгуків.

**Ставлення мітки/Зняття мітки з відгуку:** Мітка на відгуку є внутрішнім індикатором відгуку, який може потребувати подальшого вивчення вашою командою. Інші користувачі у вашому обліковому записі можуть сортувати відгуки за статусом «Відмічені».

### Публікація/Скасування публікації:

За замовчуванням, відгуки лише з оцінкою (без коментаря) не враховуються відповідними віджетами відгуків. Використання параметру публікації переважає над цим налаштуванням. Цей параметр НЕ публікує і не скасовує публікацію відгуків на сайті джерела.

**Пересилання відгуків:** Надішліть електронний лист з вибраним відгуком іншим користувачам платформи (особам або ролям) чи на адреси електронної пошти за межами облікового запису. Вкажіть тему і створіть повідомлення, яке міститиметься в листі. Електронні листи містять усі метадані відгуку, зокрема посилання на оригінальний сайт відгуків. Пересилання – це швидкий спосіб звернути чийсь увагу на відгук з метою похвали або критики.

**Поширення відгуків:** Поширення відгуків дозволяє розмістити відгук на сторінках у соцмережах (Facebook, Twitter, Instagram і в бізнес-профіль Google), прив'язаних до вашого облікового запису, якщо такі існують.

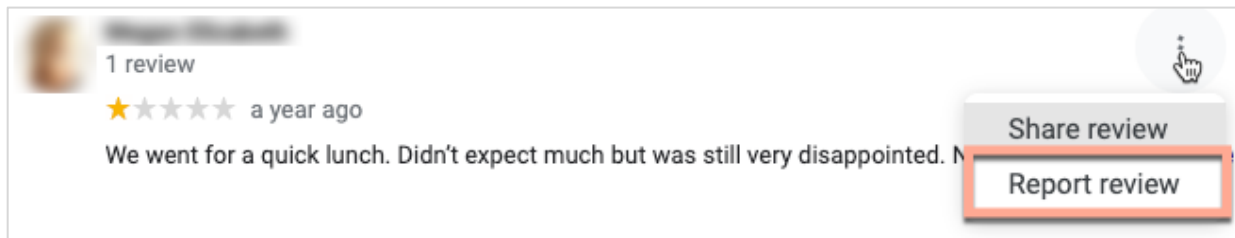
**Створити заявку:** Якщо відгук вимагає подальшої ескалації, створіть заявку, щоб надіслати коментарі автора відгуку до відповідального підрозділу компанії, щоб співробітники змогли відповісти.

**Примітка:** Щоб просувати позитивні відгуки за допомогою об'єднаного підходу на своєму вебсайті, поміркуйте про створення віджета відгуків.

### Оскарження відгуків

Якщо ви знаєте, що конкретний відгук залишили на вашу компанію помилково (напр., він був призначений для іншої компанії) або він містить наклеп/непристойні слова, ви можете подати запит на сайт відгуків, щоб домогтися видалення відгуку чи повідомити про порушення. Клацніть відгук, щоб перейти на сторінку, і пошукайте параметри, доступні у дописі. Наприклад, у вікні огляду Google ви можете натиснути три крапки і повідомити про відгук в Google.

Пам'ятайте, не слід домагатися видалення відгуку, якщо він не порушує правил розміщення на сайті. Інакше кажучи, не подавайте запит на видалення відгуку лише тому, що він вам не подобається.



### Блокування користувачів

Якщо ви заблокуєте користувача і він не зможе стежити за вашою сторінкою на Facebook, відгуки користувача залишаться. Однак, коментарі, залишені користувачем під іншими відгуками чи дописами, більше не відобразатимуться.

**Примітка:** Скаржитися на відгуки або блокувати користувачів необхідно на сайті-джерелі, адже на платформі Reputation це зробити неможливо.

# Огляд відповідей на відгуки

Активна публікація відповідей на відгуки клієнтів – чудовий спосіб швидко продемонструвати справжнім та потенційним клієнтам свою небайдужість, зацікавленість у розвитку компанії та підвищити показник репутації.

Вкладка **Відгуки** дозволяє відповідати на відгуки з різних джерел, знаходячись в одному місці. Щоб застосувати другорядні фільтри, скористайтеся фільтрами верхнього рядка або клацніть **Середня оцінка**, або рядки у таблиці.

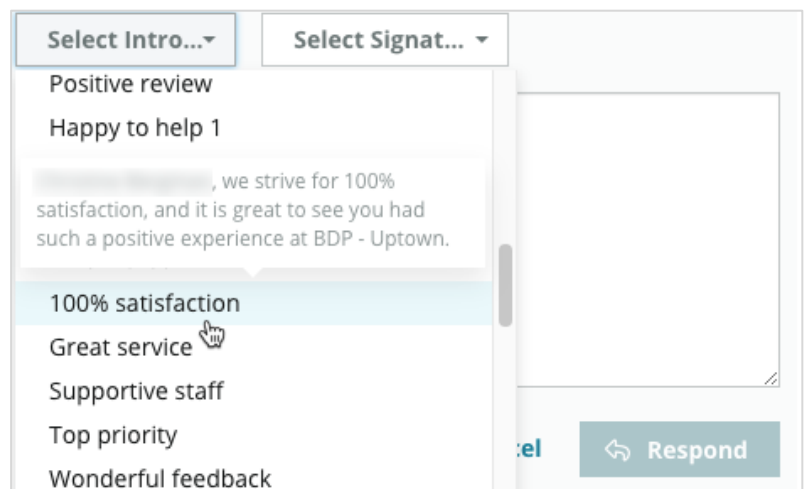
## Відповіді на платформі

**Примітка:** Щоб відповісти на відгуки з платформи, переконайтеся, що ви ввели облікові дані для сайтів відгуків кожної філії. Не всі сайти відгуків дозволяють відповідати на відгуки (див. **Адміністратор > Загальні параметри > Джерела**).

### Щоб відповісти на відгук:

#### 1. Натисніть вікно **Відгуки**

Область опитування розгорнеться і з'являться варіанти Вступ і Підпис. Серед цих параметрів – вступна і заключна частини тексту на основі визначених шаблонів, які допомагають змінювати ваші відповіді та дозволяють відповідати більш ефективно. Наведіть курсор на назву макроса, щоб побачити попередній перегляд тексту. Керування доступними шаблонами здійснюється із вкладки **Макроси** в налаштуваннях адміністратора.



- Виберіть один із варіантів відповіді або введіть вашу відповідь безпосередньо у полі відгуку. Автоматично створені відповіді можна редагувати перед надсиланням.

- Натисніть **Відповісти**

Відгук зразу ж стане доступним для перегляду у вкладці **Відгуки**; однак, відповідь не з'явиться на сторонньому сайті відгуків, аж доки не отримає позначки статусу «Опубліковано».

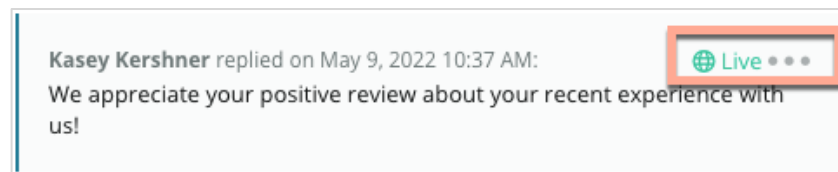
## Перегляд статусів відповідей

Після надсилання з платформи відповіді на відгук відобразиться статус відповіді. Статуси змінюються автоматично, залежно від умов.

Варіанти статусів:

**Очікує:** Відповідь на відгук надіслано, але ще не розміщено на сторонньому сайті АБО команда реагування на відгуки

позначила цю відповідь як таку, що не має дійсних облікових даних.



**Очікує схвалення:**

З'являється лише якщо ввімкнено функцію попереднього схвалення відповідей. Це відповіді, надіслані користувачами, які не мають дозволів на схвалення або ролі «Автора відповідей». Автори відповідей мають можливість редагувати відповіді, а роль «Схвалення» має можливість редагувати та/або схвалювати відповіді.

**Надіслано:** Відповідь на відгук надіслано на сторонній сайт відгуків, але ще не затверджено платформою як опубліковану на цьому сайті.

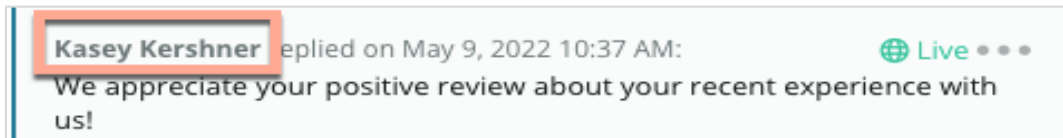
**Опубліковано:** Відповідь на відгук було перевірено стороннім сайтом.

**Відмова:** У розміщенні відповіді на відгук на сторонньому сайті відмовлено у зв'язку із помилкою інтеграції API або непроходженням модерації.

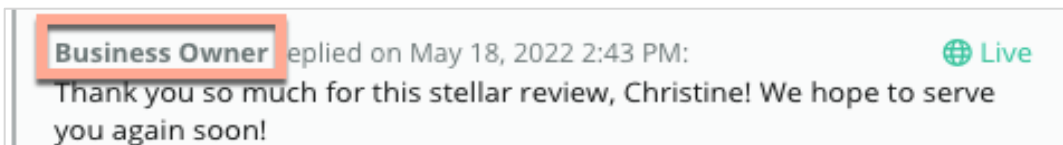
## Відповідь на відгук від імені

Особисті відповіді користувачу будуть відправлятися на кожен сайт відгуків з використанням мітки «Від», відповідно до налаштувань облікового запису кожного сайту відгуків. Однак, у вкладці **Відгуки** платформи мітка «Від» зазвичай є іменем особи в обліковому записі, яка ініціювала відповідь.

Хоча це ім'я невидиме клієнтові, іншим користувачам вашого облікового запису корисно знати, хто надав відповідь, — особливо якщо до вашого облікового запису підключені послуги з керування.



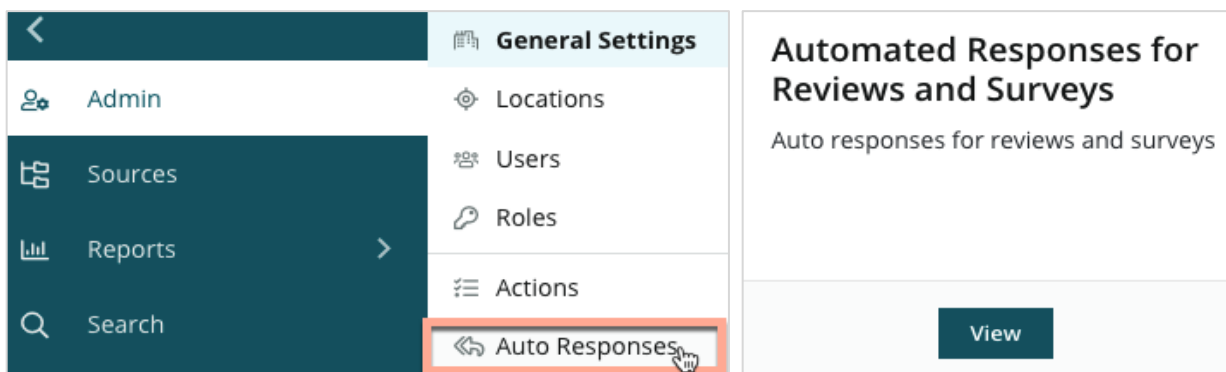
Якщо у списку зазначений «Власник компанії», це означає, що відповідь було завантажено із сайту джерела відгуків, а не створено всередині платформи.



## Автоматичні відповіді

Розгляньте можливість налаштування автоматичної відповіді у своєму обліковому записі на випадок, якщо клієнт залишить відгук, який містить оцінку, але не містить будь-яких конкретних або додаткових коментарів.

Шаблони відповідей можна знайти на вкладці **Адміністратор**, натиснувши **Автоматичні відповіді**. Список включає відповіді на позитивні відгуки з рейтингом 4-5 зірок, так і негативні відгуки з рейтингом 1-2 зірки.



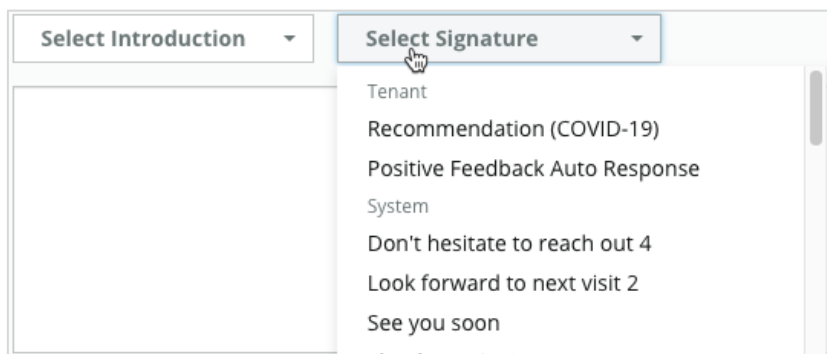
**Примітка:** Автоматичні відповіді на відгуки з оцінкою «3 зірки» не надсилаються. Оскільки така оцінка є нейтральною, підібрати відповідну відповідь на такий відгук неможливо.

# Керування макросами

Приділіть більше уваги відповідям на відгуки скориставшись затвердженими шаблонами відповідей (макросами). Макроси допомагають урізноманітнювати відповіді на відгуки.

З їхньою допомогою можна додавати або змінювати стандартні частини відповідей

Містяться у меню Вигляд та Підпис вікна **Відповідь на відгук**. Ці параметри допомагають урізноманітнювати відповіді на відгуки, забезпечуючи більш ефективну комунікацію.



**Увага!** Щоб додавати або змінювати макроси, потрібно мати права адміністратора. Якщо вам потрібна допомога, зверніться до [служби підтримки](#).

**Щоб додати макрос:**

1. У правому верхньому кутку екрана платформи натисніть **Налаштування**.
2. На лівій навігаційній панелі натисніть **Макроси**.

На екрані відобразиться список макросів (шаблонів). За замовчуванням відображаються макроси, призначені для позитивних відповідей. Ви можете перемкнутися на «Негативні» макроси або скористатися полем



фільтрування для пошуку макросів за ключовим словом.

«Системні» макроси надаються платформою для всіх користувачів, і їх неможливо редагувати. Створені вами нові макроси ідентифікуватимуться як «Клієнт», «Користувач» або «Філія» лише для вашого облікового запису.

3. Натисніть **Додати макрос**.

#### 4. Налаштуйте наведені нижче параметри:

- **Тип:** розкритиме меню, у якому макрос відобразиться у вікні «Відповідь» у розділі «Вступ» або «Зведення».
- **Рівень:** вказує на рівень доступності макроса. Щоб обмежити діапазон конкретною філією, натисніть **Філія** і виберіть у розкритому списку потрібний пункт. Щоб обмежити діапазон профілем користувача, виберіть **Користувач**. Щоб макрос став доступним для користувачів вашого облікового запису, натисніть **Клієнт**.
- **Тональність:** дозволяє вказати категорію макроса – як відповідь на позитивний відгук або на негативний відгук – для зручності сортування. «Позитивні» шаблони відобразяться в розкритому меню відповіді лише для відгуків із рейтингом 4–5 зірок. «Негативні» шаблони відобразяться в розкритому меню відповіді лише для відгуків із рейтингом 1–3 зірки.
- **Назва:** дозволяє вказати назву макроса, яка відобразиться у розкритому меню відповіді на відгук.
- **Текст:** текст, який з'являтиметься у вікні **Відповіді** після вибору макроса. Цей текст недоступний для форматування, але він може містити змінні. Змінні – це тимчасові заповнювачі певних елементів, які замінюються відповідними даними в процесі формування відповіді.

**Примітка:** Синтаксис змінної має такий формат: {{variable-name}}. Якщо дані для заповнення змінної відсутні, ви можете додати символ «вертикальна лінія» (|) і змінити текст. У поданому прикладі відсутнє ім'я особи, що залишила відгук, тому замість нього в повідомленні буде використано слово «Привіт».

#### 5. Натисніть **Зберегти**.

Макрос додається до списку і стає доступним у вікні **Відповідь на відгук** згідно із вказаним рівнем («розташування», «користувач» або «клієнт»).



# Рекомендації щодо відповідей на відгуки

89% споживачів відзначають високу ймовірність звернення до компанії, яка відповідає на всі свої онлайн-відгуки ([BrightLocal](#), 2022 р.).

Відповіді на відгуки – важлива складова залучення й утримання відданих клієнтів. Клієнти повинні бачити відповіді, які надаються у ввічливому тоні та передбачають можливість звернення до автора напряду. Навіть негативний відгук може трансформуватися у позитивне враження, якщо компанія належним чином відреагує.

Високий коефіцієнт реагування суттєво покращує ваш репутаційний показник. Намагайтеся дати відповіді на **100% негативних відгуків** і принаймні на **20% позитивних відгуків**. Поставте собі за мету стабільно підтримувати і навіть покращувати ці показники.

## Загальні рекомендації

Незалежно від рейтингу компанії варто взяти до уваги декілька порад щодо реагування на відгуки.

### 1. Відповідайте оперативно, але без поспіху.

Поставте перед собою мету відповідати на відгуки в межах визначених часових рамок (наприклад, упродовж 48 годин). Продумана відповідь демонструє те, що відгук для вас справді важливий. Згідно з опитуванням роздрібних споживачів, 33 відсотки тих, хто отримали оперативну відповідь на негативний відгук, після цього розмістили позитивний.

### 2. Будьте ввічливі та люб'язні.

Пам'ятайте, що це не просто відповідь одній людині. Інші ваші клієнти або потенційні споживачі також бачитимуть вашу відповідь. Завжди виявляйте повагу, навіть якщо відгук клієнта неприємний та несправедливий.

### 3. Визначте особу, відповідальну за реагування на відгуки.

Залежно від кількості відгуків, які ви отримуєте, у вас може виникнути потреба призначити працівника компанії відповідальним за реагування на відгуки або ж розподілити це завдання між усіма працівниками. В ідеалі особа, яка відповідає на відгуки, повинна вміти гарно формулювати думки письмово.

4. Бажано попередньо **узгодити етику формулювання відповідей**, особливо якщо споживачі вказують конфіденційні дані.

Наприклад, медичні установи не мають порушувати норми, передбачені Актом про мобільність та підзвітність медичного страхування (HIPAA), якщо відгук містить особисті дані пацієнта. Узгоджена етика формулювання відповідей дозволяє залучати до цього завдання більше працівників. Поряд із цим можна користуватися послугами редактора, який переглядатиме зміст відповідей перед публікацією.

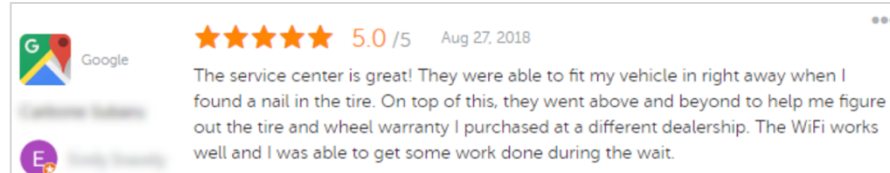
5. **Перевіряйте відповіді на наявність помилок.**

Деякі сайти з відгуками не дозволяють вносити зміни після публікації відгуку чи відповіді. Ретельно перевіряйте орфографію та граматику.

## Відповіді на позитивні відгуки

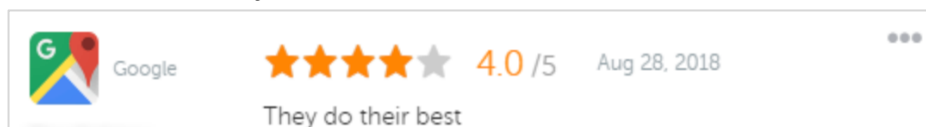
Клієнти, які пишуть позитивні відгуки, – ваша найбільш вдячна аудиторія. Щоб ці клієнти завжди залишалися з вами, ви маєте усвідомити важливість їхніх відгуків. Відповідь – це можливість подякувати клієнту, і не лише за взаємодію, а й за час, витрачений на те, щоб поділитися враженнями.

1. **Відповідаючи, згадайте ще раз про аспект, який клієнт вважає позитивним.** Цитування подробиць відгуку демонструє його автору та вашим потенційним клієнтам, що ви уважно ознайомилися з викладеною інформацією:



«Дякуємо за позитивний відгук! Будь ласка, повідомте нам, які аспекти нам слід покращити, щоб наступного разу ви залишилися максимально задоволені результатом».

2. **Якщо споживачі ставлять оцінку, не залишаючи коментаря (або коментар короткий), спитайте їх, що саме варто покращити вашій компанії.** Дізнайтеся, що потрібно для того, аби наступного разу клієнт був максимально задоволений, або спитайте, яких заходів вам слід вжити, щоб покращити свою оцінку.



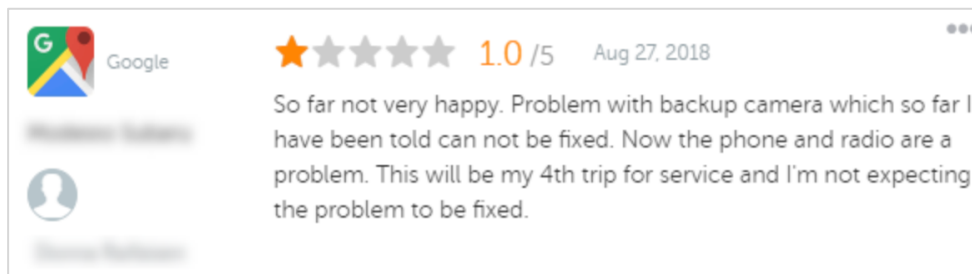
«Дякуємо, що ділитесь з нами своїми враженнями! Ваше звернення до служби підтримки клієнтів дуже важливе для нас. Ми завжди раді допомогти вам і сподіваємось на подальшу взаємодію».

## Відповіді на негативні відгуки

Звичайно, ви не можете контролювати висловлювання людей онлайн, але ви можете (і навіть повинні) реагувати на них так, щоб захистити власну репутацію. Кілька низьких оцінок загалом додає реалістичності вашій компанії в очах потенційних клієнтів. Навіть якщо відгук неприємний і несправедливий, постарайтеся продемонструвати клієнтам (наявним та потенційним), що ви поважаєте альтернативну думку і застосовуєте професійний підхід за будь-яких ситуацій.

### 1. Не сприймайте негативні відгуки близько до серця!

Під владою емоцій ви ненароком можете написати щось, що виявиться гіршим за сам відгук. У більшості випадків варто запропонувати клієнту, який залишив негативний відгук, звернутися до вас безпосередньо. Якщо особа автора відгуку відома, тоді вам варто звернутися до нього/неї. Такий підхід демонструє, що ви докладаете зусиль для вирішення проблеми, але при цьому дбаєте про приватність:

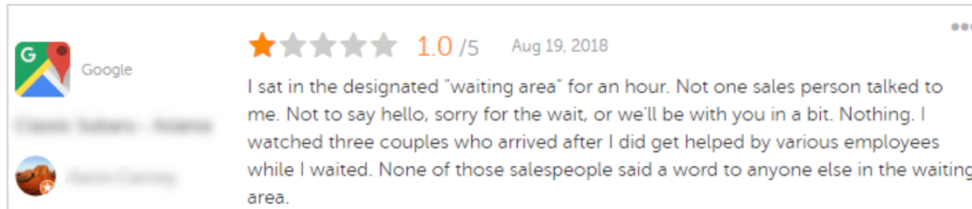


*«Нам прикро чути, що з вами трапилась ця неприємність, і тому будемо вдячні, якщо ви дасте нам шанс виправити ситуацію. Менеджер із супроводу клієнтів зв'яжеться з вами безпосередньо і допоможе вирішити проблему, що виникла. У свою чергу ви можете будь-коли звернутися до*

Після безпосереднього спілкування з клієнтом та узгодження способу виправлення ситуації попросіть клієнта змінити або видалити його відгук. Однак ніколи не варто пропонувати матеріальне заохочення в обмін на написання чи змінення відгуків. Просто поясніть, наскільки важлива думка клієнта для вас особисто. Якщо після усунення проблеми клієнт не змінить свого відгуку, поверніться до онлайн-розмови і подякуйте за можливість виправити ситуацію. Таким чином ви продемонструєте іншим клієнтам, що питання вирішено.

## 2. Зберіть факти, перш ніж реагувати на відгук.

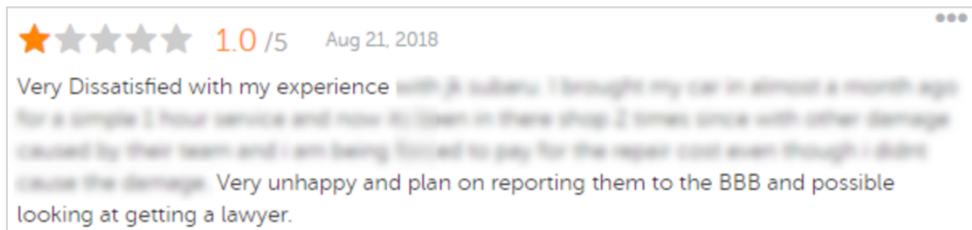
Визначте, чи існує об'єктивний спосіб вирішення проблеми без виплати відшкодувань клієнту:



*«Дякуємо, що звернули нашу увагу на таку важливу проблему. Ми усунули її, і сподіваємося, що ви дасте нам ще один шанс».*

Зазвичай клієнт схвально сприймає навіть часткове вирішення проблеми, якщо бачить справедливий підхід із вашого боку. Ніколи не шукайте винних, а щиро зізнавайтеся у власних помилках.

## 3. Не ігноруйте погрози або образливі відгуки.



*«Дякуємо, що знайшли час для детального опису ситуації, що склалася в нашому відділі обслуговування. Якщо бажаєте, зв'яжіться з нами за номером [телефон] або напишіть на адресу [електронна пошта], щоб ми могли докладніше обговорити цю проблему».*

Якщо коментарі містять погрози, оперативно і ввічливо відреагуйте на них. Залежно від змісту коментаря за потреби зверніться за юридичною консультацією. У ваших інтересах оперативно вирішити конфліктну ситуацію, поки вона не вийшла з-під контролю.

## Оскарження відгуків

Якщо певний відгук був помилково розміщений (наприклад, стосується іншої компанії) або містить ненормативну лексику, ви можете звернутися безпосередньо до сайту відгуків із проханням видалити цей відгук. Однак, звертатися із запитом щодо видалення відгуку варто **ЛИШЕ** за умови, якщо відгук не відповідає правилам користування сайтом і порушує певну політику (популярні сайти відгуків, їх рекомендації та посилання на їх докладні правила вказані нижче).

Не просіть про видалення на підставі того, що вам просто не подобається зміст відгуку.

	<p>Заборонений та обмежений контент <a href="#">Google</a> охоплює:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Громадянський дискурс: образи, розпалювання ненависті, образливий контент, особиста інформація</li> <li>Інформація, що вводять в оману: фіктивна взаємодія, видача себе за іншу особу, введення в оману</li> <li>Чутливий контент: непристойності, чутливий контент, насильство та жорстокість</li> <li>Регульований контент, інформація небезпечного, незаконного та терористичного характеру</li> </ul>
	<p>Принципи Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Правдивість</li> <li>Безпека</li> <li>Конфіденційність</li> <li>Гідність</li> </ul> <p>Facebook видаляє вміст, що суперечить цим принципам.</p>
	<p><a href="#">Glassdoor</a> спонукає авторів відгуків всебічно розглянути досвід звернення до компанії, оцінити плюси та мінуси та дійти до виважених висновків. <b>Glassdoor</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Не дозволяє використовувати у відгуках негативні коментарі про ідентифікованих осіб за межами групи, певні ненормативні висловлювання, погрози насильства чи дискримінаційні формулювання</li> <li>Не приймає відгуків, які розкривають конфіденційну, непублічну внутрішню інформацію компанії</li> </ul>
	<p><a href="#">Cars.com</a> видаляє або редагує відгуки, якщо вони містять заборонений контент, наприклад:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Нецензурні, дискримінаційні вислови, дискредитуючі чи недоречні коментарі</li> <li>Будь-які форми переслідувань, погроз, непристойностей чи нетерпимості; формулювання, які відображають або заохочують незаконну діяльність</li> <li>Рекламу, спам або контактну інформацію</li> </ul>
 <p>healthgrades</p>	<p>Не публікуйте на <a href="#">Healthgrades</a> вміст, що:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>є наклепницьким, дискредитуючим, утискуючим, загрозливим або підбурювальним</li> <li>містить непристойність, ненормативну лексику або дискримінаційні вирази</li> <li>вводить в оману, є обманним або шахрайським</li> <li>містить персональні дані, посилання на особисті вебсайти і т.д.</li> <li>містить згадки та інформацію на підтримку певних брендів, включаючи фармацевтичні</li> <li>містить згадки про юридичні дії та процедури</li> </ul>
	<p>Відгуки на <a href="#">Apartments.com</a> не повинні:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>бути неправдивими або такими, що вводять в оману</li> <li>посягати чи порушувати права на інтелектуальну власність будь-якої третьої сторони</li> <li>порушувати будь-які закони, постанови чи правила, включаючи закон про заборону дискримінації у житловій сфері та інші антидискримінаційні закони</li> <li>містити інформацію з інших вебсайтів, контактну інформацію або спам</li> </ul>

Зрештою, навіть якщо ви не змогли вирішити проблему клієнта і перетворити негативний відгук на позитивний, просто залиште все як є. Спроби вилучити негативний відгук можуть лише погіршити ситуацію і призвести до появи інших неприємних коментарів. Тому зусилля варто зосередити на тому, щоб здобути якомога більше позитивних відгуків.

# Керування зведеннями відгуків

Зведення – це тип сповіщень, які дозволяють вам або іншим користувачам вашого облікового запису отримувати електронною поштою статистику відгуків на сторонніх сайтах.

**Увага!** Щоб додавати або редагувати типи сповіщень, потрібні права адміністратора. Якщо вам потрібна допомога, зверніться до [служби підтримки](#).

## Зведення користувача

Зведення користувача завжди пов'язані з конкретним користувачем облікового запису. Зведення, налаштовані для рівня користувача, доставляються лише на електронну адресу вибраного користувача. Для одного користувача можна налаштувати різні типи зведень. Однак зведення не можна налаштувати для кількох користувачів одночасно.

### Як налаштувати зведення користувача

1. У правому верхньому кутку екрана платформи натисніть **Налаштування**.
2. На лівій навігаційній панелі натисніть **Користувачі**, виберіть користувача, для якого потрібно створити електронний лист зі зведенням, натисніть **Сповіщення**. Список усіх попереджень для вибраного користувача відображається за замовчуванням.

**Примітка:** Також зведення можна налаштувати для користувача, який увійшов у систему (для себе), вибравши Мій обліковий запис > Сповіщення. Усі зміни налаштувань зведень відображаються також в меню Користувач > Сповіщення і навпаки.

3. Натисніть **Додати сповіщення**.
4. Натисніть **Сповіщення для**.
5. Налаштуйте наведені нижче параметри:
  - **Частота:** дозволяє вказати частоту надсилання зведень – «Щодня», «Щотижня», «Щомісяця», «Щоквартально».
  - **Діапазон даних зведення:** дозволяє налаштувати отримання зведень із даними щодо всіх (натисніть **Усі**) або окремих філій. Якщо у вас є кілька варіантів фільтрування параметра «Діапазон даних зведення», це означає, що ваш обліковий запис має індивідуальні фільтри, які дозволяють вибрати конкретні сегменти для зведення.

**Увага!** Якщо авторизовані філії вже вказані у вашому профілі користувача, НЕ вказуйте їх повторно в налаштуваннях сповіщень. З рівня профілю користувача налаштування філій автоматично пов'язуються з відповідними сповіщеннями, тож редагувати параметри окремих сповіщень немає потреби. Якщо безпосередньо змінити налаштування філії для певного сповіщення, зміни, внесені на рівні профілю користувача, більше не застосовуватимуться до вибраного сповіщення.

- **Групувати по** — параметр групування при відображенні даних: штат, місто, філія і будь-які фільтри, що налаштовуються для вашого облікового запису.
- **Порівняльна таблиця:** дозволяє додати таблицю зі статистикою для кожного фільтра, не вибраного в пункті **Групувати**.

The screenshot shows a user interface for managing notifications. On the left is a sidebar with 'My Account' and 'Users' selected. The main content area shows the 'My Notifications' settings for 'Laura Raymond'. Under the 'Summary Alert' section, the 'Rule Name' is 'Summary Alert', the 'Channel' is 'Email' (checked), and the 'Frequency' is 'Daily'.

## 6. Натисніть **Зберегти**.

Налаштування зведення стає активним, і вибраний користувач отримуватиме електронні сповіщення відповідно до вибраної частоти надсилання.

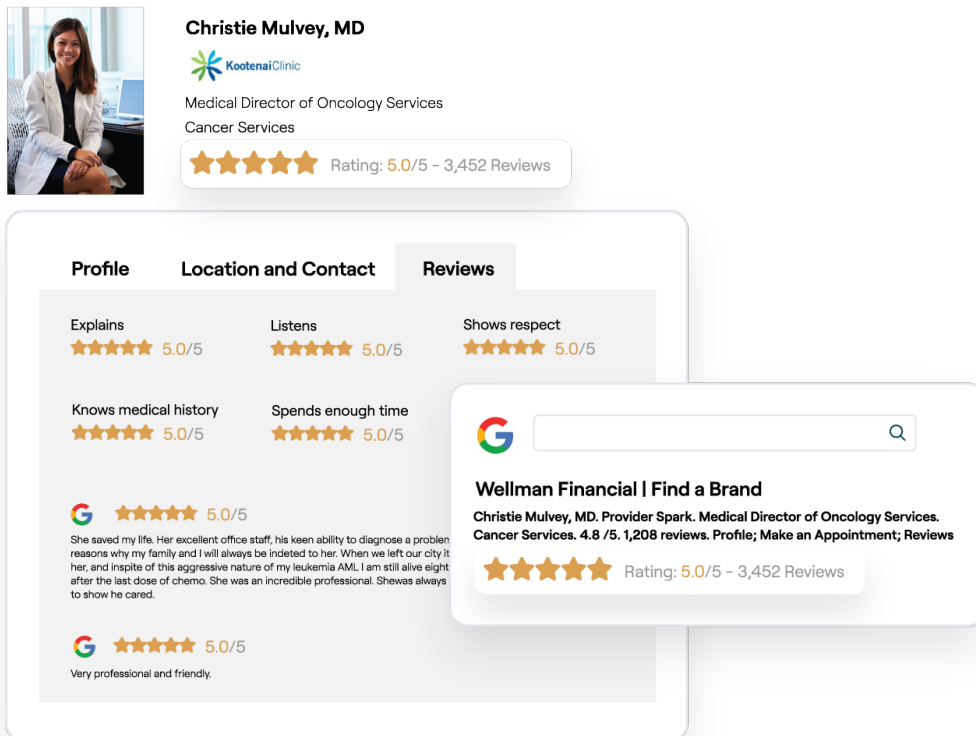
**Примітка:** Щоб надіслати користувачу зведення негайно, натисніть позначку «Надіслати зараз». (Якщо ви вибрали одразу кілька філій, надсилання може тривати кілька хвилин). Натисніть «Редагувати», щоб змінити налаштування надсилання зведення або вимкнути конфігурацію. Щоб остаточно видалити конфігурацію зведення, натисніть «Видалити».


# Огляд віджетів відгуків

Розгляньте можливість створення віджету «Відгуки», щоб відображати відгуки клієнтів безпосередньо на вашому вебсайті.

Розміщення на вашому вебсайті динамічних оцінок, які ґрунтуються на певних критеріях, через сайти відгуків дає можливість потенційним клієнтам відразу побачити, що інші клієнти кажуть про вашу компанію.

**Увага!** Щоб додавати або змінювати віджети, ви повинні мати права адміністратора на своєму обліковому записі. Якщо вам потрібна допомога, зверніться до [служби підтримки](#).



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

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

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

**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

Very professional and friendly.



# Платні преміум-послуги

Наші експерти платформи преміум-послуг раді вам допомогти.

Незважаючи на наше прагнення зробити платформу інтуїтивно зрозумілою та ефективною, ми розуміємо, що найцінніше – час, а ресурси та пропускна спроможність можуть бути обмежені. Reputation має команду відданих справі експертів, готових допомогти вам керувати вашими оголошеннями; оптимізувати SEO; публікувати дописи в соціальних мережах та керувати ними, а також керувати відповідями на відгуки. Завдяки цьому набору додаткових послуг, які підтримуються нашою платформою та продуктами, ми можемо гарантувати високу якість обслуговування клієнтів. Наші експерти допоможуть вам:

- Забезпечити безкомпромісну **точність** (керування оголошеннями)
- Максимально підвищити **привабливість** ваших бізнес-профілів (керовані сервіси для Google)
- Використовувати **можливості** соціальних мереж (управління соціальними мережами)
- **Перемагає** той бренд, який найбільше **підкується** про клієнтів (керування відповідями на відгуки)



За більш детальною інформацією про платні преміум-послуги зверніться до менеджера по роботі з клієнтами.

# Додаткові ресурси

Ознайомтеся з повним списком посібників користувача, які допомагають дізнатися більше про платформу Reputation.

- Дії
- Адміністратор
- Бренд у соціальних мережах
- Бізнес-оголошення
- Інформаційні панелі
- Досвід
- Вхідні
- Мобільний застосунок
- Сторінки й покажчики
- Rep Connect
- Звіти
- Показник репутації
- Запити
- Оголошення в соціальних мережах
- Соціальний модуль
- Опитування
- Віджети