

Niek Giavedoni

# Online Recensies De Ultieme Gids

**Niek Giavedoni**

# **Online Recensies De Ultieme Gids**

**Hoe beoordelingssites  
uw krachtigste  
nieuwe marketingkanaal  
kunnen worden**

Google, Yelp en andere bedrijfsnamen en merken die in dit boek worden genoemd, zijn gedeponeerde handelsmerken. Zij worden hierin alleen gebruikt om te bespreken en te verwijzen naar hun diensten aanbod. Dit boek heeft geen banden met deze bedrijven, en heeft geen sponsoring, goedkeuring of andere verbinding met deze bedrijven.

## INHOUDSOPGAVE

<b>Inleiding . . . . .</b>	<b>5</b>
<b>Over deze gids . . . . .</b>	<b>8</b>
<b>Over SpotOn Stars . . . . .</b>	<b>10</b>

*Het duurt 20 jaar om een reputatie op te bouwen en vijf minuten om deze te verpesten. Als u daarover denkt, zul je dingen anders gaan doen.*

---

WARREN BUFFETT

Klant beoordelingen verspreiden zich nu sneller en verder dan ooit tevoren. Social media, zoekmachines en talloze online beoordelings sites vormen samen het medium waarmee de traditionele „mond tot mond” reclame wereldwijd wordt uitgezonden, het wordt makkelijk gedeeld en nooit, nooit vergeten.

De meeste commercieel gerelateerde mond tot mond reclame vandaag de dag is in de vorm van klant beoordelings sites zoals Yelp, Google+ en Angie's List. Online beoordelingen van klanten zijn misschien wel dé belangrijkste beïnvloedingsfactor om klanten te werven en te behouden voor kleine en lokale bedrijven. Beoordelingen bepalen hoe mensen tegen een bedrijf aankijken, en of ze wel of niet aan aankoop doen. Zelfs de zichtbaarheid van het bedrijf in zoekmachines helpt hierbij.

Als je de marketing doet voor een kleine of een lokaal bedrijf, moet je de koe bij de hoorns vatten. Meteen! Ik

praat met marketeers de hele tijd die aangeven dat zij niet kunnen beïnvloeden hoe klantbeoordelingen zijn.

Ze zijn ervan overtuigd dat beoordelingen „gewoon gedaan worden.” Als het bedrijf goed geleidt wordt en het product is goed, dan volgen de goede beoordelingen vanzelf. Maar soms gaan de zaken toch verkeerd, en er zijn klanten die nooit echt tevreden zijn. Dus is het verkrijgen van goede online klantbeoordelingen een beetje zoals het winnen met dobbelen?

Nee, is het korte antwoord. De rest van dit boek is het lange antwoord, gebaseerd op jarenlange ervaring die ik heb met kleine bedrijven, en met onze ervaring bij SpotOn Stars om oplossingen te bouwen die leiden tot meer klant beoordelingen (meer hieronder), en van de laatste onderzoeken, best practices voor beoordelingen van verschillende bedrijfstakken.

Natuurlijk, er is geen alomvattende oplossing om klantbeoordelingen te verkrijgen. Er is geen vervanging voor het leiden van een goed bedrijf. En sommigen van de aloude wijsheden zijn waar: noch de verkoper, noch de ondernemer is volledig „in control”.

Tot op zekere hoogte, is het verkrijgen van klantbeoordelingen een wet van de grote getallen, maar u kunt wel de getallen verbeteren. U kunt het beste maken van wat er aanwezig is. Daar gaat dit boek over gaat. Met de juiste inzet, een leidende strategie, en een aantal handvatten en tactieken, kan je klant beoordelingen tot je nieuwe favo-

riete marketing kanaal maken en het grote verschil maken voor je bedrijf of voor je klanten.

Dit boek is uw gids om echt het bezit te worden van wat klanten zeggen over online zaken doen. Of u nu worstelen met negatief of het niet aanwezig hebben van beoordelingen of al een stevige online reputatie heeft om mee te werken, er zijn hints om uw benadering, het verkrijgen, het beheren en het benutten van online beoordelingen van klanten op de lange termijn.

Deze gids is geschreven voor marketeers, maar met dien verstande dat soms de marketeer een ingehuurde consultant is, een bedrijf of instantie, of de ondernemer zelf die de pet op heeft. Dus richt ik mijzelf op alle groepen door elkaar, maar doe mijn best om items die van specifiek belang zijn voor individuele groepen te belichten.

Tot slot, deze gids is praktisch. Als ik iets bepleit, is het praktisch zijn. Vaker wel dan niet, klant beoordelingen zijn een zwakke plek voor ondernemers. Bij SpotOn Stars, hebben we gewerkt met veel ondernemers die zich machteloos en slachtoffer voelen van beoordelingen en beoordelingssites, die de eigenaren van beoordelings websites „afpersers,” noemen en die niets te maken met al dat „zinloos gebabbel.”

Geloof me, ik snap het. Niets voelt erger dan het met hart en ziel werken aan uw bedrijf en in een kwaad daglicht te worden gesteld door alleen een ontevreden klant of



erger nog, een oneerlijke concurrent — en dan het gevoel hebben dat je niets kunt doen. Vele, vele van ons geven ons gewonnen, geven een volledige vergoeding en gaan weer aan het werk.

Maar marketeers moeten praktisch ingesteld zijn. En vanuit dat standpunt, moeten we aandacht besteden aan deze kanalen en dit met minder emotie benaderen. Als klanten, cliënten, patiënten of zelfs concurrenten deze kanalen gebruiken om te praten over uw bedrijf, dan moet je luisteren en reageren om de schade te beperken en aan de slag gaan met de terugkoppeling. Deze gids beschrijft tal van praktische adviezen om dit te bereiken.

SpotOn Stars is een print/online „beoordeling trechter” oplossing die het makkelijk maakt om meer beoordelingen van klanten op de sites te krijgen die er toe doen. Inclusief de grote websites zoals Google, Yahoo! en Yelp, en specifieke branche en niche beoordelings sites zoals Angie’s List, TripAdvisor, Patch, Urbanspoon, HealthGrades, etc.

SpotOn Stars werkt voornamelijk met marketeers en biedt verschillende programma’s om hen te helpen met onze oplossing voor: directe en indirecte verkopers, en eigen merk software.

Een altijd en eeuwig vrije band bied u oplossingen te verkennen en de strategie in de praktijk te gebruiken zonder enige financiële investering. Schrijf u gratis in op: <http://spotonstars.nl>