5 zasad odpowiadania
na opinie na Tripadvisorze

MORE BANANAS

Natalia Sikora
Social Media Manager
w More Bananas

Spis treści

2 Wstęp

3 Wprowadzenie
5 Zasada nr 1: Odpowiadaj
6 Zasada nr 2: Nie odpowiadaj szablonowo
7 Zasada nr 3: Nie odpowiadaj tylko na dobre lub tylko na złe opinie
8 Zasada nr 4: Nie zakładaj z góry, że gość nie ma racji
10 Zasada nr 5: Nie daj się ponieść emocjom

12 Podsumowanie
16 O mnie
17 O More Bananas
18 Dla Ciebie

Wstęp

Cześć,

przed Tobą mini przewodnik o tym, jak odpowiadać na opinie na Tripadvisorze. Jednak z powodzeniem zamieszczone tu rady będziesz mógł wykorzystać w każdym innym miejscu, gdzie pojawiają się recenzje. Pamiętaj, że to potężne narzędzie w relacjach z gośćmi. Zasady, o których przeczytasz są bardzo proste i do wdrożenia od zaraz. Mają one jednak ogromne znaczenie, jeżeli chodzi o komunikowanie się na linii obiekt - goście. Mam nadzieję, że te zasady pomogą Ci w budowaniu pozytywnych relacji i wyjaśnianiu kwestii spornych.

Miłej lektury!
Natalia Sikora

Wprowadzenie

Tripadvisor to jedno z najpotężniejszych narzędzi do wystawiania opinii na temat restauracji, miejsc noclegowych czy atrakcji, dlatego nie wystarczy założyć profil i czytać spływające opinie. Portal rośnie w siłę, a dla wielu osób jest on pierwszym źródłem wiedzy na temat wybranego obiektu.

W 2018 roku na Trip Advisorze pojawiło się około 730 milionów opinii na temat obiektów, umieszczanych przez użytkowników serwisu.

ŹRÓDŁO

W 2019 roku było to już 859 milionów opublikowanych recenzji.

ŹRÓDŁO

To czyni go najpopularniejszą platformą do dzielenia się wrażeniami na temat restauracji i miejsc noclegowych.

Wprowadzenie

Umiejętność odpowiadania na opinie gości jest niezmiernie ważna. Połączenie sprytu, opanowania i empatii, to cechy, które powinien posiadać każdy dobry specjalista zajmujący się relacjami z gośćmi.

Jeżeli zależy Ci na dobrym wizerunku i gościach, którzy będą nie tylko powracać, ale przede wszystkim rekomendować dalej Twoje usługi, musisz poznać podstawowe zasady odpowiadania na opinie. Oto 5 najważniejszych do wprowadzenia od zaraz.

zasada nr 1

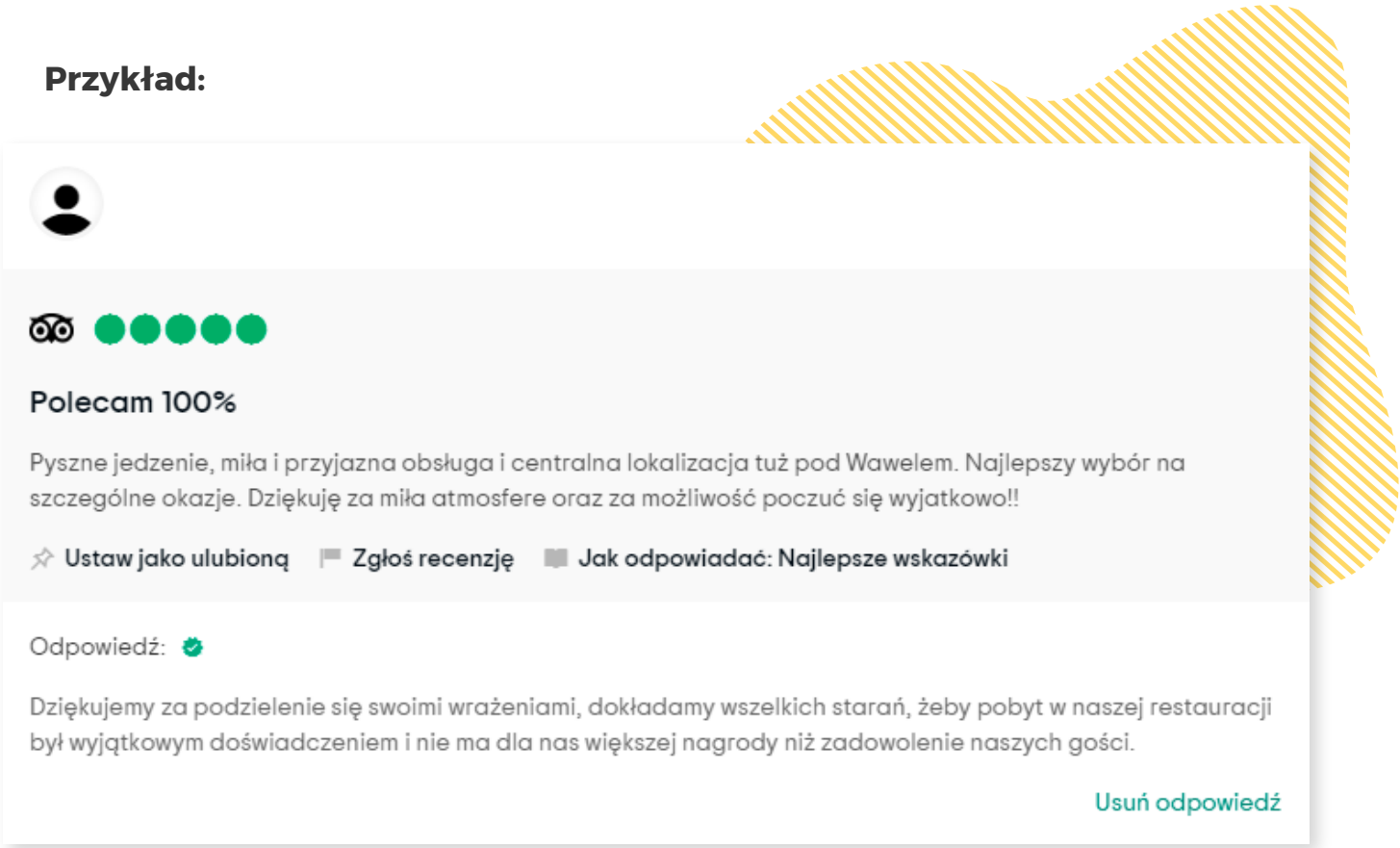
Odpowiadaj!

Oczywista oczywistość, a jednak nie zawsze stosowana. Badania pokazują, że 63% badanych chętniej wybierze obiekt, jeżeli właściciele odpowiadają na większość opinii, a ponad ⅓ badanych twierdzi, że jeżeli są one dodatkowo spersonalizowane, najprawdopodobniej dokona rezerwacji.

źródło: Badanie IPSOS Mori Study - https://www.prnewswire.com/news-releases/tripadvisor-launches-review-hub-to-help-restaurants-easily-manage-their-online-reviews-across-major-dining-sites-and-apps-300999057.html

Zaopiekuj się profilem, staraj się nie pozostawiać opinii bez odpowiedzi więcej niż 2 dni od dnia zamieszczenia. Pamiętaj, że każda Twoja opublikowana reakcja jest widoczna dla innych użytkowników, więc wiele o Tobie powie. Goście często zwracają uwagę czy opinie wywołują reakcję i bardzo cenią wiadomość zwrotną.

Przykład:

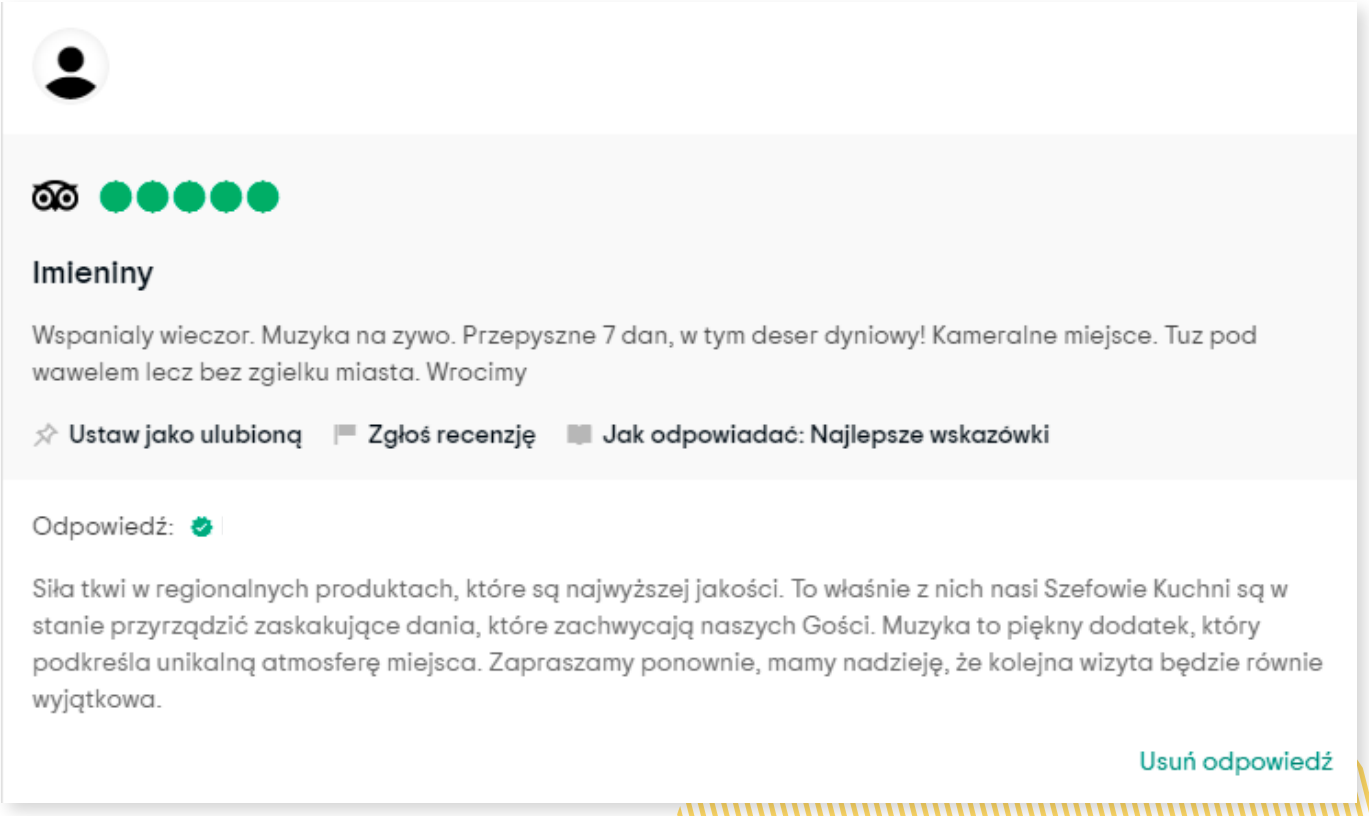


zasada nr 2

Nie odpowiadaj szablonowo

Nie wystarczy, że napiszesz: “dziękujemy, pozdrawiamy”. To zdecydowanie za mało. W dzisiejszych czasach użytkownicy oczekują spersonalizowanej odpowiedzi. W epoce botów i automatycznie wygenerowanych wiadomości jest to niezwykle ważne. Przeczytaj więc uważnie opinię i odnieś się do tego, co jest w jej treści. Użytkownik daje Ci bardzo dobrą bazę do zbudowania odpowiedzi, więc nawiąż do wątków, które się pojawiają.

Przykład:



zasada nr 3

Nie odpowiadaj tylko na dobre lub tylko na złe opinie

Każda jest dla Ciebie jednakowo ważna. Dzięki opiniom dostajesz cenny feedback, ale także - poprzez działania, jakie podejmujesz - kreujesz wizerunek marki. Jeżeli osoba zainteresowana Twoim obiektem sprawdzi opublikowane opinie i zauważy, że zająłeś się tylko tymi negatywnymi, odniesie wrażenie, że reszty nie doceniasz.

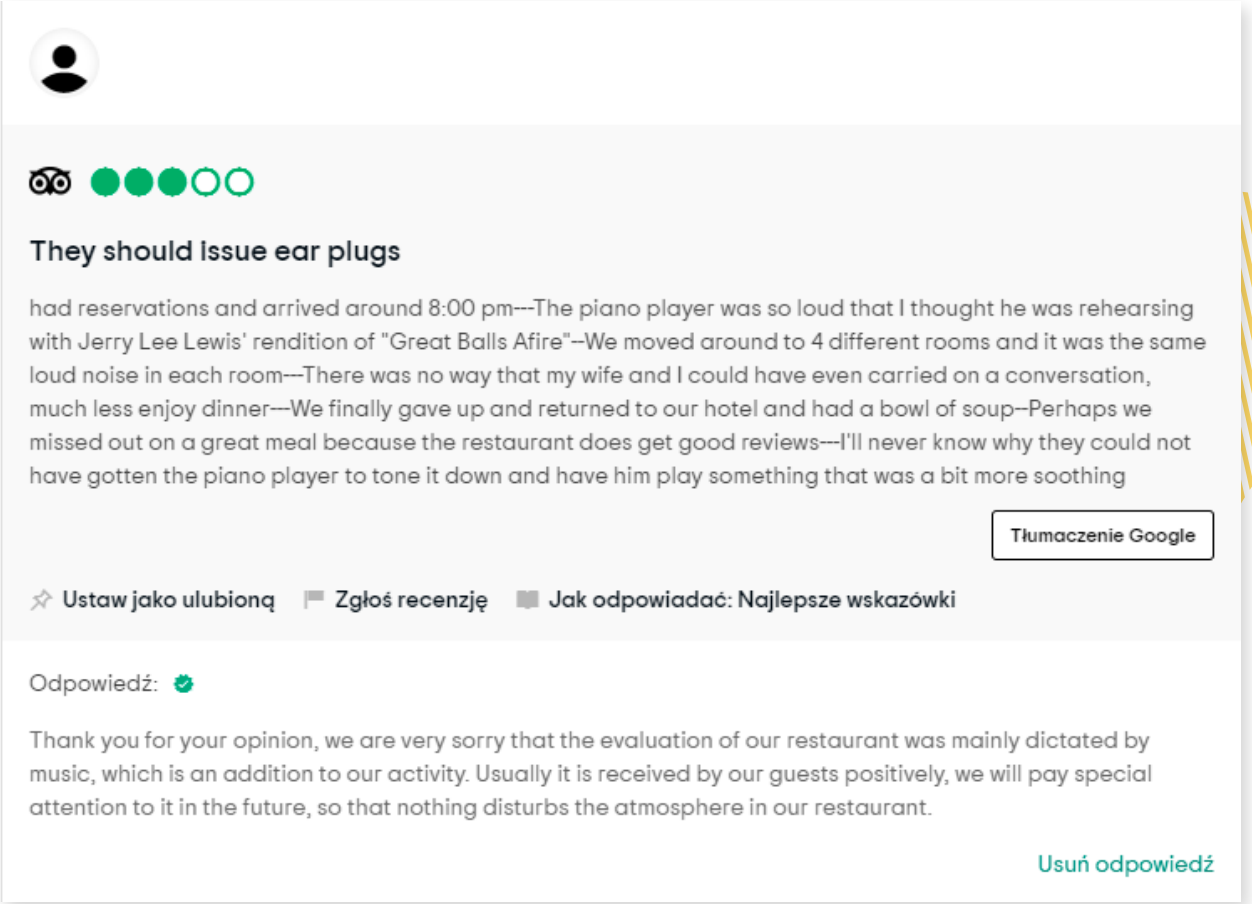
W ten sposób niejako pokazujesz, że opinie klientów, którzy dobrze ocenili Twoją restaurację lub hotel, są dla Ciebie mniej ważne lub nawet nieistotne. Jeszcze gorszym rozwiązaniem jest ignorowanie negatywnych opinii i pozostawianie ich bez jakiejkolwiek reakcji. Takie działanie może być uznawane za przejaw zadufania i wręcz arogancji.

zasada nr 4

Nie zakładaj z góry, że gość nie ma racji

Zamiast na spokojnie przyjrzeć się sytuacji, wytykasz niekompetencję i niewiedzę użytkownikowi, który ocenił negatywnie Twoje usługi. Nie tędy droga. Przeczytaj raz jeszcze, na spokojnie, opinię. Spróbuj zrozumieć, w czym tkwi problem. Porozmawiaj z obsługą hotelu/restauracji i wyjaśnij sytuację. Jeżeli faktycznie miała miejsce, podziękuj za zwrócenie uwagi i zapewnij, że podobna sytuacja już się nie powtórzy. Nawet przy negatywnej opinii warto na wstępie podziękować za czas i opublikowanie swoich spostrzeżeń.

Jeżeli masz podejrzenia, że opinię zamieściła konkurencja lub jej treść jest daleka od prawdy, zawsze możesz zgłosić ją do Tripadvisora jako nierzetelną.



zasada nr 4

Nie zakładaj z góry, że gość nie ma racji

Przykład:
Mieliśmy rezerwacje i przybyliśmy około 20.00 --- Pianista był tak głośny, że myślałem, że ćwiczy z interpretacją „Great Balls Afire" Jerry'ego Lee Lewisa - przenieśliśmy się do 4 różnych pokoi i był tak samo głośny hałas w każdym pokoju --- Nie było mowy, żebyśmy z żoną mogli kontynuować rozmowę, a tym bardziej cieszyć się kolacją --- W końcu zrezygnowaliśmy i wróciliśmy do hotelu i zjedliśmy miskę zupy - Być może brakowało nam świetnego posiłku, ponieważ restauracja otrzymała dobre recenzje --- nigdy nie dowiem się, dlaczego nie udało się namówić pianisty na złagodzenie tego i pozwolić mu zagrać coś, co było nieco bardziej kojące. *Tłumaczenie własne.*

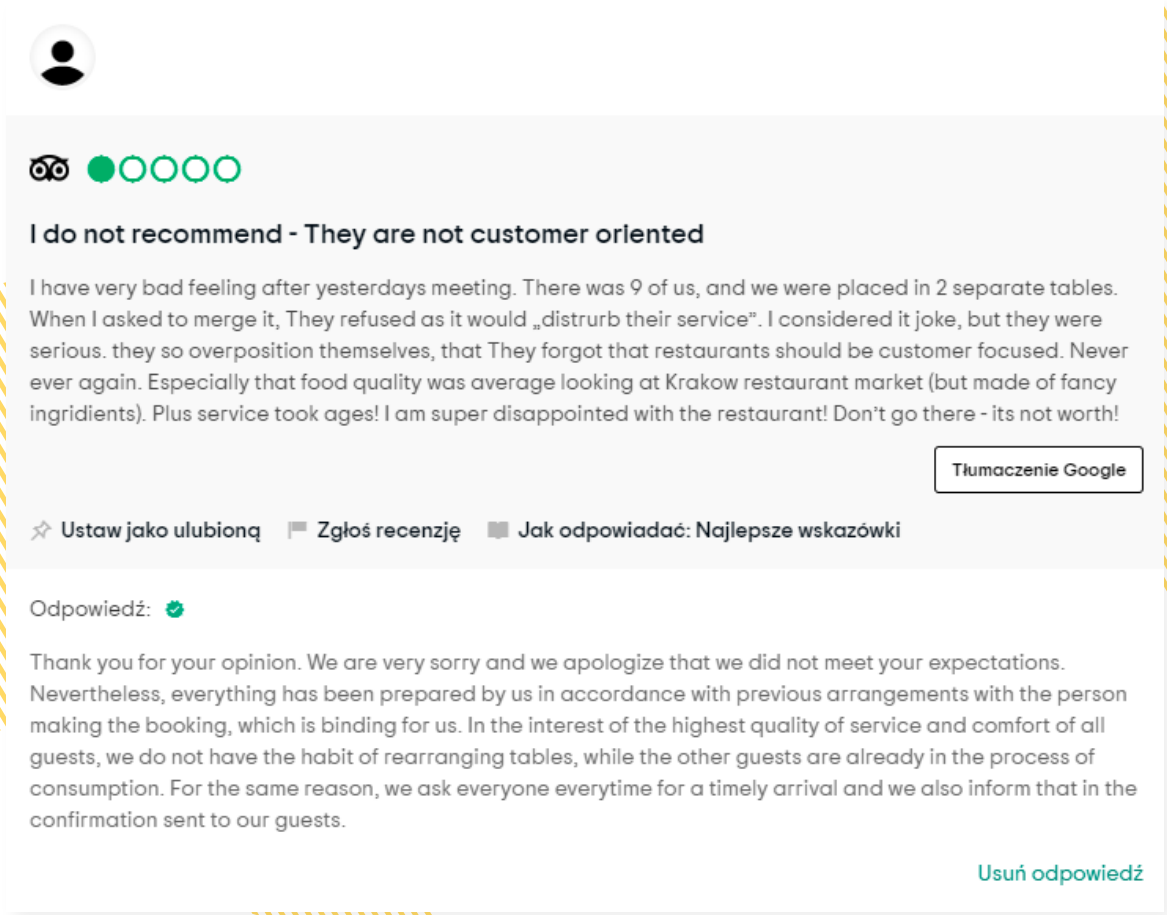
Odpowiedź:
Dziękujemy za opinię, bardzo nam przykro, że ocena naszej restauracji była podyktowana przede wszystkim muzyką, która stanowi dodatek do naszej działalności. Zwykle jest ona pozytywnie przyjmowana przez naszych gości, w przyszłości będziemy zwracać na to szczególną uwagę, aby nic nie zakłócało atmosfery w naszej restauracji. *Tłumaczenie własne.*

zasada nr 5

Nie daj się ponieść emocjom

Pamiętaj, że Tripadvisor to też narzędzie PR-owe. Wszystkie podejmowane tam przez markę działania, tworzą jej wizerunek. Nic, co jest publikowane w Internecie nie ginie i nie umyka pilnym obserwatorom. Jeden błąd może kosztować naprawdę wiele, dlatego trzymaj emocje na wodzy. Twoje podejście do opinii powinno być profesjonalne i w miarę możliwości - ich ogląd dość chłodny. Póki nie zweryfikujesz faktów, nie możesz osądzać, a już na pewno, obrażać użytkownika.

Opisana sprawa jest poważna albo wyraźnie jest działaniem na niekorzyść? Takie spory **ZAWSZE** rozwiązuj w bezpośrednim, prywatnym kontakcie z użytkownikiem. Zawsze możesz skorzystać z pomocy Tripadvisora i zgłosić nierzetelną opinię.



I do not recommend - They are not customer oriented

I have very bad feeling after yesterdays meeting. There was 9 of us, and we were placed in 2 separate tables. When I asked to merge it, They refused as it would „distrurb their service". I considered it joke, but they were serious. they so overposition themselves, that They forgot that restaurants should be customer focused. Never ever again. Especially that food quality was average looking at Krakow restaurant market (but made of fancy ingridients). Plus service took ages! I am super disappointed with the restaurant! Don't go there - its not worth!

Tłumaczenie Google

Ustaw jako ulubioną | Zgłoś recenzję | Jak odpowiadać: Najlepsze wskazówki

Odpowiedź:

Thank you for your opinion. We are very sorry and we apologize that we did not meet your expectations. Nevertheless, everything has been prepared by us in accordance with previous arrangements with the person making the booking, which is binding for us. In the interest of the highest quality of service and comfort of all guests, we do not have the habit of rearranging tables, while the other guests are already in the process of consumption. For the same reason, we ask everyone everytime for a timely arrival and we also inform that in the confirmation sent to our guests.

Usuń odpowiedź

zasada nr 5

Nie daj się ponieść emocjom

Przykład:
Mam bardzo złe odczucia po wczorajszym spotkaniu. Było nas 9 i zostaliśmy umieszczeni przy 2 osobnych stolikach. Kiedy poprosiliśmy o połączenie, odmówili, ponieważ „zakłóciłoby to ich obsługę". Uznałam to za żart, ale mówili poważnie. Tak bardzo się cenią, że zapomnieli, że restauracje powinny być zorientowane na klienta. Nigdy więcej. Zwłaszcza, że jakość jedzenia była przeciętna, patrząc na krakowski rynek restauracyjny (ale zrobiony z fantazyjnych składników). Serwis zajął wieki! Jestem bardzo rozczarowany restauracją! Nie idź tam - to nie jest warte! *Tłumaczenie własne.*

Odpowiedź:
Dziękujemy za opinię. Bardzo nam przykro i przepraszamy, że nie spełniliśmy Państwa oczekiwań. Niemniej jednak wszystko zostało przygotowane przez nas zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami z osobą dokonującą rezerwacji, która jest dla nas wiążąca. W trosce o najwyższą jakość obsługi i komfort wszystkich gości, nie mamy zwyczaju przestawiania stołów, podczas gdy inni goście są już w trakcie konsumpcji. Z tego samego powodu prosimy wszystkich za każdym razem o terminowe przybycie, a także informujemy o tym w potwierdzeniu przesłanym do naszych gości. *Tłumaczenie własne.*

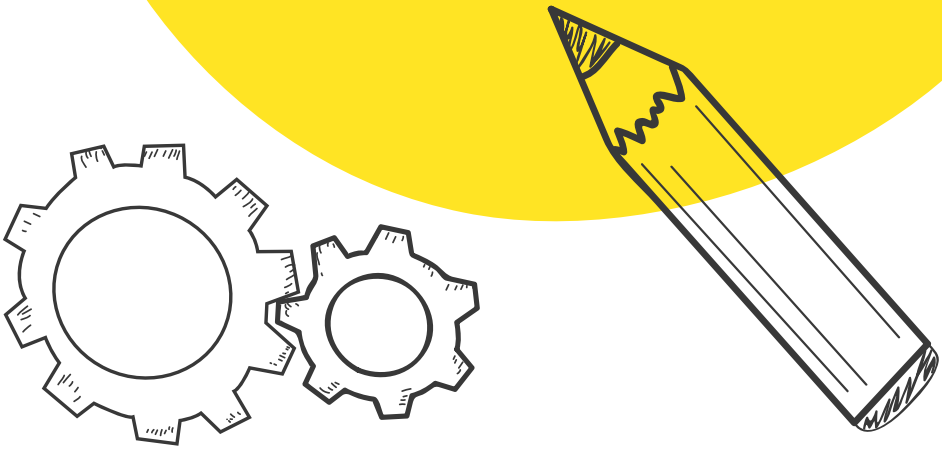
Podsumowanie

Tripadvisor to nie tylko niezwykle popularna platforma do dzielenia się opiniami na temat restauracji czy hoteli, to także współczesne narzędzie PR-owe. Musisz pamiętać, że umiejętne reagowanie jest kluczowe, jeżeli chodzi o wizerunek i relacje z gośćmi. Im więcej mu poświęcisz czasu, tym lepiej zrozumiesz, jak działa Twoja marka, wyniesiesz cenne wskazówki podane przez gości i nauczysz się umiejętnie prowadzić działania na tej platformie oraz wykorzystywać je do rozwoju.

Podsumowanie

Pamiętaj o 5 prostych zasadach!

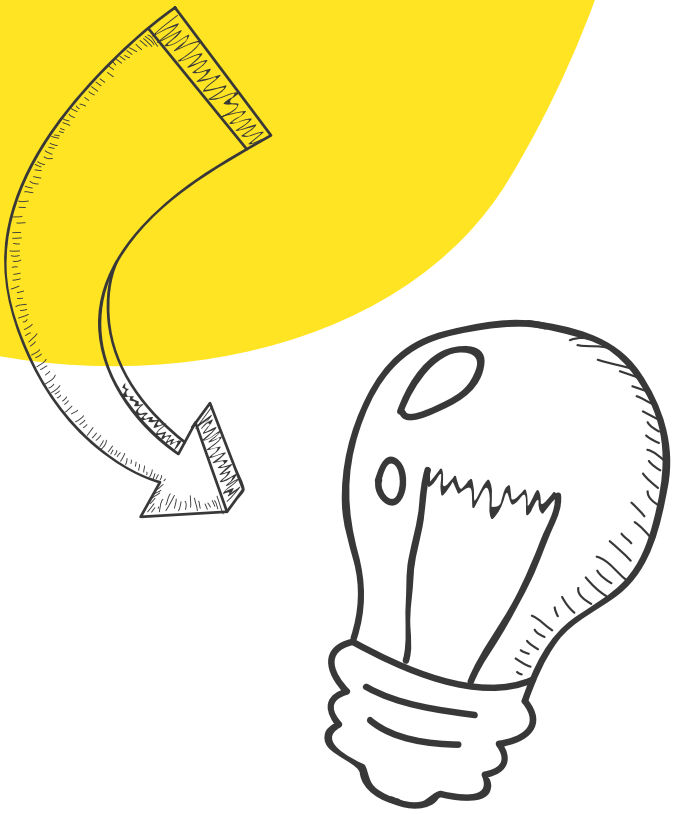
1. Odpowiadaj na opinie
2. Nie odpowiadaj szablonowo
3. Nie reaguj tylko na dobre lub tylko na złe opinie
4. Nie zakładaj z góry, że gość nie ma racji
5. Nie daj się ponieść emocjom



Podsumowanie

Warto pamiętać!

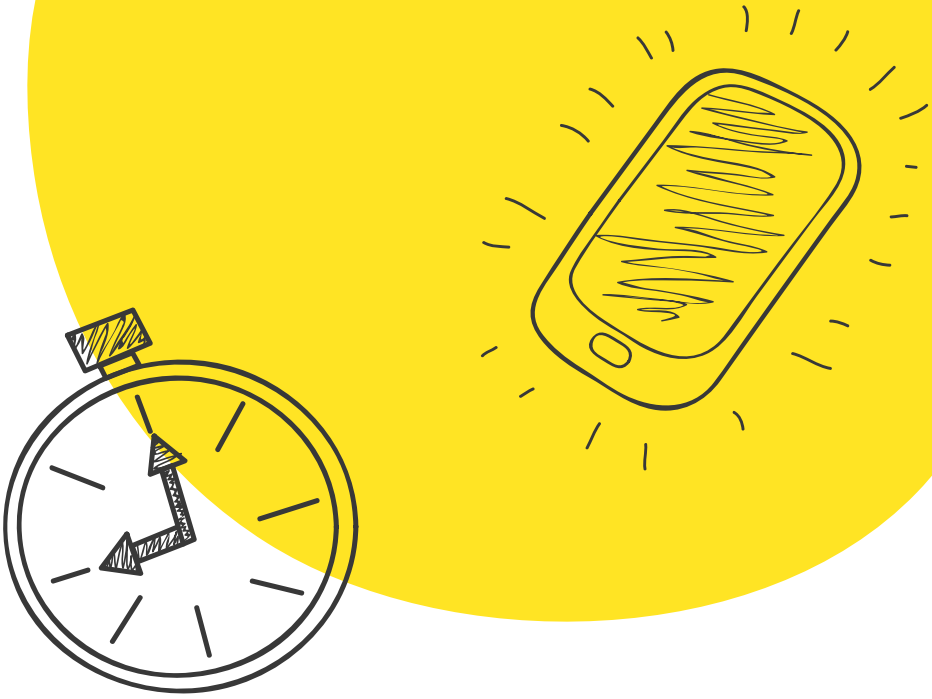
Stylem odpowiedzi reprezentujesz swoją markę, to ona kreuje wizerunek firmy i wiele mówi na jej temat.



Podsumowanie

UWAGA!

63% badanych chętniej wybierze obiekt, jeżeli właściciele odpowiadają na większość opinii, a ponad ⅓ badanych twierdzi, że jeżeli są one dodatkowo spersonalizowane, najprawdopodobniej dokona rezerwacji.*



* Badanie IPSOS Mori Study

O mnie

Natalia Sikora,
Social Media Manager

Odpowiada za komunikację marek w mediach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram, Pinterest czy Tripadvisor. Bacznie obserwuje rozwój szczególnie tych dwóch ostatnich platform. Dużą wagę przywiązuje do poprawności językowej, jasności przekazu i nawiązywania pozytywnych relacji z użytkownikami.

O More Bananas

Jesteśmy krakowską agencją marketingową. Naszą specjalizacją są szeroko pojęte działania marketingowe.

Klienci More Bananas korzystają z usług m.in. tworzenia strategii komunikacyjnej, performance marketingu, obsługi content marketingowej i social media, działań PR, czy usług graficznych oraz foto i wideo. W naszym portfolio są klienci z takich branż jak FMCG, HORECA oraz healthcare.

Więcej informacji na: www.morebananas.pl ◀◀ KLIK

Obserwuj nas:

Jesteś zainteresowany naszą ofertą?

Napisz lub zadzwoń do **Maćka Sowy.**
Business developer More Bananas przygotuje ofertę szytą na miarę **TWOICH POTRZEB.**

+48 504 082 192

maciek.sowa@morebananas.pl

Dla Ciebie

Chcesz rozwinąć swoje umiejętności?

Przygotowaliśmy dla Ciebie **kurs Social Media Marketing,** który prowadzi **Anna Ledwoń-Blacha,** creative owner More Bananas.

Mamy dla Ciebie specjalną zniżkę 25%

na hasło: **TripAdvisor**

Możesz z niego skorzystać do 1 lipca. Wystarczy, że wpiszesz je przy zakupie kursu na **www.morebananas.pl/kursy** ◀◀ **KLIK**

Dodatkową dawkę wiedzy znajdziesz na blogu **More Bananas** i grupie: **#KarmimyWiedzą**: **o szeroko pojętym marketingu.**

Sprawdź koniecznie!