REPUTÁCIÓ MARKETING

ÚTMUTATÓ KISVÁLLALKOZÁSOKNAK

NÖVELJE VÁLLALKOZÁSÁT ÉS ÓVJA MEG JÖVŐBENI BEVÉTELEIT!

BONCATA CSILLA

TARTALOMJEGYZÉK

Hogyan növelje vállalkozását és óvja meg jövőbeli bevételeit?	4
REPUTÁCIÓ MENEDZSMENT ÉS REPUTÁCIÓ MARKETING	4
MIÉRT FONTOS AZ ONLINE REPUTÁCIÓ A KISVÁLLALKOZÁSOKNAK?	5
A fogyasztók megbíznak az online véleményekben, mert útmutatásul szolgálnak ahhoz, hogy megalapozott vásárlási döntéseket hozzanak.	8
Az online reputáció menedzsment előnyei	10
Mit tehet egy kisvállalkozás, hogy felépítse pozitív online reputációját?	11
Tervezze meg online hírnevének védelmét	12
Menedzselje felelősségteljesen a vásárlói véleményeket	13
A vélemények követésének, összegyűjtésének és az ezekre való reagálás fontossága	15

Kezelje és optimalizálja vállalkozása profilját az online katalógusokban, üzleti gyűjtőoldalakon	16
Céglisták	17
Az összes közösségi média profil létrehozása és optimalizálása	18
Hozzon létre egy blogot és tegyen közzé minőségi tartalmat következetesen	20
Kezdjen hozzá	21

A kiadványt a legjobb tudásom és tapasztalatom alapján állítottam össze. Az útmutató kizárólag tájékoztatás célját szolgálja. Ennek pontosságáért, naprakészségéért, a használatából eredő bármilyen közvetett vagy közvetlen kárért semmilyen felelősséget nem vállalok.
Az e-book teljes vagy részleges tartalmának felhasználása, terjesztése, átruházása, átdolgozása csak a szerző előzetes írásbeli engedélyével lehetséges, kivéve a pontos forrásmegjelöléssel és linken keresztüli hivatkozással történő felhasználását.

Hogyan növelje vállalkozását és óvja meg jövőbeli bevételeit?

Felkelteni a potenciális vásárlók figyelmét az interneten keresztül ma már sokkal összetettebb feladat, mint akár csak pár évvel ezelőtt is volt. Az emberek sokkal óvatosabbak.

Minél többször sikerül a megfelelő célközönsége szeme elé kerülnie, pozitív képet mutatva vállalkozásáról, annál nagyobb a valószínűsége, hogy Öntől fognak vásárolni és nem a versenytársaitól.

Itt jelenik meg a vállalkozás online reputációja.

REPUTÁCIÓ MENEDZSMENT ÉS REPUTÁCIÓ MARKETING

A Reputáció menedzsment az ügyfélvélemények menedzselésének üzleti folyamata, amelynek célja a vállalkozás pozitív online reputációjának védelme.

A Reputáció menedzsment biztosítja, hogy az érdeklődők pozitív és meggyőző tartalmakat találjanak a vállalkozásról internetes kereséseik során.

A Reputáció marketing ezzel szemben a hagyományos és digitális marketing csatornák segítségével kiemeli és erősíti a pozitív online tartalmakat (mint pl. a pozitív ügyfélvélemények), az eladások növelése érdekében.

A Reputáció menedzsment főként a visszajelzések kérésére fókuszál a vásárlói élmény, az ügyféltapasztalatok javítása érdekében.

A Reputáció marketing a pozitív értékeléseket és véleményeket eszközként használja a látogatók számának növelése és a potenciális vásárlók érdeklődésének felkeltése érdekében.

Mindkettő egy fontos erőforrás, amelyeket a kisvállalkozásoknak érdemes kihasználniuk versenyképességük növelése érdekében, és azért, hogy jövőbeli növekedésük ne kerüljön veszélybe.

MIÉRT FONTOS AZ ONLINE REPUTÁCIÓ A KISVÁLLALKOZÁSOKNAK?

★ **„A fogyasztók 82%-a olvas véleményeket helyi vállalkozásokról, többek között a 35-54 éves személyek 93%-a."**

(BrightLocal)

Egy kisvállalkozás, különösképpen, ha csak a helyi lakosságot szolgálja ki termékeivel/szolgáltatásaival, alábecsülheti a pozitív online reputáció fontosságát.

Nem akar országosan, vagy világszerte elérni vásárlókat, akkor miért is olyan fontos ez?

A statisztikák szerint az interneten egy adott termékre, vagy szolgáltatásra keresők 82%-a 24 órán belül felkeresi az üzletet. Ebből is egyértelműen kitűnik, hogy a helyi vásárlók az internetet használják arra, hogy információkat szerezzenek a helyi vállalkozásokról.

Azok a vállalkozások, amelyek nem rendelkeznek egy vonzó online jelenléttel, kockáztatják, hogy ügyfeleket veszítenek azoknak a versenytársaknak a javára, akik kezelik online reputációjukat.

A felmérések évről-évre azt mutatják, hogy a pozitív online reputáció:

- segít felkelteni az ügyfelek bizalmát,
- segít abban, hogy az interneten keresőkből érdeklődők, potenciális vásárlók váljanak és
- növeli a helyi keresési rangsorban elért eredményeket.

Az internetes keresések, a közösségi média, az ár-összehasonlító és értékelő weboldalak, a különböző fórumok a legfontosabb célpontok, ahol a fogyasztók a legjobb szolgáltatást keresik a legjobb áron.

Vállalkozása kiváló terméket nyújthat, kivételes ügyfélszolgálattal és verhetetlen áron, de ha ez nem tükröződik az online világban is, és ha esetleg a közösségi médiában negatív visszajelzések is előfordulnak, ez eltántoríthatja az új ügyfeleket attól, hogy bizalmat szavazzanak és megvásárolják a cég termékeit/szolgáltatásait.

A legtöbb potenciális vásárló a közösségi médiát, a keresési eredményekben megjelenő online tartalmakat használja arra, hogy megalapozott vásárlási döntéseket hozzon.

Amikor Ügyfél Józsi az Ön által nyújtott szolgáltatás- vagy terméktípust keresi az Ön városában, megjelenik-e a vállalkozása a keresési eredmények között?

Egy profi szolgáltatót lát, aki nagyszerű véleményekkel rendelkezik?

Ha a fenti kérdések egyikére is nemmel válaszol, nagy az esélye annak, hogy elvesztette az ügyfelet.

A FOGYASZTÓK MEGBÍZNAK AZ ONLINE VÉLEMÉNYEKBEN, MERT ÚTMUTATÁSUL SZOLGÁLNAK AHHOZ, HOGY MEGALAPOZOTT VÁSÁRLÁSI DÖNTÉSEKET HOZZANAK.

"A vásárlók átlagosan 10 online véleményt olvasnak el, mielőtt úgy éreznék, hogy megbízhatnak egy helyi vállalkozásban."

- BrightLocal, Lokális Fogyasztói Felmérés

"Egy olyan termék megvásárlásának valószínűsége, amelyik legalább 5 értékeléssel rendelkezik, 270%-kal nagyobb, mint egy olyan terméké, amelyik nem rendelkezik értékelésekkel."

- Spiegel Kutatóközpont, Hogyan befolyásolják az értékesítést az online vélemények

"A Google helyi rangsorában az első 3 helyezett vállalkozás átlagosan 47, míg a 7.-10. pozíciókat elfoglaló vállalkozások átlagosan 38 ügyfélértékeléssel rendelkeznek."

- BrightLocal, Felmérés a Google értékelésekről

"Egy vállalkozás 5-csillagos besorolása 39% -kal több kattintást eredményez a Google helyi eredményeiből, mint az, amelyik 1 csillagos minősítéssel rendelkezik."

- BrightLocal, A vélemények és értékelések hatása az átkattintási arányokra

A fenti adatokból is egyértelműen kitűnik, hogy a megfelelően közzétett és reklámozott online vásárlói vélemények új vásárlókat visznek a vállalkozása ajtajába - sokkal hatékonyabban, mint szinte bármilyen más marketing tevékenység.

Az online reputáció menedzsment előnyei

A pozitív internetes jelenlét biztosítása számos előnnyel jár a kisvállalkozások számára, kezdve azzal, hogy megbízható vállalkozásként bizonyítja hitelességét, és a vállalkozás számára versenyelőnyt biztosít az iparág többi szereplőjével szemben.

Úgy kell pozícionálnia vállalkozását, hogy az első és a legjobb választás legyen, amikor az ügyfelek online kutatást végeznek, mielőtt döntenének arról, hogy hol költik el a pénzüket.

Az Ön online hírneve reklámként is szolgál a hét minden napján, a nap minden órájában azon fogyasztók számára, akik az Ön földrajzi környezetében interneten keresnek az Ön által forgalmazott termékekre/szolgáltatásokra.

Ezen felül az online értékelések, üzleti profilok a közösségi médiában, a céges weboldal jobb pozícióba kerülnek a keresések között, amikor jó hírnév-kezelési technikákat és eszközöket alkalmaznak, biztosítva ezzel a lehetőséget, hogy a potenciális ügyfelek szélesebb körét érjék el.

★ „A vásárlói értékelések hozzák a legtöbb kattintást a helyi keresőkben." - BrightLocal

Mit tehet egy kisvállalkozás, hogy felépítse pozitív online reputációját?

Tévedés azt gondolni, hogy a vállalkozás marketing erőfeszítései az online reputációját irányítani tudják. A vállalkozás weboldala és a helyi/online hirdetések nem terjednek ki az Ön teljes webes jelenlétére.

Online hírneve mindabból tevődik össze, ami az interneten fellelhető a vállalkozásról, beleértve a kéretlen véleményeket, a weboldalhoz fűzött megjegyzéseket, a különböző fórum-bejegyzéseket, a vállalkozást említő blogbejegyzéseket, a közösségi médiában megjelenő hozzászólásokat, a cég nevével felcímkézett fényképeket, stb..

A pozitív online hírnév kiépítése alapvető fontosságú, hogy a vállalkozás sikeres legyen az adott környéken, településen és a jövőbeni bevétel szempontjából is. Ennek kiépítése sok munkának tűnhet, de az induláshoz elég, ha csak néhány hatásos tevékenységre koncentrál a vállalkozás.

Tervezze meg online hírnevének védelmét

Online reputációja védelme érdekében először is tudnia kell, hogy milyen a hírneve. Tudnia kell, hogy jelenleg mit beszélnek, mi olvasható az Ön vállalkozásáról az interneten.

Először is tudnia kell, hogy milyen akadályokkal kell szembenéznie a pozitív online reputációja felépítésében. Készítsen jegyzeteket mindenről: ami jó, ami rossz, ami csúnya…

Ez a kiindulási pont.

Ezt követően szüksége lesz egy megvalósítható tervre, amelyet kitartóan meg tud valósítani.

Terv nélkül a hírnevét rábízza bárkire, aki internet-hozzáféréssel rendelkezik.

Valóban rá szeretné bízni az értékes online hírnevét bárkire, aki hozzáférhet egy Wi-Fi jelhez?

Felkészült arra, hogy kezelje az elégedetlen ügyfeleket, válaszoljon a negatív véleményekre, vagy csendben marad, miközben a közösségi média fecsegése károsítja a jó hírnevét?

Szüksége van egy tervre, amely segít:

- előre kerülni a keresőben,
- figyelemmel kísérni az online jelenlétét,
- kezelni a véleményeket és
- pozitív tartalmakat és linkeket létrehozni vállalkozása számára.

Menedzselje felelősségteljesen a vásárlói véleményeket

A legtöbb gyűjtőoldalon, amelyeken a vásárlók értékelést írhatnak, egyszerűen megigényelheti vállalkozása profilját. De ez nem ilyen könnyű minden esetben.

Például a kozelben.hu weboldalra az ügyfelek is feltehetik vállalkozása profilját, ha szeretnének véleményt írni, és Ön még nem tette ezt meg.

Ez elég nagy erőfeszítés annak, aki csak annyit szeretne írni, hogy „tetszett a szolgáltatás". Sokkal nagyobb az esélye annak, hogy egy elégedetlen ügyfél hoz létre egy profilt a vállalkozás számára, ha az még nem nyújtotta be az igényét erre.

Ne hagyja, hogy ez megtörténjen!

Miután elkészítette profilját, tovább kell dolgoznia a vásárlói értékelések megszerzése érdekében azokon a weboldalakon, amelyek a legfontosabbak az ügyfelei számára.

A reputáció marketinget kiszervezheti, vagy kifejleszthet egy rendszert egy dedikált alkalmazott segítségével, akinek a felelőssége lesz a visszajelzések gyűjtése, az ügyfélvéleményekre való válaszadás, az ötcsillagos értékelések megosztása a vállalkozás online felületein, ahol a potenciális ügyfelek megtalálhatják.

Még egy feladat, amelyet hozzá kell adnia a tennivalók listájához vállalkozóként, igaz?

Szerencsére az ügyfélvélemények menedzsmentjét és marketingjét könnyen kiszervezheti és automatizálhatja alacsony költségek mellett.

A VÉLEMÉNYEK KÖVETÉSÉNEK, ÖSSZEGYŰJTÉSÉNEK ÉS AZ EZEKRE VALÓ REAGÁLÁS FONTOSSÁGA

"Az erre felkért fogyasztók 76% -a ír értékelést."

- BrightLocal, Helyi fogyasztói felmérés

"A fogyasztók 45% -a állítja, hogy nagyobb valószínűséggel újra felkeresne egy vállalkozást, amelyik válaszol az általuk írt negatív véleményre."

- ReviewTrackers, Online vélemények felmérése

Kezelje és optimalizálja vállalkozása profilját az online katalógusokban, üzleti gyűjtőoldalakon

A fogyasztói vélemények megosztását lehetővé tevő online oldalak fontos szerepet játszanak vállalkozása online reputációjának fenntartásában, mert ezeket keresik fel az emberek, amikor következő vásárlásaikkal kapcsolatosan keresgélnek az interneten.

A Google keresőben az első helyeken megjelenni pozitív értékelésekkel nagyon jó, de gyakran az emberek hajlandóak tovább menni azért, hogy a legjobb lehetőségeket megtalálják. Tudják, hogy hol kell keresniük, hogy ízelítőt kapjanak a vásárlói tapasztalatokból.

Például a TripAdviser-nek havonta több mint 490 millió látogatója van és 760 millió értékelés és vélemény alapján hozhatnak döntést az érdeklődők, amikor azt mérlegelik, hogy melyik vállalkozás szolgáltatásait vegyék igénybe.

Ezek a weboldalak lehetőséget adnak vállalkozása számára, hogy építse és megóvja online hírnevét a pozitív vélemények ösztönzésével és a néha elkerülhetetlenül becsúszó negatív véleményekre adott, az olvasókat meggyőző válaszadással.

Igényelje meg vállalkozása profilját a legfontosabb értékelő- és helyi gyűjtőoldalakon.

Ezek a profilok a keresési eredményekben is az élen jelennek meg, ezért érdemes az ellenőrzése alatt tartania kitöltésüket.

A Google Cégem-ben, Cylex-en, Arany Oldalak-on, Facebook-on és hasonló weboldalakon egyszerűen megigényelheti és kitöltheti vállalkozása profilját.

Céglisták

Az online céglistákat szintén kezelnie kell, mivel negatív hatással lehetnek a keresési rangsorra és a felhasználói tapasztalatra egyaránt.

Mind az emberek, mind (ami még ennél is fontosabb) a keresőmotorok használják az online üzleti adatokat, hogy megtalálják vállalkozását és ellenőrizzék ennek jogszerűségét és, hogy valóban nyitva tart-e.

A keresőmotorok arra használják a céglistákat, hogy pontos üzleti információkat nyújtsanak a felhasználók számára.

Ha pontos és következetes üzleti információkat szolgáltat a céglistákban, ezzel segít vállalkozásának előkelőbb helyezést szerezni a keresőmotorokban versenytársaihoz képest, így új ügyfelekre tehet szert.

A hiányzó, ismétlődő, hiányos vagy következetlen információk elkerülhetetlenül árthatnak vállalkozásainak, és ezért olyan fontos, hogy a céglistákat folyamatosan figyelemmel kísérje és kezelje.

Az összes közösségi média profil létrehozása és optimalizálása

Ha még soha nem keresett a Google-ban saját magára, szánjon rá egy percet, és tegye meg most.

Most tegye meg ugyanezt a vállalkozása nevével.

Amit általában látni fog az, hogy azoknak az embereknek és vállalkozásoknak az esetében is, akik erős webes jelenléttel rendelkeznek, a közösségi média profiljaik a keresési eredményekben elől vannak.

Miért igényelje meg és hozza létre azonnal a közösségi média profiljait azokban a közösségi hálózatokban, ahol az ügyfelei jelen vannak?

1. Az egészséges közösségi média jelenléte lehetővé teszi a márka és a vállalkozás tartalmainak népszerűsítését, miközben kapcsolatokat alakít ki az ügyfeleivel ott, ahol a legtöbb időt töltik online.

2. Konkrét személynévre, vagy vállalkozás nevére rákeresve, a közösségi média profilok az első helyeken szerepelnek a keresőmotorok eredményei között.

Ha kevés online tartalommal rendelkezik, akkor a közösségi média profiljai létrehozásával nagymértékben befolyásolni tudja azt, hogy mi jelenjen meg Önről és a vállalkozásáról az első helyeken.

3. A közösségi hálózatokban azé a profilnév, aki először nyújtja be az igényét iránta. Bárki megigényelheti az Ön, vagy vállalkozása nevét, ne késlekedjen, nyújtsa be Ön az igényét minél hamarabb.

A legrosszabb forgatókönyv, hogy más kezeli a profilját, úgy téve, mintha az ő vállalkozása lenne, és meggyilkolja a hírnevét.

Igényelje meg a saját és vállalkozása nevét az összes főbb közösségi média oldalon (Twitter, Facebook, Instagram ésLinkedIn). Ezen kívül megigényelheti és optimalizálhatja profilját az iparágának, a tevékenységének fontos más közösségi oldalakon is (például: Pinterest, YouTube, Snapchat).

Töltse ki teljesen a profilját, és feltétlenül adja meg a weboldala elérhetőségét, a fizikai címét és töltsön fel logót / fényképet. Tanulja meg hogyan növelje vállalkozását a reputáció marketing segítségével a közösségi médiában.

Hozzon létre egy blogot és tegyen közzé minőségi tartalmat következetesen

Állítsa be a blogját, amely valószínűleg már része a weboldalának, akkor is, ha nem használja.

A tartalom létrehozásakor próbáljon meg úgy gondolkodni, mint weboldala ideális látogatói.

Tervezze meg a releváns tartalom fejlesztését az alapján, amit az ideális ügyfelei keresnek az interneten.

Folyamatosan tegyen közzé új blogbejegyzéseket. Kezdetben minimum havonta egyszer vagy kétszer.

Keresőoptimalizálja a blogbejegyzéseket, a címeket, alcímeket, URL-eket, fotókat.

A következetesen és megfelelően keresőoptimalizált blogbejegyzések biztosítják, hogy a különböző tartalmai, fotói és weboldala értékes helyet foglaljanak el a keresési eredményekben a saját és vállalkozása nevére rákeresve.

Ha nem szeret írni, nincs ideje írni, vagy anyagilag nem engedheti meg magának a tartalom kiszervezését, ez lehet a legnehezebben megvalósítható feladat a listán. De ez az egyik legjobb módja annak, hogy az ellenőrzése alatt tarthassa, hogy milyen linkek jelennek meg a keresőben, amikor az emberek az Ön vállalkozására keresnek a Google-ban.

Itt van a rövid verziója annak, amit tudnia érdemes:

- Állítsa be a blogját, amely valószínűleg már része a weboldalának, akkor is, ha nem használja.
- A tartalom létrehozásakor próbáljon meg úgy gondolkodni, mint weboldala ideális látogatói.
- Tervezze meg a releváns tartalom fejlesztését az alapján, amit az ideális ügyfelei keresnek az interneten.
- Folyamatosan tegyen közzé új blogbejegyzéseket. Kezdetben minimum havonta egyszer vagy kétszer.
- Keresőoptimalizálja a blogbejegyzéseket, a címeket, alcímeket, URL-eket, fotókat.

Kezdjen hozzá

Ön vért, verejtéket és könnyeket (vagy legalábbis jelentős időt és pénzt) fektetett a vállalkozásába. nem veszélyeztetheti mindezt a befektetést azzal, hogy elhanyagolja pozitív online jelenlétének felépítését és karbantartását.

Bizonyosodjon meg arról, hogy mindaz a kemény munka, amit vállalkozásában ügyfeleiért tesz online is tükröződik és növeli vállalkozása bevételeit a reputáció marketing révén.

Találkozzunk a közösségi médiában is:
Facebook-on
Instagram-on
Linkedin-en
YouTube-on
Pinterest-en
Kérdéseit felteheti e-mail-ben is:
csilla@seobudapest.hu
Lokális marketinggel kapcsolatos hasznos bejegyzéseket itt olvashat:
seobudapest.hu
Weboldalkészítés és lokális online marketing szolgáltatások:
https://seobudapest.hu/szolgaltatasaink