



CÓMO CONSEGUIR RESEÑAS DE TUS CLIENTES

Y QUÉ HACER
CON ELLAS



Hablarán por ti

Las reseñas de clientes son una poderosa herramienta de marketing que puede impulsar tu negocio a nuevos niveles. Son la voz de la experiencia, la prueba social que genera confianza y atrae a nuevos clientes. Sin duda un trabajo que debes hacer al terminar una mesa dulce, entregar tu pedido de personalizados o acabar una tarta: conseguir la reseña de tu cliente y colocarla, estratégicamente, donde te ayude a encontrar nuevos clientes que, a su vez, te generen nuevas reseñas.

Tu trabajo no termina en una mesa dulce, sino en su reseña

NUESTROS OBJETIVOS

1. *Mejorar a nivel interno.*

Podemos recopilar testimonios de nuestros clientes con el objetivo de mejorar nuestros procesos de trabajo y ofrecer un mejor servicio.

2. *Promocionar con testimonios*

Podemos conseguir nuevos clientes a través de los testimonios de valor de nuestros clientes.



Cómo conseguir reseñas

Reseñas espontáneas

Son aquellas reseñas que nuestros clientes nos regalan de manera espontánea. Pueden enviarnoslas directamente o publicarlas en sus redes sociales o, incluso, a través del boca a boca.

Iniciativa del cliente

Cuestionarios

A través de cuestionarios que elaboremos podemos pedirle a nuestros clientes que nos indiquen en qué podemos mejorar nuestros procesos de trabajo.

Iniciativa propia

Solicitud de reseñas

Podemos solicitar a nuestros clientes que nos dejen una reseña directamente para publicarla y atraer a otros clientes.

Iniciativa propia



Cómo tiene que ser nuestra petición de reseñas

- ✓ Podemos solicitarla por correo electrónico, por redes, en persona, por whatsapp, ... todo es válido en función del nivel de confianza con nuestro cliente.
- ✓ Pídelo amablemente y explícale por qué es tan importante para ti y para tu negocio una reseña.
- ✓ Hazlo fácil: envíale un código QR, un enlace, la forma más sencilla para que pierda el menor tiempo posible y le molestes lo menos posible también.
- ✓ Ofrécele incentivos: si te apetece ser agradecida y ves que es viable ofrécele algún acceso extra a tu contenido, algún accesorio extra de tu producto o algún bonus. No te recomiendo hacer descuentos por reseñas pues no estamos intercambiando opiniones por dinero y puede, incluso, sentirse ofendido tu cliente.



Tenemos este texto ya escrito y predeterminado para no tener que escribirlo cada vez.

Lo vamos a incorporar en todos los lugares donde sea necesario.

Le explicamos a nuestro cliente: qué necesitamos, para qué la necesitamos,os y dónde necesitamos que nos la dejen.

Le facilitamos la labor y le proporcionamos un link directamente.



Ejemplo de petición de reseña

Gracias por confiar en nosotros. Nos ayudaría mucho si nos dejaras una reseña en Google, sin duda tu opinión nos hará crecer y hacer las cosas cada día un poquito mejor. Te dejo enlace directo, sólo te llevará un minuto, palabrita → (y aquí dejaríamos el enlace a nuestro perfil de Google, os enseño más adelante).

Ejemplo de reseña espontánea

"No tengo palabras para describir lo muchísimo que me ha gustado el curso. Lo primero es que va genial para gente que nunca ha trabajado en Canva. Kela es una profesora maravillosa, atenta en todo momento a dudas e inconvenientes que nos han ido saliendo. Hemos creado una comunidad muy bonita y sin duda volvería a hacer cursos y formaciones con Kela. Todo esto ha superado mis expectativas."

- Gloria LLOP-





No todas las reseñas valen

Agradecidos, lo primero. Porque, que alguien se haya tomado la molestia de dedicar unos minutos a ayudarnos a mejorar, es oro y ante todo, tenemos que agradecer toda reseña que nos llegue, buena o mala. Las buenas nos sonrojarán y nos harán colar y las malas nos picarán un poquito y tenemos que tomarlas como reseñas constructivas que nos van a ayudar a crecer a veces incluso más que las positivas.



Pero, estratégicamente, no todas cuentan igual. Algunas nos ayudarán más internamente a crecer nuestro negocio y otras serán más estratégicas, tenemos que saber bien dónde colocar cada una y cómo filtrarlas.

Una reseña debe ser:

- honesta y auténtica que transmitan la experiencia real de tus clientes.
- que aporte gran valor a tu trabajo.
- que sea de calidad: si incluye imágenes o vídeos ya lo has bordado.
- deben poder ser contrastadas: en la medida de lo posible menciona la fuente de la reseña y asegúrate de tener previa autoautorización por escrito de tu cliente.

Los cuestionarios

Podemos enviar cuestionarios a nuestros clientes para mejorar nuestros procesos de trabajo. Nuestros cuestionarios deben ser estratégicos, deben contener preguntas que nos ayuden realente a conseguir nuestros objetivos.

- **Dónde crear nuestros cuestionarios**

Te recomiendo crear tus cuestionarios en plataformas externas que autoaticen los resultados. A mí me gusta mucho Google Forms, te enseñaré a manejarlo en otra lección, aunque también existen otras como Type Forms.

- **Cómo deben ser nuestros cuestionarios**

No hagas preguntas difíciles, facilita a tu cliente la respuesta para que no se sienta abrumado. Por ejemplo, si quieres preguntarle si está satisfecha con tu servicio:

- Explicame en un párrafo lo que te ha gustado de mi servicio.
- Del 1 al 5 me podrías decir cómo estás de satisfecho con mi servicio siendo: 1. Poco satisfecho, 5- Encantado.

¿Ves la diferencia?

Ofrece siempre la posibilidad de que los cuestionarios sean anónimos, muchos de ellos se sentirán más libres de expresión.



Guarda todas tus reseñas

Las vas a usar para tu negocio una y otra vez. Créeme que es oro puro esas palabras que tus clientes te regalan sobre tu negocio y que vna a ser la prueba para que otros clientes se fijen en ti. Sin duda, una estrategia de ventas única.

¿Dónde guardar tus reseñas?

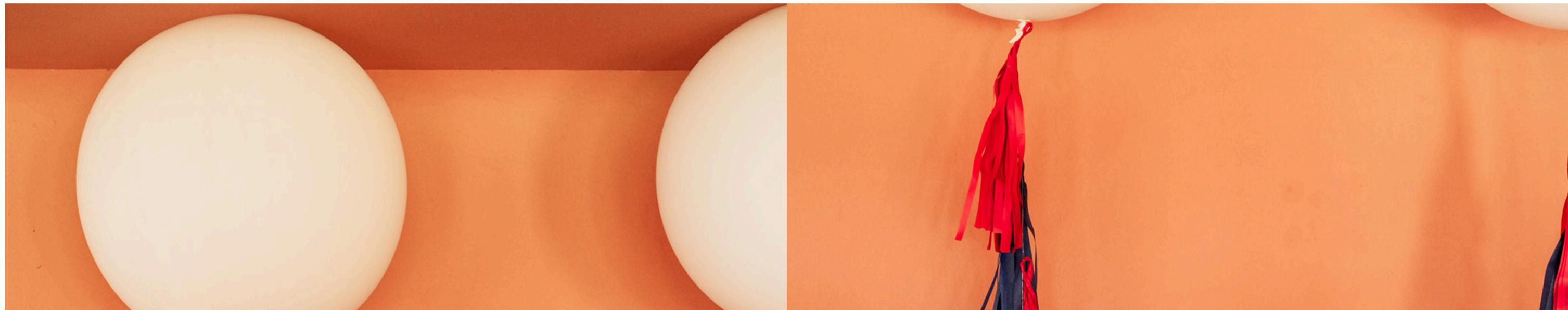
- En tu ordenador.
- En tu google drive (te enseñaré a manejarlo).

Pero, guárdalas. Siempre.

¿Dónde publicar tus reseñas?

Llegamos a la parte más importante de esta lección. Ya tenemos nuestras reseñas y, ¿ahora qué? Pues ahora las tenemos que colocar en lugares estratégicos para que trabajen por sí solas.

Elige bien dónde incluirlas, no lo hagas al azar y escoge siempre una estrategia. Te muestro los sitios más importantes donde puedes dejar constancia de las reseñas de tus clientes.



Dónde publicar tus reseñas

En nuestra página web

Destaca las reseñas en tu página web para que sean lo primero que vean los visitantes.

Redes sociales

Comparte las reseñas en tus redes sociales para aumentar su visibilidad. Puedes crear una sección de destacados sólo para reseñas.

Plataformas de reseñas

Es imprescindible que lleves las reseñas de tus clientes a plataformas como Google, sin duda el motor de búsqueda más importante y que te dará visibilidad a medida que aumentes las reseñas en esta plataforma. Por eso es importante que, cuando antes, crees una ficha de tu empresa en Google My Business.



Google My Business

- Qué es
- Para qué sirve
- Cómo configurarlo
- Cómo alimentarlo





Qué es google My Business y para qué sirve

Ahora conocido como Google Business Profile. Es una herramienta gratuita que te permite gestionar cómo aparece tu negocio en Google Search y Maps, es decir, es la ficha de tu empresa en Google.

Cuando los usuarios buscan empresas como la tuya en Google, tu perfil puede aparecer en los primeros resultados, atrayendo tráfico a tu negocio.

Por ello, y para que Google le de más visibilidad a tu negocio es imprescindible que lleves las reseñas de tus clientes a tu perfil de empresa de Google.

Cómo configurar Google My Business

Lo primero que tienes que hacer es crear tu ficha de empresa en Google. Para ello tienes que entrar en www.business.google.com y loguearte con tu cuenta de Google.

Te explico en el siguiente vídeo cómo darte de alta y configurar la plataforma.

