

ZARZĄDZANIE OPINIAMI W WIZYTÓWKACH

GOOGLE



GOOD-OPINION.PL

Wstęp

Polityka Google względem opinii

Jak znaleźć wystawioną opinie w Google?

Jak zmienić wystawioną opinię w Google?

Jak usunąć wystawioną opinię w Google?

Jak usunąć negatywną opinię Google?

Inne metody usuwania negatywnych opinii

Nasze możliwości – [Oferta](#)



GOOD-OPINION.PL

www.good-opinion.pl

nr tel: (+48) 531 861 756

mail: kontakt@good-opinion.pl

str. 1

Wstęp

W poradniku tym, staramy się przybliżyć zagadnienie systemu ocen Google a w szczególności odpowiedzieć na najczęściej zadawane i nurtujące pytania, w tym **jak usunąć negatywną opinię w Google?** Prezentujemy również sprawdzone i najszybsze rozwiązania podstawowych problemów z jakimi może spotkać się każdy przedsiębiorca lub recenzent.

Nie opisujemy wszystkich rozwiązań, których część stanowi tajemnicę firmy, jednakże te przedstawione poniżej w zupełności wystarczają do sprawnego reagowania na podstawowe problemy. Ponadto każdy z prezentowanych sposobów jest sprawdzony i najprostszy w wykonaniu.

W przypadku problemów lub chęci skutecznego podniesienia średniej opinii zapraszamy do bezpośredniego kontaktu.

Dla branży turystycznej i gastronomicznej posiadamy specjalne, dedykowane rozwiązania i oferty.

Pamiętaj!

Każdy świadomy konsument, przed wyborem usługi bądź dokonaniem zakupu, będzie w taki czy inny sposób dążył do zdobycia opinii o interesującym go produkcie lub usłudze. Szczególnie dotyczy to branż usługowych z naciskiem na turystyczne. Sytuacja w której klient nie skorzysta z Twoich usług ze względu na recenzje i oceny innych klientów jest katastrofą w której tracisz podwójnie. Przede wszystkim dlatego, iż potencjalny klient Cię znalazł i zapoznał się z Twoją ofertą a to oznacza, że wszystkie Twoje działania i koszty, mające na celu dotarcie do klienta legły w gruzach i poszły na marne. Jest to jeden z wielu przykładów, który wskazuje dlaczego opinie Google są tak ważne w biznesie.

Usługa Google Moja Firma to obecnie jedno ze skuteczniejszych marketingowych rozwiązań. Wraz z systemem ocen stanowi ono doskonałe źródło pozyskiwania nowych i przywiązywania stałych klientów oraz posiada ogromny potencjał opiniotwórczy.

Pozytywne opinie Internautów uwiarygadniają produkt w oczach potencjalnych Klientów.



Google moja firma to nie tylko wizytówka lecz zweryfikowany zbiór przydatnych informacji prezentowanych potencjalnym klientom w wielu miejscach:

- wyszukiwarka Google
- serwis Google Maps
- sieci Google +

A także system połączony z innymi „opiniami z internetu” jak:

- Facebook
- GoldenLine
- Groupon
- Lavito.pl

Czy nawet z systemami rezerwacyjnymi jak:

- Booking.com
- Hotels.com
- Amoma.com
- PlanetRooms.com

Wizytówka Google to swoisty koncentrator usług, stron i produktów oferowanych przez Google.

Powoduje to, że prawidłowo skonfigurowana i prowadzona wizytówka, okazuje się wielokrotnie **źródłem największego ruchu na stronie!** Według naszych analiz, pod względem stosunku ceny do osiągniętych efektów jest to najskuteczniejsza i najtańsza metoda pozyskania nowych klientów. Dzięki jej emisji w mapach Google, stanowi ona idealne rozwiązanie dla lokalnych firm.

Wizytówka w połączeniu z opiniami Google stanowi doskonałe źródło rzetelnej wiedzy dla Twoich przyszłych Klientów.



Ponadto Pamiętaj że:

- **Opinie Google to najważniejsza część Twojego wizerunku.**
- **Opinie Google mają bezpośrednie przełożenie na ilość pozyskiwanych klientów.**
- **Prawidłowa wizytówka ma wpływ na Twoją pozycję w rankingach wyszukiwarek.**
- **Opinie Google mają decydujące znaczenie na emisję i pozycję Twojej firmy w Mapach Google.**

Zadbaj więc, by oceny Twojej firmy były jak najwyższe!



Polityka Google względem opinii

Polityka Google względem opinii w wizytówkach jest bardzo restrykcyjna i wymagająca. Przekonał się o tym każdy, kto próbował usunąć lub zmienić jakąkolwiek opinię zamieszczoną w Google na temat jego firmy. Obostrzenia Google nie wynikają z niczego i są w pełni zrozumiałe. Google stara się w ten sposób dostarczyć wszystkim użytkownikom, w tym użytkownikom Google Maps, jak najbardziej rzetelnych i pomocnych informacji.

Właśnie dzięki temu opinie Google mają tak duże znaczenie i są tak bardzo opiniotwórcze.

Google nie może dopuścić do sytuacji, w której wszystkie firmy i punkty na Google Maps będą miały średnią 5.0, ponieważ nie będzie to w żaden sposób miarodajne, opiniotwórcze i wiarygodne. Gdyby była możliwość moderowania dodanych opinii, każdy właściciel czy menedżer firmy usuwałby wszystkie negatywne opinie, pozostawiając jedynie te pozytywne.

W ten sposób Google Maps stałoby się zwykłą mapką z ewentualną funkcją nawigacji, a nie w pełni wartościowym narzędziem, ułatwiającym podróże, wyszukanie i dotarcie **do sprawdzonych** i interesujących nas miejsc, produktów i usług. Google Maps ma nam ułatwiać wybory, a ponieważ jest narzędziem z którego korzystają miliony ludzi na całym świecie to musi być narzędziem godnym zaufania. Jest to główny powód dla którego Google przywiązuje tak dużą wagę do stworzonego systemu ocen. Wymusiło to więc wdrożenie szeregu zasad i obostrzeń, z których jedna z głównych zasad brzmi:

**Nie ma możliwości usunięcia negatywnej opinii
tylko dlatego, że jest ona negatywna.**

O zasadzie tej informuje nawet samo Google w procesie zgłaszania opinii:

Zgłoś opinię

Ze względu na dużą aktywność użytkowników możesz spodziewać się opóźnień w przetwarzaniu przez nas Twojego zgłoszenia. Nie zgłaszaj dwa razy tej samej opinii. Można zgłaszać wyłącznie opinie, które naruszają [politykę treści Google](#).

Nie usuniemy negatywnych opinii ani opinii, z którymi się nie zgadzasz, jeśli są one zgodne z polityką treści Google.

Anuluj

Dalej



GOOD-OPINION.PL

www.good-opinion.pl

nr tel: (+48) 531 861 756

mail: kontakt@good-opinion.pl str. 5

Co więcej, Google Zawęziło możliwość usunięcia recenzji tylko do czterech poniższych przypadków:

- ten wpis zawiera treści szerzące nienawiść, pełne przemocy lub nieodpowiednie,
- ten wpis zawiera reklamy lub spam,
- ten wpis jest nie na temat,
- w tym wpisie dochodzi do konfliktu interesów.

Z punktu widzenia właściciela profilu, bądź wizytówki, brakuje tu najważniejszej rzeczy, czyli możliwości merytorycznego odniesienia się do danego komentarza. Nie mamy tutaj żadnej możliwości napisania czy zgłoszenia czegokolwiek, w tym ewentualnych uwag, nawet w przypadku posiadania dowodów celowego działania konkurencji, poprzez tworzenie negatywnych wpisów.

Szerzej o usuwaniu negatywnych opinii piszemy w rozdziałach: „[jak usunąć negatywną opinię Google?](#)” oraz „[inne metody usuwania negatywnych opinii](#)”

Warto mieć świadomość, iż Google poprzez brak możliwości usuwania opinii w wizytówkach daje właścicielom jednoznaczny przekaz, iż **o opinie w Google trzeba dbać tak samo jak i o Klientów** i to od samego początku.

Google jednak nie pozostawia właścicieli wizytówek całkowicie bezbronnymi. O ile proces usuwania negatywnych opinii jest maksymalnie utrudniony, a wręcz niemożliwy, o tyle Google daje nam możliwość reagowania poprzez odpowiedzi. Te z kolei otwierają nam drogę do zmian ocen, treści merytorycznych aż do usunięcia opinii przez osoby, które ją wystawiły.

W celu poprawy autentyczności i rzetelności ratingów, Google zostało zmuszone do wdrożenia wielu systemów zabezpieczających, w tym również zabezpieczających przed publikowaniem sztucznie tworzonych pozytywnych opinii. Przyznać trzeba, iż systemy Google działają wyjątkowo skutecznie.

Tu już nie mówimy o systemach weryfikacji przy zakładaniu konta, kontroli adresów IP czy geolokalizacji, ale o bardziej wyrafinowanych metodach - takich jak w pełni zautomatyzowane systemy filtrujące powiązania, czasy oraz wiele innych danych.

Jest to jeden z powodów przez który często opublikowane opinie znikają, a średnie ocen są zaniżane.



Im bardziej wymagające są zasady i restrykcje dotyczące funkcjonowania opinii w wizytówkach i na mapach Google, tym większa jest ich wartość i potencjał marketingowy.

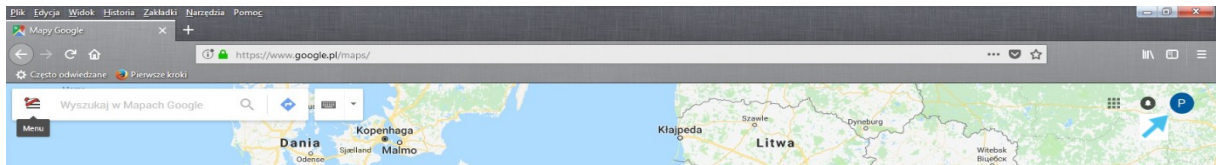
W przypadku problemów lub chęci skutecznego podniesienia średniej opinii zapraszamy do bezpośredniego kontaktu.



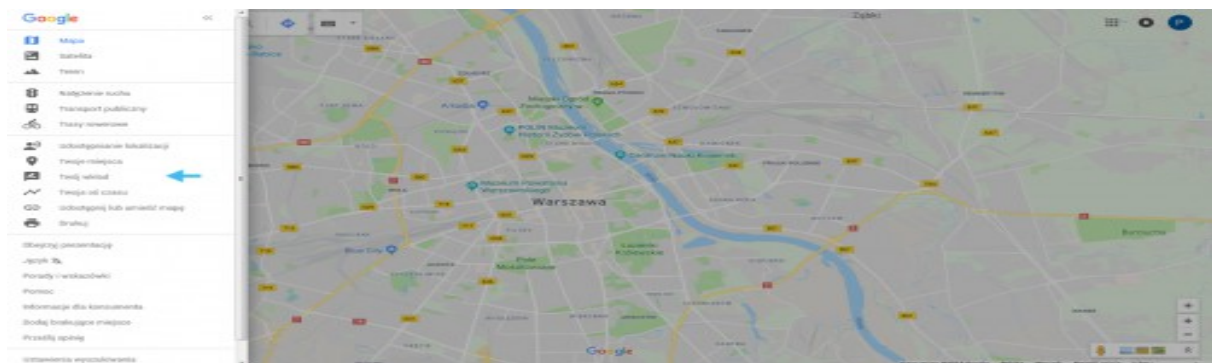
Jak znaleźć wystawioną opinie w Google

Zdarza się czasem, że z jakiegoś powodu chcemy znaleźć i przejrzeć wystawione przez siebie opinie. W sytuacji gdy wystawiliśmy ich kilka, nie stanowi to problemu. Co jednak, jeśli konto Google posiadamy od kilku ładnych lat i będąc lokalnym przewodnikiem wystawiliśmy kilkaset opinii? Wówczas jest problem, którego najprostsze rozwiązanie opisujemy poniżej:

- **Krok 1 - uruchom Google Maps i się zaloguj.**

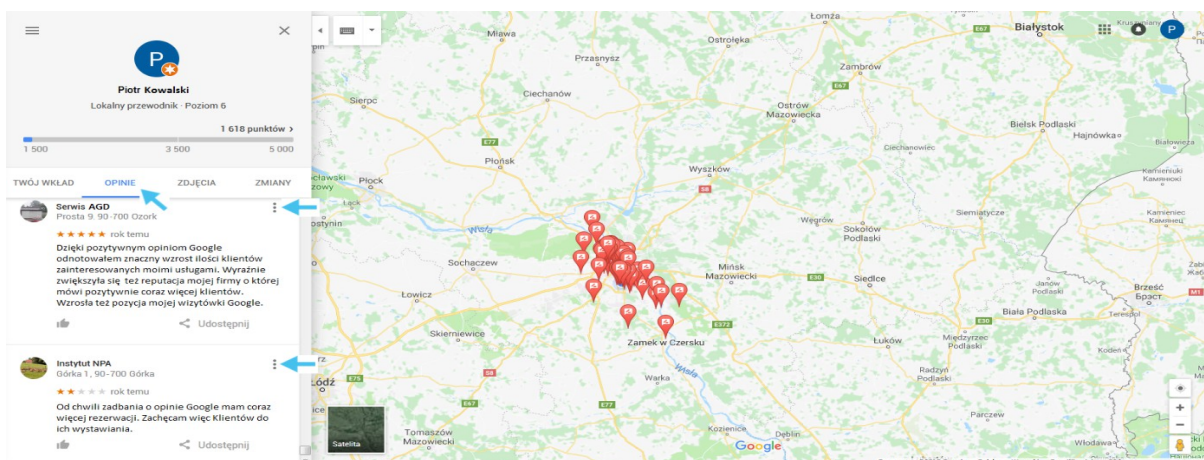


- **Krok 2 – rozwiń menu Google Maps i wejdź w „Twój wkład”.**



- **Krok 3 – Wejdź w zakładkę „Opinie”.**

Po wejściu w zakładkę „Opinie”, zostaną wyświetlone wszystkie opinie jakie zostały opublikowane od początku istnienia konta Google. Opinie zostaną wyświetlone w kolejności od najnowszej do najstarszej.



Jak zmienić wystawioną opinię w Google?

Zmiana własnej, wystawionej opinii lub oceny jest łatwa i możliwa. Zmiany tej można dokonywać wielokrotnie i może ona obejmować:

- zmianę treści opinii,
- zmianę ilości wystawionych gwiazdek,
- zmianę zamieszczonych fotografii.

Zmiany po ich zaakceptowaniu będą widoczne natychmiast.

Poniżej prezentujemy dwie sprawdzone - najprostsze i najszybsze metody. Pierwsza metoda przez wykorzystanie wyszukiwarki Google, druga przez Google Maps.

W obydwu metodach bardzo ważna jest kolejność wykonywanych działań. Dlatego też, w obydwu przypadkach zaczynamy od zalogowania się – to bardzo ważne! Dzięki temu, po samym wejściu w opinie, nasza recenzja będzie już czekała na samej górze w trybie gotowym do edycji.

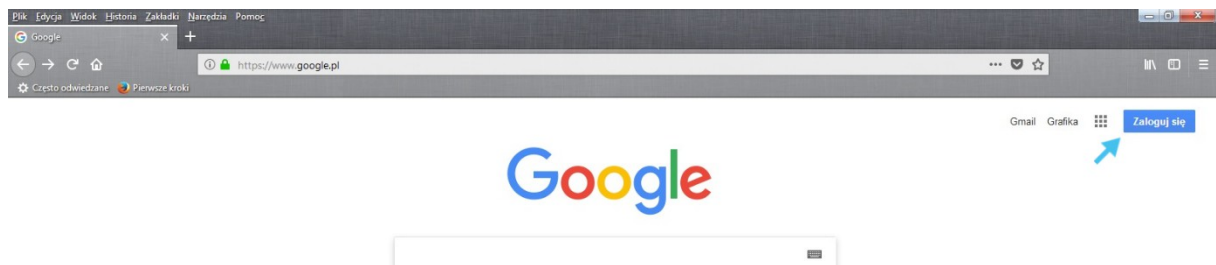
Pozwoli to nam uniknąć, zgłaszanej często sytuacji, w której użytkownik, aby znaleźć swoją recenzję najpierw przeszukuje dziesiątki lub setki opinii danej wizytówki, a dopiero potem się loguje, tracąc w ten sposób swój cenny czas.

Metoda pierwsza - przez wyszukiwarkę Google:

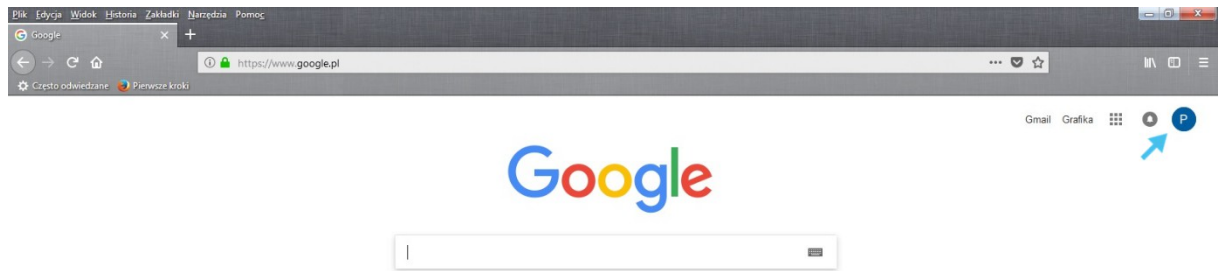
- **Krok 1 - zaloguj się na swoje konto, z którego wystawiałeś opinię:**

Wejść na stronę www.google.pl i upewnij się czy jesteś zalogowany. Jeśli w prawym górnym rogu wyszukiwarki będzie niebieski prostokąt z napisem „Zaloguj się” to znaczy że jesteś wylogowany – zaloguj się. Jeśli w tym samym miejscu masz swoje zdjęcie lub kółko z pierwszą literą imienia to znak, że jesteś zalogowany i możesz przejść dalej.

Google – nie zalogowany:



Google – zalogowany:

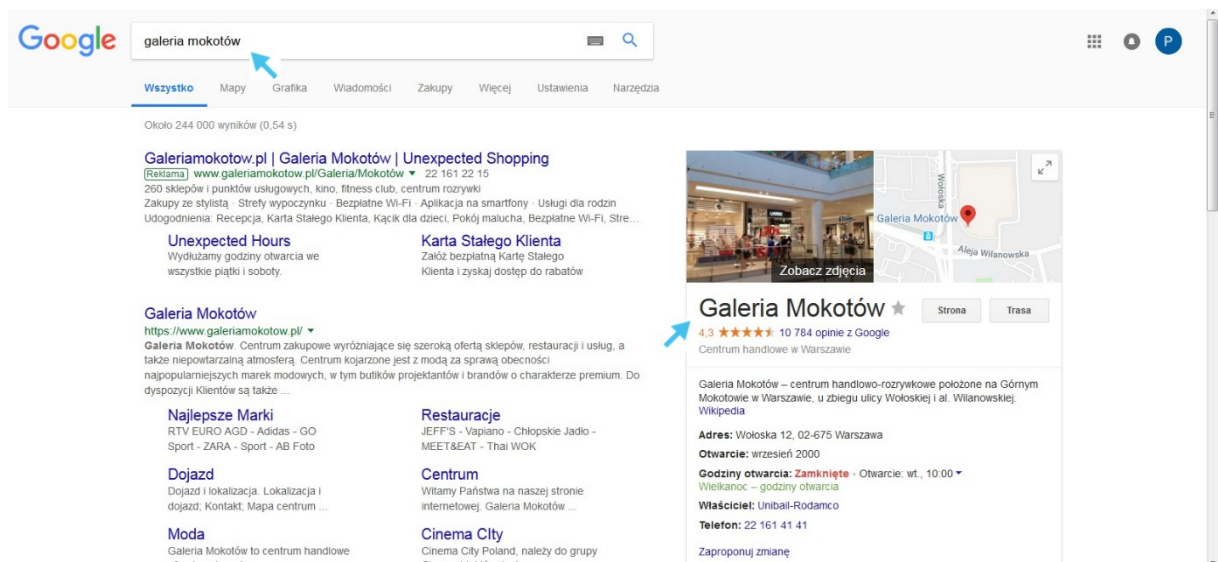


- **Krok 2 - znajdź przez Google wizytówkę firmy, której wystawiłeś opinię:**

Wizytówkę tę najszybciej znajdziesz „guglując” nazwę własną ocenianej firmy. Jeśli nie pamiętasz lub nie możesz jej znaleźć z wykorzystaniem innych danych, to wypróbuj naszą drugą, opisaną w tym artykule metodę. Skorzystaj z Google Maps.

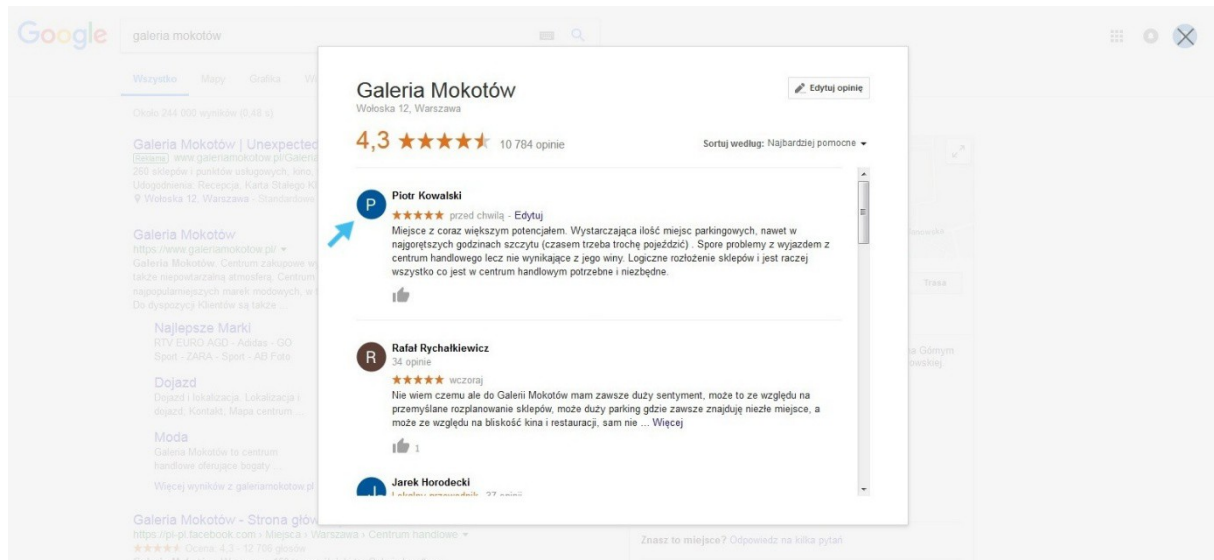
Jeśli jednak zupełnie nie pamiętasz ocenianej wizytówki, a chciałbyś wprowadzić w niej zmiany to i na to jest metoda opisana w rozdziale „[Jak znaleźć wystawione opinie w Google?](#)”

Zakładając, że znalazłeś poszukiwaną wizytówkę - wejdź następnie w „opinie z Google”.



- **Krok 3 - znajdź swoją opinię:**

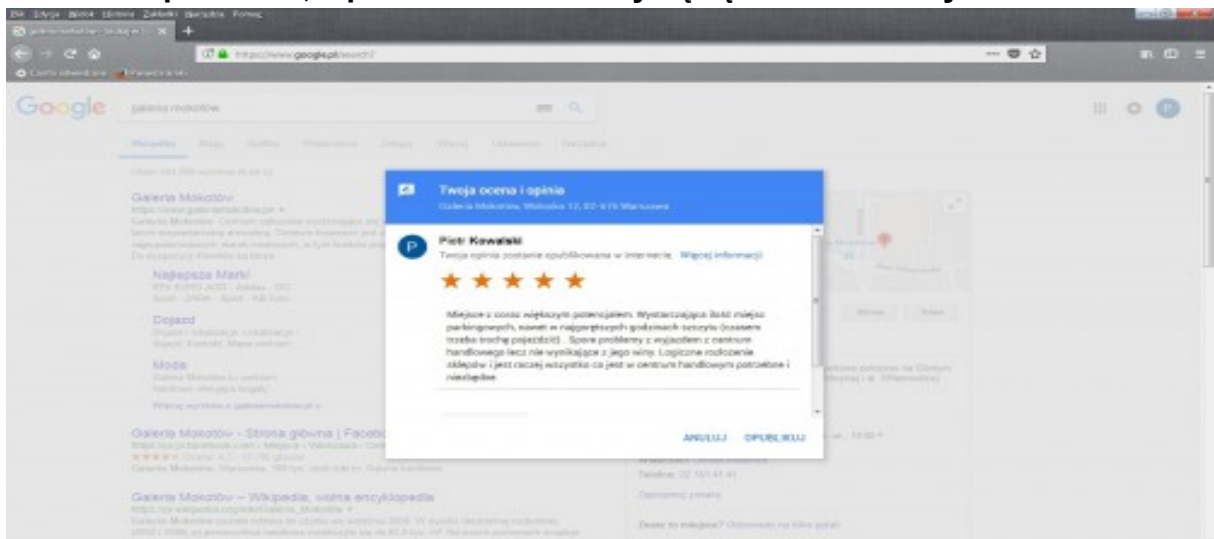
Po wejściu do panelu ocen zaobserwujesz dwie rzeczy. Po pierwsze, Twoja opinia będzie zawsze na samej górze i to bez względu na rodzaj sortowania. Po drugie, w prawym górnym rogu będziesz miał biały przycisk „Edytuj opinię” zamiast niebieskiego przycisku „Dodaj opinię”. Wejź następnie w tryb Edycji.



- **Krok 4 - zacznij edytować swoją opinię:**

Po wejściu w tryb edycji możesz już dowodnie zmienić swój komentarz. Możesz zmienić ilość wystawionych gwiazdek, dodać lub usunąć dowolne zdjęcia, a także zmienić treść komentarza.

Pamiętaj by po wprowadzeniu zmian zaakceptować je przyciskiem „Publikuj”.
Po zaakceptowaniu, wprowadzone zmiany będą widoczne natychmiast.

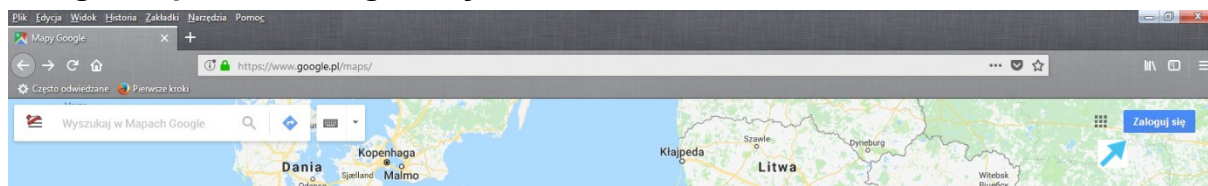


Metoda druga - przez Google Maps:

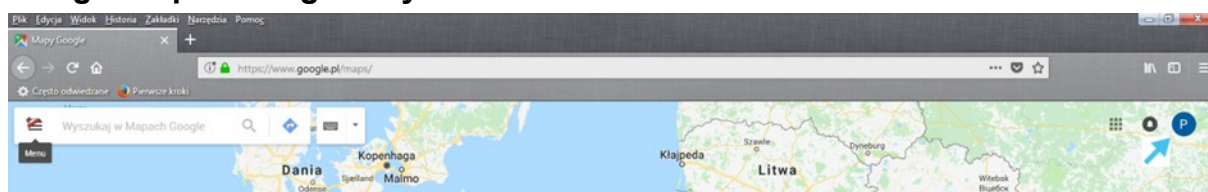
- **Krok 1 - zaloguj się na swoje konto, z którego wystawiałeś opinię:**

Wejść na stronę www.maps.google.pl i upewnij się czy jesteś zalogowany. Jeśli w prawym górnym rogu mapy będzie niebieski prostokąt z napisem „Zaloguj się” to znaczy że jesteś wylogowany –więc się zaloguj. Jeśli w tym samym miejscu masz swoje zdjęcie lub kółko z pierwszą literą imienia to znak że jesteś zalogowany i możesz przejść dalej.

Google Maps – nie zalogowany:



Google Maps - zalogowany:

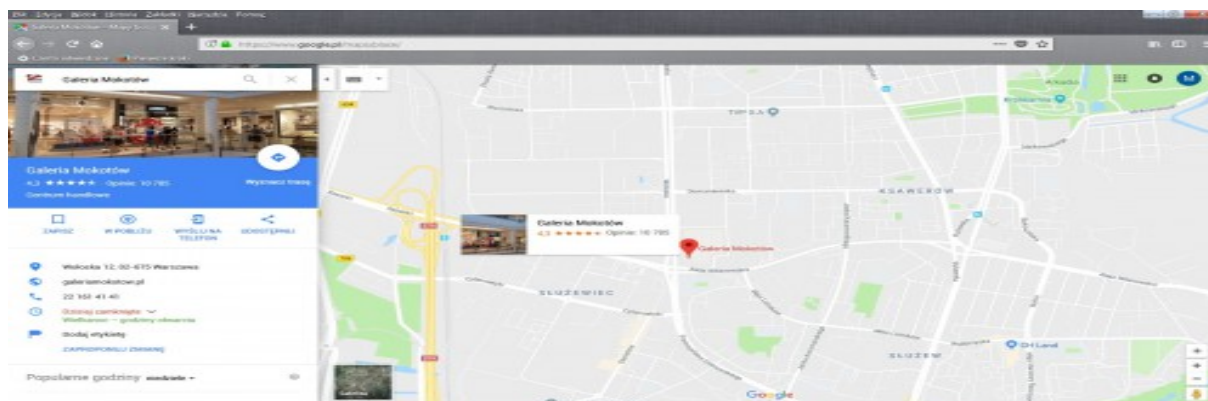


- **Krok 2 - znajdź na mapie miejsce, któremu wystawiałeś opinię:**

Możesz znacznie przyspieszyć poszukiwanie miejsca wpisując jego adres lub nawet zawężając wyniki wyszukiwania co do jego lokalizacji, poprzez nazwę miasta lub dzielnicy.

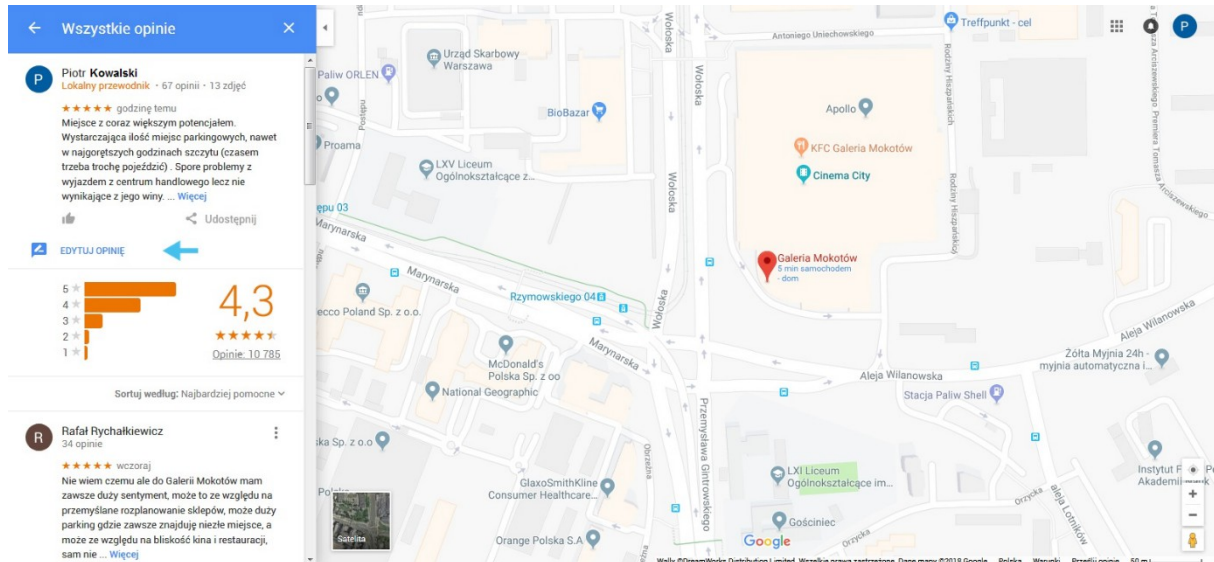
Jeśli jednak nie możesz znaleźć miejsca któremu chcesz zmienić ocenę to i na to jest metoda, którą opisaliśmy w rozdziale „[Jak znaleźć wystawione opinie w Google?](#)”

Zakładając jednak, że znalazłeś poszukiwaną wizytówkę, wejdź następnie w jej opinię.



- **Krok 3 - znajdź swoją opinię:**

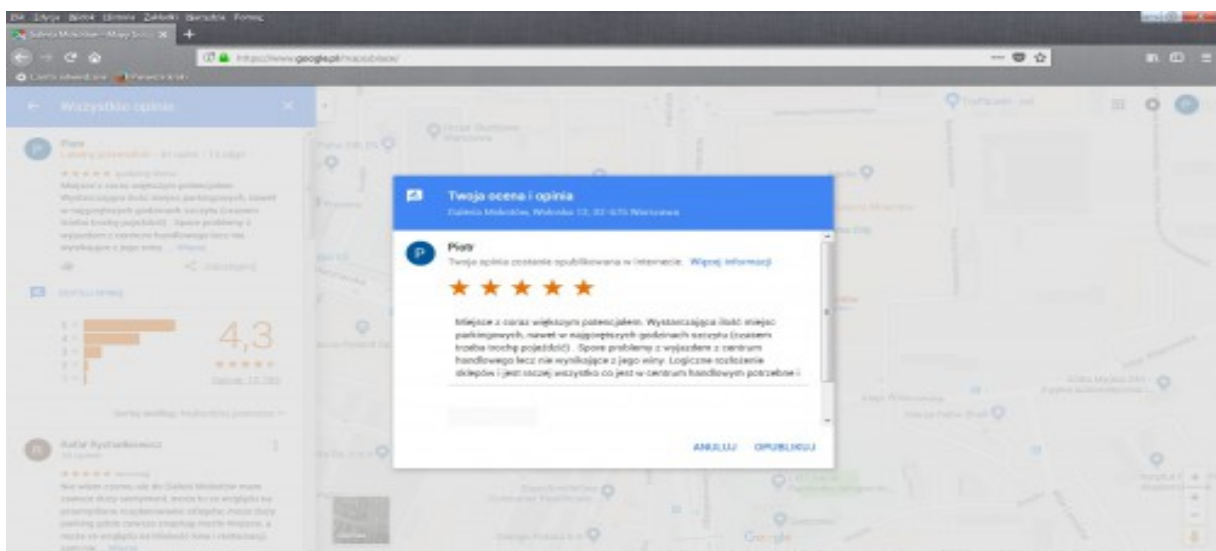
Po wejściu do panelu ocen, Twoja opinia będzie już czekała na samej górze. Wystarczy teraz wejść w opcję jej edycji „Edytuj Opinię” by móc ją dowolnie zmieniać.



- **Krok 4 - zacznij edytować swoją opinię:**

Po wejściu w tryb edycji możesz już dowodnie zmienić swój komentarz. Możesz zmienić ilość wystawionych gwiazdek, dodać lub usunąć dowolne zdjęcia, a także zmienić treść komentarza.

Pamiętaj by po wprowadzeniu zmian, zaakceptować je przyciskiem „Publikuj”. Po zaakceptowaniu wprowadzone zmiany będą widoczne natychmiast.



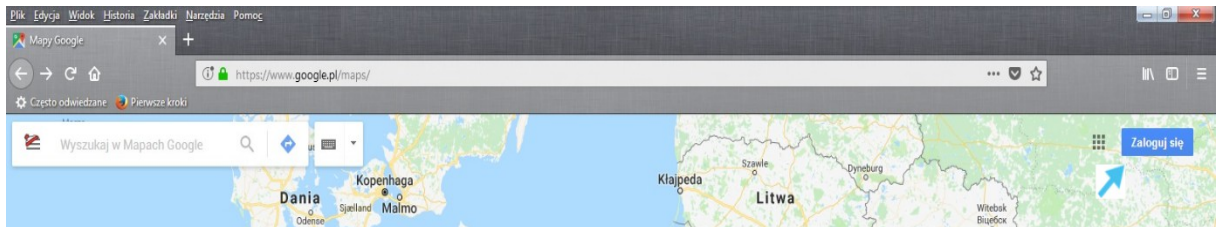
Jak usunąć wystawioną opinię w Google ?

Usunięcie własnej, wystawionej recenzji w Google jest proste. Poniżej przedstawiamy najszybszą i najprostszą metodą usunięcia opinii poprzez **Google Maps**.

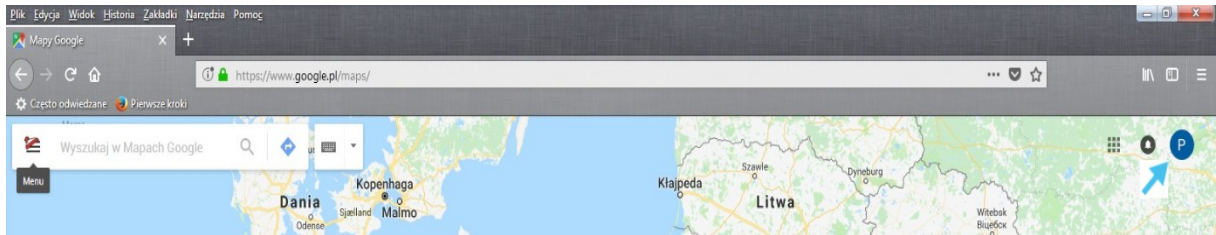
- **Krok 1 - zaloguj się na swoje konto, z którego wystawiałeś opinię:**

Wejść na stronę www.maps.google.pl i upewnij się czy jesteś zalogowany. Jeśli w prawym górnym rogu mapy będzie niebieski prostokąt z napisem „Zaloguj się” to znaczy że jesteś wylogowany – więc się zaloguj. Jeśli w tym samym miejscu masz swoje zdjęcie lub kółko z pierwszą literą imienia to znak że jesteś zalogowany i możesz przejść dalej.

Google Maps – niezalogowany:



Google Maps - zalogowany:



- **Krok 2 - rozwiń menu znajdujące się w lewym górnym rogu mapy:**

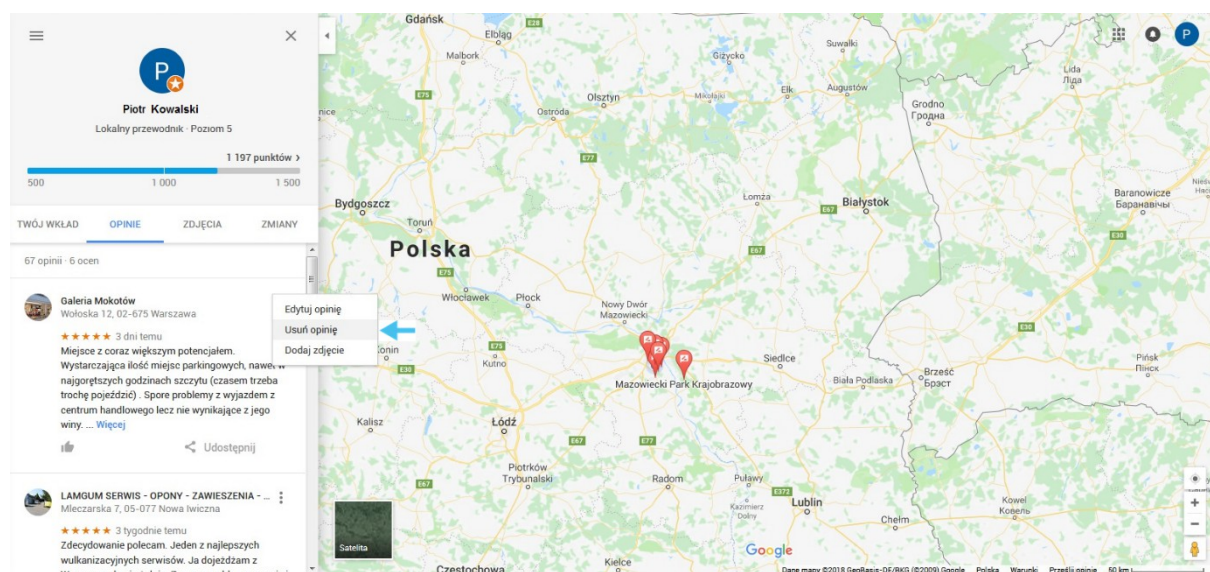


- **Krok 3 - wejdź w zakładkę Twój wkład, a następnie w Opinie:**

Po wejściu w zakładkę „Twój wkład” przejdź następnie w „Opinie”. Teraz wyświetlą Ci się wszystkie opinie jakie dotychczas zostały wystawione. Co więcej, będą one w kolejności od najnowszej do najstarszej.

- **Krok 4 - Przejdź w tryb edycji i usuwania opinii Google.**

Przy każdej opinii znajdują się trzy pionowe kropki. **Jest to tzw. tryb edycji Google**, w którym możesz usunąć wybraną opinię lub przejść w tryb jej edycji. **Pamiętaj, że usunięcia wystawionej recenzji nie można już cofnąć**, dlatego też, po uruchomieniu tej funkcji zostaniesz o tym ostrzeżony.



Jak usunąć negatywną opinię Google ?

Najczęstszym pytaniem jakie otrzymujemy, nawet kilkadziesiąt razy dziennie, to pytanie „*Jak usunąć negatywną opinię w Google?*”. Najprostszą odpowiedzią jest, żeby nie dopuszczać do ich powstania. Jednak nie zawsze jest to możliwe i to często dzięki pomocy nieuczciwej konkurencji. Duży wpływ na usuwanie negatywnych opinii ma polityka Google, o której piszemy szerzej w dziale „**Polityka Google względem opinii**”.

Przed próbą usunięcia jakiegokolwiek opinii, warto wiedzieć iż Google bardzo niechętnie je usuwa i czyni to tylko w bardzo wyjątkowych wypadkach. Niechęć Google jest na tyle wysoka, że firma sama o tym informuje przed zgłoszeniem danej opinii w narzędziu Moja Firma.

„ Nie usuniemy negatywnych opinii, ani opinii, z którymi się nie zgadzasz, jeśli są one zgodne z polityką treści Google”

Zgłoś opinię

Ze względu na dużą aktywność użytkowników możesz spodziewać się opóźnień w przetwarzaniu przez nas Twojego zgłoszenia. Nie zgłaszaj dwa razy tej samej opinii. Można zgłaszać wyłącznie opinie, które naruszają [politykę treści Google](#).

Nie usuniemy negatywnych opinii ani opinii, z którymi się nie zgadzasz, jeśli są one zgodne z polityką treści Google.

Anuluj

Dalej

Do tego Google z roku na rok zawęża narzędzia i powody służące usuwaniu negatywnych opinii. W wyniku tego warto sobie zdawać sprawę, iż właściciel wizytówki czy profilu moja firma względem konsumenta czy osoby wystawiającej opinię jest raczej na przegranej pozycji. **Nie oznacza to jednak, że jest on bezbronny.**

Google pozostawiło tylko jedno narzędzie służące do usuwania negatywnych opinii, a tak naprawdę tylko do ich oflagowania czyli zgłoszenia z tytułu jednego z poniższych powodów:

- ten wpis zawiera treści szerzące nienawiść, pełne przemocy lub nieodpowiednie,
- ten wpis zawiera reklamy lub spam,
- ten wpis jest nie na temat,
- w tym wpisie dochodzi do konfliktu interesów.

Z punktu widzenia właściciela profilu, bądź wizytówki, brakuje tu najważniejszej rzeczy, czyli możliwości merytorycznego odniesienia się do danego komentarza. Nie mamy tutaj żadnej możliwości napisania czy zgłoszenia czegokolwiek, w tym



ewentualnych uwag, nawet w przypadku posiadania dowodów celowego działania konkurencji, poprzez tworzenie negatywnych wpisów.

Jak widać na powyższym przykładzie nie ma możliwości usunięcia opinii dlatego, że jest ona negatywna.

próbą usunięcia niechcianej opinii Google, warto się zapoznać z zasadami ich publikacji. To z kolei pozwoli nam na możliwie jak najdokładniejsze scharakteryzowanie rodzaju ich naruszenia.

Poniżej przedstawiam zasady Google dotyczące publikowania komentarzy:

- nie wolno wysyłać spamu ani publikować fałszywych opinii w celu podwyższenia lub obniżenia oceny,
- nie wolno publikować treści o charakterze jednoznacznie seksualnym lub obraźliwym ani zamieszczać linków do nich,
- nie wolno publikować treści stanowiących naruszenie zasad, szerzących nienawiść, zawierających groźby lub służących do nękania innych osób ani zamieszczać linków do nich,
- nie wolno publikować ani linkować plików zawierających wirusy, plików uszkodzonych, koni trojańskich ani żadnych innych elementów o szkodliwym lub destrukcyjnym charakterze,
- nie wolno publikować żadnych materiałów naruszających prawa autorskie lub prawa własności intelektualnej innych osób,
- nie wolno podawać się za inną osobę, nieprawdziwie przedstawiać swoje relacji z inną osobą lub podmiotem ani w inny sposób fałszować takich informacji,
- nie wolno naruszać innych obowiązujących praw ani przepisów,
- nie wolno używać komentarzy jako forum reklamowego.

Możesz też skorzystać z tych wytycznych i wskazówek:

- komentarze powinny zawierać informacje przydatne dla innych użytkowników,
- komentarze powinny być jasne, przydatne i prawdziwe oraz dotyczyć opiniowanych treści,
- warto wymieniać zarówno zalety jak i wady,
- należy grzecznie odnosić się do innych osób i ich nie atakować,
- tekst powinien być czytelny, nie należy nadużywać wielkich liter, ani znaków przystankowych,
- należy pisać zgodnie z zasadami gramatyki i sprawdzać poprawność pisowni.

Zastrzegamy sobie prawo do sprawdzania i usuwania komentarzy, które naruszają nasze zasady.

Google dopuszcza również możliwość usunięcia opinii ze względu na obowiązujące prawo. Treść tej wiadomości jest lakoniczna i brzmi dokładnie: „powinny zostać usunięte z usług Google w świetle obowiązującego prawa”.

Warto wiedzieć, że w przypadku merytorycznej i kulturalnej opinii, szanse na jej usunięcie są znikome, by nie powiedzieć żadne.



Problemy z usunięciem negatywnych opinii ?

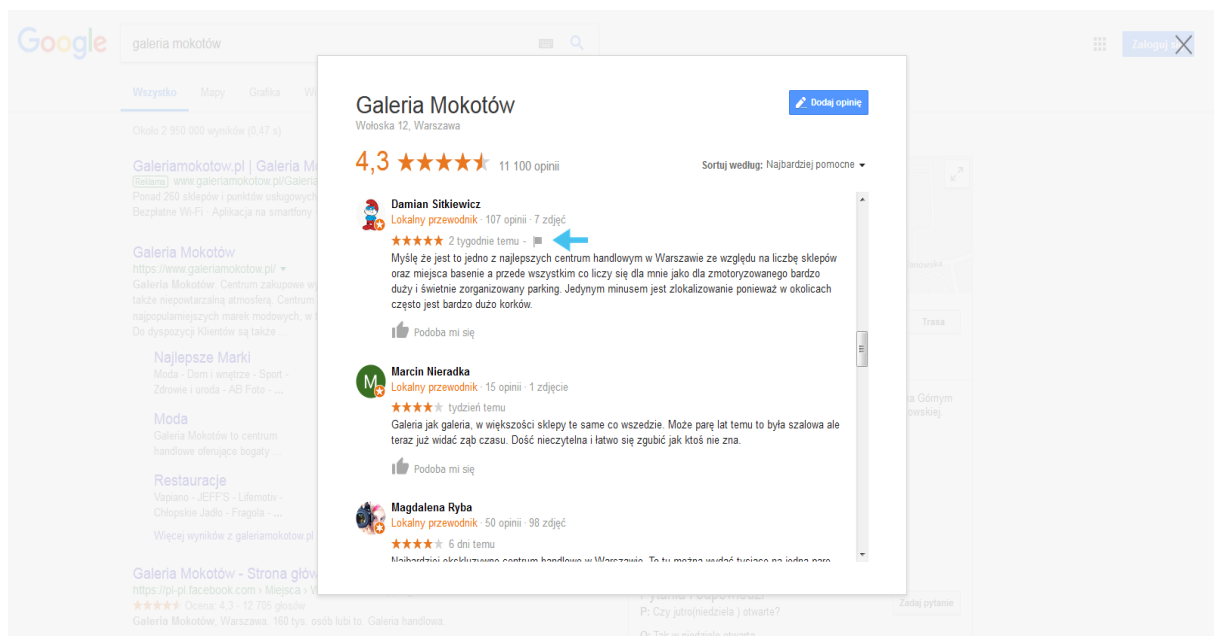
Służymy doświadczeniem i pomocą !

Zgłoszenie opinii do usunięcia można wykonać z dowolnych narzędzi:

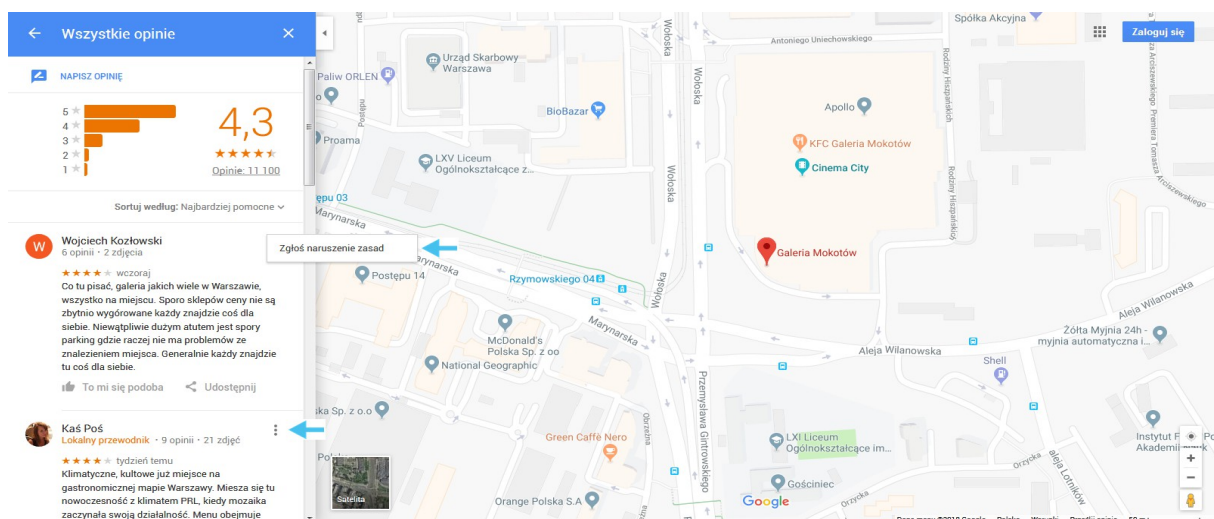
- Google
- Google Maps
- Google Moja Firma (zgłoś nieodpowiednią treść)

Poniżej prezentujemy szczegółowy poradnik, jak krok po kroku zgłosić niechcianą opinię w Google:

Zgłoszenie wykonane przez Google:



Zgłoszenie wykonane przez Google Maps:



GOOD-OPINION.PL

www.good-opinion.pl

nr tel: (+48) 531 861 756

mail: kontakt@good-opinion.pl

str. 18

Zgłoszenie wykonane przez Google Moja Firma:

Bez względu na rodzaj użytego narzędzia, zawsze zostaniemy przekierkownikami do tego samego panelu „Zgłoszenia naruszenia zasad”:

Zgłoszenia możemy dokonać po wcześniejszym uzupełnieniu adresu e-mail oraz rodzaju naruszenia. Po jego wykonaniu **pozostaje nam jedynie oczekiwanie na efekty.**



Inne metody usuwania negatywnych opinii

Do pozostałych metod usuwania negatywnych opinii w Google, należą wszystkie techniki negocjacji i pracy z osobą ją wystawiającą, czyli w pewnym sensie metody socjotechniczne. Z definicji, socjotechnika to rodzaj manipulacji człowiekiem do osiągnięcia swoich jasno sprecyzowanych i ukrytych celów. **Jak pisaliśmy we wcześniejszych rozdziałach „[Jak zmienić wystawioną opinię w Google?](#)” oraz „[Jak usunąć wystawioną opinię w Google?](#)”, osoba wystawiająca opinie ma prawo do jej usunięcia oraz dowolnej jej edycji.** Będziemy więc dążyć do osiągnięcia tych właśnie celów, starając się przy tym, by osoba pisząca negatywną opinię sama ją usunęła lub zamieniła na pozytywną.

Z naszego doświadczenia wynika, iż profesjonalnie poprowadzone negocjacje, przynoszą zaskakująco dobre wyniki i stanowią jedną z najskuteczniejszych metod usuwania negatywnych opinii.

Oczywiście w przypadku celowych, nieuczciwych działań konkurencji, usunięcie negatywnych i nieprawdziwych opinii może nie być łatwe. Odpowiednie ustosunkowanie się do nich, zawsze w sposób merytoryczny i wysoce kulturalny, da innym użytkownikom informację, iż dana opinia jest bezzasadna i nieprawdziwa. Jednakże profesjonalnie prowadzone działania mogą dać nam wiele cennych informacji, które z kolei możemy wykorzystać do innych, dalszych działań, zmierzających do osiągnięcia celu.

Pamiętaj:

Przed rozpoczęciem jakichkolwiek działań, wszystko dobrze i szczegółowo przemyśl. Pamiętaj, że część Twoich posunięć może zaowocować skutkami, których nie będziesz mógł cofnąć. **Postępuj więc rozważnie** i pamiętaj, że w tym przypadku emocje i pośpiech nie są Twoim dobrym doradcą.

Przed rozpoczęciem działań czyli odpisaniem, pamiętaj o głównych zasadach:

- Każda Twoja odpowiedź będzie widoczna dla innych;
- Przed publikacją odpowiedzi sprawdź poprawność pisowni, gramatyki oraz interpunkcji;
- Nigdy nie pisz całości dużymi, drukowanymi literami. W Internecie oznacza to krzyk;
- Zawsze odpowiadaj kulturalnie i merytorycznie;
- Odpowiadaj możliwie krótko i nie wdawaj się w długą dyskusję.

W odpowiedziach postaraj się:

- **Zrozumieć Klienta**

Po prostu, postaw się na miejscu Klienta i spróbuj go zrozumieć. Być może faktycznie błąd leżał po Twojej stronie, może Twój pracownik miał gorszy dzień lub coś gorzej wykonał. A może to Klient miał gorszy dzień. Spróbuj obiektywnie spojrzeć



na sytuację i wyciągnąć z niej wnioski. Pamiętaj, prawie każdy niezadowolony Klient wystawi opinię, a prawie każdy zadowolony tego już nie robi. Spróbuj więc zrozumieć czego ten Klient oczekuje. Działaj więc tak, by Klient zauważył, że Ci na nim zależy.

- **Załagodzić sytuację i nawiązać pozytywną relację**

Wyobraź sobie sytuację, w której ktoś Cię bardzo zdenerwował. Ty wówczas zareagowałeś bardzo zdecydowanie, głośno i nieuprzejmie, a ta osoba spokojnie, kulturalnie i w stonowany sposób odpowiedziała Ci mówiąc „przepraszam Pana/Panią bardzo, nie zrobiłem tego specjalnie i nie chciałem. Jeśli Pan/Pani czuje się urażony, to najmocniej przepraszam.” Jak się wtedy czujesz?. Z reguły głupio i niezręcznie, zauważając, że przesadziłeś. Klasyczna konwersja. Staraj się więc nie dać ponieść emocjom, a grzecznie i konstruktywnie nawiązać relację. Lepiej przeprosić, obrócić sytuację w żart, ale na pewno nie dać się sprowokować. Tylko w ten sposób możesz załagodzić sytuację.

- **Podziękować za negatywną opinię, wskazanie problemu.**

Dziękując Klientowi za negatywną opinię dajesz mu do zrozumienia, że liczysz się z jego zdaniem, jak i z jego osobą. Pokazujesz w ten sposób, że dbasz o wizerunek swojej firmy i o swoich Klientów. Jednocześnie dajesz do zrozumienia, że każda negatywna opinia jest dla Ciebie bardzo ważna, ponieważ właśnie dzięki niej, dowiadujesz się na co możesz zwrócić uwagę i co ewentualnie poprawić. Wtedy traktujesz taką osobę jak „partnera” pozwalającego Ci coś dostrzec i zrozumieć oraz podnieść jakość swoich usług. Jeśli autor negatywnej opinii zrozumie Twoją odpowiedź w ten sposób, to będzie dużo bardziej skory do współpracy.

Dodatковым i bardzo ważnym atutem tego rozwiązania jest fakt, iż naszą odpowiedź ujrzą również pozostali użytkownicy, w tym potencjalni klienci, dla których taki przekaz będzie bardzo podnosił wartość i reputację marki.

- **Przeprosić**

O mechanizmie działania przeprosin pisaliśmy już wyżej, w punkcie jak załagodzić sytuację i nawiązać pozytywną relację. Oczywiście przepraszamy w sytuacji, kiedy faktycznie dane zdarzenie miało miejsce. To również zależy od rodzaju polityki wizerunkowej danej firmy. Każdy z nas będąc urażonym pozytywnie reaguje na słowa przeprosin. To po prostu działa.

- **Przenieść rozmowę na prywatny telefon lub e-mail**

Przeniesienie rozmowy na prywatną płaszczyznę przynosi same korzyści. Wykonane w odpowiedni sposób daje innym do zrozumienia, że staramy się konkretnie rozwiązać dany problem. Przez fakt, iż dalsze działania nie są już widoczne na forum, otwiera to nam możliwości swobodniejszych negocjacji i rozmów. Jest to również najlepszy czas i miejsce, żeby zaproponować zadośćuczynienie, zniżkę czy ewentualnie jakiś bonus. W innym przypadku, proponując to na przykład na forum, możemy narazić się na celowe działanie nieuczciwych ludzi, zmierzające do wyłudzenia zniżek czy osiągnięcia innych korzyści.



Gdy zastosujesz się do powyższych zasad i całość operacji przeprowadzisz w sposób profesjonalny i z wyczuciem, szansa na usunięcie negatywnego komentarza będzie bardzo duża.

Zdarzy się czasem, że w wyniku Twojej odpowiedzi nie spotkasz się już z żadną reakcją z drugiej strony. Na to nie masz już wpływu i nie jesteś w stanie nic zrobić. Możesz ją ponownie zgłosić do usunięcia i **czekać na ewentualną reakcję Google lub zgłosić się do nas...**

ODPOWIADAJ RÓWNIEŻ NA POZYTYWNE OPINIE !

Warto też odpowiadać na pozytywne opinie klientów. To zawsze polepsza i ociepla wizerunek Twojej firmy w oczach pozostałych klientów. Wówczas widzą oni, że opinie innych klientów nie są Ci obojętne i jesteś osobą której zależy na firmie jak i na jej wizerunku.

W ramach świadczonych usług prowadzimy również działania z zakresu zarządzania kryzysowego



NASZE MOŻLIWOŚCI – OFERTA

PODNOŚĄĆ ŚREDNIĄ OCENĘ FIRMY

uwiarygadniamy jej produkty i jakość w oczach potencjalnych Klientów.

Każdy z naszych klientów, odnotowuje **stały co miesięczny wzrost ilości opinii**, w szczególności **znaczny wzrost jej średniej !**

Celem naszych działań jest znaczne poprawienie wizerunku i ochrona reputacji Klienta w Google.

Podnosząc średnią ocenę firmy dążymy także do **usuwania nieprawdziwych, negatywnych opinii.**

Nasza wiedza i wieloletnie doświadczenie pozwalają nam na skuteczne zarządzanie usługą Moja Firma. Działania nasze skupiają się tylko na dopuszczalnych i sprawdzonych metodach zachęcających klientów do wystawiania odpowiednich opinii. Automatycznie reagujemy na wszelkie nieprawdziwe i negatywne opinie dążąc do ich usunięcia. Posiadając dostęp administracyjny, możemy również prowadzić dwukierunkową komunikację z Klientem.

Dzięki nam możesz skutecznie wyróżnić i zabezpieczyć swoją firmę a im więcej pozytywnych opinii będziesz posiadał tym więcej osób skorzysta z Twoich usług

Pozytywne opinie rozwiewają wszelkie ewentualne wątpliwości dotyczące Twojej firmy.

Każdy z naszych Klientów otrzymuje comiesięczny szczegółowy **raport zmian średniej oceny oraz ilości opinii**. Raport zawiera również wszystkie dane statystyczne, przejrzyste wykresy oraz alerty o celowych działaniach konkurencji. W raportach informujemy również o usunięciach negatywnych jednogwiazdkowych opinii.



Poniżej, przykładowy raport zarządzania reputacją:

Raport dla strony: www.

Podsumowanie raportu:

Początek okresu: 1.01.2018 r.
Koniec okresu: 31.01.2018 r.

Podsumowanie opinii:

Średnia: 3,4	Opinii: 143
Średnia: 3,8	Opinii: 189

Uwagi:

Miesięczny zmiana średniej oceny: **0,4** ↑

Miesięczny zmiana ilości opinii: **46** ↑

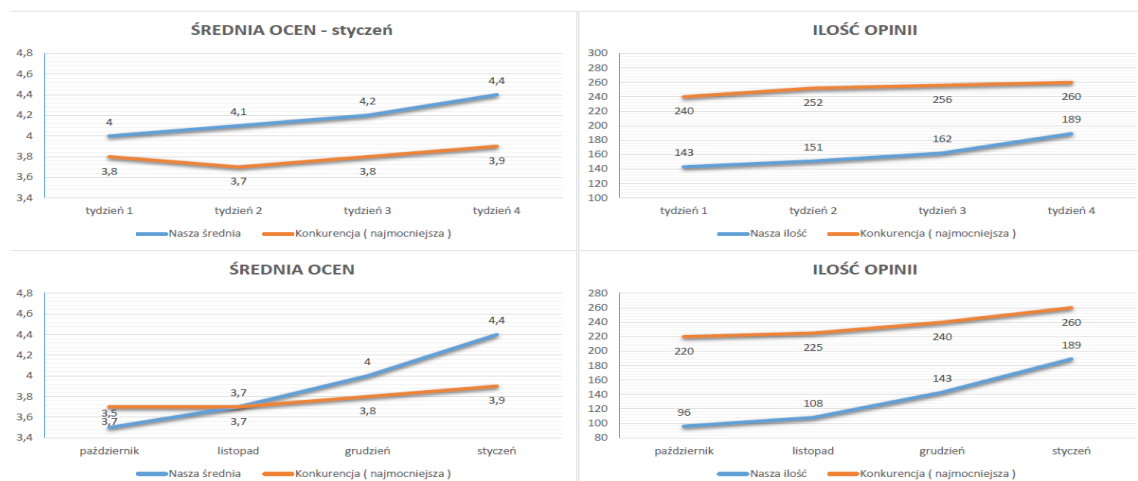
Odnotowaliśmy wzrost negatywnych działań konkurencji.
Usunęliśmy **6 jednogwiazdkowych opinii** wskazujących na celowe działania.

1 | Strona

Na specjalne życzenie istnieje możliwość generowania raportów z porównaniem zmian naszego Klienta względem zmian jego konkurencji.

Druga strona raportu:

Raport dla strony: www.



2 | Strona



GOOD-OPINION.PL

www.good-opinion.pl

nr tel: (+48) 531 861 756

mail: kontakt@good-opinion.pl

str. 24

Ile to kosztuje?

- Wbrew pozorom niewiele i pamiętaj, że to inwestycja która zawsze się zwraca.
- Pakiety rozwiązań od 300 zł miesięcznie.
- Gotowe rozwiązania **dla firm korporacyjnych o rozpoznawalnych markach.**
- Gotowe rozwiązania **dla branży turystycznej i gastronomicznej.**

Wycena:

- Do wyceny wystarczy nam tylko nazwa domeny bądź wizytówki Google.
- Wszelkie uwagi w tym odnośnie konkurencji będą mile widziane.
- Standardowej wyceny dokonujemy w przeciągu 48 godzin.

Kontakt:

- (+48) 531 861 756
- kontakt@good-opinion.pl

Co otrzymujesz?

- Stałe monitorowanie recenzji i ich średniej ocen.
- Reagowanie na negatywne wpisy.
- Stałe **podnoszenie średniej oceny opinii.**
- Stałe podnoszenie ilości opinii.
- Co miesięczne szczegółowe raportowanie.
- Pełną opiekę i stały kontakt.
- Spokój i bezpieczeństwo.
- Poprawę wizerunku firmy.

Zawsze zmierzamy do osiągnięcia, wskazanej dla danej branży średniej opinii o odpowiednio **wysokim i satysfakcjonującym współczynniku na przykład 4,6 do 4,8** przy jednoczesnym zwiększeniu ilości wystawionych recenzji. Dbamy również o jakość treści merytorycznych dostarczanych ocenach.

W przypadku pojawienia się opinii fałszywych, negatywnych, obraźliwych czy będących wynikiem działań konkurencji, uruchamiamy odpowiednie procedury kryzysowe zmierzające do ich sprostowania lub usunięcia.



Wszelkie prawa zastrzeżone. Poradnik może być powielany i rozpowszechniany jedynie w oryginale i w całości. Kopiowanie i rozpowszechnianie fragmentów, zabronione. Wszelkie znaki towarowe, znaki graficzne, nazwy własne, logotypy i inne dane są chronione prawem autorskim i należą do ich właścicieli.

Rok 2018

Autor: Zespół Good Opinion



GOOD-OPINION.PL

www.good-opinion.pl

nr tel: (+48) 531 861 756

mail: kontakt@good-opinion.pl

str. 26