



MEJORA TU COMERCIO CON LAS RESEÑAS DE TUS CLIENTES

Posted on 5 agosto, 2024

El antiguo boca a boca ahora se llama marketing de recomendación, y es necesario que lo apliques en tu comercio. [Más del 90% de los consumidores](#) confían en las recomendaciones de amigos y familiares por encima de cualquier otro tipo de marketing.

¿Cómo se comporta el consumidor ante una reseña?

El 83% de las personas afirma que revisa regularmente o con mucha frecuencia las reseñas antes de realizar compras en línea, mientras que el 60% también lo hace antes de comprar en una tienda física. Sin embargo, lo que realmente los motiva a concretar la compra es una calificación de 4/5 (en un 61% de los casos), además de optar siempre por el producto que tenga la mayor cantidad de reseñas, preferiblemente reseñas largas y detalladas.

Dos de cada tres consumidores confían en las reseñas, y un 60% confía aún más en ellas si incluyen alguna crítica negativa, ya que consideran que esto les brinda una

mayor credibilidad. Además, cuando se trata de reseñas negativas, los consumidores se vuelven más exigentes. En este sentido, el 94% espera recibir una respuesta, ya sea en forma de mejora en el producto o servicio, un descuento o una disculpa sincera.

Dado que los testimonios y reseñas pueden incrementar tus ventas y generar confianza en tu comercio, debes prestarles mucha atención.

Reseñas de Google

Ya se pueden conseguir reseñas en prácticamente todas las plataformas, pero, sin dudarlo, donde se debe estar es en Google. Son las menciones y recomendaciones que realizan los usuarios sobre tu empresa, y es de las primeras cosas que podrá ver aquel que te esté buscando.

Hemos comentado antes la importancia de las reseñas para influir en las decisiones de otros clientes, pero no te olvides del SEO: Google las tiene en cuenta para tu posicionamiento.

Las reseñas por excelencia son las de Google My Business, son las que aparecen en la búsqueda de Google de forma automática, así que si aún no tienes ficha de tu comercio, debe ser tu próxima tarea.

4 ideas para conseguir reseñas de Google para tu tienda física.

Para una tienda online el concepto de las reseñas es un poco diferente, puesto que podrás incluir diferentes plugin que te ayuden con esto. Si lo que tienes es una tienda física, te proponemos algunas ideas para conseguir reseñas:

La primera es la más sencilla de todas, incluso es obvia, pero a veces lo más sencillo es justo aquello que se nos olvida: pide a tus clientes, empleados, proveedores y colaboradores que opinen sobre tu empresa. Los clientes satisfechos, y a los que trabajan contigo a diario serán una gran oportunidad para conseguir tus primeras reseñas.

Los clientes satisfechos serán tus mejores aliados, y sus reseñas te posicionarán por encima de tu competencia. Al terminar una venta, pide a ese cliente que se va

contento de tu empresa que te deje una reseña.

Pídelas en tus redes sociales. Seguro que llegas a muchos clientes a través de Facebook o Instagram por ejemplo, y puedes utilizar estas plataformas para crear un post animando a opinar sobre tu empresa, con la ventaja de que en el cuerpo del texto podrás dejar el enlace directo a tu ficha de Google My Business.

Incluye la petición en el pie de tus email. Sencillo y directo, cada vez que un cliente reciba un email podrás pedirle una valoración. Ojo, estudia bien en qué tipo de emails lo incluyes.

Coloca un cartel o pegatina en tu tienda física animando a dejar una reseña. Puedes crear un qr que lleve directamente a tu ficha de empresa de Google My Business para facilitar a tus clientes la tarea.

¿Cómo contestar a las reseñas?

Es verdad que necesitas reseñas, y para demostrar que de verdad eres recomendable lo ideal es que las contestes, pero ojo con esto, piensa antes de contestar y define un plan, ten en cuenta que algunas reseñas serán negativas y no van a gustarte.

Lo primero y más importante, no te precipites. Se recomienda no demorar la respuesta demasiado, pero siempre, antes de contestar piensa bien en lo que vas a responder, porque eso también da una imagen de tu marca.

Siempre, siempre, has de responder de forma educada y con profesionalidad. El modo en que respondas ayudará aún más a que un cliente confíe en ti y en tu marca. Ante una valoración negativa justa, pide disculpas si es necesario y sobre todo, ofrece solución al usuario.

En resumen, anima y motiva a que realicen reseñas sobre tu comercio y notarás los beneficios.