



Amplifica le tue recensioni in 6 mosse

La guida definitiva per massimizzare
la visibilità delle tue recensioni certificate

Dove e come posso usare le mie recensioni certificate?

Ovunque e in qualunque modo, più o meno creativo 😊



Le recensioni certificate possono essere **utilizzate in tutti i canali di comunicazione online e offline**, sono uno strumento duttile, efficace e capace di prestarsi alle più diverse situazioni.

1. Il proprio sito web
2. Le newsletter
3. I social network
4. La propria firma email
5. Forum e web
6. Offline

Per uno shop online il proprio sito è come una casa in cui si ospitano i potenziali clienti.

Quindi consentire loro di leggere le recensioni è come dare la certezza che saranno bene accolti.



Le recensioni possono essere mostrate in più modi: attraverso elementi grafici di rimando (come i widget di un servizio di recensioni certificate), ma anche in una pagina apposita e personalizzata che le presenti al meglio.

È importante, poi, distinguere le recensioni sullo shop da quelle dei prodotti che vende: le recensioni sui prodotti possono essere inserite nelle relative pagine dei prodotti, in modo da favorire ulteriormente l'acquisto e da consentire un migliore posizionamento delle pagine di prodotto nei risultati organici dei motori di ricerca.

La cosa importante, in entrambi i casi, è che le recensioni abbiano la giusta visibilità: un piccolo elemento grafico che rimandi alle opinioni o delle stelline in dimensioni difficilmente apprezzabili non sortirà, verosimilmente, l'effetto sperato, mentre garantire un giusto spazio, pur mantenendo l'equilibrio generale del proprio sito, sarà più proficuo.

Una modalità di comunicazione prediletta dagli shop online e uno dei canali migliori per veicolare in modo efficace le recensioni.

Si può pensare di inviare una newsletter **ai propri clienti abituali ringraziandoli** in occasione di un particolare risultato raggiunto (un'ottima media, o una soglia importante nel numero dei feedback raccolti), favorendo in questo modo il senso di appartenenza e il rapporto con lo shop.



Si può, inoltre, inviare una newsletter ai clienti potenziali lasciando che siano le opinioni di chi li ha preceduti a convincerli del valore del proprio shop e delle esperienze di acquisto che propone.

Le recensioni sono, del resto, un elemento duttile: possono essere facilmente inserite all'interno di comunicazioni che vertono su altri argomenti, a rafforzare quegli argomenti o a completare a prescindere l'immagine dello shop.

Sono una vetrina, davanti alla quale ogni giorno passano centinaia, migliaia di persone.

Più la vetrina è accattivante, più le persone saranno interessate a entrare e a sapere di più.

Condividere le recensioni raccolte dal proprio shop nelle proprie pagine social è quindi un'opportunità importante e da non sottovalutare.

Si può pensare di creare uno spazio che contenga tutte le recensioni raccolte (ad esempio su Facebook attraverso un'app), ma si può anche scegliere di condividere occasionalmente solo alcuni feedback, i più particolari, o i più significativi, magari coinvolgendo chi li ha lasciati, se lo consente.

In questo modo si aumenteranno sia il valore sia il dinamismo della propria presenza sui social, che diventerà unica e non replicabile da altri.



Quante mail vengono mandate ogni giorno, a clienti, potenziali clienti, o semplici curiosi?

E in quante di queste mail si riesce a far davvero emergere lo spirito o le potenzialità del proprio shop online o del servizio offerto?



Mario Rossi

Email m.rossi@esempio.it
Mobile 987-654-321
Via Italia, 30 – 20100 Milano


Leggi le mie
73 recensioni

Per chi vuole avere l'opportunità di farsi conoscere in modo diverso anche solo mandando una mail, c'è la possibilità di farlo attraverso le recensioni: **è sufficiente un link nella propria firma che rimandi ad una pagina pubblica contenente le recensioni** e tutti i destinatari delle proprie comunicazioni potranno leggere le opinioni rilasciate sul proprio shop online

Internet è il mondo del dialogo, delle conversazioni

Migliaia di utenti che possono non conoscersi tra loro e che nonostante questo **si scambiano domande, risposte e consigli.**



Entrare in queste conversazioni è fondamentale per captare i trend del proprio settore e per riuscire a far parlare di sé.



Come? Facendo in modo che un **link che rimandi ai propri feedback** venga diffuso, a rispondere con le opinioni a dubbi, esigenze o necessità di informazioni.

I **forum** sono pieni di domande che non aspettano altro che una risposta convincente e articolata.

Biglietti da visita

Quando si offre il proprio biglietto da visita si dice in sintesi qualcosa di sé, ma si è costretti a farlo in poche righe, con il rischio di non dire tutto o di tralasciare dettagli importanti.



Aggiungere le recensioni al proprio biglietto da visita (magari attraverso un link o un QR code) è un buon modo per offrire un differente punto di vista, originale rispetto al solito e in continuo aggiornamento

Brochures

Le brochure sono, ancora oggi e nonostante l'imperversare del web e dei suoi strumenti, utilizzatissime dalle aziende.

Hanno, però, un limite: devono essere ristampate costantemente per essere aggiornate e sono quindi un investimento costante.

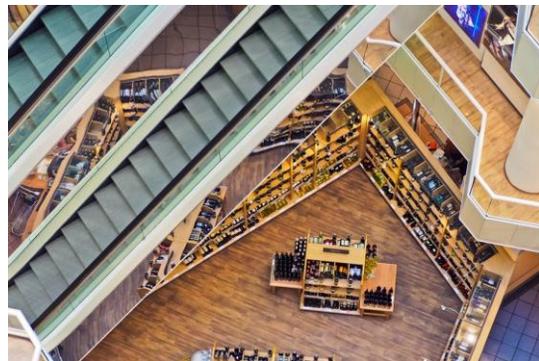


Per fare in modo che restino attuali, possono essere completate con un link o un QR code che rimandi a una pagina web che raccolga le recensioni ricevute: in questo modo chi legge la brochure avrà una vetrina sempre fresca sull'attività dello shop e sulla percezione che di questa hanno i suoi clienti

Nel tuo punto vendita

Gli shop che vendono online spesso hanno anche un punto vendita fisico e anche qui possono usare con successo le recensioni.

Chi entra in un negozio, infatti, non diversamente da chi fa visita a uno shop online, deve essere convinto all'acquisto, per evitare che esca a mani vuote.



Come usare le recensioni in un negozio fisico?

Lasciando spazio alla fantasia: si possono raccogliere le recensioni rendendole visibili su cartonati, oppure si possono far scorrere in uno schermo, in continuo aggiornamento.



E che dire dell'idea di creare un video che racconti la storia dietro una recensione positiva, come nell'ultima pubblicità del colosso Amazon?

L'importante è che le recensioni catturino lo sguardo e che riescano a creare coinvolgimento, in modo che i clienti, prima ancora di diventare ufficialmente tali, possano sentirsi parte della storia dello shop o desiderare di esserne protagonisti.



Grazie per il tuo interesse.

Scopri di più su **Feedaty** e su come possiamo supportarti nel tuo business.

Per informazioni

visita **feedaty.com**

o chiamaci al numero 02 871 389