

# TEKST

# KLANTENFEEDBACK VIA SOCIALE MEDIA

## INHOUD

1.	Inleiding	2
2.	Besef het belang van recensiesites	3
3.	Welke recensiesites kiezen we?	5
4.	Google Zoeken en Google Maps	7
5.	TripAdvisor	9
6.	Andere recensiesites	13
7.	Hoe ga je om met recensies?	15

# 1. Inleiding

## **Wat legt deze praktijkgids uit?**

Deze praktijkgids legt uit waarom recensiesites zo belangrijk zijn voor de kwaliteitswerking van je organisatie. Hij toont hoe je met recensiesites meer klanten kunt bereiken. Hij besteedt aandacht aan de specifieke kenmerken van de belangrijkste recensiesites.

## **Wie ben jij?**

Bij het schrijven van deze praktijkgids veronderstelden we het volgende over jou:

- je hebt al eens een recensie op bijvoorbeeld TripAdvisor of Google Maps van dichtbij gezien
- je bent in het bezit van een smartphone of overweegt er een te kopen.

## **Hoe lees je deze praktijkgids?**

Je kunt deze praktijkgids als één geheel lezen. Hij begint en eindigt met enkele algemene principes en besteedt in het midden aandacht aan de verschillende recensiesites.

Je kunt de praktijkgids ook lezen zoals je wil. Je leest dan enkel de stukken die je nodig hebt, in de volgorde die je wil. Lees dan in elk geval hoofdstuk 6 (*Hoe ga je om met recensies?*). Dit hoofdstuk is van toepassing op alle recensiesites waarop je actief bent.

## 2. Besef het belang van recensiesites

### In dit hoofdstuk:

- het belang van recensiesites en hun relatie tot sociale media
- de impact van Google en smartphones op recensiesites

### MONDIGE KLANTEN

Klanten zijn zeer mondig geworden. In deze internettijden kunnen ze heel makkelijk – er is geen geld of technische kennis voor nodig – over welk onderwerp dan ook hun mening geven.

Dat doen ze op de eerste plaats op sociale media. Recensiesites bouwen voort op de enorme dynamiek die sociale media zo kenmerkt: mensen geven er massaal hun mening, over een koelkast die ze hebben gekocht, een hotel waar ze hebben geslapen (of juist niet hebben geslapen) of een rondleiding die ze hebben gevolgd.

In Antwerpen schrijft 4 procent van de hotelgasten een recensie over zijn overnachting, in Gent 5 procent en in Brugge zelfs 7 procent.

### MOND-TOT-MONDRECLAME

Mond-tot-mondreclame is altijd belangrijk geweest voor de communicatie en promotie van een organisatie. Door sociale media en recensiesites is de impact van die mond-tot-mondreclame enorm toegenomen. Een commentaar over je rondleiding bereikt nu ineens duizenden mensen.

De kracht van mond-tot-reclame is zijn geloofwaardigheid. Een recensie is een stuk geloofwaardiger dan traditionele promotie. Als 80 van je 100 klanten zegt tevreden te zijn over je rondleiding, dan zal dat veel meer effect sorteren dan wanneer je zelf zegt hoe fantastisch die rondleiding wel is.

### NOODZAKELIJKE FILTER

Die mond-tot-mondreclame wordt steeds belangrijker in de manier waarop we informatie zoeken: het is een noodzakelijke filter geworden. Door de komst van het internet kampen we namelijk met een overdaad aan informatie. We kunnen dat allemaal onmogelijk nog slikken. Iedereen skipt reclame, spammails... Hoe kan een potentiële klant nu de juiste keuze maken uit de vele rondleidingen die hem worden aangeboden?

Recensiesites bieden een uitweg: ze filteren informatie. De klant zoekt op de eerste plaats naar rondleidingen met goede beoordelingen. Wanneer hij bijvoorbeeld op “rondleidingen” zoekt op TripAdvisor, dan verschijnen de organisaties met de beste beoordelingen bovenaan.

95 procent van de toeristen leest eerst recensies voor ze een hotel boekt; 70 procent bekijkt tot 20 recensies in de planningsfase. 80 procent van de TripAdvisor-gebruikers bekijkt meestal of altijd recensies voor ze een attractie boeken.

### DE MACHT VAN GOOGLE

Die filter begint al zijn werk te doen op Google, nog steeds de belangrijkste toegangspoort tot het internet. Zodra iemand je organisatie zoekt op Google Zoeken of Google Maps, ziet hij meteen de beoordelingen en recensies die klanten op Google hebben achtergelaten. En bij de zoekresultaten duikt vaak je vermelding op TripAdvisor op, met de gemiddelde score er meteen bij.

## DE MACHT VAN DE SMARTPHONE

Steeds meer mensen hebben een smartphone en gebruiken die steeds vaker wanneer ze op reis gaan. Hun favoriete apps zijn dan Google Maps, TripAdvisor, Foursquare en Yelp. Ze gebruiken die niet alleen om ergens te slapen, eten of drinken, maar ook om plaatsen te bezoeken zoals musea en openbare plaatsen waar je rondleidingen kunt volgen.

De gps-functie, tegenwoordig standaard in een smartphone, heeft het gebruiksgemak van deze apps enorm doen toenemen. De gebruiker ziet nu meteen of er een museum of gidsenorganisatie in de buurt is en wat vorige klanten ervan vonden. Door die combinatie van kaarten en voortdurend geactualiseerde gebruikersinformatie horen Google Maps en TripAdvisor tot de meest gebruikte apps ter wereld.

### 3. Welke recensiesites kiezen we?

In dit hoofdstuk:

- de sterke punten van de verschillende recensiesites

#### GOOGLE ZOEKEN EN GOOGLE MAPS

Google is de meest gebruikte zoekmachine ter wereld. Naast de klassieke zoekfunctie (Google Zoeken) heeft Google heel wat populaire nevenproducten ontwikkeld, zoals Google Maps.

Zowel op Google Zoeken als op Google Maps verschijnen aan de zijkant recensies wanneer gebruikers er naar je organisatie zoeken. Alleen al daarom moet je organisatie op Google aanwezig zijn (via Google Mijn Bedrijf).

Google Zoeken is immers de plaats waar de meeste internetgebruikers hun zoektocht naar informatie beginnen. Google Maps is de meest gebruikte kaartenapp ter wereld; de mobiele versie staat elk jaar in de top tien van meest gedownloadede apps ter wereld.

#### TRIPADVISOR

TripAdvisor is de grootste toeristische recensiesite ter wereld.

TripAdvisor noemt zichzelf “de grootste reiswebsite ter wereld” en dat is niets overdreven. Het telt 390 miljoen maandelijkse bezoekers. Die hebben er ondertussen meer dan 500 miljoen beoordelingen en recensies achtergelaten.

Zeker als je buitenlandse toeristen wil lokken, is TripAdvisor onmisbaar. Wie op zoek gaat naar geloofwaardige informatie over een toeristische bestemming, zal vaak bij TripAdvisor uitkomen. Ook als hij informatie ophaalt via Google Zoeken, staat de TripAdvisor-vermelding van de bestemming dikwijls hoog in de zoekresultaten. Hoe meer (goede) recensies op TripAdvisor, hoe hoger je rangschikking op Google, en hoe meer informatie Google toont.

Niet onbelangrijk: de recensies van TripAdvisor verschijnen bij heel wat plaatsen op Apple Maps, de kaartenapp van Apple die door iPhone-gebruikers vaak geraadpleegd wordt. Het is niet duidelijk welke criteria Apple hanteert om voor een bepaalde plaats gegevens uit TripAdvisor te halen en voor een andere plaats gegevens uit Yelp of Foursquare.

#### FACEBOOK

Facebook is het grootste sociale medium ter wereld.

Ook op je Facebookpagina kunnen gebruikers nu beoordelingen (maximum 5 sterren) en recensies plaatsen van je organisatie. Bovendien gaan Facebookgebruikers je organisatie ook in gewone berichten beoordelen, berichten waarop vaak reacties komen van andere gebruikers.

Facebook is op zich geen echte recensiesite, maar het is wel het sociale medium met het grootste aantal gebruikers, wereldwijd bijna 2 miljard, in België alleen al 7 miljoen. Samen met je website vormt je Facebookpagina de ruggengraat van je communicatie. De impact van de beoordelingen en recensies die je op Facebook krijgt, is dus niet te onderschatten.

Ook Google toont nu bij de zoekresultaten een link naar de Facebook-recensies.

## YELP

Yelp is een recensiesite die zich niet tot toerisme beperkt, maar ook vaak door toeristen wordt gebruikt.

Yelp is een stuk kleiner dan TripAdvisor, maar wordt maandelijks nog altijd door 142 miljoen mensen bezocht. Na TripAdvisor een belangrijk kanaal om buitenlandse klanten aan te trekken.

Ook hier niet onbelangrijk: de recensies van Yelp verschijnen bij heel wat plaatsen op Apple Maps. Het is niet duidelijk welke criteria Apple hanteert om voor een bepaalde plaats gegevens uit Yelp te halen en voor een andere plaats gegevens uit TripAdvisor of Foursquare.

## FOURSQUARE

Foursquare is een recensiesites die vooral als mobiele app populair is.

Foursquare, dat 50 miljoen gebruikers telt, vraagt niet alleen recensies maar ook tips van gebruikers. Dat komt vaak op hetzelfde neer natuurlijk, maar Foursquare heeft een bijzondere dynamiek omdat er via een zuster-app, Swarm, een spelletje aan gekoppeld is.

Op Swarm verdienen mensen punten door telkens op de app in te checken als ze op een bepaalde plaats aanwezig zijn. Je krijgt zo meteen te zien hoe populair een bepaalde plaats is. Je ziet ook meteen wie van je Swarm-vrienden al op een bepaalde plaats heeft ingecheckt. Om die reden kan Foursquare een instrument zijn om binnenlandse klanten te lokken.

Hoe vaker de Swarm-gebruiker tijdens een bepaalde periode incheckt, hoe meer punten hij krijgt. De gebruiker komt zo in een rangschikking terecht met gebruikers die hij kent. Wie het vaakst incheckt op een bepaalde plaats, wordt bovendien burgemeester van die plaats.

Ook hier niet onbelangrijk: de recensies van Foursquare verschijnen bij heel wat plaatsen van Apple Maps. Het is niet duidelijk welke criteria Apple hanteert om voor een bepaalde plaats gegevens uit Foursquare te halen en voor een andere plaats gegevens uit TripAdvisor of Yelp.

## STUUR JE KLANTEN

Je klanten kunnen op verschillende sites evaluaties plaatsen. Ga dus regelmatig langs op de belangrijkste recensiesites en stel zeker overal je meldingen in.

Daarnaast kun je je klanten ook sturen. Ga na op welke site bepaalde doelgroepen vaker evaluaties plaatsen en stuur nieuwe klanten uit die doelgroep in eerste instantie naar die site, bijvoorbeeld via een flyer op het eind van de rondleiding of een bedankingsmail achteraf (zie ook hoofdstuk 6: *Hoe ga je om met recensies*?).

## 4. Google Zoeken en Google Maps

In dit hoofdstuk:

- je organisatie op Google Maps vermelden
- de beoordelingen van je organisatie beheren

### MELD JE AAN OP GOOGLE MIJN BEDRIJF

Om je organisatie op Google Zoeken en Google Maps te tonen moet je je organisatie eerst toevoegen aan Google Mijn Bedrijf: <https://www.google.be/intl/nl/business>.

Klik rechtsboven op *'Aan de slag'*. Eerst maak je een Google-account aan. Als je al een account hebt, bijvoorbeeld omdat je Gmail gebruikt, dan mag je daarmee aan de slag om je organisatie te vermelden. De gebruiker zal geen link zien tussen je organisatie op Google Maps en je persoonlijke Google-account.

#### Claim je organisatie

Gebruikers kunnen je organisatie al toegevoegd hebben aan Google Maps. Zoek daarom eerst je organisatie op Google Maps. Als je organisatie verschijnt, klik dan bij de gegevens links op *'Dit bedrijf claimen'*.

#### Voeg je organisatie toe

Als je organisatie niet op Google Maps verschijnt, dan voeg je je organisatie toe. Vraag dan zelf een vermelding aan, door te klikken op *'Vraag vandaag nog een vermelding aan'* onder de zoekbalk.

Als je organisatie geen publiek toegankelijk adres heeft, bijvoorbeeld omdat je rondleidingen op andere plaatsen vertrekken, dan antwoord je "ja" na "ik lever goederen of services aan klanten op hun locatie". Vervolgens geef je je servicegebied aan: de gemeente of regio waar je actief bent. Je kunt ervoor kiezen je organisatieadres niet op de kaart te laten zien.

#### **BELANGRIJK:**

Bijvoorbeeld: Vermeld zeker adres, telefoonnummer en website correct. Op basis van deze gegevens kunnen gebruikers van Google Zoeken en Google Maps je op de kaart situeren, je vanuit de mobiele app bellen of doorklikken naar je website.

#### **BELANGRIJK:**

Google Zoeken en Google Maps laten meteen zien of je open bent op het moment dat de gebruiker op Google zoekt. Vermeld daarom zeker je openingstijden. Als je soms andere openingstijden hebt, bijvoorbeeld op feestdagen, vermeld die zeker bij de rubriek afwijkende openingstijden.

#### Verifieer je organisatie

Als je je organisatie claimt of toevoegt, moet je ze ook nog verifiëren. Zo krijg alleen jij toegang tot je bedrijfsinformatie. Na verificatie koppelt Google je bedrijf aan Google Zoeken en Google Maps. Alleen geverifieerde bedrijven kunnen reageren op recensies.

Verifiëren doe je door een code in te voeren. Die krijg je meestal via de post, na 1 of 2 weken. Soms krijg je de optie om meteen per telefoon een code te krijgen. Voer je code binnen 30 dagen na ontvangst in.

## BEOORDELINGEN EN RECENSIES BEHEREN

Om je beoordelingen en recensies te beheren moet je naar het tabblad *'Reviews'* van Google Mijn Bedrijf. Daar vind je een overzicht van alle beoordelingen en recensies en kun je ook antwoorden.

Klik op *'Inbox'*. Kies de recensie waarop je wil reageren en klik op *'Weergeven en reageren'*. Schrijf je reactie en klik op *'Verzenden'*.

## MEERDERE BEHEERDERS

Je kunt je Google Mijn Bedrijf-vermelding beheren met verschillende mensen die een (persoonlijke) Google-account hebben – vergelijkbaar met het beheer van een Facebookpagina door meerdere Facebookprofielen.

In Google Mijn Bedrijf klik je linksboven op het menu met de drie streepjes en klik je vervolgens op *'Gebruikers beheren'*. Nodig via het plus-icoontje rechtsboven nieuwe beheerders uit. Selecteer de rol van de gebruiker door onder de naam op *'Eigenaar'*, *'Beheerder'* of *'Communicatiebeheerder'* te klikken. Klik op *'Uitnodigen'*.



## 5. TripAdvisor

In dit hoofdstuk:

- je organisatie op TripAdvisor vermelden
- de promotie-instrumenten van TripAdvisor gebruiken
- de beoordelingen van je organisatie beheren

### MAAK EEN ACCOUNT

Om je organisatie op TripAdvisor te vermelden, moet je eerst een persoonlijke account hebben. Je maakt een account door rechtsboven op Inschrijven te klikken. Je hoeft alleen een naam en wachtwoord op te geven.

Als je al een account hebt, bijvoorbeeld omdat je TripAdvisor al privé gebruikte, dan mag je daarmee aan de slag om je organisatie te vermelden. De gebruiker zal geen link zien tussen je organisatie op TripAdvisor en je persoonlijke beoordelingen op TripAdvisor.

### CLAIM OF VERMELD JE ORGANISATIE

#### Zoek je organisatie

Gebruikers kunnen je organisatie al beoordeeld hebben zonder dat je zelf je organisatie op TripAdvisor hebt vermeld. Ga daarom eerst naar het beheerderscentrum (Management Center - <https://www.tripadvisor.be/Owners>) en zoek je organisatie. Als je organisatie in het uitklapmenu verschijnt, klik dan op 'Claim uw bedrijf'.

#### Vraag een vermelding aan

Als je organisatie niet in de zoekresultaten van het uitklapmenu verschijnt, dan heeft niemand je al vermeld op TripAdvisor. Vraag dan zelf een vermelding aan, door te klikken op 'Vraag vandaag nog een vermelding aan' onder de zoekbalk.

Als organisatie met een gidsenwerking klik je vervolgens op 'Attracties'. Op het formulier vul je alle gegevens over je organisatie in. Als je organisatie geen vaste locatie heeft, bijvoorbeeld omdat je rondleidingen op verschillende plaats aanbiedt, dan kun je de geplande vertrektijden, de plaats van vertrek en de bestemmingen niet op TripAdvisor vermelden; daarvoor moet je de gebruiker naar je website verwijzen.

Beschrijf je attractie in maximaal 400 tekens en voeg nog enkele aanvullende gegevens toe, onder meer de categorie van je attractie (in het menu zijn onder meer bezienswaardigheden en monumenten, musea en tours opgenomen), de aanbevolen duur van het bezoek (minder dan 1 uur, 1-2 uur, 2-3 uur, meer dan 3 uur), de entree-/toegangs prijs, of de attractie voor kinderen is, of er kluisjes of andere opslagmogelijkheden zijn, of er een rolstoeltoegang is en of er toiletten, trappen en een lift zijn.

#### BELANGRIJK:

Is je organisatie foutief vermeld op TripAdvisor? Maak dan geen nieuwe vermelding aan. Dat leidt tot verwarring bij gebruikers. Ga naar het Management Center, claim je vermelding en werk de gegevens bij.

#### BELANGRIJK:

Vermeld zeker adres, telefoonnummer en website correct. Op basis van deze gegevens kunnen gebruikers van TripAdvisor je op de kaart situeren, je vanuit de mobiele app bellen of doorklikken naar je website.

## TOON TRIPADVISOR IN JE COMMUNICATIE

### Op je website

Je kunt op een eenvoudige manier je TripAdvisor-vermelding op je website laten zien via een widget. Dat is een venstertje waarop de bezoeker van je website rechtstreeks je TripAdvisor-vermelding (met bijvoorbeeld beoordelingen) op je website ziet.

Voeg een widget toe aan je website via <https://www.tripadvisor.be/Widgets>. Daar kun je uit verschillende soorten widgets kiezen. Het meest voor de hand ligt de widget die de laatste beoordelingen van je attractie toont en eventueel de awards die je hebt gekregen (Certificaat van Uitmuntendheid). Een andere interessante widget moedigt je klanten aan je attractie te beoordelen en stuurt je daarvoor meteen naar de juiste plaats op TripAdvisor.

Zodra je een widget hebt gekozen, krijg je van TripAdvisor een regel HTML-code die je aan de broncode van je website kunt toevoegen.

### Op je Facebookpagina

Nog eenvoudiger is het om TripAdvisor te integreren in je Facebookpagina. Je TripAdvisor-vermelding wordt dan een tabblad van je Facebookpagina. Zo'n tabblad vind je in het linkermenu bovenaan, net zoals je een tabblad hebt voor je foto's, je evenement en je algemene info.

Op dat tabblad vindt de bezoeker je gemiddelde score op TripAdvisor, je awards, de foto's van beoordelaars en de laatste beoordelingen. Heel belangrijk: de bezoeker kan er ook zelf een beoordeling aan toevoegen zonder je Facebookpagina te verlaten.

Voeg een widget toe aan je Facebookpagina via <https://www.tripadvisor.be/FacebookApp>. Selecteer je vermelding op TripAdvisor en klik op '*Nu installeren*'. Vervolgens selecteer je je Facebookpagina (je moet beheerder zijn van die pagina) en klik je op '*Paginatab toevoegen*'.

### Stickers en digitale vignetten

In het Management Center vind je in de rubriek Gratis tools nog meer instrumenten om je aanwezigheid op TripAdvisor in de verf te zetten. Je kunt gratis stickers en digitale vignetten met '*Beoordeel ons op TripAdvisor*' en '*Aanbevolen op TripAdvisor*' aanvragen (in verschillende talen).

De stickers kun je aanbrengen op de plaats waar je je klanten ontvangt. Doe dat op een plaats die je klant zeker ziet nadat hij een rondleiding heeft gevolgd. De digitale vignetten kun je integreren in je digitale kanalen, vooral in je website en je nieuwsbrief.

### In je e-mail of nieuwsbrief

In mailverkeer met je klanten, zowel de persoonlijke mails als de algemene nieuwsbrief, kun je je aanwezigheid op TripAdvisor benadrukken door een vignet of widget toe te voegen. Of je kunt een eenvoudige link naar je TripAdvisor-vermelding toevoegen. Of naar je TripAdvisor-app op je Facebookpagina – zo sla je twee vliegen in één klap.

## TIP

Maak van elke rondleiding een mooie groepsfoto en die stuur die nadien via een bedankingsmail naar alle deelnemers, eventueel met enkele mooie aanvullende foto's erbij. Vraag de klant in dezelfde mail een beoordeling te geven via de link naar je TripAdvisor-vermelding.

## CERTIFICAAT VAN UITMUNTENDHEID

Elk jaar reikt TripAdvisor een Certificaat van Uitmuntendheid (Award of Excellence) uit aan accommodaties en attracties die veel goede beoordelingen hebben gekregen. Eind mei brengt TripAdvisor je daarvan op de hoogte.

Om een certificaat te krijgen moet je gemiddelde beoordeling 4/5 zijn, moet je een minimaal aantal beoordelingen hebben – TripAdvisor houdt geheim hoeveel dat minimaal aantal precies is – en moet je minstens 12 maanden op TripAdvisor vermeld staan.

Als je zo'n certificaat krijgt en je hebt een kantoor dat publiek toegankelijk is, vraag zeker een gedrukt exemplaar en een raamsticker aan en bevestig die aan je raam of deur. Voor toevallige passanten kan zo'n sticker een extra motivatie zijn om binnen te komen.

Op je website kun je ook een Certificaat van Uitmuntendheid-widget toevoegen. En ook op de TripAdvisor-app op je Facebookpagina kun je je certificaat laten zien.

## BEOORDELINGEN EN RECENSIES BEHEREN

De beoordelingen en recensies van je organisatie vind je als je op de vermelding van je organisatie gaat kijken. Dat is de plaats waar ook andere gebruikers van TripAdvisor die beoordelingen kunnen zien. Hier kun je als beheerder niet antwoorden op de recensies.

Om je beoordelingen en recensies te beheren moet je naar het '*Management Center*'. Onder het tabblad '*Beoordelingen*' vind je een overzicht van alle beoordelingen en recensies. Open de recensie waarop je wil reageren (aan de linkerkant van het scherm), schrijf je reactie en klik op '*Verzenden*'.

## MEERDERE BEHEERDERS

Je kunt je TripAdvisor-vermelding beheren met verschillende mensen die een (persoonlijke) TripAdvisor-account hebben – vergelijkbaar met het beheer van een Facebookpagina door meerdere Facebookprofielen.

In het Management Center ga je naar Gebruikerstoegang beheren onder het tabblad '*Profiel*'. Daar vind je iedereen die toegang heeft tot de TripAdvisor-vermelding van je organisatie. Om een nieuwe gebruiker uit te nodigen, klik je op de plus-knop, voeg je het e-mailadres van de nieuwe gebruiker toe en klik je op '*Uitnodiging verzenden*'.

## RECHTSTREEKS BOEKEN VIA VIATOR

Op TripAdvisor kunnen reizigers ook rechtstreeks een rondleiding bij je boeken. Dat gebeurt via Viator ([www.viator.com](http://www.viator.com)), een dochterbedrijf van TripAdvisor. Bij attracties met een Viator-account zien gebruikers meteen een knop waarmee ze de attractie kunnen boeken.

Een account op Viator aanmaken, via <https://supplier.viator.com/signup.jspx>, is gratis. Klanten boeken rechtstreeks bij Viator. De prijs die de klant betaalt stel je zelf vast, maar op elke boeking houdt Viator een percentage in.

Er zijn uiteraard nog andere sites waarop klanten je rondleidingen en attracties online kunnen boeken, onder meer [Getyourguide.com](http://Getyourguide.com), [Meetrip.com](http://Meetrip.com), [Toursbylocals.com](http://Toursbylocals.com) en [Tourmega.com](http://Tourmega.com).



## 6. Andere recensiesites

### FACEBOOK

#### Tabblad en sterren

Facebook toont de recensies en beoordelingen via een tabblad, een van de mogelijkheden in het linkermenu van je startpagina. Rechts op je startpagina, net onder de omslagfoto, vind je het gemiddelde van de sterrenbeoordelingen. Door op dat gemiddelde te klikken kom je eveneens op de recensies en beoordelingen.

#### Beoordelingen en recensies inschakelen

Om beoordelingen en recensies in te schakelen op je Facebookpagina klik je op '*Instellingen*' rechts bovenaan op je pagina. Ga naar '*Pagina bewerken*', kies bij '*Recensies weergeven*' voor '*Aan*' en klik op '*Opslaan*'.

Als beoordelingen en recensies zijn uitgeschakeld, vraagt Facebook je soms op je startpagina om een tabblad recensies toe te voegen. Klik in dat geval op '*Tabblad toevoegen*'.

#### Beoordelingen en recensies beheren

Op Facebook kun je reageren op recensies op het tabblad '*Recensies*'.

### YELP

#### Zakelijke account

Gebruikers kunnen je organisatie al beoordeeld hebben zonder dat je zelf je organisatie op Yelp hebt vermeld. Zoek daarom eerst je organisatie via Yelp Zakelijke Accounts: <https://nl.biz.yelp.be>.

Als je organisatie bij de resultaten verschijnt, klik rechts op '*Claim dit bedrijf*'. Yelp vraagt je vervolgens een e-mailadres en start de procedure om een zakelijk account aan te maken.

Als Yelp je organisatie niet vindt, klik je op '*Je bedrijf toevoegen aan Yelp*'. Vul de gegevens van je organisatie in. Als je bij de categorieën rondleidingen invult, stelt Yelp je voor dat te specificeren, bijvoorbeeld kunstrondleidingen, historische rondleidingen of architecturale rondleidingen.

#### TIP:

Yelp heeft een aparte mobiele app voor zakelijke accounts. Via die app kun je meteen reageren op recensies.

#### BELANGRIJK:

Om je account te verifiëren kan Yelp het telefoonnummer bellen dat op je bedrijfspagina staat. Blijf tijdens de registratie in de buurt van de telefoon om die te kunnen beantwoorden.

### **Zoeken via persoonlijke account**

Als je al een persoonlijke account hebt omdat je Yelp al privé gebruikte, dan kun je ook naar je organisatie zoeken via de zoekbalk. Als je organisatie bij de zoekresultaten verschijnt, klik je daarop: rechts krijg je eveneens de kans je bedrijf te claimen. Als je daarop klikt, dan start de procedure om een zakelijke account aan te maken.

### **Beoordelingen en recensies beheren**

De beoordelingen en recensies van je organisatie vind je als je op de vermelding van je organisatie gaat kijken. Dat is de plaats waar ook andere gebruikers van Yelp die beoordelingen kunnen zien. Hier kun je als beheerder niet antwoorden op de recensies.

Om je beoordelingen en recensies te beheren moet je inloggen met je zakelijke account. Onder het tabblad 'Reviews' vind je een overzicht van alle beoordelingen en recensies en kun je ook antwoorden. Open de recensie waarop je wil reageren en klik op 'Antwoord van management'.

Andere beheerders kun je alleen toevoegen door hiervoor een aanvraag te doen bij de klantendienst van Yelp: [https://www.yelp.com/support/contact/business\\_share?src\\_article\\_id=000005355](https://www.yelp.com/support/contact/business_share?src_article_id=000005355).

## **FOURSQUARE**

### **Zakelijke account**

Gebruikers kunnen je organisatie al beoordeeld hebben zonder dat je zelf je organisatie op Foursquare hebt vermeld. Zoek daarom eerst je organisatie via Foursquare for Business: <http://business.foursquare.com>.

Als je organisatie bij de resultaten verschijnt, klik rechts op 'Claim My Business'. Als Foursquare je organisatie niet vindt, klik op 'Add My Business'.

### **Recensies en tips beheren**

Op Foursquare kun je als beheerder niet reageren op recensies en tips. Je kunt wel zelf tips geven over je locatie ("inside scoop"). Die verschijnen dan bovenaan.

Andere beheerders kun je toevoegen door via de startpagina van je zakelijke account. Klik op 'Manage your listing' en vul rechts het e-mailadres in van de beheerder die je wil toevoegen.

### **Klanten belonen**

Via Foursquare kun je klanten wel belonen. Via Foursquare Specials kunnen klanten bijvoorbeeld een korting of een attentie krijgen op een bepaald tijdstip. Ook kun je klanten die vaak op je locatie inchecken, iets extra's geven.

## 7. Hoe ga je om met recensies?

In dit hoofdstuk:

- recensies stimuleren
- reageren op recensies

### VRAAG OM RECENSIES

Tevreden klanten laten graag een beoordeling of recensie achter maar vaak hebben ze een zetje nodig. Nodig hen uit om een recensie te schrijven. Dat kan persoonlijk: de gids kan het na afloop van de rondleiding vragen, met vermelding van de recensiesites waar je organisatie is te vinden. Benadruk dat zo'n recensie snel en eenvoudig kan op een smartphone, laptop of desktop. Je kunt de recensie ook vragen via een flyer die de klanten bij inschrijving of na afloop meekrijgen.

Als je de recensie vraagt via e-mail, een mail waarin je de deelnemers bedankt voor hun inschrijving en deelname, kun je de link (url) naar je vermelding op je recensiesites toevoegen. Zo kan de klant meteen aan de slag. Voor het tabblad Recensies op Facebook is de url die van je pagina aangevuld met .../reviews, bijvoorbeeld

<https://www.facebook.com/PubliekCentraal/reviews/>.

TripAdvisor heeft een gratis dienst, de Beoordelingsservice, waarmee je via TripAdvisor zelf je klanten om een recensie kunt vragen.

Ook op je website kun je de link (url) naar je vermelding op de recensiesites toevoegen. TripAdvisor biedt een widget aan ( <https://www.tripadvisor.be/Widgets> ) die je klanten aanmoedigt je attractie te beoordelen en hen daarvoor meteen naar de juiste plaats op TripAdvisor stuurt.

#### **BELANGRIJK:**

Overhaal klanten niet om recensies te schrijven door hiervoor geld, producten of diensten aan te bieden. De meeste recensiesites verbieden dat nadrukkelijk. Het komt ook de geloofwaardigheid van je beoordelingen en recensies niet ten goede. Google verbiedt ook expliciet een reviewbalie in te richten op je locatie.

De recensiesites belonen hun gebruikers meestal zelf door hun status te verhogen naarmate ze meer recensies publiceren. Bij TripAdvisor kunnen ze bijvoorbeeld punten en vervolgens badges verdienen. Op Foursquare kunnen gebruikers op recensies van anderen stemmen: hoe meer stemmen een recensie krijgt, hoe hoger Foursquare die plaatst. Als je klanten uitnodigt om een recensie te schrijven, kun je hen wijzen op dit beloningssysteem en hun status als reviewer.

#### **BELANGRIJK:**

Yelp vindt het geen goed idee dat organisaties recensies vragen omdat dit de betrouwbaarheid van de site omlaag zou halen. Yelp toont dan ook niet alle recensies: de site spoort "bestelde recensies" op, bijvoorbeeld door na te gaan of er op een bepaald tijdstip veel recensies over een bepaalde organisatie zijn verschenen.

## PAK UIT MET JE RECENSIES

Tevreden klanten versterken je brand awareness. Pak daarom uit met de positieve recensies over je rondleiding in je communicatie. Zet de mooiste recensies zeker op je website, op je startpagina of op een aparte testimonials-pagina. TripAdvisor biedt een widget aan (<https://www.tripadvisor.be/Widgets>) die de laatste beoordelingen van je attractie automatisch toont en ook de awards die je hebt gekregen (Certificaat van Uitmuntendheid).

Recensies op je Facebookpagina kun je op je website publiceren door een stukje HTML-code op te halen. Ga naar de recensie die je wil publiceren, klik rechts op het driehoekje, kies Insluiten en kopieer de code naar de broncode van je website.

## REAGEER ALTIJD

Op de meeste recensiesites kun je als beheerder reageren op recensies. Reageer altijd, zeker als de recensie negatieve commentaar bevat. Je toont daarmee aan de klager maar ook aan anderen die de recensie lezen, dat je de mening van je klanten waardeert. Door een klacht serieus te nemen gaat de klager je vaak al minder negatief bekijken. Door helemaal niet te reageren maak je mensen pas echt kwaad.

Wees ook bij negatieve commentaren altijd vriendelijk en beleefd. Word niet persoonlijk, sla geen neerbuigende toon aan, reageer niet defensief. Vraag zeker niet om de recensie te wijzigen. Reageer bij positieve commentaren best niet op de kleinere negatieve opmerkingen.

Bedank alle beoordelaars vooral en laat hen weten dat je feedback erg belangrijk vindt. Als je veel positieve recensies krijgt en je antwoord bevat geen aanvullende informatie, dan kun je deze bedanking beter als een privébericht sturen. Anders kan dat als overdreven overkomen.

### BELANGRIJK

Vergeet op Facebook ook de gewone berichten of reacties niet. Die bevatten soms commentaren op je organisatie.

## REAGEER ZO SNEL MOGELIJK

Reageer altijd zo snel mogelijk. Ook die snelheid toont dat je de klanten serieus neemt. Bij negatieve recensies vermijd je bovendien dat de frustratie onnodig blijft sluimeren.

### TIP

Stel op de recensiesites waar je actief bent, de meldingen in. Je krijgt dan een bericht, bijvoorbeeld een e-mail of sms, zodra iemand iets over je organisatie schrijft. Zo kun je meteen reageren.

### TIP

Denk twee keer na voor je op recensie reageert, zeker als een recensie je erg irriteert. Schrijf je antwoord eerst in een tekstverwerker of op papier, lees nog eens goed na, laat je antwoord eventueel nog nalezen door iemand anders en post het dan pas op de recensiesite.



## KORT EN ZAKELIJK

Gebruikers van recensiesites zijn op de eerste plaats op zoek naar nuttige informatie. Reageer daarom kort maar krachtig. Uitgebreide reacties zijn tijdverlies, zowel voor de beoordelaar als voor de andere gebruikers.

Hou geen verkooppraatje, en vraag bij een positieve recensie niet om aan anderen te vertellen over je organisatie. Hou het zakelijk. Beperk je tot de feiten uit de recensie. Laat zeker weten als je iets hebt aangepast als gevolg van een negatieve recensie, of als je het probleem gaat onderzoeken. Als je al informatie toevoegt, moet ze betrekking hebben op de recensie, bijvoorbeeld een nieuw, gelijkaardig initiatief.

## BEHANDEL PERSOONLIJKE KWESTIES RECHTSTREEKS

Als een recensie te persoonlijk is, of als je meer informatie nodig hebt van de beoordelaar, dan kun je hem aanmoedigen om contact met jou op te nemen. Je kunt dan je e-mailadres vermelden in je reactie. Bij sommige recensiesites, onder meer Yelp, kun je de beoordelaar meteen rechtstreeks een bericht sturen.

Ook wanneer een recensie felle kritiek levert, vermijd je beter dat het een openbare discussie wordt. Reageer eerst openbaar en stel voor het gesprek privé voort te zetten. Vraag bijvoorbeeld een telefoonnummer waarop je de klager kunt bereiken.

## VOEG FOTO'S TOE EN VRAAG OM FOTO'S

Foto's van andere reizigers kunnen even inspirerend zijn als beoordelingen. Bezoekers van recensiesites vinden foto's van reizigers geloofwaardiger dan de promotionele foto's op je website.

Vraag je klanten daarom niet alleen om hun beoordeling maar ook om hun foto's van je rondleiding toe te voegen aan de recensiesite.

### BELANGRIJK

Vraag toestemming als je andere mensen afbeeldt op een foto die je zelf plaatst, bijvoorbeeld deelnemers aan een rondleiding, zeker als het minderjarigen zijn.

## MELD MISBRUIK

Sommige recensies zijn negatief zonder dat daarvoor enige aanleiding is. Of ze hebben helemaal niets met je organisatie of aanbod te maken. Signaleer die commentaren aan de recensiesite zelf. Die hebben er alle belang bij dat ongepaste commentaren verwijderd worden.

Op de meeste platforms kun je ongepaste recensies makkelijk rapporteren. Op Google Zoeken en Google Maps klik je op het vlaggetje dat verschijnt als je met de cursor over de recensie beweegt. Op TripAdvisor ga je in het *'Management Center'* naar *'Beoordelingen'* en selecteer je *'Een beoordeling betwisten'*.

Op Facebook rapporteer je door naar de recensie te gaan en rechtsboven in de recensie op het driehoekje te klikken. Kies *'Bericht rapporteren'* en volg de aanwijzingen. Sterrenbeoordelingen zonder recensie kun je niet rapporteren.

## VERBETER JE KWALITEIT

Negatieve commentaren kunnen terecht zijn. Wat jij hebt bedoeld, is niet altijd wat de klant heeft ervaren. Leer daarom uit die commentaren. Eén negatieve opmerking is geen probleem, als een opmerking meermaals of zelfs telkens opnieuw terugkeert, kan dat het signaal zijn om je rondleiding aan te passen.

**AUTEUR:** Rudy Pieters, Publiek Centraal

**DATUM:** mei 2017

**OPDRACHTGEVER:** Toerisme Vlaanderen

**TYPE PUBLICATIE:** vormingsmateriaal voor organisaties met gidsenwerking

#### **DISCLAIMER**

Toerisme Vlaanderen en Publiek Centraal hebben deze publicatie met de grootste zorg samengesteld. Toch dient deze publicatie enkel als hulpmiddel bij het beheren van klantenfeedback via sociale media. Ze biedt geen kant-en-klare oplossing voor de evaluatienoden van iedere organisatie.

Toerisme Vlaanderen en Publiek Centraal kunnen niet aansprakelijk worden gesteld in geval van schade die voortkomt uit het gebruik van de informatie en de inhoud van deze publicatie.

#### **VERANTWOORDELIJK UITGEVER**

TOERISMEVLAANDEREN - Peter De Wilde - Grasmarkt 61, 1000 Brussel