

Darle la vuelta a las críticas online y reforzar la reputación de la empresa

En cuanto hay una opinión, tanto si es positiva como si es negativa, la empresa puede corregir y estar en constante mejora de su funcionamiento según los clientes

Durante años las empresas han encargado informes a empresas externas para evaluar cómo estaban funcionando determinados departamentos. El cliente misterioso se encargaba de evaluar el trato recibido. Pues bien eso hoy lo podemos tener gratis en muchos negocios ya que el cliente misterioso nos ofrece sus valoraciones a través de las críticas en Internet.

En muchos casos las valoraciones realizadas servirían para fijar los incentivos de un empleado, de un departamento, etc. Para hacerlo el cliente misterioso iba con una serie de puntos que tenía que demandar para ver si se cumplían o no. Todo esto hoy podemos verlo a través de las críticas en Internet. Páginas como TripAdvisor, Google, 11870.com o Foursquare son sólo algunos de los lugares donde podemos ver qué piensan los clientes de nuestro negocio.

En muchos casos los clientes nos ofrecen mucha información, sobre que han comprado o que han consumido, qué día estuvieron en el local, o publican fotos de la factura, productos o servicios que habían pedido. Con la opinión, tanto positiva como negativa, la empresa puede tomar las medidas necesarias para corregir problemas, establecer un programa de incentivos, etc.

Por supuesto no basta con explicar la versión de la empresa sobre las críticas realizadas. No todas serán fundadas, otras serán directamente falsas de gente que no ha estado en nuestro negocio. Aquí tenemos que discriminar y establecer un filtro, lo que requiere un trabajo posterior, para evaluar la opinión, el perfil del usuario, etc.

No es una cuestión sencilla, pero este tipo de páginas nos ofrecen la posibilidad de otros nos digan lo que no está funcionando nuestro negocio. A veces simplemente nos preguntamos por qué la competencia está a tope y nosotros vamos a medio gas, o simplemente sobrevivimos a duras penas. La respuesta muchas veces nos la dan nuestros propios clientes.

¿Cuánto pagaría tu negocio por mejorar su posicionamiento en Internet? Lo cierto es que en este caso nosotros podemos hacer mucho por mejorar el posicionamiento de nuestro negocio gracias a las críticas de los clientes en las páginas y lugares de recomendaciones.

La noticia [Cómo aprovechar las críticas de Internet para mejorar en la empresa](#) fue publicada originalmente en [Pymes y Autonomos](#) por [Carlos Roberto](#) .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Marketing E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>