

La plataforma Cronoshare supera las 50.000 opiniones sobre negocios locales

Las opiniones y reseñas online son importantes porque pueden tener un gran efecto en el comportamiento de los posibles clientes. Las reseñas pueden ser un arma de doble filo para la reputación online de un negocio, ya que también puede haber comentarios negativos. Por eso es tan importante saber cómo gestionarlas y en Cronoshare ofrecen algunas recomendaciones

La digitalización se ha convertido en una herramienta fundamental para las pequeñas empresas y negocios locales. Algunas plataformas, como Cronoshare, se lo ponen más fácil a los emprendedores que no disponen de los recursos o el tiempo suficiente para gestionar una página web propia.

En concreto, en Cronoshare colaboran con expertos en sectores muy diversos, desde reformas hasta entrenamiento personal. Los profesionales pueden crear un perfil de forma gratuita para empezar a recibir solicitudes de clientes potenciales. En el siguiente paso, solo tienen que seleccionar aquellas que más les interesen y utilizar los cronos (la moneda virtual de la plataforma) para acceder a ellas.

Una vez se lleva a cabo el servicio, el cliente puede dejar una valoración en el perfil del profesional. Actualmente, Cronoshare ha superado las 50.000 opiniones online sobre servicios locales.

¿Por qué son tan importantes las reseñas online?

Las valoraciones y opiniones en Cronoshare y en otras plataformas online similares son importantes porque pueden tener un gran efecto en el comportamiento de los posibles clientes. Es muy habitual buscar información en internet sobre una marca o empresa antes de contratar sus servicios o adquirir sus productos, y se tiende a confiar mucho en la experiencia de clientes anteriores.

En resumen, las valoraciones positivas ayudan a mejorar la imagen de las empresas y funcionan como un gran escaparate para el público objetivo.

Hay distintas formas de conseguir reseñas online:

Se puede animar a los clientes a utilizar las redes sociales para dejar sus reviews.

También se puede animar a empleados y colaboradores a opinar sobre la empresa en Google u otros medios, mostrando el buen funcionamiento interno del equipo.

Y existe la opción de incentivar las reseñas, ofreciendo descuentos u otras promociones.

Cómo gestionar las opiniones y valoraciones online

Las reseñas pueden ser un arma de doble filo para la reputación online de un negocio, ya que también

puede haber comentarios negativos. Por eso es tan importante saber cómo gestionarlas.

Se recomienda responder a todas las valoraciones, pero es especialmente importante gestionar los comentarios negativos.

Hay que hacerlo con educación y mostrando empatía con el cliente. Si se ha cometido algún error desde la empresa, conviene reconocerlo públicamente y ofrecer una solución. Si no es posible, se aconseja ofrecer al menos una disculpa, explicar la situación y agradecer al usuario que haya compartido su experiencia. También se recomienda trasladar la conversación a un ámbito más privado (con una llamada telefónica o email) y ofrecer una compensación.

En ocasiones, una valoración negativa puede transformarse en una opinión positiva. Si no, el hecho de tener algún comentario negativo entre otros positivos puede incluso ayudar a darle más credibilidad al negocio.

Al fin y al cabo, el objetivo final de las reseñas es generar más confianza en los clientes. Ahí radica la importancia de aprender a gestionar correctamente la reputación online, tanto las opiniones de Google y redes sociales como las que puedan aparecer en plataformas como Cronoshare.

Datos de contacto:

Celia Arroyo
960623664

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>