

Een negatieve review. Wat nu..!?

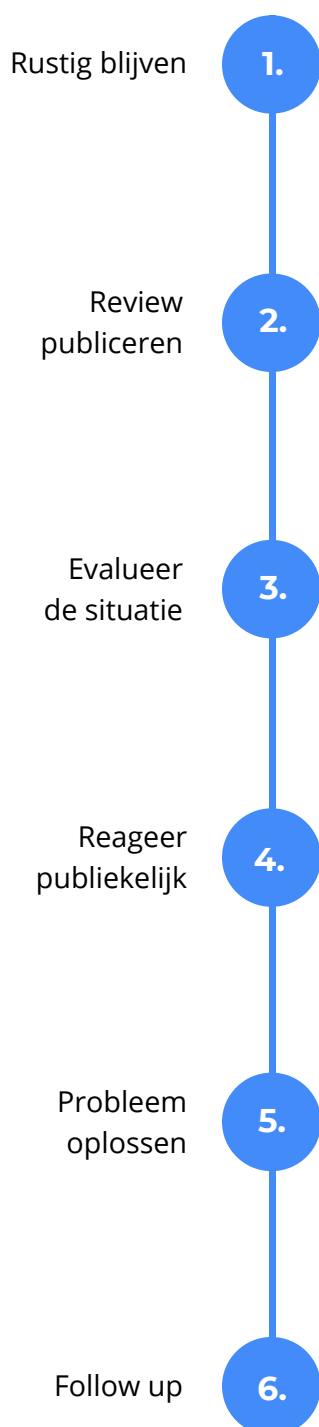


feedback
company

Inhoud

- 1. Wat te doen met een negatieve review?**
- 2. Rustig blijven**
- 3. Review publiceren**
- 4. Evalueer de situatie**
- 5. Reageer publiekelijk**
- 6. Hoe te reageren op een negatieve review**
- 7. Probleem oplossen**
- 8. Follow up**
- 9. Bottom line**
- 10. Over Feedback Company**

Wat te doen met een negatieve review?



Ja, negatieve reviews kunnen een invloed hebben op jouw bedrijf, maar dit hoeft niet altijd negatief te zijn.

Veel bedrijven zijn bang voor negatieve reviews, maar dat hoeft natuurlijk niet. Er is een makkelijke manier ze aan te pakken zonder dat jouw bedrijf eronder lijdt.

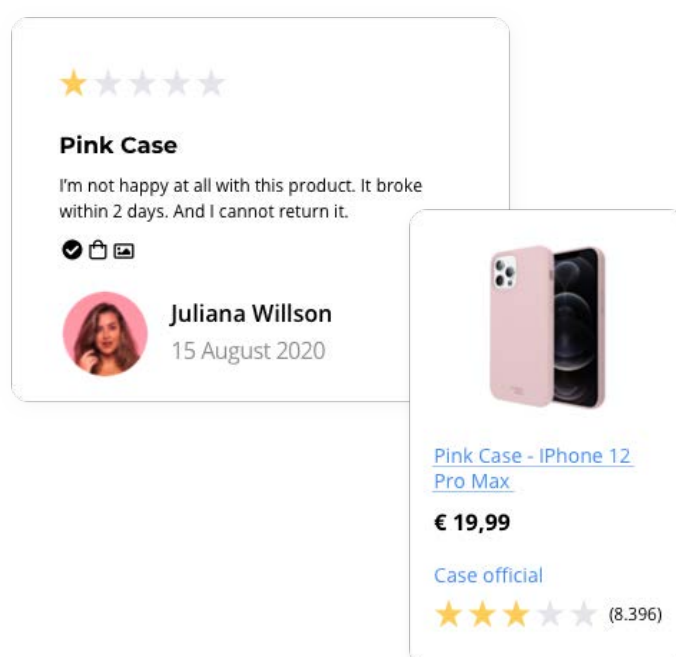
Volg de stappen en converteer een negatieve klantervaring naar een positieve ervaring.

Rustig blijven

Het is bijna onmogelijk om altijd elke klant tevreden te stellen. Het kan gebeuren dat je vroeg of laat een negatieve review ontvangt. Dat overkomt elk succesvol bedrijf.

Het belangrijkste is om ook in deze situatie rustig te blijven. We begrijpen dat een negatieve review een teleurstelling kan zijn, maar gelukkig is het echt niet het einde van de wereld.

Een paar slechte reviews betekent niet automatisch dat jouw bedrijf slecht overkomt en dat niemand meer gaat bestellen door die ene slechte beoordeling – dus blijf rustig.




The image shows a screenshot of a product review. On the left, a review card for 'Pink Case' is displayed. It features a 4-star rating (one yellow star, three grey stars), the product name 'Pink Case', and a negative review text: 'I'm not happy at all with this product. It broke within 2 days. And I cannot return it.' Below the text are icons for a checkmark, a shopping bag, and a camera. The reviewer's name 'Juliana Willson' and the date '15 August 2020' are shown with a profile picture. On the right, a product card for 'Pink Case - iPhone 12 Pro Max' is shown, featuring a pink case on an iPhone 12 Pro Max. The price is listed as '€ 19,99' and the seller is 'Case official' with a 4-star rating (three yellow stars, one grey star) and 8,396 reviews.


★★★★☆

Pink Case

I'm not happy at all with this product. It broke within 2 days. And I cannot return it.

✔ 🛒 📷

 **Juliana Willson**
15 August 2020



[Pink Case - iPhone 12 Pro Max](#)

€ 19,99

Case official

★★★★☆ (8.396)

Review publiceren

Jouw eerste instinct zou kunnen zijn om een negatieve review in de doofpot te stoppen om jouw bedrijf te beschermen. Wij raden aan dat je negatieve reviews juist omarmt.

Klanten zullen jouw reviews geloven wanneer er ook negatieve reviews gepubliceerd staan. Een eerlijk beeld van jouw bedrijf creëert vertrouwen onder consumenten.

Wist je bijvoorbeeld dat 94% van de consumenten geen vertrouwen hebben in bedrijven die alleen positieve reviews tonen?

Door als bedrijf eerlijk te handelen, door dit stappenplan te volgen, zullen negatieve reviews ervoor zorgen dat jouw online reputatie transparanter wordt.

Met onze **feedback** tool worden alle negatieve reviews (reviews met een score minder dan 3.5 ster) automatisch 7 dagen op onhold gezet. Je krijgt hierdoor de kans om contact op te nemen met jouw klant. Na 7 dagen wordt ook deze review gepubliceerd.

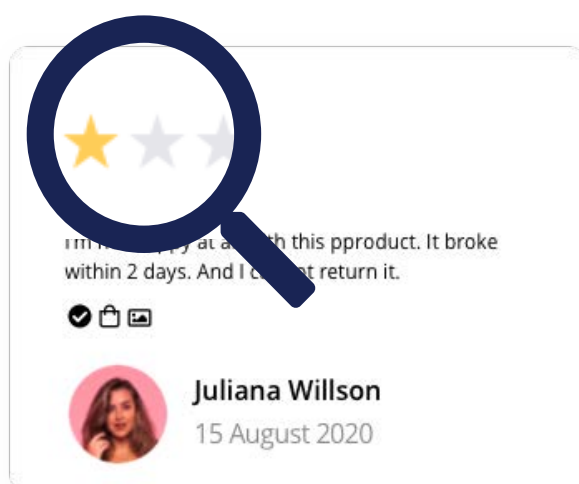
Evalueer de situatie

Onderzoek de situatie, ontdek wat er is gebeurd en ontdek waarom jouw klant overstuur of teleurgesteld is in jouw bedrijf. Hoe meer je weet over de situatie, hoe beter jij jouw klant kunt helpen. Probeer hier echt objectief te blijven en verplaats jezelf in jouw klant.

Stel je voor dat jij een product koopt bij een fysieke winkel. Bij ontevredenheid neem je het product en de bon mee terug naar de winkel om jouw verhaal te doen. Hoe zou jij willen dat het winkelpersoneel met jouw klacht omgaat?

Hoogstwaarschijnlijk vind je het fijn wanneer het personeel de tijd neemt om naar jou te luisteren en hun best doet om een passende oplossing te vinden.

Zo werkt dat ook bij online reviews, met het voordeel dat je met online reviews meer tijd hebt om op de situatie te reageren.

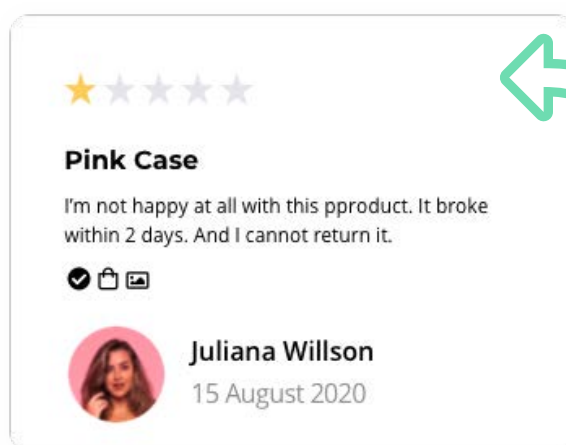


Reageer publiekelijk

Dit is een heel belangrijke stap. Reageer altijd op een review, vooral als het een negatieve review is. Niets ziet er slechter uit dan een onbeantwoorde negatieve review.

We raden je aan om op ongeveer 10% van de positieve reviews te reageren en altijd op negatieve reviews. Snelheid is hier van essentieel belang. Reageer zo snel mogelijk – tenminste binnen de eerste 24 uur.

Onze **feedback tool** waarschuwt je zodra je een negatieve review ontvangt. Je kunt dus zo snel mogelijk en rechtstreeks op de review reageren.



Hoe te reageren op een negatieve review

✓ DO — DON'T ✗

Reageer snel

Reageer altijd op een review.
Probeer binnen 24 uur te reageren.

Verwijderen

Negeer de review of probeer deze te verwijderen.

Acepteer het

Zet je emoties opzij en blijf stijlvol, constructief en transparant.

De vinger wijzen

Vingers wijzen en anderen de schuld geven van het probleem dat zich voordeed.

Hou het kort

Bespreek het probleem eerlijk en wees transparant.

Gebruik een sjabloon

Schrijf een standaard langdurig antwoord zonder jouw klant en het probleem aan te spreken.

Verontschuldigen

Blijf positief en geef je klant een authentieke verontschuldiging.

Defensief worden

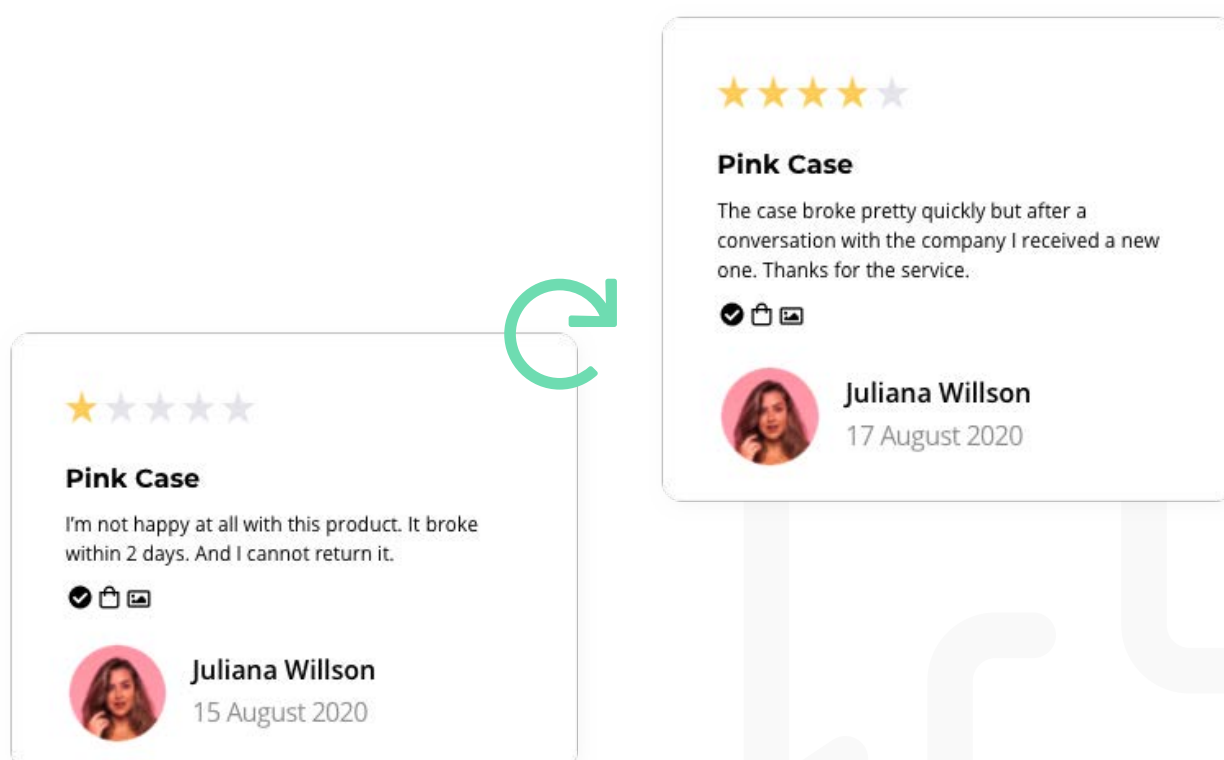
Schiet niet in de verdediging en bedenk geen excuses.

Probleem oplossen

Een positieve online reputatie opbouwen gebeurt niet van de één op de andere dag en betekent ook dat je soms een stap extra moet zetten.

Probeer dan ook de negatieve klantervaring om te zetten in een positieve door het probleem daadwerkelijk op te lossen.

Bel jouw klant of stuur hem een persoonlijke e-mail met een voorstel om het probleem op te lossen. Je verbetert niet alleen de negatieve ervaring van jouw klant, je toont ook dat je klanttevredenheid belangrijk vindt.

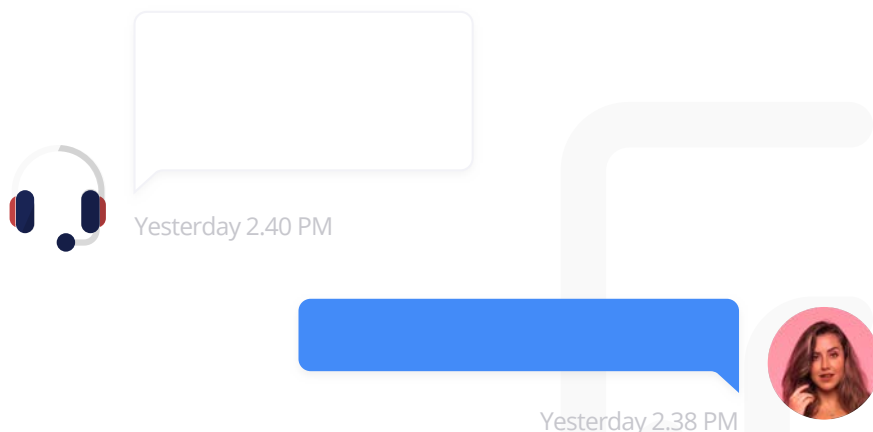


Follow up

Dit is het deel waar je ervoor zorgt dat jouw klant daadwerkelijk tevreden is met de oplossing die je hebt aangeboden. Met een follow-up-mail of oproep kun je ervoor zorgen dat jouw klant een positieve associatie heeft met jouw bedrijf.

Wanneer je de klantervaring hebt kunnen verbeteren, raden we je aan om de reviewschrijver te verzoeken om de geschreven review te herzien.

Met onze feedback tool kun je jouw klant vragen de negatieve review te herzien, hierdoor wordt de oude review overgeschreven door de nieuwe review.



Bottom line

Geen enkel bedrijf is perfect. Het ontvangen van een negatieve review is onvermijdelijk voor elk bedrijf en het is niet zo erg – als je het correct beheert.

Wanneer je onze stappen volgt om een negatieve review te beheren, zullen deze op de lange termijn ook jouw bedrijf ten goede komen.

Heb je vragen naar aanleiding van dit ebook? Feedback Company helpt je hier graag mee en is expert in reputatiemanagement. Van bedrijfs- en productreviews tot uitgebreid klanttevredenheidsonderzoek.

Plan een demo of bezoek onze website via de onderstaande buttons:

[Plan demo](#)

[Bezoek website](#)

Of neem contact met ons op:
+31 (0) 85 273 6320
helpdesk@feedbackcompany.com

We staan altijd klaar om je verder te helpen!

Over Feedback Company

Feedback Company is expert in reputatie management. Dankzij onze jarenlange ervaring in de feedback markt weten we hoe we feedback kunnen vertalen naar de gewenste branding en imago, optimale bedrijfsprocessen en het verbeteren van tevredenheid onder medewerkers én klanten. Dat doen we middels innovatie en slimme technische oplossingen, data-analyse én het stellen van de juiste vragen. De feedback die wij verzamelen is geschreven door echte mensen, en voldoet aan onze strenge betrouwbaarheidseisen.

Feedback Company is een jong bedrijf met 35 medewerkers en opereert vanuit het centrum van de wereld aka de Jaarbeurs Innovation Mile in Utrecht.

