

Si stima che ben il 92% dei consumatori legga le recensioni del prodotto prima di comprarlo.

Inoltre ottenere un maggior numero di recensioni non solo ti renderà un'azienda attendibile e autentica agli occhi dei compratori ma ti permetterà anche di avere maggior accesso alle loro preferenze in modo da poter realizzare una miglior strategia di vendita.

Questo articolo è rivolto principalmente a quelle aziende che si occupano della vendita dei prodotti o servizi online.

1. Tratta bene il tuo cliente

Rispondi a tutte le domande sul prodotto che può rivolgerti e nel caso risolvi al meglio i problemi che potrebbero sorgere.

2. Invita tutti i clienti a scrivere una recensione

A tal proposito sono vari i metodi attraverso cui richiedere una recensione. Il metodo più veloce e più efficace è tramite una richiesta formale **via e-mail**.

In tal caso è preferibile mandare la mail dopo una settimana dalla consegna del prodotto. Dopo questo breve periodo il cliente non avrà ancora perso interesse nel prodotto appena ricevuto e in più lo avrà utilizzato abbastanza da poterne esprimere un giudizio imparziale.

Infine nel caso in cui la propria azienda si occupi di spedire a domicilio il proprio prodotto, si potrebbe considerare di inserire una **Card nel pacco spedito** che contenga o il link che riporti direttamente alla pagina delle recensioni o addirittura un QR code.

3. Personalizza la richiesta

Inserisci nella mail o nella card il nome del cliente e del prodotto e cerca di non essere invadente. Non divulgarti troppo, i testi troppo lunghi fanno perdere interesse nella lettura. Cerca però di motivare perché la recensione è importante per la tua azienda.

4. Usa al meglio le tue recensioni

Posiziona le migliori recensioni sulla tua pagina prezzi, su quella dei prodotti o sulla leading page, ossia dove si soffermando maggiormente i potenziali compratori.

5. Attenzione ai particolari

Fai in modo che chi scriva la recensione possa inserire la propria foto, il logo della propria azienda o la città di provenienza in modo da essere ancora più credibile agli occhi dei compratori futuri.

6. Offri un incentivo

questa considerala come ultima spiaggia perché, anche se è un'ottima strategia, è abbastanza dispendiosa. Potresti offrire un coupon o un omaggio a chi decide di lasciare una recensione. Tuttavia mostrati un venditore professionale e non subordinare l'incentivo alla sola recensione positiva.

7. Infine rispondi alle recensioni

che i clienti ti lasceranno. Apparirai agli occhi dei futuri compratori come un venditore attento ai propri clienti riuscendo così a conquistare la cosa più importante nel caso di vendita online, la loro fiducia.

Che succede se siamo partiti male?

Se non sei sicuro di come implementare tutto ciò o se sei partito male ed hai collezionato soprattutto **recensioni negative** puoi affidarti ad una delle tante aziende di [brand reputation](#).

Queste aziende si occupano di migliorare la reputazione e realizzare processi automatici per l'incremento delle recensioni da parte dei clienti. Alcune di esse, come [PMA](#), si occupano anche di **cancellare le recensioni negative** tramite un lavoro di social engineering per consentirti di ripartire nel modo migliore possibile.

Informazioni Autore



[Fortuna C.](#)

[See author's posts](#)