



РЕПУТАЦИЯ • ОТЗЫВЫ • КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

ПАМЯТКА ПО РАБОТЕ С ОТЗЫВАМИ И РЕПУТАЦИЕЙ

Как собирать, обрабатывать и использовать отзывы для роста бизнеса

В туристической отрасли репутация - это все. 84% клиентов читают отзывы перед выбором агентства, а 70% доверяют им так же, как личным рекомендациям. Один негативный отзыв на 2ГИС или в соцсетях может перечеркнуть десятки рекламных кампаний. Данная памятка поможет вам выстроить системную работу с отзывами и репутацией, превратив их в инструмент привлечения и удержания клиентов.

 **Ключевой принцип:** Работа с отзывами - это не защита от негатива, а управление восприятием бренда и инструмент постоянного улучшения сервиса.

1. СТРАТЕГИЯ СБОРА ОТЗЫВОВ

1.1. Где собирать отзывы (приоритетные площадки)

- **2ГИС и Яндекс.Карты** - ключевые площадки для локального бизнеса. Отзывы здесь напрямую влияют на рейтинг и видимость в поиске.
- **VK / Instagram** - соцсети, где ваши клиенты общаются и делятся впечатлениями. Можно использовать встроенные функции отзывов или собирать их в личных сообщениях.
- **Отраслевые площадки (Туту.ру, Travel.ru и др.)** - для турагентств важны отзывы на профильных сайтах.
- **Сайт агентства** - раздел с отзывами (желательно с фото и именами клиентов) повышает доверие.
- **Telegram-канал** - для оперативной обратной связи от постоянных клиентов.

1.2. Когда и как просить отзыв

- **Сразу после возвращения** - пока эмоции свежи. "Добро пожаловать домой! Понравилось ли вам? Будем очень благодарны за отзыв на 2ГИС - это помогает нам развиваться".
- **При выдаче документов** - "Когда вернетесь, не забудьте поделиться впечатлениями. Мы будем рады любому отзыву!".
- **В процессе бронирования** - "Если вам все понравится, оставьте отзыв - это нам очень помогает. А за отзыв с фото мы даем бонус 300 ₽ на будущий тур".
- **После корпоративного мероприятия** - "Спасибо, что выбрали нас! Мы будем рады вашим отзывам о качестве организации".

 **Совет:** Используйте WhatsApp-рассылку через несколько дней после возвращения клиента: "Привет! Надеемся, у вас остались хорошие впечатления. Напишите отзыв о работе нашего агентства - это поможет другим туристам сделать правильный выбор."

2. РАБОТА С ПОЛОЖИТЕЛЬНЫМИ ОТЗЫВАМИ

- **Благодарите каждого автора** - даже короткий ответ создает впечатление внимательности.
- **Показывайте благодарность публично** - лучшие отзывы можно закрепить в соцсетях, использовать в рекламных материалах (с разрешения автора).
- **Вознаграждайте** - за отзыв с фото можно давать бонус (скидку или сувенир) для повышения лояльности.
- **Побуждайте авторов к повторным визитам** - "Мы будем рады снова помочь вам с выбором тура!".

3. РАБОТА С НЕЙТРАЛЬНЫМИ И НЕГАТИВНЫМИ ОТЗЫВАМИ

 **Важно:** Негативный отзыв - это не катастрофа, а возможность показать клиенту, что вам не все равно. Правильный ответ может превратить недовольного клиента в постоянного.

Алгоритм работы с негативным отзывом (7 шагов):

1. **Не игнорируйте.** Ответьте в течение 2-4 часов (в идеале - в течение часа).
2. **Поблагодарите за обратную связь.** "Спасибо, что уделили время и написали нам. Нам важно ваше мнение".
3. **Принесите извинения.** "Приносим искренние извинения за доставленные неудобства".
4. **Признайте проблему (если она реальна).** "Да, мы понимаем, что трансфер задержался на час. Это было связано с погодными условиями".
5. **Предложите решение.** "Мы готовы компенсировать вам скидку 10% на будущий тур. Напишите нам в личные сообщения для оформления".
6. **Возьмите ответственность на себя.** "Мы уже разобрались с этой ситуацией и улучшили контроль за трансферами".
7. **Пригласите вернуться.** "Надеемся, вы дадите нам второй шанс, чтобы мы могли показать себя с лучшей стороны!".

Примеры ответов на негативные отзывы:

Ситуация 1: "Тур не соответствовал описанию"

"Алексей, спасибо, что поделились этим. Это действительно неприятная ситуация. Мы выяснили, что отель изменил условия размещения, и мы не получили уведомление вовремя. Теперь мы включили дополнительный этап проверки перед отправкой пакетов. Чтобы сгладить впечатления, мы готовы предложить вам скидку 15% на следующий тур. Напишите нам в личные сообщения для оформления. Будем рады видеть вас снова!"

Ситуация 2: "Задержали ответ на заявку"

"Ирина, приносим извинения за задержку. В тот день у нас был большой наплыв заявок, и мы не справились с потоком. Мы уже внедрили дополнительный слот для обработки заявок в часы пик. При следующем обращении мы пришлем ответ в течение часа. Надеемся, вы дадите нам второй шанс!"

4. ШАБЛОНЫ ОТВЕТОВ НА РАЗНЫЕ ТИПЫ ОТЗЫВОВ

Тип отзыва	Шаблон ответа
Положительный ("Все было отлично, спасибо!")	"Спасибо за теплые слова! Мы очень старались, чтобы ваш отдых был идеальным. Будем рады видеть вас снова!"
Положительный с конкретикой ("Отличный сервис, быстрое бронирование")	"Благодарим за высокую оценку! Для нас важно, чтобы вы чувствовали себя уверенно с самого начала. Ждем вас за новыми впечатлениями!"
Нейтральный ("Неплохо, но были мелкие недочеты")	"Спасибо, что поделились мнением. Нам важно знать о таких моментах, чтобы мы могли улучшить сервис. Не могли бы вы написать нам в личные сообщения подробнее? Это поможет нам исправить ошибки."
Негативный (без аргументов)	"Нам жаль, что у вас осталось такое впечатление. Мы хотим разобраться в ситуации. Напишите нам, пожалуйста, в личные сообщения, чтобы мы могли исправить ситуацию."
Негативный (с конкретикой)	"Спасибо за обратную связь. Да, в тот день действительно возникла проблема с трансфером. Мы уже разобрались и усилили контроль над подрядчиками. Приносим извинения и готовы предложить скидку 10% на будущий тур. Свяжитесь с нами, чтобы оформить компенсацию."

5. КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ПО РАБОТЕ С ОТЗЫВАМИ

День / период	Действие
Каждый день	- Мониторинг новых отзывов на 2ГИС, Яндекс.Картах, VK, Instagram. - Ответы на все отзывы (в течение 4 часов).
В конце каждого дня	- Запись всех отзывов в CRM / Excel (дата, автор, оценка, суть, ответ).
Раз в неделю	- Анализ динамики рейтинга (средняя оценка, количество отзывов). - Отправка благодарностей авторам положительных отзывов (персональное сообщение или бонус).
Раз в месяц	- Сводный отчет: сколько отзывов, средняя оценка, типичные проблемы, повторяющиеся замечания. - Передача управляющему для анализа и внесения корректировок в работу агентства.

6. ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРА ПО РАБОТЕ С ОТЗЫВАМИ

-  После завершения тура - спросить клиента о впечатлениях и пригласить оставить отзыв.
-  Если клиент доволен - предложить оставить отзыв на картах / в соцсетях.
-  Если клиент высказывает недовольство - выслушать, извиниться, предложить решение (компенсация, скидка).
-  Все устные претензии и благодарности фиксировать в CRM для последующего анализа.
-  Отслеживать появление новых отзывов на 2ГИС, Яндекс.Картах, соцсетях не реже 3 раз в день.
-  На все отзывы отвечать в течение дня (максимум 4 часа).
-  Размещать положительные отзывы в соцсетях (с разрешения автора) - это создает доверие у потенциальных клиентов.
-  Использовать негативные отзывы для улучшения внутренних процессов.

7. ПРИМЕРЫ ФРАЗ ДЛЯ СБОРА ОТЗЫВОВ

- "Нам важно ваше мнение! Если вам понравился тур, оставьте отзыв на 2ГИС - это поможет нам стать лучше и помочь другим туристам."
- "Вы получили отличный отдых? Расскажите о нем в соцсетях и отметьте нас. За отзыв с фото мы подарим вам бонус 300 ₽ на следующий тур."
- "Мы гордимся вашими впечатлениями! Если вы довольны нашей работой, поделитесь этим с другими - это лучшая награда для нас."
- "Нам интересно ваше мнение о работе агентства. Напишите несколько строк - это займет всего минуту и поможет нам расти."

 **Запрещается:** Покупать отзывы, публиковать ложные отзывы от себя или использовать ботов. Это нарушает законодательство и подрывает доверие к агентству.

 **Дополнительный совет:** Проводите раз в квартал "репутационный аудит" - проверяйте, как выглядит ваше агентство в глазах потенциальных клиентов: актуальны ли фото, полны ли профили на картах, есть ли свежие отзывы.

Утверждаю:

_____ / _____

(должность, ФИО, подпись)

"__" _____ 20__ г.

© Бизнес-пакет: Туристическое агентство - Памятка по работе с отзывами и репутацией,
версия 1.0.

Регулярно обновляйте памятку на основе новых кейсов и изменений на рынке.