

Для чего Вам отзывы клиентов садика?

Каким образом собирать и применять отзывы?

* О каких отзывах пойдёт речь далее? *

Об откликах и рекомендациях тех, кто пользовался услугами Ваших заведений или желает(!) ими воспользоваться.

А ещё о записях интервью с Вашими клиентами, о фотографиях с ними, о благодарственных и рекомендательных письмах...

* Какие задачи Вы решаете, показывая эти отзывы? *

1... Предупредить конкретные возражения (сомнения) возможного покупателя, может быть даже развеять их.

2... Сообщить о ряде потребительских выгод, которые получают клиенты и рекомендатели от сотрудничества с Вами.

З... Предложить людям, желающим довериться Вам, поводы считать Вас достойной(-ым) доверия.

* Что ещё даёт Вам сбор клиентских отзывов? *

+ Это нетривиальный повод обратиться к лучшим из Ваших клиентов, в том числе бывшим

+ Это способ доволить самолюбие клиентов и помогать им увериться в мнении, что их выбор в пользу Вашего садика был верным

+ Это исследование, что было ценным для клиентов, что они хотели бы видеть и как хотели бы чувствовать себя в Вашем садике, и какими словами они об этом говорят

* Какие отзывы имеет смысл применять? *

Прежде позвольте обратить Ваше внимание, что отзывы могут быть как и о заведении, вообще, так и о конкретных мероприятиях, об определённом курсе, о каком-то сотруднике Вашего садика.

Поэтому даже отзыв от посетителя Вашего бесплатного рекламно-развлекательного мероприятия, который так пока и не стал Вашим клиентом вполне может быть применим.

Нередко уместны благодарственные письма на Ваше имя и рекомендации в отношении Вас, лично. Для тех, кто ещё только открывает свой 1-ый садик, такие отзывы могут быть единственными.

* У каких клиентов можно брать отзывы? *

Из сказанного выше следует, что можно брать отзывы даже у тех, кто только посетил открытую встречу с презентацией Вашего садика.

У тех, кто отходил ещё только месяц или всего неделю...

У тех, кто в Вашем заведении уже много месяцев...

У тех, кто уже покинул Ваш детский сад.

В некоторых случаях уместны отзывы не клиентов, а «сопричастных лиц» (рекомендателей). Например, бабушек и дедушек...

* Каким образом применять отзывы Ваших клиентов? *

Кроме очевидного: размещения в прихожей (холле) садика и на фирменном сайте, есть ещё несколько применений...

Архив статей для хозяев детских мини-садиков
<http://minisadik.com/knol/>

Разумно помещать отзывы в другие рекламно-развлекательные материалы для будущих клиентов и сотрудников(!). В том числе в видеоотчёты о конкретных мероприятиях (праздниках и не только).

Некоторые отзывы и рекомендации можно разместить на сторонних интернет-площадках. Не спамить ими на «мамочкиных» форумах, нет!

Ряд отзывов можно вынести на сайты, специально предназначенные для них: Фламп (flamp.ru) и прочие, типа Отзовика (otzovik.com)

И (что ещё эффективнее, пожалуй) можно побудить клиентов разместить отзывы и рекомендации в их личных профилях в сетях: Вконтакте, Одноклассники, Фэйсбук, Мой Мир...

* Как ещё публиковать записи отзывов и рекомендаций? *

Размещайте особо ценные отзывы и тем паче рекомендательные письма в личных профилях - своих собственных и некоторых Ваших сотрудников.

И вышеупомянутых сетях... И в деловых: Мой Круг, Профессионалы, LinkedIn (linkedin.com)

Можете просто разместить подборку ссылок на отзывы о Вас и Вашем заведении в интернет.

Архив статей для хозяев детских мини-садиков
<http://minisadik.com/knol/>

Помещайте их в бумажные и в электронные письма, которые Вы можете вручать (отправлять) людям, только посетившим Ваше презентационное мероприятие. А иногда, в письма адресованные настоящим, даже бывшим клиентам...

* Когда применять отзывы нельзя? *

Помимо тех случаев, когда Вы опасаетесь «засветить» кого-то из клиентов или сотрудников... И тех, когда клиент дал отзыв «никакого» качества...

Когда отзыв дал, скажем, по собственной инициативе, человек «роняющий престиж» Вашего заведения «в глазах» других возможных клиентов.

* Пример неловкого применения отзыва *

Допустим, Ваше лучшие и самые прибыльные клиенты — семьи, где супругам «за 30», с доходом ощутимо выше среднего по городу.

Какой эффект даст отзыв молодой (19-22) мамы в Вашем паблике Вконтакте или на Вашем сайте?

Самых желанных из возможных Ваших клиентов он вряд ли впечатлит. Может даже усилить сомнения, стоит ли покупать...

* Какой отзыв? Чей отзыв? *

Насыщенный. Развёрнутый. Грамотный. Да украшенный милым лицом молодой женщины на фото. Да с ссылкой на её профиль в какой-нибудь сети... Такой отзыв, скорее всего, сработает на Вас.

А вот короткий, сухой или с одной эмоцией нескладный (да корявым подчерком) — вряд ли. Тем более если исходит от плохо одетого, малопривлекательного лица. Да с низким статусом или от анонима...

* Какие должны быть отзывы, в идеале? *

Будущим клиентам, желательно, показывать целый набор отзывов... В идеале, 4 отзыва и более...

Например, такой набор с фотографиями:

От прехорошенькой женщины моложе 30-ти...

От привлекательного мужчины моложе 35-ти...

От солидного зрелого мужчины старше 40...

От приглядной женщины или семейной пары старше 35.

* Формат отзывов для привлечения новых клиентов *

Архив статей для хозяев детских мини-садиков
<http://minisadik.com/knol/>

Письменные или сканы (качественные фотографии) письменных отзывов, рекомендательных и благодарственных писем.

Цифровой текстовый документ. В идеале, с фотографией автора отзыва и с фото его подписи.

Запись телефонного разговора или специального интервью с клиентом. Желательно тоже преподнести с фотографией клиента.

На видеоотзывы, обычно, рассчитывать не приходится. Но, иногда, на мероприятиях удаётся взять короткие (с:

Пост в личном профиле клиента и в Вашем с цепляющим фото и без.

* Что должно быть в идеальных отзывах? *

Пусть прозвучат выгоды, которые клиенты получают в Вашем садике.

Пусть будет сказано о том, какие у них были сомнения и опасения.

И пусть клиент покажет, когда и каким образом были развеяны эти опасения и сомнения...

Будет уместна история и о том, как клиент пришёл в Ваш садик. В том числе и о том, почему выбрал именно его.

* Каким образом получить отзывы такого содержания? *

Вы берёте первый отзыв у клиента через месяц, после его первой покупки услуг Вашего заведения. Или после окончания программы длительностью меньше месяца. Или же на 4-5 неделе долгого курса.

Второй отзыв через полгода-год или при уходе клиента до этого срока. И второй, по возможности, более подробный, чем первый.

Нужно два отзыва, потому что клиенты забывают, о чём он (она, они) думали и чего опасались, когда поступали в садик и в первые недели посещения... А для новых клиентов именно это важно.

Оба отзыва можно получить насыщенными, пожалуй, только если задавать клиентам наводящие вопросы. Последовательность вопросов... И, конечно, поощрять их раскрываться в ответах...

Публиковать можно оба отзыва рядом. Можно из двух делать один - на Вашем сайте. В личных профилях клиенты, обычно, пишут свои короткие отзывы, но под впечатлением Вашего интервью с ними...

* Ещё о том, как получить желаемые отзывы *

О том, что люди дают отзыв в обмен на какой-нибудь бонус (скидку), Вы слышали. Именно так ряд заведений типа кафе или салонов

Архив статей для хозяев детских мини-садиков
<http://minisadik.com/knol/>

красоты получает кучу коротких отзывов на Флампе и в Фейсбук.

Вы тоже можете вознаграждать клиентов за отзыв и домашним печеньем, и подарочным сертификатом, и правом звонить Вам (вопрос какой-нить решить)... Однако, можно и по-другому...

Вы или некто, по Вашему поручению, обращаетесь к клиенту с просьбой дать интервью. Оно записывается и сразу же (под запись) Вы получаете право публиковать его...

Иной раз такое интервью можно устроить, что клиентка сама публикует его запись в своём профиле. Сразу после получения записи и предложения выложить его у себя.

* Другой основательный подход к сбору отзывов *

Поскольку насыщенные, тематически сфокусированные отзывы можно получить лишь направленной работой с клиентом...

Люди основательные - не только в Америке, но и в Расее - составляют перечни вопросов. И по такому перечню составляется анкета или ведётся живое интервью.

Тонкости составления анкеты, вручения её и получения обратно (это

Архив статей для хозяев детских мини-садиков
<http://minisadik.com/knol/>

тоже та ещё задачка (!) позвольте здесь пропустить. Да и о том, как организовать серию интервью (очно и по телефону), лучше поговорить отдельно...

А сейчас уместно рассказать-показать...

* Как ещё делаются отзывы? *

В ходе обычной переписки с клиентами и/или на родительских собраниях задаются по 1-2 вопроса. Ответы на них, среди прочего, используются и для составления отзывов.

Затем, в произвольной беседе с взрослыми клиентами Вы просите у них отзыв и предлагаете, при этом все хлопоты взять на себя...

Кто-то охотно даёт развёрнутое интервью после этого. Кого-то Вы вызваниваете и задаёте несколько вопросов. Потом, через несколько дней, ещё звонок с уточняющими и дополняющими вопросами.

Полученные таким образом наброски отзывов Вы сводите или нанятые Вами исполнители сводят воедино. Потом полученный отзыв в виде текстовой или аудиозаписи даётся на утверждение клиенту.

Отлично, если вместе с подтверждением (подписью) клиента удаётся взять у него фото с правом размещения в помещениях садика, в

Архив статей для хозяев детских мини-садиков
<http://minisadik.com/knol/>

рекламных материалах, на интернет-сайтах.

* А вот как получаются бестолковые отзывы *

Пишется всё от себя... Отсебятина, даже в исполнении якобы профессиональных «копирайтеров» (1-3 \$ за 1000 знаков), очень плохо убеждает людей...

Вот Вы сами верите выдуманным отзывам на страницах некоторых газет и сайтов? Фальш чувствуют даже малограмотные люди!

Удачные отзывы, скопированные у других заведений для дошколят, вполне могут срабатывать. Но, даже если обман никогда не «всплывёт», есть несколько причин отказаться от воровства отзывов.

Назову только одну: коль скоро Вы настоящих отзывов не собирали, то для Вас будет затруднительно находить удачные отзывы.

Найдут, бывало, большие отзывы да с фото и размещают у себя. А те отзывы были уже(!) сворованы с сайта какого-нибудь садика в Израиле или в Чехии, и смущают даже при беглом просмотре...

* Чем заменить отзывы, в некоторых ситуациях? *

Когда Вы только начинаете, то можете раздобыть настоящие рекомендательные письма и опубликовать их сканы (фото).

Да, обычай пользоваться рекомендательными письмами ныне мало распространён. Однако, даже их необычность может сработать как весомая замена отзывов.

Представьте полдюжины писем от разных (и «не последних») людей, рекомендующих Вас как человека надёжного, порядочного и... тому подобное...

Можно также использовать рекомендательные письма, которые по Вашему настоянию получили Ваши ключевые сотрудники от своих знакомых, в том числе прошлых нанимателей.

* Что ещё заменит и дополнит Вам отзывы клиентов? *

Фотографии, на которых Вы вместе с клиентами (особенно, хорошо делать в ходе праздничных мероприятий). Может быть даже фото с автографами(!) клиентов и... некоторых знаменитостей...

Впрочем, есть ещё ряд способов предупредить и развеять сомнения возможного покупателя, сообщить о потребительских выгодах Вашего предложения и дать людям поводы считать Вас достойной(-ым) доверия.

Архив статей для хозяев детских мини-садиков
<http://minisadik.com/knol/>

Об этом в видео, которое раскрывает множество приёмов доказать правдивость Ваших слов и выгоды Вашего предложения:

<https://vimeo.com/109948137>

* Соглашение об использовании информации *

На содержание настоящего документа распространяется соглашение, опубликованное по адресу <http://minisadik.com/conditions.htm>.

Согласно этому документу, все действия, предпринимаемые Вами под впечатлением сведений, изложенных в настоящем докладе, совершаются Вами на собственный риск и не накладывают никаких обязательств на автора. Имейте это в виду.