Two parallel light blue diagonal lines extending from the top right towards the center of the page.

AMERICAS REPUTATION PLAYBOOK

REPUTATION BASICS



ÍNDICE

Two thick, parallel yellow diagonal lines extending from the bottom left towards the center of the page.

CAPÍTULO 1.0

¿Qué es el indicador Reputation Score?

CAPÍTULO 2.0

Usabilidad de las plataformas

CAPÍTULO 3.0

Mejores prácticas y qué podemos evitar

CAPÍTULO 4.0

Ejemplos prácticos para aprender a gestionar el indicador

CAPÍTULO 5.0

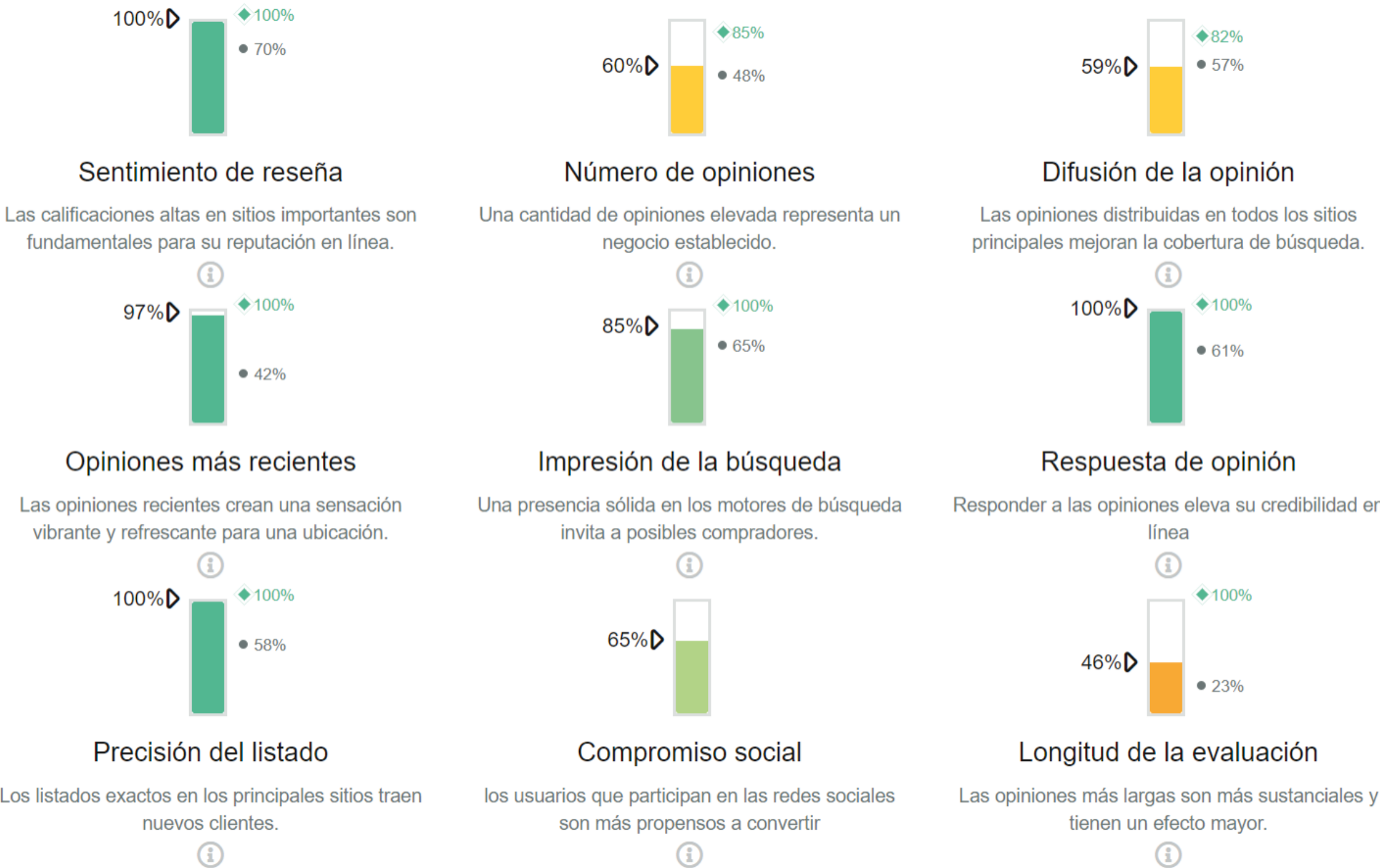
Los demás componentes

CAPÍTULO 6.0

Jugadas adicionales

CAPÍTULO 1.0

¿Qué es el indicador Reputation Score?



Reputation es un indicador que mide la reputación de la marca por medio de las reseñas que reciban en **Google Mi Negocio**.

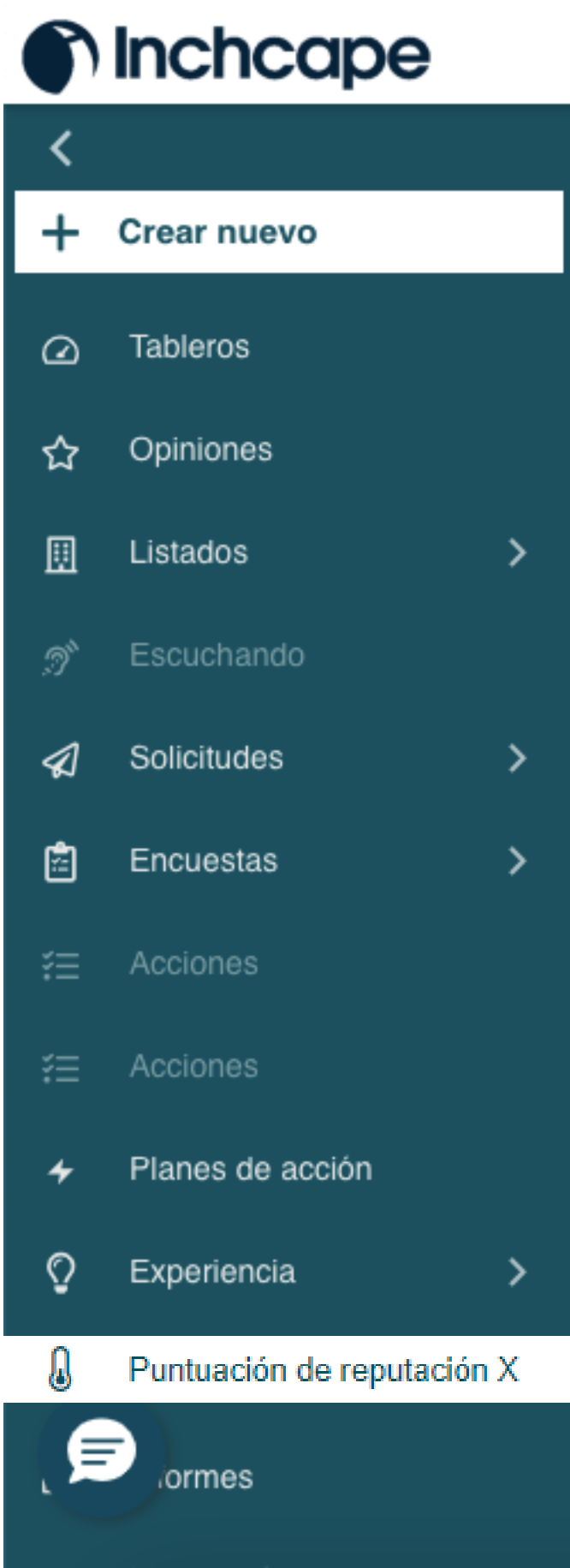
Tiene dos grandes ventajas:

1. Les ayuda a mejorar su **Posicionamiento Orgánico** (también conocido como **SEO** o el lugar donde aparecen en las **búsquedas de Google**).
2. Con una **buena gestión** y un poco de **orden** podemos alcanzar los puntajes solicitados.

TIP: REPUTATION SE MIDE DESDE 0 HASTA 1.000 PUNTOS.

Menús de Reputation

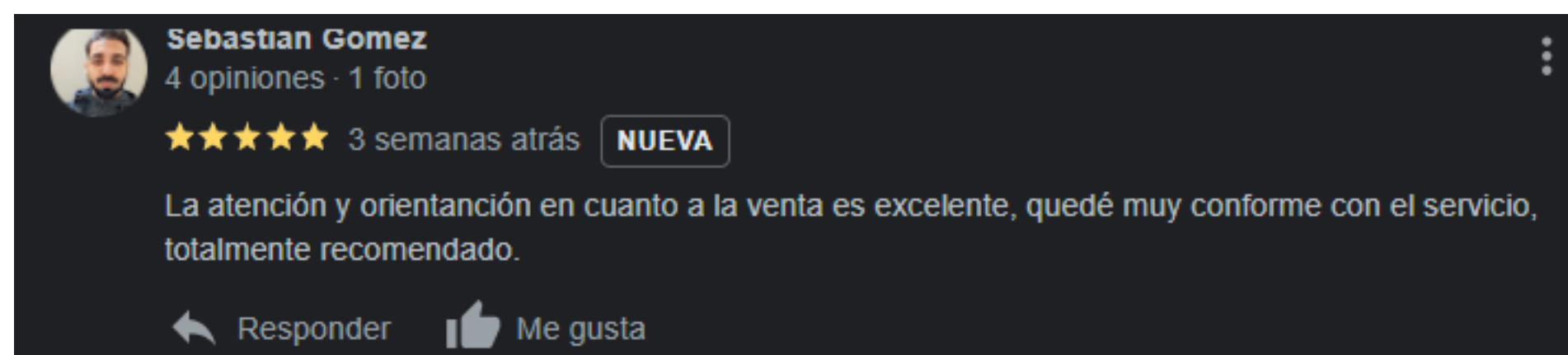
Reputation tiene múltiples menús, pero nosotros **solo usaremos dos** de momento: **Reseñas y Reputation Score X**. Uno relacionado con el puntaje y el otro con las reseñas.



Reseñas

Las reseñas son la base de una buena “reputación” en internet y es acá donde aparece **Google Mi Negocio**.

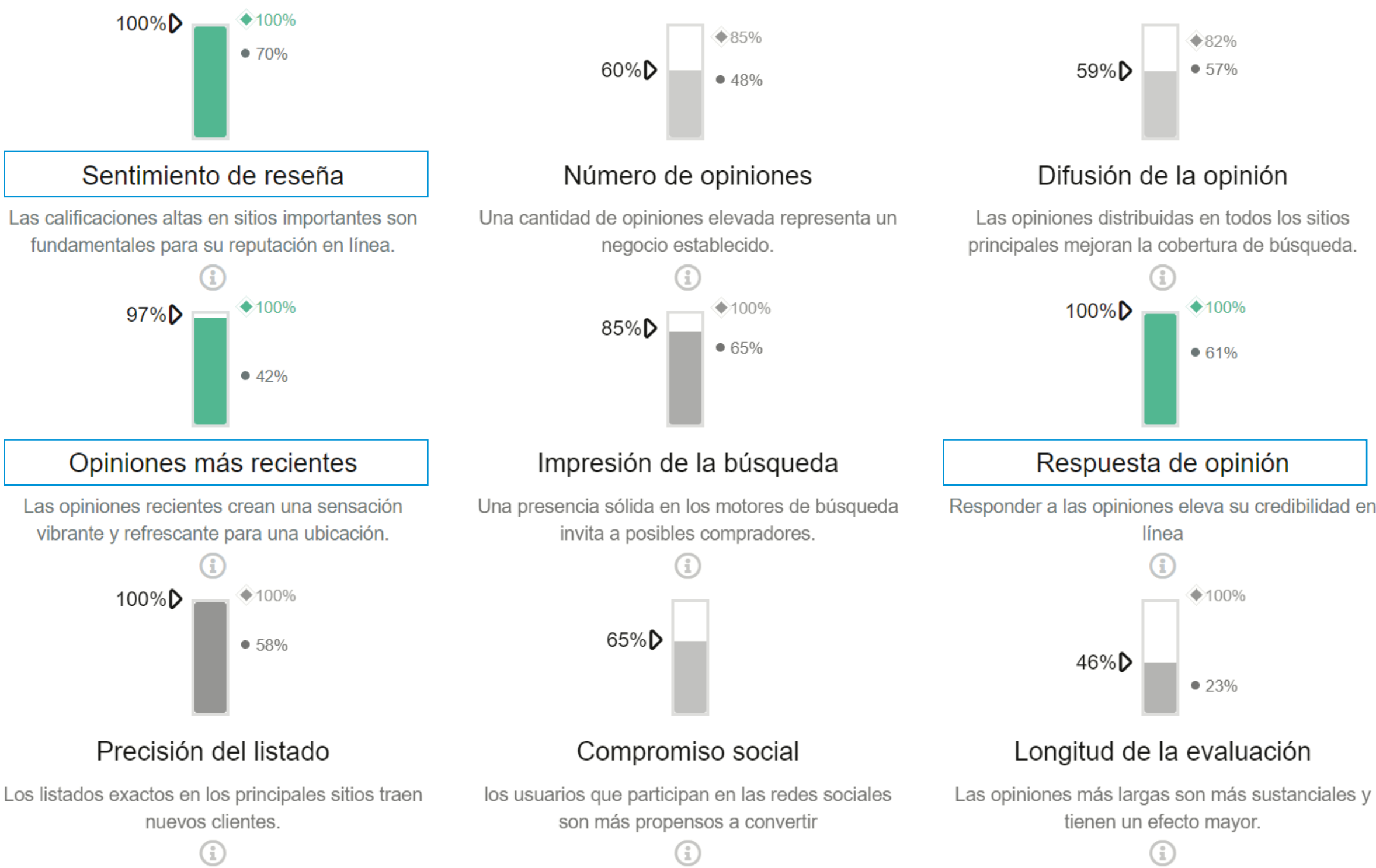
Una reseña es la acción de una persona que deja un **comentario y una calificación** y dependiendo de su nota puede considerarse Positiva, Neutra o Negativa.



1 o 2 estrellas es **negativo**
3 estrellas es **neutro**
4 o 5 estrellas es **positivo**

Reputation usa 9 componentes para calcular su indicador, en este capítulo sólo **trabajaremos con los 3 más importantes** ya que la suma porcentual de estos **3 indicadores representan el 49% aprox. de nuestro puntaje**:

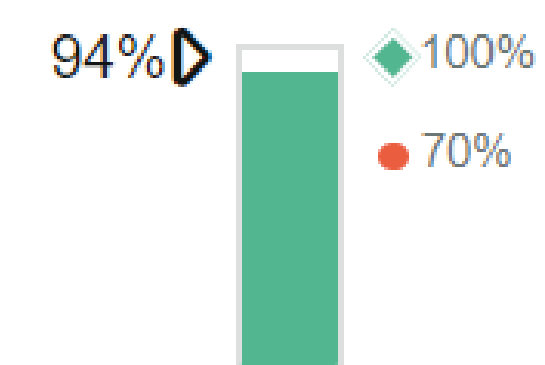
- *Sentimiento de reseña*
- *Respuesta de opinión*
- *Opiniones más recientes*



Sentimiento de reseña

El **sentimiento de reseña** es el más importante de los componentes, y responde a la **calificación promedio** que tengamos en google mi negocio.

Entre mejor sea nuestra calificación, mayor será nuestro puntaje. Pero teniendo en consideración que las reseñas negativas valen más que las positivas.



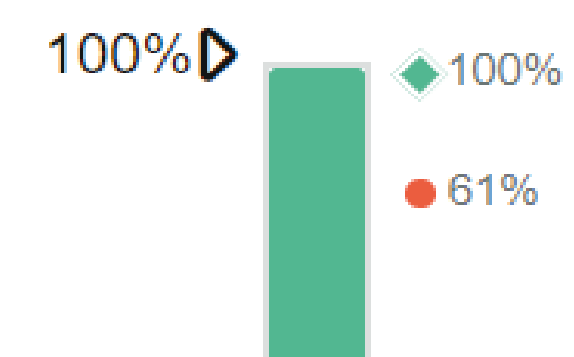
Sentimiento de reseña

GRAN IMPACTO

Las calificaciones altas en sitios importantes son fundamentales para su reputación en línea.

Respuesta de opinión

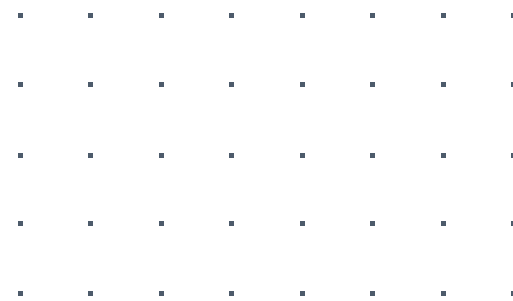
La respuesta de opinión es el único componente que podemos **controlar al 100%**. Y lo único que se espera es que se respondan todas las reseñas que nos han dejado. Una buena práctica.



Respuesta de opinión

IMPACTO MEDIO

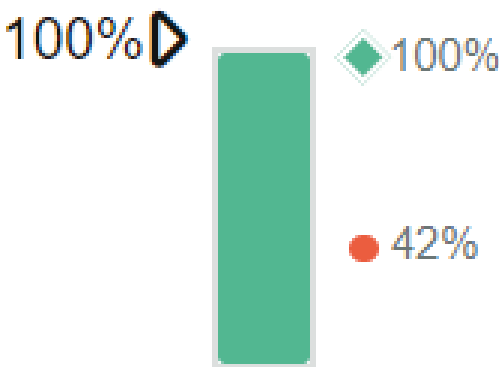
Responder a las opiniones eleva su credibilidad en línea



Opiniones más recientes

La frecuencia con la que conseguimos las reseñas es más importante que la cantidad de reseñas que conseguimos.

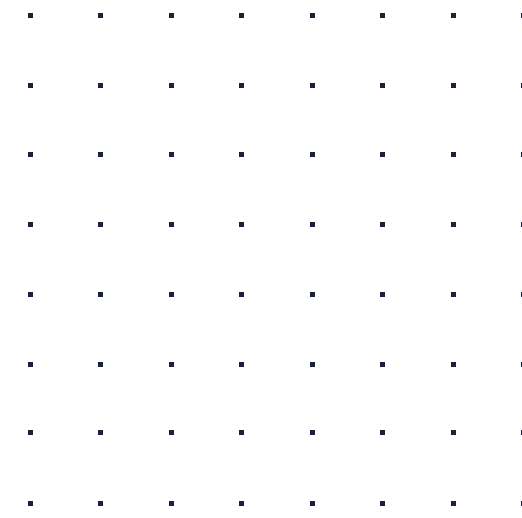
Reputation nos permite **planificar a 90 días de anticipación**, y de esa forma tener objetivos precisos en la cantidad de reseñas que tenemos que conseguir todos los meses. De esa manera, podemos administrar este recurso de forma práctica.



Opiniones más recientes

IMPACTO MEDIO

Las opiniones recientes crean una sensación vibrante y refrescante para una ubicación.



Debes considerar

Reputation no es un NPS.
Funciona con otras lógicas
y por lo mismo el
conocimiento de ese
indicador no les va a servir
con Reputation.

No existe una fórmula única
para conseguir los puntajes
objetivos, solo tenemos
indicadores mensuales y una
planificación acorde para
llegar a las metas.

Necesitamos ser pacientes,
los resultados tardan por lo
menos 30 días en reflejarse.

CAPÍTULO 2.0

Usabilidad de las plataformas



Filtros

Reputation cuenta con un **sistema de filtros** que les permitirá mejorar su experiencia visualizando información precisa. Estos filtros van desde lo más **amplio**, como mirar los datos de un **país** completo, hasta algo tan **específico** como una **ubicación**.

PAÍS

Todas

SUB-REGION

Todas

BRAND

Todas

CHANNEL

Todas

CIUDAD

Todas

UBICACIÓN

Todas

LOCATION-TYPE

Todas

SOURCE

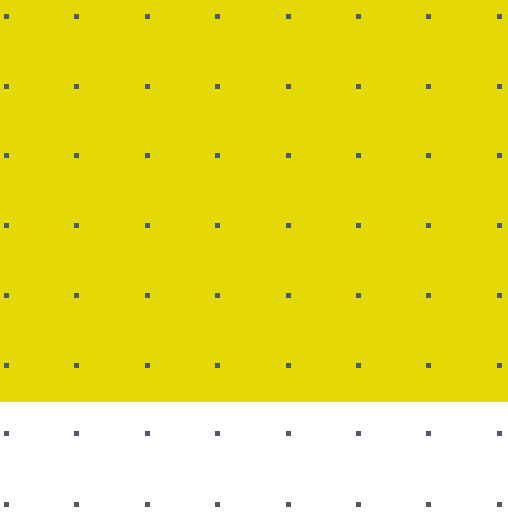
Todas

RANGO DE FECHAS

Últimos 30 días

Ocultar filtros

Restablecer filtros



Filtros

Al desplegar las ventanas del menú, veremos el listado de opciones que podemos seleccionar por cada campo de análisis.

BRAND

Todo

Filtro

☒ Todo

☐ BMW

☐ bravauto

☐ Changan

☐ Derco

☐ DFSK

☐ Geely

El filtro más importante para los análisis que puedan hacer, es el filtro de tiempo porque este permite personalizar rangos de fechas para visualizar de forma más ágil nuestros objetivos.

RANGO DE FECHAS

Últimos 90 días

Filtro

☐ Último año

☐ Últimos 2 años

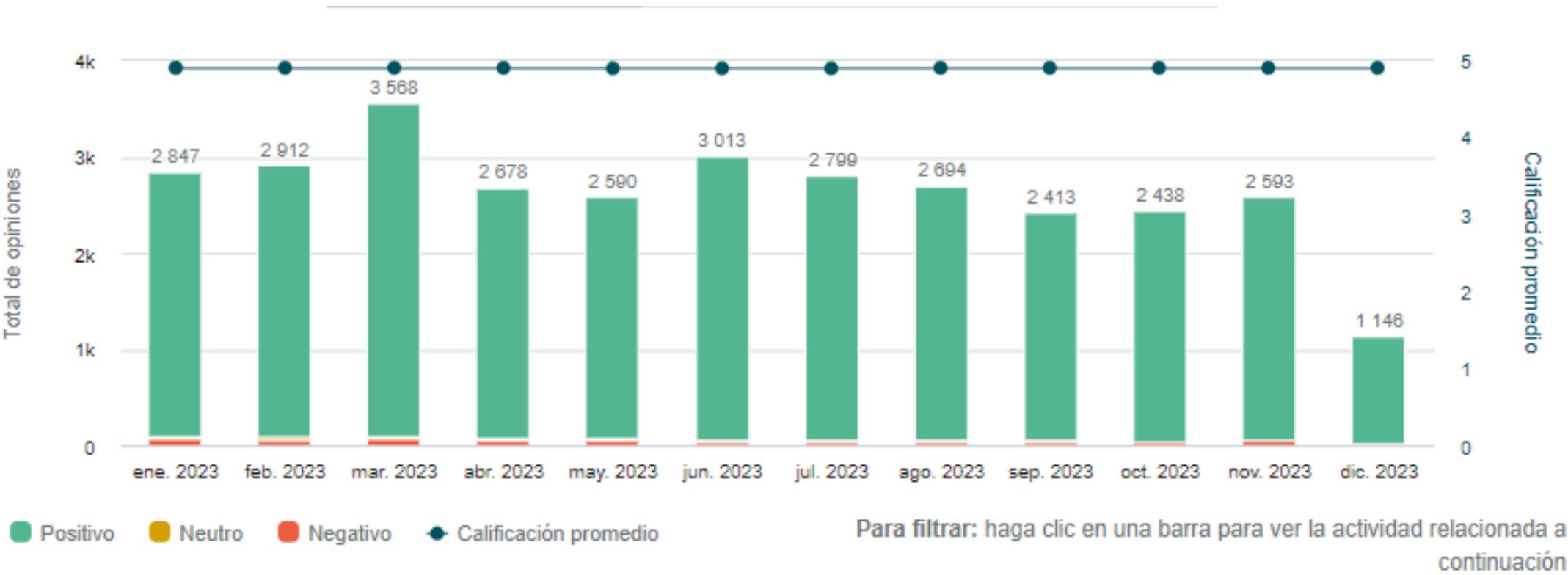
☐ Últimos 3 años

☐ Histórico

☐ Fechas personalizadas

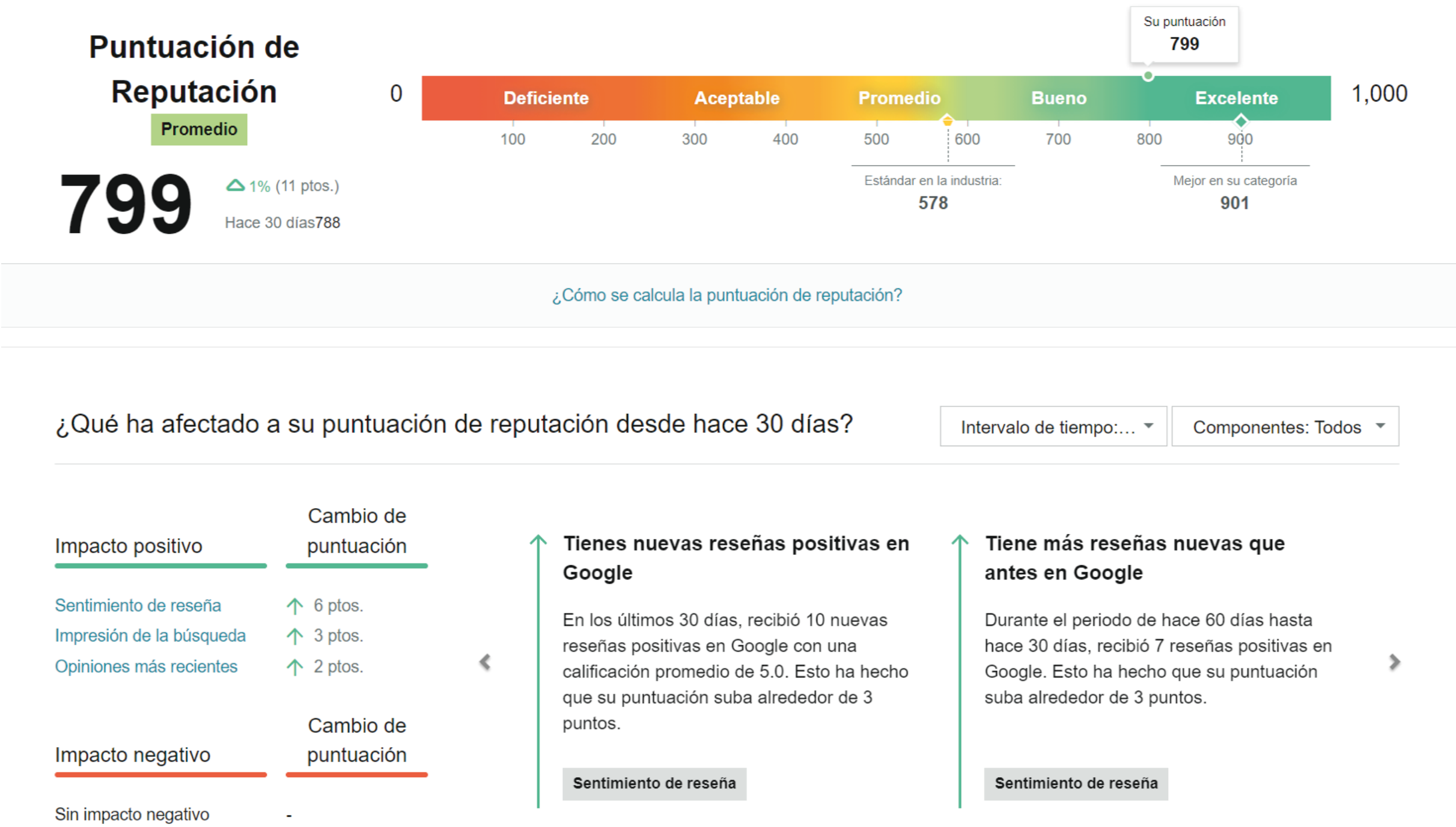
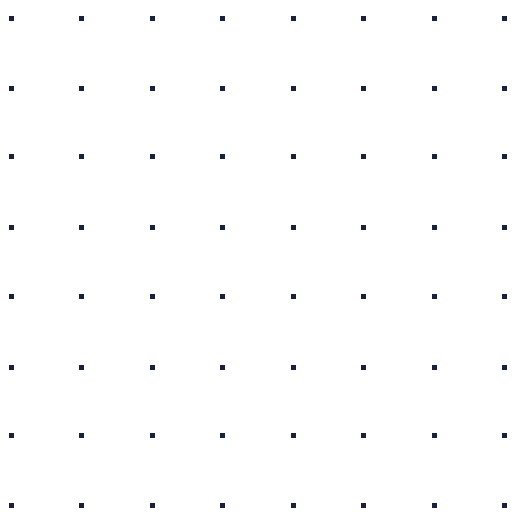
Visualización de datos

Desde Reputation podemos mirar **gráficos y métricas** para entender rápidamente nuestro desempeño. Además podemos utilizar un filtro de tiempo para mirar al pasado y encontrar información que necesitemos o queramos revisar.



Puntaje

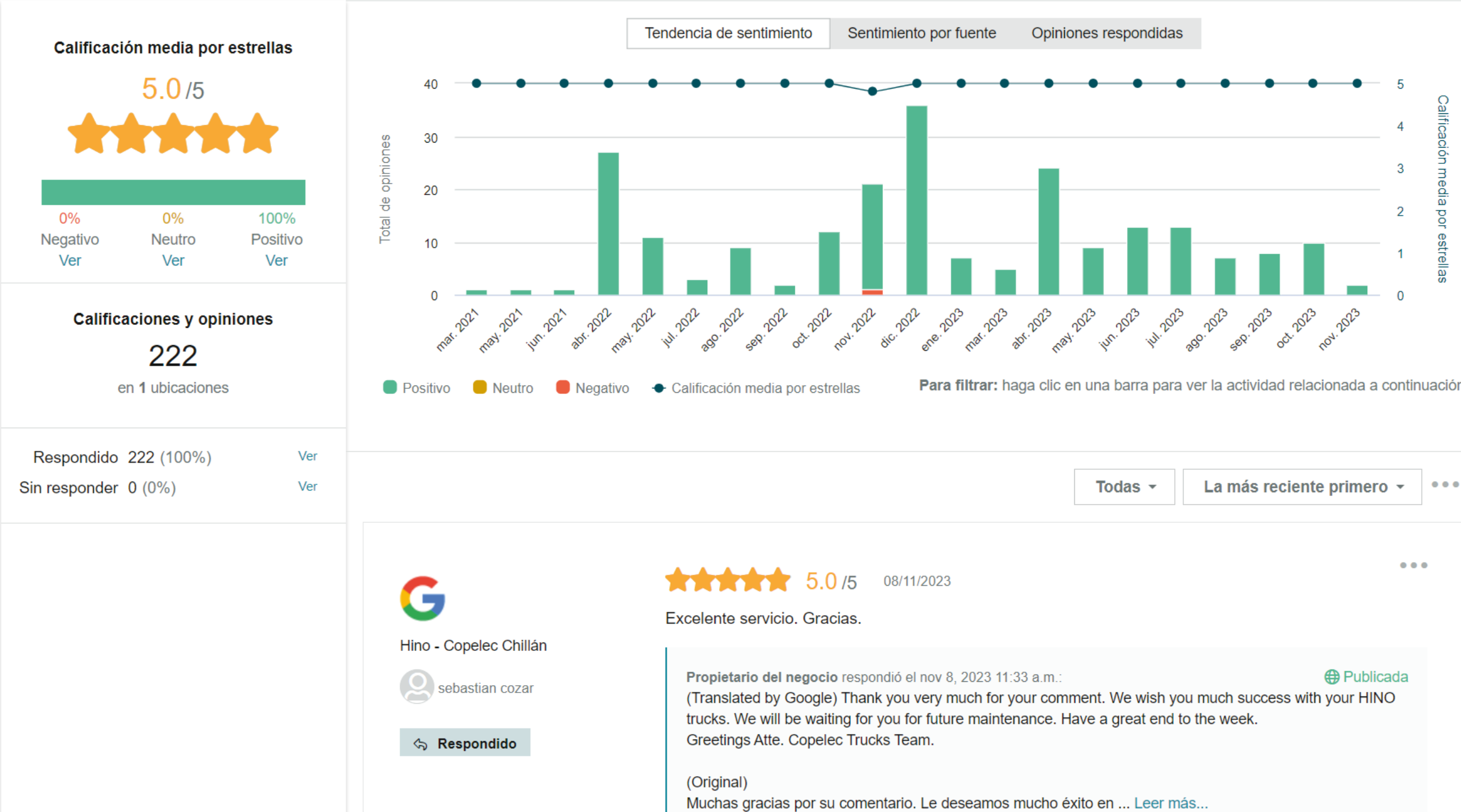
Desde el menú de **Reputation Score X** podemos encontrar todos los **datos necesarios** sobre la actividad del último período. Siempre que veas el puntaje desde este menú estarás viendo el resumen de tus **últimos 30 días** de actividad.



Reseñas

En el menú de reseñas podemos encontrar todos los **comentarios** que dejan los usuarios. Reputation también nos entrega la posibilidad de responder a estos desde este mismo menú.

Aquí podemos revisar historial, periodicidad, estado del comentario (si fué respondido o no) e incluso quien respondió (en caso de que sea respondido desde Reputation).





Google My Business

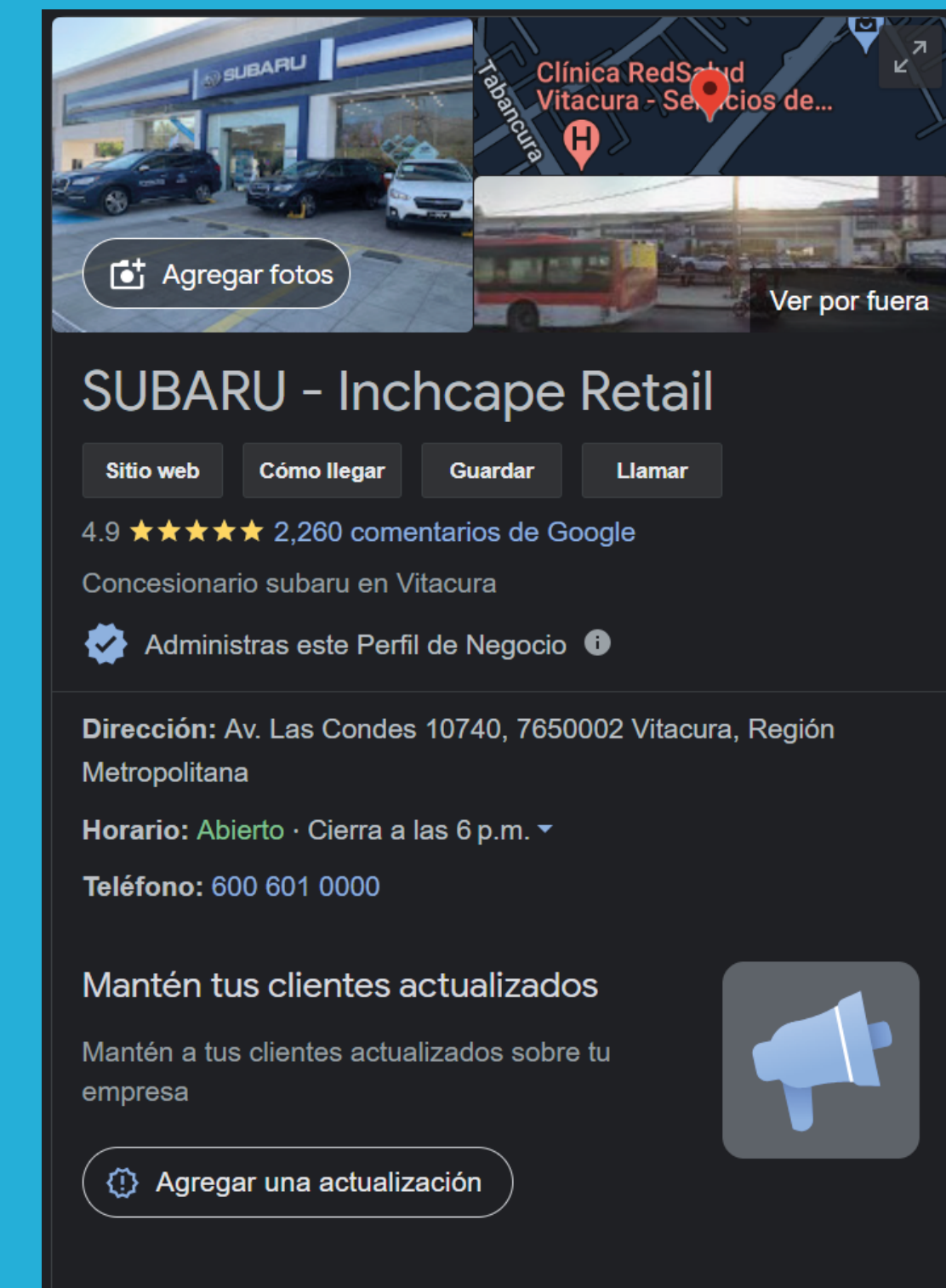
Reputation se conecta a Google Mi Negocio, la plataforma de Google que nos permite interactuar con nuestros clientes y **recibir reseñas** sobre la experiencia que el cliente tuvo en nuestras tiendas. Reputation calcula el indicador en base al **desempeño** de la tienda, en Google Mi Negocio.

Google Mi Negocio

Son los perfiles informativos que aparecen en Google maps o en el buscador de Google y que nos muestran la ubicación geográfica de algún local, vitrina, etc. También nos entrega todas las herramientas necesarias para llegar a nuestra ubicación por medio de aplicaciones como Google Maps o Waze.

La función principal de esta aplicación es recibir las **reseñas** que nos entregan nuestros clientes.

Además podemos usar algunas de sus funciones para mejorar nuestra **posición en Google**.



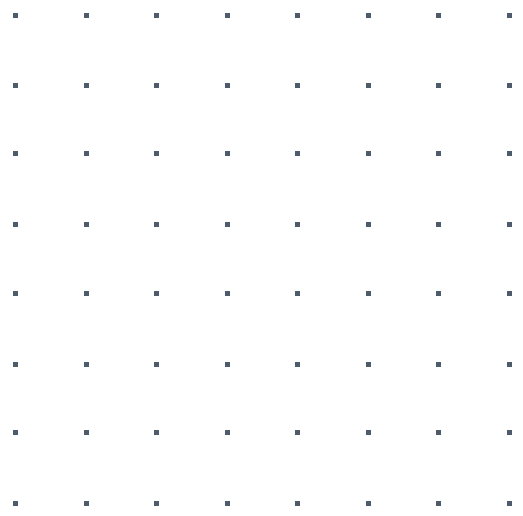
CAPÍTULO 3.0

Mejores prácticas y qué podemos evitar



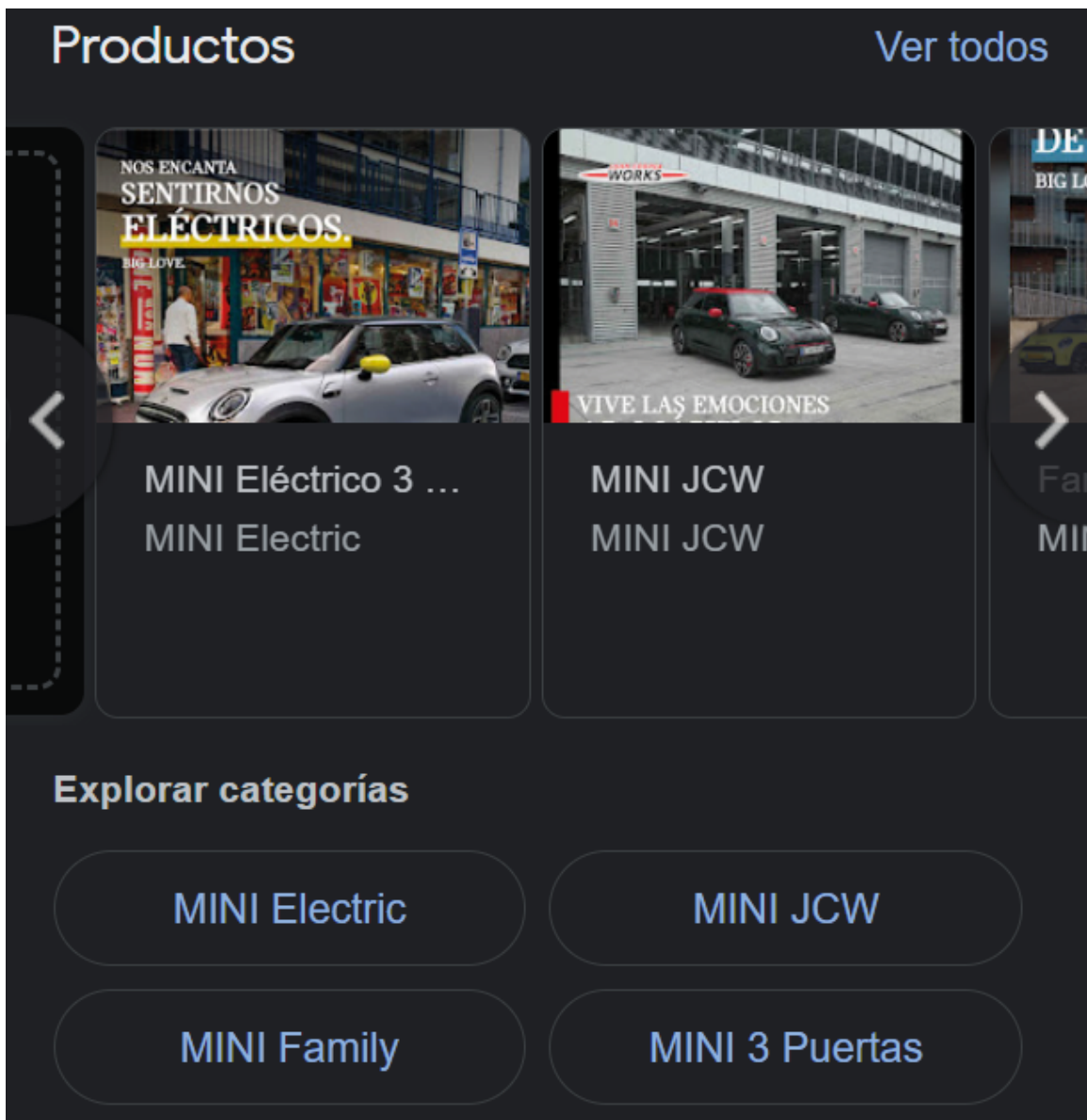
¿Qué hacer?

Todos los recursos que ofrezca Google deben ser usados. Estos nos ayudan a mejorar nuestra posición orgánica.





Google My Business



Google Mi Negocio

- 1. **Subir contenido.** Podemos subir posteos, catálogos, imágenes. Es súper importante usar estos recursos de forma frecuente. Van a mejorar nuestra visualización en google y nuestro puntaje en el proyecto.





Google My Business



Google Mi Negocio

2. **Interactuar con los usuarios.** Google mi negocio nos permite tener un canal directo con posibles clientes. Por lo mismo, además de las reseñas podemos habilitar un chat de contacto o una sección de preguntas frecuentes.



¿Qué no hacer?

- **No administrar la ficha de Google mi Negocio.** Debería considerarse un canal más como el de una **red social**, para prestarle la atención que requiere.
- Los menús más importantes son el de **Actualización** y el de **Imágenes**.

- **Actualización:** Es fundamental considerar al menos **una publicación a la semana**. Esta publicación puede ser contenido que ocupen en redes sociales sin problemas, pero tienen que publicarse en Google mi negocio también.
- Imágenes: nunca olvidar subir el **logo** de la empresa y una **foto de la fachada** del local.

¿Qué hacer?

- **Usar los filtros para ver los desempeños** en distintos espacios de tiempo o para encontrar más rápido reseñas que no se han contestado aún.
- **Responder todas las reseñas**, aunque sean antiguas. Porque así aseguramos tener el 100% de los puntos. Habilitar las notificaciones para saber cuándo nos dejan una reseña.
- **Comienza de menos a más**. Parte consiguiendo una reseña a la semana. Esto permite crear el hábito de la regularidad en Reputation y esto es lo mejor que puedes hacer para el proyecto.

- Siempre **solicitar reseñas** pidiéndole al cliente que ponga el **nombre del asesor de venta, y la razón por la que fue bien atendido**.
- **Habilitar las notificaciones** para saber cuándo recibimos una reseña.
- **Tener un objetivo semanal** de reseñas a conseguir. Es más importante conseguir reseñas en forma frecuente que todas en un solo día. Vale más cuatro reseñas en un mes que cuatro en un solo día.

¿Qué no hacer?

• **Dejar de responder una reseña** por ser negativa. Una reseña negativa es una oportunidad de demostrar que podemos dar una muy buena atención a los usuarios. Entregando una respuesta ágil, amable y orientada a resolver el problema.

• **Dejar reseñas sin contestar.** No importa si es buena o es mala, si nos gusta o no nos gusta, todas las reseñas se contestan.

• **Pedir reseñas sólo cuando se concrete una venta/compra.** Todas las interacciones con un cliente son una oportunidad para dar una buena atención. Por lo mismo "hasta cuando pidan el baño", podemos obtener una reseña.

• **Dejar de conseguir reseñas** por tener un buen Reputation Score. Es habitual que al alcanzar un puntaje dejamos de pedir reseñas, y empezamos a **perder puntaje**. Si nos mantenemos consiguiendo reseñas de forma constante, nuestro **puntaje será alto, sólido, y con un buen posicionamiento en Google.**

CAPÍTULO 4.0

Ejemplos prácticos para aprender a gestionar el indicador



Usando recursos

La forma más práctica y extendida de conseguir reseñas es por medio de **códigos QR** ubicados dentro del punto de atención. Estos pueden ir en cualquier lugar de la ubicación, pero recomendamos hacer énfasis en **espacios de trabajo** y **puntos llamativos** o **visibles del lugar**.



Usando recursos

Los **códigos** nos llevarán específicamente a la ventana donde podremos recibir las reseñas, simplificando al máximo el proceso de obtención de las mismas.

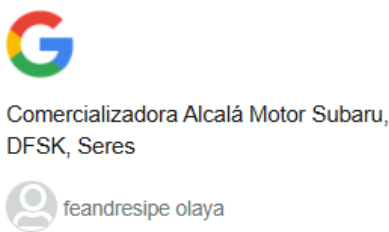
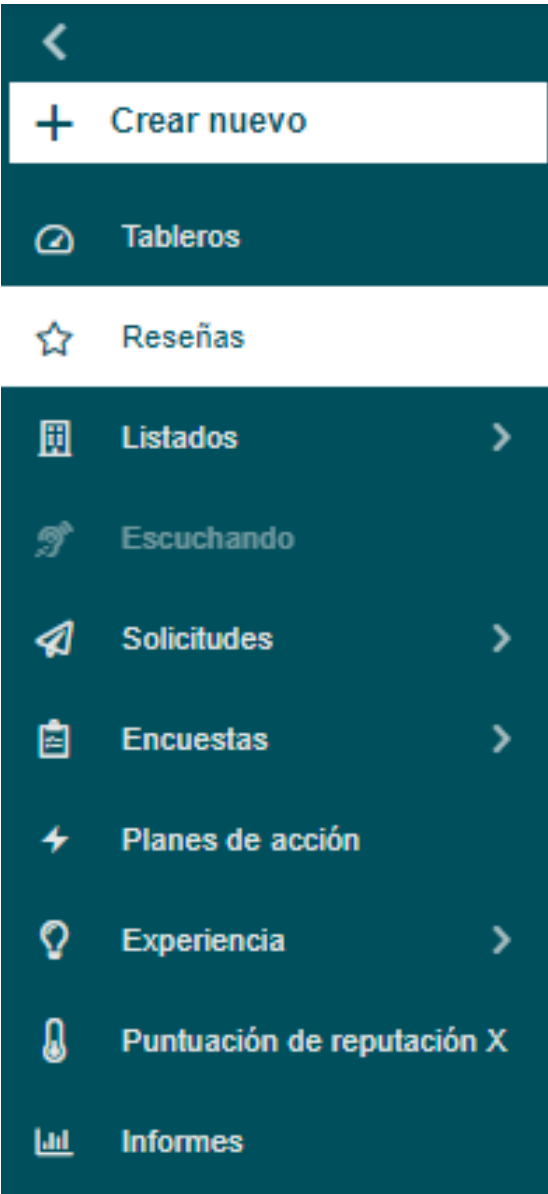


Contestar reseñas

Las **reseñas** se pueden responder de dos formas.

En **Reputation**:

Desde el menú Reseñas (reviews) podemos ir directamente a contestar.



★★★★★ 5.0 /5

10/04/2025

Comparamos con mi esposa una crosstrek, el comercial que nos atendió fue Darío Carreño excelente atención y pendiente a los detalles. Recomendado (Translated by Google) My wife and I bought a Crosstrek. The salesperson who helped us was Darío Carreño, who provided excellent service and attention to detail. Recommended.

Atención al cliente - General

Experiencia General

Experiencia en general - General

Personal

Personal de ventas

Ventas

Responder esta reseña

Contestar reseñas

También desde **Google Mi Negocio** accediendo a la opción de **Leer Opiniones** desde el menú de administración.



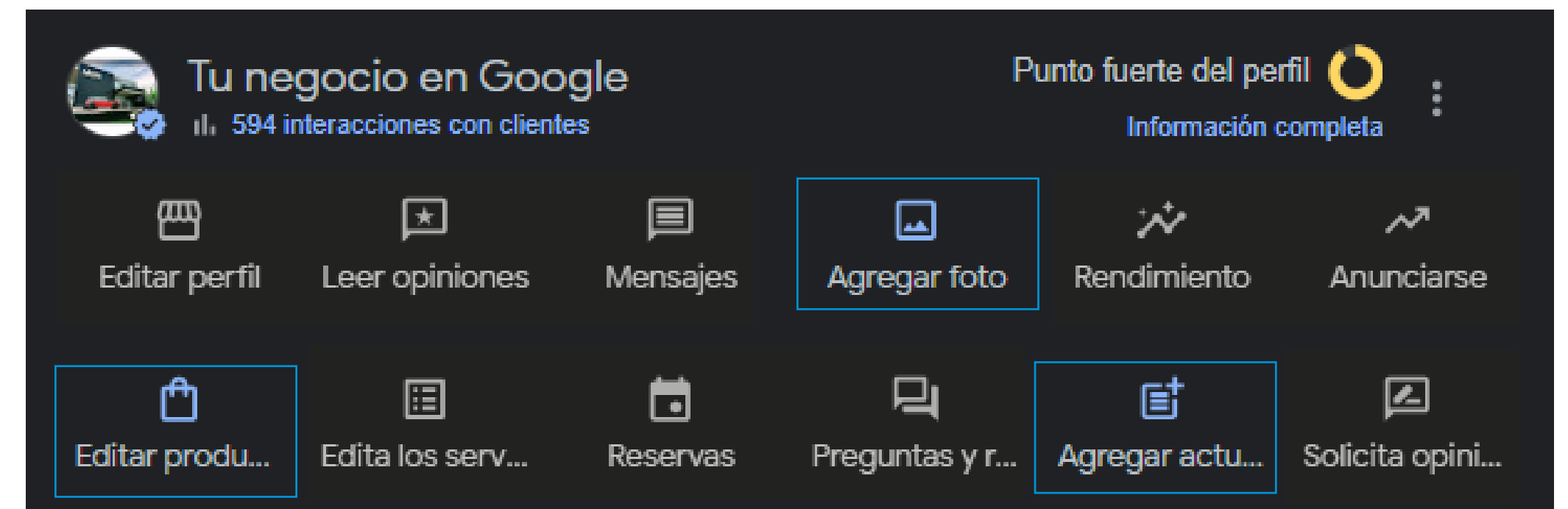
TIP: lo ideal es responder las reseñas en las primeras 12 horas.

Subir imágenes

Con **Google Mi Negocio** podemos agregar imágenes. Estas cumplen distintas funciones, todas muy buenas para el proyecto, al darle un uso correcto a los Menús de Google mi Negocio.

Podemos subir distintos tipos de imágenes: publicaciones, catálogos, logos, etc. Pero el proceso siempre es igual:

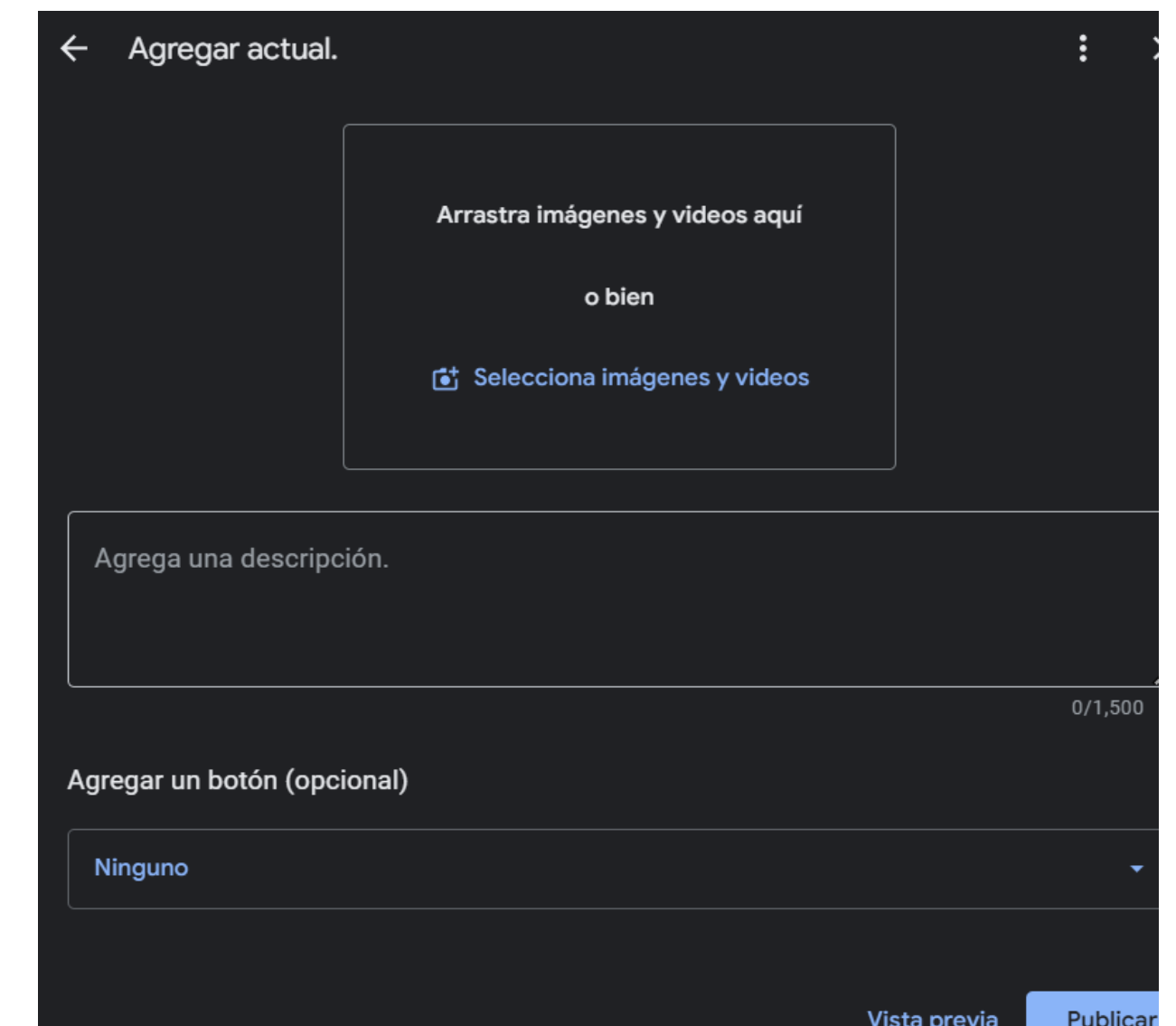
1. Entrar al menú correspondiente



TIP: **SUBIR CONTENIDO E IMÁGENES AYUDA A OBTENER BONIFICACIÓN DE PUNTAJE PARA ESTE INDICADOR**

Subir imágenes

2. Seleccionar el objetivo de la imagen que quieres usar (logo, publicación, catálogo, etc) y luego cargar una imagen en la ventana que se desplegará.



The screenshot shows a mobile app interface for adding a new indicator. At the top, there's a back arrow and the text 'Agregar actual.' followed by a vertical ellipsis menu icon. The main area contains a large box with the text 'Arrastra imágenes y videos aquí' and 'o bien' below it. Underneath is a button with a camera icon and the text 'Selecciona imágenes y videos'. Below this is a text input field with the placeholder 'Agrega una descripción.' and a character count '0/1,500' on the right. Underneath the text field is a section titled 'Agregar un botón (opcional)' with a dropdown menu currently showing 'Ninguno'. At the bottom right, there are two buttons: 'Vista previa' and 'Publicar'.

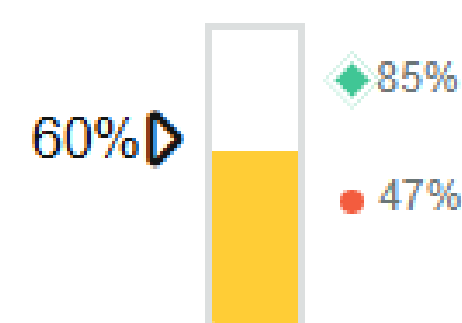
CAPÍTULO 5.0

Los demás componentes



Ya aprendimos sobre 3 componentes: **Sentimiento de reseña, Respuesta de Opinión y Opiniones más Recientes**, ahora nos toca conocer el resto de este equipo.





Número de opiniones

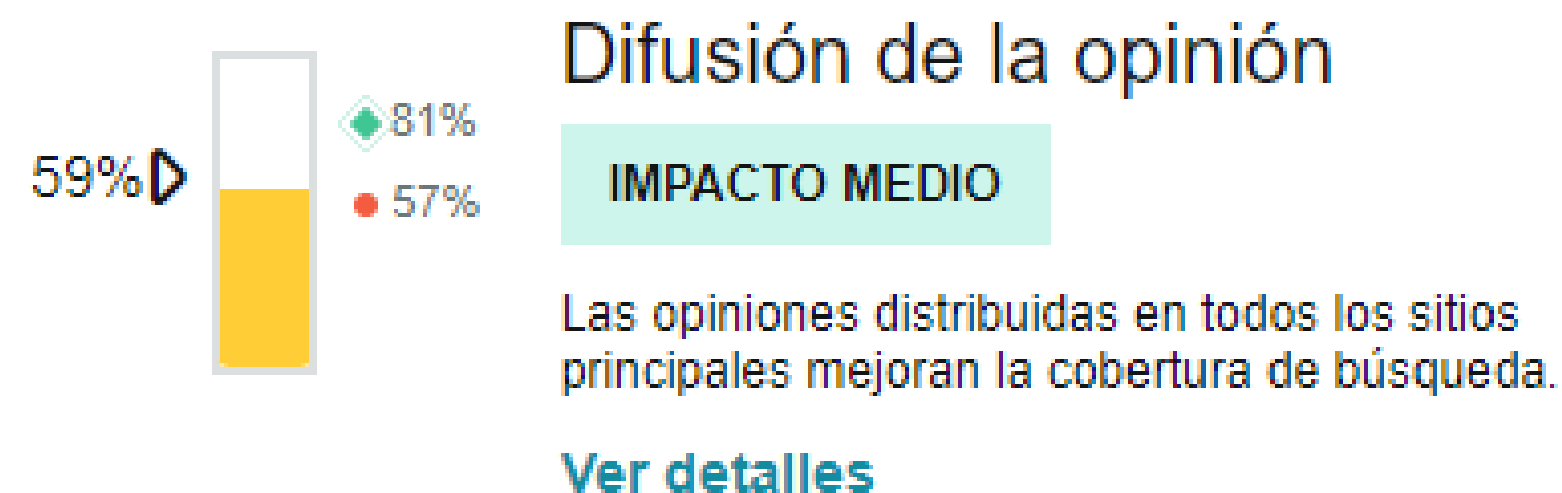
IMPACTO MEDIO

Una cantidad de opiniones elevada representa un negocio establecido.

[Ver detalles](#)

Número de opiniones (VOLUMEN DE RESEÑAS)

Esta métrica mide el **número total de reseñas** en Google mi Negocio. Recomendamos **pedir reseñas activamente** a los clientes y **entregar ideas** para el texto que van a escribir, por ejemplo: ¿qué le pareció bien de la atención?. Básicamente son llamados a la acción.



Difusión de la Opinión

Google mi Negocio es fundamental para el proyecto, pero también es positivo tener presencia en otros sitios como Bing o Autotrader. Las empresas con reseñas en sitios “populares” obtienen una puntuación más favorable que aquellas con reseñas concentradas en sólo una ubicación.

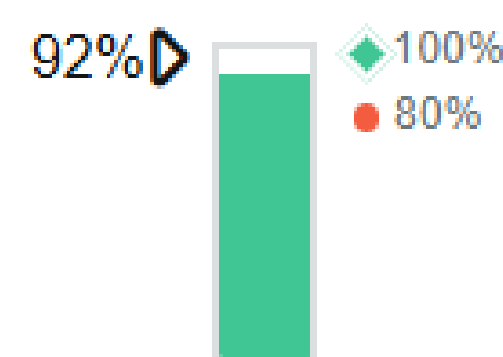
Nuestra principal plataforma de gestión actualmente es Google My Business.



Impresión de la búsqueda

Al buscar una empresa en Google siempre miras la primera página de resultados. Por lo mismo si el **sitio web** de tu ubicación está en los **10 mejores resultados** de búsqueda en Google, la puntuación aumentará.

Este componente analiza el **SEO** del sitio en base a su posición en Google, así como la **administración** de nuestros perfiles de Google mi Negocio.



Compleción de la ficha

IMPACTO MEDIO

La compleción de la ficha en los principales sitios de reseñas y páginas comerciales atrae nuevos clientes.

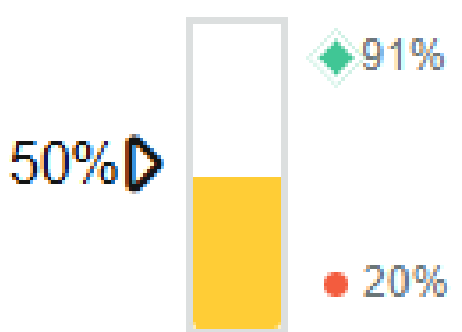
[Ver detalles](#)

Compleción de la ficha

(Precisión del listado)

La información en Google mi Negocio es especialmente importante cuando los consumidores realizan búsquedas “geolocalizadas”.

Mantener tu información actualizada y en orden con la información que maneja Reputation.com es una gran forma de obtener un buen puntaje de base.



Calidad de la reseña

IMPACTO BAJO

Esta puntuación tendrá en cuenta tanto la cantidad como la calidad, valorando los comentarios interesantes junto con las reseñas más largas.

[Ver detalles](#)

Calidad de la reseña

(Longitud de la evaluación)

¿Qué opinión tiene más impacto?
Una que dice: **“Buena atención”**

U otra que dice: **“Felicitó a la señorita Pilar Aranda, por su excelente atención, siempre está dispuesta a ayudarme en todo y aclarar mis dudas. Muchas felicitaciones 🙌 para ella.”**

No podemos exigir una reseña extensa, pero sí podemos sugerir al usuario ciertas ideas, como incluir el nombre de quién le atendió en la reseña. La extensión de éstas influyen en la percepción del consumidor potencial del negocio y su probabilidad de confiar en la reseña. La idea es conseguir que los clientes dejen dos o más oraciones al pedir la reseña.

CAPÍTULO 6.0

Jugadas adicionales

PositivoNegativo

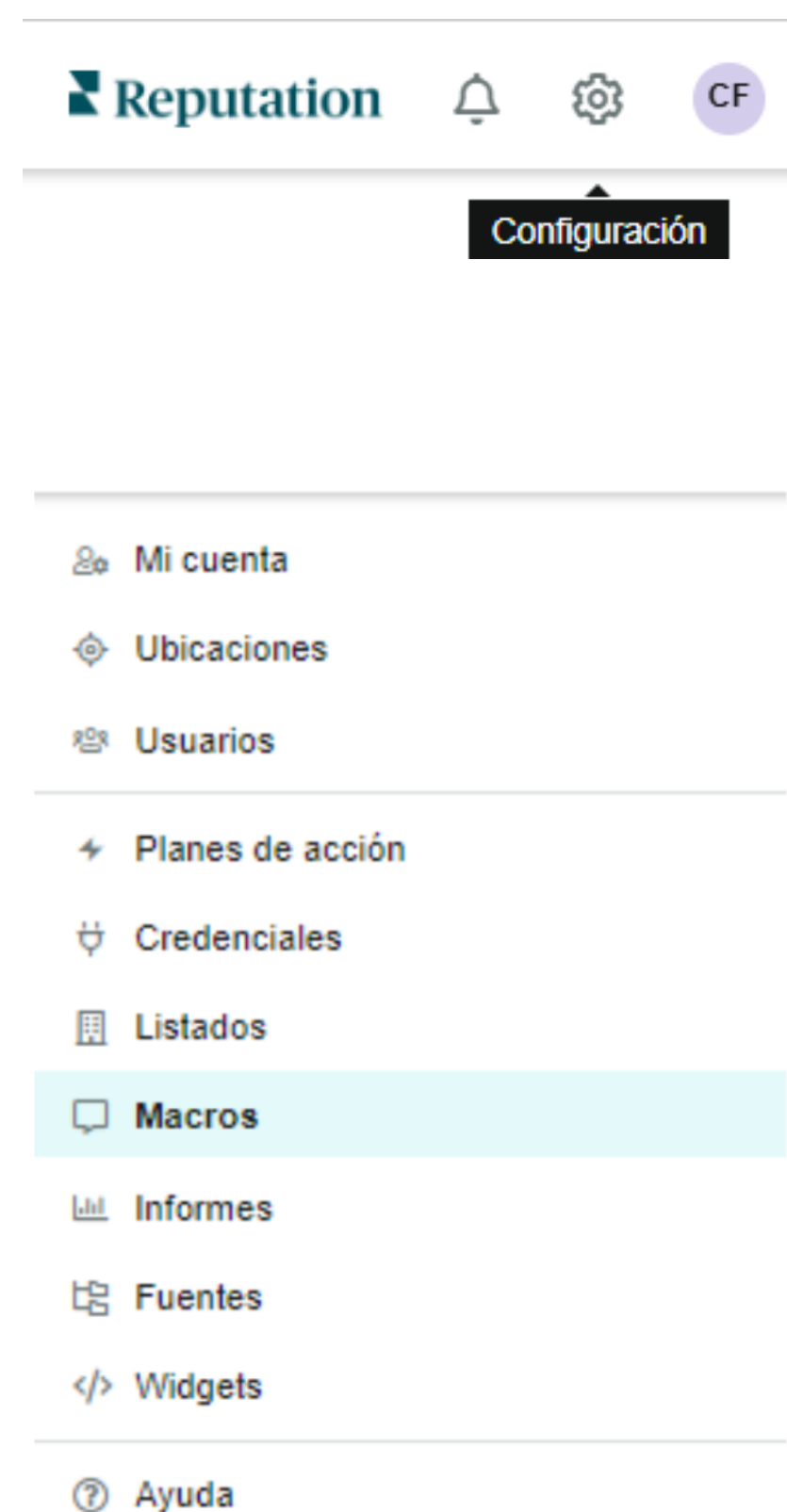
Crear Macro

Búsqueda

Nombre	Cuerpo	Tipo:	Nivel	
Gracias por tomarse el tiempo	Gracias de nuevo por tomarse tiempo para comentarnos qué tal lo hicimos. ¡Esperamos que tenga un gran día!	Introducción	Sistema	
Encantados de ayudarle	Siempre estamos más que encantados de ayudarle si necesita algo más. ¡Cuidese!	Firma	Sistema	
Encantados de ayudarle	Por favor, avisenos si hay algo más que podamos hacer por usted. ¡Estamos más que felices de ayudar!	Firma	Sistema	
recomendación	Gracias de nuevo por la recomendación, ¡tenga un día increíble!	Firma	Sistema	
Gracias de nuevo	¡Gracias de nuevo por la gran opinión!	Firma	Sistema	
Buen día	¡Gracias, y tenga un día fantástico!	Firma	Sistema	
Gracias de nuevo	¡Gracias de nuevo por dejarnos esta respuesta!	Firma	Sistema	
No dude en consultar	Por favor, no dude en ponerse en contacto con nosotros si hay algo más que podamos hacer por usted.	Firma	Sistema	
No dude en consultar	Si tiene alguna pregunta, por favor, llámenos. ¡Estamos siempre dispuestos a ayudar!	Firma	Sistema	
Esperamos que la próxima visita	¡Esperamos su próxima visita! ¡Cuidese!	Firma	Sistema	
Hasta pronto	¡Esperamos verle pronto!	Firma	Sistema	
Gracias de nuevo	Gracias de nuevo por tomarse el tiempo para dejarnos esta información sobre su última visita. ¡Cuidese!	Firma	Sistema	
No dude en consultar	Si alguna vez necesita algo más de nosotros, no dude en llamarnos o pasar por aquí. ¡Tenga un día increíble!	Firma	Sistema	
Gracias de nuevo	¡Muchas gracias de nuevo por su comentario! ¡Esperamos que tenga un gran día!	Firma	Sistema	
Ser de ayuda de nuevo	Esperamos serle de ayuda de nuevo en el futuro. Nuestros mejores deseos, {{location-name The team}}	Firma	Sistema	
Cualquier cosa adicional	Esperamos con ansias volver a verle otra vez, tenga un gran día.	Firma	Sistema	
Nos esforzamos por un servicio de alta calidad	¡Siempre nos esforzamos por ofrecer un servicio de máxima calidad a todos los huéspedes, y nos complace saber que ha disfrutado de su experiencia en {{location-name our location}}!	Firma	Sistema	

Respuestas Preestablecidas

Existe un sistema para generar respuestas pre establecidas conocido como Macros.



Respuestas Preestablecidas

Se trabaja exclusivamente desde Reputation y para acceder a él debemos ir a la configuración en el ícono de engranaje que está en la esquina superior derecha de la ventana de Reputation.com

Una vez allí, entramos al menú de Macros, en la nueva columna de menú que apareció.

Inchcape PLC > Macros > Crear Macro

Tipo

Introducción

Nivel

Ubicación

Usuario

Ciente

Opinión

Positivo

Negativo

Nombre

Cuerpo

Puede insertar variables en su macro ⓘ

Ver variables

Puede insertar variables en su macro ⓘ

Respuestas Preestablecidas

Puedes crear Macros para respuestas positivas o negativas y estos tienen la opción de usar variables automatizadas para integrar datos del usuario como su nombre o entregar datos de contacto de manera más ágil.

TIP: **DONDE DICE “PUEDES INSERTAR VARIABLES EN SU MACRO” PUEDES ENCONTRAR LAS VARIABLES PARA USAR.**



Google

★★★★★ 5.0 /5 10/01/2024 ***

Autolider Uruguay (UR-MB-autolider)

Miguel Angel De Los Santos Rivas

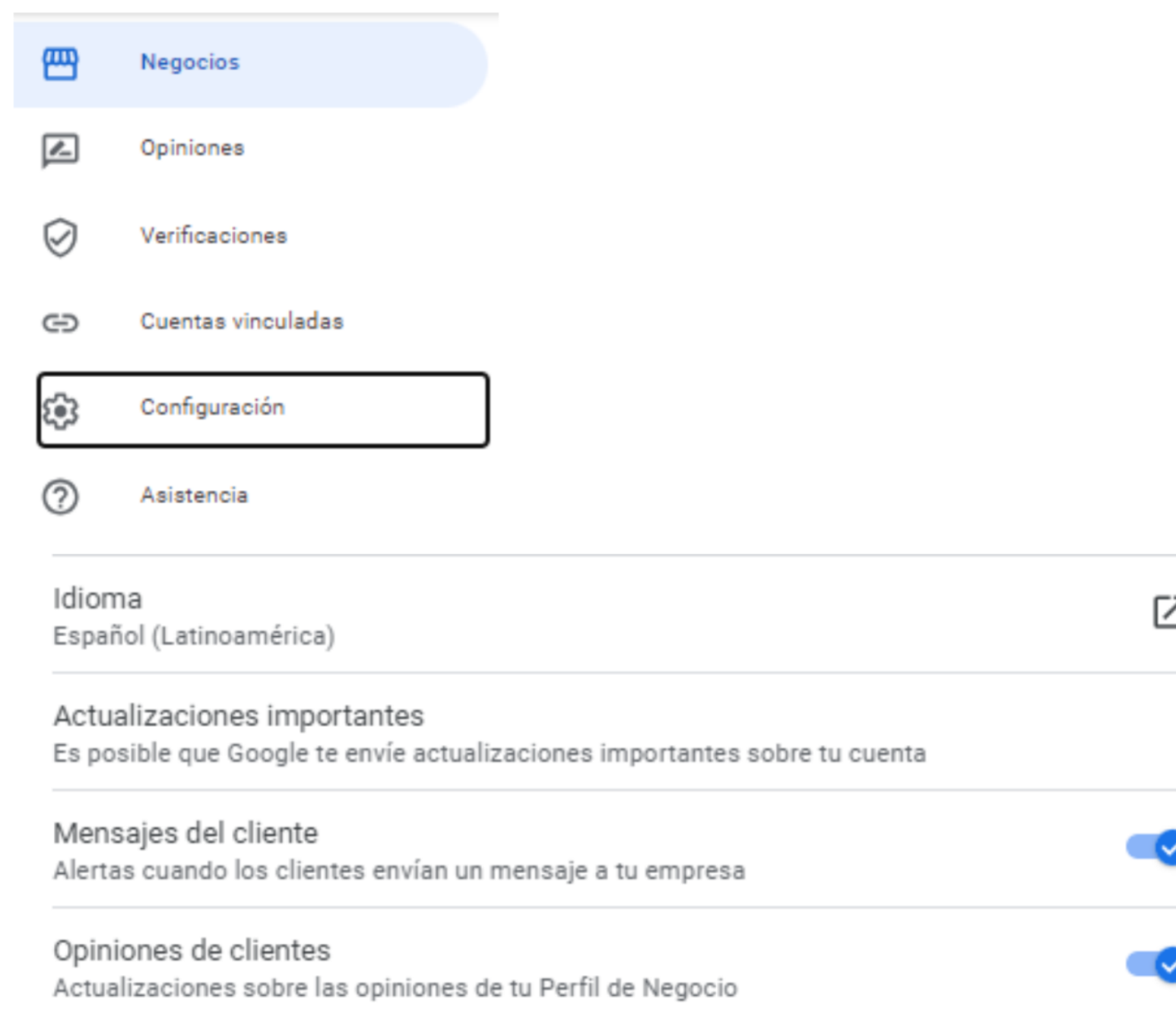
Buenos Días, quiero destacar la atención y buena disposición para solucionar un problema con las cámaras del Mercedes E300e, Esteban muy amable y dando novedades de cómo se iba solucionando el problema, muchas gracias.

Seleccione una introducción... Seleccione una firma

Cancelar Responder

Respuestas Preestablecidas

Una vez creado el Macros podrás usarlo al momento de ejecutar una respuesta desde Reputation.com



Notificaciones

Desde Google mi Negocio podemos configurar una notificación para saber cuando recibimos una reseña, así siempre podemos responder de forma ágil. Esto se hace desde la URL: **<http://business.google.com/locations>**

Desde ahí pueden entrar a la configuración y habilitar las notificaciones.

1,0 /5

27 dic. 2023

...

Pésima atención, perdón no me atendieron ,recorrimos todo el local ya que pensaba comprar un subaru pero el vendedor ni siquiera se acercó a dar alguna explicación del porqué no nos atendieron .

ATENCIÓN AL CLIENTE

Competencia

Personal

Vendedor

Ventas

Propietario del negocio respondió el dic. 28, 2023 11:27 a. m.:

Activo

(Translated by Google) We regret what happened and we would like to contact you, you can send us your information to the following email clientes@callegari.cl
Greetings!

(Original)

Lamentamos lo ocurrido y nos gustaría contactarnos contigo, nos puedes enviar tus datos al siguiente correo clientes@callegari.cl
Saludos![Leer menos](#)

Responder esta reseña

TIP: UN USUARIO DE GOOGLE MAIL, GMAIL O CUENTA DE GOOGLE SOLO PUEDE DEJAR 1 RESEÑA POR UBICACIÓN. ASÍ QUE UNA SOLA PERSONA NO PUEDE LLENARLOS DE RESEÑAS NEGATIVAS.

Reseñas Negativas

Cuando recibimos una reseña negativa es malo, ya sea por una problema en nuestra **atención al cliente** o en la **baja al indicador** de Reputation.com que representará.

Lo que debemos hacer cuando recibimos algo de esta naturaleza es darle **una respuesta rápida** y que permita que puedan **tomar contacto** con ustedes para solucionar el problema.

51

Tiene reseñas negativas nuevas en Google

Durante los últimos 90 días, tuvo 8 nuevas reseñas negativas en Google. Esto ha hecho que su puntuación baje alrededor de 302 puntos.

Reseñas Negativas

Adicional a esto **podemos calcular o compensar la calificación** de las reseñas negativas con una acción rápida en base a los antecedentes de Reputation.com.

En estos casos se recomienda **contactar a CX regional** para realizar el análisis correspondiente a los componentes y recursos que usarán para contener una mala calificación.

RESUMEN



- 01 Este proyecto requiere un **trabajo constante**.
- 02 No hay una fórmula “mágica” para conseguir el **puntaje objetivo**. Sí podemos **planificar** para **conseguir las metas**.
- 03 Una buena administración de **Google mi Negocio** apoya nuestro **posicionamiento orgánico**.
- 04 Siempre **conseguir reseñas**, siempre **responder reseñas**.

