

Tra tutti gli aspetti fondamentali per lo sviluppo e la crescita di ogni azienda c'è sicuramente il posizionamento online, quello su cui poi ti creerai la tua **Web reputation**.

Essere online oggi, è ciò, tra le tante cose, che ti permetterà di portare in alto con maggior slancio la tua azienda, ma anche con maggiori responsabilità, tutto quello che tu o la tua azienda producite offline sarà poi esposto e reso visibile online, nascerà così un giro di recensioni, commenti, critiche, opinioni che permetteranno di creare poi la tua reputazione.

Costruire, gestire e migliorare la tua **Web reputation** è importante e soprattutto possibile, vediamo in questo articolo come.

Indice dei contenuti

- [Web reputation cos'è](#)
- [Perché è importante la web reputation?](#)
- [Web reputation aziendale e personale](#)
- [6 strumenti per monitorare la tua Web reputation](#)
- [Come migliorare la Web reputation](#)

Web reputation cos'è

Se si parla di reputazione digitale si parla di **Web reputation**.

Si tratta del risultato dell'insieme di attività volte a riunire tutto ciò che viene detto online come opinioni, recensioni, giudizi e considerazioni da parte di semplici utenti o consumatori sul conto della tua azienda e brand, sul conto dei prodotti, servizi o eventi offerti da essa.

Perché è importante la web reputation?

Oggi giorno utenti e consumatori interagiscono con le piattaforme e i social più che mai, specialmente dopo l'inizio della pandemia, navigano e navigano in cerca di qualcosa che **soddisfi i loro interessi**, se saranno soddisfatti probabilmente ne parleranno e ne diffonderanno le voci online, se invece qualcosa non sarà stato di loro gradimento lo faranno sicuramente.

Perciò, qui nasce l'importanza e la necessità di costruire e rendere al meglio la tua **Web reputation**, se non dovessero essere quantitativi i commenti e opinioni dei tuoi consumatori riguardo la tua azienda, la cosa migliore è fare in modo che siano qualitativi, poche recensioni ma di gran valore forniranno altrettanto valore alla tua azienda, e oltre questo ti permette di:

1. Rafforzare la tua **brand reputation**, la reputazione del tuo brand portata e rafforzata anche nel mondo digitale.

2. Cogliere più velocemente e più efficacemente cosa va e cosa non va, lacune o punti deboli.
3. Rafforzare la tua **brand position**, costruire il posizionamento online della tua azienda rendendolo sempre più stabile.
4. Rafforzare la tua **brand identity** e aumentare il valore di essa grazie al digitale.
5. Migliorare costantemente tutti i punti elencati sopra.

Web reputation aziendale e personale

Riguardo alla **Web reputation aziendale**, come abbiamo citato sopra, si tratta della reputazione che ottieni nel digitale tramite social, blog, e-mail eccetera, esclusivamente rivolta verso la tua azienda o il tuo brand.

Se si tratta di **Web reputation personale** ci si riferisce a liberi professionisti, persone che lavorano in proprio e per conto della società di sé stessi, oppure il capo di un'azienda, per il quale un'opinione può anche distaccarsi da quella generale sul conto dell'azienda e ricevere commenti e recensioni esclusivamente per come lui stesso si mostra nel web.

Perciò **Web reputation aziendale e personale** possono andare a braccetto, anche se la tua azienda sta avendo successo è importante che la tua stessa reputazione personale stia a pari livello, con la creazione di contenuti coerenti ed efficienti per l'immagine che di te vuoi dare.

6 strumenti per monitorare la tua Web reputation

SentiOne: Monitora in tempo reale discussioni e conversazioni importanti online riguardanti il tuo brand, grazie all'**intelligenza artificiale** e il motore di analisi dei dati.

BrandMentions: Rivolge le sue funzioni a tutti i principali canali come social media, blog, siti per recensioni e siti Web.

Mention: Uno dei tool più completi e ricchi di opzioni. Ti permette di monitorare e trovare menzioni su oltre un miliardo di fonti.

GatherUp: Ti consente di incentivare gli utenti a fare recensioni e dare feedback riguardo il tuo brand, così da poterne accumulare e attirare più facilmente altri utenti e potenziali clienti.

Google Alert: Puoi impostare il nome del tuo brand o qualunque tu voglia, ogni qual volta verrà menzionato ti arriverà una mail. Semplice, comodo e gratuito.

RecensionePush: Ti permette di classificare le prestazioni delle recensioni sul tuo brand, puoi ricevere qualsiasi tipo di recensione, negativa o positiva direttamente nella tua dashboard, potendo rispondere subito tramite l'impostazione di avvisi e-mail.

Come migliorare la Web reputation



Web reputation e punti per migliorarla.

1. **Monitora** la tua **Web reputation** analizzando ciò che dicono di te e la tua azienda in rete tramite gli strumenti suggeriti sopra.
2. Lavora molto sul [content marketing](#), rafforza i contenuti che pubblichi, producili con costanza, fai in modo che siano sempre di qualità, che si differenzino dai tuoi competitors e che siano perfettamente in linea con il target di riferimento, sii utile, necessario e originale.
3. Posizionati su più social possibili.
4. Fai in modo che il tuo staff risponda con professionalità, comprensione e propositività sia a commenti negativi che semplici richieste di informazioni, ricordati che bisogna rispondere in maniera quasi immediata, i tuoi clienti coglieranno l'importanza che tu e la tua azienda gli date.

5. **Interagisci** con i tuoi clienti tramite i social, pubblica o ricondividi le loro foto inerenti alla tua azienda.
6. **Mostrati coerente** con il messaggio e il valore che vuoi trasmettere della tua azienda su tutte le piattaforme, come sito, blog, e-mail, social.
7. **Incentiva gli utenti** a lasciare delle recensioni riguardo i tuoi prodotti e servizi offerti, promettendo in cambio degli sconti o promozioni.
8. **Mantieni le promesse** aumentando e migliorando la fiducia reciproca, facendo in modo che ciò che i tuoi clienti si aspettano da quello che offri sia realmente come viene mostrato e che possa soddisfare sempre le loro aspettative, aumentando così recensioni e feedback positivi. In caso di insoddisfazione rimborsa i tuoi clienti o proponi sconti per i prossimi acquisti.
9. Instaura una **partnership con esperti del settore**, in modo da condizionare indirettamente e positivamente i tuoi potenziali clienti e le loro scelte d'acquisto.
10. Punta sempre sull'**unicità del tuo brand** e valorizza i punti di forza.

*Ti è stato utile questo articolo e sei curioso/a di scoprire cos'altro c'è in serbo per te? Iscriviti a [Everythinx](#) per accedere ai **contenuti esclusivi!***