

CAPÍTULO 04

LA CONFIANZA NECESITA PRUEBAS

Cómo tomar opiniones y mostrar tu experiencia sin presumir

Tus clientes pueden explicar cómo trabajas. Elige dónde recibir sus opiniones y facilita que otros viajeros conozcan esas experiencias antes de contratarte.

Un cliente termina su viaje y te escribe: “Gracias por estar pendiente”. Ese mensaje reconoce tu trabajo, pero se queda dentro de una conversación privada. Quien todavía no te conoce necesita encontrar experiencias que le permitan entender cómo atiendes.

El siguiente paso consiste en darles un lugar visible y facilitar que cada viajero comparta su opinión. Empieza con un canal que puedas atender.

DISTINGUE RESEÑAS DE TESTIMONIOS

Una reseña pública la escribe el cliente en una plataforma, desde su cuenta. Puede expresar satisfacción o señalar problemas. Un testimonio que seleccionas para tu página forma parte de tu comunicación comercial.

Identifica los testimonios seleccionados como tales. Evita presentarlos como una muestra completa de todas las opiniones. Antes de reutilizar reseñas, comprueba las condiciones de la plataforma y acuerda con su autor cómo usarás su comentario.

> *“Tu reputación necesita continuidad, además de buenas historias”.*



DÓNDE PUEDEN OPINAR TUS CLIENTES

Perfil de Empresa en Google. Reúne reseñas visibles en Google y Maps. El perfil es gratuito y permite obtener un enlace o un código QR para solicitar opiniones. El viajero necesita iniciar sesión en una cuenta de Google para publicar.

Recomendaciones de Facebook. Son una opción cuando tu comunidad utiliza esta red. Actívalas en la página del negocio para que los usuarios puedan compartir su experiencia. Trabaja desde esa página, separada de tu perfil personal.

Trustpilot. Permite gestionar un perfil empresarial y responder reseñas públicas. Tiene un plan gratuito con límites. Solicita opiniones únicamente mediante sus métodos de invitación admitidos; no traslades automáticamente el procedimiento de Google. Las opciones para mostrar reseñas y valoraciones en tus materiales dependen del plan y de sus reglas de marca.

Senja. Recoge testimonios mediante formularios de texto o video y permite mostrarlos en una página compartible o dentro de tu sitio. Esa colección la administras tú: identifícala como una selección de testimonios.

Recomendación: comienza con Google si cumples sus requisitos. Para una agencia exclusivamente digital, valora Facebook o Trustpilot. Reserva Senja para una selección autorizada. No necesitas estar en todas las plataformas. Es preferible mantener un perfil cuidado, con información correcta y respuestas oportunas, que abrir varias cuentas y abandonarlas después de las primeras opiniones.

GOOGLE: COMPRUEBA SI TU NEGOCIO CUMPLE

Google admite negocios que reciben clientes presencialmente y empresas que se desplazan para atenderlos. En este segundo caso, configura la zona de servicio y oculta la dirección si allí no recibes público. Una agencia exclusivamente digital no resulta elegible. No inventes una oficina para registrarte.

Trabajar como agente tampoco habilita automáticamente un perfil individual. Google excluye a representantes de ventas corporativos de la categoría de profesionales independientes. Si perteneces a una agencia, utiliza su canal autorizado; si tienes un negocio propio, revisa su elegibilidad.



FACILITA EL SIGUIENTE PASO

En tu perfil de empresa de Google, entra en “Leer reseñas” y selecciona “Consigue más reseñas”. Copia el enlace o descarga el QR. Para generar ese código desde Google debes usar un navegador de computadora; actualmente no está disponible en dispositivos móviles.

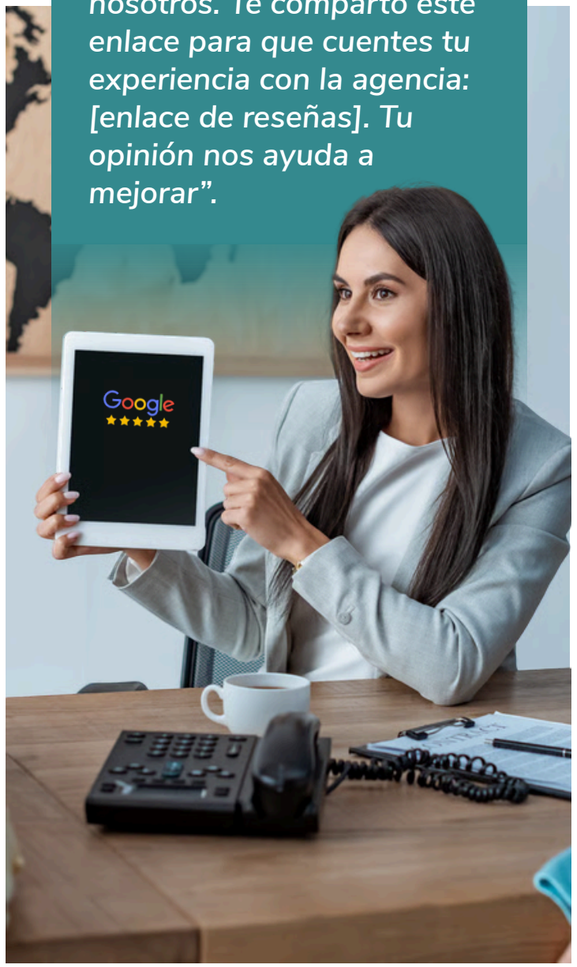
Comparte el enlace por WhatsApp para que el viajero pueda abrirlo directamente. Reserva el QR para materiales impresos o pantallas que pueda escanear desde otro dispositivo. Prueba que ambos llevan al negocio correcto.

Incorpora la invitación al seguimiento después del regreso. En Trustpilot utiliza sus herramientas admitidas, respetando los límites de tu cuenta.

Conserva también un acceso para consultar las opiniones publicadas. Puedes incluirlo en tus cotizaciones: “Consulta las experiencias de nuestros viajeros”. Así facilitas tanto compartir una experiencia como conocer las anteriores.

UNA INVITACIÓN PARA GOOGLE PUEDE DECIR:

“Gracias por viajar con nosotros. Te comparto este enlace para que cuentes tu experiencia con la agencia: [enlace de reseñas]. Tu opinión nos ayuda a mejorar”.



INVITA SIN DIRIGIR LA RESPUESTA

Permite que opinen también quienes tuvieron dificultades. Google y Trustpilot prohíben ofrecer incentivos por reseñas y seleccionar únicamente clientes satisfechos. Evita una encuesta que envíe a los contentos a publicar y deje a los demás en un canal privado.

Evita pedir cinco estrellas o dictar el contenido. Nunca escribas desde la cuenta del cliente. Si recibes una crítica, revisa lo ocurrido y responde con respeto. Solicita los datos necesarios por privado. Atiende el problema sin condicionar la ayuda a que retire su comentario.

“Atiende el problema sin condicionar la ayuda a que retire su comentario”.

UNA HISTORIA CONCRETA MUESTRA TU TRABAJO

Para un testimonio destinado a tus propios materiales, pregunta qué momento de la atención recuerda el viajero. Deja que responda libremente y comparte la publicación.

Este ejemplo didáctico muestra la diferencia: “Excelente servicio” expresa satisfacción; “El agente coordinó nuestro traslado después del cambio de horario” permite reconocer una intervención. Utiliza historias auténticas y explica tu participación con precisión. Una solución conseguida una vez no garantiza el mismo resultado en todos los viajes.

Acompaña los testimonios con certificaciones pertinentes cuando aporten contexto. Explica qué formación acreditan y confirma su vigencia. Cada prueba debe responder a una duda del próximo cliente. Si muestras alianzas, describe la relación real y utiliza sus distintivos con autorización.



PUBLICA CON PERMISO Y CONSERVA EL CONTEXTO

Antes de reutilizar un comentario en publicidad, acuerda con su autor dónde aparecerá y cómo lo identificarás. Si necesitas abreviarlo, valida la versión y comprueba que la plataforma permita ese uso. Protege los documentos personales y evita mostrar números de reserva.

Guarda el comentario junto con la autorización. En tu web, una sección titulada “Experiencias de nuestros viajeros” puede reunir testimonios seleccionados. En una cotización, utiliza uno relacionado con la necesidad del cliente y conserva su procedencia.

EMPIEZA CON UN ENLACE QUE FUNCIONE

Elige hoy dónde recibirás las opiniones y comprueba el recorrido desde otro teléfono. Después incorpora la invitación a tu seguimiento y reserva tiempo para responder.

Observa si las reseñas permiten comprender tu atención. Escucha las críticas para detectar mejoras. La plataforma hace visible la experiencia; tu servicio determina lo que el viajero tendrá para contar.

VER VIDEO

ESCANÉALO PARA VER EL CAPÍTULO COMPLETO