Warszawa, 29.08.2024 r.

**SZTUCZNA INTELIGENCJA POMAGA PROWADZIĆ MEDIACJE I ZMIENIAĆ NEGATYWNE RECENZJE W E-COMMERCE**

**Złe czy niewłaściwe opinie są zmorą wielu** **e-sklepów i podmiotów sprzedających w sieci. Pozostawione same sobie, prowadzą do problemów. Jednak blisko 2 miliony z nich, trafia do unikatowego rozwiązania oferowanego w polskiej sieci – zautomatyzowanej mediacji, wspieranej przez AI. Narzędzie oferowane przez TrustMate jest na tyle wyjątkowe, ze nie tylko polska konkurencja go nie oferuje, ale także Google globalnie. Dodatkowo, jest także skuteczne. Jak pokazują dane, w wyniku tak prowadzonych rozmów z klientami aż 60% niepożądanych opinii, internauci zmieniają w pozytywne oceny.**

Negatywne recenzje są prawdziwym wyzwaniem dla wielu e-commerców, zarówno tych małych, jak i średnich czy dużych. Często są przyczyną kryzysów oraz mogą prowadzić do zniweczenia lat pracy oraz zaprzepaszczenia nierzadko fortun wydanych na budowanie pozytywnego wizerunku e-commerców i sprzedawanych przez nich produktów czy usług.Należy jednak pamiętać, że złe oceny zdarzają się w każdym biznesie i branży. Warto wziąć pod uwagę także fakt, że nawet te złe recenzje mogą zadziałać na korzyść wizerunkową firmy sprzedającej w sieci. Ale tylko wówczas, kiedy będzie się nimi odpowiednio zarządzać – szybko odpowiadać na nie, prowadzić komunikację we właściwy sposób, analizować je i wprowadzać na ich podstawie zmiany w e-biznesie. Oczywiście, wyzwaniem staje się bycie na bieżąco w przypadku kiedy trzeba przeanalizować tysiące recenzji i ocen otrzymywanych codziennie. A także kiedy prowadzi się mediacje przy większej skali biznesu, a reklamacje dotyczą wielu obszarów działań firmy, a także odpowiada za nie wiele osób w przedsiębiorstwie. Dlatego, najlepiej jeżeli te wszystkie działania odbywają się w sposób zautomatyzowany i wspierany przez sztuczną inteligencję, tak aby nie angażować zbytnio zasobów np. ludzkich e-commerców.

**Czym są zautomatyzowane mediacje?**

Ponad 12 milionów nowych opinii na temat produktów lub firm e-handlowych wystawianych jest, co roku, na platformie TrustMate.io. Internauci, którzy dokonali zakupu w sieci mogą przyznać ocenę od jednej do pięciu gwiazdek, przy czym ta pierwsza nota, tak jak w szkole, oznacza jedynkę czyli negatywną opinię. Z kolei, pięć gwiazdek to bardzo dobra ocena. Ponad 1,8 miliona, czyli około 15% wszystkich wystawionych opinii otrzymuje ocenę trzy gwiazdki lub niżej i wówczas trafiają one do inteligentnych mediacji.

*- Zautomatyzowany proces mediacji opinii, wspierany przez sztuczną inteligencję, to unikatowe w skali Polski narzędzie, które oferujemy. Polega on na tym, że AI interpretuje autonomicznie wszystkie recenczje, które otrzymuje firma sprzedająca w sieci. W przypadku takich, które otrzymały trzy lub mniej gwiazdek, system sam je wyłapuje i przekazuje do tzw. inteligentnych mediacji. –* mówi Jerzy Krawczyk, prezes zarządu Trustmate.io. - *Po analizie treści, nasz platforma sama wskazuje, która osoba w e-commersie powinna zająć się daną sprawą i informuje ją o zaistniałym problemie autonomicznie. Dzięki czemu, nasz system wspomaga dystrybucję „problemów” bezpośrednio do zainteresowanych osób odpowiedzialnych, np. za logistykę, jakość obsługi, komunikację lub jakość samego produktu.* *System przypomina także sam, aby odpowiednie osoby reagowały we właściwym czasie, bowiem firma ma maksymalnie 21 dni na ustalenie przyczyn problemu oraz na prowadzenie rozmów z kupującym, aby ten zmienił zdanie. System może także automatycznie uruchomić cały proces obsługi reklamacji.* – dodaje Krawczyk z TrustMate.

W trakcie procesu inteligentnych mediacji, pierwotnie przyznana ocena jest dalej widoczna w sieci, jednak opatrzona dodatkową informacją – w trakcie mediacji.Cała komunikacja pomiędzy stronami zostaje przeniesiona na wewnętrzny komunikator. Warto także dodać, że negatywna opinia może być ostatecznie zmieniona tylko i wyłącznie przez samego kupującego, a nie e-sklep, firmę lub platformę opinii.

*- Całość procesu zautomatyzowanych mediacji wspierana jest przez sztuczną inteligencję dostarczaną przez naszą firmę. A że jest to skuteczny proces oraz efektywne narzędzie świadczą dane. Ponad 60% opinii, czyli powyżej 1,1 miliona recenzji w ciągu roku, które trafiły do mediacji, zostają zmodyfikowane przez kupujących na pozytywne.* – podsumowuje Jerzy Krawczyk z platformy opinii Trustmate.io.

**Jak skutecznie mediować?**

Trustmate przedstawia siedem kroków do prowadzenia udanych mediacji oraz udzielania odpowiedzi na negatywne opinie w e-commerce.

**1.**   **Odpowiadaj szybko**

Czas odgrywa kluczową rolę. Szybkość odpowiedzi pozwala kontrolować narrację. Zatem, im szybciej się to zrobi, tym mniej osób zapozna się ze stanowiskiem opiniującego bez Twojego komentarza. Regularnie sprawdzaj swoje opinie i bądź na bieżąco.

**2.**   **Rozmawiaj w sposób uprzejmy i profesjonalny**

To fundamentalny aspekt zarządzania każdą sytuacją kryzysową, w tym także tym mini kryzysem wizerunkowym. Utrzymaj profesjonalny, uprzejmy ton  i zwracaj się do opiniującego  z szacunkiem.

Nie daj się ponieść emocjom i postaraj się pokazać w odpowiedzi chęć pomocy.

**3.**   **Unikaj kłótni i kontroluj narrację**

Wczuj się w sytuację autora opinii. Postaraj się postawić w jego położeniu i zrozumieć co sprawiło, że postanowił napisać taką a nie inną recenzję. Przygotowując odpowiedź, skup się na faktach, nie obarczaj winą drugiej strony i zaadresuj wszystkie poruszone kwestie w negatywnej recenzji.

**4.**   **Pamiętaj o empatii**

Nawet jeżeli podejrzewasz, że opinia jest fałszywa lub pochodzi od Twojej konkurencji, postaraj się wyrazić współczucie dotyczące przykrych doświadczeń. Jeżeli popełniłeś błąd, a w końcu zdarzą się to każdemu, to przeproś za niego. Jednak pamiętaj, żeby nie brać odpowiedzialności za to, na co nie masz wpływu.

**5.**   **Zachęć do dialogu i wskaż kontakt**

To podstawa odpowiedzi na negatywne opinie. Przechodząc do dialogu przez chat, telefon lub email masz możliwość wyjaśnienia sytuacji bezpośrednio i zaproponowania rozwiązania indywidualnego. A to klienci cenią najbardziej. Co ważne, wyjście poza forum publiczne pozwala ostudzić emocje i prowadzić rozmowę na merytorycznym poziomie, a także wypracować kompromis.

**6.**   **Pamiętaj o autentyczności**

Odpowiadając na opinie, zwłaszcza te niepochlebne lub nieprawdziwe, pokaż swoją, ludzką twarz.

Już samo podpisanie się imieniem i nazwiskiem dowodzi, że traktujesz opinię poważnie i podkreśla Twoją chęć do rozwiązania konfliktu.

**7.**   **Wyciągnij wnioski i wprowadź korekty**

Za większością negatywnych opinii kryje się problem, który można naprawić. Jeżeli otrzymujesz niepochlebne recenzje na jeden temat, warto zbadać przyczynę niezadowolenie klientów, wyciągając wnioski i wprowadzić zmiany w biznesie.

**A co jeżeli negatywna opinia pojawi się w Google?**

Oczywiście, zdarza się także sytuacje, w których niesprzyjająca oceny pojawiają się w internecie, poza platformą Trustmate.io, np. w Google Maps, które nie oferują mediacji. Co wówczas należy zrobić? Jakie są warunki usunięcia negatywnych opinii z wizytówek Google? Czy e-firma można taką opinię sama usunąć?

Istnieje opcja usunięcia niewłaściwych lub negatywnych opinii, ale tylko pod pewnymi warunkami, np. w przypadku jeżeli taka recenzja narusza politykę treści Google. Globalna wyszukiwarka analizuje każdorazowo taką sytuacje indywidualnie i zwyczajowo reaguje w przypadku opinii, które:

* upubliczniają prywatne dane, np. dane osobowe, np. adres zamieszkania, telefon, email lub numery kart kredytowych
* zawierają obraźliwe treści, takie jak nękanie czy szerzenie nienawiści,
* szerzą dezinformację, np. fałszywe informacje dotyczące produktów lub usług,
* zawierają uznane za powszechnie obraźliwe i wulgarne słowa lub nieprzyzwoite treści, czasami nacechowane seksualnie,
* powtarzają się wielokrotnie w takiej samej lub zbliżonej formie,
* są reklamą innych produktów lub usług, np. konkurencji.

Warto także pamiętać, że niedozwolone jest publikowanie np. fałszywych czy nieprawdziwych opinii, publikowanych wyłącznie w celu podwyższenia czy obniżenia oceny, zawierające linki prowadzące do wirusów, trojanów, uszkodzonych plików i innych szkodliwych elementów w internecie.

Jest jeszcze wiele innych sytuacji oraz kryteriów, które Google analizuje i bierze pod uwagę w procesie oceny recenzji. Należy jedna pamiętać, że samo zgłoszenie opinii nie jest gwarancją jej usunięcia. Proces sprawdzenia może trwać nawet do kilku - kilkunastu tygodni. Dodatkowo, istnieje także opcja, iż taki wniosek nie zostanie rozpatrzony w sposób pozytywny, wówczas opinia zostaje widoczna na profilu e-sklepu w Google.

\*\*\*

**O TRUSTMATE.IO**

TrustMate to unikalne w skali światowej rozwiązanie e-commerce, które umożliwia budowanie wizerunku w sieci poprzez zarządzanie opiniami o prowadzonym sklepie internetowym, firmie usługowej lub produkcie. Z TrustMate korzysta już ponad 13 tysięcy firm z kilkunastu krajów, m.in. 4F, Decathlon Modivo, Wittchen, Victoria’s Secret, eobuwie, Superpharm czy LPP.