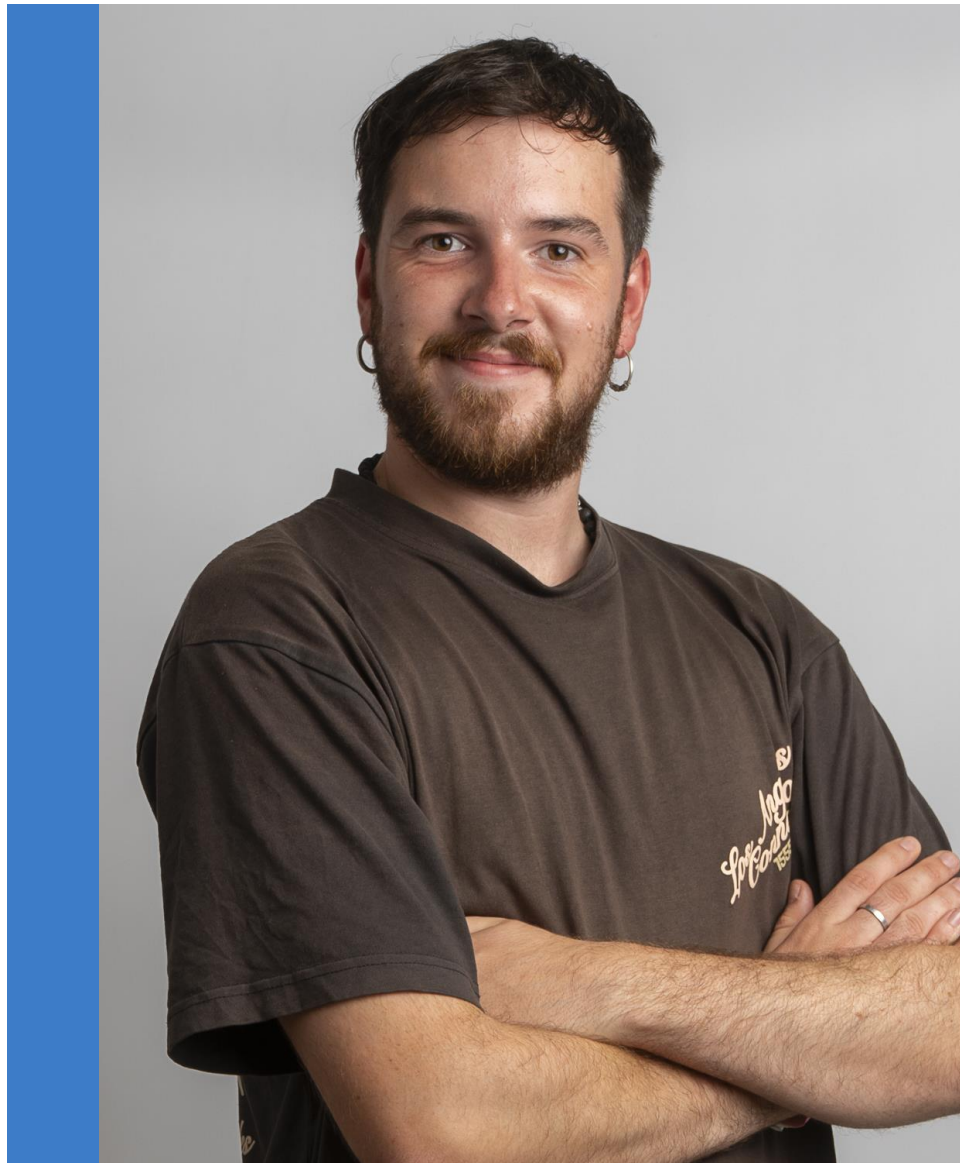




Xestión de Reputación Online

FORMADOR



Iago Piñeiro España

Son Iago Piñeiro, politólogo cunha visión transversal da comunicación e da esfera pública, froito de miña experiencia na administración, no sector privado e en organizacións do terceiro sector. Traballo no ámbito do marketing e análise de opinión, sempre orientado a comprender como as persoas perciben e valoran as institucións e ás marcas. Actualmente centro a miña labor na xestión da reputación en liña, apoiando a administracións públicas e empresas na monitorización do clima de opinión en plataformas dixitais, co obxectivo de fortalecer a súa imaxe e incrementar a eficacia das súas mensaxes.

Coñece máis

Índice

01

Introdución

- Que din da túa empresa na internet?
- Por Que Importa o Que Se Di Online
- Casos Próximos: Empresas Como a Túa

02

Entendendo a Reputación Dixital

- Que é a reputación online
- Dúas Formas de Traballar A túa Reputación

03

Escoitar o que Din de Ti

- Como se o que din da miña empresa?
- Ferramentas Gratuítas e Fáctiles de Usar
- É Positivo ou Negativo o Que Din?

04

Responder comentarios e crise

Estratexias de xestión efectiva

05

Construír unha boa Reputación

Accións proactivas e mellores prácticas

Preguntas de Diagnóstico

Sabes que din da túa empresa en Google?

Buscaches recentemente o teu negocio na internet para ver que información aparece?

Respondes as recensións dos teus clientes?

Tes un sistema para xestionar comentarios positivos e negativos en plataformas dixitais?

Pides activamente recensións a clientes satisfeitos?

Aproveitas os momentos de satisfacción para solicitar opinións que fortalezan a túa reputación?

Tes un plan de acción fronte unha crise dixital?

Saberías como actuar se un comentario negativo vólvese viral en redes sociais?

Obxectivos xerais da formación

Comprender a Reputación Online

Entender que é a reputación dixital e por que é crucial para o teu negocio turístico.

Monitorizar a túa Presenza Dixital

Aprender a escoitar e analizar o que se di da túa empresa en internet.

Xestionar Comentarios Efectivamente

Desenvolver habilidades para responder a recensións positivas e negativas de forma profesional.

Previr e Manexar Crise

Crear un plan básico para actuar ante situacións de crise de reputación.

Construir Reputación Proactivamente

Implementar estratexias para xerar contido positivo e aumentar recensións favorables.



Introducción

Que Din da túa Empresa na internet?

A maioría dos consumidores buscan información online antes de tomar decisións de compra, especialmente en turismo. Os viaxeiros consultan opinións en plataformas de recensións e redes sociais antes de decidirse por un hotel, actividade ou restaurante.

A túa reputación en liña xa está a ser construída por outros: recensións en Google, mencións en redes sociais, fotos de usuarios, entradas de blogs e comentarios en foros, mesmo se non publicas nada sobre a túa empresa.

A Percepción Dixital vs. a Realidade

O que Ves Desde Dentro

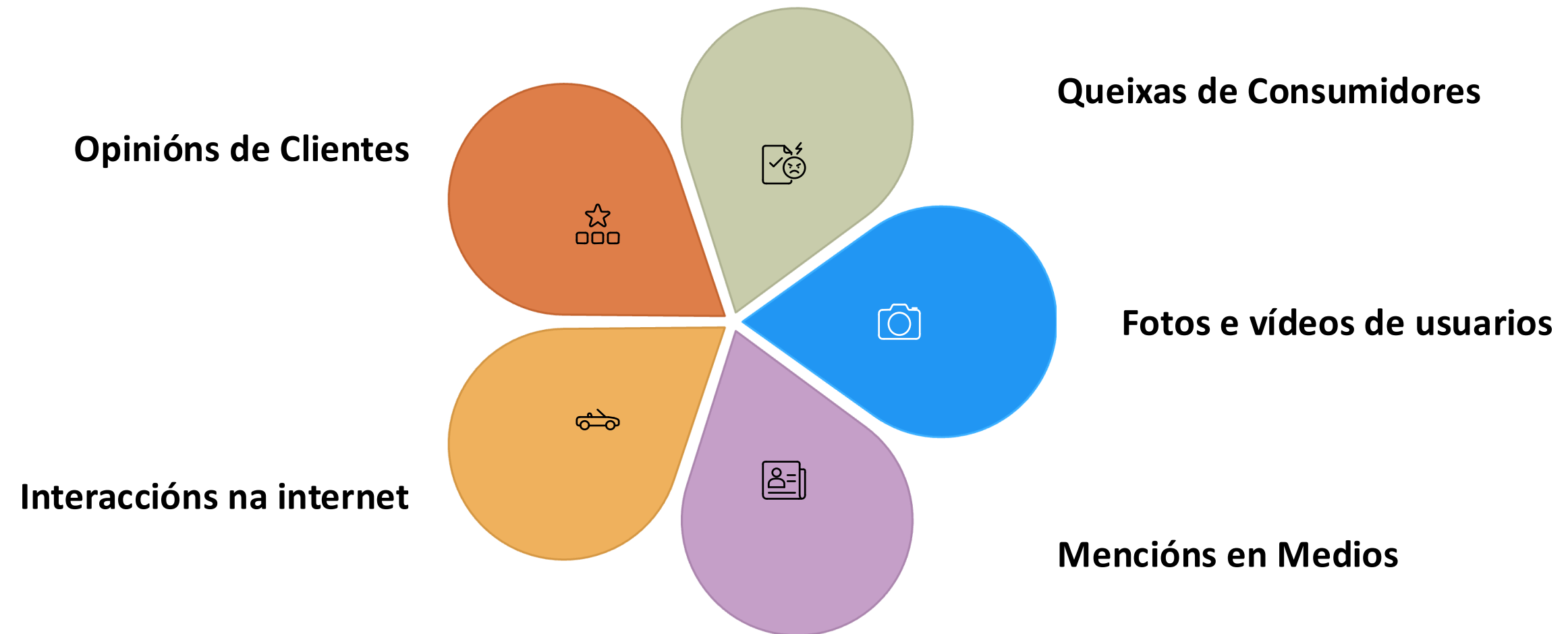
O teu negocio funciona ben, ofreces un servizo de calidade e as túas instalacións están en bo estado.

O que Ven os Clientes Online

Fotos antigas en Google, recensións desactualizadas ou comentarios de clientes insatisfeitos que descoñeces.

A presenza online é moito máis que un reflexo pasivo. Cada busca, comentario e mención constrúe unha historia dixital con impacto directo nas decisións de compra.

Compoñentes da Reputación Online

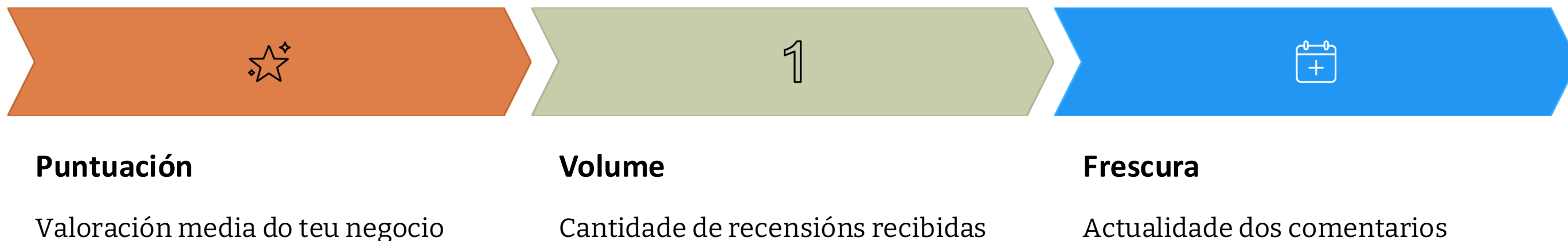




Por Qué Importa o Que Que Se Di Online

A reputación é un activo intanxible crucial para diferenciarse en mercados altamente competitivos. Xera confianza, credibilidade e recoñecemento, elementos decisivos para que os clientes elixan o teu negocio.

Factores Clave da Reputación

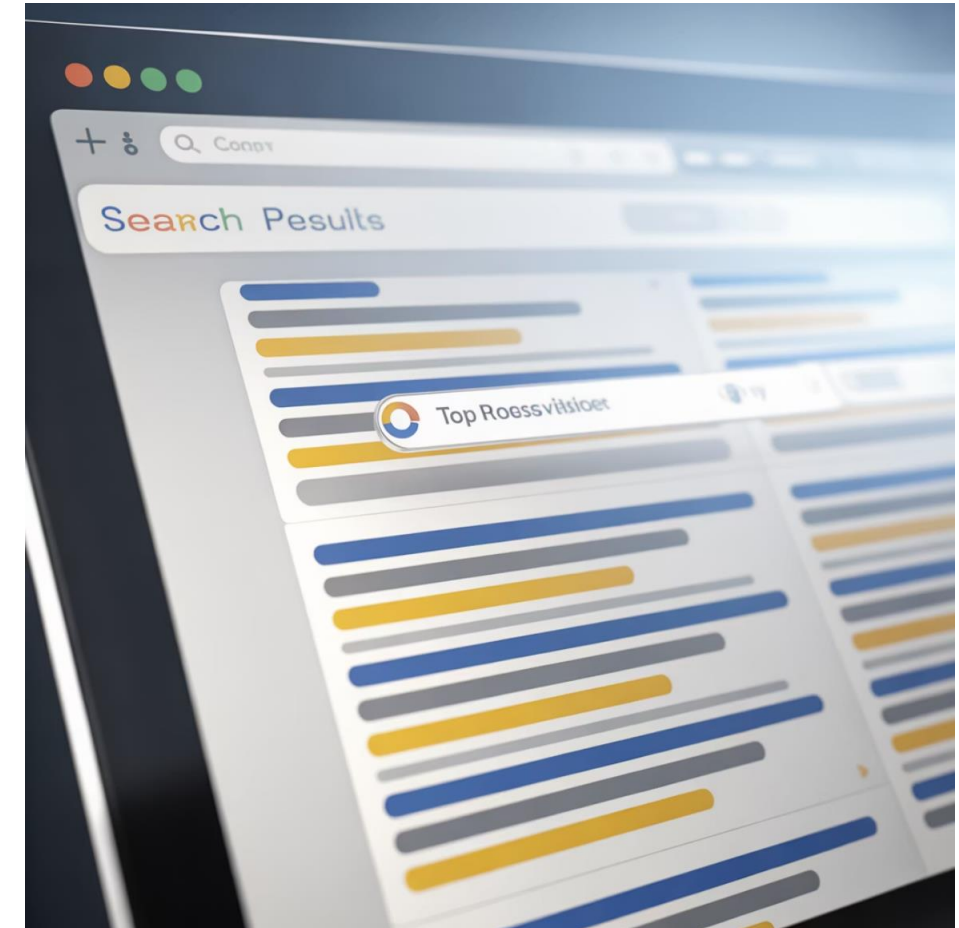


Un perfil con moitas recensións recentes transmite que o negocio está activo e preocúpase por interactuar con clientes, xerando maior confianza.

Impacto en visibilidade e reservas

Vantaxes de Boa Reputación

- Mellora posicionamento en Google e plataformas de reservas
- Maior visibilidade en listaxes de busca
- Aumento de probabilidade de ser atopado
- Incremento directo en reservas e ingresos



Os algoritmos de Google, TripAdvisor e Booking favorecen negocios con mellores valoracións, colocándoos en primeiras posicións.

A Importancia de Responder



Rapidez

Responder de maneira rápida
demostra atención ao cliente



Respeto

Manter un ton respectuoso en
todas as interaccións



Personalización

Respostas adaptadas a cada
situación específica

Responder a comentarios, tanto positivos como negativos, demuestra que valoras aos teus clientes e estás comprometido con ofrecer excelente servizo.

Casos Próximos: Empresas Como a Túa

Estudos mostran que hoteis e establecementos con mellor presenza en TripAdvisor, Booking ou Google teñen maior ocupación, mesmo sen ser os máis baratos. Os que non responden a queixas quedan relegados en clasificacións.



Crise e Oportunidades

Crise Mal Xestionada

Un comentario negativo viralizado afecta gravemente a imaxe do establecemento

1

2

3

4

Crise Bien Xestionada

Resposta rápida, solucións claras e enfoque ao cliente

Resposta Inadecuada

Falta de comunicación ou respostas defensivas empeoran a situación

Reputación Fortalecida

A empresa supera a adversidade e gaña confianza

Vantaxe Competitiva Estratéxica

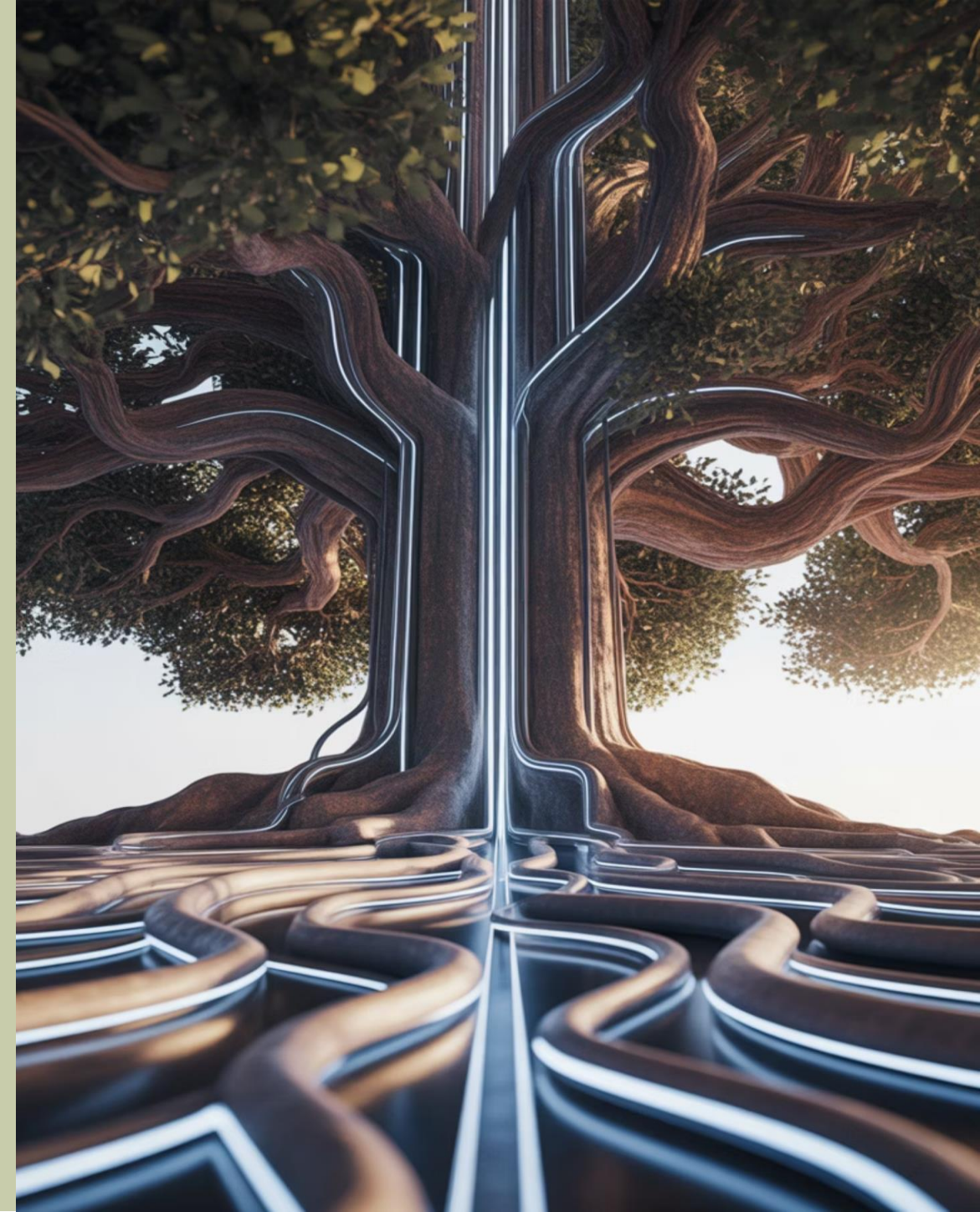
Algúns destinos turísticos implementaron sistemas de monitorización de opinións para identificar áreas de mellora na experiencia do visitante.

Este enfoque permitiulles optimizar a súa oferta, aumentar valoracións en liña e usar a reputación como activo estratéxico para mellora continua.



Entendendo a Reputación Dixital

Aprende que é a reputación en liña, onde se constrúe e como xestionala de forma proactiva e reactiva.



Que é a Reputación En liña?

A reputación en liña é a imaxe que clientes e usuarios fórmanse da túa empresa baseándose en todo o que atopan sobre ela na internet.

Inclúe opinións en plataformas como Google, Booking ou TripAdvisor, comentarios en redes sociais, contidos en blogs, medios dixitais e como a empresa responde a eses mensaxes.

A túa Pegada Dixital



Cada Recensión

Opinións positivas e negativas que deixan os clientes



Cada Vídeo

Contido audiovisual sobre o teu negocio

A túa reputación en liña actúa como tarxeta de presentación dixital, creando unha primeira impresión antes de calquera contacto directo.



Cada Foto

Imaxes compartidas por usuarios en plataformas



Cada Mención

Referencias á túa empresa na internet

Onde Se Fala da túa Empresa?

Google

Ficha de empresa en Google Maps con recensións, fotos, puntuacións e respostas

Plataformas de Opinións

Booking, Expedia, Airbnb, TripAdvisor, Minube e Trustpilot

Redes sociais

Facebook, Instagram e LinkedIn con comentarios, etiquetas e fotos

Canles Privados

Foros, grupos de WhatsApp e Telegram con recomendacións

Dúas Formas de Traballar A túa Reputación

Reputación Proactiva

Crear e coidar unha boa imaxe antes de que xorden problemas

Reputación Reactiva

Responder cando xa hai un problema ou comentario negativo

Ambos os enfoques son necesarios e complementanse. Moitas pequenas empresas só actúan de forma reactiva, pero a xestión proactiva é igualmente crucial.

Reputación Proactiva



Diseñar Buena Experiencia Real

A reputación dixital reflicte o offline: calidade, limpeza, trato e información correcta



Cuidar Perfís en Plataformas

Manter actualizadas fotos, descrições, horarios e respostas



Solicitar Recensións

Pedir a clientes satisfeitos que deixen opinións en plataformas clave



Publicar Contido de Valor

Compartir historias de clientes, fotos e melloras no servizo

Exemplo Práctico: Casa Rural

Acción Proactiva

1. Enviar mensaxe de agradecemento tras check-out
2. Incluír ligazón directa a Google ou TripAdvisor
3. Publicar semanalmente fotos de clientes gozando
4. Etiquetar o negocio e destino en redes sociais

Resultado

Cando apareza un comentario negativo, xa haberá un "colchón" de opinións positivas que protexen a reputación do negocio.

Reputación Reactiva

1

Revisar Frecuentemente

Seguimento regular de recensións en Google e redes sociais

2

Responder Adecuadamente

Adecuadamente
Contestar críticas negativas e agradecer as positivas

3

Xestionar Crise

Activar plan de resposta rápida ante problemas viralizados



Exemplo Práctico: Restaurante

Situación: Cliente deixa recensión negativa por tempo de espera.

Resposta adecuada: Agradecer o comentario, pedir desculpas, explicar medidas correctivas (reforzar persoal, revisar quendas) e ofrecer invitación para comprobar a mellora.

A resposta da empresa é crucial. Unha resposta adecuada pode converter unha mala experiencia en oportunidade para fidelizar ao cliente.

Canles Principais de Mención

Google
Procuras, recensións e Google
Business Profile

Foros e Grupos
WhatsApp, Telegram, foros
especializados



Redes sociais
Facebook, Instagram, LinkedIn

Plataformas de Opinións
TripAdvisor, Booking, Trustpilot



Escoitar o que Din de Ti

Descubre como monitorizar a túa reputación en liña mediante auditorías manuais e ferramentas gratuítas para estar sempre informado.

Como Se o Que Din da Miña Empresa?

Para xestionar a túa reputación en liña, é fundamental facer unha primeira auditoría manual. Non require ferramentas complexas, só unha procura en Google e revisión de canles crave.

1 Busca Manual en Google

Escribe o nome da túa empresa, variacións e combinacións coa túa localidade

2 Revisar Redes Sociais

Accede aos teus perfís e revisa recensións, comentarios e mensaxes privados

3 Preguntar a Clientes

Complementa con escoita directa sobre como coñeceron o teu negocio

Busca Manual Básica en Google

Que Buscar

- Nome exacto da túa empresa
- Variacións do nome
- "Nome + localidade"
- "Produto + destino"

Que Revisar

- Primeiras dúas páxinas de resultados
- Recensións e comentarios
- Fotos que aparecen
- Información básica (dirección, horarios)

Unha tarde dedicada a revisar estes puntos proporcionarache valiosa información sobre a túa presenza dixital actual.

Revisar Redes Sociais e Mensaxes

01

Acceder a Perfís

Facebook, Instagram e outras redes onde teñas presenza

02

Revisar Pestanas de Recensións

Comentarios en publicacións e mensaxes privados

03

Busca Interna

Atopar publicacións que mencionen o teu negocio sen etiquetarte

04

Plataformas de opinión

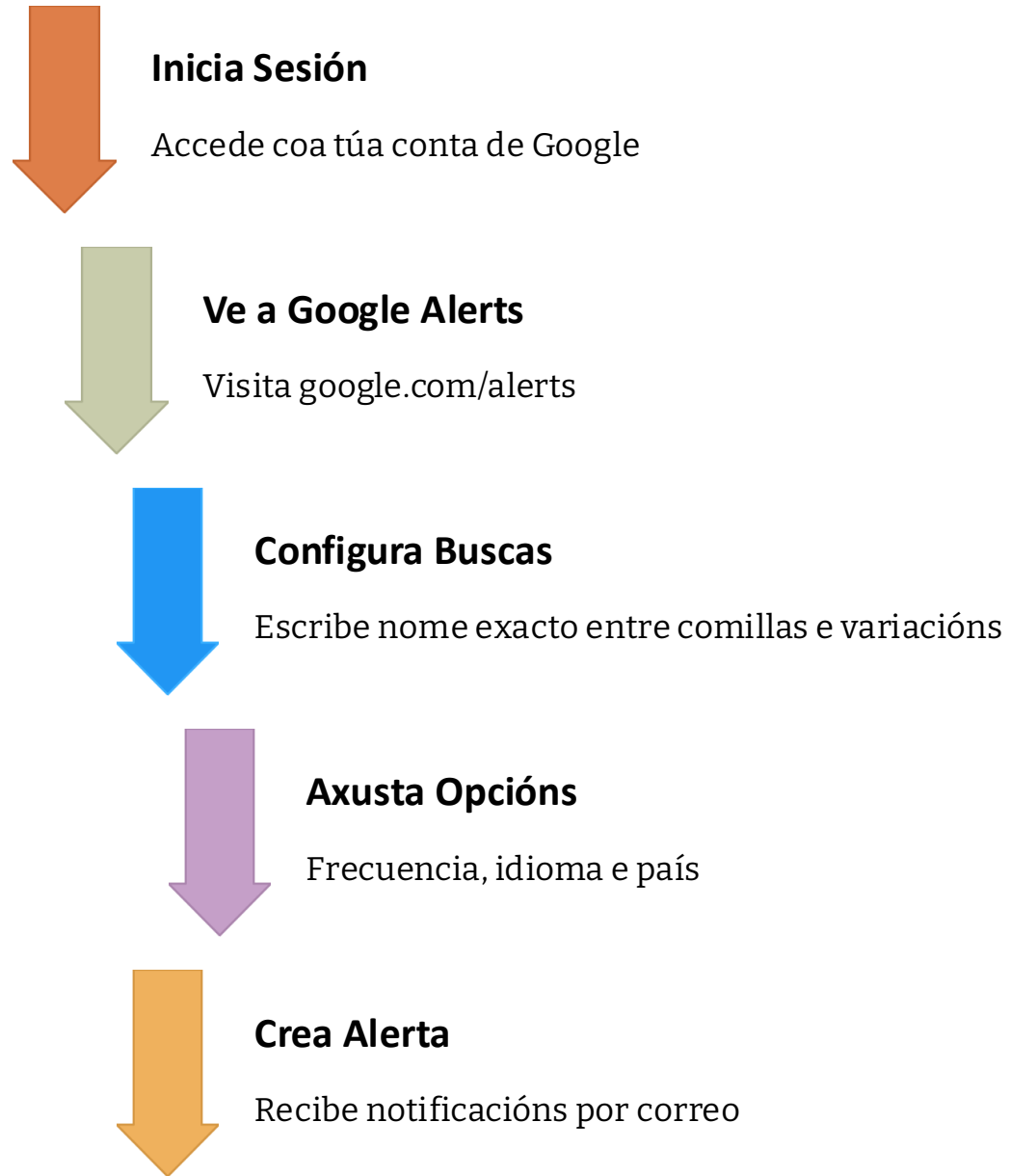
Google Maps, TripAdvisor ou Booking



Ferramentas Gratuitas e Fáciles de Usar

Despois da auditoría manual, utiliza ferramentas gratuítas para monitoroar mencións e comentarios de maneira regular, sen procuras diarias.

Google Alerts



Mention e Outras Ferramentas

Mention

- Monitorea redes sociais, blogs e webs
- Plan gratuito limitado dispoñible
- Configura proxectos con palabras clave
- Notificacións por correo

Outras opcións

Ferramentas que agregan recensións de Google, TripAdvisor e outras plataformas nun só sitio, con alertas de novas opinións.

Con estas ferramentas, podes monitorizar mencións de forma sinxela e gratuíta, sen investir grandes cantidades de tempo.

É Positivo ou Negativo o Que Din?

Comentarios Positivos

Satisfacción, recomendacións,
puntuacións altas (4-5 estrelas)

Comentarios Negativos

Descontento, queixas, puntuacións
baixas (1-2 estrelas)

Comentarios Neutros

Descritivos sen carga emocional,
valoracións medias (3 estrelas)

Non basta con ler comentarios; necesitas clasificalos para saber cómo actuar adecuadamente.

Cando Preocuparse e Cando Celebrar

Preocúpache Cando

- Mesmos problemas repítense en varias recensións
- Comentario negativo se viraliza en redes
- Afecta significativamente a imaxe

Celebra Cando

- Aumentan recensións positivas
- Puntuacións medias soben
- Recoñécense cambios positivos implementados

Lista Semanal de Seguimento

Data	Plataforma	Resumo	Clasificación	Tema	Respondido?
15/01	Google	Excelente trato do persoal	Positivo	Servizo	Sí
16/01	TripAdvisor	Habitación necesita renovación	Negativo	Instalacións	Sí
17/01	Facebook	Boa ubicación e prezo	Positivo	Prezo	Non

Esta lista axudarache a identificar patróns e tendencias na percepción dos clientes sobre a túa empresa.



Como Responder Comentarios e Crise

Aprende estratexias efectivas para xestionar comentarios positivos e negativos, e como actuar #ante situacións de crise dixital.

Respondendo Comentarios Positivos

Responder a comentarios positivos fortalece a relación co cliente e pode animar a outros a deixar recensións. Demuestra que valoras aos teus clientes e estás comprometido con manter unha boa experiencia.

"Moitas grazas, [nome]! Alégranos saber que gozaches de [aspecto positivo]. Esperamos verche de novo pronto. Ata pronto!"

"Grazas polas túas amables palabras, [nome]. Estamos felices de que tiveses unha gran experiencia! Non dubides en volver. Esperámosche!"

Respondendo Comentarios Negativos

Principios Clave

Non Confrontar

Evita discusións públicas, mantén ton calmado e profesional

Agradecer

Mesmo se é negativo, agradece por expresar a súa opinión

Recoñecer

Se a crítica é válida, acepta o erro e pide disculpas

Ofrecer Solución

Explica accións correctivas que estás tomando

Canle Privado

Ofrece continuar a conversación por email ou teléfono

Responde dentro das primeiras 24-48 horas para mostrar compromiso e profesionalidade.

Exemplo Práctico de Resposta

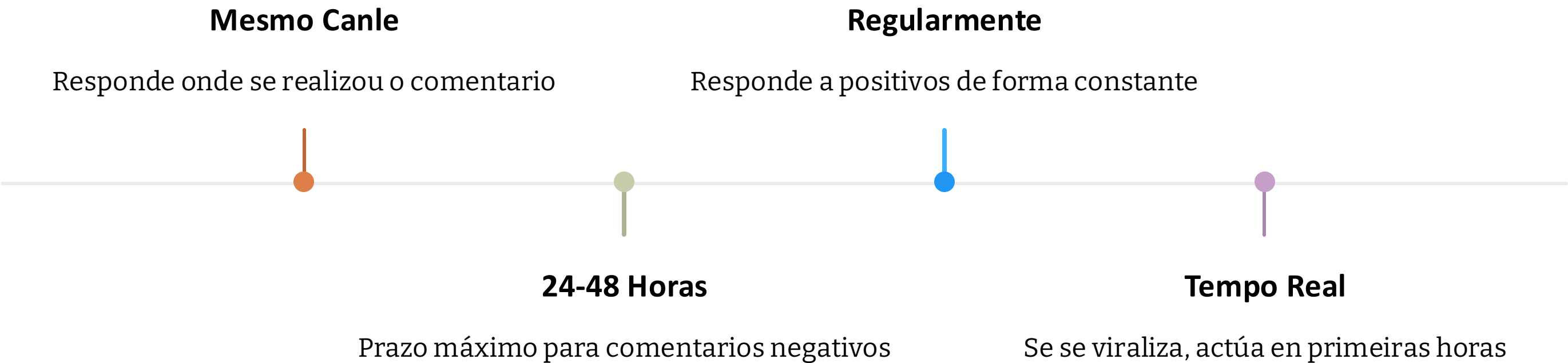
Situación

Cliente deixa recensión negativa en Google por mal servizo durante a estadía.

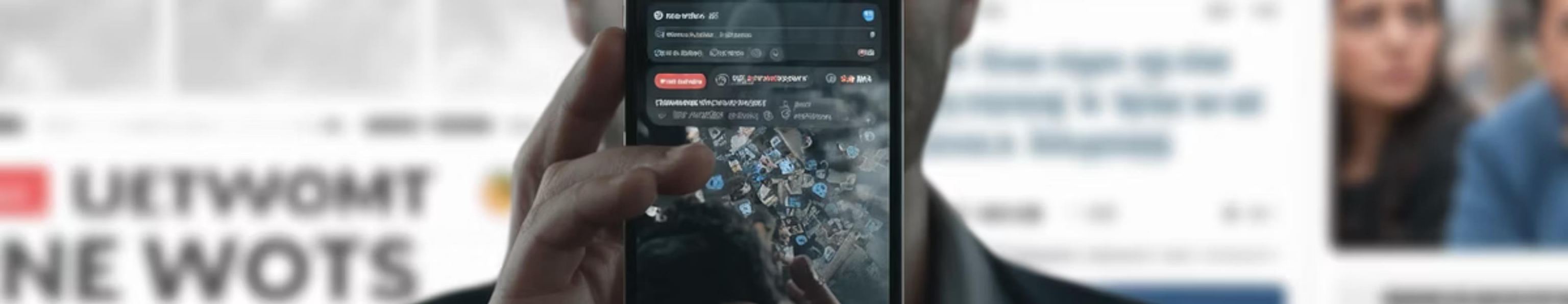
Resposta Adecuada

"Lamentamos moito saber que a túa experiencia non foi a esperada, [nome]. Agradecemos que nolo comunicaches. Estamos a tomar medidas para mellorar [aspecto mencionado]. Encantaríanos falar máis a fondo. Por favor, escríbenos a [email] ou chámanos ao [teléfono]. Grazas por axudarnos a mellorar."

Onde e Cando Responder



Prioriza Google, plataformas de reservas (Booking, TripAdvisor) e redes sociais como Facebook ou Instagram.



Que é unha Crise Dixital?

Non todos os comentarios negativos son unha crise. Unha crise dixital prodúcese cando un problema escala en volume, visibilidade ou gravidade, afectando significativamente a reputación do negocio.

Diferenza Entre Comentario Malo e Crise Real

Comentario Negativo Normal

- Queixa illada sobre un erro específico
- Resólvese con resposta adecuada
- Non xera gran repercusión
- Exemplo: Erro en reserva o pequeno inconveniente

Crise Dixital

- Aumento repentino de queixas similares
- Viralización en redes sociais
- Cobertura de medios de comunicación
- Perda de confianza xeneralizada

Sinais de Alerta: Cando Pedir Axuda

Implicacións legais

Problemas de saúde, seguridade ou acusacións de discriminación

Interés de Medios

Medios de comunicación publican ou se interesan polo caso

Conversación Descontrolada

Descontrolada

Ameazas, insultos ou campañas organizadas en redes sociais

Nestes casos, contacta consultores de comunicación, asesorías legais ou seguros especializados para xestión profesional.

Plan Básico Se Hai unha Crise

Paso 1: Non borres, non loites

Non borres comentarios nin respostas en quente. A transparencia é clave.

Paso 2: Recoñece o Problema Rápido

Publica mensaxe indicando que estás ao tanto e que investigarás.

Paso 3: Dá unha Solución

Explica claramente as medidas correctivas tomadas.

Paso 4: Leva a Privado

Convida a continuar a conversación por email ou teléfono.

Plantilla de Resposta de Emerxencia

1

Recoñecemento

"Somos conscientes de que ocorreu un problema..."

2

Empatía e Disculpa

"Lamentamos sinceramente que tiveses esta experiencia..."

3

Compromiso

"Estamos investigando e tomando medidas para evitar que se repita..."

4

Canle Privado

"Convidámosche a contactarnos en [email] para resolver persoalmente..."

Aprinde de Casos Reais

Hotel X: Éxito en Xestión

Recensión negativa sobre limpeza. Resposta rápida explicando medidas correctivas. Cliente volveu e deixou recensión positiva encomiando profesionalidade.

Restaurante Y: Recuperación

Incidente viral sobre calidade de comida. Desculpa pública rápida e compensación. Contacto directo con cliente. Reputación restaurada con tempo.

Que Fixeron Ben e Erros Comúns

✓ Que Fixeron Ben

- Actuaron rapidamente verificando feitos
- Mantiveron unha soa voz en todos os canles
- Ofreceron solucións concretas, non escusas

✗ Erros Comúns

- Minimizar o problema ou culpar ao cliente
- Demorar a resposta permitindo que outros "conten a historia"
- Responder só nunha canle cando a conversación expandiuse



Construír unha boa Reputación

Descubre como xerar contido positivo, conseguir máis recensións boas e converter a empregados e clientes en embaixadores da túa marca.

Xerar Contido Positivo

Comparte Historias de Clientes Contentos

Mostrar historias reais de clientes satisfeitos xera confianza e permite que futuros clientes imaxínense vivindo esas experiencias. As historias persoais humanizan a marca e crean vínculos emocionais.



Fotos con Texto

Imaxes acompañadas de breve explicación da experiencia



Mini Entrevistas

Clientes comparten a súa experiencia de forma directa



Carruseis

Diferentes momentos da experiencia en Instagram ou Facebook



Vídeos Curtos

Contido en TikTok ou Instagram Reels



Asegúrate de obter permiso dos clientes antes de compartir as súas historias.



Publica o Bo que Fas

Contido Espontáneo

- Fotos de clientes gozando
- Testemuños breves
- Capturas de recensións positivas

Contido Profesional

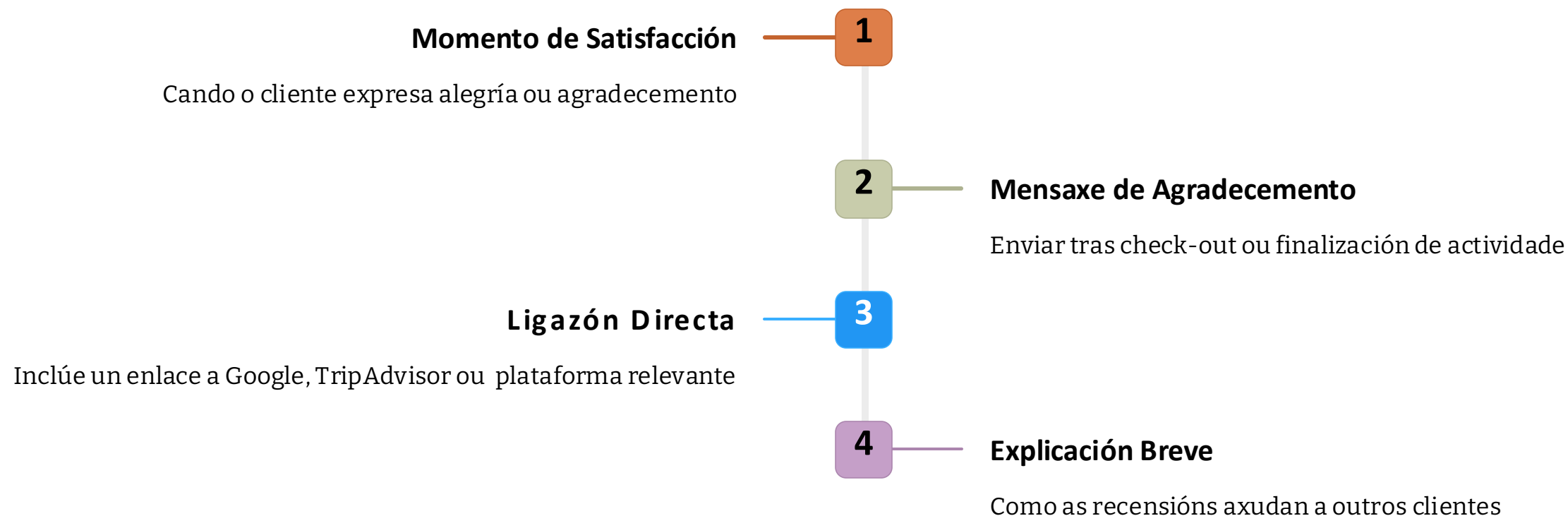
- Melloras en instalacións
- Iniciativas sostibles
- Accións que achegan valor

A constancia é máis importante que a frecuencia. Publicar 1-2 veces por semana é razoable para manter relevancia sen agobiar.

Consegue Más Apuntas Boas

Como Pedir Recensións Sen Presionar

Moitos clientes contentos non deixan recensións simplemente porque non se lles pide. Pedir unha recensión debe facerse de forma natural e non intrusiva, aproveitando momentos de satisfacción.



Momento Ideal e Facilitar o proceso



Timing Perfecto

Xusto despois do check-out ou ao finalizar a actividade, cando a experiencia está fresca



Ligazóns Directas

Incluir en emails, WhatsApp ou mensaxes de agradecemento



Códigos QR

En recepción, habitacións ou mesas que leven a páxina de recensións



Mensaxes Preparadas

Plantillas que o persoal pode adaptar rapidamente

Reducir friccións no proceso aumenta o volume de recensións positivas mentres minimiza as negativas.

Os teus Mellores Aliados

Empregados e Clientes Felices

Os empregados son excelentes embaixadores do teu negocio. As súas publicacións en redes sociais xeran máis alcance e interacción que as publicacións corporativas.



Que Poden Compartir os Empregados



Día a Día do Negocio

Mostrando como gozan traballando ou participando en actividades especiais



Valores do Negocio

Sustentabilidade, compromiso coa comunidade ou calidade do servizo



Proxectos Especiais

Colaboracións locais, eventos da zona ou accións solidarias

Proporciona unha folla de ruta con exemplos de publicacións, hashtags relevantes e regras básicas de confidencialidade.

Cientes Contentos Como Voceiros

Estratexias

- Compartir fotos e etiquetar o negocio
- Usar hashtag único da túa marca
- Participar en sorteos ou concursos
- Gañar algo a cambio de compartir

Beneficios

Aumenta visibilidade do negocio e proporciona contido auténtico, máis valorado por consumidores que a publicidade tradicional.

Pequenas Acci3ns, Gran Impacto



Trato Cercano e Personalizado

Atenci3n individualizada que fai sentir especial ao cliente



Informaci3n 3til

Recomendaci3ns locais e consellos sobre a zona



Flexibilidade Ante Imprevistos

Adaptaci3n a necesidades especiais do cliente

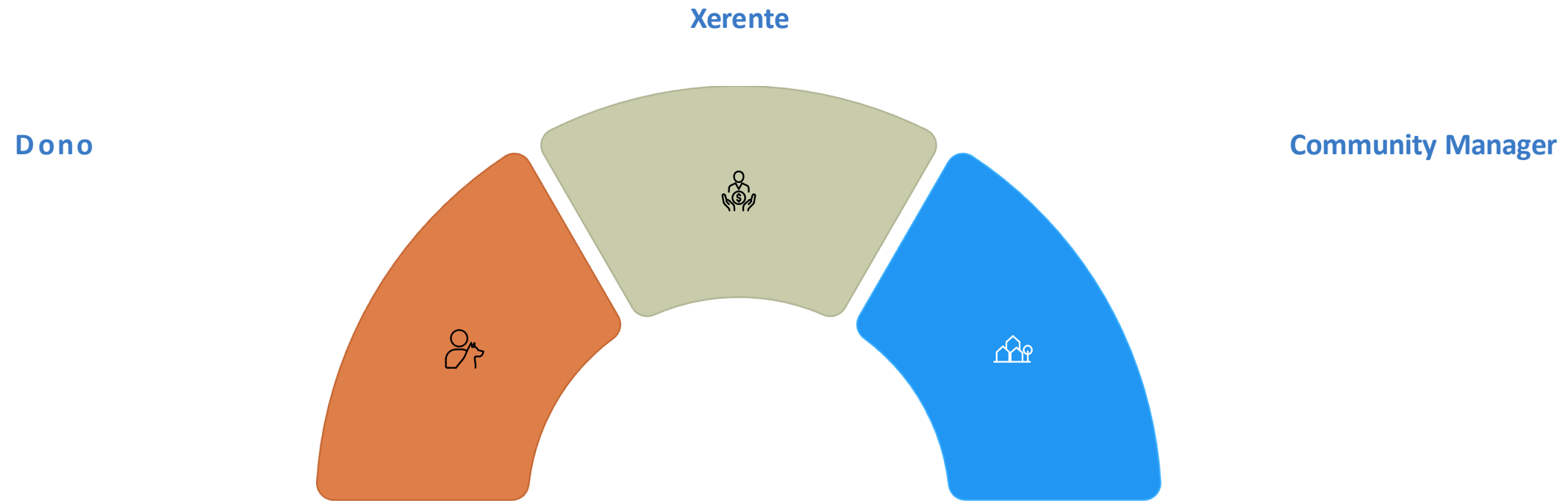


Detalles de Benvida

Carta de agradecemento ou pequeno obsequio

Cando estas acci3ns comb3nanse coa petici3n de recensi3ns, a reputaci3n en liña mellora considerablemente.

Alguén Debe Falar pola túa Empresa



A reputación será máis crible cunha persoa recoñecible como portavoz. Esta figura xera confianza e axuda a crear unha imaxe coherente e próxima, crucial en crise ou comentarios públicos.

✓ Que Compartir

Historias de clientes (con permiso), melloras do negocio, valores, contido inspirador, actividades do equipo, proxectos locais.

✗ Que NON Compartir

Información confidencial de clientes ou empregados, datos internos sensibles, problemas financeiros, conflitos internos, discusións públicas.

Reflexión e Tendencias Futuras

A Reputación é un Activo Vivo

A túa reputación en liña non é estática. Constrúese día a día con cada interacción, resposta e experiencia que ofreces.

A Transparencia Xera Confianza

Os clientes valoran a honestidade. Recoñecer erros e mostrar melloras continuas fortalece a túa credibilidade.

O Contido Auténtico Gaña

As historias reais de clientes satisfeitos e empregados comprometidos son máis poderosas que calquera campaña publicitaria tradicional.

A Prevención Supera a Reacción

Investir tempo en xestión proactiva de reputación evita crise futuras e constrúe un colchón de opinións positivas que protexen o teu negocio.

A intelixencia artificial e as ferramentas de análise de sentimento permitirán ás pequenas empresas monitorizar a súa reputación en tempo real, identificar patróns de comportamento de clientes e personalizar respostas de maneira máis eficiente, democratizando o acceso a tecnoloxías que antes só estaban dispoñibles para grandes corporacións.

Conclusións Clave

1. A túa Carta Dixital

No mundo actual, a túa reputación en liña define a túa primeira impresión e abre portas a novas oportunidades.

2. Mellor Previr

Anticipar e abordar posibles problemas antes de que escalen protexe a túa imaxe e aforra recursos a longo prazo.

3. Cada Interacción Importa

A maneira en que respondes a comentarios e recensións, tanto positivos como negativos, moldea a percepción pública da túa marca.

4. Embaixadores de Marca

Unha base de clientes contentos non só regresa, senón que tamén defende e promociona activamente o teu negocio.

5. Xestión Continua

A reputación non se constrúe unha soa vez; require un monitoreo constante e unha adaptación estratéxica a unha contorna dixital cambiante.



Avalía o curso e o profesor escaneando o seguinte QR:





www.xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



gestionproyectos@xeoparqueortegal.creacionexperiencias.com



Tel.: 625 54 77 48



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA