

# 'MENSEN LEZEN HET LIEFST LOVENDE COMMENTAREN'

## Van commentaar naar community

**Dat reviews en ratings uw webshop vooruit helpen, is inmiddels wel bekend.**

**Wie klanten echter niet alleen producten laat beoordelen maar ook met elkaar in contact laat komen, ziet zijn webwinkel uitgroeien tot een platform voor sociaal winkelen.**

**Als klant wil je je spiegelen**

Reviews - beoordelingen - en ratings hebben de voorbije jaren een opmars gemaakt in webwinkelland. Bedrijven raken meer en meer overtuigd van 'peer-power', het beginsel dat klanten vooral mensen vertrouwen die net zo zijn als zij. Resultaten van Wehkamp.nl, dat vorig jaar in januari met een beoordelingsprogramma startte, spreken boekdelen: als een bezoeker een product bekijkt waar beoordelingen bij staan, is de conversie twee keer zo hoog als bij producten zonder beoordeling. Nu is het wel zo dat het juist ook de meest gekochte producten zijn die veel beoordelingen pakken, maar toch.

### **Gestegen vertrouwen**

De omhoog schietende conversie is een direct gevolg van het gestegen vertrouwen dat klanten in het aangeboden assortiment hebben. Maar de klantbeoordelingen doen nog meer. Ze helpen uw webshop aan traffic

door zoekmachineoptimalisatie. Want beoordelingen zijn geschreven teksten boordevol met zoekwoorden. Dat heeft als gevolg dat u enerzijds op meer zoekwoorden gevonden wordt en anderzijds productpagina's hoger gepositioneerd worden door de extra content. Het verder uitbouwen van onderling klantcontact op uw webshop tilt het geheel naar een hoger doel: loyaliteit. Het contact op de site krijgt een communitykarakter en klanten komen steeds vaker terug.

Maar hoe bouwt u reviews nu uit tot een community? Welnu, met een kale beoordeling komt u er niet. De basis ligt eigenlijk in een profielpagina. Wanneer een klant zich, al dan niet met een nickname, registreert en zichzelf bekendmaakt door middel van een profielpagina, kunnen andere klanten kijken wat een review nu werkelijk voor hen betekent. Als klant wil je je namelijk spiegelen. Een profielpagina

vertelt je in ieder geval meer over je soonskenmerken als geslacht, leef en achtergrond en een foto van een persoon kan ook helpen. Verder geeft de profielpagina toegang tot meerdere reviews van deze klant wat ook weer een dieper inzicht biedt.

En precies daar schort het in Nederland aan, weet Michiel de Nijs, sociaalmarketing consultant bij zoekmachinemarketingbureau Tribal Internet Marketing. Hij somt op: 'Bol.com: geen profiel Zoover.nl: reviews zonder profiel Wehkamp.nl: geen profielen. En kijkt bij lens.nl, dan zijn de profielen wel alleen zichtbaar voor geregistreerde gebruikers.' Volgens Nijs is het goed eens een blik over de grens te werpen op sites als Walmart.com, Zappos.com, Bestbuy.com en Epinions.com. 'Epinions.com zie ik topreviewers met 2000 beoordelingen waarvan de profielpagina al zes miljoen keer is bekeken. Dan heb je het over een h