

# COLUMN

## VAN DE NOOD EEN DEUGD MAKEN

Het is je vast niet ontgaan: de nieuwe wet- en regelgeving rondom reviews. Het gebruiken van nep-reviews was al niet meer toegestaan, maar ondernemingen die deze toch nog publiceren lopen binnenkort het risico op een stevige boete. Verschuilen achter een marketingbureau omdat zij de website maken, dat gaat niet werken.

We zien ze overal. Dezelfde klantverhalen van andere klanten of soms juist dezelfde klanten met andere verhalen en andere namen, dezelfde foto, bij verschillende clubs. Verzonnen en bedacht want dat werkt goed en lekker om leden te werven. Het kwam (en komt) nog steeds heel veel voor in onze sector.

Je moet voor de grap eens de tekst uit een typisch standaard en verzonnen review kopiëren en plakken in de zoekbalk van Google. Haal de eventuele naam van de gereviewde club uit deze tekst weg en klik op enter (zoeken). Google toont je in

sommige gevallen tientallen keren dezelfde review, maar dan van veel verschillende clubs. Het kan niet waar zijn. Sterker nog, het is ook niet waar. Zo nep als maar kan.

Vanaf 28 mei riskeren de nep-review verspreiders concreet een boete van 4% over de totale omzet. Nou, dat kan behoorlijk kostbaar zijn. Terwijl echte klantverhalen, geverifieerd en betrouwbaar, juist enorm omzet bevorderend kunnen werken. Mijn advies is dan ook om 'van deze nood een deugd' te maken. Zie het als een kans. Want er is zoveel moois te halen uit het verzamelen en delen van klantfeedback.

Er is vrijwel geen enkele sportclub zonder reviews op hun website. Waarom? Omdat het verzamelen en delen van ervaringen werkt! Vanaf eind mei moet iedereen dus kunnen aantonen waar de online reviews vandaan komen, dat ze echt en betrouwbaar zijn. Hidden Profits Marketing stuurde recent aan alle clubs die ze bedienen



een mail om gebruik te gaan maken van Feedback4Sports. Je hebt dan met zekerheid betrouwbare echte klantverhalen. Tevens heeft Feedback4Sports een nieuwe samenwerking met ClubPlanner, hierdoor kunnen de negens en de tiens met een mooi script benaderd worden voor een nieuwe vorm van referral-marketing. De eerste clubs in het land maken er al met succes gebruik van.

Bij deze eerste clubs die feedback direct gebruiken als referral-leadgenerator levert dit tot circa 50 leads op per maand op 1000 leden. Dus waar wacht jij nog op? Daarnaast, in klantverhalen zitten grote kansen:

- Het werkt vertrouwenwekkend.
- Je kunt de kwaliteit van jouw organisatie verbeteren.
- Positieve klanten die zich gedragen als ambassadeur zijn helemaal een mooie win!

Sterker nog, in 30% van de klantfeedback zitten gewoon concrete leads! Hierover vertel ik in mijn volgende column meer.

**Govert Janssen**  
**Customer Excellence**  
**Columnist BodyLIFE**