

RESEÑAS Y REPUTACIÓN

Reseñas Que Llenan Tu Agenda

Un sistema simple para pedirle a cada cliente, ganar reseñas de 5 estrellas en automático y convertir un buen trabajo en los siguientes tres.

LO QUE INCLUYE

Cuándo pedir

Los guiones para pedir

Google de la forma correcta

Manejar una reseña de 1 estrella

Recompra y referidos

Las reseñas son el nuevo boca a boca

Cuando un dueño de casa se queda sin luz un sábado, no le pregunta a su vecino — busca 'electricista cerca de mí' y toca el taller con más reseñas de 5 estrellas. Tu cantidad de reseñas es lo primero que juzga, antes que tu trabajo, tu precio o tu licencia. Es el activo de marketing más valioso que probablemente estás ignorando.

Aquí está la verdad incómoda: los electricistas con más reseñas no son necesariamente los mejores del pueblo — son los que PIDEN de forma constante. Un cliente contento casi nunca deja una reseña por su cuenta; un cliente contento que recibe una petición amable y sin fricción muchas veces sí. Todo el juego consiste en construir el hábito de pedir, en cada trabajo, de la misma manera.

La brecha de pedir

La mayoría de los clientes están dispuestos a dejar una reseña — muchos menos lo hacen, simplemente porque nadie les pidió en el momento adecuado con un enlace fácil. Cierra esa brecha y tu cantidad de reseñas sube de forma constante, sin necesidad de suerte.

Por qué esto importa más para los electricistas

- **Compra de alto riesgo y poco frecuente.** La gente investiga a los electricistas más que a un lugar para almorzar. Las reseñas pesan más.
- **La búsqueda local es el embudo.** Más y mejores reseñas te suben en los resultados del mapa local — las pocas fichas que la mayoría llega a mirar.
- **La confianza es el producto.** Un muro de reseñas recientes, específicas y de 5 estrellas responde la única pregunta real que tiene un dueño de casa nervioso: ¿puedo confiar en esta persona dentro de mi casa?

Cuándo y cómo pedir

El momento lo es todo. Pide en el pico del alivio y la gratitud del cliente — no días después, cuando el sentimiento se ha desvanecido y tu mensaje se siente como spam.

Los dos mejores momentos

1. Al terminar, en persona

Justo después de mostrarles el panel/circuito funcionando y que digan 'muchísimas gracias' — ese es el momento. Pide mientras estás ahí parado.

2. Esa misma tarde, por mensaje

Si no puedes pedir en persona, envía un mensaje corto esa noche con un enlace directo mientras el trabajo sigue fresco en su mente.

La petición en persona planta la semilla; el mensaje les da el camino de un solo toque. Hacer ambas, en ese orden, convierte mucho mejor que cualquiera por sí sola. La clave es el enlace — si tienen que buscar tu negocio, encontrar la pestaña de reseñas e iniciar sesión, la mayoría no se molestará. Envía un enlace que los deje directo en la pantalla de la reseña.

LA PETICIÓN EN PERSONA (dilo en voz alta)

De verdad me da gusto que te hayamos resuelto eso. Un favor rápido — la mayor parte de mi trabajo viene de gente que me encuentra en Google, y una reseña corta hace una diferencia enorme para un taller pequeño como el mío. Te envío un enlace ahora mismo para que sea de un solo toque — ¿te molestaría dejar unas palabras sobre cómo te fue? De verdad significa mucho.

EL MENSAJE DE RESEÑA EL MISMO DÍA

Hola [Nombre], ¡fue un gusto encargarme de tu [trabajo, p. ej. cambio de panel] hoy! Si tienes 30 segundos, una reseña rápida ayuda mucho a mi taller — aquí está un enlace directo: [tu enlace de reseña de Google]. Muchísimas gracias, y no dudes en llamar si surge cualquier cosa. — [Nombre], [Taller]

• Consigue tu enlace de un toque de Google

En tu Perfil de Negocio de Google, usa la opción 'Recibir más reseñas' / 'Compartir formulario de reseña' para copiar un enlace corto que abre directo la casilla de estrellas. Guárdalo en los atajos de texto de tu teléfono para que siempre esté a un pegado de distancia.

Hazlo específico, hazlo fácil

Un genérico 'por favor déjanos una reseña' se ignora. Una petición que menciona el trabajo real que hiciste le recuerda al cliente sobre qué escribir — y les recuerda a los futuros lectores exactamente qué haces.

Menciona el trabajo real

Cuando mencionas el trabajo específico — 'la instalación del cargador de auto eléctrico', 'el panel que se botaba', 'la iluminación empotrada de la cocina' — le facilitas al cliente escribir algo concreto, y siembras palabras clave que los futuros buscadores están tecleando. Una reseña que dice 'instaló nuestro cargador Tesla en el garaje, puntual y ordenado' vale por diez que dicen 'buen servicio'.

Petición débil	Petición fuerte
Por favor déjanos una reseña.	¿Te molestaría contar cómo te fue con la instalación del cargador de auto eléctrico?
Gracias por tu compra.	¡Gracias por confiarnos hoy el cambio de panel!
Califícanos con 5 estrellas.	Unas palabras sobre tu experiencia significarían mucho.

Reparte en las plataformas que importan

- **Google** primero — es la que alimenta la búsqueda local y Maps. Si vas a pedir una, pide esta.
- **Yelp** importa en algunas ciudades; ten en cuenta que Yelp desaconseja solicitar reseñas directamente, así que mantenlo en un suave 'también nos encuentras en Yelp'.
- **Nextdoor** es oro para los oficios residenciales — las recomendaciones del vecindario se convierten en trabajos agendados.

Sigue siempre las propias normas de cada plataforma sobre las peticiones de reseñas — nunca ofrezcas un descuento o regalo a cambio de una reseña, y nunca escribas ni montes reseñas tú mismo.

Cómo manejar la reseña que no es de cinco estrellas

Todo taller tarde o temprano recibe una reseña crítica. Cómo respondes — en público, con calma, con profesionalismo — lo lee cada cliente futuro. Una buena respuesta a una mala reseña puede ganarte más negocio del que la reseña te costó.

La fórmula de la respuesta

1. Responde rápido, nunca enojado

Dentro de un día o dos. Bájale a la tensión, aunque la reseña sea injusta. Los futuros lectores observan tu tono, no solo la queja.

2. Reconoce y mantén el profesionalismo

Agradéceles la retroalimentación, asume lo que sea legítimo y no discutas hechos en público. Nunca ganarás una discusión pública.

3. Llévalo a privado

Ofrece un número directo y un nombre para enmendarlo. Esto demuestra que te importa y saca la disputa del hilo público.

4. Nunca reveles datos del trabajo ni privados

Mantén la respuesta general y respetuosa. Airear los asuntos del cliente se ve peor que la reseña original.

RESPUESTA A UNA RESEÑA CRÍTICA

Hola [Nombre], gracias por la retroalimentación — lamento que tu experiencia no haya alcanzado el estándar que buscamos. De verdad me gustaría entender qué pasó y enmendarlo. Por favor llámame directamente al [número] y pregunta por [tu nombre]. Tomamos cada trabajo en serio y agradecemos la oportunidad de arreglar esto.

El volumen te protege

Una reseña crítica duele mucho cuando tienes cinco reseñas y apenas se nota cuando tienes ochenta. El hábito constante de pedir es también tu mejor seguro contra el ocasional mal día.

Una palabra sobre la honestidad y tu licencia

Nunca compres reseñas, publiques falsas ni cambies descuentos por estrellas — las plataformas las detectan y las eliminan, y puede dañar la posición en la búsqueda local que estás trabajando por construir. El mismo profesionalismo aplica a todo lo que pongas por escrito a un cliente sobre código o seguridad: mantén las afirmaciones públicas precisas, y recuerda que los requisitos de licencia, permisos y código varían por jurisdicción. Esto es orientación de negocio y reputación, no instrucción de código eléctrico — verifica localmente los requisitos de código y deja que tu trabajo real y honesto se gane las

reseñas.

Convierte un trabajo en los siguientes tres

Una reseña es el comienzo, no el final. El mismo cliente que te dejó cinco estrellas es tu camino más barato a tus siguientes dos trabajos — a través de recompras y referidos que simplemente pides.

Mantente en su radar

- **Deja la puerta abierta al cerrar.** 'Si surge cualquier otra cosa — iluminación, un tomacorriente, ese cargador de auto eléctrico — soy tu electricista. Guarda mi número.'
- **Un saludo ligero por temporada.** Un mensaje una o dos veces al año ('temporada de tormentas — ¿quieres que revise tu protección contra picos?') te mantiene en su mente sin fastidiar.
- **Pide el referido directamente.** Los clientes contentos refieren cuando se les pide. 'Si algún vecino llega a necesitar un electricista, te agradecería que pasaras mi nombre.'

La petición de referido que funciona

PETICIÓN DE REFERIDO (una semana o dos después del trabajo)

Hola [Nombre], ¡espero que el [trabajo] siga funcionando perfecto! Una cosita rápida — estoy tratando de hacer crecer mi taller de la forma honesta, por boca a boca. Si conoces a alguien que necesite un electricista en quien pueda confiar, te agradecería mucho que pasaras mi número. Gracias de nuevo por tu confianza. — [Nombre], [Taller]

- ☐ Pediste una reseña al cerrar cada trabajo de esta semana
- ☐ Enviaste el mensaje el mismo día con un enlace de un toque de Google
- ☐ Mencionaste el trabajo específico en la petición
- ☐ Respondiste a cualquier reseña nueva dentro de 48 horas
- ☐ Le pediste a al menos un cliente contento un referido
- ☐ Guardaste tu enlace de reseña y tus guiones en los atajos del teléfono

DE WATTWORKS

La razón por la que la mayoría de los electricistas no tienen un muro de reseñas de 5 estrellas no es el trabajo — es que pedir, en cada trabajo, de la misma manera, se cuele por las grietas de una semana ocupada. WattWorks escribe una petición de reseña personalizada para Google, Yelp o Nextdoor que menciona el trabajo exacto que acabas de terminar, para que la petición esté lista antes de que guardes la herramienta. Envíala, mira llegar las reseñas y deja que tu reputación haga la venta. Empieza en wattworks.bizbottech.com.