

// Handleiding reviewmanagement

# VITALE VERBLIJFSRECREATIE Achterhoek

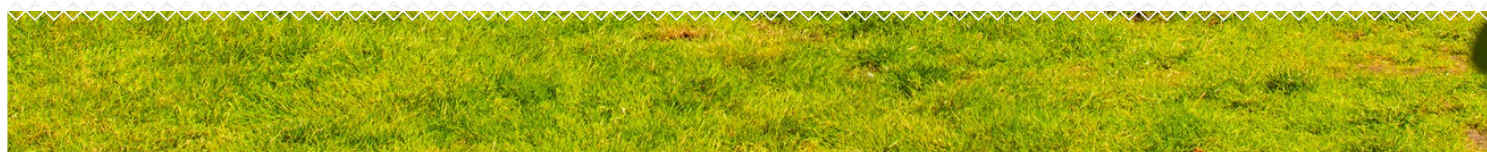
KLAAR VOOR DE TOEKOMST

## Reviewmanagement

Slim je reviews inzetten  
voor meer gasten en  
geloofwaardigheid



**Word expert:** Verzamelen van reviews | Reviewplatformen | Reageren op reviews | Reviews als marketingtool | Jouw reviewbeleid | AI en reviews





# De kracht en winst van reviews

**Je kunt zelf zeggen dat jouw park gastvrij en je sanitair blinkend schoon is, maar pas als je gasten dat bevestigen, ontstaat echte geloofwaardigheid. Wat jij zegt over je camping of park is promotie en wat je gasten zeggen, is bewijs. Juist dat maakt reviews tot een van de meest overtuigende vormen van marketing. Ze versterken je imago, vergroten het vertrouwen en leiden tot meer boekingen.**

Met andere woorden: reviews beïnvloeden niet alleen je reputatie, maar ook je omzet. Ze helpen nieuwe gasten om vertrouwen te krijgen en moedigen bestaande gasten aan om hun ervaring te delen. Dat effect bereik je nooit met alleen je eigen teksten; hoe goed je copywriting ook is.

Daarom is reviewmarketing geen 'extraatje', maar een essentieel onderdeel van je strategie. De reviews van je gasten geven je gratis content, waardevolle inzichten én overtuigingskracht. Reviews laten zien wat goed gaat en waar nog winst te behalen valt. Door actief te reageren en trends te signaleren, verzamel je waardevolle input om je aanbod of gastbeleving verder te verbeteren.

## //WIST JE DAT

- 75% van de gasten reviews leest voordat ze boeken?
- 36% op twee verschillende reviewplatforms kijkt, en 41% zelfs op drie of meer?
- De eerste 5 tot 10 reviews voor de grootste stijging in boekingen zorgen?



**In dit document leer je hoe je reviews slim verzamelt, strategisch inzet en er meer boekingen mee realiseert.**

Deze handleiding is opgedeeld in drie stappen binnen reviewmanagement. Per stap wordt een checklist gegeven om jouw voortgang bij te houden.

# 1

## Verzamelen van reviews

# 2

## Reageren op reviews

# 3

## Inzetten van reviews



## ChatGPT

Daarnaast worden ook tips gegeven hoe ChatGPT jou kan ondersteunen in je reviewmanagement.

# Het verzamelen van reviews

## DE VERSCHILLENDE REVIEWKANALEN

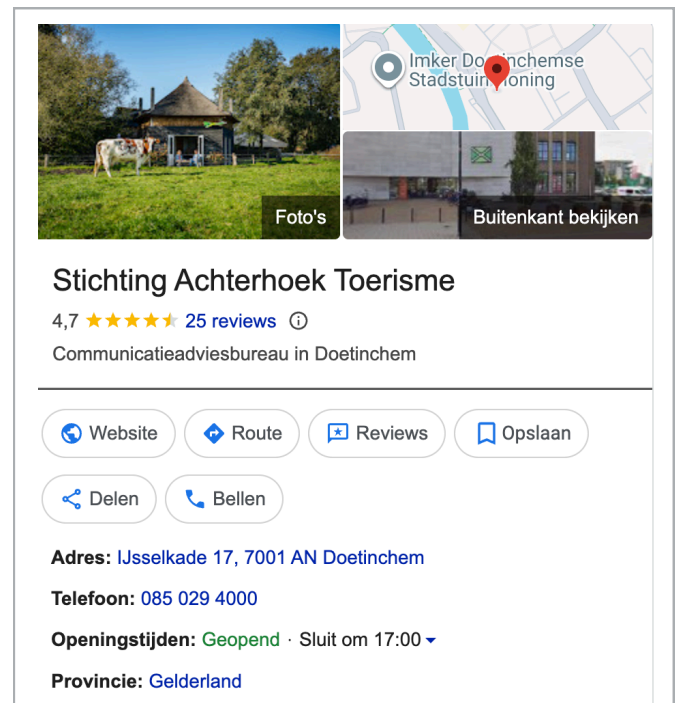
### GOOGLE ALS BELANGRIJKSTE REVIEWBRON

Binnen de vrijetijdssector zijn er tal van websites waarop jouw gasten een review kunnen achterlaten. Hierin claimt Google steeds meer de belangrijkste positie. Veel gasten beginnen hun zoektocht via Google. Je Google Bedrijfsprofiel (GBP) is hierbij jouw digitale entree. Tuurlijk, ook de reviews op de websites van Online Travel Agencies (OTA's) als Booking en Expedia geven bereik, en zijn daarmee belangrijk. Als verblijfsaccommodatie verlies je echter ook een bepaalde marge wanneer via dit kanaal wordt geboekt. Hierom is Google vooral plek waar je jouw merk en vindbaarheid opbouwt. Nog een reden om voor Google te kiezen is de boost van je SEO (hoe hoog je in Google staat). Niet alleen het aantal reviews telt, maar ook hoe recent en divers ze zijn en of je erop reageert.

### HEB OOG VOOR ALLE REVIEWKANALEN

Besteed altijd aandacht aan alle reviews die je krijgt. Google kan je belangrijkste focus zijn, maar het is ook belangrijk dat je op alle andere kanalen aanwezig bent. Zorg dat je daar ook je profiel optimaliseert en reageert op reviews. Denk aan de volgende kanalen:

- Booking.com
- Airbnb
- TripAdvisor
- Zoover
- ANWB
- Facebook



Het Google Bedrijfsprofiel van Achterhoek Toerisme

### //WIST JE DAT

- Google veruit de meest gebruikte plek is om reviews te lezen? Voor veel gasten is het de eerste stap in hun zoektocht, vaak nog vóór ze naar een boekingsite of jouw eigen website gaan.
- Reizigers gemiddeld 2 tot 3 verschillende bronnen raadplegen voordat ze boeken? Ze vergelijken niet alleen prijzen, maar vooral ervaringen en betrouwbaarheid.
- Consumenten gemiddeld ruim 5 uur besteden aan hun oriëntatie, en in die tijd meer dan 140 webpagina's bekijken? Mensen lezen zich uitgebreid in: ze klikken door naar websites, socialmediapagina's, reviewplatforms en vergelijkingsites. Gasten doen dus echt hun huiswerk vóórdat ze boeken.

# HOE VRAAG IK GASTEN OM EEN REVIEW?

## TIPS VOOR HET VRAGEN VOOR REVIEWS

Vragen om reviews kan worden ervaren als vervelend en ongemakkelijk. Vaak is dit echter alleen de eerste paar keer. Hoe vaker je erom vraagt, hoe natuurlijker het ook voor jezelf/je medewerker wordt. De beste, meest concrete reviews ontstaan wanneer je deze persoonlijk en op het juiste moment vraagt. Ook heb je dan de hoogste kans van slagen. In plaats van eens per kwartaal een mail naar je hele mailinglijst te sturen, kun je het onderdeel maken van je dagelijkse of wekelijkse routine. Zo blijft bovendien je Google Bedrijfsprofiel continu actief en actueel, wat weer goed is voor de SEO.

- Specificeer op welk platform je graag een review ontvangt. Google is hierbij een goede eerste keus.
- Kneed je verzoek voor een review aan met een aantal gerichte vragen die de gast laat nadenken over de ervaring. Zoals "waar heb je het meest van genoten?". Dit draagt bij aan betere en overtuigende reviews.
- Vraag persoonlijk om een review bij een zichtbaar tevreden gast op jouw locatie.
- Hang binnen jouw locatie, bijvoorbeeld bij de receptie of in een hotelkamer, een QR-code op zodat gasten snel een review kunnen achterlaten.
- Zorg dat na een bezoek een automatische verzoek wordt verstuurd voor een review. Bijvoorbeeld een e-mail of WhatsApp-bericht kort na vertrek waarin je de gast vraagt om een review achter te laten.

Gebruik de e-mail en WhatsApp-template.



### E-mail

*Onderwerp: Hoe was je verblijf bij ons?*

*Bericht:*

Beste [naam],

Bedankt dat jullie bij ons te gast waren. Wij hopen dat jullie een prettig verblijf hebben gehad en zijn benieuwd wat jullie het allerfijnst vonden. Wil je in 1 minuut je ervaring delen? Alvast bedankt!

[hyperlink naar Google]

Vriendelijke groeten,  
[handtekening afzender]



### WhatsApp

Leuk dat jullie bij ons te gast waren! We zijn benieuwd wat jullie het allerfijnst vonden. Wil je in 1 minuut je ervaring delen? Alvast bedankt!

Vraag gerust om een review, maar probeer niet te sturen op specifieke zoekwoorden. Google herkent geforceerde of onnatuurlijke taal. Als meerdere reviews ineens dezelfde termen bevatten, lijkt het "gemaakt" en dat kan juist negatief effect hebben op je vindbaarheid.



"Zou je in je review willen noemen dat we een kleinschalige camping in de Achterhoek zijn?"

---

# REVIEWS VOOR JOUW WEBSITE VERZAMELEN VIA EEN INTERVIEW

---

Naast de eerder genoemde reviewkanalen, is jouw website ook een waardevolle plek om reviews op te delen. Deze reviews kunnen potentiële gasten tijdens het oriëntatieproces op jouw website extra overtuigen.

Op de inhoud van reviews die mensen op Google of Zoover plaatsen heb je geen invloed, maar wel op reviews die je zelf op je website kunt zetten. Hiervoor kun je reviews selecteren van de reviewkanalen. Je kan echter ook reviews verzamelen door korte interviews af te nemen. Klinkt spannend, maar het zijn eigenlijk korte gesprekjes.

## DE KRACHT VAN PERSOONLIJKE INTERVIEWS

De allerbeste reviews ontstaan als jij er een persoonlijk gesprek van maakt met gerichte vragen. Kijk eens of je af en toe een gesprekje kunt voeren met een tevreden gast: wat vond de gast écht bijzonder? Welke twijfels had hij of zij vooraf en hoe werden die opgelost? Waren die twijfels wel terecht? Het plaatsen van deze verhalen op je website kunnen helpen om twijfels om te boeken weg te halen en de mogelijke ervaring meer tot de verbeelding te laten spreken. De review wordt extra geloofwaardig wanneer je bij de review een foto met naam plaats. Vraag hiervoor altijd toestemming bij de gast.

### INSPIRATIE VOOR INTERVIEWVRAGEN

Vragen sturen het verhaal en nemen gerichte twijfels weg. Ook vinden mensen het fijn om aan de hand meegenomen te worden als ze mogen vertellen. De onderstaande vragen kunnen hierbij behulpzaam zijn:

- Waarom heb je voor ons gekozen?
- Welke twijfels had je vooraf? En hoe vielen die mee?
- Wat was het grootste pluspunt van je verblijf?
- Wat maakt onze plek anders dan andere waar je bent geweest?
- Aan wie zou je ons aanraden en waarom?
- Mogen we je woorden gebruiken op onze site?
- Mogen we een foto van jou bij de review plaatsen?

**Extra tip!** Vraag of je het interview mag opnemen met de dictafoon van je telefoon. Zo kun je echt letterlijk de woorden gebruiken van de gast en de meest concrete details gebruiken voor het uitwerken van het interview.

---

## DE INGREDIËNTEN VAN EEN OVERTUIGENDE REVIEW

---

Stel je voor: je gasten hebben net een heerlijk verblijf achter de rug. Ze vertrekken tevreden en vol herinneringen. Hoe zorg je dat toekomstige gasten diezelfde ervaring kunnen voelen nog voordat ze bij je boeken? Het antwoord ligt in herkenbare, goed doordachte reviews.

Welk van de onderstaande reviews vind je meest overtuigend: A of B?

#### REVIEW A

*"Deze camping heeft luxe sanitair. Dit is echt een minicamping die rust uitstraalt, met uitzicht op de koeien. Uitdagende fietsomgeving. In een straal van 25 kilometer Nederland op een presenteerblaadje. Wij gaan deze camping zeker aanbevelen aan onze vrienden en familie!"*

#### REVIEW B

*"Alleen al voor het sanitair zou je naar deze camping moeten gaan. Heerlijk warm water én warme voeten; douchen is nog fijner dan thuis. Met onze caravan stonden we mooi rustig. We hebben heerlijk gefietst naar leuke dorpjes als Bronckhorst. Vanaf onze plaats 7 genoten we van het pasgeboren kalfje op zijn wankele pootjes in de wei."*

De meeste mensen worden meer overtuigd door review B. De details over het warme water en de idyllische beschrijving van kalfjes brengen namelijk het verhaal tot leven en geven je het gevoel dat je er zelf heen wilt.

### EEN STERKE REVIEW:

- Is geschreven door iemand die je graag ziet als je buur
- Laat verschil zien (wat maakt deze plek nog beter dan de ander?)
- Kun je in verplaatsen (ik zal het vast ook zo ervaren)
- Neemt je twijfels weg, en nog mooier als de recensent de twijfels die hij eerst had ook beschrijft én weerlegt
- Beantwoordt precies de vragen die je (on)bewust had
- Spreekt over specifieke details
- Geeft je het gevoel: hier wil ik heen!





## CHECKLIST: HET VERZAMELEN VAN REVIEWS

### REVIEWKANALEN

- Maak inzichtelijk op welke websites jouw bedrijf reviews ontvangt en hoe je op deze websites scoort
- Optimaliseer je Google Bedrijfsprofiel door deze aan te vullen met: categorie, omschrijving, service informatie en foto's
- Zorg dat ook je profielen bij andere websites netjes worden bijgehouden

### VRAGEN OM REVIEWS

- Bedenk een strategie voor het vragen om reviews, bijvoorbeeld op welke momenten je dit wilt vragen
- Vraag bij zichtbaar tevreden gasten of zij een review willen achterlaten
- Stel automatische verzoeken in via vertrekmails of in je PMS/boekingsstelsel
- Plaats QR-codes zichtbaar op plekken als de receptie, het sanitair of een hotelkamer
- Kleed je verzoek voor een review aan met gerichte vragen

### INTERVIEWS VOOR HET VERZAMELEN VAN REVIEWS

- Vraag bij zichtbaar tevreden gasten of je ze kort een aantal vragen mag stellen
- Bedenk van te voren welke vragen je wilt stellen
- Check vooraf of je de woorden mag gebruiken in jouw communicatie, eventueel met foto en naam
- Vraag of je het gesprek mag opnemen met een dictafoon voor letterlijke quotes

# Reageren op reviews

## DE VERSCHILLENDE REVIEWKANALEN

Als jij een attente, positieve reactie plaatst op elke review laat je aan lezers zien: hier wordt geluisterd én gehandeld. Je geeft lezers ook een beloning voor hun moeite. En niet onbelangrijk: door te reageren kun je je online reputatie verbeteren/herstellen. Als laatste heb je de kans om van klagende gasten ambassadeurs te maken, als je hun klacht echt op een goede manier oplost.

### //WIST JE DAT

- Reageren loont? Bedrijven die reageren op reviews krijgen 12% meer reviews én hogere scores (gemiddeld 0,12 meer). Mensen zijn geneigd eerder een review te schrijven als door de eigenaar op elke review wordt gereageerd.
- 88% van de lezers liever bedrijven kiest die op alle reviews reageren?

## HOE JE MOET REAGEREN OP EEN REVIEW

De reactie die jij op een review geeft, wordt gelezen door de recensent en potentiële gasten die reviews doornemen tijdens het oriëntatieproces. Hoe jij reageert op een review, draagt bij aan de beeldvorming over je bedrijf. Dit zijn de aanbevolen richtlijnen voor het reageren op reviews:

- Houd de reactie kort en vriendelijk
- Gebruik humor spaarzaam
- Reageer binnen 48 uur
- Bedank voor het geven van een review en geef erkenning aan de beschreven ervaring
- Gebruik uitsluitend positieve woorden, het herhalen van de negatieve termen geschreven door de recensent kunnen (onbewust) blijven hangen
- Benoem verbetering/oplossingen als dit van toepassing is en de recensent gelijk heeft
- Nodig uit tot persoonlijk contact bij klachten

### Do's en dont's

NIET	WEL
"Wat vervelend dat..."	"Dank voor uw feedback; we hebben inmiddels extra aandacht bestaan aan..."
"Sorry voor de overlast."	"Dank voor uw feedback. We hebben gewerkt aan extra rust op het terrein door een geluidsscherm te plaatsen."

## Voorbeeldzinnen

*"Heerlijk kleine camping...  
Jammer van de  
handdoekjes."*

*"Bedankt voor uw review  
en complimenten. Fijn  
om uw tip te lezen! We  
hebben een papier  
handdoekjesautomaat  
geplaats."*

*"Vergane glorie."*

*"Bedankt voor uw review.  
We voeren doorlopend  
verbeteringen door. Deze  
winter gaan we ...  
verbeteren. We laten het u  
graag zien bij een volgend  
bezoek."*

---

## SOMS KAN OF WIL JE IETS NIET VERBETEREN

---

Stel je voor: na het verblijf van een gast ontvang je een review waarin wordt geklaagd over iets wat je niet wil of kan veranderen. Hoe moet je dan hier toch op reageren? Er zijn verschillende manieren om dit professioneel aan te pakken:

### Budgetbeperkingen

*"Dank voor uw feedback! Helaas kunnen we de wifi momenteel nog niet verbeteren, maar we houden het in de gaten voor het volgend seizoen. Hopelijk hebben jullie verder genoten van de rust en natuur."*

### Algemene vriendelijke erkenning

*"Dankjewel voor je feedback. We waarderen je opmerkingen en nemen ze mee in onze overwegingen voor de toekomst. We hopen dat jullie verblijf verder prettig was."*

### Eigen visie/principiële keuzes

*"Dank voor je review. Onze camping kiest bewust voor een rustige, natuurlijke inrichting. Dit draagt bij aan die ontspannen sfeer die de meeste gasten zo bij ons waarderen."*

*"Bedankt voor uw review. We zijn een natuurcamping. Hierom kiezen wij er bewust voor om 's avonds de hoeveelheid licht zo veel mogelijk te beperken om de hoeveelheid lichtvervuiling voor de omliggende natuur zo veel mogelijk te beperken."*

### Zaken waar je geen invloed op hebt

*"Bedankt voor je reactie. Af en toe hoor je wat activiteit van buiten onze kampeerplaatsen. Gelukkig biedt de speeltuin en het bosgeluid ernaast volop ontspanning. We hopen dat jullie hier lekker van hebben genoten."*

# VALSE OF ONTERECHE REVIEWS

Helaas komt het ook voor dat je als bedrijf een review ontvangt van iemand die nooit te gast is geweest of welke buiten proportie negatief is. Een korte, professionele reactie gevolgd door een officiële procedure voorkomt reputatieschade en toont betrouwbaarheid. Op alle reviewkanalen kan je via support bezwaar maken tegen een geplaatste review. De procedure en kans van succes verschillen echter wel per reviewkanaal.

## STAP VOOR STAP BIJ GOOGLE

1. Reageer op de review, bijvoorbeeld: "We herkennen u niet als gast; neemt u contact met ons op via...!"
2. Markeer de review als ongepast in de Reviews Management Tools
3. Dien een appeal in met beknopt bewijs
4. Documenteer en escaleer indien nodig

**HIER**



kan je binnen Google reviews melden.

**HIER**



vind je Google's Fake Engagement-policy.

## //WIST JE DAT

- Steeds meer reviewkanalen gebruiken AI en patroonherkenning om fake/AI-gegenereerde reviews te signaleren. Zo verwijderde TripAdvisor in 2024 meer dan 200.000 AI-reviews.
- De reactietijd bij het aanmaken van bezwaar is meestal enkele dagen tot weken; bij TripAdvisor duurt dit soms langer.
- TripAdvisor publiceert jaarlijks een transparantierapport; andere platforms geven meestal alleen een melding bij verwijdering, zonder detailuitleg.



## PROCEDURES BIJ ANDERE REVIEWKANALEN

Ieder platform heeft zijn eigen procedure voor het bezwaar maken tegen een review. Dit proces kan veranderen. De tabel geeft echter al wel goede inzichten in de basis.

### Bezwaarprocessen bij de verschillende reviewkanalen

Platform	Hoe melden?	Sancties	Reactietijd	Transparantie richting gebruiker
<b>Google</b>	Via de Reviews Management Tools in je Google Business Profile	Review verwijderd, waarschuwing, profielbeperking, rankingverlaging, tijdelijk geen reviews	1-2 weken	Beperkt: melding bij verwijdering, geen detailuitleg
<b>Booking.com</b>	Via extranet	Review verwijderd, bij herhaling schorsing	Enkele dagen tot weken	Beperkt: alleen melding bij verwijdering
<b>Airbnb</b>	Via Help Center	Review verwijderd, waarschuwing, schorsing, accountverwijdering	Meestal binnen 1 week	Redelijk: uitleg bij verwijdering, soms detail
<b>TripAdvisor</b>	Via Management Center	Ranking penalty, badge, waarschuwing, review of account schorsing	1-3 weken, soms langer	Hoog: transparantie rapporten, uitleg bij verwijdering
<b>Zoover</b>	Via Zoover	Review verwijderd, waarschuwing, schorsing of accountverwijdering	Enkele dagen tot weken	Beperkt: alleen melding bij verwijdering
<b>ANWB</b>	Via ANWB/Trustpilot	Review verwijderd, waarschuwing, schorsing of accountverwijdering	Enkele dagen tot weken	Beperkt: alleen melding bij verwijdering
<b>Facebook</b>	Als spam/fake via Facebook	Review verwijderd, waarschuwing, beperking of accountverwijdering	Enkele dagen tot weken	Beperkt: alleen melding bij verwijdering





## CHECKLIST: HET REAGEREN OP REVIEWS

- Bedenk een strategie voor het reageren op reviews, zoals een vaste medewerker
- Voeg de Google Reviews Management Tools toe aan je Google Bedrijfsprofiel
- Reageer binnen 48 uur op de reviews ontvangen op alle reviewkanalen
- Reageer op zowel positieve en negatieve reviews
- Gebruik een vaste opbouw in je reactie: bedanken > erkennen > benoemen eventuele verbeteringen > uitnodiging
- Ontwikkel een aantal standaard conceptteksten voor complexe reviews
- Bedenk op voorhand wat je moet doen bij het ontvangen van een complexe klacht, zoals wanneer en hoe je contact opneemt



# Inzetten van reviews

## REVIEWS OP JE WEBSITE VOOR CONVERSIE

Reviews zijn het bewijs dat jouw bedrijf doet wat je belooft. Ze nemen twijfels weg, geven vertrouwen en zijn vaak het laatste zetje dat een websitebezoeker nodig heeft om te boeken. Maar niet alleen het verzamelen van reviews is belangrijk, juist waar je ze op je website plaatst, bepaalt hoeveel impact ze hebben op je boekingen. Verspreid de reviews strategisch op je website, kies voor herkenning en zet ze altijd bij het aanbod waar ze het meeste impact hebben. Zo maak je van reviews een echte groeimotor voor je bedrijf!

### //WIST JE DAT

- Reviews conversie verhogen? Uit onderzoek blijkt dat het tonen van reviews bij het boekingsproces de kans op een reservering tot wel 30% kan verhogen.
- Herkenning zorgt voor vertrouwen? De bezoeker voelt zich direct aangesproken als in de review dingen zijn aangestipt die hij belangrijk vindt.
- Actuele reviews het meest krachtig zijn? Zorg dat je reviews niet ouder zijn dan één jaar. Dit vergroot de geloofwaardigheid.
- Foto's het effect versterken? Een review met een foto van een lachende gast is veel overtuigender dan alleen tekst.



# WAAR MOET JE OP JE WEBSITE REVIEWS PLAATSEN?

Het succes van het toevoegen van een review op je website wordt voor een groot deel bepaald door de plek waar je de review plaats. Plaats ze niet zomaar op een algemene pagina. Reviews werken het beste als ze staan op plekken waar bezoekers twijfelen of een keuze moeten maken. Kijk in de tabel voor mooie voorbeelden!

## Voorbeelden van reviews op een bepaalde plek op je website

Plek op de website	Type review	Waarom hier?	Voorbeeld	Plaatsingsadvies
<b>Homepage</b>	Algemeen, sfeer, gastvrijheid	Eerste indruk, nodigt uit tot verder lezen	"Wat een gastvrijheid! We voelden ons direct thuis."	Beperkt: melding bij verwijdering, geen detailuitleg
<b>Campingpagina</b>	Review over rust, natuur, ruimte	Herkenning bij zoekende kampeerder	"Vanaf onze plek zagen we het pasgeboren kalfje in de wei. Genoten van de rust en natuur!"	Beperkt: alleen melding bij verwijdering
<b>Faciliteitenpagina</b>	Review over sanitair, voorzieningen	Twijfels over comfort worden weggenomen	"Nog nooit zo luxe sanitair gehad op een camping."	Redelijk: uitleg bij verwijdering, soms detail
<b>Boekingspagina</b>	Review die twijfels wegneemt, overtuigend	Zetje tot boeken bij keuzemoment	"De douches waren zelfs beter dan thuis, volgend jaar komen we weer!"	Hoog: transparantie rapporten, uitleg bij verwijdering
<b>Landingspagina's doelgroep</b>	Review van vergelijkbare gast (gezin, senior)	Bezoeker herkent zich in de ervaring	"Onze kinderen zaten elke dag uren in de speeltuin en maakten daar veel vriendjes. Volgend jaar komen we terug!"	Beperkt: alleen melding bij verwijdering
<b>FAQ/bezwaarpagina</b>	Review die veelvoorkomende twijfel wegneemt	Bezwaar wordt direct weerlegd	"Ik was bang voor geluidsoverlast, maar daar hebben we geen enkele keer iets van gehoord."	Beperkt: alleen melding bij verwijdering
<b>Aparte reviewpagina</b>	Mix van korte quotes, langere verhalen, video's	Voor de bezoeker die alles wil lezen	"We komen hier al vijf jaar. Elk jaar zijn we weer verrast door de gastvrijheid van deze eigenaren!"	Beperkt: alleen melding bij verwijdering
<b>Bovenaan/ onderaan pagina</b>	Beste, meest overtuigende reviews	Direct positieve indruk, afsluiter	"De beste camping van de Achterhoek!"	Als quote bovenaan én onderaan pagina voor maximale impact

## DE KWALITEIT VAN JE REVIEW VERHOGEN

- Zet reviews altijd tussen aanhalingstekens
- Voeg bij toestemming het verblijfsmoment, de naam met eventueel woonplaats en foto toe
- Maak lange reviews scanbaar door een quote uit de review als titel te benoemen
- Kies voor afwisseling: korte quotes, langere verhalen of video's
- Gebruik actuele reviews en update ze regelmatig

---

# REVIEWS GEBRUIKEN ALS COPYWRITER

---

Reviews zijn goud waard voor je marketing. Ze laten niet alleen zien wat gasten vinden, maar vooral waarom ze jou kiezen. Gebruik hun woorden en ervaringen om nieuwe gasten te overtuigen. Gebruik reviews dus niet alleen als bewijs, maar ook als inspiratiebron voor nieuwe teksten en thema's in je content:

## TAAL VAN JE DOELGROEP

De woorden die gasten gebruiken in hun reviews laten zien wat voor hen écht belangrijk is. Gebruik diezelfde taal op je website en in je communicatie, zodat potentiële gasten zich direct herkennen.

## USER-GENERATED CONTENT

Elke review is door de gast zelfgeschreven content die je mag gebruiken in je marketing. Denk aan citaten of screenshots van positieve reviews op social media, in je nieuwsbrief of op je website.

## BEWIJS EN VERTROUWEN

Reviews nemen twijfels weg. Noteer welke thema's steeds terugkomen en gebruik die als bewijs in je teksten (zoals rust, schoon sanitair, fietsregio, kindvriendelijkheid).

## SUCCESVERHALEN

### Luxe sanitair

Een camping gebruikte in alle websiteteksten het woord toiletgebouw. Uit de reviews bleek echter dat gasten consequent spraken over het luxe sanitair. Toen de eigenaren dit aanpasten op hun website, steeg hun vindbaarheid op het woord camping met luxe sanitair in de Achterhoek én sloten de teksten beter aan bij de beleving van hun doelgroep.

### Privacy en schaduw

Een park schreef over ruime staanplaatsen met stroomaansluiting. Gasten hadden het in hun reviews juist over plekken met veel privacy en schaduw. Door de tekst aan te passen op wat gasten benadrukten, spraken ze ineens de juiste doelgroep aan: kampeerders die ruime staanplaatsen belangrijk vinden, maar óók privacy en schaduw.





## CHECKLIST: HET INZETTEN VAN REVIEWS

### VOOR JOU OP JE WEBSITE

- Inventariseer welke reviews waardevol zijn om op jouw website te plaatsen en bepaal op welke pagina deze het beste past
- Plaats de beste reviews naast de boekingsknop
- Update elk kwartaal de reviews op je website

### VOOR COPYWRITING

- Markeer woorden of zinnen die vaak terugkomen in de reviews
- Noteer welke twijfels of vragen gasten in hun reviews beantwoorden
- Vertaal deze inzichten naar concrete tekstregels op je website
- Gebruik citaten uit reviews als social proof in je marketing
- Check jaarlijks of de reviews nog passen bij de huidige doelgroep en positionering

# ChatGPT als ondersteuning

Het consistent verzamelen, analyseren en beantwoorden is tijdrovend als je veel reviews per dag ontvangt. Met AI-tools zoals ChatGPT kun je dit proces slimmer en efficiënter maken, terwijl de menselijke eindcheck zorgt dat je reacties ook persoonlijk blijven.

Het gebruik van ChatGPT in reviewmanagement kan je helpen met:

- Tijdswinst: minder handmatig werk bij het selecteren, analyseren en het aanmaken van conceptreacties
- Consistentie: reacties blijven vriendelijk, professioneel en met dezelfde tone-of-voice
- Inzicht: sentimentanalyse geeft concrete input voor verbeteringen en marketing
- Schaling: ook bij veel reviews blijft het overzichtelijk en beheersbaar

---

## CONCEPTTEKSTEN VOOR REVIEWVERZOEKEN

---



ChatGPT kan je helpen bij het opstellen van een concepttekst dat past bij de tone-of-voice van jouw gasten:

*“Hoi Anna, wat fijn dat jullie dit weekend op onze camping waren! Zou je een minuutje hebben om jouw ervaring te delen op Google? Dat helpt andere gezinnen die een rustige en kindvriendelijke plek zoeken.”*

*“Beste Mark, we hopen dat jullie genoten hebben van het huisje bij het meer. Zou je een paar zinnen over je verblijf willen schrijven? Dat helpt toekomstige gasten enorm!”*

### LET OP! PRIVACY EN CHATGPT...

Ga zorgvuldig om met gastgegevens als je aan de slag gaat met reviews in ChatGPT:



- Deel nooit persoonsgegevens, zoals volledige namen, e-mailadressen of telefoonnummers.
- Anonimiseer je gegevens als je ermee wilt oefenen of analyseren. Je kunt prima werken met velden als verblijfsdatum, type accommodatie of boekingskanaal.

Wil je feedback of hulp bij je reviewstrategie? Gebruik dan een geanonimiseerd bestand.

---

## HET UITVOEREN VAN EEN SENTIMENTANALYSE

---

ChatGPT kan alle reviews voor je scannen en analyseren op terugkerende thema's of sentiment. Zo weet jij of gasten bijvoorbeeld vooral schrijven over het sanitair, de wifi, het personeel, het zwembad, enzovoort. Dit is waardevolle kennis om in te zetten. Je kan hierdoor makkelijker terugkerende klachten en complimenten identificeren. De terugkerende klachten laten jou zien waar je in moet investeren of wat je moet verbeteren, zoals een snellere wifi-verbinding. De complimenten vertellen jou juist wat de opvallende kwaliteiten zijn van jouw bedrijf, wat je kan inzetten in je marketing.

# OP SCHAAL CONCEPTREACTIES OPSTELLEN VOOR REVIEWS

ChatGPT kan in een fractie van jouw tijd conceptantwoorden opstellen voor reviews. Hierbij kan je instructies geven om bijvoorbeeld bepaalde sentiment of tone-of-voice aan te houden. Door de snellere reacties van ChatGPT ben jij minder tijd kwijt en kan jij sneller reageren. Hierbij blijft het altijd belangrijk dat jij de eindredacteur blijft: lees de conceptteksten, pas waar nodig aan en publiceer deze zelf.

## VOORBEELDRECREATIE

### Positieve review

*"Dank je wel voor je mooie review. Fijn dat jullie zo hebben genoten van de rust en de speeltuin. We hopen jullie snel weer te zien!"*

## VOORBEELDRECREATIE

### Negatieve review

*"Dank voor je feedback. Het spijt ons dat het keukengerei niet compleet was. We hebben het bestek inmiddels weer aangevuld en nog wat extraatjes voor in de keuken toegevoegd. Hopelijk zien we je nog eens terug!"*

## CONCEPTPROMPT VOOR REACTIES OP JE REVIEW

Een prompt is een instructie voor ChatGPT welke je typt in 'de zoekbalk'. Een goede prompt helpt je om maximaal profijt te hebben van de output van ChatGPT. Het is dus belangrijk om veel aandacht te besteden aan de opdracht die je aan ChatGPT geeft. Zo krijg je het beste resultaat.

Begin bij het aanmaken van een bestand met hierin alle reviews waarop je een reactie wilt ontvangen. Dan kun je vervolgens de onderstaande prompt optimaliseren en delen met ChatGPT, samen met je aangemaakte bestand.

### # ROL

Je bent de beste review reactieschrijver binnen de gastvrijheidssector.

### # INSTRUCTIE

Genereer voor de reviews uit het bijgevoegde bestand een unieke en persoonlijke reactie van maximaal tien zinnen in dezelfde taal als waarin de review is geschreven.

### # TONE OF VOICE

1. Gebruik een warme, vriendelijke en positieve toon
2. Vermijd negatieve termen zoals "geluidsoverlast", "onvriendelijk", "klacht", "jammer", "helaas", "sorry", etc.
3. Benoem in de reactie de naam van de gast, als deze beschikbaar is
4. Spreek de gast aan met [je/u]
5. Gebruik emoticons niet of spaarzaam
6. Gebruik humor spaarzaam en vriendelijk
7. Houd de toon persoonlijk en natuurlijk, niet te formeel of commercieel

### # OPBOUW

Gebruik voor elke reactie de vaste structuur:

1. Bedanken voor het verblijf en de review
2. Erkennen van genoemde punten zonder (te veel) negatieve punten te herhalen
3. Benoemen van eventuele verbeteringen
4. Uitnodigen voor een volgende komst

### # INVOER

Gebruik de reviews die ik heb geplakt in het bijgevoegde bestand.





VITALE VERBLIJFSRECREATIE  
**Achterhoek**

KLAAR VOOR DE TOEKOMST

Deze handleiding is ontwikkeld door Johanna Oosterbaan, RecreatieBeleving.

Copyright (2025) © Vitale Verblijfsrecreatie Achterhoek,  
IJselkade 17, 7001AN Doetinchem, 085 029 4000,  
vitaleverblijfsrecreatie@achterhoek.nl, [www.achterhoektoerisme.nl/vitale-verblijfsrecreatie](http://www.achterhoektoerisme.nl/vitale-verblijfsrecreatie)  
Aan dit product kunnen geen rechten worden ontleend