

மின்னியல் கௌரவம் என்றால் என்ன?

மின்னியல் -கௌரவம் உங்கள் மின்-சுற்றுலா செயல் திட்டத்தின் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும்: டிஜிட்டல் யுகத்தில் முகாமைத்துவத்திற்கான, மீண்டும் மீண்டும் செயற்முறை சுழற்சியாகும்.

இ-சுற்றுலா பாடத்திட்டத்தில் ஏற்கனவே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளபடி, உங்கள் தனிப்பட்ட கௌரவத்தினை ஓஃப்லைனில் செய்வது போலவே உங்கள் வணிக கௌரவத்தினையும் ஒன்லைனில் அதிகரிக்க நீங்கள் வேலை செய்யலாம். தவறான தகவல்களின் அடிப்படையில் யாராவது உங்களைப் பற்றி கிசுகிசுக்கின்றார்கள் என்றால், அவர்களின் பார்வைகளை அல்லது கேட்பவர்களின் பார்வையை சரிசெய்ய வழிகள் உள்ளன

மின்னியல் -கௌரவத்தில், விமர்சனங்களுக்கு பதிலளிப்பதற்கும் உங்கள் இரசிகர்களின் கருத்துக்களை முடிந்தவரை பரப்புவதற்கும் ஒன்லைன் மறுஆய்வு கருவிகளைப் பயன்படுத்தி உங்கள் தரக்குறியீடு மற்றும் வணிகத்தைப் பற்றிய கருத்துக்களை நிர்வகிக்க நீங்கள் வேலை செய்கின்றீர்கள்.

நுகர்வோர் உருவாக்கிய உள்ளடக்கம் (CGA) மற்றும் ஒன்லைன் விமர்சனங்கள் அறிமுகம்

இந்த பாடம் பின்வரும் கண்ணோட்டத்தை வழங்குகின்றது:

- நுகர்வோர் முடிவெடுக்கும் பாணிகளில் மதிப்பாய்வுகளின் பங்கு
- விருந்தினர்களை விமர்சனங்களை எழுத ஊக்குவிப்பது எப்படி

இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால் முடியும்:

- ஒன்லைன் வாடிக்கையாளர் விமர்சனங்களின் கருத்து. சக்தி மற்றும் அபாயங்கள் புரிந்து கொள்ள முடியும்
- ஒரு மூன்றாம் தரப்பு தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கு ஒரு சுயாதீன ஒன்லைன் மதிப்பாய்வை எழுத முடியும் .

பயனர் உருவாக்கிய உள்ளடக்கம் (அல்லது நுகர்வோர் உருவாக்கிய விளம்பரம்) என்பது ஊதியமில்லாத பங்களிப்பாளர்களால் சமூக ஊடகங்களில் உருவாக்கப்பட்டு பதிவிடப்படும் எந்தவொரு உள்ளடக்கமாகவும் வரையறுக்கப்படுகின்றது. இது படங்கள், காணொளிகள், சான்றுகள், டீவீட்கள், விமர்சனங்கள் அல்லது வலைப்பதிவு இடுகைகளைக் குறிக்கலாம், மேலும் இது தரக்குறியீட்டை விட ஒரு தரக்குறியீட்டை விளம்பரப்படுத்தும் பயனர்களின் செயலாகும்.

மக்கள் நிறுவனங்களை நம்புவதை விட வாடிக்கையாளர்களை அதிகம் நம்புகின்றார்கள். ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையுடன் தங்கள் அனுபவங்களைப் பற்றி உண்மையை மக்கள் சொல்ல வேண்டும் என்று அவர்கள் விரும்புகின்றார்கள். ஒன்லைன் சகாப்தத்தில், பயனர் உருவாக்கிய உள்ளடக்கம் (UGC), வாடிக்கையாளர்களுக்கு அந்த நம்பகத்தன்மையைக் கொண்டுவருவதற்கான சிறந்த வழியாகும்.

ஒன்லைன் விமர்சனங்கள்

மிகச் சிறந்த அல்லது மிக மோசமான அனுபவத்தைப் பெற்ற மக்கள் தங்கள் அனுபவத்தை மற்றவர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்ள விரும்புவதால், ஒன்லைன் விமர்சனங்கள் மிகவும் நம்பகமான பயனர் உருவாக்கிய உள்ளடக்கங்களில் ஒன்றாகும். நன்கு நிர்வகிக்கப்பட்டால், இந்த விமர்சனங்கள் **உங்கள் ஹோட்டலின் கௌரவத்தினை அதிகரிக்கலாம் மற்றும் முன்பதிவுகளை கடுமையாக அதிகரிக்கலாம்.**

Google Business, TripAdvisor மற்றும் பிற OTA களான **Booking.com** மற்றும் **Airbnb** ஆகியவை விரிவான ஆய்வு தளங்களை வழங்குகின்றன. விமர்சனங்களை நிர்வகிப்பதற்கும் பதிலளிப்பதற்கும் இது பெரும்பாலும் ஒரு சிக்கலான மற்றும் நேரத்தை எடுத்துக்கொள்ளும் செயல்முறையாக இருக்கலாம் ஆனால் அது முக்கியமானது மற்றும் உங்கள் வணிகத்திற்கு மிகவும் பலனளிக்கும். நேர்மறையான விமர்சனங்களுக்கு நன்றியுடன் பதிலளிப்பது நல்ல யோசனையாக இருந்தாலும், நீங்கள் அக்கறை காட்டுகின்றீர்கள் என்பதைக் காட்ட ஒவ்வொரு எதிர்மறை மதிப்பாய்விற்கும் நீங்கள் பதிலளிப்பது அவசியம்.

உங்கள் விமர்சனங்களை ஏன் நிர்வகிக்க வேண்டும்

ஒரு விமர்சனம் ஒரு வணிகத்தைப் பற்றிய பொது அறிவிப்பைப் போல செயல்படுகின்றது, மேலும் நன்றாகப் பயன்படுத்தினால், இது உங்கள் **மிகச் சிறந்த சந்தைப்படுத்தல் முறையாகும்**. பயணத்தின் போது எங்கு தங்குவது மற்றும் என்ன செய்வது என்பதைத் தீர்மானிக்க பெரும்பாலான பயணிகள் ஒன்லைன் மதிப்புரைகளைப் பயன்படுத்துகின்றார்கள், எனவே உங்கள் மதிப்புரைகளை நிர்வகிப்பது மிகவும் முக்கியமாகும்.

வருங்கால வாடிக்கையாளர் **நட்சத்திர மதிப்பீடுகள், மொத்த மதிப்புரைகளின் எண்ணிக்கை** மற்றும் **அடிப்படை வணிகத் தகவலைப் பார்க்கின்றார்கள்**. அதன்பிறகு, அவர்கள் ஒரு வணிகத்திலிருந்து என்ன எதிர்பார்க்கலாம் மற்றும் அவர்கள் தங்கள் சேவைகளைப் பயன்படுத்த வேண்டுமா இல்லையா என்பதை அறிய தனிப்பட்ட விமர்சனங்களைப் பார்க்கத் தொடங்குகின்றார்கள்.

ட்ரிப் அட்வைசர் மற்றும் கூகுள் போன்ற இடங்களில் நீங்கள் உங்கள் வணிகத்தை பட்டியலிட்டு விமர்சனங்களை அழைத்திருந்தாலும் இல்லாவிட்டாலும் நீங்கள் விமர்சனங்களைப் பெறலாம் என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள்; இது உங்கள் கட்டுப்பாட்டிற்கு வெளியே நடக்கின்றது. இந்த காரணத்திற்காக, முடிந்தவரை செய்தியை நிர்வகிப்பது நல்லது.

நேர்மறையான விமர்சனங்கள் **வாய்வழி விளம்பரத்தின்** மிக வலுவான வடிவமாகும், அதே நேரத்தில் எதிர்மறை விமர்சனங்கள் உங்கள் வாடிக்கையாளர்களை வருங்கால வாடிக்கையாளர்களைத் திருப்புவதன் மூலம் உங்கள் வணிகத்தில் தீங்கு விளைவிக்கும். உங்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவையில் மிகுந்த திருப்தி அல்லது அதிருப்தி அடைந்தவர்களால் பெரும்பாலான விமர்சனங்கள் எழுதப்படுகின்றன; வலுவாக உணராதவர்கள் பொதுவாக ஒரு மதிப்பாய்வை எழுத முயற்சி எடுக்க மாட்டார்கள்.

நேர்மறையான மதிப்புரைகளின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க, திருப்தியடைந்த வாடிக்கையாளர்களை மதிப்பாய்வு செய்ய ஊக்குவிப்பதை நோக்கமாகக் கொள்ளுங்கள்.

ஹோட்டல்கள் மற்றும் தங்குமிடங்களுக்கு ஒன்லைன் விமர்சனங்கள் எவ்வளவு குறிப்பிடத்தக்கவை என்பதை பின்வரும் விளக்கப்படம் குறிக்கின்றது:

நன்றி [Siteminder](#)

மதிப்பாய்வை பெறுவது எப்படி

பாராட்டுக்கு பதில் கேளுங்கள்

வாடிக்கையாளர்கள் உங்களுக்கு அல்லது உங்கள் ஊழியர்களுக்கு நன்றி தெரிவிக்கும்போது அல்லது அவர்களுக்கு நல்ல அனுபவம் இருப்பதாகக் குறிப்பிடுகையில், அவர்களுக்குப் பதிலளிக்க நன்றி தெரிவிக்கவும், பின்னர் அவர்கள் ஆன்லைனில் மதிப்பாய்வு செய்யலாமா என்று கேட்கவும் இது ஒரு நல்ல வாய்ப்பாகும்.

வெளியேறும் போது/பிறகு கேளுங்கள்

ஒரு வாடிக்கையாளர் வெளியேறுவதற்கு முன், எல்லாம் ஒழுங்காக இருக்கின்றதா, அவர்களுடைய அனுபவத்தில் அவர்கள் மகிழ்ச்சியாக இருக்கிறார்களா என்று கேட்கும் வாய்ப்பைப் பயன்படுத்தவும். செக்அவுட்டின் போது, காகித கேள்வித்தாள் அல்லது மின்னஞ்சல் மூலம் இதை ஊழியர்கள் கேட்கலாம்.

சாராம்சம்

- மிகச் சிறந்த அல்லது மிக மோசமான அனுபவத்தைக் கொண்ட மக்கள் தங்கள் அனுபவத்தை மற்றவர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்ள விரும்புவதால், ஒன்லைன் விமர்சனங்கள் மிகவும் நம்பகமான பயனர் உருவாக்கிய உள்ளடக்கங்களில் ஒன்றாகும்.

- நன்கு நிர்வகிக்கப்பட்டால், இந்த விமர்சனங்கள் உங்கள் ஹோட்டலின் கௌரவத்தினை அதிகரிக்கும் மற்றும் முன்பதிவுகளை கடுமையாக அதிகரிக்கும்.
- Google Business, TripAdvisor மற்றும் பிற OTA களான Booking.com மற்றும் airbnb ஆகியவை விரிவான ஆய்வு தளங்களை வழங்குகின்றன.

விமர்சனங்கள்: தாக்கங்களை நிர்வகித்தல் மற்றும் குறைத்தல்

இந்த பாடத்தில் நீங்கள் புரிந்து கொள்வீர்கள்:

- வணிகத்தில் வாடிக்கையாளர் மதிப்புரைகளின் தாக்கங்கள்
- வணிக மற்றும் பணியாளர் நிர்வாகத்திற்கான விமர்சனங்களை எவ்வாறு பயன்படுத்துவது
- விமர்சன விமர்சனங்களுக்கு எவ்வாறு பதிலளிப்பது

இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால் :

- மேம்பட்ட வணிக செயல்திறனுக்கான விமர்சனங்களை ஒரு கருவியாக எவ்வாறு பயன்படுத்துவது என்பதைப் புரிந்து கொள்ள முடியும்.
- தொழில்முறை பதில் சிறந்த நடைமுறையைப் புரிந்து கொள்ள முடியும்
- ஒன்லைன் மதிப்பீடுகளைத் தீர்ப்பது மற்றும் விவாதிப்பது மற்றும் போட்டியாளர்களை கூகுள் மேப்ஸ் மற்றும் ட்ரிப் அட்வைசர்களில் உட்பட ஒப்பிடுவதாகும்.

விமர்சனங்கள் உங்களை பயமுறுத்த விடாதீர்கள்: எப்போதும் எதிர்மறையான விமர்சனங்கள் இருக்கும், நீங்கள் அனைவரையும் மகிழ்விக்க முடியாது, ஆனால் பரவாயில்லை! **சமநிலையான விமர்சனங்களை வைத்திருப்பது உங்கள் வணிகம் முறையானது**, மற்றும் சீரானது என்பதை தெளிவுபடுத்துகின்றது. மதிப்பாய்வுகளுக்கான தரமான பதில்கள் உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் மீது உங்களுக்கு அக்கறை இருப்பதைக் காட்டும்.

சிறந்த சேவையை வழங்க உங்களால் முடிந்ததைச் செய்தால், நல்ல விமர்சனங்கள் மோசமானதை விட அதிகமாக இருக்கும், மேலும் உங்கள் வணிகத்தின் மதிப்பாய்வு பக்கங்கள் வருங்கால வாடிக்கையாளர்களுக்கு உங்களைக் கண்டறிய ஒரு பயனுள்ள கருவியாக இருக்கும்.

வணிகங்கள் எதிர்மறையான விமர்சனங்களுக்கு பதிலளிப்பது மட்டுமல்லாமல், சரியான வழியில் செய்வது முக்கியம். [டிரிப் அட்வைசரில் தவறான விமர்சனம் இருப்பது உங்கள் கௌரவத்தினை காயப்படுத்துகின்றது](#). மோசமான மதிப்பாய்வுக்கு சரியான பதில் உங்களுக்கு இரண்டு விடயங்களைச் செய்யும்:

- வருங்கால விருந்தினர்கள் உங்களைப் பற்றி அதிகம் சிந்திக்க வைப்பதன் மூலம் கௌரவத்திற்கு ஏற்படும் சேதத்தை இது குறைக்கலாம்
- அது மகிழ்ச்சியற்ற விமர்சகர்களுடனான உங்கள் உறவை சரிசெய்ய முடியும்.

வணிகத்தில் விமர்சனங்கள் மற்றும் நட்சத்திர மதிப்பீடுகளின் தாக்கத்தை பின்வரும் விளக்கப்படம் காட்டுகின்றது:

வணிக மற்றும் பணியாளர் நிர்வாகத்திற்கான விமர்சனங்களைப் பயன்படுத்துதல்

வாடிக்கையாளர் மதிப்புரைகள், உங்கள் வணிகத்தை நிர்வகிக்கவும் மேம்படுத்தவும் மிகவும் மதிப்புமிக்க ஆதாரமாகும்:

வாடிக்கையாளர்களின் **எதிர்மறையான விமர்சனங்கள்** நீங்கள் கண்டுபிடிக்க முடியாத சிக்கல்களை சுட்டிக்காட்ட உதவுகின்றன. குளிர்மனம் சரியாக வேலை செய்யவில்லை, மெத்தைகள் மிகவும் கடினமானவை, கைத்தறி அழுக்காக உள்ளது அல்லது ஊழியர்கள் நட்பற்றவர்கள். இவை சரிசெய்யக்கூடிய சிக்கல்களின் உதாரணங்களாகும் - மற்றும் தேவைப்படக்கூடிய ஊழியர் பயிற்சியை முன்னிலைப்படுத்தவும்.

நேர்மறையான விமர்சனங்கள் அனைவரையும் மிகவும் ஊக்கப்படுத்துகின்றன மற்றும் ஊழியர்களுக்கு **ஊக்கமளிக்கும் சிறந்த ஆதாரமாகும்.**

விமர்சனங்களுக்கு எவ்வாறு பதிலளிப்பது

உங்கள் வணிக மதிப்புரைகளைப் படித்து பதிலளிக்கும் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களைக் காட்ட விரும்புகின்றீர்கள், எனவே மதிப்பாய்வுக்கு உங்கள் பதில்களைத் தனிப்பயனாக்கி உங்கள் தரக்குறியீட்டு தொனியைக் காட்டுங்கள்.

புகார்களுக்கு பதிலளிப்பதை விட நேர்மறையான விமர்சனங்களுக்கு பதிலளிப்பது மிகவும் எளிதானது - ஆனால் இரண்டிற்கும் நீங்கள் எவ்வாறு பதிலளிக்கின்றீர்கள் என்பது முக்கியம். மனதில் கொள்ள வேண்டிய சில எளிய கொள்கைகள் **நேர்மறை, தாழ்மையான, உதவிகரமான மற்றும் உற்சாகமானதாக** இருக்க வேண்டும்.

நேர்மறை விமர்சனங்களுக்கு பதிலளித்தல்

1. பாராட்டு தெரிவிக்கவும்

நன்றியைத் தெரிவிப்பது உங்கள் வணிகம் கனிவானது மற்றும் வரவேற்கத்தக்கது என்பதை மீண்டும் உறுதிப்படுத்துகின்றது. வாடிக்கையாளர்களின் கருத்துக்களை நீங்கள் மதிக்கிறீர்கள் மற்றும் அழைக்கின்றீர்கள் என்பதை இது வாசகர்களுக்குத் தெரியப்படுத்துகின்றது.

2. குறிப்புடன் இருங்கள்

பொதுவான அறிக்கைகளைப் பயன்படுத்துவதைத் தவிர்க்கவும். ஒவ்வொரு மதிப்பாய்விலும் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள குறிப்பிட்ட விடயங்களுக்கு உங்கள் பதிலைத் தக்கவைக்கவும்.

3. நேர்மறை வலுப்படுத்தல்

உங்கள் பதிலில் வாடிக்கையாளரின் நேர்மறையான அனுபவத்தை உறுதிப்படுத்துவது உங்கள் வாடிக்கையாளர் முன்னிலைப்படுத்தும் உங்கள் வணிகத்தின் அம்சத்தை வலுப்படுத்த ஒரு சிறந்த வழியாகும். உதாரணமாக, ஒரு வாடிக்கையாளர் தங்கள் மதிப்பாய்வில் சேவையின் வேகத்தைக் குறிப்பிட்டால், நீங்கள் இதற்கு பதிலளிக்கலாம்:

"நீங்கள் எங்களுடன் ஒரு சிறந்த அனுபவத்தைக் கொண்டிருந்தீர்கள் என்பதைக் கேட்டு நாங்கள் மிகவும் மகிழ்ச்சியடைகின்றோம். எங்கள் குழு திறம்பட செயல்படுவதை உறுதிசெய்ய நாங்கள் கடுமையாக பயிற்சி செய்கின்றோம் - அது வேலை செய்கின்றது என்பதை அறிந்து மகிழ்ச்சியடைகின்றோம்!

4. சரியான நேரத்தில் இருங்கள்

நுகர்வோர் கேட்கப்படுவதை உணர விரும்புகின்றார்கள், எனவே கருத்துகளுக்கு விரைவாக பதிலளிக்கவும். நீங்கள் கவனம் செலுத்துவதை இது காட்டுகின்றது.

5. சுருக்கமாக வைக்கவும்

ஒவ்வொரு நேர்மறையான விமர்சனத்திற்கும் ஒரு நீண்ட செய்தியுடன் பதிலளிக்காமல் இருப்பது நல்லது, ஏனெனில் அது மறுபரிசீலனையானது வாசகர்களுடன் மீண்டும் மீண்டும் நிகழும். உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நல்ல மற்றும் ஆளுமைமிக்க சைகையாக, சுருக்கமாக அல்லது சில மதிப்புரைகளுக்கு தனிப்பட்ட முறையில் பதிலளிக்கவும்.

எதிர்மறை விமர்சனங்களுக்கு பதிலளித்தல்

நீங்கள் பதிலளிப்பதற்கு முன் சிக்கலை ஆராயுங்கள், இதனால் வாடிக்கையாளரின் அனுபவத்தின் பல விபரங்களை முடிந்தவரை நீங்கள் அறிவீர்கள். செக் அவுட் செய்வதற்கு முன் விருந்தினர் புகார் கொடுத்தாரா? உங்கள் ஊழியர்களுடனான அவரது தகவல்தொடர்புகளின் பதிவு உள்ளதா?

1. கூடிய விரைவில் பதிலளிக்கவும்

விருந்தினர் தங்கியிருக்கும் விபரங்களை நீங்கள் ஆராய்ந்தவுடன், எதிர்மறையான விமர்சனங்களுக்கு நீங்கள் விரைவில் பதிலளிக்க வேண்டும். முடிந்தவரை விரைவாக பதிலளிப்பது உங்கள் மகிழ்ச்சியற்ற வாடிக்கையாளருடனான உங்கள் உறவை சரிசெய்ய உதவும். உங்கள் பதில் இல்லாமல் ஒன்லைனில் மதிப்பாய்வைப்

பார்க்கும் வருங்கால வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணிக்கையையும் இது குறைக்கும். 24 மணி நேரத்திற்குள் 100% எதிர்மறை விமர்சனங்களுக்கு நீங்கள் பதிலளிக்க பரிந்துரைக்கின்றோம்.

2. அது தனிப்பட்டதல்ல

எவ்வளவு கடினமாக இருந்தாலும், விமர்சனங்களை தனிப்பட்ட முறையில் எடுத்துக் கொள்ளாமல் இருக்க முயற்சி செய்யுங்கள். உங்கள் பதில்களில் நிபுணத்துவத்தை பராமரிக்கவும்.

3. விருந்தினரின் பெயரால் நன்றி பாராட்டுங்கள்

எதிர்மறையான விமர்சனம் ஆக்ரோஷமானதாகவோ அல்லது புண்படுத்தக்கூடியதாகவோ இருந்தாலும், பின்னூட்டம் கொடுக்க நேரம் ஒதுக்கியதற்காக விருந்தினருக்கு நன்றி சொல்ல வேண்டும். ஒரு நிமிடம் ஒதுக்கி, அனைத்து கருத்துகளும் மதிப்புமிக்கவை என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். மேலும், நீங்கள் நிலைமையை அழகாகக் கையாண்டால், உங்கள் வருங்கால வாடிக்கையாளர்களின் பார்வையில் மோசமான மதிப்பாய்வின் விளைவுகளை அது குறைக்கலாம்.

4. மோசமான அனுபவத்திற்கு மன்னிப்பு கேளுங்கள்

நினைவில் கொள்ளுங்கள், மன்னிப்பு என்பது குற்றத்தை அல்லது குற்றத்தை ஒப்புக்கொள்வது அல்ல. எந்த காரணத்திற்காகவும், இந்த நபரின் எதிர்பார்ப்புகள் பூர்த்தி செய்யப்படவில்லை, இது யாருக்கும் ஏமாற்றமளிக்கிறது. அவருடைய அனுபவம் எதிர்பார்ப்புக்கு குறைவு என்று நீங்கள் அனுதாபத்தை வெளிப்படுத்த வேண்டும்.

5. நீங்கள் செய்த அல்லது செய்ய விரும்பும் மாற்றங்களை முன்னிலைப்படுத்தவும்

மேலும் பொது மோதலைத் தவிர்க்க உரையாடலை ஓஃப்லைனில் எடுக்க இது ஒரு நல்ல வாய்ப்பாகும். சூழ்நிலை உத்தரவாதம் அளித்தால், "நீங்கள் செய்த அல்லது செய்ய விரும்பும் மாற்றங்கள்" விருந்தினரை உங்களைத் தொடர்புகொள்ள அழைப்பது போல எளிமையானதாக இருக்கும், எனவே நீங்கள் அதைச் சரியாகச் செய்யலாம். ஒரு முன்னுதாரணமாக இருப்பதைத் தவிர்ப்பதற்காக ஒன்லைனில் எந்தவிதமான இழப்பீடையும் உறுதியளிக்க வேண்டாம்.

6. பின்தொடர்தல் நடைமுறைகளின் தேவையை மதிப்பிடுங்கள்.

விருந்தினரின் தொடர்புத் தகவல் உங்களிடம் இருந்தால், உங்கள் மன்னிப்பைத் தெரிவிக்க அவர்களுக்கு தனிப்பட்ட மின்னஞ்சலை அனுப்புவது நல்லது மற்றும் பொருத்தமானால் இழப்பீடு வழங்கவும். கூடுதலாக, மதிப்பாய்வைப் பற்றி பின்வரும் கேள்விகளைக் கேட்க வேண்டும்:

- ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளரும் எதிர்கொள்ளக்கூடிய ஒரு முறையான சிக்கலை இந்த நபர் அனுபவித்தாரா?
- சிக்கலுக்கு எளிதான தீர்வு உள்ளதா?
- பிரச்சனை ஆதாரமற்றதா அல்லது மீண்டும் நிகழ வாய்ப்பு இல்லையா?
- அல்லது உள்கட்டமைப்பு அல்லது வடிவமைப்பு போன்ற உங்களால் எளிதில் மாற்ற முடியாத ஒன்றோடு சிக்கல் இணைக்கப்பட்டுள்ளதா?

மேலும் காண்க:

[மோசமான ஹோட்டலிற்கான விருந்தினர் மதிப்பாய்வுக்கு என்ன உத்தரவாதம்?](#)
(மற்றும் அதை எப்படி தவிர்ப்பது) [TripAdvisor விமர்சனங்களுக்கு பதிலளித்தல்](#)

ஆதாரங்கள்:

[Thrivehive](#)

[Siteminder](#)

[Revinate](#)

சாராம்சம்

- சிறந்த சேவையை வழங்க உங்களால் முடிந்ததைச் செய்தால், நல்ல விமர்சனங்கள் மோசமானதை விட அதிகமாக இருக்கும், மேலும் உங்கள் வணிகத்தின் மதிப்பாய்வு பக்கங்கள் வருங்கால வாடிக்கையாளர்களுக்கு உங்களைக் கண்டறிய ஒரு பயனுள்ள கருவியாக இருக்கும்.
- நினைவில் கொள்ள வேண்டிய சில எளிய கொள்கைகள் நேர்மறை, தாழ்மையான, உதவிகரமான மற்றும் உற்சாகமானதாக இருக்க வேண்டும்.
- வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்மறையான விமர்சனங்கள் இல்லையெனில் நீங்கள் கண்டுபிடிக்க முடியாத சிக்கல்களைக் குறிக்க உதவுகின்றன.

டிரிப் அட்வைசர் - பட்டியலிடப்பட்டு விமர்சனங்களைப் பெறுங்கள்

இந்த பாடம் பின்வரும் கண்ணோட்டத்தை வழங்கும்:

- ஒரு வியாபாரத்தை கோருதல்
- வேண்டுகோள் கருவிகளை மதிப்பாய்வு செய்யவும்
- சமூக ஊடகங்களுடன் ஒருங்கிணைப்பு

இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால் முடியும்:

- டிரிப் அட்வைசரில் கணக்குகளை பதிவு செய்து நிர்வகிக்கவும்
- விமர்சனங்களை அழைக்க வணிகக் கருவிகளைப் பயன்படுத்தவும்
- உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு TripAdvisor ஐ இணைக்கவும்
- உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்திற்கான TripAdvisor பட்டியலைக் கோருங்கள் அல்லது மதிப்பிடுங்கள்.

டிரிப் அட்வைசர் பயணத் துறையில் ஒரு மாபெரும் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் உங்களுக்குத் தெரியாமல் உங்கள் வியாபாரத்தை மதிப்பாய்வு செய்ய முடியும் என்பதால் உங்களுக்குத் தெரிந்தோ தெரியாமலோ உங்கள் சொத்தை பாதிக்கின்றது. எனவே, இது புறக்கணிக்கப்படக்கூடாது, மேலும் உங்கள் சொத்தின் உருவத்திற்கு செயலில் உள்ள TripAdvisor பட்டியலைக் கொண்டிருப்பது கட்டாயமாகிவிட்டது. **மேலும் இது இலவசம்!**

டிரிப் அட்வைசரின் கூற்றுப்படி, இது பின்வரும் அம்சங்களை கொண்டுள்ளது:

- 760 மில்லியன் விமர்சனங்கள் மற்றும் கருத்துகள்
- 8.3 மில்லியன் தங்குமிடங்கள், ஈர்ப்புகள் மற்றும் உணவகங்கள்
- 490 மில்லியன் சராசரி மாதாந்திர தனிப்பட்ட பார்வையாளர்கள்

டிரிப் அட்வைசர் மிகப்பெரிய OTA களில் (ஒன்லைன் பயண முகவர்கள்) ஒன்றாக இருந்தாலும், அது வாடிக்கையாளர் விமர்சனங்களுக்கு குறிப்பாக புகழ் பெற்றது. நீங்கள் நேர்மறையான விமர்சனங்களைப் பெற்றால் இலவச வாய்வழி விளம்பரமாக இவை உங்களுக்கு சாதகமாக இருக்கும். நீங்கள் எதிர்மறையான விமர்சனங்களைப் பெற்றால், வாடிக்கையாளர்கள் மட்டுமே மதிப்புரைகளை நீக்கவோ அல்லது புதுப்பிக்கவோ முடியும் என்பதால் இது உங்கள் வணிகத்திற்கு மோசமான செய்தியாக இருக்கலாம்; வணிக உரிமையாளராக நீங்கள் வெறுமனே பதிலளிக்கலாம்.

உங்கள் வணிகத்தை எப்படி பட்டியலிட முடியும்

இரண்டு வழிகள் உள்ளன: உங்கள் வணிகத்திலிருந்து ஒரு **பிரதிநிதி** ஒரு பட்டியலைக் கோரலாம், அல்லது ஒரு ட்ரிப் அட்வைசர் **பயனர்** உங்கள் சொத்தை மதிப்பாய்வு செய்து ஒரு பட்டியலைத் தொடங்கலாம்.

நீங்கள் ஒரு பட்டியலைக் கோருவதற்கு முன், www.tripadvisor.com/Onners க்குச் சென்று, ஒரு பயணி ஏற்கனவே உங்கள் வணிகத்தை TripAdvisor இல் சேர்த்திருக்கின்றாரா என்று பார்க்கவும். உங்கள் வணிகத்தின் பெயரை பெட்டியில் தட்டச்சு செய்யவும். முடிவுகள் கீழே விழுந்தால், ஒரு பயணி ஏற்கனவே ஒரு பட்டியலைத் தொடங்கியுள்ளார். கீழ்தோன்றலில் இருந்து உங்கள் வணிகத்தைத் தேர்ந்தெடுத்து, நீங்கள் சொத்துடன் தொடர்புடையவரா என்பதை உறுதிப்படுத்த "உங்கள் வணிகத்தை உரிமைகோருக" பொத்தானைக் கிளிக் செய்யவும்.

உங்கள் வணிகம் ஏற்கனவே பட்டியலிடப்பட்டிருந்தால், புதிய ஒன்றை உருவாக்குவதற்குப் பதிலாக அந்தப் பட்டியல் உங்களுடையது என்று நீங்கள் கோர வேண்டும். TripAdvisor ஒரு சொத்துக்கு ஒரு பட்டியலை மட்டுமே அனுமதிக்கின்றது.

உங்கள் பட்டியலை எவ்வாறு கோருவது மற்றும் முகாமைத்துவ மையத்தை அணுகுவது பற்றிய கூடுதல் விபரங்களுக்கு, உங்கள் டிரிப் அட்வைசர் பட்டியல் மற்றும் விமர்சனங்களை நீங்கள் நிர்வகிக்கலாம், எங்கள் [விரைவு தொடக்க வழிகாட்டியைப்](#) பார்க்கவும்.

ஒரு பட்டியலைக் கோருங்கள்

உங்கள் வணிகம் இன்னும் TripAdvisor இல் பட்டியலிடப்படவில்லை என்றால், கீழ்தோன்றும் தேடல் முடிவுகளில் எந்தப் பொருத்தமும் இருக்காது. அப்படியானால், தேடல் பெட்டியின் கீழே உள்ள "இப்போது பட்டியலிடவும்" இணைப்பைக் கிளிக் செய்யவும். இது உங்கள் சொத்துக்கான பட்டியலைக் கோரக்கூடிய ஒரு பக்கத்திற்கு உங்களை அழைத்துச் செல்லும்.

தொடங்குவதற்கு முன்பாக உங்கள் வணிகத்தைப் பற்றிய சில வகையான தகவல்களை நீங்கள் வழங்க வேண்டும். டிரிப்அட்வைசர் எடிட்டர்கள் இந்தத் தகவலைப் பயன்படுத்தி உங்கள் வணிகம் பட்டியல் அளவுகோல்களைச் சந்திக்கின்றதா என்பதை உறுதிசெய்து, தளத்தில் அதற்கான சிறந்த வகையைத் தீர்மானிப்பார்கள். தயவுசெய்து உங்கள் வணிகத்தை துல்லியமாக பட்டியலிட உதவுவதற்காக முடிந்தவரை விவரங்களுடன் கோரிக்கை படிவத்தை பூர்த்தி செய்யவும். படிவத்தின் ஒவ்வொரு பகுதியையும் பற்றிய கூடுதல் தகவலுக்கு கீழே படிக்கவும்.

உங்களுடைய தகவல்

"உங்கள் தகவல்" பிரிவு வணிகத்துடனான உங்கள் உறவைச் சரிபார்க்க உதவுகின்றது. உங்கள் பெயர், வணிகத்துடனான இணைப்பு மற்றும் மின்னஞ்சல் முகவரி ஆகியவற்றை வழங்கவும். ட்ரிப்அட்வைசரில் உங்கள் பட்டியல் வெளியிடப்படும் போது அவர்கள் உங்களுக்கு ஒரு செய்தியை அனுப்புவார்கள் என்பதால் உங்கள் மின்னஞ்சல் முகவரி சரியானதா என்பதை உறுதிப்படுத்தவும். இலவச கருவிகளைப் பயன்படுத்த நீங்கள் சொத்துடன் உங்கள் இணைப்பைப் பதிவு செய்யலாம்.

உங்கள் சொத்துக்கான தகவல்களைப் பட்டியலிடுங்கள்

அடுத்து, உங்கள் நிறுவனத்தின் அதிகாரப்பூர்வ பெயர் மற்றும் முகவரி உட்பட உங்கள் வணிகத்திற்கான தகவலை வழங்குவீர்கள். உங்கள் முகவரியை தட்டச்சு செய்தவுடன், வரைபடத்தில் சரியான இடத்தில் சுட்டியை வைக்கவும். உங்கள் சொத்தின் வரைபட இருப்பிடம் தளத்தில் உள்ள பயணிகளுக்கு அவர்கள் பயணங்களைத் திட்டமிடுகையில் காட்டப்படும். உங்கள் நிறுவனத்தின் வலைத்தளம் மற்றும் தொலைபேசி எண்ணையும் நீங்கள் சேர்க்க வேண்டும்.

நீங்கள் வழங்கும் தகவலை உறுதிப்படுத்த TripAdvisor எடிட்டர்கள் உங்கள் வலைத்தளம் அல்லது ஒரு நண்பரின் இணையதளத்தை (சுற்றுலா வாரியம் அல்லது முன்பதிவு பங்குதாரர் போன்றவை) பயன்படுத்துகின்றார்கள் என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். எனவே, உங்கள் பட்டியல் கோரிக்கையில் நீங்கள் சமர்ப்பிக்கும் தரவு உங்கள் வலைத்தளம் மற்றும் பிற ஆதாரங்களுடன் பொருந்துவது மிகவும் முக்கியம்.

சொத்து விபரங்கள்

உங்கள் சொத்து வகை பற்றிய சில விரிவான கேள்விகளுக்கு அவர்கள் பதிலளிக்க வேண்டும். இவை உங்கள் வணிகத்தை சரியான பிரிவில் காண்பிப்பதை உறுதிசெய்து, முடிந்தவரை பொருத்தமான தகவல்களை உள்ளடக்கியது.

தங்குமிடங்கள்: ஒரு விடுதி உரிமையாளராக, உங்கள் சொத்து உங்கள் இலக்குக்கான TripAdvisor விடுதி பிரிவில் பட்டியலிடப்படும். நீங்கள் வழங்க வேண்டிய சில குறிப்பிட்ட உருப்படிகள் உள்ளன, இதன்மூலம் அந்த பிரிவில் உங்களை சரியான பிரிவில் சேர்க்க முடியும்:

- அறைகளின் மொத்த எண்ணிக்கை
- விலை வரம்பு
- தங்குவதற்கான குறைந்தபட்ச தேவைகள்
- உங்களிடம் ஒன்-சைட் ஊழியர்கள் மற்றும் பாதுகாப்பு இருந்தால்
- அறை சுத்தம் சேர்க்கப்பட்டால்
- முன் மேசை பணியாளர் விபரங்கள்
- குளியலறைகள் என் தொகுப்பில் இருந்தால்

உங்கள் சொத்து இலவச காலை உணவு, தொகுப்புகள், டென்னிஸ்/கோல்ஃப், கடற்கரை/நீச்சுற்தடாகம், உடற்பயிற்சி மையம், இணைய அணுகல் போன்ற வசதிகள் பற்றிய கூடுதல் தகவல்களையும் நீங்கள் வழங்க முடியும். உங்கள் பட்டியல் மற்றும் பயணிகள் உங்கள் தங்குமிடத்தில் என்ன எதிர்பார்க்கலாம் என்று ஆராய்ச்சி செய்ய உதவும். உங்கள் சொத்துக்கள் ஹோட்டல்கள், பி & பி/விடுதிகள் அல்லது டிரிப் அட்வைசரில் சிறப்பு தங்குமிடப் பிரிவில் பட்டியலிடப்பட வேண்டுமா என்பதைத் தீர்மானிக்க அவர்கள் இந்த பண்புகளையும், அதிகாரப்பூர்வ, உள்ளூர் வகைப்பாடுகளையும் பயன்படுத்துகின்றனர்.

[மேலும் தகவலுக்கு, விடுதி பட்டியல் வழிகாட்டுதல்களை இங்கே படிக்கவும்.](#)

சொத்து விளக்கத்தைச் சேர்க்கவும்

உங்கள் வணிகத்தைப் பற்றி மேலும் அறிய பயணிகளுக்கு ஒரு விளக்கம் உதவுகின்றது. இது உங்கள் உள்ளூர் மொழியில் எழுதப்பட வேண்டும் மற்றும் அனைத்து **HTML** குறியீடுகள், தொலைபேசி எண்கள், வலை/மின்னஞ்சல் முகவரிகள் என அனைத்து உரைகளும் **பெரிய எழுத்துக்களில்** இருக்க வேண்டும். இந்த விளக்கத்தை சுருக்கமாக வைத்திருப்பது நல்லது, எனவே விருந்தினர்கள் நீங்கள் வழங்கிய முக்கிய சிறப்பம்சங்களை ஸ்கேன் செய்து முடிவெடுக்கலாம்.

ஒரு புகைப்படத்தைத் தேர்வு செய்யவும்

உங்கள் வணிகத்தின் புகைப்படத்தை வழங்குவது பயணிகளிடம் ஒரு வலுவான முதல் அபிப்பிராயத்தை உருவாக்க உதவுகின்றது. இது உங்கள் பட்டியல் பக்கத்தில் காட்டப்படும். புகைப்படம் .jpg அல்லது .gif (பொதுவான புகைப்பட வடிவங்கள்) ஆக இருக்க வேண்டும். அவர்கள் எல்லைகள், லோகோக்கள் அல்லது 100kb க்கும் அதிகமான கோப்புகளைக் கொண்ட படங்களை ஏற்றுக்கொள்வதில்லை.

பட்டியலை சமர்ப்பிக்கவும்

நீங்கள் சேர்த்த அனைத்து தகவல்களும் சரி என்று உறுதி செய்தவுடன், நீங்கள் வணிகத்தின் பிரதிநிதி என்பதை சரிபார்க்க படிவத்தின் கீழே உள்ள பெட்டியை சரிபார்க்கவும், நீங்கள் சமர்ப்பித்த தகவல் செல்லுபடியாகும் மற்றும் உங்களிடம் உள்ளது நீங்கள் வழங்கிய படத்தை வெளியிடுவதற்கான உரிமை. செயல்முறையை முடிக்க 'சமர்ப்பிக்கவும்' பொத்தானைக் கிளிக் செய்யவும்.

அடுத்த கட்டம்

உங்கள் பட்டியலைக் கோரியவுடன், டிரிப் அட்வைசர் எடிட்டர்கள் உங்கள் விபரங்களைச் சரிபார்த்து, நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்த வணிக வகைக்கு வழிகாட்டுதல்களை உங்கள் சொத்து பூர்த்தி செய்கின்றதா என்பதை உறுதிப்படுத்துவார்கள். இது பொதுவாக 5 வணிக நாட்கள் எடுக்கும்.

உங்கள் TripAdvisor பட்டியலை நிர்வகித்தல்

உங்கள் டிரிப் அட்வைசர் பட்டியலின் அனைத்து அம்சங்களுக்கும் முகாமைத்துவ மையம் உங்கள் இலக்கு. அடிப்படை வணிக விபரங்களைப் புதுப்பிப்பது முதல், புகைப்படங்களை வெளியிடுவது மற்றும் பகுப்பாய்வுகளைப் பார்ப்பது வரை - உங்கள் முகாமைத்துவ மையம் செல்ல வேண்டிய இடமாகும். [அனைத்து பதிவுசெய்யப்பட்ட மற்றும் சரிபார்க்கப்பட்ட உரிமையாளர்களும்](#) முகாமைத்துவ மையத்தை அணுகலாம். உள்நுழைய, www.tripadvisor.com/Onners ஐப் பார்வையிடவும். நீங்கள் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட சொத்துக்களுடன் இணைந்திருந்தால், நீங்கள் பார்க்க விரும்பும் அல்லது பட்டியலிலிருந்து புதுப்பிக்க விரும்பும் சொத்தை தேர்ந்தெடுக்கவும்.

[TripAdvisor Management Center](#)ல் நீங்கள் காணக்கூடிய முதல் ஐந்து விடயங்களின் விரைவான பட்டியல் இங்கே, மேலே செல்லவும். முகப்புப்பக்கத்தின் கண்ணோட்டம் மற்றும் பொதுவான முகாமைத்துவ மைய பணிகளுக்கான வழிகாட்டிக்கு கீழே படிக்கவும்.

- **பட்டியலை நிர்வகித்தல்:** பட்டியலை நிர்வகித்தல் மூலம் புகைப்படங்களைச் சேர்க்கவும், பட்டியல் விபரங்களை நிர்வகிக்கவும், வசதிகளைப் புதுப்பிக்கவும் மற்றும் பல.
- **டிரைவ் புக்கிங்:** பொருந்தினால், டிரைவ் புக்கிங்ஸ் தளத்தில் வணிக அனுகூலம் மற்றும் விளம்பரம் செய்யப்பட்ட வேலைவாய்ப்புகளை நிர்வகிப்பதற்கான இணைப்புகள் தங்குமிடங்களைக் கண்டறியும்.
- **சந்தைப்படுத்தல் கருவிகள்:** விளம்பர கருவிகள், விருதுகள், விட்ஜெட்டுகள் மற்றும் விண்டோஸ் ஸ்டிக்கர்கள் மூலம் சந்தைப்படுத்தல் கருவிகள் தளத்தில் சாத்தியமான உணவகங்கள் மற்றும் விருந்தினர்களின் கண்களைப் பிடிக்கவும்.
- **மதிப்பாய்வுகள்:** விமர்சனங்களுக்கு பதிலளிக்கவும், மதிப்பாய்வைப் புகாரளிக்கவும் மற்றும் பயணி கேள்விகளுக்கு விமர்சனங்கள் தளத்தில் பதிலளிக்கவும்.
- **உதவி மற்றும் அமைப்புகள்:** உங்கள் எல்லா கேள்விகளுக்கும் பதில்களைப் பெறுங்கள். விலைப்பட்டியல் மற்றும் கொடுப்பனவுகளை அணுகவும்,

மின்னஞ்சல் விருப்பத்தேர்வுகளை மேம்படுத்தவும் மற்றும் பயனர் அணுகலை நிர்வகிக்கவும். உரிமையாளர் மன்றம் மற்றும் உதவி மையமும் உதவி மற்றும் அமைப்புகள் தளத்தில் இங்கே கிடைக்கும்.

உங்கள் பட்டியலை எவ்வாறு மேம்படுத்துவது

உங்கள் TripAdvisor படத்தில் கைப்பிடியைப் பெறுவதற்கான முதல் படி உங்கள் பட்டியலின் அம்சங்களை நீங்கள் கட்டுப்படுத்தலாம்:

பயணிகள் உங்களுடன் தங்கியிருப்பதை கற்பனை செய்ய உதவும் வகையில் நிறைய படங்களை பதிவேற்றவும்

தங்குவதற்கு ஒரு இடத்தை முன்பதிவு செய்யும் போது, பயணிகள் தாங்கள் எதற்காக இருக்கின்றோம் என்பதைப் பற்றிய நல்ல யோசனையை விரும்புகின்றார்கள். உங்கள் சிறந்த அறையின் புகைப்படங்கள் மட்டுமே இருந்தால், அவர்கள் கவனிப்பார்கள், மற்றவர்களை ஏன் மறைக்கின்றீர்கள் என்று ஆச்சரியப்படுவார்கள். அவர்கள் படுக்கையறைகளை விட அதிகமாக பார்க்க விரும்புகின்றார்கள். குளியலறைகள், தோட்டங்கள், குளம் மற்றும் உங்களிடம் உள்ள வேறு எந்த வசதிகளையும் அவர்களுக்குக் காட்டுங்கள். குறைந்தது பத்து நல்ல தரமான, தொழில்முறை புகைப்படங்கள் இருப்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள், ஆனால் படங்களை பொய்யாக்க விடாதீர்கள் - நினைவில் கொள்ளுங்கள், டிரிப் அட்வைசர் பயனர்களை தங்கள் சொந்த புகைப்படங்களை வெளியிட அனுமதிக்கின்றது. அவர்களுக்கும் உங்களுக்கும் உள்ள வேறுபாடு மிக அதிகமாக இருந்தால், நீங்கள் வருங்கால விருந்தினர்களின் நம்பிக்கையை இழப்பீர்கள் (அல்லது உங்கள் விருந்தினர்கள் வரும்போது அவர்களின் எதிர்பார்ப்புகளை பூர்த்தி செய்யத் தவறிவிடுவீர்கள்).

விருந்தினர்களுக்கு அனைத்து விபரங்களையும் முன் கொடுங்கள்

நுகர்வோர் அவர்கள் அங்கு வருவதற்கு முன்பு உங்கள் ஸ்தாபனத்தைப் பற்றி முடிந்தவரை தெரிந்து கொள்ள விரும்புகின்றார்கள், அதனால்தான் அவர்கள் ஆராய்ச்சி செய்கின்றார்கள். அவர்களுக்கு எளிதாக்குங்கள். உதாரணமாக, நீங்கள் எங்கே இருக்கின்றீர்கள் என்பதை விபரிக்கவும். உங்கள் ஸ்தாபனத்தின் சிறப்பம்சம், நீங்கள் இருக்கும் பகுதி மற்றும் உங்கள் பகுதியில் உள்ள மற்ற தங்குமிடங்களிலிருந்து உங்களை வேறுபடுத்தும் எதையும் பற்றி அவர்களிடம் சொல்லுங்கள்.

உங்கள் பட்டியலின் உரை மற்றும் படங்களை புதுப்பித்த நிலையில் வைத்திருங்கள்

உங்கள் சொத்தின் அம்சங்களை நீங்கள் புதுப்பிக்கும்போது - உங்கள் விருந்தினர்களின் பரிந்துரைகளைக் கேட்டு, வசதிகள் திகதியிடப்படவில்லை என்பதை உறுதிசெய்த பிறகு - வருங்கால விருந்தினர்கள் ட்ரிப் அட்வைசரில் முடிந்தவுடன் அதைப் பற்றித் தெரியப்படுத்துங்கள்.

விமர்சனங்களுக்கு பதிலளிக்கவும்

நீங்கள் எவ்வளவு நல்ல விமர்சனங்களைப் பெற்றாலும், நீங்கள் அனைவரையும் மகிழ்ச்சியாக வைத்திருக்க முடியாது, மேலும் சில மோசமான விமர்சனங்களைப் பெறுவீர்கள். இந்த விமர்சனங்களை நீங்கள் அகற்ற முடியாவிட்டாலும், முந்தைய அத்தியாயத்தில் நீங்கள் கற்றுக்கொண்ட திறன்களைப் பயன்படுத்தி விரைவாகவும் கண்ணியமாகவும் பதிலளித்தால், நீங்கள் எதிர்மறையான தாக்கத்தை குறைக்கலாம். சில சந்தர்ப்பங்களில் நன்கு கையாளப்பட்ட பதில் மதிப்பாய்வை மாற்றியமைக்கலாம் மற்றும் வாடிக்கையாளர் தங்கள் மதிப்பாய்வைப் புதுப்பிக்கும்படி கேட்கப்படலாம்.

உங்கள் வலைத்தளத்துடன் TripAdvisor ஐ இணைக்கவும்

TripAdvisor விமர்சனங்கள் மற்றும் சின்னங்களை உங்கள் இணையதளத்தில் சேர்க்கலாம்.

விட்ஜெட் என்பது ட்ரிப் அட்வைசரால் வழங்கப்பட்ட ஒரு சிறிய குறியீடாகும், இது எந்த **HTML** அடிப்படையிலான வலைப்பக்கத்திலும் நிறுவப்படலாம். அவர்கள் ட்ரிப் அட்வைசர் உள்ளடக்கத்தை - சமீபத்திய விமர்சனங்கள் அல்லது உங்கள் ஒட்டுமொத்த மதிப்பீடு போன்றவற்றை உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு கொண்டு வரலாம், மேலும் அவை தானாகவே புதுப்பிக்கப்படும். மற்ற விட்ஜெட்டுகள் பயணிகளை விமர்சனங்களை எழுத அல்லது TripAdvisor இல் உங்கள் பட்டியலுடன் இணைக்க ஊக்குவிக்கின்றன.

உங்கள் வணிக வகையைப் பொறுத்து, பல்வேறு விட்ஜெட்டுகள் கிடைக்கின்றன. உங்களுக்கு என்ன உள்ளடக்கம் இலவசம் என்பதை அறிய, உங்கள் [விட்ஜெட் மையத்திற்குச்](#) செல்லவும். இங்கே சில விருப்பங்கள் உள்ளன:

- **விருதுகள் மற்றும் பாராட்டு:** உங்கள் வணிகம் நல்ல விமர்சனங்களைப் பெற்றுள்ளதா அல்லது நீங்கள் ஒரு ட்ரிப் அட்வைசர் அங்கீகாரத்தைப் பெற்றுள்ளீர்களா? இந்த விட்ஜெட்டுகள் செய்திகளைப் பரப்ப உதவும்
- **காட்சி விமர்சனங்கள்:** உங்கள் மதிப்பீடு, சமீபத்திய மதிப்புகளின் துணுக்குகள் மற்றும் பலவற்றைக் காட்டுங்கள்
- **விமர்சனங்களை சேகரிக்கவும்:** ட்ரிப் அட்வைசரில் பார்வையாளர்கள் விமர்சனம் எழுத விரைவான இணைப்புடன் அதிக விமர்சனங்களை இயக்கவும் அல்லது உங்கள் தளத்தை விட்டு வெளியேறாமல் ஒரு விமர்சனம் எழுத அவர்களை ஊக்குவிக்கவும்
- **சமூக ஊடக பொத்தான்:** உங்கள் வலைத்தளத்தில் உங்கள் பேஸ்புக் மற்றும் ட்விட்டர் ஐகான்களுக்கு அடுத்ததாக இந்த பொத்தானைச் சேர்க்கவும், இதனால் பார்வையாளர்கள் உங்கள் விமர்சனங்களைப் படிக்க ஒரு கிளிக்கில் உள்ளனர்
- **மதிப்பாய்வுகளைப் படிக்கவும்:** உங்கள் இலக்கு விமர்சனங்கள், புகைப்படங்கள் மற்றும் பலவற்றிலிருந்து பார்வையாளர்களைக் கிளிக் செய்யவும்

நான் எப்படி ஒரு விட்ஜெட்டைப் பெறுவது?

www.tripadvisor.co.uk/Widgetsக்குச் சென்று உங்கள் வணிக அல்லது இலக்கு பெயரை உள்ளிடவும். உங்கள் தனிப்பயனாக்கப்பட்ட விட்ஜெட்டுகள் சில கிளிக்குகளில் உங்களுக்குக் கிடைக்கும்.

ஆதாரங்கள்:

<https://www.guestrevu.com/guide-to-tripadvisor>

<https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w855>

சாராம்சம்

- உங்கள் இலவசப் பட்டியலை <https://www.tripadvisor.com/Owners>இல் பதிவு செய்து தெளிவான தகவல் மற்றும் சிறந்த புகைப்படங்களுடன் மேம்படுத்தவும்.
- உங்கள் விமர்சனங்களை விரைவாகவும் கண்ணியமாகவும் நிர்வகிக்கவும்.
- டிரிப் அட்வைசர் பேட்ஜ்கள் மற்றும் விமர்சனங்களை உங்கள் இணையதளத்தில் சேர்க்கலாம்.

பிற ஆய்வு தளங்கள்

இந்த பாடம் பின்வரும் கண்ணோட்டத்தை வழங்கும்:

- முன்பதிவு ஊடகம் வழியான விமர்சனங்கள் உ. ம். Booking.com, அகோடா, Airbnb மற்றும் கூகுள் விமர்சனங்கள்
- ஒன்லைன் மதிப்பாய்வின் வகைகள்: சரிபார்க்கப்பட்டவை மற்றும் சரிபார்க்கப்படாதவை

இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால் முடியும்:

- உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்திற்கான விமர்சன மதிப்பாய்வுக்கு பதிலளிக்கவும்

Airbnb வாடிக்கையாளர்களுக்கு தங்கியிருந்த பிறகு மின்னஞ்சல் அனுப்புகின்றது, அவர்கள் மதிப்பாய்வை விட்டுவிடுமாறு கோருகின்றனர்.

TripAdvisor தவிர, அனைத்து முக்கிய முன்பதிவு ஊடகங்களும் உ. ம். **Booking.com**, **Agoda** மற்றும் **Airbnb** ஆகியவை பார்வையாளர்களை தங்கள் அனுபவத்தை மறுபரிசீலனை செய்ய அனுமதிக்கின்றன. மேலதிகமாக, **கூகுள் மை பிசினஸ்/மேப்ஸ்** என்பது விமர்சனங்களின் முக்கியமான ஆதாரமாகும்.

இந்த அனைத்து மறுஆய்வு தளங்களுக்கும் பொதுவானது என்னவென்றால், **வணிகங்கள் எதிர்மறையான மதிப்பாய்வை அகற்ற முடியாது**, இருப்பினும் உங்கள் நிகழ்வுகளின் விளக்கத்துடன் நீங்கள் பதிலளிக்கலாம். முன்பு குறிப்பிட்டபடி, ஒவ்வொரு எதிர்மறை மதிப்பாய்விற்கும் நீங்கள் பதிலளிக்க பரிந்துரைக்கப்படுகின்றது; அந்த வாடிக்கையாளருக்காக மட்டுமல்ல, மிக

முக்கியமாக, எதிர்கால வாடிக்கையாளர்களுக்காக உங்கள் மதிப்புரைகளைப் படிக்க வேண்டும். ஒரு நல்ல பதில் ஒரு நல்ல அபிப்பிராயத்தை உருவாக்குகின்றது.

நீங்கள் வணிக உரிமையாளராக எதிர்மறையான விமர்சனங்களை நீக்க முடியாது என்றாலும், வாடிக்கையாளரின் புகாரை நீங்கள் சுமுகமாக தீர்க்க முடிந்தால், **வாடிக்கையாளரின் மதிப்பாய்வைப் புதுப்பிக்க அல்லது அகற்றும்படி கேட்கலாம்.**

இந்த ஒவ்வொரு ஊடகங்களும் தங்கள் வாடிக்கையாளர் மதிப்பாய்வு செயற்பாட்டில் எவ்வாறு ஒப்பிடுகின்றன என்பதைப் பார்ப்போம்.

சரிபார்க்கப்பட்ட விமர்சனங்கள்

Agoda, Booking.com மற்றும் **Airbnb** ஆகியவை தங்கள் சொந்த வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து மதிப்புரைகளை மட்டுமே அனுமதிக்கின்றன, அவர்கள் முன்பதிவு செய்து சொத்தில் தங்கியிருக்கின்றார்கள் அல்லது முன்பதிவு செய்யப்பட்ட சுற்றுலா அனுபவத்தில் பங்கேற்றனர். இவை 'சரிபார்க்கப்பட்ட விமர்சனங்கள்' என்று அழைக்கப்படுகின்றன, மேலும் சுற்றுலா வணிகம் மற்றும் பிற பயணிகளுக்கான விமர்சனங்களை எழுத அனுமதிக்கும் தளங்களை விட நம்பகமான மற்றும் மதிப்புமிக்க மதிப்புரைகளை வழங்குகின்றன.

Booking.com அவர்களின் செயல்முறையை இவ்வாறு விளக்குகின்றது:

- **இது முன்பதிவுடன் தொடங்குகின்றது**

மதிப்பாய்வை விட்டுச்செல்ல ஒரே வழி முதலில் முன்பதிவு செய்வதுதான். சொத்தில் தங்கியிருக்கும் உண்மையான விருந்தினர்களிடமிருந்து எங்கள் மதிப்புரைகள் வருவது எங்களுக்குத் தெரியும்.

- **ஒரு பயணம் தொடர்ந்தது**

விருந்தினர்கள் சொத்தில் தங்கும்போது அறை எவ்வளவு அமைதியாக இருக்கின்றது, ஊழியர்கள் எவ்வளவு நட்பாக இருக்கின்றார்கள் மற்றும் பலவற்றைப் பார்க்கின்றார்கள்.

- **இறுதியாக, ஒரு விமர்சனம்**

பயணத்திற்குப் பிறகு, விருந்தினர்கள் தங்குவதைப் பற்றி எங்களிடம் கூறுகின்றார்கள். குறும்பு வார்த்தைகளை நாங்கள் சரிபார்த்து, அனைத்து விருந்தினர் மதிப்புரைகளையும் எங்கள் தளத்தில் சேர்ப்பதற்கு முன்பு அதன் நம்பகத்தன்மையை சரிபார்க்கின்றோம்.

- **விருந்தினர்களின் விமர்சனம்**

Airbnb மற்றும் **Agoda** (பயன்பாட்டின் மூலம்) மதிப்பாய்வு செயல்முறையை ஒரு படி மேலே எடுத்துச் செல்கின்றன: அவை **சுற்றுலா வணிகங்களை தங்கள் விருந்தினர்களை மதிப்பாய்வு செய்ய அனுமதிக்கின்றன** மற்றும் இதை வெளிப்படையாக காண்பிக்கப்படுகின்றன. ஒரு விருந்தினரின் முரட்டுத்தனம் அல்லது குடிப்பழக்கத்திற்காக மோசமான விமர்சனத்தைப் பெற்றால், சொல்லுங்கள், இது அவர்களின் தனிப்பட்ட சுயவிபரத்தை பாதிக்கின்றது மற்றும் பிற வணிகங்கள் எதிர்காலத்தில் அவற்றை மறுக்கும் விருப்பத்தைக் கொண்டுள்ளன.

இந்த இருவழி பின்னூட்டம் என்பது வாடிக்கையாளர்கள் மிகவும் மோசமான விமர்சனத்தை விட்டுவிட விரும்புவதில்லை, மாறாக அவர்கள் கையாளும் பணிகளில் இராஜதந்திரமாக இருக்க வேண்டும். இதன் விளைவாக Airbnbயில் குறுகிய கால வாடகைகளில் சுமார் 95 சதவிகிதம் ஒட்டுமொத்த மதிப்பீட்டை 4.5 முதல் 5 நட்சத்திரங்கள் வரை கொண்டுள்ளது; சுற்றுலா வணிக உரிமையாளர்களுக்கு ஒரு நல்ல செய்தியாகும்.

சரிபார்க்கப்படாத விமர்சனங்கள்

கூகுள் மை பிசினஸ்/மேப்ஸ் மற்றும் **ட்ரிப் அட்வைசர்** எந்த வணிகத்தையும் எந்த நேரத்திலும் விமர்சனம் எழுத அனுமதிக்கின்றனர். இதன் விளைவாக பல விமர்சனங்கள் வதந்தியை அடிப்படையாகக் கொண்டவை அல்லது அப்பட்டமான பொய்யானவை.

நாங்கள் இதை விரும்பாவிட்டாலும், எங்களது விருப்பமின்றி எவரும் இந்த தளங்களில் உங்கள் வணிகத்தை பட்டியலிட முடியும் என்பதால் எங்களால் விலக முடியாது. இந்த காரணத்திற்காக, உங்கள் பட்டியலைக் கட்டுப்படுத்தி இந்த மதிப்புரைகளுக்கு பதிலளிப்பது நல்லது.

சாராம்சம்

- ஒரு வணிகமாக நீங்கள் எதிர்மறையான மதிப்பாய்வை நீக்க முடியாது, எனினும் எதிர்கால வாடிக்கையாளர்களுக்கான சமநிலையான பார்வையை உருவாக்க நிகழ்வுகள் பற்றிய உங்கள் விளக்கத்துடன் நீங்கள் பதிலளிக்கலாம்.
- சுற்றுலா வணிகத்தை முன்பதிவு செய்து அனுபவம் பெற்ற வாடிக்கையாளர்கள் மட்டுமே மதிப்பாய்வை விட்டுச் செல்ல அனுமதிக்கப்படும் போது சரிபார்க்கப்பட்ட விமர்சனங்கள் ஏற்கப்படும்.
- Airbnb மற்றும் Agoda இருதரப்பு விமர்சனங்களை வழங்குகின்றன, ஏனெனில் வணிகம் மற்றும் வாடிக்கையாளர் இருவரும் ஒருவருக்கொருவர் மதிப்பாய்வு செய்யலாம்.

கூகுள் மேப்ஸ் / வரைபடங்கள்

இந்த பாடம் பின்வரும் கண்ணோட்டத்தை வழங்கும்:

- அடிப்படை பயனர் செயல்பாடுகள்: தேடல், திசைகள், பகிர்வு
- தகவலைப் புதுப்பித்தல்

இந்த பாடத்தின் முடிவில், நீங்கள்:

- சுற்றுலா முடிவெடுக்கும் பயணத்தில் கூகுள் மேப்ஸின் அணுகல், பயன்பாடு மற்றும் ஒருங்கிணைப்பைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
- கூகுள் மேப்பில் சரியாகத் தோன்றுவது எப்படி என்பதைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
- Google வரைபடத்தில் ஒரு இடத்தை சேர்க்கவும்.
- உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்தைப் பற்றிய புகைப்படங்களையும் சரியான தகவலையும் சேர்க்கவும்
- கூகுள் தேடுபொறியின் ஒரு பகுதி, கூகுள் மேப்ஸ் உலகில் எங்கும் இடங்களைக் கண்டறிய உங்களை அனுமதிக்கின்றது. நீங்கள் இடம் பெயர், தெரு பெயர், அஞ்சல் குறியீடு அல்லது கோட்டை அல்லது ஏரி போன்ற ஆர்வமுள்ள இடத்தின் மூலம் தேடலாம்.

கூகுள் மேப்பை எப்படி பயன்படுத்துவது

உங்கள் கணினி, தொலைபேசி அல்லது டேப்லெட்டில் Google வரைபடத்தைப் பயன்படுத்தி தேடவும், ஆராயவும், உலகம் முழுவதும் உங்கள் வழியைக் கண்டறியவும். உங்கள் கணினியில், [Google வரைபடத்தைத் திறக்கவும்](#). உங்கள்

தொலைபேசி அல்லது டேப்லெட்டில், Google வரைபட பயன்பாட்டைப்  பயன்படுத்தவும். தேடல் பெட்டியில் நீங்கள் தேடும் இடத்தின் பெயர், முகவரி அல்லது அஞ்சல் குறியீட்டை உள்ளிடவும். கீழ்தோன்றும் பட்டியலில் இருந்து சரியான விருப்பத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

வரைபடத்தில் இடத்தைக் கண்டறிந்த பிறகு, வாகனம் ஓட்டுதல், நடைபயிற்சி, சைக்கிள் ஓட்டுதல் அல்லது பொதுப் போக்குவரத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கான வழிகளையும் கூகுளிடம் கேட்கலாம். **திசைகளை** கிளிக் செய்யவும். உங்கள் தொடக்கப் புள்ளியை நீங்கள் வழங்கியவுடன், வரைபடங்கள் விரைவான வழியைச் செயல்படுத்துகின்றன - நீல நிறத்தில் குறிக்கப்படும். மற்ற வழிகள் சாம்பல் நிறத்தில் இருக்கும்.

மற்றவர்களுடன் திசைகளைப் பகிர்ந்து கொள்வது எப்படி

- Google வரைபடத்தில் ஒருவருக்கு திசைகளை அனுப்ப:
- Google வரைபடத்தைத் திறக்கவும்.
- இருப்பிடத்தைத் தேடி **திசைகளைத்** தேர்ந்தெடுக்கவும்.
- நீங்கள் பகிரத் தயாராக இருக்கும்போது, **உங்கள் இருப்பிடத்திற்கு** அடுத்துள்ள மெனுவைக் கிளிக் செய்து பகிர்க (Share) என்பதைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

Google வரைபடத்தில் உங்கள் வணிகத்தைப் பெறுங்கள்

கூகுள் மேப்ஸ் என்பது உலகளவில் **மிகவும் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும்** மேப்பிங் செயலியாகும், மேலும் இது உங்கள் வணிகத்தின் **சந்தைப்படுத்தலிற்கு இன்றியமையாதது**. உங்கள் வியாபாரத்தை யார் வேண்டுமானாலும் சேர்க்கலாம் - உங்களுக்குத் தெரியாமல் நீங்கள் ஏற்கனவே பட்டியலிடப்படலாம் - உங்கள்

வணிகப் பட்டியலை நீங்கள் கோருவது முக்கியம் மற்றும் சரியான மற்றும் முழுத் தொடர்புத் தகவல் மற்றும் கவர்ச்சியான புகைப்படங்களுடன் ஒரு சுயவிபரத்தை உருவாக்குதல்.

கூகுள் மேப்ஸ் என்பது **கூகுள் மை பிசினஸின்** ஒரு பகுதியாகும் மேலும் உங்கள் வணிகப் பட்டியலை கோரிக்கை செய்வதற்கான வழி உங்கள் கூகுள் மை பிசினஸ் கணக்கின் ட் வழியாகும். உங்கள் வணிகத்தைப் பற்றிய புகைப்படங்களையும் தகவல்களையும் நீங்கள் சேர்க்க வேண்டிய இடம் இது வாகும். இந்த செயல்முறையை எங்கள் இ- சந்தைப்படுத்தல் படிப்பில் விரிவாக பார்த்தோம்.

உங்கள் கூகுள் மை பிசினஸ் கணக்கை எப்படி அமைப்பது மற்றும் கூகுள் மேப்ஸை எப்படி பெறுவது என்பதை பின்வரும் காணொளி காட்டுகின்றது. நீங்கள் ஏற்கனவே உங்கள் வணிகத்தை கூகுள் மூலம் சரிபார்த்திருந்தால், உங்கள் கூகுள் மேப்ஸ் சுயவிபரத்தை எப்படி புதுப்பிப்பது என்று பார்க்க காணொளியில் 3:15 க்குச் செல்லவும்.

சாராம்சம்

- உலகில் எங்கிருந்தும் இடங்களைக் கண்டறிய கூகுள் மேப்ஸ் உங்களை அனுமதிக்கின்றது. நீங்கள் இடம் பெயர், தெரு பெயர், அஞ்சல் குறியீடு அல்லது ஆர்வமுள்ள இடம் மூலம் தேடலாம்.
- கூகுள் மேப்ஸ் என்பது **கூகுள் மை பிசினஸின்** ஒரு பகுதியாகும் மற்றும் உங்கள் பிசினஸ் லிஸ்டிங்கிற்கு கூகுள் செய்யும் வழி உங்கள் கூகுள் மை பிசினஸ் கணக்கு வழியாகும்.

பிற வரைப்பட தளங்கள்

இந்த பாடம் பின்வரும் கண்ணோட்டத்தை வழங்கும்:

- Crowd-sourced mapping
- வரைப்பட தளங்களுக்கு ஒரு இடத்தை சேர்த்தல்

இந்த பாடத்தின் முடிவில், நீங்கள்:

- இந்த வரைப்பட தளங்களின் அணுகல், பயன்பாடு மற்றும் ஒருங்கிணைப்பைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
 - இந்தத் தளங்களில் சரியாகத் தோன்றுவது எப்படி என்பதைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
 - இந்த வரைப்பட தளங்களுக்கு ஒரு இடத்தை சேர்க்கவும்
-

Google Maps தவிர பல செயலிகள் அல்லது தளங்கள் உள்ளன, அங்கு உங்கள் வணிகத்தை பட்டியலிடுவது பயனுள்ளது. இந்த தளங்களை நீங்களே பயன்படுத்தாவிட்டாலும், அவர்கள் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களின் இலவச ஆதாரமாக உள்ளனர், எனவே உங்கள் வணிகத்தை இப்போது பட்டியலிட சில நிமிடங்கள் எடுத்துக் கொள்ளுங்கள்.

Apple வரைபடம்



ஐபோன்கள் மற்றும் ஐபாட்களில், Apple Maps இயல்புநிலை மேப்பிங் பயன்பாடாகும், கூகுள் அல்ல. ஒரு ஐபோன் அல்லது ஐபாடில் யாரோ ஒரு உள்ளூர் வணிகத்திற்கான வலைத் தேடலைச் செய்யும்போது, சிறந்த முடிவு பொதுவாக ஆப்பிள், மற்றும் குரல் தேடல் (ஸ்ரீ) உள்ளூர் வணிகங்களைக் கண்டுபிடிக்க Apple பயன்படுத்துகின்றது. இது உங்கள் வியாபாரத்தை பட்டியலிடுவதற்கு சிறிது நேரம் செலவழிப்பது பயனுள்ளது.

Apple வரைபடத்தில் உங்கள் வணிகத்தை எவ்வாறு சேர்ப்பது

உங்கள் வணிகத்தைப் பட்டியலிட <https://mapsconnect.apple.com/> க்குச் செல்லவும். பின்வரும் காணொளி உங்களுக்கு எப்படி காட்டும்:

Waze



Waze என்பது ஒரு பிரபலமான போக்குவரத்து மற்றும் வழிசெலுத்தல் பயன்பாடாகும், இது கூட்டத்திற்கு ஆதாரமாக உள்ளது-பயனர்கள் போக்குவரத்து நிலைமைகள் பற்றிய பயணத்தின்போது தகவல்களை வழங்குகின்றார்கள். மற்ற வரைபட பயன்பாடுகளைப் போலவே, வரைபடத்தில் உள்ள எந்த முகவரியையும் இது தேடலாம் ஆனால் யாராவது கைமுறையாக வணிகத்தைச் சேர்த்திருந்தால் மட்டுமே அது அங்குள்ள வணிகத்தைக் காண்பிக்கும்.

Waze இல் உங்கள் வணிகத்தை எவ்வாறு சேர்ப்பது

1. ஆண்ட்ராய்டு அல்லது iOS க்கு Waze பயன்பாட்டைப் பதிவிறக்கவும்
2. நீங்கள் பயன்பாட்டைத் திறந்தவுடன், திரையின் கீழ் வலதுபுறத்தில் உள்ள **அறிக்கைகள் (Reports)** மீது கிளிக் செய்யவும் (GPS சிக்னலைப் பெற நீங்கள் இந்த படிக்கு வெளியே செல்ல வேண்டியிருக்கும்)
3. அடுத்து, **இடம் (Place)** என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்
4. உங்கள் வணிக கட்டிடத்திற்கு வெளியே ஒரு படத்தை எடுக்கவும், அதனால் Waze பயனர்கள் அது எப்படி இருக்கின்றது என்று பார்க்க முடியும்.
5. உங்கள் வணிகத்தின் பெயர் மற்றும் நீங்கள் காட்ட விரும்பும் வேறு எந்த விபரங்களையும், அதாவது தொலைபேசி எண், இணையதளம், மணிநேரங்கள் போன்றவற்றை உள்ளிடவும்.

OpenStreetMap வழியாக Maps.me



[OpenStreetMap](#) என்பது வரைபடத் தரவைச் சேகரிப்பதற்கான ஒரு கூட்டுத் திட்டமாகும். மிகவும் பயனர் நட்பு இல்லை என்றாலும், இது [Maps.me](#) உட்பட பல மேப்பிங் பயன்பாடுகளுக்கான தரவின் ஆதாரமாகும்.

சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கான Maps.me இன் பெரிய ஈர்ப்பு என்னவென்றால், இது ஓஃப்லைன் வழிசெலுத்தலுக்குப் பயன்படுத்தக்கூடிய பதிவிறக்கப்படக்கூடிய வரைபடங்களை வழங்குகின்றது. பயணிகளுக்கு இது குறிப்பாக பயனுள்ளதாக இருக்கும், ஏனெனில் அவர்கள் எப்போதும் மொபைல் டேட்டா கிடைக்காமல் போகலாம்.

Maps.me இல் உங்கள் வணிகத்தை எவ்வாறு சேர்ப்பது

உங்கள் வணிகம் ஏற்கனவே [Maps.me](#) இல் இருக்கின்றதா என்று பரிசோதிக்கவும் (உங்களிடம் பயன்பாட்டின் சமீபத்திய பதிப்பு இருப்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள், நீங்கள் [App Stores](#) அல்லது [Google Play](#) மற்றும் [Update Maps](#) வரைபடங்களில் புதுப்பிப்புகளைச் சரிபார்க்கலாம்) மற்றும் [OpenStreetMap.org](#) (OSM) இணையதளத்தில் நாங்கள் வரைபடத் தரவை எடுத்துக்கொள்கின்றோம்.

உங்கள் வணிகம் Maps.me மற்றும் OpenStreetMap (OSM) இரண்டிலும் இருந்தால்:

வழங்கப்பட்ட தகவல்கள் துல்லியமானவை என்பதை உறுதிப்படுத்தவும். பெயர், முகவரி, வணிக நேரம், தொலைபேசி எண், இணையதளம் போன்ற [காணாமல் போன தகவலை சரிசெய்யவும்](#) அல்லது [சேர்க்கவும்](#).

உங்கள் வணிகம் OSM இல் இருந்தால் மற்றும் Maps.me இல் காணவில்லை என்றால்

அநேகமாக இது சமீபத்தில் OSM இல் சேர்க்கப்பட்டது மற்றும் ஒரு மாதத்திற்கு ஒருமுறை நிகழும் வரைபடத் தரவின் அடுத்த புதுப்பிப்பில் Maps.me இல் தோன்றும்.

உங்கள் வணிகம் OSM மற்றும் Maps.me இரண்டிலும் காணவில்லை என்றால்

நீங்கள் அதை [Maps.me](https://www.openstreetmap.org/) வழியாக நேரடியாகச் சேர்க்கலாம்.

சாராம்சம்

- வரைப்பட பயன்பாடுகள் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களின் இலவச ஆதாரம் மற்றும் உங்கள் வணிகத்தைக் கண்டறிய பயணிகளுக்கு உதவும்.
- ஐபோன்கள் மற்றும் ஐபாட்களில், Apple Maps இயல்புநிலை வரைப்பட பயன்பாடாகும், கூகுள் அல்ல.
- Waze மற்றும் Maps.me மக்கள் கூட்டம் அல்லது திறந்த மூல தரவைப் பயன்படுத்துகின்றன; இதன் பொருள் வரைப்பட மற்றும் போக்குவரத்து தகவல்களை யார் வேண்டுமானாலும் பகிரலாம்.