

Online-Bewertungen sind vierfach wertvoll

**Zusammenfassung Webinar
Die Heldenhelfer / Andreas Pfeifer**

November 2016



Relevanz, Rendite, Reputation, Ranking

Nielsen-Studie

88 % vertrauen Empfehlungen aus ihrem sozialen Umfeld
64 % vertrauen Beurteilungen anderer User im Netz
25 % vertrauen den Aussagen der Werbung.

Was treibt die User an, Bewertungen abzugeben:

1. Gutes Gefühl, nützliche Informationen anderen mitzuteilen.
2. Ich wollte eine gute Erfahrung mit anderen teilen.
3. Ich fühle mich als Teil der Social-Community.

König Kunde

Der Empfänger entscheidet, ob er eine Bewertung abgibt – nicht der Absender. Der Kunde ist mächtig - nehmen Sie ihn ernst und antworten Sie immer auf sein Feedback.

Vorteile

Orientierung, Transparenz, 2. Meinung, Gratis Marktforschung, Schwachstellenmonitor

Nachteile

Vor-Urteil, Manipulation, Fälschung, Betrug, Verleumdung, Imageverlust, Umsatzrückgang

Suchmaschinen

Da Kundenrezensionen häufig in den Ergebnislisten der Suchmaschinen auf den vorderen Plätzen erscheinen, müssen sich auch die Marketing-Abteilungen der Unternehmen mit ihnen beschäftigen. Ziel ist es, möglichst gute Bewertungen zu erhalten – bewerten Sie Ihr Unternehmen aber nie selbst!

Aktiv um Bewertung bitten

am Point of Sale, in der Mail-Signatur, in einer Follow-up-Mail, auf Social Media Kanälen, auf Kassenbon / Rechnung, über einen QR-Code, Aufkleber im Schaufenster, in der Bestellbestätigung, im persönlichen Gespräch, auf Ihrer Website oder Online-Shop, im Unternehmensblog, in Flyern (ggf. mit Gewinnspiel), über QR-Codes ...

Wenn Sie mehr Bewertungen erhalten möchten, dann gewähren Sie einen Vorteil. Aber Achtung: Der Vorteil darf nicht davon abhängen, ob der Kunde positiv oder negativ wertet. Keinesfalls dürfen Sie Bewertungen kaufen, denn das ist Fälschung bzw. Manipulation und strafbar.

Relevanz, Rendite, Reputation, Ranking

Monitoring

Richten Sie sich ein Monitoring-System ein. Google Alerts ist ein hilfreiches kostenloses Tool dafür.

Darüber hinaus schickt Ihnen fast jede Plattform, bei der Sie Ihren Unternehmensbeitrag geclaimed haben, beim Eintreffen einer neuen Bewertung eine Nachricht.

Rechtliche Grundlagen

Sind Daten eines Unternehmens im Netz veröffentlicht? Dann hat jeder das Recht, das Unternehmen zu bewerten. Sie müssen nicht jede Bewertung klaglos hinnehmen, sofern sie juristisch anfechtbar ist. Reine Meinungsäußerung unterliegt dem Schutz der Meinungsfreiheit (Art. 5, Grundgesetz).

Don't feed the trolls!

Der spaßorientierte Troll, der Trollpatsch, der Besserwisser sind ungefährlich. Vorsicht beim wütenden Troll oder beim Missionar. Der liebe Troll, der unzufriedene Liebhaber, der Hasser und der Stalker sind schädigend. Lassen Sie sich mit diesen keinesfalls auf Diskussionen ein!

Fehler im Umgang mit Online-Bewertungen

- Portale grundsätzlich ignorieren
- sich hinter seinem Team verstecken
- Rechtschreibung nicht prüfen
- zu kompliziert antworten
- „copy & paste“ nutzen
- Kritik zu persönlich nehmen
- zu lange Reaktionszeiten bei Kommentaren
- nicht auf positive Bewertungen reagieren
- Portale nicht aktualisieren/„aufhübschen“
- Anzahl der Bewertungen ist sehr niedrig
- sich nur ein 1 Portal konzentrieren
- eigene Bewertungen einstellen

Wichtige Schritte

Claimen Sie Ihre Unternehmensprofile und halten Sie die Daten aktuell, motivieren Sie Ihre Kunden, Bewertungen abzugeben, sagen Sie bitte und danke und nehmen Sie Feedback ernst, aber nicht zu schwer.

Sammeln Sie alle Ihre Bewertungen im Netz an einer Stelle und platzieren Sie das Referenz-Siegel auf Ihrer Website: <http://held.one/ProvenExpert>

**Gäste finden.
Gäste begeistern.
Gäste zu Botschaftern machen.**



HELDENDANK FÜR IHR INTERESSE!
ZU UNSEREM BLOG-BEITRAG „BEWERTUNGEN“
MEHR TIPPS IN UNSEREM NEWSLETTER ...

Die Heldenhelfer GmbH
Marketing für Gastgeber

Katharina Grau und Andreas Pfeifer
Taunusstraße 75
65183 Wiesbaden

Telefon +49 611 16 89 85 30
Telefax +49 611 16 89 85 29
hilfe@die-heldenhelfer.de
www.die-heldenhelfer.de

