

Mit **Bewertungen** Kunden gewinnen

**Warum Bewertungen
für Unternehmen
wichtig sind**

**Tipps & Tricks für
mehr Kundenstimmen**

**Richtiger Umgang
mit schlechten
Bewertungen**

**LESE-
PROBE**

kostenfreie Online Marketing Webinare

ERFOLGREICH ONLINE

Wir zeigen Ihnen, wie Sie mit Online Marketing neue Kunden, Klienten oder Patienten gewinnen.

Alle Themen und aktuelle Termine finden Sie hier: heise-regioconcept.de/webinare

Erfolgreiches Marketing vor Ort.

LESE-PROBE

„Online-Bewertungen entscheiden über den Unternehmenserfolg“



Ob Sternbewertungen oder Punktnoten: Wer heute noch denkt, als Frisör, Arzt, Elektriker, Steuerberater, Energiefachmann, Gastronom oder Fitnessstudiobetreiber an Bewertungsplattformen vorbeizukommen, täuscht sich. Und er tut seinem Unternehmen damit keinen Gefallen. Online-Bewertungen haben die Art und Weise, wie wir uns für Produkte und Dienstleistungen entscheiden, stark verändert. Sie bringen Gewissheit, das eigene Geld klug auszugeben. Oder, im Falle überwiegend negativer Bewertungen, auf eine Anschaffung oder einen Auftrag zu verzichten.

Fast alles kann man heute im Netz bewerten – mit einem einfachen „Gefällt mir“-Klick bis hin zu detaillierten Textkommentaren. Das sorgt für eine Machtverschiebung in Richtung Konsument. Ob Ausstattung, Kundenservice, Lieferzeit, Geschmack, Haptik oder Preis-Leistungs-Verhältnis: Bewertungsgeber genießen große Freiheiten. Aus Unternehmenssicht ist die neue Bewertungskultur Fluch und Segen zugleich.

Wie genau Sie von Online-Bewertungen profitieren, erklärt das vorliegende E-Book. Sie erfahren, wie Sie an positive Bewertungen kommen und welche häufigen Fehler Sie im Umgang mit unliebsamen Kundenmeinungen besser vermeiden. Ob lokales Ladengeschäft, Handwerksbetrieb oder überregionaler Online-Shop: Mit den Anleitungen, Tipps und Praxisbeispielen in diesem E-Book ziehen Sie den vollen Nutzen aus Kundenstimmen. Wünschen Sie eine persönliche Hilfe beim Empfehlungsmarketing, beraten wir Sie gerne!

Das E-Book bündelt das Wissen des Online-Marketing-Blogs von Heise RegioConcept. Links führen zu vertiefenden Hintergrundinformationen. Sie sind mit Stand August 2022 überprüft und leiten auch bei Adressen außerhalb der Domain von Heise RegioConcept ausschließlich zu seriösen Quellen.

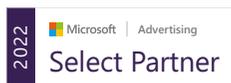
Ansgar Heise
Geschäftsführer

- Weshalb sind Bewertungen für Unternehmen so wichtig? 4
- Was genau hat es mit dem Social Proof auf sich? 6
- Wie Sie Bewertungen für Marketingzwecke nutzen 7
- Wo Sie Bewertungen einrichten und anbieten können 9
- Tipps & Tricks, mit denen Sie Kundenstimmen gewinnen 12
- So richten Sie Ihr Google Unternehmensprofil ein 14
- Richtig reagieren bei schlechten Bewertungen 16
- Negative Bewertungen löschen lassen 17
- Weshalb Sie wissen sollten, was Ihre Mitarbeiter denken 18
- Vertrauen gewinnen mit Gütesiegeln 19

Herausgeber

Unter der Marke Heise RegioConcept bietet Heise Media Service GmbH & Co. KG seit vielen Jahren Dienstleistungen für das lokale Marketing vor allem für kleine und mittlere Unternehmen an. Das Produktportfolio reicht von der Erstellung von Websites, Webshops, Apps, Fotos und Videos über den professionellen Social-Media-Auftritt bis zur erstklassigen Platzierung bei Google. Hinzu kommt die Schaltung von Online-Anzeigen sowie Werbung in Das Telefonbuch, Gelbe Seiten und Das Örtliche – gedruckt und auch digital.

Heise Media Service GmbH & Co. KG
Karl-Wiechert-Allee 10
30625 Hannover
service-hms@heise.de
0511 53 52 203
www.heise-regioconcept.de



Weshalb sind Bewertungen für Unternehmen so wichtig?

Positive Online-Bewertungen sind eines der mächtigsten Marketingmittel für Unternehmen. 63 Prozent der Deutschen lesen Bewertungen im Netz, bevor sie ein Produkt oder eine Dienstleistung kaufen. Konsumenten vertrauen den Kundenbewertungen sogar mehr als Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis oder Expertentests.

Online-Bewertungen sind zu einer Macht im Netz geworden. Auf immer mehr Webseiten und Portalen können Kunden den Kauf eines Produkts, die Freundlichkeit des Kundendienstes oder die Liefergeschwindigkeit eines Online-Shops bewerten. Etabliert haben sich Bewertungsportale für Arbeitgeber, Ärzte, Reisen, Restaurants und vielem mehr. Nutzerbewertungen und Kundenbewertungen stellen nach einer Studie von Capterra die vertrauensvollste Quelle vor einer Kaufentscheidung dar. Eine weitere Capterra-Untersuchung zeigt, dass Nutzerbewertungen in der Customer Journey maßgeblich zur Kaufentscheidung beitragen. Für Unternehmen ist es zwingend, an ihrem Review-Management zu arbeiten.

Studien belegen Wichtigkeit

Gerade in den Phasen der Produktrecherche und beim Ausloten der Beschaffungsoptionen können Unternehmen mit positiven Bewertungen nach Ansicht der Marktforscher von Capterra aktiv Einfluss auf den Ausgang der



Mehrwert durch Online-Bewertungen

Die Nutzung von Kundenbewertungen und Rezensionen kann Firmen nach Einschätzung der Unternehmensberatung McKinsey den nötigen Vorsprung zur Konkurrenz verschaffen. Im E-Commerce sollten Anbieter Bewertungen hoch priorisieren, ansonsten riskieren sie, in der Kundenwertschätzung zurückzufallen. Die Möglichkeit, Bewertungen im digitalen Handel in den Kaufprozess einzubeziehen, stellt für immer mehr Konsumenten einen Mehrwert gegenüber dem klassischen Handel dar. Höhere Bewertungen bedeuten höhere Umsätze – je nach Kategorie in der Größenordnung von 30 bis 200 Prozent.

Entscheidung nehmen. Dass Kundenbewertungen mit deutlichem Abstand auf Platz 1 der Informationsquellen beim Online-Shopping sind, bestätigt auch der Digitalverband Bitkom. Frauen (59 Prozent) verlassen sich dabei noch mehr auf die Erfahrungen anderer als Männer (50 Prozent). „Transparente, nachvollziehbare und unabhängige Bewertungen tragen ganz maßgeblich zum Vertrauen in den Online-Handel bei“, erklärt Bitkom-Chef Dr. Bernhard Rohleder. Doch nicht nur Händler profitieren von Bewertungen, auch Handwerker, Dienstleister, Gastrobetriebe und Veranstalter heben sich durch einen guten Umgang mit Bewertungen vom Mitstreiterumfeld ab. „Davon profitieren die Kundinnen und Kunden, aber auch die Händler und Plattformen: Wer viele gute unabhängige Bewertungen erhält, macht sich für neue Käufergruppen attraktiv und kann so die Qualität seiner Angebote

LESE-PROBE

erfolgreicher nachweisen als durch professionelle Werbung“, betont der Bitkom-Hauptgeschäftsführer.

Warum schreiben Menschen Bewertungen?

Zufriedene Kunden geben häufiger Bewertungen ab als Unzufriedene. Produkt- oder Dienstleistungszufriedenheit ist der wichtigste Beweggrund, Sterne anzuklicken oder eine Review zu schreiben. Läuft alles unspektakulär wie erwartet ab, hinterlassen Nutzer nur selten ein Urteil. Für kleinere oder neue Shops kann es somit schwierig sein, Kunden zu motivieren, ihre Meinungen zu hinterlassen. Umso wichtiger ist es, Bewertungsmöglichkeiten an verschiedenen Stellen der Customer Journey einzubinden.

Was gefälschte Bewertungen bewirken

Auch viele gefälschte Stimmen von angeblichen Kundinnen oder Kunden sind im Umlauf. Die fingierten Lobeshymnen führen Konsumenten in die Irre, schaden dem Wettbewerb und untergraben das Vertrauen in Unternehmen. Hinter gefälschten Online-Bewertungen stecken nicht selten professionelle Agenturen.

► Seit Mai 2022 sind Unternehmen gesetzlich verpflichtet, Nutzer zu informieren, wie sie sicherstellen, dass gezeigte Bewertungen echt sind.

Wie identifiziert man Fälschungen? Auffällig viele überschwänglich gute Bewertungen irritieren. Ebenso gehäufte

nichtssagende Votes („schnelle Lieferung“) in kurzer Abfolge. Von den Capterra-Befragten sehen 46 Prozent nach, ob ein Anbieter auch negative Bewertungen hat.

Schlechte Noten haben etwas Gutes

Als Unternehmer, Selbstständiger oder Freiberufler sollten Sie keine Angst vor schlechten Bewertungen haben. Der schöne Schein rein positiver Stimmen verunsichert viele Nutzer. Einzelne negative Bewertungen fördern dagegen das Vertrauen in Produkte, Anbieter und Hersteller. Je sachlicher und präziser die Nennung von Nachteilen ausfällt, desto mehr unterstützt sie die Glaubwürdigkeit und Relevanz der übrigen positiven Rezensionen.

Wie Bewertungen Wirkung zeigen

Mit Bewertungen fördern Sie folgende Marketingziele:

Leads und Umsatz generieren: Bewertungen schaffen Vertrauen bei neuen Kunden und stärken Vertrauen bei bestehenden Kunden. Lokale Unternehmen, die bislang wenig Votes haben, können hiervon deutlich profitieren.

Kundenanalyse: Mit Online-Bewertungen stellen Sie fest, wie Ihr Unternehmen oder Ihr Shop ankommt.

SEO-Effekt: Kundenbewertungen haben einen positiven Effekt auf die Klickraten in Google-Suchergebnissen und können sich positiv auf das lokale Ranking auswirken.