

7 Tipps für positive Bewertungen



Online-Bewertungen von Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen sind zu einem wesentlichen Einflussfaktor bei Entscheidungs- und Kaufprozessen geworden. Hier sind 7 Tipps, wie du für mehr positive Bewertungen sorgst.

1 Mach es deinen Kunden leicht, eine Bewertung zu hinterlassen

Für jede Branche gibt es inzwischen zahlreiche allgemeine und spezielle Branchen-Portale. Du kannst aber noch mehr tun, um deine Kunden aktiv um Bewertungen zu bitten:

- ▶ Feedbackbogen oder Karte: Sende einen Link zu einer entsprechenden Bewertungsplattform mit dem Produkt mit.
- ▶ E-Mail: Frage aktiv nach der Meinung zum Produkt oder zum Service.
- ▶ Social-Media-Accounts: Platziere diese sichtbar auf deiner Website und in deinen E-Mails, um Likes und Kommentare zu generieren.



Um negative Bewertungen zu vermeiden, biete deinen Kunden gleich auch einen anderen Kanal für Reklamationen und Beschwerden an.

2 Biete Anreize für Bewertungen und Rezensionen

Um authentische Bewertungen zu erhalten, gibt es viele Möglichkeiten, Kunden dafür zu belohnen. Zum Beispiel:

- ▶ Bonuspunkte für ein Kundenbindungsprogramm
- ▶ Rabattcode für den nächsten Einkauf
- ▶ Verlosung eines Einkaufsgutscheins
- ▶ kleine Geschenke (Give Aways) oder Merchandising-Artikel

Für positive Anreize sind Kunden auch eher geneigt, positive Bewertungen zu schreiben, als negative.

3 Reagiere zeitnah auf jede Bewertung

Beobachte deine Bewertungskanäle regelmäßig, um zeitnah auf Bewertungen zu reagieren, egal, ob es sich um positive oder negative Bewertungen handelt.

- ▶ Bedanke dich bei allen positiven Bewertern und bitte die Kunden um Erlaubnis, die Bewertung als Referenz auf deiner Website und in Social Media zu veröffentlichen.
- ▶ Ist der Kunde ein möglicher Influencer/Markenbotschafter, den du enger an dein Unternehmen und dein Marketing binden kannst, zum Beispiel in Form einer Case Study?

»Ganz besonders wichtig ist, sehr schnell und besonnen auf negative Bewertungen zu antworten.«

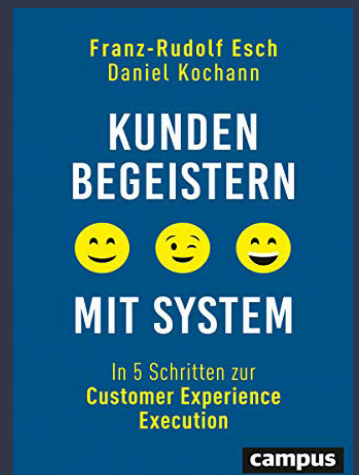




BUCHTIPP*: Kunden begeistern mit System Von Kundenfrust zur Kauflust

Preis: 34,95 € | 224 Seiten
Gebundenes Buch 2019

Jetzt hier ansehen



*Dieser Buchtipp enthält Provisions-Links. Wenn du über diesen Link einkaufst, erhalten wir eine kleine Provision.

- ▶ Reagiere niemals emotional, auch wenn du der Meinung bist, dass die Kritik unberechtigt ist. Antworte stets sachlich, ruhig und freundlich.
- ▶ Bedanke dich auch für negatives Feedback und signalisiere Verständnis für die Verärgerung deines Kunden.
- ▶ Berechtigte Kritik: Biete eine Lösung an. Binde den Kunden in die Optimierung und Weiterentwicklung deiner Prozesse ein. Viele Kunden fühlen sich geschmeichelt, weil sie ernst genommen werden.
- ▶ Unlösbares Problem: Überlege, ob du dem Kunden anderweitig entgegenkommen kannst, z.B. über einen Austausch oder Rabatt, eine Zugabe oder einen Gutschein.

4 Binde Bewertungen in deinen Support ein

Wenn im Kundenservice ein Problem für den Kunden erfolgreich gelöst wurde, dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass dieser Kunde eine positive Bewertung abgeben wird. Nutze diese positive Stimmung:

- ▶ Telefon: Bitte die Kunden beim Gesprächsabschluss um eine Bewertung und sende ihnen einen entsprechenden Link zu.
- ▶ Online-Chat: Hänge gleich ein Bewertungssystem an den Abschluss des Chats. →

5 Fallstudien und UGC-Aktionen

Mit Hilfe von nutzergenerierten Inhalten kannst du deine Kunden direkt in deine Kommunikation einbeziehen, zum Beispiel um Geschichte zu deinen Produkten/Services zu erzählen oder deine Produkte in Aktion zu präsentieren. So förderst du die Kundenbindung und machst begeisterte Kunden zu Markenbotschaftern.

- ▶ Fallstudien bieten anderen Kunden und Interessenten tiefere Einblicke in Erfahrungen und Anleitungen, wie sich bestimmte Herausforderungen, Prozesse und Ziele mit Hilfe der Produkte oder Dienstleistungen lösen oder optimieren lassen.

»Prämiere und präsentiere die besten Ergebnisse oder Bilder deiner Kunden.«

- ▶ Veranstage Wettbewerbe auf den Social Media, indem du Kunden bittest, Kommentare, Fotos, Videos oder Links zu deinen Produkten zu veröffentlichen und diese mit einem speziellen Hashtag auf Instagram, Twitter oder Facebook zu kennzeichnen. →

ANZEIGE

**Kaffeevollautomaten günstig mieten:
Voller Geschmack zum schmalen Preis**

Angebote vergleichen



6 Platziere positive Bewertungen gut sichtbar auf deiner Website

Positive Bewertungen sind die besten Überzeugungsargumente und Verkaufsverstärker:

- ▶ Platziere ausgewählte Bewertungen direkt sichtbar auf deiner Homepage.
- ▶ Sammele zusätzlich die besten Bewertungen auf einer gesonderten (Referenzen-) Seite, die direkt von der Homepage aus verlinkt ist.
- ▶ Wenn du spezielle Produktbewertungen hast, dann platziere diese auch auf der jeweiligen Produktseite.

7 Vermarkte deine Kunden-Referenzen weitreichend

Wenn du positive Bewertungen, Referenzen und Fallstudien erhalten hast, dann lass das auch die Öffentlichkeit wissen. Nutze jede Gelegenheit, um deine positiven Referenzen zu präsentieren, nicht nur auf deiner Website, sondern auch über Pressemitteilungen und deine Social-Media-Kanäle.

- ▶ Pressemitteilungen und Blogbeiträge zu Fallstudien dienen nicht nur deiner Öffentlichkeitsarbeit, sondern stärken auch die Präsentation der entsprechenden Kunden.
- ▶ Bedanke dich regelmäßig auch öffentlich bei deinen Kunden und Fans für die positiven Bewertungen.
- ▶ Stelle besonders schöne Beispiele und Zitate in den Social-Media-Kanälen vor und markiere per @ bei den jeweiligen Kunden. So erhöhst du deine Reichweite über Social-Media-Feeds. ■

Autorin: Melanie Tamblé



ist Expertin für PR,
Online-Marketing und
Social Media.
→ [adenion.de](https://www.adenion.de)