

REPUTATION DURCH BEWERTUNGEN

Die Anatomie einer großartigen Beantwortung von Bewertungen

Eine wirksame Beantwortung von Bewertungen sollte aus vier Teilen bestehen: einer Begrüßung, einer Wertaussage, einem Stimmungswort und einem Abschluss.

Begrüßung

Eine freundliche Einleitung, die den Namen oder den Benutzernamen des Kunden erwähnt.

Wertaussage

Dies ist eine Gelegenheit, eine Aussage zu machen, die Ihre Marke in einem positiven Licht erscheinen lässt und Ihre Werte bestätigt. Beschreiben Sie die Erfahrung, die Ihre Marke zu vermitteln versucht. Zum Beispiel: „Bei [Unternehmensname] sind wir immer bestrebt, einen hervorragenden Kundenservice zu bieten.“

Abschluss

Eine höfliche und persönliche Verabschiedung. Bonuspunkte, wenn Sie den Kunden dazu ermuntern, sich wieder für Ihr Unternehmen zu entscheiden – entweder, um ihm ein besseres Erlebnis zu bieten, oder um den ausgezeichneten Service, für den er Sie gelobt hat, fortzusetzen! Ebenso können Sie den Kunden auf eine Telefonnummer oder E-Mail-Adresse verweisen, um das Gespräch fortzusetzen und so noch mehr Feedback zu erhalten.



Maria M vor einem Tag



Wir wollten eine Couch kaufen und haben ewig gewartet! Und der Fußboden war richtig schmutzig. Wir kommen bestimmt nicht mehr hierher.

Hallo Maria,

Wir möchten unsere Kundinnen und Kunden immer so effizient wie möglich bedienen und ihnen nur Produkte von höchster Qualität anbieten.

Wir haben bereits Maßnahmen getroffen, um die Sauberkeit unserer Fußböden in Zukunft zu garantieren.

Wir würden uns sehr freuen, wenn wir die Situation in Ordnung bringen könnten.

Stimmungswörter

Dies ist Teil dessen, was eine Antwort persönlich erscheinen lässt. Sprechen Sie ggf. das Anliegen des Kunden an und geben Sie die emotionale Stimmung der Kunden zurück (d. h. „Wir sind so erfreut, dass...“, „Es tut uns so leid, dass X passiert ist, und wir wollen es mit Y beheben.“). Bestätigen Sie die Erfahrung des Kunden und erkennen Sie das Problem an, wenn Sie auf eine negative Bewertung reagieren. Wenn Sie sich mit einer positiven Bewertung befassen, bedanken Sie sich beim Kunden für seine Unterstützung.

REPUTATION DURCH BEWERTUNGEN

76% aller Kunden legen auf Online-Bewertungen genauso viel Wert wie auf persönliche Empfehlungen von Familie und Freunden. Dies besagt eine Studie von BrightLocal "Local Consumer Review Survey 2019". Umso wichtiger ist es also, Bewertungsmanagement als Marketinginstrument in Deinem Unternehmen zu nutzen.

Positiv für Deine Kunden und Dein Google Ranking

Durch Bewertungsmanagement können Unternehmen jeden Aspekt der öffentlichen Wahrnehmung und damit ihren Ruf bewusst kontrollieren. Sei Deinen Kunden nah, interagiere und arbeite an Deiner Unternehmensreputation durch Bewertungen.

Bewertungsmanagement verbindet mehrere Aspekte, die für jedes Unternehmen hohen Mehrwert bringen:

Überdurchschnittlicher Kundenservice

Der Inhalt der Bewertungen ist meist wertvoller, als er im ersten Moment scheint, denn die Art & Weise einer guten Beantwortung ergibt nicht nur einen guten Kundenservice, sondern auch bevorzugte Rankings und Positionierungen in den Suchmaschinen.

Nutze Bewertungen - ob positiv oder negativ - um Vorteile für Dein Unternehmen herauszufiltern. Denn Bewertungen geben Informationen darüber, welche Faktoren und Umstände zu dieser Kundenerfahrung geführt haben. Diese Kunden-Insights können verwendet werden, um den Kunden besser zu verstehen und sein Erlebnis zu optimieren.

Suchmaschinenmarketing

Eine hohe Anzahl an positiven Sternebewertungen sowie die Beantwortung von Rezensionen wirken sich positiv auf Dein Ranking in Suchmaschinen aus.

Diese belohnen hier also die Unternehmen, die mit Ihren Kunden über Bewertungen interagieren und diese beantworten. Umso wichtiger also, sich den eigenen Bewertungen im Unternehmen anzunehmen und diese professionell zu beantworten.

Du möchtest Näheres zum Thema Bewertungen erfahren und wissen, wie Bewertungsmanagement in Dein Unternehmen integriert werden kann?

Melde Dich bei uns! Wir beraten Dich gerne.