

Der Umgang mit Bewertungen

Zurecht bereiten negative Bewertungen bei Google oder auf Bewertungsplattformen Unternehmern Kopfschmerzen. Denn potenzielle Kunden können verloren gehen, wenn sie schlechte Erfahrungsberichte lesen!

Um Ihnen eine Hilfestellung an die Hand zu geben, haben wir hier Tipps und Anregungen für Sie, wie Sie in den verschiedenen Fällen reagieren sollten und wie Sie aus den kritischen Bewertungen sogar einen Vorteil für sich ziehen können.

VERANTWORTLICHE BESTIMMEN.

Klären Sie zunächst, wer in Ihrem Unternehmen welche Aufgabe hat, wenn im Internet eine Bewertung und Rezension über Ihr Unternehmen geschrieben wurde. Wer hat die Bewertungen im Blick und wer reagiert im Fall einer neuen Kritik und antwortet auf diese – sowohl die positive als auch die negative?

TIPP: Lassen Sie sich über Local Listing per E-Mail über neue Bewertungen zu Ihrem Unternehmen informieren. Dies ermöglicht Ihnen eine schnelle und gezielte Reaktion auf Ihre Bewertungen.

AUF KRITIK SCHNELL REAGIEREN.

Eine schnelle Reaktion auf positive und negative Kritik schafft Vertrauen bei Ihren Kunden. Zudem präsentieren Sie sich als Unternehmen, das ehrliches Interesse an den Anliegen seiner Kunden hat.

JEDE BEWERTUNG ERNST NEHMEN, EGAL OB POSITIV ODER NEGATIV.

Prüfen Sie die Plausibilität negativer Bewertungen. Kann der Vorwurf stimmen?

SACHLICH ÄUSSERN.

Lassen Sie sich auf gar keinen Fall provozieren. Gerade im Netz, mit vermeintlicher Anonymität, scheut sich manch einer vor nichts mehr und verhält sich wie die Axt im Walde. Aus diesem Grund sollten Sie eine klare Trennung sachlicher und emotionaler Inhalte vornehmen, nur auf die sachlichen Vorwürfe eingehen und selbstverständlich nur Fakten kommunizieren.

AUF AUGENHÖHE KOMMUNIZIEREN.

Bieten Sie Lösungsvorschläge an und verwenden Sie dazu kurze und klar verständliche Informationen.

SICH ENTSCULDIGEN.

Stimmen die Vorwürfe und gab es einen Fehler Ihrerseits oder Ihrer Mitarbeiter, reicht es oftmals, sich zu entschuldigen. Fehler sind menschlich und die meisten Kunden sind zufrieden, wenn Sie sehen, dass Sie ernst genommen werden und Ihre berechtigte Kritik ankommt.

TIPP: Bieten Sie als Entschuldigung einen Rabatt für den nächsten Kauf an. So können Sie die Wogen zusätzlich glätten.

IN DIREKTEN KONTAKT TRETEN.

Je komplexer der Vorwurf zu einem Sachverhalt, desto eher bietet es sich an, dem Verfasser den direkten Kontakt vorzuschlagen. Ein öffentlich einsehbares Feedback zur kritischen Bewertung sollten Sie trotzdem abgeben, damit andere Nutzer sehen, dass Sie sich engagieren.

KRITISCHES FEEDBACK ZUR OPTIMIERUNG DER EIGENEN ARBEIT NUTZEN.

Negative Kommentare sind immer auch eine Chance auf Verbesserung. Stimmen die Vorwürfe, lassen sich Rückschlüsse auf Prozesse in Ihrem Unternehmen ziehen, die eventuell noch nicht optimal laufen. Leiten Sie entsprechendes Kunden-Feedback an die zuständigen Kollegen und wenn nötig an die Geschäftsleitung weiter.

AUF POSITIVE KOMMENTARE ACHTEN UND SICH BEDANKEN.

Das kommt gut an! Denn andere Nutzer sehen, dass sich Ihr Unternehmen um die Meinungen ihrer Kundschaft sorgt.

DIE ENTWICKLUNG VERFOLGEN.

Sie haben sachlich auf eine Kritik reagiert? Damit ist der erste Schritt getan. Wichtig ist es aber auch, den Überblick zu behalten, indem Sie regelmäßig Ihre Bewertungen checken. So können Sie diese zeitnah kommentieren, falls neue Nutzer sich (kritisch) über Ihr Unternehmen äußern.

AUTHENTISCH BLEIBEN.

Sollte Ihr Unternehmen auf einem Bewertungsportal an den virtuellen Pranger gestellt werden, machen Sie das Beste daraus. Im Grunde genommen können Sie nur gewinnen; sollten sich die Beiträge als Lüge entpuppen, können Sie problemlos rechtlichen Beistand anfordern. Und Ihre konstruktive Antwort zeigt anderen Nutzern, dass Sie sich ihren Fehler eingestehen und sich darum kümmern. Das macht Sie sympathisch!

ZUFRIEDENE KUNDENSTIMMEN EINSAMMELN

Sammeln Sie aktiv Bewertungen Ihrer zufriedenen Kunden. Dies kann an allen Stellen geschehen, an denen Sie Kundenkontakt haben, z.B. in Ihrem Büro, bei Kundenterminen oder in Ihrer E-Mail-Signatur.

TIPP: Wir erstellen Ihnen Tischaufsteller mit Ihrem Logo und einem QR-Code, der Ihre Kunden direkt auf die Bewertungsmöglichkeit von Google führt.

REZENSIONEN SIND EIN ZENTRALER FAKTOR FÜR GOOGLE

Rezensionen und Bewertungen, besonders solche, die qualitativen Mehrwert generieren, stehen mit einem guten Local SEO Ranking in Zusammenhang. Google nutzt diese quasi als Rankingfaktor in der lokalen Suche.