

WARUM SIE KUNDENBEWERTUNGEN BRAUCHEN

Veröffentlicht am 17. Dezember 2012 von Annette

Ob Friseur, Umzugsunternehmen oder KFZ-Mechaniker – wir fragen häufig nach Empfehlungen von Familie, Freunden und Bekannten. Kein Wunder [...]

Ob Friseur, Umzugsunternehmen oder KFZ-Mechaniker – wir fragen häufig nach Empfehlungen von Familie, Freunden und Bekannten. Kein Wunder, der Mensch ist schließlich ein soziales Wesen und vertraut auf das Urteil anderer. Auch das **Internet wird zunehmend sozialer** und Kundenbewertungen im Netz erleben seit Kurzem einen regelrechten Boom. Auf Portalen wie [Google+ Local](#) oder [Qype](#) informieren sich zahlreiche Benutzer jeden Tag. Dies sollte man sich als Unternehmen zunutze machen.

Kundenbewertungen sind entscheidend

Zur Zielgruppe von Kundenbewertungen gehören besonders Benutzer, die auf der Suche nach einem Produkt oder einer Dienstleistung sind und sich **zwischen verschiedenen Anbietern entscheiden** müssen. Um eine endgültige Wahl zu treffen, brauchen Sie nur noch einen kleinen, entscheidenden **Anstoss**, den häufig **Bewertungen oder Testberichte** bieten.

Falls Sie es nicht von sich selbst kennen und schonmal nach etwas gegoogelt haben, bevor Sie es gekauft haben, stellen Sie sich vor, zwei relativ gleichwertige Produkte stünden Ihnen zur Auswahl und eines davon hätte bei Stiftung Warentest besonders gut abgeschnitten - wahrscheinlich würden Sie das positiv bewertete Produkt kaufen. Fakt ist: Eine große Anzahl der Benutzer **recherchiert vor einem Kauf oder der Erteilung eines Auftrages im Internet** und fällt seine Entscheidung aufgrund der gefundenen Bewertungen. Eine Empfehlung im Internet funktioniert genauso wie **Mund-zu-Mund-Propaganda**, also beispielsweise der Tipp von einem Freund beim gemeinsamen Kaffee.

Zufriedene Kunden sind die beste Referenz

Unter allen Marketingmaßnahmen ist die Kundenbewertung eines der überzeugendsten und wirkungsvollsten Instrumente. Aber nicht nur **neue Kunden** werden mit Empfehlungen gewonnen; auch die **Treue der Bestandskunden** wird gefördert. Eine Studie der Universität Hamburg hat ergeben, dass sich **Kunden, die eine Empfehlung abgeben**, dem Unternehmen **stärker verbunden** fühlen. Und diese Verbundenheit befeuert die Wiederkaufbereitschaft. Machen Sie Ihre Kunden zu Fans.

Google liebt Bewertungen

Der Suchmaschinen Gigant Google arbeitet stetig daran, die Qualität seiner Suchergebnisse zu verbessern. Mittlerweile werden auch Bewertungen mit in den Suchalgorithmus einbezogen und erscheinen in den Ergebnislisten: Bei **lokalen Suchen** sogar prominent **an den ersten Stellen**.

Es dürfte deutlich geworden sein, dass Kundenbewertungen und Empfehlungen ein essentielles Instrument im Online Marketing sind, dem sich Unternehmen auf gar keinen Fall verschließen sollten, wenn Sie keinen Umsatz verschenken wollen. Am Besten gibt man seinen Kunden die Möglichkeit, **auf möglichst vielen Plattformen und Social-Media-Präsenzen** Ihre Meinung zu hinterlassen. Es gilt, einige **rechtliche Besonderheiten** zu beachten wie zum Beispiel, dass man besser keine Bewertungen von Familie und eigenen Mitarbeitern schreiben lässt. Wenn man dies jedoch beachtet und seine Kunden **aktiv auf die Bewertungsmöglichkeit hinweist**, steht einem erfolgreichem Einsatz und damit einer Umsatzsteigerung und Imageverbesserung nichts mehr im Weg.