



HEROLD

bringt's zamm.

**NEGATIVE
ONLINE-BEWERTUNG?
KEIN GRUND ZUR SORGE.**

Der HEROLD Leitfaden für einen professionellen Umgang mit negativen Online-Bewertungen.



ONLINE- BEWERTUNGEN

... sind wichtiger denn je:

93%

sagen, dass Online-Bewertungen ihre Kaufentscheidung beeinflusst.

91%

vertrauen Online-Bewertungen gleichermaßen wie persönlichen Empfehlungen.

78%

aller österr. Konsumenten beachten den Inhalt von Bewertungen, bevor sie sich für ein Unternehmen entscheiden.

Quellen: Podium 2017, Brightlocal 2019, marketmind 10/2018, rep. Studie österreichische Bevölkerung 18+, n = 1065

Online - Bewertungen...

...bringen Kunden:

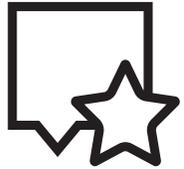
64% aller Konsumenten kontaktieren ein Unternehmen, nachdem sie dessen Bewertungen gelesen haben. Unternehmen mit Bewertungen erhalten bis zu 3-mal mehr Besuche als Firmen ohne Bewertungen.

Quelle: Brightlocal 2017, HEROLD.at Datenanalyse 2019

...setzen Firmen ins richtige Licht:

Bewertungen sind ein wichtiger Faktor, wenn es um die (Vor-)Reihung in Suchmaschinen geht. Anzahl und Aktualität von Bewertungen sind dabei entscheidend für eine gute Platzierung in den Google Ergebnissen.

Quelle: MOZ 2019



WAS TUN MIT SCHLECHTEN BEWERTUNGEN?

Es gibt nun mal schlechte Tage, an denen wirklich alles schief läuft.

Dass ein Kunde sich genau an so einem Tag schlecht behandelt fühlt und eine negative Bewertung im Internet abgibt, kann schon mal passieren.

Aber keine Sorge!

Eine schlechte Bewertung ist keine Katastrophe. Im Gegenteil, die Mischung aus guten und nicht so guten Bewertungen bei Ihrem Online-Auftritt fördert die Glaubwürdigkeit der Aussagen zu Ihrem Unternehmen. 67% der österreichischen Internet-User empfinden Bewertungen als glaubwürdiger, wenn nicht nur positive, sondern auch negative Kommentare vorhanden sind. Für 43% der Konsumenten sind ausschließliche Bestnoten ein Grund, Bewertungen weniger Bedeutung beizumessen. Schnell liegt die Vermutung nahe, dass diese Bewertungen gekauft sind.

9 von 10

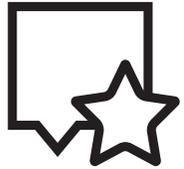
Konsumenten berücksichtigen Firmenkommentare auf abgegebene Kundenbewertungen.

75%

der Konsumenten beachten den Durchschnittswert von Bewertungen, bevor sie sich für ein Unternehmen entscheiden.

Wichtig ist allerdings,

dass Sie professionell auf die Kritik reagieren. Im besten Fall schaffen Sie es vielleicht sogar, eine langjährige Kundenbeziehung aufzubauen.



WARUM SIE AUF EINE NEGATIVE BEWERTUNG ANTWORTEN SOLLTEN?

Die Löschung einer negativen Bewertung ist die mit Abstand schlechteste Idee.

Auch wenn die Kritik absolut ungerechtfertigt war, sollten Sie negative Bewertungen nicht löschen (lassen). Meistens finden unzufriedene Kunden andere Wege, ihren Unmut publik zu machen. Oftmals dokumentieren sie die negative Bewertung auch mit einem Screenshot. Wenn diese Bewertung dann gelöscht wird, wird dieser „Beweis“ an anderer Stelle im Internet gegen Sie verwendet. Der Schaden für Ihre Reputation ist enorm. Im Gegensatz dazu zahlt sich der professionelle Umgang mit kritischen Bewertungen aus:

69%

Unternehmen, die prompt auf negative Bewertungen reagieren, können mit einer 69% höheren Wahrscheinlichkeit ihre Reputation im Netz verbessern als jene, die nicht antworten. Innerhalb von nur 6 Monaten lässt sich dadurch die Gesamtbewertung um einen halben Stern verbessern.

Quelle: Yext 2018

70%

Ein professioneller Umgang mit negativen Bewertungen ist die beste Werbung für Ihr Unternehmen und sehr oft der Beginn einer langjährigen Geschäftsbeziehung. Hören Sie zu und befassen Sie sich ernsthaft mit den Anliegen Ihrer Kunden!

Die Wahrscheinlichkeit, dass ein unzufriedener Kunde dadurch erneut bei Ihnen kauft, steigt um beachtliche 70%.

Quelle: SproutSocial 2016



10 PRAXISERPROBTE TIPPS HELFEN IHNEN

1.

Durchatmen und Ruhe bewahren!

Negative Bewertungen sind natürlich ärgerlich, insbesondere wenn sie noch dazu unsachlich und beleidigend geschrieben sind. Das Wichtigste ist, dass Sie jetzt erstmal Ruhe bewahren und sich keinesfalls zu einer Kurzschlussreaktion hinreißen lassen. Am besten ist es, wenn Sie ein Standard-Set an Antworten bereithalten, auf das Sie im Anlassfall zurückgreifen können. Diese vorgefertigten Antworten können Sie dann für den konkreten Fall anpassen. Am Ende dieses Leitfadens finden Sie einige Beispiele für eine professionelle Reaktion.

2.

Freundlich bleiben!

Blieben Sie in jedem Fall höflich und freundlich, auch bei negativen oder sogar unfairen Kommentaren! Bedanken Sie sich bei dem User für seine Rückmeldung! Das zeigt: Sie interessieren sich für die Meinung Ihrer Kunden und schätzen es, dass er oder sie sich die Zeit für eine Bewertung genommen hat. Sprechen Sie die Person - sofern angegeben - mit ihrem Namen bzw. Nicknamen an! Kommunizieren Sie auf Augenhöhe und geben Sie sich nicht überheblich! Gehen Sie nicht auf Provokationen ein und argumentieren Sie immer mit Fakten. Antworten Sie kurz und bündig, denn auch eine allzu lange Antwort verschreckt Leser und wird häufig nicht zu Ende gelesen!

3.

Schnell reagieren!

Wenn Sie eine negative Bewertung erhalten, sollten Sie nicht nur überlegt und freundlich, sondern auch rasch antworten. Wer negative Kommentare zu lange unbeantwortet lässt, erweckt den Eindruck, dass ihm die Kritik egal ist – sowohl beim Verfasser selbst als auch bei den Mitlesern. Mit einer zügigen Antwort vermeiden Sie außerdem, dass weitere unzufriedene Personen sich zu Wort melden. Ebenso reduzieren Sie das Risiko, dass potenzielle Kunden von der unbeantworteten Bewertung abgeschreckt werden.



10 PRAXISERPROBTE

TIPPS HELFEN IHNEN

4.

Kritik ernst nehmen!

Solange sich jemand nicht komplett im Ton vergreift oder persönlich beleidigend wird, sollten Sie jede Beschwerde ernst nehmen. Lesen Sie Bewertungen genau! Oftmals finden Sie hier wertvolle Verbesserungsvorschläge, über die Sie sich Gedanken machen sollten. War der Kunde unzufrieden mit dem Produkt? Hat sich ein Mitarbeiter falsch verhalten? Analysieren Sie das Problem! Versuchen Sie jedenfalls, den Kunden zu verstehen, und zeigen Sie sich mitfühlend – schließlich haben sich Ihr Produkt oder Ihr Unternehmen nicht von der besten Seite gezeigt! Zeigen Sie, dass Sie das Problem verstanden haben und helfen wollen! Wenn Sie das beschriebene Problem kurz aus Ihrer Sicht wiederholen und direkt im Anschluss Lösungsmöglichkeiten aufzeigen können, bringen Sie den Fall in ruhiges Fahrwasser.

5.

Lösung anbieten!

Sofern der Bewertungsautor Recht hat, sollten Sie sich für eine Entschuldigung nicht zu schade sein. Ehrlichkeit kommt besser an als Ausreden. Anschließend sollten Sie die nächsten Schritte skizzieren, mit denen Sie das Geschehene wiedergutmachen wollen oder aufzeigen, wie Sie bestimmte Probleme in Zukunft verbessern wollen. Natürlich können Sie auch auf Ihre Sicht der Dinge eingehen oder bestimmte Punkte hervorheben. Oftmals zeigen sich Nutzer aber bereits dann nachgiebig, wenn sie sich gehört fühlen. Zudem können potenzielle Kunden so erkennen, dass Sie sich darum bemühen, ein zufriedenes Nutzererlebnis zu schaffen. Wenn Sie der Ansicht sind, dass der Kunde im Unrecht ist, gehen Sie sachlich darauf ein, was schief gelaufen sein könnte und stellen Sie Ihren Standpunkt dar! Wenn Sie die Person nicht identifizieren und daher das Problem nicht genau nachvollziehen können, fragen Sie freundlich nach!



10 PRAXISERPROBTE

TIPPS HELFEN IHNEN

6.

Das Gespräch offline weiterführen!

In den meisten Fällen kann es sinnvoller sein, die Unterhaltung auf anderen Kanälen fortzuführen. Bieten Sie einen Anruf oder ein persönliches Gespräch an! Dort können Sie wirklich ins Detail gehen und Probleme besser klären und müssen nicht alles in der Öffentlichkeit diskutieren.

Je mehr der Fall öffentlich behandelt wird, desto mehr kritische Details werden möglicherweise sichtbar.

Äußern Sie sich nicht öfters als zwei Mal öffentlich zu demselben Sachverhalt!

7.

Holen Sie eine zweite Meinung ein!

Was Sie gut meinen, kann vielleicht in den Augen eines Anderen ganz anders ankommen. Deswegen ist es gut, ein kurzes Feedback von einem Freund, Kollegen oder Familienmitglied einzuholen. Wie würde er sich bei dieser Antwort fühlen? Ist die Antwort verständlich und nachvollziehbar? Wird das Problem gelöst? Besonders wichtig: Achten Sie auf Ihre Schreibweise! Grammatik- und Rechtschreibfehler lassen Sie unprofessionell erscheinen. Auch aus diesem Grund macht ein Kontrollblick eines Anderen auf jeden Fall Sinn.

8.

Respektvollen Umgang fördern!

Sie müssen sich nicht jede verbale Entgleisung gefallen lassen. Bei Hasskommentaren und Beleidigungen sollten Sie klar die Grenze aufzeigen. Erinnern Sie Nutzer an einen sachlichen und respektvollen Umgangston! Ebenso schreiben die HEROLD Bewertungsrichtlinien einen respektvollen Umgang vor. Sofern Nutzer dagegen verstoßen, löschen wir selbstverständlich die Bewertung. Das Sperren sollte aber immer die letzte Option sein und nur bei harschen Beleidigungen und falschen Anschuldigungen zum Einsatz kommen.



10 PRAXISERPROBTE TIPPS HELFEN IHNEN

9.

Positive Bewertungen sammeln!

Machen Sie negative Bewertungen mit positiven wieder gut! Zeigen Sie Interessenten, dass Ihre Kunden grundsätzlich sehr zufrieden mit Ihnen sind! Ein weiterer Vorteil: Durch neue positive Bewertungen rutscht die schlechte Bewertung weiter nach unten und ist somit weniger sichtbar. Machen Sie es Ihren Kunden so einfach wie möglich, positive Bewertungen abzugeben! Unsere Bewertungskärtchen sind eine gute Möglichkeit, schnell Bewertungen zu sammeln.

10.

Für positive Reviews bedanken!

Bedanken Sie sich auch für positive Bewertungen, schließlich würden Sie das ja auch „im echten Leben“ tun! Dies macht Ihr Unternehmen menschlich und sympathisch. Zeigen Sie, dass Sie sich über die Zufriedenheit freuen und nutzen Sie die Antwort keinesfalls als Werbeinstrument! Vergraulen Sie zufriedene Kunden nicht mit Werbung für bevorstehende Events oder Aktionen!

HEROLD

bringt's zamm.

MIT DIESEN
BEISPIELANTWORTEN
SOUVERÄN REAGIEREN



UMGANG MIT KUNDENFEEDBACK

Bedanken

1. BEISPIEL

Sehr geehrte/r Frau/Herr XY,
herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben,
unser _____ zu bewerten.
Wir freuen uns über jedes Feedback – nur so erfahren wir,
was unsere Gäste sich wünschen und können darauf reagieren.

2. BEISPIEL

Sehr geehrte/r Frau/Herr XY,
vielen Dank für Ihr Feedback!
Wir wollen den Wünschen unserer Kunden stets gerecht werden.
Aus diesem Grund ist es hilfreich, wenn Sie uns auf Verbesserungsmöglichkeiten und Probleme aufmerksam machen.

Verständnis zeigen

1. BEISPIEL

Verständlicherweise waren Sie – in Anbetracht der beschriebenen
Situation – mit Ihrem Aufenthalt bei uns nicht zufrieden.

2. BEISPIEL

Ihren Unmut und Ihre Kritik verstehen wir.
Da uns Kundenzufriedenheit sehr wichtig ist, versuchen wir Ihre
Anregungen schnellstmöglich umzusetzen.



UMGANG MIT KUNDENFEEDBACK

Kontaktmöglichkeit anbieten

1. BEISPIEL

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns Ihre Kritik ein wenig detaillierter schildern könnten.

Bei einem Telefonat können wir das Problem bestimmt schnell lösen.

Wir sind telefonisch unter _____ in der Zeit von _____ bis _____ gut erreichbar und freuen uns auf Ihren Anruf.

Gerne können Sie uns auch ein E-Mail an (am besten direkt den passenden Link einfügen) senden.

2. BEISPIEL

Wir bedauern, dass Sie von _____ enttäuscht sind.

Um eine Lösung zu finden, freuen wir uns, wenn Sie uns mitteilen, was Sie im Einzelnen gestört hat. Nur so können wir uns in Zukunft verbessern.

Über einen konkreten Hinweis per E-Mail an (am besten direkt den passenden Link einfügen) wären wir dankbar.



UMGANG MIT KUNDENFEEDBACK

Unklarheiten beseitigen

1. BEISPIEL

Es ist sehr schade, dass Sie von _____ enttäuscht sind.
Wenn Sie uns mitteilen, was Sie im Einzelnen gestört hat,
werden wir uns schnellstmöglich mit dem Problem
befassen und eine Lösung finden.

2. BEISPIEL

Wir bedauern sehr, dass Sie mit _____ nicht zufrieden
waren. Vielleicht möchten Sie uns genauer beschreiben, was Sie
gestört hat? Dann sind wir in der Lage, die Probleme zu lösen und
unser _____ zu verbessern.

Lösung anbieten

1. BEISPIEL

Vorfälle wie diese sind bei uns eine Ausnahme.
Ursache dafür war _____.
Wir haben bereits _____ eingeleitet/umgesetzt/verbessert.

2. BEISPIEL

Zu Ihrem Kritikpunkt: _____. Dies haben wir _____ gelöst/
thematisiert/aufmerksam gemacht. Zusätzlich haben wir _____
umgesetzt. Wir würden uns daher freuen, wenn Sie uns eine zweite
Chance geben. Gerne laden wir Sie zu _____ ein, damit Sie
sich von den Verbesserungen überzeugen können.

HEROLD

bringt's zamm.

HEROLD Business Data GmbH 2340 Mödling, Guntramsdorfer Straße 105
T +43 2236 401-38133 | E bewertung@herold.at | www.herold.at