

SCHLECHTE ONLINEBEWERTUNGEN? SO REAGIEREN SIE RICHTIG!

Ob auf Google, Facebook, Ihrer eigenen Internetseite oder sonstigen Bewertungsportalen, es kann immer vorkommen, dass jemand Ihrem Unternehmen eine schlechte Bewertung schreibt. Doch wie können Sie auf schlechte Bewertungen aufmerksam werden und wie reagieren Sie richtig?

? FRAGE



Wie und wo kann man schlechte Bewertungen finden?

! ERKLÄRUNG

Internetlösungen ermöglichen es Ihnen benachrichtigt zu werden, sobald ein neuer Inhalt zum Unternehmen im Internet veröffentlicht wurde. Wir haben Ihnen einige Lösungen aufgelistet:

- **Google my Business**
 - Kostenfrei
 - Informiert über neue Bewertungen bei Google-Diensten
- **Google Alerts**
 - Kostenfrei
 - Durchsucht nur Inhalte aus Internetseiten und Blogs
- **Talkwalker Alerts**
 - Kostenfrei
 - Durchsucht Inhalte aus Internetseiten, Blogs, Foren und Twitter
- **Hootsuite**
 - Erhältlich ab 25 Euro pro Monat
 - Durchsucht Inhalte aus sozialen Netzwerken
- **Awario**
 - Erhältlich ab 29 Euro pro Monat
 - Durchsucht Inhalte aus Internetseiten, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Reddit und Blogs
- **Facebook und andere soziale Netzwerke**
 - Benachrichtigt wenn jemand mit der Unternehmensseite interagiert



Eine schlechte Bewertung – und was nun?

1. Probieren Sie herauszufinden, warum der Kunde unzufrieden ist.

Wissen Sie welcher Mitarbeiter mit dem Kunden in Kontakt war? Dann befragen Sie ihn und probieren Sie herauszufinden, was bei der Dienstleistung schiefgelaufen sein könnte.

2. Reagieren Sie auf die Bewertung.

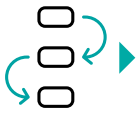
Genauso, wie Sie auf gute Bewertungen reagieren sollten, sollten Sie auch auf schlechte reagieren. Achten Sie beim Antworten auf folgende Punkte:

- **Antworten Sie zeitnah**
 - Kunden erwarten, dass Unternehmen reaktiv sind.
 - Reagieren Sie bestenfalls noch am gleichen Tag.
- **Nehmen Sie das Feedback an und entschuldigen Sie sich**
 - Zeigen Sie dem Kunden, dass Sie seine Kritik ernst nehmen, dem Problem nachgehen und Ihr Unternehmen und Ihre Dienstleistungen verbessern wollen.
 - Geben Sie Fehler offen zu.
 - Entschuldigen Sie sich.
 - Stellen Sie die Aussage des Kunden nicht in Frage. Sie können die Erfahrung, die der Kunde gemacht hat, nicht nacherleben.
- **Halten Sie Ihre Antwort kurz und knackig**
 - Verfassen Sie keine langen Antworten mit Rechtfertigungen.
 - Sagen Sie nur das nötigste.
 - Bieten Sie dem Kunden an, Sie direkt zu kontaktieren und geben Sie ihm einen direkten Ansprechpartner, der ihm Lösungsvorschläge unterbreiten kann.
 - Gehen Sie sicher, dass die angebotene Lösung das gewünschte Ergebnis hervorbringt.
- **Blieben Sie freundlich**
 - Halten Sie Ihre Antwort sachlich.
 - Streiten Sie nicht mit dem Kunden.
- **Verfassen Sie keine Standardantworten**
 - Gehen Sie individuell auf Bewertungen ein.
 - Sprechen Sie den Kunden namentlich an.
 - Greifen Sie das genannte Problem in der Antwort auf.
- **Halten Sie die Antwort kundenspezifisch**
 - Äußern Sie nicht Ihre Meinung.
 - Machen Sie Ihre eigenen Annahmen nicht zu Ihrer Antwort.
 - Vermeiden Sie Ausdrücke wie „ich denke“ oder „ich fühle“.



? FRAGE

! ERKLÄRUNG



Wie können Beschwerden verwaltet werden?

Legen Sie fest, wie schlechte Bewertungen, die eine Nachverfolgung erfordern gehandhabt werden:

1. Antworten Sie dem Kunden auf seine Bewertung.
2. Identifizieren Sie wo und weshalb das Problem entstanden ist.
3. Entscheiden Sie, wer in Ihrem Unternehmen für die Lösung des Problems zuständig ist.
4. Definieren Sie, wer sicherstellt, dass dem Kunden eine zufriedenstellende Lösung angeboten wurde.
5. Probieren Sie den Kunden dazu zu ermutigen, seine Bewertung nach der Behebung des Problems anzupassen.
6. Wenn es sich um ein internes Problem handelt, probieren Sie eine Lösung dafür zu finden, so dass es sich nicht bei anderen Kunden wiederholt.



Wie können Sie neue Kundenbewertungen erhalten?

1. Erklären Sie Ihren Mitarbeitern die Wichtigkeit von Kundenbewertungen.
2. Fordern Sie Kunden aktiv auf Ihnen eine Bewertung zu hinterlassen.

- **Wen?**

- Prinzipiell können alle Kunden nach Bewertungen gefragt werden.
- Vermeiden Sie es, um die Authentizität der Bewertungen aufrecht zu erhalten, nur Kunden, von denen Sie wissen, dass sie Ihnen eine Top-Bewertung verfassen werden nach ihrer Meinung zu fragen.

- **Wann?**

- Nicht später als einen Monat nach Erhalt der Dienstleistung.

- **Wo?**

- Lassen Sie dem Kunden die Auswahl.
- Je mehr Plattformen Sie zur Auswahl stellen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie bewertet werden.

- **Wie?**

- Machen Sie den Kunden auf die Möglichkeit Feedback zu geben aufmerksam.
- Fragen Sie aktiv nach Feedback.
 - › Überreichen Sie Kunden direkt beim ersten Beratungsgespräch eine Visitenkarte mit Bewertungslink.
 - › Bilden Sie in Ihrem Laden oder Informationsmaterial QR-Codes zu den Bewertungsportalen ab.
 - › Lassen Sie dem Kunden mit der Dankesemail oder Rechnung eine Feedback-Anfrage mitzukommen.
 - › Motivieren Sie Kunden durch Gewinnspiele dazu, ihre Meinung zu teilen.



Zu Unrecht schlecht bewertet – was tun?

Google

- Melden Sie Bewertungen, die nicht mit den Google-Richtlinien übereinstimmen.

Facebook

- Entscheiden Sie, ob Sie auf Ihrer Unternehmensseite Rezensionen zulassen wollen.
- Melden Sie Bewertungen, die nicht mit den Facebook-Richtlinien im Einklang sind.

Für weitere Tipps und Beispiele:

