



# Proven Expert

It's All About Trust

## GASTBEITRAG

### Umsatz steigern mit Kundenbewertungen - an diesen 5 Stellschrauben müssen Sie drehen

„Wenn Sie mit Kundenbewertungen im Netz präsent sind, erreichen Sie Interessierte genau dann, wenn sie offen für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung sind. Das ist Gold wert.“  
(Remo Fyda, Co-Founder ProvenExpert)

Berlin, 27. Februar 2018. Das professionelle Arbeiten mit Kundenbewertungen hat sich mittlerweile in vielen Branchen als Wundermittel für mehr Erfolg herumgesprochen. Doch warum ist das so? Eine interne Umfrage der Bewertungs-Plattform [ProvenExpert.com](https://www.provenexpert.com) ergab im Schnitt 10% mehr Umsatz bei befragten Kunden. Wo sind die Stellschrauben im Umgang mit Kundenbewertungen, an denen Unternehmen drehen können, um noch erfolgreicher zu werden? Remo Fyda, CEO von ProvenExpert, über die Hintergründe des Erfolgs mit Kundenbewertungen.

#### Zusätzliches Google-Suchergebnis mit relevanten Informationen

Grundsätzlich gilt: Wer ein Produkt oder eine Dienstleistung sucht, recherchiert heute im Netz bei Google und Co. Tatsächlich nutzen [97% der Verbraucher](#) das Internet, um ein lokales Unternehmen zu finden. Abgesehen vom eigenen Webauftritt, [72% der gemeldeten Unternehmen](#) haben einen, bietet ein ProvenExpert-Profil ein weiteres Suchergebnis. Ein Ergebnis mit dem Inhalt, der mittlerweile auf den meisten Webseiten einen eigenen Menüpunkt darstellt: REFERENZEN. Auf einem ProvenExpert-Profil werden Kundenbewertungen aus all Ihren Quellen gebündelt und strukturiert dargestellt. So haben Kunden einen Einblick in Ihre Arbeit und Sie als Unternehmen den Überblick. Außerdem sind die Profile SEO optimiert und Sie profitieren automatisch von der Reichweite der Marke ProvenExpert.

**1. Stellschraube:** Ihre gesammelten Referenzen bieten ein wertvolles zusätzliches Suchergebnis. Außerdem bieten aktive Aufforderungen im Profil wie „Bitte um Rückruf“ oder „Nachricht schreiben“, die Möglichkeit, mit potenziellen Kunden in Kontakt zu kommen. Und Aktivität zahlt sich aus – nicht selten als zusätzliche konkrete Anfrage.

#### Fragen beantworten, bevor sie gestellt werden

Wer sich verstanden fühlt, lässt sich ohne Frage besser überzeugen. Bieten Sie potenziellen Kunden einen möglichst großen Einblick in Ihre Arbeit, indem Sie aktiv Bewertungen einholen. Mehr Bewertungen bieten mehr Sichtbarkeit und erhöhen so Ihr Ranking bei Google und gleichzeitig Ihre Glaubwürdigkeit. Fragen Sie ruhig aktiv unterschiedliche Leistungen ab. Je mehr Themengebiete in Kundenbewertungen vertreten sind umso besser. Jeder Kunde ist anders, daher sind viele unterschiedliche Bewertungen enorm wertvoll. Kann sich ein interessierter Neukunde mit einer Bewertung identifizieren, haben Sie ihn schon erreicht.

**2. Stellschraube:** Viele Kunden vergessen einfach zu bewerten, vor allem, wenn alles bestens war. Oder sie geben kein Feedback, da bereits eine ähnliche Meinung vorhanden ist. Doch



# Proven Expert

It's All About Trust

## GASTBEITRAG

Wiederholungen sind in diesen Fällen unbedingt gewollt. Laden Sie aktiv zu Bewertungen ein und scheuen Sie sich nicht vor der Erinnerungsfunktion – denn Kundenmeinungen sind weitaus authentischer als jeder Werbeauftritt. So überzeugen bestehende Kunden potenzielle Neukunden.

### **Professionelles Siegel schafft Vertrauen**

Der Effekt eines professionellen Siegels ist enorm. Oder haben Sie sich noch nie von einem TÜV Siegel oder ähnlichem beeinflussen lassen? Siegel fallen auf und vermitteln ein Gefühl von Sicherheit und Vertrautheit. Nutzen sie diese Möglichkeit und stellen Sie die Summe all Ihrer Bewertungen und den Sternedurchschnitt werbewirksam dar. Das Siegel ist Ihr authentisches Aushängeschild, denn nichts ist glaubwürdiger als unabhängige Kundenmeinungen. Zeigen Sie, wie gut Sie sind – eine transparente Arbeitsweise und möglichst viele positive Bewertungen sind bares Geld wert.

**3. Stellschraube:** Binden Sie das Bewertungssiegel auf Ihrer [Webseite und auf Social Media Kanälen](#) ein. So sind all Ihre Referenzen übersichtlich gebündelt und auch für potenzielle Kunden leicht auffindbar.

### **Nutzen Sie die Macht der Sterne**

Sichtbarkeit ist das A&O im Zeitalter des Internets. Mit den typisch orange-farbenen Google-Sternen ziehen Sie die Aufmerksamkeit auf sich. Wenn wir nach einer Dienstleistung oder einem Produkt suchen, schauen wir mittlerweile automatisch, was andere dazu sagen. Die Sterne machen die Summe Ihrer gesammelten Bewertungen direkt sichtbar. Übrigens: [88% der Verbraucher](#) vertrauen Online-Bewertungen genauso wie persönlichen Empfehlungen. Ziel ist es also, in den Google-Suchergebnissen so auffällig wie möglich gelistet zu sein.

**4. Stellschraube:** Im ProvenExpert Bewertungs-Siegel sowie auf Ihrem Profil sind die Google Sterne automatisch mit eingebunden. Ihre persönlichen Bewertungs-Sterne können Sie außerdem an den Unterseiten Ihrer Webseite anzeigen lassen. Dadurch haben Sie nachweislich mehr Klicks als ohne Google-Sterne.

### **Reflektieren Sie Ihre Arbeit**

Unsere interne Umfrage bei ProvenExpert ergab, dass Unternehmen im Schnitt 15 Minuten wöchentlich in Ihr Bewertungsmanagement investieren. Das beinhaltet beispielsweise ein „Dankeschön“ für zufriedene Kunden oder eine Analyse der Anmerkungen von unzufriedenen Kunden und eine entsprechend lösungsorientierte Antwort. Nehmen Sie sich diese verhältnismäßig wenige Zeit für einen enorm großen Mehrwert. Reflektieren Sie die Meinungen Ihrer Kunden - ein besseres Qualitätsbarometer gibt es nicht.

**5. Stellschraube:** Nutzen Sie diesen direkten Kommunikationsweg zum Kunden. Und haben Sie keine Angst vor kritischen oder gar negativen Bewertungen. Hier eröffnet sich die

## **GASTBEITRAG**

Chance, Ihre Kundenorientierung gekonnt zu platzieren. Denn negative Bewertungen werden bis zu dreimal mehr angeklickt als positive.

### **Über Remo Fyda:**

Der Marketing-Experte Remo Fyda betreut seit über 17 Jahren Konzerne bei der Umsetzung ihrer Online-Strategie und deckt dabei alle Facetten der digitalen Kommunikation ab. Als langjähriger Projektleiter und Berater bei Cybay New Media war er unter anderem für Kunden wie AEG, Continental, die KKH-Allianz, Konica Minolta, die Nord LB, Rossmann, TUIfly, Euler Hermes, VW oder die VHV-Gruppe verantwortlich. Zuletzt gründete der studierte Medieninformatiker 2011 erfolgreich die Neoskop GmbH, eine Full-Service-Agentur für digitale Kommunikation. Seit 2013 ist er CEO von ProvenExpert.com, der Online-Plattform für qualifiziertes Kundenfeedback und Bewertungsaggregation.