

PRESSEMITTEILUNG

Interne Erhebung: der Kunde als Botschafter – wie Reisebüros und -Veranstalter mit Kundenbewertungen arbeiten

- Reisebüros und -Veranstalter werden im Schnitt mit 4,75 Sternen bewertet
- Diejenigen, die zusätzlich auch aktiv Bewertungen anfragen, haben durchschnittlich 50% mehr Feedback auf ihrem Profil
- Gut 23% der befragten Kunden geben eine Bewertung ab

Berlin, 13. März 2018. Der nächste Urlaub steht vor der Tür - doch wohin in der freien Zeit? Die Urlaubsrecherche hat sich 2017 weiter ins Netz verlagert: [62% der Deutschen](#) suchten ihr Urlaubsziel online. Wohl auch ein Grund, warum das Thema [eTravel World](#) auf der diesjährigen ITB ein eigenes Segment belegte. Hier wurde der Frage nachgegangen, wie Kunden zu Botschaftern des eigenen Unternehmens gemacht werden können. Eine Antwort darauf hat die [Bewertungs-Plattform ProvenExpert.com](#). Eine interne Erhebung ergab, dass Reisebüros und -Veranstalter, die aktiv mit dem Tool arbeiten, rund 50% mehr Bewertungen vorweisen können. Dabei hinterließen 46% der zufriedenen Kunden auch einen Erfahrungsbericht.

Schwärmen ist Werben

Online eine Reise zu buchen ist mittlerweile kinderleicht. So buchten 2016 rund [26,62 Millionen Urlauber](#) ihre Reise im Internet. Doch manchmal sind die vielen Angebote im Netz einfach zu viel. Wann haben Sie zuletzt einen Trip nach Amerika oder Afrika geplant? Eine interne Erhebung der Bewertungs-Plattform ProvenExpert ergab, dass vor allem spezialisierte Reiseveranstalter wie z.B. [FE-Reisetouristik-GmbH](#), die eine Rom-Reise mit Audienz beim Papst anbieten, zunehmend die Möglichkeit eines aktiven Bewertungsmanagements für sich zu nutzen wissen. Mit 545 Bewertungen und einem Sternedurchschnitt von 4,65 (Note SEHR GUT) weiß das Unternehmen, dass Eindrücke von Kunden weitaus authentischer sind als jede eigene Werbeaussage. Remo Fyda, CEO von ProvenExpert, rät: „Nutzen Sie das Potenzial Ihrer zufriedenen Kunden und lassen Sie sie erzählen, was Ihre Beratung für einen Mehrwert gebracht hat“. Gerade kleinere Reisebüros seien hier noch viel zu passiv.

Wo erreichen Reisebüros und -Veranstalter potenzielle Kunden?

Wer heute offline wahrgenommen werden will, muss online präsent sein. „Ihre potenziellen Kunden wollen unabhängig von Ort und Zeit entscheiden, mit wem sie ihre wertvolle freie Zeit gestalten wollen“, so Bewertungsexperte Fyda. Laut interner Erhebung des Unternehmens konnten 5 Bewertungsplattformen herausgefiltert werden, die Reiseveranstalter im Schnitt am häufigsten in ihr Profil eingebunden haben. Tatsächlich werden passive Portale, auf denen jeder bewerten kann, egal ob Kunde oder nicht, eher in Maßen genutzt. So sind es bei Google 30,5% sowie bei Facebook 21%. Portale wie golocal (5,2%), cylex (3,2%) und meinungsmeister (2,1%) machen sogar nur einen einstelligen Anteil aus. Einen Social-Media-Account gaben immerhin rund 77% der Reisebüros und -Veranstalter an. Doch wie wird der Kunde nun zum Botschafter?

PRESSEMITTEILUNG

Urlauber sind offen für Bewertungen

„Fragen Sie aktiv nach Bewertungen bei Ihren zufriedenen Kunden und zeigen Sie Ihren Kollegen und der Welt, wie gut Ihr Team funktioniert“, empfiehlt Remo Fyda. Das motiviert und lohnt sich zugleich - im Schnitt erhalten Reisebüros und -Veranstalter dadurch mehr als doppelt so viele Bewertungen auf ihrem Profil als diejenigen, die lediglich Bewertungen aus unterschiedlichen Quellen bündeln. Laut interner Erhebung geben durchschnittlich gut 23% der befragten Urlauber ein Feedback. „Nutzen Sie auch die Erinnerungsfunktion, denn jede Meinung erhöht ihre Sichtbarkeit“, so Fyda weiter. Gerade in der Reisebranche kann ein Feedback thematisch sehr unterschiedlich ausfallen, je nachdem, wann ein Kunde antwortet. War die Beratung gut, die Empfehlungen sinnvoll, die Reiseroute gut organisiert? „Je mehr Bewertungen Sie haben, umso besser erreichen Sie auch die unterschiedlichen Interessen Ihrer potenziellen Kunden“, so der Bewertungsmarketing-Experte. Kann sich ein Urlaubssuchender mit einer Bewertung identifizieren, haben sie ihn schon erreicht. So überzeugen Kunden potenzielle Kunden.

Aktivität zahlt sich aus

Unzufriedene Kunden geben aus eigenem Antrieb mehr Bewertungen ab, das ist kein Geheimnis. Doch Unternehmen, die proaktiv Kundenfeedback einholen, steigern nicht nur die Anzahl der eingeholten Bewertungen, sondern generieren zudem im Schnitt [94 Prozent positives Feedback](#). Das sind durchschnittlich 20-30% mehr als ohne aktives Zutun. Außerdem: „Wenn Sie mit einem professionellen Bewertungsmanagement arbeiten, haben Sie und potenzielle Kunden den Überblick über all Ihre Bewertungen“, erklärt Fyda. Damit haben Sie Ihre Reputation im Griff und erscheinen für Urlaubsanwärter transparenter. Die interne Erhebung zeigt einen Gesamtbewertungsdurchschnitt bei Reisebüros und -Veranstaltern von 4,75 Sternen. Dabei bewerteten unzufriedene Kunden eher wortkarg – nur 1% hinterließ einen Kommentar. „Bieten Sie kritischen Kunden immer eine lösungsorientierte Antwort oder einen direkten Ansprechpartner“, empfiehlt Fyda. So nehmen Sie die Luft aus den Segeln. Zufriedene Kunden hingegen gaben zu 46% einen Erfahrungsbericht ab – Feedback, das jederzeit für potenzielle Kunden sichtbar ist. Bewertungsexperte Fyda résumiert: „Ihre Kunden sind nicht nur Ihre beste Werbung, sondern auch Ihr wertvollstes Qualitätsbarometer“.

Über ProvenExpert

ProvenExpert.com ist mit Remo Fyda als CEO mittlerweile eine der bekanntesten Online-Plattformen für qualifiziertes Kundenfeedback und Bewertungsaggregation in der DACH-Region. Das Bewertungsmarketing-Unternehmen bietet seit 2011 branchenspezifische Umfragevorlagen, mit denen in nur wenigen Minuten wertige Kundenfeedbacks eingeholt werden können. Umfragen, die detailliert zeigen, was Kunden begeistert, wie zufrieden sie sind und wo Potenziale liegen. Das generierte Feedback kann werbewirksam mit dem ProvenExpert-Bewertungssiegel und –Profil im Internet präsentiert werden – gebündelt mit allen Bewertungen, die auf über 320 Portalen wie z.B. Facebook oder Google gesammelt werden. Bereits mehr als 34.000 Freiberufler, Mittelständler und größere Unternehmen holen mit Online-Umfragen



It's All About Trust

PRESSEMITTEILUNG

von ProvenExpert.com das Feedback ihrer Kunden ein. Seit Mai 2017 steht ProvenExpert Nutzern weltweit auch auf Englisch zur Verfügung.