



Wie man den eigenen Ruf optimiert

Mehr Unternehmenserfolg mit guten Online-Bewertungen

Online-Bewertungen sind ein wichtiger Faktor für den eigenen Unternehmenserfolg – nicht nur beim Verkauf von Produkten und Dienstleistungen, sondern auch in Online-Jobbörsen. Doch wie können SHK-Handwerker gute Bewertungen erzielen? Und wie sollte man mit negativen Bewertungen umgehen, damit diese später einen positiven Effekt haben?

Online-Bewertungen beeinflussen heute die meisten Kaufentscheidungen: Rund 63 Prozent der Kunden lesen Online-Bewertungen oft oder sogar vor jedem Kauf. Dies ist das Ergebnis einer Studie des Online-Marktplatzanbieters Capterra von Juni 2022. Demnach vertrauen 35 Prozent der Konsumenten Online-Bewertungen am meisten – noch vor Empfehlung von

Freunden (29 Prozent), Expertenmeinungen (21 Prozent) und dem allgemeinen Ruf des Unternehmens (8 Prozent). Für Handwerker quasi aller Gewerke bedeutet dies ein Umdenken: Denn Online-Bewertungen haben traditionelle Empfehlungen durch Freunde und Bekannte mittlerweile deutlich überholt. Kunden suchen jetzt immer öfter online eine Bestäti-

gung, dass sie die richtige Entscheidung treffen. Persönliche Empfehlungen ziehen deshalb meist eine zusätzliche Recherche im Internet nach sich – und wenn Handwerksunternehmen dort nicht zu finden sind oder keine Bewertungen besitzen, werden andere Dienstleister bevorzugt.

GEZIELT EINEN GUTEN RUF AUFBAUEN

Deshalb sollten sich Handwerksbetriebe frühzeitig einen guten Ruf im Internet aufbauen – mit Online-Bewertungen durch eigene Kunden. Der größte Vorteil: Durch gute Bewertungen heben sich SHK-Handwerker von Wettbewerbern ab, die wenige, keine oder schlechte Bewertungen haben. Aber auch die potenziellen Kunden profitieren: Mit Informationen aus erster Hand lassen sich oft deutlich bessere Kaufentscheidungen treffen. Laut Studien liegen Amazon und Google in Sachen Käufer-Vertrauen ganz vorn, aber auch unabhängige Dienste wie Trustpilot, soziale Netzwerke wie Facebook oder branchenspezifische Bewertungsplattformen spielen eine wichtige Rolle.

KUNDEN AKTIV UM BEWERTUNGEN BITTEN

Der Einstieg in die Welt der Online-Bewertungen kostet Handwerker vor allem eines: Zeit. Denn zunächst muss ein Account auf der jeweiligen Plattform angelegt werden. Für eine überzeugende Aufbereitung ist ein aussagekräftiges Profil besonders wichtig – mit Informationen zum eigenen Betrieb, zu angebotenen Produkten oder Dienstleistungen und zur Firmenphilosophie. Um Synergieeffekte zu nutzen, sollten auch wichtige Onlineaktivitäten verlinkt werden, beispielsweise die eigene Webseite, Online-Shops oder Profile in sozialen Medien. Damit sich Einsteiger bei der Vielzahl der Bewertungsplattformen nicht verzetteln, sollte man sich zunächst auf ein einziges Online-Portal konzentrieren – und nach ersten Erfolgen weitere hinzufügen. Ein guter Start ist ein kostenloser Eintrag bei „Google My Business“ (bit.ly/goo-bus). Der Vorteil: Mit guten Bewertungen können SHK-Betriebe hier gleichzeitig ihre Auffindbarkeit bei lokalen Ergebnissen der Google-Suche verbessern. Damit die digitale Empfehlungswelle ins Rollen kommt, gibt es zwei Möglichkeiten: Einfach abwarten – oder Kunden aktiv um eine Bewertung bitten. Die letztere Strategie ist meist erfolgreicher. Zur Orientierung können auch einige Kriterien vorgegeben werden, wie Zuverlässigkeit, Preis-Leistungsverhältnis, Qualität, Freundlichkeit oder Termintreue. Eine Gegenleistung sollten SHK-Handwerker dafür nicht anbieten, denn „gekaufte Bewertungen“ könnten ein schlechtes Licht auf den Betrieb werfen.

AUS KRITIKERN FANS MACHEN

Die Erfahrung zeigt, dass zufriedene Kunden nach Aufforderung gern bereit sind, eine gute Bewertung zu hinterlassen. Gleichzeitig sind es aber gerade verärgerte Kunden, die Betriebe ganz ohne Aufforderung bewerten. Dies sollte Handwerksbetriebe aber nicht abschrecken, sich dem Kundenurteil zu stellen – im Gegenteil: Häufig kann gerade der professionelle Umgang mit schlechten Bewertungen zum positiven Bild beitragen. Dazu sollten Beschwerden ernst genommen werden. Durch Nachbesserung oder besondere Goodies werden so nicht selten aus Kritikern begeisterte Kunden.

GEGEN FALSCHAUSSAGEN VORGEHEN

Konsequent vorgehen sollen Handwerks-

betriebe gegen Fake-Bewertungen oder Falschaussagen: Bei Beleidigungen, Schmähkritik oder unwahren Tatsachenbehauptungen ist die Grenze der freien Meinungsäußerung überschritten. Hier haben Handwerker – je nach Fall – verschiedene Möglichkeiten: Sie können den Bewertenden und/oder den Betreiber des Bewertungsportals zur Löschung des Kommentars auffordern oder in schweren Fällen Strafanzeige stellen. Bleibt die Gegenseite uneinsichtig, ist zur Durchsetzung der eigenen Ansprüche ein Rechtsanwalt empfehlenswert.

Bilder: canva.com

Autor: Thomas Busch

