

Bewertungsplattformen bieten Chancen

Text **Petra Braun** und **Raphael Briner**

Heute wird alles im Internet bewertet. Positive Kommentare erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens. Konstruktive Reaktionen auf negative Bewertungen können Kunden binden und helfen, die eigene Dienstleistung zu verbessern. Es empfiehlt sich, als Maler- oder Gipserbetrieb Bewertungsplattformen aktiv zu nutzen – seien es bereits vorhandene, sei es eine eigene.



Eine kompetente Reaktion auf negative Kommentare kann zu steigender Kundenzufriedenheit führen.

Wer heutzutage eine fremde Stadt besucht, kauft sich meist keinen Reiseführer mehr. Knurrt der Magen, geben Online-Portale wie Tripadvisor Auskunft darüber, wie andere Touristen die Lokale in der Ortschaft eingestuft haben. Das ist ein Entscheidungskriterium für die Wahl eines Restaurants.

Besonders wichtig sind Internetratings auch für Anbieter von Dienstleistungen wie Maler- und Gipserarbeiten. Dazu ein paar Fakten:

- 87 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer nutzen das Internet mehrmals pro Woche.
- 78 Prozent der Kunden lassen sich von Online-Bewertungen beeinflussen.
- Internetbewertungen gibt es heute für jedes Produkt und jede Dienstleistung.

Umsätze steigern

Positive Bewertungen erhöhen das Vertrauen der Kunden in ein Unternehmen. Sie steigern die Umsätze deutlich und verbessern das Ranking bei Google, sodass die entsprechende Firma von der gängigsten Suchmaschine besser gefunden wird. Wichtig zudem: Ehrliche Kunden-Feedbacks auch bei Problemen helfen dem Unternehmer, rechtzeitig wichtige Massnahmen für den Betrieb zu ergreifen.

Ko-Autorin Petra Braun ist Bereichsleiterin Marketing und Nachwuchsförderung des SMGV. Dieser Text beruht auf dem Referat, das sie an den Marktblitz-Veranstaltungen 2020 gehalten hat.

Bewertungen im Internet sind aber nur dann relevant und nützlich, wenn sie ein paar Kriterien erfüllen:

- Kommentare in Textform
- Einfach nachvollziehbares Rating, zum Beispiel Sterne oder Noten
- Hohe Anzahl an Bewertungen
- Aktualität (vor nicht allzu langer Zeit abgegeben)
- Bewertungen von echten Kunden.

Um Bewertungen im Internet nutzen zu können, muss man sie erst mal bekommen und das in möglichst guter Qualität, also nach den oben beschriebenen Kriterien. Folgende Massnahmen helfen dabei:

- Bei wichtigen Bewertungsplattformen ein Profil anlegen und laufend aktuell halten.
- Kurz nach dem Auftragsabschluss die Kunden um eine Bewertung bitten.
- Keine Fake-Bewertungen kaufen oder erstellen. Das ist wettbewerbsrechtlich nicht erlaubt.
- Allenfalls eigenes Kundenbewertungstool auf der Website einführen.

Immer reagieren

Es besteht selbstverständlich immer das Risiko, dass Kundenbewertungen berechtigter- oder unberechtigterweise negativ ausfallen. Grundsätzlich soll man auf alle Kommentare nach folgenden Kriterien reagieren:

- Auf positive und besonders auch auf negative Bewertungen schnell und konstruktiv reagieren.

Bewerten Sie uns!

Wir freuen uns über Ihre Rückmeldung, die helfen uns dabei, uns stetig zu verbessern.

Entspricht das Resultat Ihren Erwartungen? *

Wären Sie mit unserem Mitarbeiter punkto Auftreten und Höflichkeit zufrieden? *

Sind Sie mit der Qualität der Arbeiten zufrieden? *

Würden die Arbeiten termingerecht ausgeführt? *

Wie ist Ihr genereller Eindruck vom Unternehmen? *

Name *

Postname

Postleitzahl

E-Mail Adresse *

Telefonnummer *

Ort *

Umbauung

Alle Angaben sind für Rückmeldung und zur Verbesserung der Arbeit.

Die Urs Haller AG bietet auf ihrer Website den Kunden die Möglichkeit, eine Bewertung abzugeben.

- Bei Kritik zu Fehlern stehen, entschuldigen (auch wenn kein eigener Fehler), Lösung anbieten, Versprechen einhalten.
- Reklamation als Chance sehen: Wenn die Reaktion des Unternehmens darauf kompetent ausfällt, sind die Kunden zufriedener und treuer als zuvor.

Positive Überraschung

Die Urs Haller AG, ein Maler-, Gipser- und Trockenbauunternehmen mit 15 Mitarbeitenden in Aesch LU, hat ein eigenes Bewertungstool auf seiner Firmenwebsite www.haller-umbau.ch. Die Kunden können online per Regler diverse Bereiche wie Qualität der Arbeiten oder Auftreten der Mitarbeitenden beurteilen. Möglich ist das Eintragen einer schriftlichen Bewertung in wenigen Sätzen, die dann auf der Website erscheint. Eingebettet sind auch Videos mit Kundenaus-

sagen. Die Verantwortlichen der Urs Haller AG sind von der Menge der Bewertungen positiv überrascht worden. Sie erhalten auch Rückmeldungen, dass die vorhandenen Kundenaussagen auf der Webseite neue Aufträge generieren. Klar ist: Die Bewertungen sind ein Einfallstor für potenzielle Kunden.

Kein Selbstläufer

Ein Selbstläufer ist das Bewertungstool allerdings nicht. Es ist in den After-Sales-Prozess eingebettet. Das ERP (vom Unternehmen selber erstelltes Offert-Auftragsverwaltungsprogramm) generiert nach Abschluss des Auftrags ein Mail, in dem der Kunde dazu aufgefordert wird, eine Bewertung abzugeben. Die meisten sind nach der Erfahrung der Urs Haller AG dazu bereit. Publiziert werden alle Feedbacks, auch die wenigen negativen. Diese nutzen die Verantwortlichen, um den Kunden zu kontaktie-

ren und aufgrund von dessen Aussagen die Abläufe im Unternehmen zu verbessern. Es kommt aber auch vor, dass auf die Veröffentlichung verzichtet wird. Dies zum Beispiel, wenn jemand einen Kommentar schreibt, ohne dass das Unternehmen einen Auftrag für ihn ausgeführt hat. In einem konkreten Fall geht es um jemanden, der die von der Urs Haller AG ausgeführte Fassade eines Nachbarn schlecht bewertet hat, weil er Differenzen mit diesem Nachbarn hat.

Vorteil Löscharkeit

Diese Möglichkeit zur Nichtpublikation beziehungsweise Löschung von ungerechtfertigter Kritik ist einer der grossen Vorteile von firmeneigenen Bewertungsportalen gegenüber fremden. Auf Google My Business zum Beispiel bleibt der negative Kommentar des Nachbarn des Kunden quasi in alle Ewigkeit im Internet sichtbar. ■

«CertiQua» – Kundenbewertungstool für Handwerker

Das «CertiQua»-Qualitätslabel ist vom SMGV und CertiQua gemeinsam lanciert worden. Es steht ausschliesslich SMGV-Mitgliedern zur Verfügung und wird nur an Fachbetriebe verliehen, die von den Kunden im CertiQua-Bewertungssystem regelmässig Bestnoten bekommen haben.

Das System generiert kaum Aufwand für Betrieb sowie Kunden und hat ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Gezeigt werden nur Unternehmen mit einer Durchschnittsbewertung von 5 oder mehr. Nach 10 positiven Bewertungen bekommt das Unternehmen das Qualitätslabel.

www.smgv.ch → Der SMGV → Mitgliedschaft → CertiQua