

Reputation im Griff: Auf diesen Bewertungsportalen dürfen Sie 2023 nicht fehlen

Ein neues Paar Schuhe, ein gutes Restaurant oder auch der neue Arbeitgeber sind nur ein paar Klicks entfernt. Wie aber sollen sich die Verbraucher bei dieser schier unendlichen Auswahl auf dem digitalen Markt richtig entscheiden? Offline wie online gilt: Kunden vertrauen anderen Kunden. Sie orientieren sich deshalb an den Rezensionen anderer Nutzer, Bewertungsportale können damit branchenübergreifend zum Erfolg, aber auch Misserfolg eines Unternehmens beitragen.

Welche Plattform ist die richtige?

Die Zahl der Plattformen ist gross und unübersichtlich, es gibt unterschiedliche Portale für verschiedenste Bereiche. Auf welche Kanäle sollten Unternehmen also aktiv setzen? Zuerst kommt es darauf an, ob ein Unternehmen eher von seinem Produkt, seiner Dienstleistung oder von sich als Arbeitgeber überzeugen will. Der Fokus sollte dabei auf Portalen liegen, auf denen die eigene Community bereits aktiv ist. Anfangs reicht es, sich auf zwei bis drei Plattformen zu konzentrieren. Unternehmen sollten zudem berücksichtigen, dass Kunden und Arbeitnehmer auf einigen Plattformen auch selbst Profile über Unternehmen anlegen können, zu denen Nutzer Bewertungen abgeben können. Es ist daher besonders wichtig, sämtliche Plattformen im Blick zu behalten.

Bewertungen als wichtiges Marketinginstrument

Ob Technik, Kleidung oder Spielwaren: Ein Grossteil der Internetnutzer in Europa kauft regelmässig online ein. In der Schweiz waren es 2021 nach einer Studie der Hochschule für Wissenschaft in Zürich sogar 87 Prozent. Die Coronapandemie hat den digitalen Markt stark beschleunigt. Um die Qualität der Produkte und Shops einschätzen und vergleichen zu können, recherchieren die Konsumenten nach Online-Bewertungen, zum Beispiel auf Google Unternehmensprofilen, Trustpilot und TrustedShops. Während TrustedShops speziell Online-Shops und ihre Produkte ins Visier nimmt, werden bei Google Unternehmensprofile und Trustpilot zusätzlich auch lokale Einzelhändler und Dienstleistungen bewertet.

Branchenübergreifend sollten Unternehmen ein besonderes Augenmerk auf Google legen. Bei Nutzung der Suchmaschine werden nicht nur Bewertungen zu Produkten angezeigt, sondern auch zu Dienstleistungen, Freizeiteinrichtungen, dem Gastgewerbe und vielem mehr. Kunden teilen dort ihre Erfahrungen, etwa zum Arztbesuch, zur Autoreparatur und zum Restaurant. Unternehmen aus der Gastronomie und Hotellerie können sich zudem auch auf branchenspezifischen Portalen wie Tripadvisor, HolidayCheck und Expedia präsentieren, wo Reisen nicht nur bewertet, sondern auch direkt gebucht werden können.

Orientierung für Bewerber und Arbeitnehmer

Für Arbeitgeber ist vor allem die im deutschsprachigen Raum grösste Plattform Kununu von Bedeutung. Aber auch Portale wie Indeed, Glassdoor und Stepstone, die neben Arbeitgeberbewertungen gleichzeitig auch als Jobbörsen fungieren, sind auf dem Vormarsch. Die Erfahrungsberichte von Bewerbern, aktuellen sowie ehemaligen Angestellten können anonym abgegeben werden und enthalten Informationen zum Arbeitsklima, Gehalt und dem Vorgesetztenverhalten.

Dauerhaft eine positive Reputation aufbauen

Mit einer guten Sichtbarkeit in den Portalen und positiven Bewertungen kann sich eine Firma oder Marke eine gute Reputation aufbauen, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Bewertungsportale geben Arbeitnehmern, Konsumenten und Kunden nicht nur eine Orientierung, die

Unternehmen selbst können die Rückmeldungen als Chance betrachten und sie für den eigenen Vorteil nutzen. Durch ein strategisches Bewertungsmanagement kann das Feedback konstruktiv moderiert und aktiv gesteuert werden. Wichtig ist, möglichst schnell, verständnisvoll und professionell auf Bewertungen einzugehen, sachlich und auf Augenhöhe zu kommunizieren und offen mit Kritik umzugehen. Das Eingestehen von Fehlern und die ehrliche Bereitschaft, Betriebsprozesse, den Service oder Produkte zu verbessern, können dazu führen, dass Kunden negative Kritik zurücknehmen. Mitlesenden zeigt der offene Austausch zudem, dass das Unternehmen an Kundenwünschen interessiert ist.

Durch regelmässigen positiven Content und die proaktive Anfrage nach Bewertungen lassen sich negative Beiträge verdrängen und langfristig eine starke Marke aufbauen.

Stets den Überblick behalten

Den Überblick über alle Bewertungsportale zu behalten und gegebenenfalls schnell und adäquat zu reagieren, ist mit Mühe und vor allem Zeit verbunden. Mithilfe intelligenter Tools für das Reputationsmanagement können alle Online-Bewertungen und somit auch die Reputation der eigenen Firma auf einen Blick automatisch erfasst, ausgewertet und per KI gemanagt werden. Eine praktische Lösung für alle, die ihr Bewertungs- und Reputationsmanagement fest im Griff haben wollen.



Über Alexander Hundeshagen

Als CEO der reputativ GmbH ist Alexander Hundeshagen seit 2015 Experte im Reputationsmanagement und Omnichannel-PR für den DACH-Raum. Die eigenentwickelte SaaS-Lösung reputation+ ergänzt dabei die branchenübergreifende und ganzheitliche Beratung im Bewertungsmanagement.



reputativ GmbH

Petzvalstrasse 38 · DE-38104 Braunschweig
hello@reputativ.com · www.reputativ.com