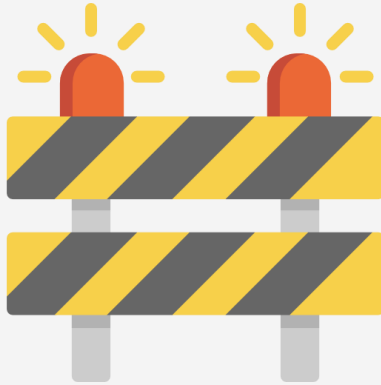




Umgang mit (negativen) Bewertungen

Negative Bewertungen sind unvermeidlich



E **Etsy**
„Sonnenbrille ist defekt - nicht durchsichtig!“

ebay **eBay**
„Ware war OK, Bin aber schon freundlicher für mein Geld empfangen worden
Antwort – Sorry, Kaffee gibts nur bei Abholung...“

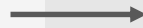
a **Amazon**
„Ich warte schon fast 2.wochen auf das teil!“
Antwort: „KEIN WUNDER! Denn wir warten schon fast 3 Wochen auf das Geld Du Knaller!“

Quelle: Beispiele von Bewertungen auf Amazon, eBay und Etsy

Gründe für negative Bewertungen



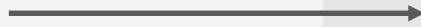
Produkt / Dienstleistung



Qualitätsprobleme,
Unvollständige Beschreibung
Schwer greifbares Produkt



Lieferkette



Darstellungsproblem
Versandprobleme
Herstellerprobleme



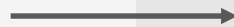
Support



Schlechte Erreichbarkeit
Umständliche Rückabwicklung
Ungeschultes Personal



Verkaufsplattform



Plattform im Vordergrund statt Händler
Bewertungssystem problematisch

Wo Bewertungen abgegeben werden, beeinflusst auch das Wie

**Durchschnittliche
Positive Bewertungen
pro Nutzer**

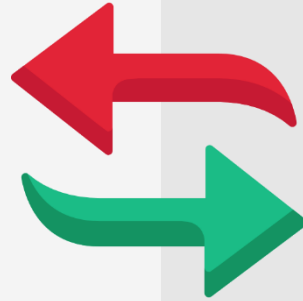


Quelle: Händlerauswertung 2016, Trustami GmbH, Datengrundlage ca. 50.000 Händler-Accounts

Negative Bewertung sind nicht unbedingt schlecht

4-Sterne sind genug

Mindestens 4-Sterne sind notwendig, damit (94%) Kunden kaufen. 1-10% negative Bewertungen sind kein Problem



Richtiger Umgang erhöht Kundenbindung

Schafft zusätzliches Vertrauen beim Kunden und hat eine Signalwirkung für alle anderen

Negative Bewertungen stärken Glaubwürdigkeit

Glaubwürdigkeit von 97-99% gegenüber 100% wird oft als höher empfunden

Unfaire negative Bewertungen

Merkmale

Unwahr und fehlende Argumente

Beleidigende Aussagen

Falscher Adressat

Fehlende sachliche Darstellung



Mögliche Gründe

Produktbeschreibung nicht gelesen

Produkt anders als vorgesehen verwendet

Bewertung von Umständen auf die der Händler keinen Einfluss hat

Druckmittel gegenüber dem Händler

Unfaire negative Bewertungen

**95% aller
Händler**

haben schon eine unfaire
Bewertung erhalten

**75% durch
Kundenverschulden**

und umfassen falsche Bestellungen
oder Bedienfehler



**5% von
Konkurrenz**

und sind Fake-
Bewertungen

**50% wegen
Paketzustellung**

und sind eigentlich nicht an
den Händler adressiert

Quelle: Händlerbund 2017, Unfaire Kundenbewertungen im Online-Handel

Zwei Arten von Bewertungen

Tatsachenbehauptung

Bezieht sich auf objektive Umstände in der Wirklichkeit, die nachweisbar sind.



Werturteil

Subjektive Meinungsäußerungen, sind begrenzt nachweisbar und können schwer angefochten werden.

Schmähkritik: Meinungsäußerung, die darauf abzielt, den Verkäufer zu diffamieren, herabzusetzen und zu beleidigen. „Idiot“ oder „Betrüger“

Pauschalbehauptung: Stark subjektiv geprägter Kommentar gilt als Werturteil. „Ramschladen“ oder „schlechtes Angebot“

Bewertung löschen lassen

Die Entscheidung darüber, ob eine Bewertung gelöscht werden kann, beruht oft auf Feinheiten in der Formulierung.

Praxisbeispiel „1 von 5: *Miserabler Service von X Computersysteme, Kundenfreundlich ist anders!*“ Das Gericht stellte fest, dass es sich bei der Aussage „miserabler Service“ nicht um eine Tatsachenbehauptung, sondern um eine Meinungsäußerung handelt.

Bewertung ist zulässig

Praxisbeispiel „*VORSICHT!!!! beide Steuergeräte defekt Vorsicht lieber woanders kaufen!*“ Das Gericht entschied, ein Käufer dürfe zwar niederschreiben, wenn die Ware tatsächlich defekt sei, aber nicht vor dem Verkäufer warnen.

Bewertung ist NICHT zulässig

Was sollte man tun und was nicht



Zeit nehmen und vorbereiten



Auf Feedback eingehen



Kontakt aufnehmen



Ignorieren

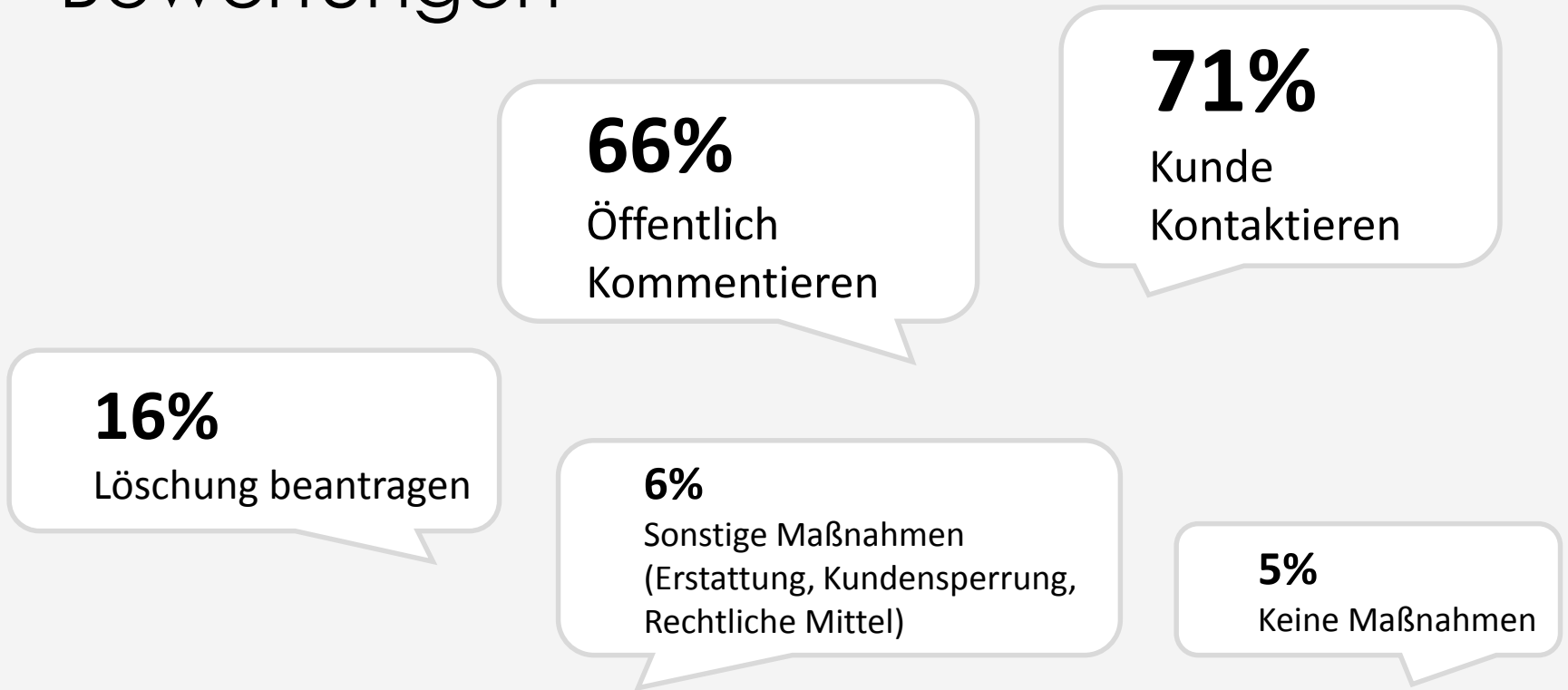


Persönlich nehmen



Öffentliche
Schlammschlacht

Wie reagieren Händler auf unfaire Bewertungen



Quelle: Händlerbund 2017, Unfaire Kundenbewertungen im Online-Handel

Beispiel Vapiano

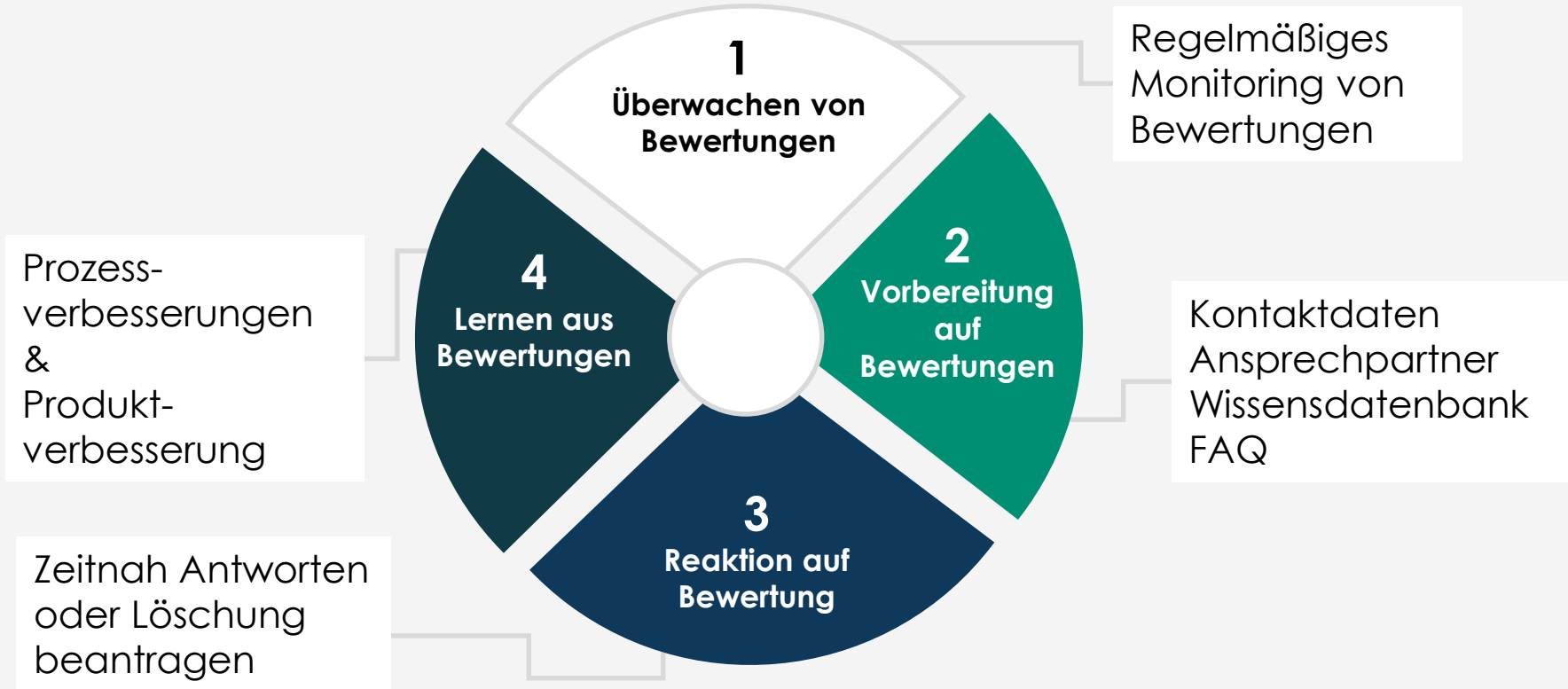
Eine Raupe im Essen
kann für Frische stehen.



*Kunden-Feedback:
„Bei Vapiano war’s
eigentlich immer recht
nett....bis gestern....leider
fehlt mir für Salat bei euch
in nächster Zeit erstmal
die Motivation!!!“*



Bewertungsmanagement



Fazit – Umgang mit negativen Bewertungen



Negative Bewertungen sind **kaum zu vermeiden**

Negative Bewertungen sind **nicht unbedingt schlecht**

Negative Bewertungen sollten **nicht ignoriert** werden

Art der negativen Bewertung beurteilen

Grund für negative Bewertung analysieren

Die richtige Reaktion auf negative Bewertung sollte **wohlüberlegt** sein

Unfaire Bewertungen können Sie **Löschen lassen**



Dr. Jonas Repschläger
CEO Trustami GmbH
info@trustami.com
T:+49 (0) 30 346 494 36 5



Bildquellen



Icons made by Freepik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Roundicons
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by monkik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Freepik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Freepik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Freepik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Those Icons
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by DinosoftLabs
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Freepik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Roundicons
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Freepik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY



Icons made by Freepik
from www.flaticon.com is licensed by CC 3.0 BY