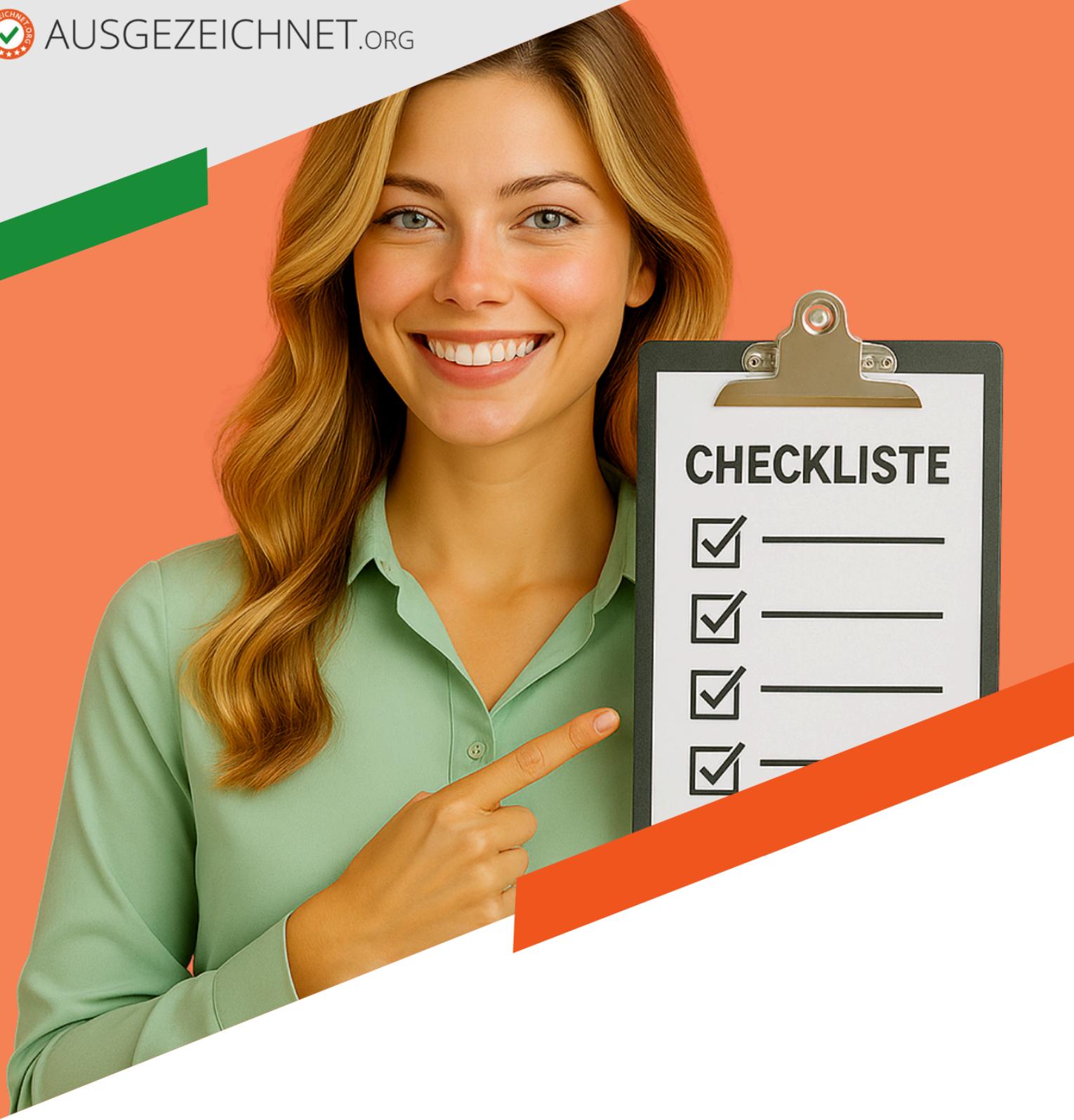




AUSGEZEICHNET.ORG



Checkliste für Kundenbewertungen



Checkliste

Bewertungen für Unternehmen

Diese Checkliste hilft dabei zu ermitteln, ob ein Unternehmen oder eine Website Kundenbewertungen benötigt, welche Funktionen sinnvoll sind, welche Ziele verfolgt werden und welche Bewertungsplattform(en) geeignet sein könnten.

Sie ist in vier Hauptabschnitte gegliedert:

1. Braucht das Unternehmen oder die Website Kundenbewertungen?	3
2. Welche Funktionen werden benötigt?	4
3. Welche Ziele sollen dadurch erreicht werden?	5
4. Welche Bewertungsplattform ist die richtige?	7
Zusammenfassung & nächste Schritte	8



1. Braucht das Unternehmen oder die Website Kundenbewertungen?

Branche und Angebot

- Handelt es sich um ein Produkt- oder Dienstleistungsangebot, das stark von Vertrauen, Qualität und Reputation lebt?
- Gibt es bereits Wettbewerber, die aktiv Kundenbewertungen einsetzen?
- Wie stark ist die Konkurrenz in Ihrem Marktumfeld?
- Sind Ihre Kunden auf Feedback angewiesen, um Ihre Entscheidung zu treffen?

Zielgruppe und Kaufentscheidungen

- Haben potenzielle Kunden viele Fragen vor dem Kauf oder der Inanspruchnahme Ihrer Dienstleistung?
- Orientieren sich Ihre Kunden häufig an Erfahrungen anderer (z.B. durch Mundpropaganda oder Online-Bewertungen)?
- Sind Kundenbewertungen in Ihrer Branche allgemein üblich (z.B. Restaurants, Hotels, Online-Shops)?

Aktuelle Kundenzufriedenheit

- Verfügen Sie bereits über Feedback-Kanäle (Support, Umfragen, Social Media)?
- Sind Sie mit der Quantität und Qualität des bisherigen Feedbacks zufrieden?
- Gibt es wiederkehrende Fragen oder Beschwerden, die durch öffentliche Bewertungen und Diskussionen transparenter gelöst werden könnten?

Ressourcen und Zeit

- Können Sie intern Kapazitäten aufbringen, um sich um Bewertungen zu kümmern (Kommentare moderieren, auf Kritik reagieren)?
- Gibt es einen Verantwortlichen oder ein Team, das sich darum kümmern kann?



Fazit aus diesem Abschnitt:

- ★ Wenn Kundenzufriedenheit und Vertrauen eine zentrale Rolle spielen und Sie Ihre Marktposition verbessern wollen, sind Bewertungen oft ein wichtiger Bestandteil.
- ★ Falls Sie aktuell bereits genügend Feedbackkanäle haben und Ihre Zielgruppe dort abgeholt wird, können Sie eventuell auf zusätzliche Bewertungsfunktionen verzichten.

2. Welche Funktionen werden benötigt?

Arten von Bewertungen

- Produktbewertungen:** Sollen Kunden einzelne Produkte bewerten können?
- Dienstleistungsbewertungen:** Brauchen Sie allgemeine Erfahrungsberichte zu Ihrem Service?
- Shop- bzw. Unternehmensbewertungen:** Sind Gesamtbewertungen des Shops bzw. Ihrer Marke sinnvoll?
- Projekt- oder Standortbewertungen:** Gibt es unterschiedliche Standorte oder Projekte, die einzeln bewertet werden sollen?

Bewertungsformate

- Sterne-System (1–5 Sterne, 1–10 Punkte usw.)?
- Schriftliche Rezensionen oder nur kurze Kommentar-Formate?
- Möglichkeit, Bilder oder Videos hochzuladen?
- Kategorisierte Bewertung (z.B. Qualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Kundenservice)?

Interaktionsmöglichkeiten

- Sollen Kunden Kommentare zu Bewertungen hinterlassen können (z.B. Diskussionen)?
- Dürfen andere Kunden die Bewertung als „nützlich“ oder „nicht nützlich“ markieren?
- Soll es eine Möglichkeit geben, direkt auf Bewertungen zu antworten (z.B. vom Service-Team)?



Verifizierte Käufer

- Möchten Sie nur Bewertungen von verifizierten Käufern zulassen (z.B. über eine Verknüpfung zum Bestellsystem)?
- Soll eine Anmeldung erforderlich sein oder sind auch anonyme Bewertungen möglich?

Moderation und Qualitätskontrolle

- Wie werden Bewertungen moderiert (Vorab-Freigabe, automatischer Spamfilter)?
- Sollen negative Bewertungen aus Transparenzgründen immer sichtbar sein?
- Gibt es Richtlinien oder Regeln für Bewertungen (z.B. Beleidigungen, Spam)?

Fazit aus diesem Abschnitt:

- ★ Wenn Interaktion, Verifikation und Moderation wichtig sind, dann empfiehlt sich ein Bewertungsportal für das aggregieren von Kundenfeedback.
- ★ Nicht zwingend erforderlich ist der Einsatz eines Bewertungsportals, wenn ungerechtfertigte Bewertungen nicht zu erwarten sind und beispielsweise Produktbewertungen auch über ein Shop-Plugin abgedeckt werden können.

3. Welche Ziele sollen dadurch erreicht werden?

Steigerung von Vertrauen und Glaubwürdigkeit

- Möchten Sie in erster Linie zeigen, dass Ihre Kunden zufrieden sind?
- Sollen skeptische Interessenten überzeugt werden?

Marktforschung und Produktverbesserung

- Wollen Sie die Bewertungen als Feedback-Kanal nutzen, um Ihr Angebot zu optimieren?
- Sollen konkrete Verbesserungsvorschläge oder Mängel offengelegt werden?



SEO, SEM und Online-Marketing

- Sind Bewertungen Teil Ihrer SEO- / SEM-Strategie
(Sterne in Google-Suchergebnissen, Rich Snippets, Google Ads Sterne)?
- Soll die Sichtbarkeit in Suchmaschinen erhöht werden?

Umsatzsteigerung und Conversion-Optimierung

- Sollen Bewertungen den Kaufprozess vereinfachen und die Kaufwahrscheinlichkeit erhöhen?
- Dient die Bewertungsfunktion als Verkaufsargument?

Kundenbindung

- Sollen Kunden durch aktive Beteiligung (Bewertungen, Diskussionen) enger an Ihr Unternehmen gebunden werden?
- Möchten Sie durch das Sammeln und Präsentieren von Feedback wiederkehrende Kunden gewinnen?

Fazit aus diesem Abschnitt:

- ★ Wenn es Ihnen um die Steigerung Ihrer KPIs geht, insbesondere bei der Neukundengewinnung und um Sichtbarkeit in Suchmaschinen, dann ist ein Bewertungsportal unbedingt zu empfehlen.
- ★ Wenn Bewertungen eher dem Qualitätsmanagement dienen und ehrliche Bewertungen auch negative Effekte haben könnten, könnte auch ein nicht öffentliches System sinnvoll sein.



4. Welche Bewertungsplattform ist die richtige?

Eigene Bewertungsfunktion oder externe Plattform?

- Bevorzugen Sie ein *In-House-System* (z.B. ein Plugin für Ihren Online-Shop), um Bewertungen direkt auf Ihrer Website anzuzeigen?
- Oder sollen Bewertungen bei *externe(n) Bewertungsportalen* (z.B. Google, Trusted Shops, Yelp) gesammelt werden?
- Welche Zielgruppe erreichen Sie über die jeweilige Plattform am besten?

Reichweite und Bekanntheit

- Ist die Plattform in Ihrer Branche etabliert und vertrauenswürdig?
- Erscheinen Bewertungen aus dieser Plattform prominent in Suchmaschinenergebnissen?

Funktionen und Kosten

- Welche Gebühren oder laufenden Kosten fallen bei externen Plattformen an?
- Welche technischen Voraussetzungen sind nötig? (API-Anbindung, Zertifikate etc.)
- Bietet die Plattform ein Dashboard oder Reporting-Tools, um Bewertungen auszuwerten?

Integrationsaufwand

- Lässt sich die Plattform einfach in Ihre bestehende Website oder Ihren Shop einbinden?
- Ist die Implementierung (z.B. Code-Snippets, Plugins) unkompliziert und ohne große Entwicklungsressourcen möglich?

Vertrauen und Seriosität

- Genießt das Bewertungsportal einen guten Ruf bei Kunden?
- Werden Fake-Bewertungen effektiv unterbunden (z.B. durch Verifikation)?
- Wie transparent sind die Richtlinien zur Bewertung, Veröffentlichung und Löschung?



Nutzerfreundlichkeit

- Ist die Plattform für Ihre Kunden leicht verständlich und einfach zu bedienen?
- Gibt es eine mobile App oder ein responsives Design?

Fazit aus diesem Abschnitt:

- ★ Möchten Sie von der Reichweite und dem etablierten Ruf einer Bewertungsplattform profitieren, kann ein renommiertes Bewertungsportal die bessere Wahl sein – oder eine Kombination aus beiden. Wichtig für die Entscheidung sind hier Integrations- und Betreuungsaufwand, Kosten und natürlich Seriosität.
- ★ Wenn Sie in erster Linie ein in Ihr Shop- / CMS System integrierte Produktbewertungen verwenden möchten und auf Reichweitenzuwachs durch Sichtbarkeit in den Suchmaschinen verzichten können, ist ein eigenes System sinnvoll.

Zusammenfassung & nächste Schritte

- ★ **Entscheiden**, ob Kundenbewertungen für Ihre Branche, Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen und Ihre Ziele von Vorteil sind.
- ★ **Definieren**, welche Funktionen (Produktbewertungen, Bilderuploads, Moderation etc.) unbedingt gebraucht werden und welche optional sind.
- ★ **Klären**, welche Ziele Sie mit dem Bewertungssystem verfolgen (z.B. Vertrauensaufbau, Kundenbindung, SEO).
- ★ **Auswählen**, ob Sie ein eigenes Bewertungssystem implementieren oder auf externe Plattformen setzen – oder eine hybride Lösung wählen.
- ★ **Umsetzen**, indem Sie die benötigten technischen und organisatorischen Voraussetzungen schaffen, Zuständigkeiten im Team definieren und den Umgang mit Bewertungen (vor allem negative) planen.