Transparente Kundenbeziehungen sind der Schlüssel zum Erfolg – Interview mit Onlineprinters

Für Walter Meyer, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, sind transparente Kundenbeziehungen der Schlüssel zum Erfolg. Die Onlinedruckerei punktet mit dem Bewertungsportal von Trusted Shops. Die Kundenzufriedenheit spiegelt sich in den Bewertungen des deutschen und internationalen Shops wieder.

Im folgenden Interview erklärt Walter Meyer den Erfolgsfaktor Kundenbewertung.

In welchem Maße werden Bewertungen der Kunden den E-Commerce verändern?
Kunden nutzen das Internet zunehmend als Informationsquelle, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Beiträge, die Surfer ins Netz stellen, spielen eine immer größere Rolle beim Onlinekauf. Sie wollen wissen: Was schreiben andere User in Foren und Blogs, welche Erfahrungen haben sie mit einem Onlineshop gemacht, der mich interessiert? Dieses Feedback über eine positive Erfahrung von Gleichgesinnten gibt dem Käufer Vertrauen und die Sicherheit: Hier mache ich nichts falsch beim Onlinekauf. Unabhängige Bewertungen sind Wegweiser.

Habe ich solch ein seriöses und zertifiziertes Kundenbewertungsportal auf meiner Webseite, spart das dem Onlinekäufer Zeit. Er muss nicht durch Foren googeln, um sich über Produkte und Zuverlässigkeit unserer Onlinedruckerei Informationen einzuholen. Mit dem transparenten Bewertungsportal auf der Startseite unseres Onlineshops gewinnen wir bei potentiellen Neukunden einen Vertrauensbonus. Sie lesen „Sehr gut“ und es entsteht spontan ein gutes Bauchgefühl. Das unterstützt die Kaufentscheidung. Fazit: Zertifizierte Onlineshops mit einem unabhängigen und öffentlichen Bewertungsportal werden ihren Wettbewerbsvorteil im E-Commerce stark ausbauen.

Welchen Stellenwert haben Kundenbewertungen für Ihren Geschäftserfolg?
Kundenbewertungen haben für unsere Onlinedruckerei schon immer einen hohen Stellenwert. Wir pflegen seit Jahren in unserem Webshop den Link „Lob & Kritik“. Hier gehen täglich Mails von Kunden ein, die uns ein Feedback geben oder einen Klärungsbedarf haben. Unser Qualitätsmanager kümmert sich persönlich um diese Mails. Das ist zwar arbeitsintensiv, aber dieser Dialog zieht sich wie ein roter Faden durch unsere kontinuierliche Produktverbesserung und Qualitätskontrolle. Wir waren schon lange auf der Suche nach einem System, das uns die Interaktion mit dem Kunden vereinfacht. Die Einführung des unabhängigen Bewertungssystems von Trusted Shops hat unseren Bedarf genau getroffen.

Was muss ein gutes Kundenbewertungssystem leisten?
Kommunikation im Web 2.0 ist keine Einbahnstraße. Der Kunde entscheidet, wo und wann er klickt, und er bildet sich am Ende seiner Reise durchs Netz eine Meinung – auch von uns. Wir als Onlinedruckerei nutzen diese Chance und pflegen mit unseren Kunden interaktiv den Dialog, der durch die Kundenkommentare möglich wird. Der Onlineshop, der ein schlechtes Image hat, kann das im Netz nicht verbergen. Das heißt für uns im Umkehrschluss, wir gehen auf unsere Kunden zu und machen ihnen das Angebot, ihre Meinung über uns zu äußern, und das öffentlich.

Wir sind als Top-Onlinedruckerei in Europa sehr daran interessiert, ein einheitliches Bewertungssystem für unsere deutsche und internationale Webpräsenz einsetzen zu können. Die Symbolik „Fünf Sterne = super“ wird von allen Kunden in Europa auf den ersten Blick verstanden und hat Signalwirkung für Klicks.

Wie viele Kunden haben bereits Ihren Shop bewertet und wie schneiden Sie dabei ab?

Tagesaktuelle Zählung zum 01. Dezember 2009

Wie gehen Sie mit negativen Bewertungen um?
Wer Kundenzufriedenheit in seinem Webshop öffentlich macht, der muss auch das Risiko der Kritik

in Kauf nehmen. Negative Feedbacks sind schmerzlich und haben Außenwirkung. Wir gehen persönlich auf jeden negativen Kommentar ein und betreiben individuelle Problemlösung. Unser Ehrgeiz ist es, alle Kunden zufrieden zu stellen.

Mein Tipp: Ein kontinuierliches internes Qualitätsmanagement sollte langfristig den Weg bereiten, bevor ich mit einem öffentlichen Bewertungssystem in den Kundendialog trete. Meine persönliche Erfahrung zeigt aber auch, dass das Vertrauen in die eigene Kompetenz, in die Firma und in die Mitarbeiter gestärkt wird, wenn die eigene Qualität täglich durch die Kunden gespiegelt wird.

Warum sind auch negative Bewertungen für einen Shopbetreiber wichtig?
Für uns ist jede negative Bewertung ein Ansporn, noch besser zu werden und Schwachstellen auszumerzen. Natürlich sind viele positive Kommentare eine Bestätigung, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir sind sehr stolz darauf, dass uns die Kunden zu 99 Prozent in der Gesamtbewertung ein „Sehr gut“ geben.

Inwieweit setzen Sie Kundenbewertungen auch zur internen Prozessoptimierung ein?
Die Kundenbewertungen sind ja aufgeschlüsselt in die Bereiche Zuverlässigkeit, Webseite, Lieferung, Ware sowie Kundenservice und Kommentare. Über diesen Schlüssel haben unsere Mitarbeiter einen Indikator für die Qualität ihrer Arbeit. In unseren internen Arbeitskreisen und Teamleiterbesprechungen werden die Kundenbewertungen reflektiert und in den internen Verbesserungsprozess integriert. Unsere Mitarbeiter und besonders die, die nicht im Kundenkontakt stehen, finden dieses Feedback super.

Warum haben Sie sich für das Kundenbewertungssystem von Trusted Shops entschieden?
Der Weg zu einer Zertifizierung setzt ein internes Qualitätsmanagement voraus. Das muss vom Onlineshopbetreiber ausgehen. Ohne die positive Bewertung der Produkte, des Service und der Sicherheit beim Bestell- und Zahlungsvorgang bekomme ich als Shopbetreiber erst gar kein Gütesiegel. Wir haben uns für Trusted Shops entschieden, da der Gütesiegelaussteller von Verbraucherverbänden empfohlen wird.

Das öffentliche Kundenbewertungsportal ist für die Onlineprinters GmbH eine ständige Herausforderung, im Dialog zu bleiben, und zwar sowohl mit unseren Kunden, die uns bewerten, als auch mit dem Zertifizierer, der uns über das Kunden-Feedback beurteilt. Dialogbereitschaft mit dem Kunden wird im anonymen Onlinebestellvorgang oft vernachlässigt. Die Kundenmeinung ist ein Wegweiser. Diese Interaktion mit dem Kunden ist unser Schlüssel zum Erfolg auf dem Weg zum Marktführer.

Interviewpartner
Walter Meyer ist Geschäftsführer der Onlinedruckerei Onlineprinters GmbH aus Mittelfranken. Über die Online-Shops www.diedruckerei.de und www.onlineprinters.com ist das Unternehmen sowohl national wie auch international aufgestellt. Die Onlineprinters GmbH ist mit knapp 250 Mitarbeitern (einschließlich Produktion) einer der größten nationalen Online-Anbieter von Drucksachen.