5 Möglichkeiten Kunden zur Bewertung aufzufordern

Shopbewertungen gewinnen im heutigen e-Commerce immer mehr an Bedeutung. Verbraucher erkundigen sich vor Ihrem Kauf ausgiebig über den ausgewählten Shop und beurteilen die Glaubwürdigkeit der gefundenen Bewertungen und die Seriosität des Shops. Eine hohe Anzahl von Bewertungen weckt Vertrauen in den Shop und hilft somit der Konversionsrate auf die Sprünge.

Hier ein paar kreative Vorschläge Shopbewertungen werden qußerdem auch in Google Adwords Anzeigen und in die Google Shoppingsuche integriert und haben dort einen Einfluss auf das Ranking. Um die Anzahl der relevanten Bewertungen zu erhöhen, optimiert Trusted Shops den Bewertungsprozess fortlaufend. Besonders relevant (z.B. für Google Shopping) sind Kundenbewertungen mit Kommentar, weshalb das Kommentarfeld zum Pflichtfeld gemacht wurde. Als Folge sank zwar die Gesamtzahl aller abgegebenen Bewertungen im Schnitt um 10%, die Anzahl relevanter Bewertungen mit Kommentar konnte allerdings um durchschnittlich 70% gesteigert werden.

Nachfolgend eine kleine Zusammenstellung kreativer Ideen wie Sie die Anzahl Ihrer Bewertungen bei Einsatz eines externen Bewertungssystems deutlich erhöhen können:

Bestellprozess
Auf der Bestellbestätigungsseite können Sie den Kunden zum ersten Mal auf die Möglichkeit zur Bewertung Ihres Shops aufmerksam machen.
An dieser Stelle kann eine kreative Darstellung weitere Erfolge erzielen. Nutzen Sie ein auffälliges Logo oder sprechende Links.
„Später bewerten“-Funktion
Im Rahmen der „Später Bewerten“ Funktion holt Trusted Shops die Einwilligung des Kunden ein, Ihn später an die Möglichkeit zur Abgabe einer Bewertung erinnern zu dürfen. Kommunizieren Sie diese Funktion bei jeder Möglichkeit.
Bestellbestätigungsmail
Nutzen Sie die Bestellbestätigungsmail um die Kunden an die Möglichkeit der Bewertungsabgabe zu erinnern.
Zusätzlich können Sie einen Link zum Kundenkontobereich einfügen, wo die Möglichkeit zur Bewertungsabgabe erneut kommuniziert wird.
Auch hier gilt es Aufmerksamkeit zu erlangen. Ein gut designter „Hier Bewerten“-Button oder gut platzierte Links erzielen auch gute Ergebnisse.
Im Kundenkontobereich des Shops
Im Kundenkontobereich sollten Sie neben beispielsweise der Möglichkeit zur Sendungsnachverfolgung oder der Retourenabwicklung den Kunden auch prominent auf die Möglichkeit zur Bewertungsabgabe aufmerksam gemacht.
In seinem Kundenkonto ist er schon sehr nah am Shop und der Weg zu einer Bewertungsabgabe ist nicht weit. Jede einzelne Bestellung kann mit einem Link zum Bewertungsformular ausgestattet werden.
Postkarte im Paket
Eine kreative Postkarte mit Short-URL zum Bewertungsformular und im besten Fall kurzer Anleitung kann tolle Wirkungen zeigen.
Kreativität ist gefragt und die Anzahl Shopbewertungen kann deutlich gesteigert werden. Guter Service und persönlicher Kundenkontakt motiviert noch zusätzlich eine, im besten Fall positive, Bewertung zu erhalten. Bemühen Sie sich also bei allen aufgezählten Varianten darum, Ihren Kunden persönlich und freundlich anzusprechen.

Bitte beachten Sie bei Ihrem Vorgehen die rechtlichen Rahmenbedingungen und verzichten Sie im Zweifelsfall. Unzulässig ist in diesem Kontext, eine Belohnung für die Abgabe einer Bewertung anzusetzen (Lesen Sie dazu ein aktuelles Urteil). Die **unerwünschte** Bewertungsaufforderung in E-Mails ist auch zu unterlassen. Holen Sie im Vorfeld immer eine **Einwilligung des Kunden** ein und nutzen Sie außerdem die „später Bewerten“ Funktion.

Hier finden Sie alle weiteren Informationen zum Trusted Shops Bewertungssystem