

IMPULSE

Das MitgliederMagazin



Leitartikel:

DARF'S EIN BISSCHEN „MEHR“ SEIN?

WIE SIE KUNDEN BEGEISTERN, OHNE IHRE KASSE ZU PLÜNDERN

Marketing und Werbung:
EXKLUSIVES TECHNIK-
MOBIL AUF TOUR

NUR WAS ÜBERZEUGT, WIRD AUCH EMPFOHLEN

BEWERTUNGEN SIND AUSSCHLAGGEBEND FÜR KAUFENTSCHEIDUNGEN

Beim Stöbern, z. B. nach einer Ferienwohnung, einem Restaurant, einem Arzt oder einem Handwerker, suchen viele Interessenten im Internet nicht nur das nächstgelegene, beste oder günstigste Angebot. Sie lesen auch die Bewertungen bzw. Erfahrungen von anderen Käufern, Gästen und Patienten.





BEWERTUNGEN SIND AUSSCHLAGGEBEND FÜR KAUFENTSCHEIDUNGEN

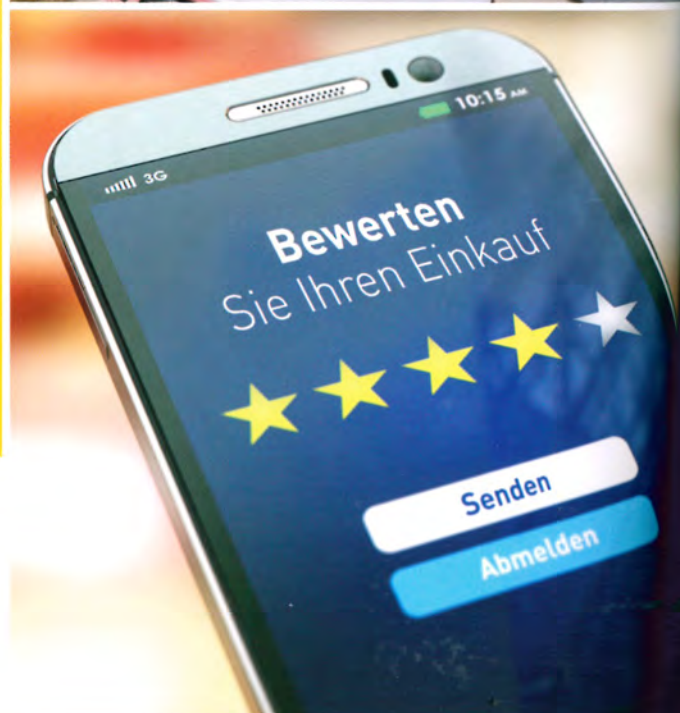
Zwei Drittel aller Bundesbürger schauen vor einer verbindlichen Kaufentscheidung zunächst nach Bewertungen im Internet. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative GfK-Umfrage des Kölner Lokalmarketing-Unternehmens Greven Medien. Die Studie verdeutlicht, dass die Entwicklung des Kaufverhaltens insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen vor große Herausforderungen stellt, künftig auf nachhaltiges Empfehlungsmarketing und eine digitale Marketingstrategie zu setzen.

Die Entscheidung für einen Fachbetrieb fällt längst nicht mehr zufällig, der Kauf des neuen Elektrogerätes wird zusätzlich von der Meinung anderer Nutzer gestützt, und auch vor der Wahl eines Handwerkers oder eines Dienstleisters recherchieren Kunden heutzutage nach Meinungen und Kommentaren im Netz.

Bewertungen anderer Konsumenten und ihre Erfahrungen mit Produkten und Firmen wirken sich entscheidend auf Kauf- und Entscheidungsprozesse aus. So treffen nach der aktuellen GfK-Umfrage zwei Drittel (66,4 Prozent) der Bundesbürger keine Kaufentscheidung mehr ohne vorherige Bestätigung durch Online-Bewertungen und -Erfahrungsberichte.

Das Internet ist also die erste Anlaufstelle für Kaufinteressierte und trägt maßgeblich zum Entscheidungsprozess bei. Interessant dabei ist, dass dieses neue Kundenverhalten alle Verkaufsbereiche betrifft – ganz gleich ob Onlineshop oder lokales Geschäft.

Quelle: GfK-Umfrage im Auftrag der Digital-Agentur Greven Medien, Köln





NUR WAS
 ÜBERZEUGT,
 WIRD AUCH
 EMPFOHLEN



Heute machen sich die Menschen über das Internet ein Bild vom Unternehmen, von den Produkten und dem Service, bevor ein Kauf getätigt wird. Viele Kunden orientieren sich an Meinungen, die sie auf Online-Bewertungsportalen wie KennstDuEinen, Yelp oder Google MyBusiness, aber inzwischen auch auf den traditionellen Verzeichnisportalen lesen. Damit ein Unternehmen im Internet gut dasteht, muss es mehr als eine eigene Internetseite vorweisen – Unternehmen mit guten Online-Bewertungen haben erhebliche Wettbewerbsvorteile.

DIE VERBRAUCHER GEWÖHNEN SICH IMMER STÄRKER DARAN, KAUFENTSCHEIDUNGEN AUF BASIS VON ERFAHRUNGEN ANDERER ZU TREFFEN

Laut der GfK-Untersuchung haben Meinungen und Kommentare anderer Menschen direkten Einfluss auf den Verkaufserfolg. Auch unabhängigen Vergleichstests wird eine bedeutende Rolle zugesprochen. Noch relevanter ist allerdings die Meinung von Freunden und Bekannten. Jeder Zweite lässt sich von vertrauten Personen für ein Produkt oder eine Dienstleistung überzeugen. Junge Käufer informieren sich zudem gerne in Blogs und Foren.

KONSEQUENZEN FÜR UNTERNEHMEN UND DIENSTLEISTER

Nicht nur für Handwerker heißt es also: umdenken! Die GfK-Studie belegt aber auch, dass nicht nur die reinen Bewertungen ausschlaggebend sind, sondern auch weitere Online-Infos zur Kaufbeeinflussung von Konsumenten beitragen. Die Suche nach Meinungen und Kommentaren anderer steht ganz oben, dicht gefolgt von einem Blick auf die Firmen-Homepage.



Für die Kaufbeeinflussung von Konsumenten sind online abgegebene Meinungen und Kommentare anderer am wichtigsten – dicht gefolgt vom Eindruck der Firmen-Homepage. Dies belegt die GfK-Studie.

E-MASTERS MITGLIEDER NUTZEN AUSSERGEWÖHNLICHEN SERVICE

Durch die Inhalte des Homepage-Konfigurators beeindrucken e-masters Fachbetriebe mit aktuellen Themenseiten, die entsprechenden Mehrwert für Online-Sucher und -Leser bieten. Spezielle Zusatzleistungen machen die Firmenseite noch lebendiger und individueller. Und durch Erweiterungen wird der Internetauftritt des Fachbetriebes zu einem wahren Beratungs- und Infopool. Alle Inhalte sind bereits im Responsive Webdesign, d. h., sie passen sich automatisch der Darstellung auf Smartphones und Tablets an.

Zudem können e-masters Mitglieder professionelles Empfehlungsmarketing über „Kennst-DuEinen.de“ nutzen sowie die Sucherfolge für Kunden durch Google My Business oder das Firmenkurzprofil erhöhen. Selbst einen Social-Media-Service stellt die Marketing-Service-Kooperation den Elektro-Profis zur Verfügung.



www.winlocal.e-masters.de



Den Kunden müssen also bereits auf der Homepage ausführliche und nützliche Informationen angeboten werden. Zudem sollten Händler in einschlägigen Portalen vertreten sein, die als unabhängige Berater fungieren und die Kundengewinnung unterstützen.

Grundsätzlich gilt: Die Auffindbarkeit auf seriösen Seiten schafft Reichweite und Transparenz. Die GfK-Umfrage verdeutlicht, dass lokale Händler und Dienstleister mit einer regionalen und digitalen Marketingstrategie sowie nachhaltigem Empfehlungsmarketing erfolgreich auf das veränderte Kauf- und Entscheidungsverhalten reagieren können.

NUR WAS
ÜBERZEUGT,
WIRD AUCH
EMPFOHLEN



Laut GfK-Untersuchung haben Meinungen und Kommentare anderer Menschen direkten Einfluss auf den Verkaufserfolg. Auch unabhängige Vergleichstests oder Auszeichnungen tragen zur Entscheidung bei. Noch wichtiger ist die Meinung von Freunden und Bekannten.

BEWERTUNGEN ERHÖHEN DEN BEKANNTHEITSGRAD

Positive Bewertungen sorgen dafür, dass das Unternehmen bekannter wird und der Umsatz sowie die Beliebtheit eines Unternehmens steigen. Gleichzeitig können Bewertungen dafür sorgen, dass die eigene Homepage auf der Google-Trefferliste nach oben klettert und somit eher gefunden und ausgewählt wird als die der Wettbewerber. Für den Kunden sind Firmenseiten mit vielen Bewertungen interessanter, deshalb listet Google diese Unternehmensseiten weiter vorn in den Suchergebnissen.

Längst ist es nicht mehr nur die jüngere Generation, die sich vorab im Internet informiert. Auch Nutzer 50+ haben immer größeres Interesse daran, vorab Meinungen anderer Kunden online einzuholen. Besonders gerne wird dabei vor allem nach Gastronomiebetrieben, Einzelhändlern und Handwerkern gesucht.

Der Erfolg eines Unternehmens steht und fällt also mit dem Bild im Internet. Wichtig ist, jederzeit über das eigene Image im Netz informiert zu sein. Erstklassige Leistungen, ein toller Kundenservice oder ein innovatives Produkt sind nur etwas wert, wenn sie der Online-Nutzer wahrnimmt.

Denn empfohlen wird nur, was überzeugt. Darüber hinaus gilt es festzustellen, was Kunden bei einem Unternehmen als empfehlenswert ansehen. Hat man einmal herausgefunden, was Kunden besonders mögen, gilt es, die Empfehlungen zu stimulieren. Egal ob im direkten Beratungsgespräch oder online durch das Generieren von Bewertungen.

► www.e-masters.de

Mehr unter Leistungsbereiche
> Marketing und Werbung > Digitale Medien > Elektro-Profis im Internet