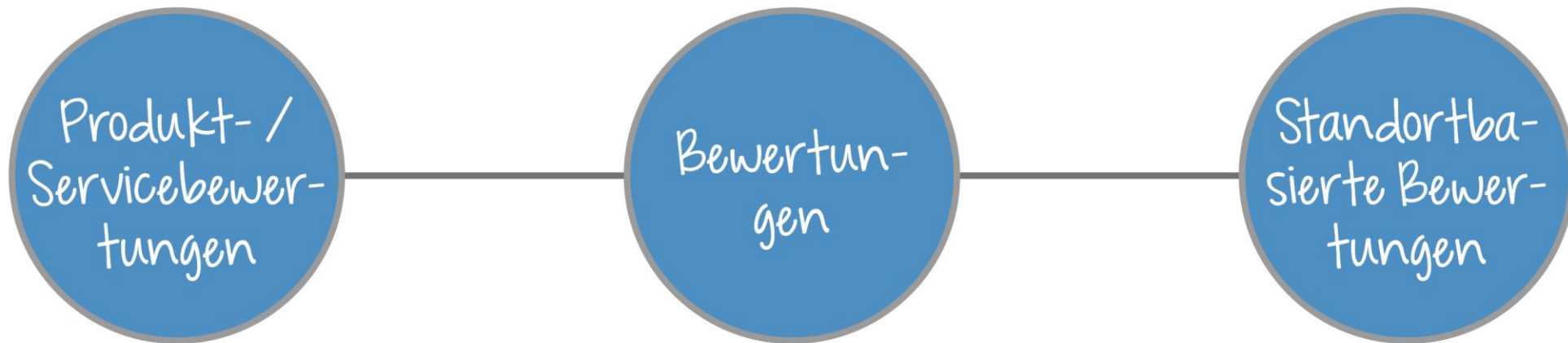


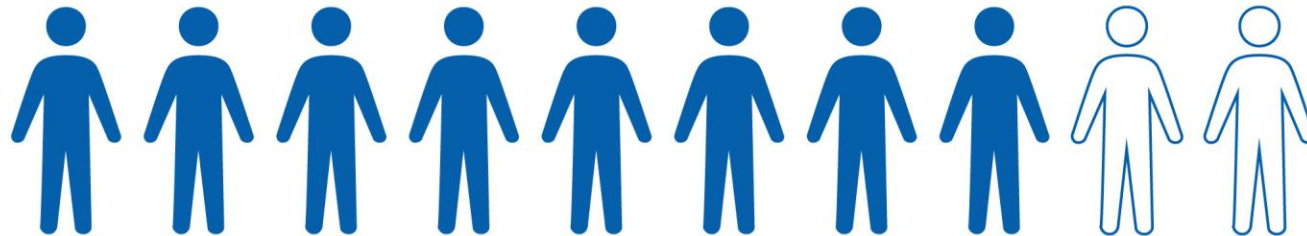
# REVIEWS MANAGEMENT

# 81% DER ONLINEKUNDEN KÖNNEN DURCH BEWERTUNGEN ZU EINEM KAUF ANGEREGT WERDEN

Entdecken Sie die aktuelle Bewertungs-Situation Ihrer Firma



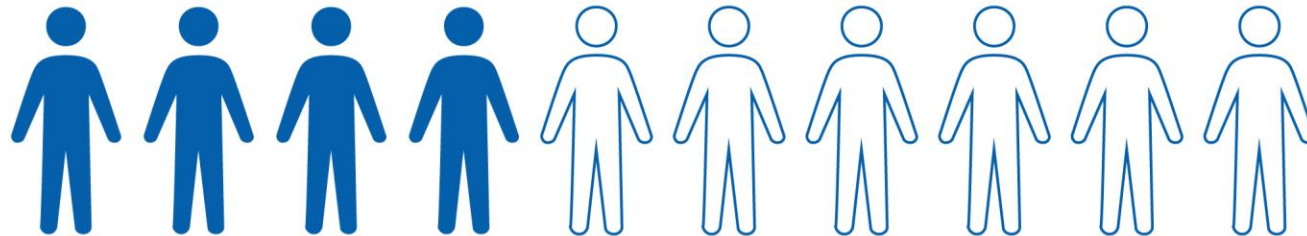
# BEWERTUNGEN BEEINFLUSSEN DIE KUNDEN AN VIELEN TOUCHPOINTS



79%

der Verbraucher lesen vor dem  
Kauf Produktbewertungen

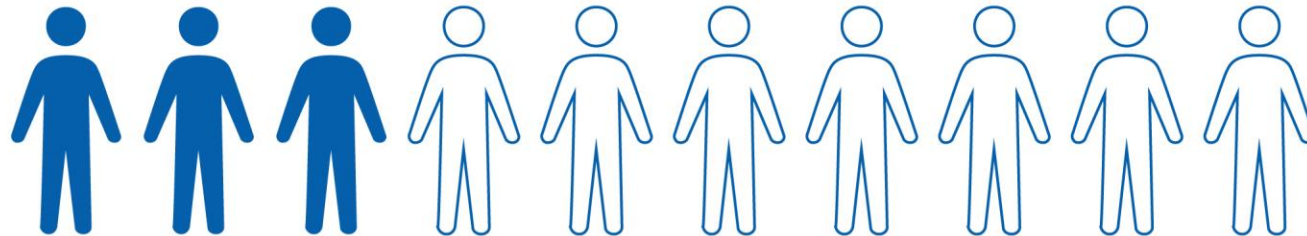
# BEWERTUNGEN BEEINFLUSSEN DIE KUNDEN AN VIELEN TOUCHPOINTS



41%

der Käufe die in stationären  
Geschäften stattfinden, werden in  
Onlineshops vorbereitet

# BEWERTUNGEN BEEINFLUSSEN DIE KUNDEN AN VIELEN TOUCHPOINTS



34%

der Onlinekunden entscheiden sich,  
aufgrund von negativen Bewertungen,  
gegen einen Kauf

# ENTLANG DER CUSTOMER JOURNEY, BEEINFLUSSEN BEWERTUNGEN DIE KUNDEN AN VIELEN TOUCHPOINTS

Bewertungen beeinflussen  
die Suchergebnisse



**SUCHE**

Bewertungen werden gelesen, bevor die  
Entscheidung zum Kauf gemacht wird



**ERKUNDEN**

Sternebewertungen führen den  
Käufer zu einem spezifischen  
Produkt



**EVALUIEREN**

Bewertungen beeinflussen  
die Conversion Rate



**KAUFEN**

Kunden haben Fragen  
zum Produkt



**BRAUCHEN**

Produkte werden bewertet,  
Bewertungen werden  
geschrieben



**SAGEN**

# PRODUKTBASIERTE BEWERTUNGEN

erhöhen die Einnahmen  
um 10-15%

Aufgrund des hohen Volumens an manueller Arbeit, haben Firmen Probleme damit, ihre Kundenbewertungen zu pflegen

Markeninhaber vertreiben ihre Produkte auf vielen verschiedenen Kanälen



Bewertungen sind eines der wichtigsten Kaufkriterien, aber sie können bislang nur manuell gehandhabt werden, Kanal um Kanal. Aufgrund des hohen Volumens an manuellen Arbeiten, werden Bewertungen oftmals nicht bearbeitet.



Negative Bewertungen und unbeantwortete Fragen zu Produkten führen zu einer schlechten Reputation und um 10-15% tieferen Einnahmen



The screenshot shows the Amazon.de product page for a NETGEAR Nighthawk router. The page displays the product name, brand, and a customer review section. The review section shows a 4.3 out of 5 stars rating based on 12,912 reviews. A bar chart shows the distribution of star ratings: 5 stars (75%), 4 stars (8%), 3 stars (3%), 2 stars (4%), and 1 star (10%). There is a 'Rate this item' button and a 'Write a review' button. Below the review section, there is a 'Top positive review' section with a helpful review from Erica Dawn dated December 12, 2016. The review text is: 'Husband and I both work from home in tech, and were having a terrible time getting adequate WiFi to do VPN work [due to where we had to hook up the modem/house layout, hard connections were not an option in our new...]

# STANDORTBASIERTE KUNDENBEWERTUNGEN

Wenn Sie einen Ort finden möchten,  
was tun Sie?

Worauf achten Sie um eine  
Entscheidung zu treffen?



# STANDORTBASIERTE BEWERTUNGEN

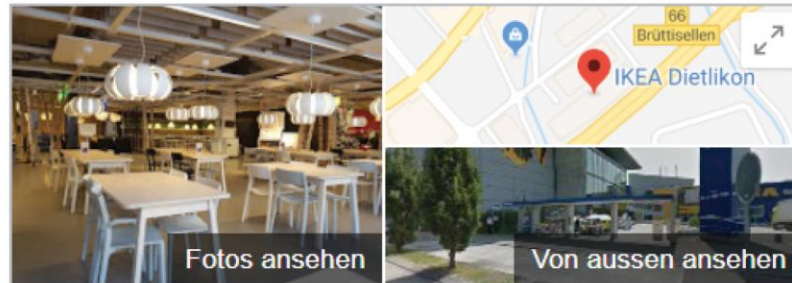
Warum ist Google so wichtig?

Google ist die am meisten benutzte Suchmaschine in Europa mit einem **Marktanteil von über**

**90%.**



Mehr als die **Hälfte** aller Suchanfragen in Google haben eine **Referenz** zu Standorten.



## IKEA Dietlikon

Website

Routenplaner

Speichern

4.1  3'514 Google-Rezensionen

Möbelgeschäft

**Adresse:** Moorstrasse 3, 8305 Dietlikon

**Öffnungszeiten:** Geöffnet · Schliesst um 19:00 ▾

Diese Öffnungszeiten wurden von einem Nutzer vorgeschlagen

**Mo-Sa 09:00–21:00**

**So Geschlossen**

**Telefon:** 0848 801 100

[Änderung vorschlagen](#)

**Kennst du diesen Ort?** Kurze Fragen beantworten

### Fragen und Antworten

Fragen stellen

**F:** Ich finde auf Ihrer Homepasge nirgends in max. Höhe für die Einfahrt in Ihr Parkhaus. Besten Dank für die...

**A:** 3.20 ist im P1 kein Problem

(4 weitere Antworten)

[Alle Fragen ansehen \(13\)](#)

# TESTIMONIALS

Fragen zu Produkten wurden kontinuierlich beantwortet und bei negativen Bewertungen wurde Auskunft an Kunden erteilt. Das hat unser Wachstum auf Amazon in 3 Monaten um 15% gesteigert, was mehr war als das Wachstum im Markt.

**NETGEAR**



Die professionelle und effiziente Reaktion auf Kundenbewertungen. So ist es uns möglich unseren Kunden einen erweiterten After-Sales-Service zur Verfügung zu stellen – für uns eine sehr wichtige Komponente im Kunden Lebenszyklus Management.

**KASPERSKY** 



# ONLINE CONVERSATIONAL MARKETING

# CHAT IST EIN NEUER CONVERSATIONAL MARKETING KANAL

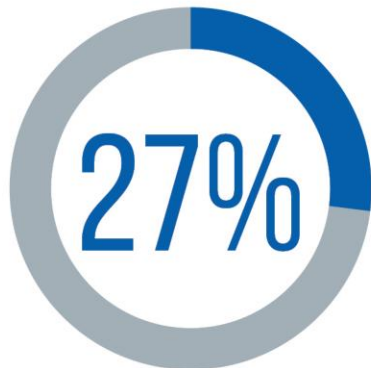
Erhöhen Sie Ihre  
Conversion  
Rate um

10

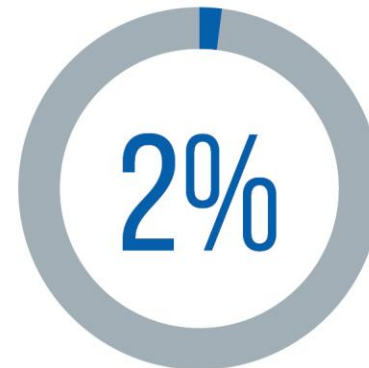
# ERHÖHEN SIE IHRE CONVERSION RATE UM 10



Das Paradox der  
Unterhaltung



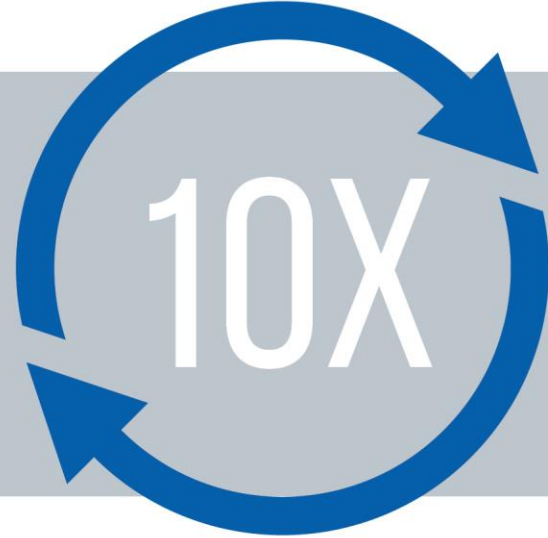
w möchten einen  
Kauf tätigen



kaufen

# CHAT IST EIN NEUER CONVERSATIONAL MARKETING KANAL

Online Conversational Marketing ist ein neuer Kanal, der Ihnen hilft Ihre Conversion Rate zu erhöhen



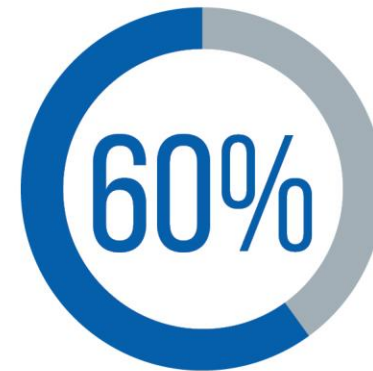
# ONLINE VERKAUFSSTRATEGIEN UND RESULTATE



durchschnittlicher  
Anstieg der  
Bestellmenge



Kundenzufriedenheits-  
grad nach echt-zeit Be-  
treuung



zusätzliche  
Abverkäufe



# ENTLANG DER CUSTOMER JOURNEY, BEEINFLUSSEN BEWERTUNGEN DIE KUNDEN AN VIELEN TOUCHPOINTS



# EIGENSCHAFTEN ZUM CONVERSATIONAL MARKETING

## 5 charakteristische Eigenschaften zu Conversational Marketing

No 1: Real-time	No 2: Skalierbarkeit	No 3: Fokussiert auf Engagement	No 4: Personalisie- rung	No 5: Eingebundene Rückmelde- schleufe
<p>Die Zunahme von Messaging heisst, Sie müssen nicht länger Kunden dazu auffordern Formulare auszufüllen und auf Follow-ups warten</p>	<p>Dank chatbots, haben sogar kleine Teams die Möglichkeit 1 zu 1 Gespräche auf einer Skala und 24 Stunden am Tag zu führen</p>	<p>Inbound und Outbound Taktiken werden angewendet, um qualitativ hochstehende Verkaufsgespräche zu führen</p>	<p>Sogar bevor ein Gespräch startet, kann das Erlebnis personalisiert und Nachrichten an spezifische Personen massgeschneidert werden</p>	<p>Gespräche geben Ihnen Einblicke, die Sie nirgendwo anders gewinnen können</p>

# VIDEO CHAT

ONE-TO-ONE

ONE-TO-MANY

Kanal	VIDEO CHAT	Sales Conversion Rate	15-30%
	RETAIL		15-30%



x2

Cross-selling



x2

Average order value



+90%

Customer Satisfaction