



Negative Bewertungen kommentieren - so gehen Sie mit kritischen Kundenstimmen richtig um

Kundenstimmen gehören auf jede gute Webseite, die etwas verkaufen möchte. Klar! Positive Bewertungen

von zufriedenen Kunden erhöhen Ihre Glaubwürdigkeit und Sie erlangen schneller das Vertrauen neuer Kunden.

Was tun, wenn sich auch mal einige kritische Meinungen auf Bewertungsportalen o.ä. eingeschlichen haben? Negative Bewertungen kommentieren, sollte man gut durchdenken.

Wir haben die 10 besten Tipps zum Umgang mit negativen Kundenstimmen für Sie zusammengefasst.

Negative Kundenstimmen kommentieren - 10 Tipps:

1. **Versuchen Sie sich in Ihren Kunden hinein zu versetzen.** Bevor Sie negative Kundenstimmen kommentieren, sollten Sie versuchen nachzuvollziehen, warum Ihr Kunde überhaupt unzufrieden ist. Das wird Ihnen helfen, die richtigen Worte zu finden und Lösungswege für das Problem aufzuzeigen.
2. **Keine Schuldzuweisungen!** Das bringt Ihnen jetzt sowieso nichts mehr. Konzentrieren Sie sich auf die Problemlösung und vergeuden Sie nicht Ihre Zeit damit, darüber nachzudenken, wessen Fehler diese Situation herbeigeführt hat.
3. **Wechseln Sie das Kommunikationsmedium.** Haben Sie über Ihren Blog, per e-Mail oder in einem Forum eine negative Bewertung erhalten? Dann wäre es am besten den Kunden ans Telefon zu bekommen. Viele Menschen posten online Dinge, die sie im persönlichen Gespräch so niemals sagen würden. Es kann also in manchen Fällen sinnvoll sein den Kommunikationsweg zu wechseln und die Initiative zu ergreifen. So lassen sich manche Probleme schneller lösen und aus der Welt schaffen.
4. **Rücken Sie das Bild Ihres Unternehmens beim Kunden gerade.** Lassen Sie nicht zu, dass die Unzufriedenheit des Kunden dauerhaft dessen Bild von Ihrem Unternehmen prägt. Gewähren Sie ihm einen kleinen Rabatt, ein Geschenk oder etwas anderes, was ihn freut. Wandeln Sie eine negative Kundenstimme in eine positive um - noch ist es nicht zu spät!
5. **Machen Sie aus Ihrem verärgerten Kunden einen Fürsprecher für Ihr Unternehmen!** Mit etwas Einsatz, Zeit und Engagement haben Sie die Chance ihren einst wütenden Kunden noch viel zufriedener zu machen als er es vor dem Problem war. Das wird sich langfristig für Sie auszahlen!
6. **Bleiben Sie immer ehrlich.** Negative Kundenstimmen kommentieren Sie am besten in einem echten Dialog mit dem Kunden. Speisen Sie Ihre (wütenden) Kunden nicht mit vorgefertigten Sätzen ab. Sie werden es merken. Führen Sie ein ehrliches Gespräch und versuchen Sie wirklich herauszufinden, was Ihren Kunden unzufrieden macht. Finden Sie gemeinsam eine Lösung für das Problem. Wenn die negative Bewertung zum Beispiel auf Ihrer Fanseite bei Facebook aufgetreten ist, zeugt es von Charakter, wenn Sie die Unterhaltung öffentlich führen. Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie ihre Probleme im Ernstfall lösen. Haben Sie keine Angst davor! Sollte es ihr Kunde übertreiben oder sich absolut irrational verhalten, werden Ihre Fans, Freunde usw. das merken und sich dann auf Ihre Seite stellen.
7. **Reagieren Sie schnell.** Die Online-Welt ist schnelllebig und die Kunden erwarten ein schnelles Feedback auf Ihre Fragen. Verhindern Sie so auch, dass andere Kunden denken, Sie würden auf Probleme nicht reagieren. Ein schnelles Problemlösungs-Management kommt gut an! Es kann immer mal etwas schief gehen. Letztlich ist für den Konsumenten entscheidend, dass er einen kompetenten, schnellen Ansprechpartner hat um das Problem zügig aus der Welt zu schaffen.
8. **Es tut Ihnen leid,** dass es Missverständnisse oder Probleme gibt? Dann sagen Sie das Ihrem Kunden auch. Oft ist das schon alles, was der Kunde von Ihnen



möchte - eine aufrichtige Entschuldigung und eine unkomplizierte Lösung des Problems.

9. **Lassen Sie sich auf den Kunden ein.** Kocht Ihr Kunde vor Wut und verlangt Ihren Chef ans Telefon oder will einen Nachlass? Dann geben Sie seinen Forderungen nach. Kleine Unannehmlichkeiten werden sich später für Sie umso mehr auszahlen. Ihr guter Service wird punkten und der einst unzufriedene Kunde wird nach einer erfolgreichen, schnellen und unkomplizierten Problemlösung zum Botschafter für Ihr Unternehmen. Also: Negative Kundenstimmen kommentieren lohnt sich für Sie!
10. **Sie können es nicht jedem recht machen.** Manchmal müssen Sie sich auch von Kunden trennen, bei denen all die oben genannten Ratschläge nicht fruchten. Falls nötig, erstatten Sie ihm sein Geld und wünschen ihm alles Gute für die Zukunft. Verwenden Sie Ihre Energie für Kunden, die zu Ihrem Unternehmen und Produkten passen!

Fazit:

Kritik bedeutet für Sie nicht nur schlechtes! Nehmen Sie sich konstruktiv ausgeübte Kritik an, aber lassen Sie sich nicht von jeder negativen Äußerung aus der Bahn werfen.

Und: Wenn sich jemand die Mühe macht, Kritik an Ihrem Unternehmen oder Ihrem Produkten zu äußern, ist es demjenigen wichtig und Sie besitzen eine gewisse Popularität. Zudem kommen gerade in Communitys dann oft auch positive Stimmen auf, die Sie sonst vielleicht nicht erhalten hätten.

