



Die Marke im Unternehmensnetz- werk schützen

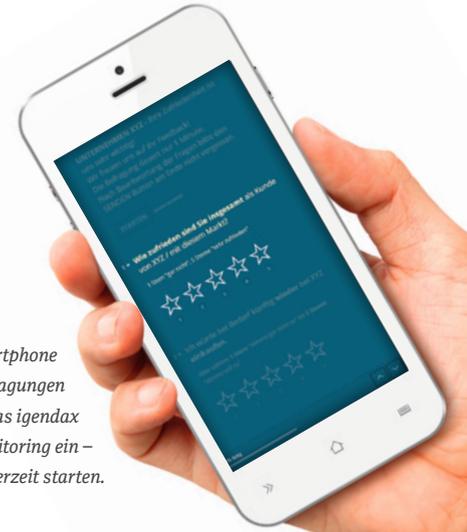
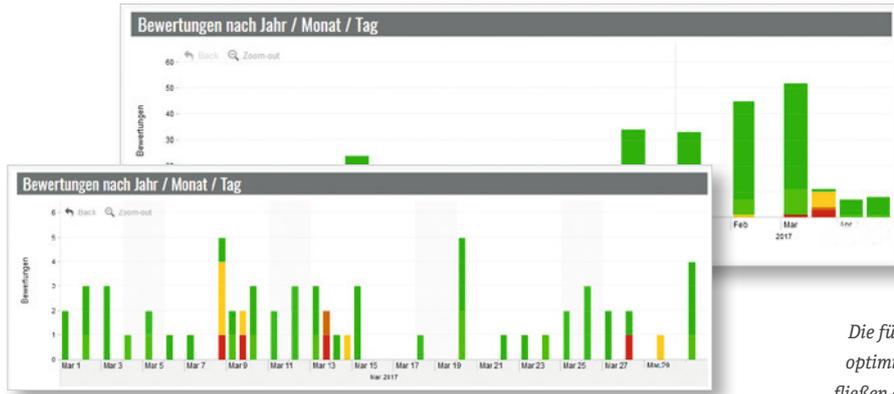


Kunden nutzen verstärkt die
Möglichkeit, Standorte online zu
bewerten – für die Zentralen bedeutet
dies: Kundenmonitoring

Was nützen teure Werbemaßnahmen, wenn gleichzeitig in den Social Media oder anderen Bewertungsportalen unkontrolliert die teuer aufgebaute Markenstärke wieder von den Usern „vernichtet“ wird. Für Unternehmen mit zentralen Entscheidungsprozessen ist das Controlling hier noch recht einfach – in Unternehmensnetzwerken mit unzähligen

Standorten mit eigenverantwortlichen Unternehmern stellt dies eine besondere Herausforderung dar. Franchiseverträge be-

rücksichtigen das Verhalten der Franchisenehmer bzgl. Google My Business oder Facebook nur selten, schon gar nicht im Detail. Denn ein reines Verbot, wie zum Beispiel bei dem Wunsch nach einer eigenen Website eines Franchisenehmers, hilft hier nicht mehr, wenn Automatismen wie bei Google direkt Kundenbewertungen ermöglichen.



Die für das Smartphone optimierten Befragungen fließen direkt in das igendax Kundenmonitoring ein – Standorte können jederzeit starten.

KUNDENMONITORING IST IM SINNE VON SYSTEMZENTRALEN UND ALLER STANDORTE

Die Zentralen müssen also zwangsläufig aktiv werden und damit auch dem Wunsch vieler Franchisenehmer nachkommen, regional online aktiv werden zu wollen. Jedem Franchisenehmer sollte dabei auch bewusst sein, der Kunde unterscheidet nicht zwischen Standort A und B – er transferiert es immer auf das Gesamtsystem, die Marke. Es ist also auch im Interesse aller Partner, wenn die Zentralen hier Systeme schaffen, Online-Bewertungen stetig zu kontrollieren und entsprechende Prozesse zu installieren, wenn zum Beispiel bei einzelnen Standorten deutlich schlechtere Beurteilungen der Kunden abgegeben werden.

BEDEUTUNG VON GOOGLE-BEWERTUNGEN

Google wird auch im Bereich der Kundenbewertungen zunehmend wichtiger. Im Gegensatz zu anderen Bewertungsportalen hat Google hier einfach mehr Möglichkeiten, seine Ergebnisse darzustellen – direkt in den Suchergebnissen und auch in Google Maps. **Damit muss man sich folgende Entwicklung klar machen:** Fast jeder potenzielle Kunde nutzt ein Smartphone mit Android und ist meist dabei auch mit seinem Google-Account eingeloggt. Google wertet diese Daten aus, zeigt bereits an, wie lange und wann sich Menschen in dem Geschäft befinden – natürlich immer mit den Bewertungen. Google Maps wird immer attraktiver als Navi-System, es zeigt nun ja bereits an, wo freie Parkplätze sind, weil „Google ja weiß, ob jemand mit Google-Smartphone zuletzt dort aus seinem Auto ausgestiegen ist“. Und selbstverständlich bietet Google auch an, dass Sie ihre Kunden zum Beispiel 24 Stunden nach dem Besuch im Geschäft befragen... denn Google weiß ja, dass diese Person in diesem Geschäft war!

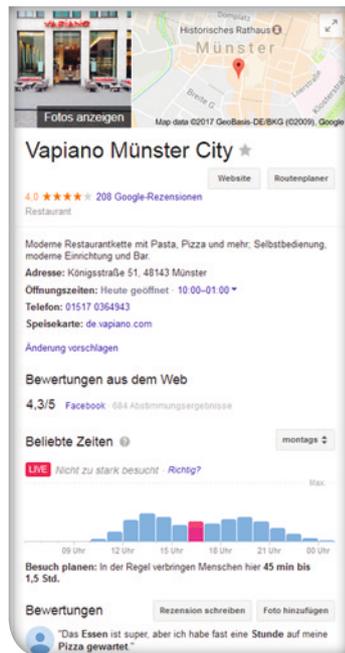
IGENDAX KUNDENMONITORING

Für Unternehmensnetzwerke hat igenda das igendax Kundenmonitoring entwickelt. Hiermit können Systemzentralen direkt über alle Standorte hinweg alle Bewertungen einsehen, der Standort selbst kann seine eigenen Daten sehen, aber auch im Vergleich zu allen anderen inklusive Ranking. Das System ist bereits vorbereitet für eigene Kundenbefragungen, die dann individuell je Standort durchgeführt werden können.

INTEGRIERTES BESCHWERDEMANAGEMENT

Die Gastronomiebranche hat vor Jahren schon die Gefahren von Bewertungen aber auch deren Potenzial erkannt – die aktuellen Bewertungen sieht man schon direkt neben der Eingangstür. Dies ist aber nur möglich, wenn man zum einen zufriedene Kunden auch zur Bewertung motiviert und gleichzeitig ein vorgeschaltetes Beschwerdemanagement integriert. Unbestritten bewegen sich immer mehr Kunden täglich im Internet, es wird immer „normaler“ Geschäfte oder Dienstleister „mal eben schnell zu bewerten“. Ein kritischer Vorfall, der Unzufriedenheit ausgelöst hat, ist hier ein starker Antriebsmotor – oft weiß der Kunde ja auch nicht, wo er sonst seinen Unmut loswerden kann. Ärgerlich ist eben nur, wenn dies dann dauerhaft zum Beispiel in die Google Bewertung einfließt. igendax bietet hier direkt die Möglichkeit, diese Beschwerden abzufangen, Standort oder Zentrale können hier dann direkt reagieren.

Es wird nicht nur der Durchschnitt der Kundenbewertung angezeigt, auch aktuelle Bewertungen bekommen die potenziellen Kunden direkt angezeigt. Google weiß auch, 45 Minuten halten sich „ihre Smartphones“ gewöhnlich in diesem Vapiano auf.



GUIDO DERMANN
igenda Chefredakteur und Analyst
gd@igenda.de

LEITFADEN LOKALES ONLINE-MARKETING
siehe folgende Seiten