



TOP THEMA

Branchenkampagne: „Höchste Zeit für Wochenarbeitszeit“

BEIRATSSITZUNG

Ehrenamtliche
Kreisstellenarbeit im Fokus

DER DEHOGA LÄDT EIN:

Frühlingsfest am 24. April

Internet-Bewertungen

Asse fürs Online-Marketing: Gästebewertungen sind vierfach wertvoll

Wie geht man mit Online-Bewertungen um? – Andreas Pfeifer ist freier DEHOGA-Berater, Referent an der DEHOGA Akademie und Geschäftsführer der Marketingberatung „Die Heldenhelfer“. Im Auftrag der DEHOGA Beratung hat er einen Gastbeitrag zu dieser Frage verfasst:

„Stimmen beim Hotel- oder Restaurantbesuch Erwartung und Erlebtes nicht überein, gibt der Gast häufig eine Bewertung ab. Angst vor Online-Bewertungen müssen Sie als Gastgeber aber nicht haben, denn als Marketing-Instrument unterstützen sie Relevanz, Rendite, Reputation und Ranking Ihrer Marke.

Vertrauen in Online-Bewertungen ist groß

Für buchungswillige Gäste sind Bewertungen eine wichtiges Entscheidungskriterium – für viele Hoteliers und Gastronomen sind sie ein rotes Tuch. Bewertungen sind hilfreich für Orientierung, Transparenz, Gratis-Marktforschung, Feedback und Schwachstellenanzeige. Auf der anderen Seite können Manipulation, Fälschung und Verleumdung zu Imageverlust und Umsatzrückgang führen.

Richten Sie sich ein Monitoring-System ein, um zeitnah über neue Bewertungen informiert zu werden. Der einfachste und zugleich kostenlose Weg ist die Anmeldung bei den relevanten Bewertungsplattformen. So erhalten Sie automatisch Nachricht zu neuen Beurteilungen.

Die Welt liest mit – und Google auch

Im Zeitalter des Internets ist eine zeitnahe Reaktion auf das Gäste-Feedback wichtig. Online-Bewertungen werden von zigtausend Usern gelesen und sind dauerhaft im Netz gespeichert. Überdies landen Kundenrezensionen häufig in den Ergebnislisten der Suchmaschinen und beeinflussen das Google-Ranking.



DEHOGA-Berater Andreas Pfeifer meint: „Online-Bewertungen unterstützen Relevanz, Rendite, Reputation und Ranking Ihrer Marke.“

Ziel muss es sein, möglichst viele positive Online-Bewertungen zu erhalten. Bitten Sie Gäste aktiv um Feedback. Wer mehr Bewertungen erhalten möchte, kann auch einen Vorteil gewähren. Aber Achtung: Der Vorteil darf nicht davon abhängen, ob der Kunde positiv oder negativ wertet. Bewertungen kaufen ist übrigens strafbar, und auch Eigenbewertungen durch Inhaber oder Mitarbeiter sind tabu.

Bewertungen als Marketinginstrument nutzen

Ignorieren Sie Online-Feedback nicht, sondern antworten Sie so, als würde der Gast vor Ihnen stehen. Sagen Sie Danke für ein Lob und Entschuldigung, wenn etwas schief gelaufen ist. Hat der Kunde einen guten Verbesserungsvorschlag gemacht, dann setzen Sie ihn um, und berichten Sie anschließend im Netz darüber.

Online-Bewertungen können vierfach Vorteile bringen: für die Verkaufszahlen (Rendite), für das Ansehen im Netz (Reputation), für die Sichtbarkeit der Marke (Relevanz) und für die Suchmaschinenoptimierung (Ranking). ◀

Mastercard

Nutzung des ec-Akzeptanzlogos untersagt

Mastercard hat eine neue Brand-Guideline veröffentlicht, welche unter anderem Regeln bezüglich der Nutzung des „ec“-Logos vorgibt. Wichtigste Änderung: Das bekannte einheitliche Logo zur Akzeptanz des elektronischen Lastschriftverfahrens mit symbolisierter Karte, Stift und den Buchstaben „ec“ (ELV-Logo) darf nun von Betrieben weder stationär noch online verwendet werden.

Betriebe verwenden dieses einheitliche ELV-Logo, um die Akzeptanz von ELV-Zahlungen zu signalisieren. Einige Restaurantbetreiber haben das Logo beispielsweise an der Eingangstür des Restaurants angebracht. Das hat Mastercard als Inhaber der Markenrechte nun untersagt.

Der Handelsverband Deutschland (HDE) stellt ein neues SEPA-Lastschrift-Logo als kostenlose und lizenzfreie Alternative zur Verfügung (Bild).

Alle Betriebe können das Logo im Rahmen der Nutzung und des Angebots eines SEPA-Lastschriftverfahrens lizenzfrei verwenden. Hierbei ist lediglich die Brand-Guideline des HDE zu beachten. Die Verwendung dieses Logos zur Anzeige der Akzeptanz von ELV-Zahlungen wird empfohlen, da bei der weiteren Verwendung des bisher bekannten Logos Abmahnungen wegen einer Markenrechtsverletzung seitens Mastercard nicht ausgeschlossen sind.

Verschiedene Vorlagen des neuen Logos und die HDE-Brand-Guideline können ab sofort völlig kostenfrei und ohne Anmeldung beim Handelsverband heruntergeladen werden unter → www.einzelhandel.de/sepa-lastschrift-logo

