



Leider "unsaubere Arbeit" abgelehnt
Die Fernverkehrsstraße liegt im Herzen der Altstadt. Abhängen vom Kunden vorher ein genaues Bild der Beschaffenheit vor. Bei der Arbeit beachtet die Arbeit die Beschaffenheit.

Brillant GmbH hat eine Bewertung von 4,5
Sehr geehrte Frau Neumann, zuerst möchten wir Sie für Ihre Bewertung danken. Wir sind sehr froh, dass Sie uns die Möglichkeit gegeben haben, Ihre Meinung zu äußern. Wir werden uns bemühen, Ihre Erwartungen zu erfüllen. Mit freundlichen Grüßen Gerhard Strakeljahn

02.03.2016

RAUS AUS DEM SCHATTENDASEIN – WIE K+L-BETRIEBE ONLINE SICHTBAR WERDEN

Ein guter Tipp ist Gold wert. Zum Beispiel, wenn das eigene Auto beim Aussteigen einen Kratzer abbekommen hat oder nach dem Crash schnell wieder in Form kommen muss. Nach Freunden und Bekannten ist das Netz die nächste Anlaufstelle bei der Suche nach einer geeigneten Werkstatt. Die Google-Suche „guter Autolackierer in Köln“ gibt schnell eine Auswahl passender Betriebe aus. Auffällig ist der Karosserie- und Lackierbetrieb Brillant, der mehr als 200 Bewertungen und viereinhalb von fünf möglichen Sternen hat. Das schafft Vertrauen. Und Vertrauen ist eine wichtige Währung in der Online-Welt.

Über die guten Suchergebnisse seiner Brillant GmbH freut sich Betriebsinhaber Gerhard Strakeljahn ebenso, wie über die vollen Auftragsbücher. Denn sie resultieren aus einer Zusammenarbeit mit erfahrenen Profis im Online-Marketing sowie dem kontinuierlichen Dialog mit seinen Kunden.

„ICH BIN ONLINE, ALSO BIN ICH“

Die Dienstleistersuche im Internet folgt dem Motto „ich bin online, also bin ich“. Das heißt im Umkehrschluss: Betriebe, die keinen Webauftritt haben oder nicht gefunden werden können, existieren für den Kunden nicht. Dagegen haben Empfehlungen im Netz für viele Nutzer inzwischen einen ähnlich hohen Stellenwert wie ein persönlicher Tipp aus dem Freundeskreis. Lieber erstmal online die Öffnungszeiten checken und Kundenbewertungen nachlesen. Wer will schon vor

verschlossenen Türen stehen oder bei einer Pfuscher-Werkstatt landen? Doch zum Gefunden werden gehört mehr als eine (selbstverständlich professionelle) Internetseite. Carsten Schmidt, Geschäftsführer und Mitbegründer von **WinLocal**, rät deshalb: „In den Ergebnissen der Google-Suche sollte der eigene Betrieb möglichst weit oben erscheinen. Kaum ein Kunde verirrt sich in eine ‚Seite-2-Werkstatt‘.“ Mit WinLocal macht Schmidt K+L-Betriebe im Service-Dschungel des Internets schnell und einfach auffindbar, zum Beispiel mittels Online-Werbung in der Google-Suche (AdWords) und der hauseigenen Empfehlungsplattform www.KennstDuEinen.de.

WIE SIE KUNDEN FÜR SICH SPRECHEN LASSEN

Dass Empfehlungsmarketing wirkt, weiß auch Gerhard Strakeljahn in Köln. Sein Betrieb erhält pro Monat rund 120 Anfragen allein aufgrund seiner guten Auffindbarkeit im Netz und der positiven Bewertungen. Der Betriebsinhaber erklärt, wie er die Bewertungen einholt: „Bei der Übergabe der Rechnung bitten wir unsere Kunden, uns zu bewerten. Der zuständige Kollege händigt dem Fahrer einen bereits frankierten Bewertungsfragebogen aus. Diesen kann er entweder direkt in der Werkstatt oder zu Hause ausfüllen. Alternativ können unsere Kunden ihre Kommentare auch online bei KennstDuEinen.de abgeben.“ So hat die Brillant GmbH seit 2011 insgesamt 244 Bewertungen gesammelt, über 90 Prozent davon bescheinigen dem Betrieb gute und sehr gute Arbeit. Und der Erfolg spornt an, meint Strakeljahn: „2015 ist uns der Sprung von 4,5 auf 4,6 Sterne gelungen. Da freut sich das ganze Team.“ Darüber hinaus nutzt er die Bewertungen auch zur Motivation einzelner Mitarbeiter. „Wenn ein Kunde zufrieden war, sollte der entsprechende Kollege das auch erfahren. Ein Lob für freundlichen Service, kompetente Beratung oder schnelle Reparatur gebe ich immer gern weiter.“

WAS TUN MIT KRITIK?

Wer eine Plattform für Kommentare bietet, sollte jedoch auch auf negatives Feedback gefasst sein. Beim Brillant-Betrieb wird jedem negativen Kommentar nachgegangen. Hatte der Mitarbeiter einen schlechten Tag oder besteht vielleicht Schulungsbedarf? Gerhard Strakeljahn entscheidet von Fall zu Fall. Um Missverständnisse zu beheben, lädt er Kunden manchmal sogar zu einem Klärungsgespräch ein. Darüber hinaus sollten negative Bewertungen auch bei KennstDuEinen.de kommentiert werden, rät der Betriebsinhaber. Das bestätigt auch Carsten Schmidt von WinLocal: „Wenn der Kunde das Gefühl hat, dass er mit seiner Kritik ernst genommen wird, ist er unter Umständen sogar geneigt, dem Betrieb eine zweite Chance zu geben.“

Lisa Möckel