



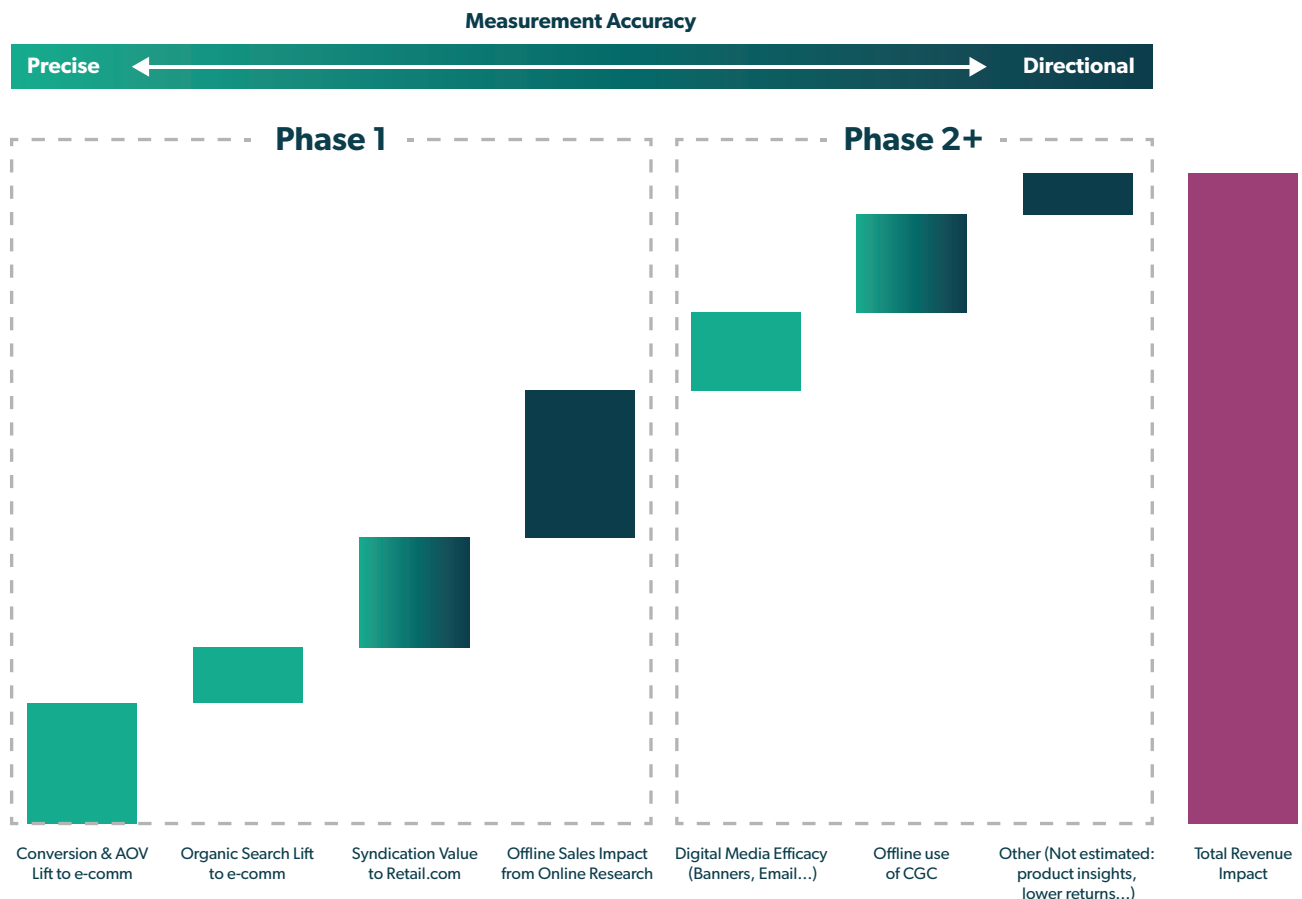
# Reichweite

bazaarvoice®



## Platzieren von CGC entlang der gesamten Shopper-Journey für mehr Reichweite

Verbrauchergenerierte Inhalte (Consumer Generated Content, CGC) auf Produktseiten haben sich als äußerst wirkungsvoll dabei erwiesen, Vertrauen aufzubauen, die Kundenbindung zu stärken und Verkaufsabschlüsse zu motivieren. Bazaarvoice hat herausgefunden, dass die Kunden mit dem Programm ihren Return on Investment (ROI) steigern konnten, wenn sie die Reichweite ihrer Inhalte über die Produktseite hinaus auf den Benutzerpfad bis zum Kaufabschluss ausdehnten. Die Unternehmen steigern die Wirksamkeit der verbrauchergenerierten Inhalte, indem sie ihnen mehr Platz und zusätzliche Platzierungen einräumen. Insgesamt wird die unterstützende geschäftliche Wirkung der CGC also verstärkt, denn das Konzept ermöglicht es den präsentierten Inhalten, die Verbraucher im Zuge der gesamten Shopper-Journey gezielt in solchen Momenten anzusprechen, in denen sie mit größerer Wahrscheinlichkeit zu einer Kaufentscheidung motivierbar sind.



# Fünf Wege zur Erhöhung der Reichweite

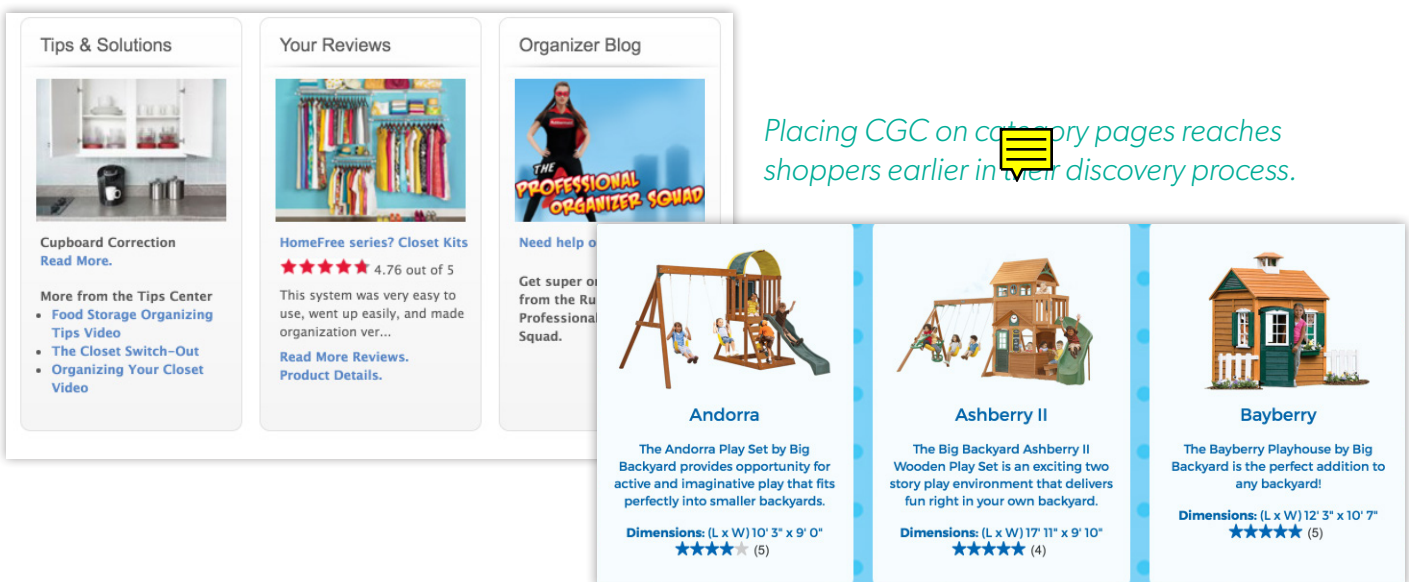
# Fünf Wege zur Erhöhung der Reichweite

## 1. Gehen Sie über die Produktseite hinaus

CGC machen sich auf Ihren Produkt- oder Serviceseiten bezahlt, weil die Kunden hier vor ihrer Kaufentscheidung nach Empfehlungen anderer Kunden und Einblick in den entsprechenden Markt suchen. Doch wenn Sie die verbrauchergenerierten Inhalte überall auf Ihrer Website integrieren, schaffen Sie bei Ihren Kunden Vertrauen und geben ihnen Anregungen. Das ist ein erster und wichtiger Schritt, um die Reichweite Ihrer CGC zu erhöhen. Im Fortlauf geben wir Ihnen eine Reihe von Tipps, wo und wie Sie mit CGC auf Ihrer Website am meisten Wirkung erzielen.

### Kategorieseiten

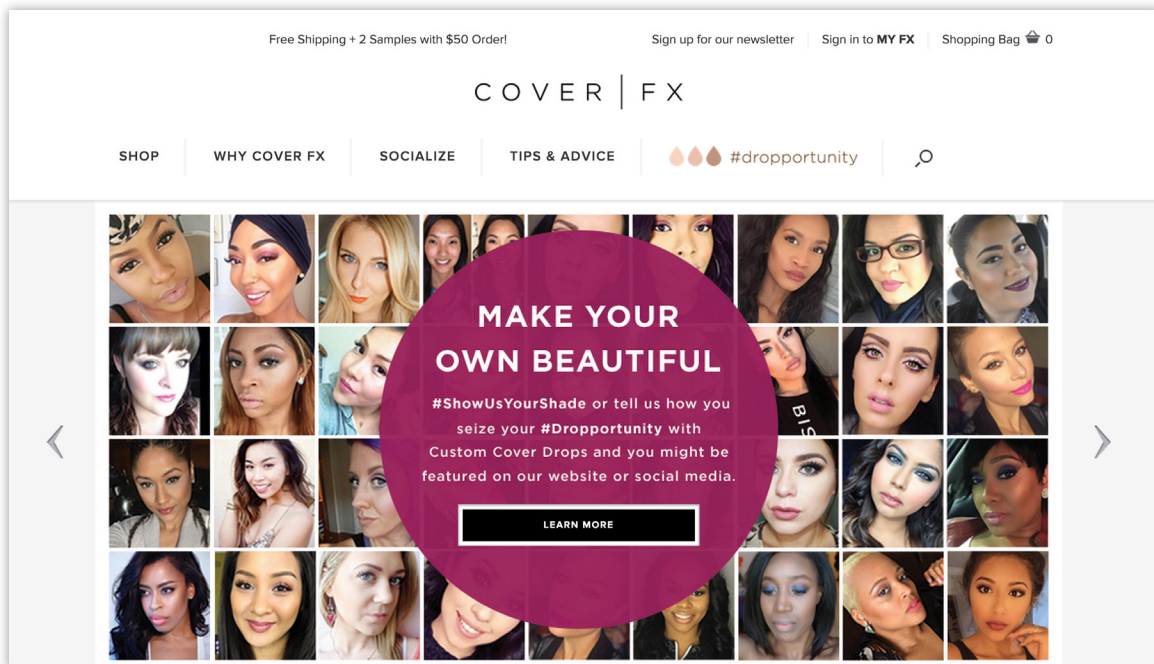
- Käufer gehen auf Kategorieseiten, um Kataloge zu durchsuchen und Produkte zu vergleichen. Indem Sie hier CGC anzeigen, helfen Sie dem Käufer dabei, seine Auswahl einzugrenzen, und Sie schaffen Vertrauen, das ihn zum nächsten Schritt im Kaufprozess motiviert. Außerdem regen Sie ihn dazu an, sich näher über das Produkt zu informieren.
- Ein einfacher Weg zur Integration von CGC in Produkt- oder Kategorieseiten sind die Anzeige einer Sternebewertung für die Produkte oder einer Reihe von Produktbesprechungen.
- Ziehen Sie darüber hinaus in Betracht, über s eingeholte Bilder sowie Kommentare aus Produktbewertungen mit statischen Bannern in die Kategorieseiten einzubinden.
- Mit Spotlights kann Bazaarvoice den Suchwert von Kategorieseiten erhöhen (welche normalerweise statisch sind und in Suchmaschinen nicht sonderlich hoch bewertet werden), da dieser Dienst die Kategorieseiten mit Inhalten bereichert.



The image shows a collage of category pages for organizers and playsets. On the left, three panels are visible: 'Tips & Solutions' featuring a kitchen cabinet, 'Your Reviews' for 'HomeFree series? Closet Kits' with a 4.76 star rating, and 'Organizer Blog' with a 'THE PROFESSIONAL ORGANIZER SQUAD' image. On the right, a larger panel displays three playset options: 'Andorra' (10'3" x 9'0", 4.5 stars), 'Ashberry II' (17'11" x 9'10", 4 stars), and 'Bayberry' (12'3" x 10'7", 5 stars). A yellow speech bubble icon is overlaid on the text 'Placing CGC on category pages reaches shoppers earlier in their discovery process.'

## Startseite

- Da Startseiten dem Verbraucher als Sprungbrett für die Interaktion mit Ihrer Website dienen, eignen sie sich hervorragend für das Anzeigen von CGC. Denn die verbraucher-generierten Inhalte regen den Verbraucher dazu an, mit Ihrer Webseite zu interagieren, und dadurch reduzieren Sie die Abbruchrate. Nehmen Sie Produkte und Themen auf, die für Ihr Geschäft Priorität haben.
- Nehmen Sie Verbraucherfotos und Zitate aus Bewertungen in die Banner Ihrer Homepage auf. So erlauben Sie den Unterstützern Ihrer Produkte, für Sie Werbung zu machen.
- Haben Sie Produktempfehlungen auf Ihrer Startseite? Sind Bewertungen bei Ihnen Teil der Produktlisten? Bewertungen wirken sich darauf aus, was die Leute anklicken, und daher verbessern Sie Ihre Durchklickraten, wenn Sie Durchschnittsbewertungen zu Ihren Produkten stellen
- Ziehen Sie in Erwägung, hochkarätige Navigationselemente für Custom Cover Drops-Bildergalerien oder „Top Rated Products“ (Produkte mit Spitzenbewertungen) hinzuzufügen.



Adding visual CGC to the home page pires shoppers to continue into the site

**Tipp:** Um Zitate aus Bewertungen zu einem Thema bereitzustellen, melden Sie sich bei Workbench an. Erstellen Sie dann einen „Alle Bewertungen“ Report, der Bewertungen mit Stichworten wie „großartig“, „phantastisch“ usw. anzeigt. Ein weiterer Weg: Gehen Sie in Workbench auf Bewertungen und Bewertungs-Dashboard und verwenden Sie das Wort „Cloud“, um herauszufinden, was Ihre Kunden zu Ihren Produkten sagen. Verwenden Sie dann die Funktion „Export all“ (Alle Exportieren) und lesen Sie so Bewertungen zu den wichtigsten Stichworten aus.

## 2. Stellen Sie die Inhalte Ihrer Fürsprecher in die sozialen Netzwerke

Marketingexperten sind ständig auf der Suche nach hochgradig wirkungsvollen Inhalten. Warum also lassen Sie nicht einfach die Äußerungen und Bilder Ihrer Verbraucher für Sie sprechen? Indem Sie CGC in Ihr E-Mail-Programm und in Ihre Beiträge in sozialen Netzwerken aufnehmen, generieren Sie nicht nur Inhalte, Sie treten darüber hinaus in Kontakt mit Ihren Kunden und belohnen Ihre Fürsprecher für ihre Mühe. Zudem haben unsere Kunden herausgefunden, dass sich mit A/B-Tests bequem die Wirksamkeit von CGC verifizieren lässt, so dass Sie herausfinden können, welche Art von Botschaften für Ihr Publikum am wirkungsvollsten sind.

### Email

- Erstellen Sie mit Ihrem E-Mail-Programm A/B-Tests und ermitteln Sie die Wirksamkeit eingefügter Bewertungen, Bewertungszitate, Verbraucherbilder usw. A/B-Tests per E-Mail bestätigen Ihrem Team nachweisbar den Nutzwert einer Erweiterung der CGC auf Ihrer Website.
- Ziehen Sie die Verwendung von Aussagen des Typs „98 % aller Bewerter würden dieses Produkt einem Freund empfehlen“ in Erwägung und stellen Sie dazu Sternebewertungen und Bewertungstexte.
- Eine ebenfalls gute Idee ist eine E-Mail-Kampagne mit Botschaften wie „Top-Bewertung“ oder „Kunden-Favoriten“, bei denen mehrere hoch bewertete Produkte oder Fotos zum selben Produkt zusammengefasst werden. Nehmen Sie Bewertungen, Produktbesprechungen und Bilder in die E-Mails auf und geben Sie dem Kunden damit einen kompletten Überblick darüber, was andere Kunden an diesen Produkten mögen.

**PEOPLE LOVE LIGHT**

★★★★★  
**GREAT MAYONNAISE**  
 This mayonnaise tastes better than any I have tried.  
 I love that it has fewer calories...  
 – *cvbama1*

★★★★★  
**REALLY TASTES GOOD**  
 ...I really like this light mayo - you can hardly tell the difference!  
 – *nmsd*

★★★★★  
**BEST MAYO**  
 I grew up on Hellmann's Real and when the Light came about,  
 I didn't hesitate to try it and I loved it...  
 – *Nan13*

Average rating on [Hellmanns.com](https://www.hellmanns.com) is 4 stars.  
 Reviews are moderated and consistent with our posted [Terms of Use](#).

---

TRY AMERICA'S  
**BEST TASTING**  
 Light  
**MAYO**  
 Only 35 CALORIES

Hellmann's® Light won a national blind taste test of leading brands among people with a preference, with only 35 calories per tablespoon. It's so good most people can't tell the difference versus regular mayo. Get recipes that will help you enjoy Hellmann's Light on salads.

[Discover great recipes](#)

**MOST-LOVED LIGHT RECIPES**

<p>Lemony CAESAR SALAD WITH CHICKEN</p> <p><a href="#">Get Recipe</a></p>	<p>CHICKEN &amp; AVOCADO WRAPS</p> <p><a href="#">Get Recipe</a></p>	<p>CREAMY HONEY MUSTARD SALMON SANDWICH</p> <p><a href="#">Get Recipe</a></p>
---	--	---

SEE ALL LIGHT RECIPES

**PEOPLE LOVE LIGHT**

★★★★★  
**GREAT MAYONNAISE**  
 This mayonnaise tastes better than any I have tried.  
 I love that it has fewer calories...  
 – *cvbama1*

★★★★★  
**REALLY TASTES GOOD**  
 ...I really like this light mayo - you can hardly tell the difference!  
 – *nmsd*

★★★★★  
**BEST MAYO**  
 I grew up on Hellmann's Real and when the Light came about,  
 I didn't hesitate to try it and I loved it...  
 – *Nan13*

Average rating on [hellmanns.com](https://www.hellmanns.com) is 4 stars.  
 Reviews are moderated and consistent with our posted [Terms of Use](#).

Build campaigns around your bcates' content to amplify CGC

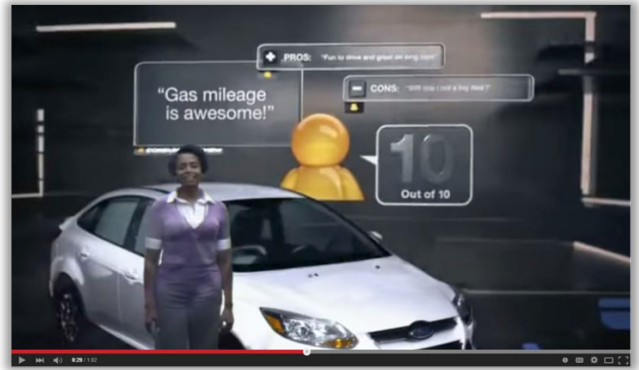
## Beiträge in sozialen Medien

- Egal ob auf Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat oder anderen Plattformen: Stellen Sie Ihre Kunden in den Vordergrund. Teilen Sie deren Fotos (über das Curations Rights Management ist die dafür erforderliche Genehmigung leicht einzuholen) und Bewertungen, um Ihren Anhängern vor Augen zu führen, was andere über Sie sagen.
- Mit Tweet Connect können Sie unter Workbench Alerts Ihr Twitterkonto verknüpfen und Bewertungen mit vier oder fünf Sternen automatisch tweeten – täglich, wöchentlich oder so oft Sie wollen.



Social posts present another  opportunity to showcase CGC

**Tipp:** Kunden trauen Inhalten, die von anderen Kunden generiert wurden. Deshalb ist es wichtig, Benutzernamen hinzuzufügen oder die Benutzer zu identifizieren, um die Authentizität des verwendeten CGC zu belegen.



Bringing the authentic voice of the consumer into advertising creative resonates with shoppers

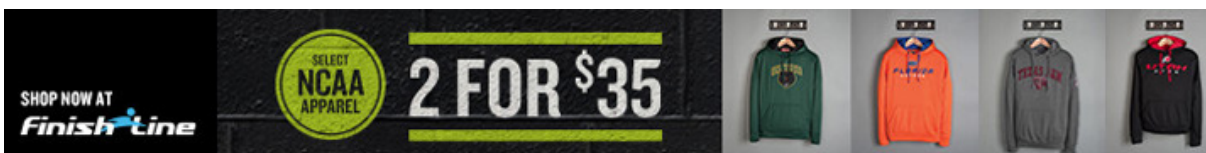
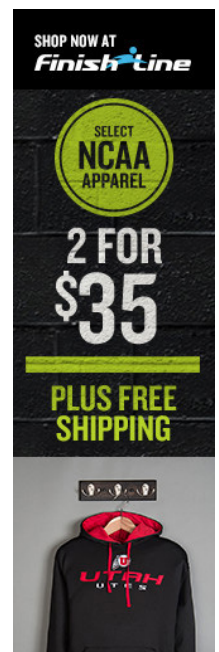
### 3. Verstärken Sie den Einfluss Ihrer Werbung

Forrester hat ermittelt, dass Verbraucher dreimal mehr Vertrauen in Bewertungen als in Markenwerbung haben (1). Bazaarvoice und CGC können Ihnen dabei helfen, solche Käufer die sich in Ihrem Markt bewegen effizient zu erreichen und zu binden. Bazaarvoice verfolgt die Bewegungen und Handlungen von monatlich 700 Millionen aktiven Käufergeräten. Deshalb finden Sie solche „In-Market“-Käufer mit uns kanalübergreifend und vor allem dann, wenn sie bereits weit im Kaufprozess fortgeschritten sind. CGC zu Ihrer kreativen Werbung hinzuzufügen, erhöht das Vertrauen der Verbraucher und kommt bei Ihren Käufern gut an.

#### Werbeanzeigen

- Die Arbeit mit Bazaarvoice erlaubt es Werbetreibenden, hochspezifische Käufersegmente anzusprechen, die auf der Grundlage von Daten zum tatsächlichen Käuferverhalten in unserem Netzwerk aus Marken und Händlern erstellt wurden.
- Wenn Sie CGC in Werbeanzeigen integrieren, verwenden Sie dazu Bewertungssterne, denn diese sind auf einen Blick erkennbar und wecken die Aufmerksamkeit des Verbrauchers.
- Wenn Sie Bewertungszitate oder Bilder verwenden, geben Sie unbedingt den Benutzernamen, seinen Aufenthaltsort und weitere Informationen an, mit denen Sie die Bewertung lebendig gestalten. Dazu kann zum Beispiel die Information gehören, wie der Benutzer das Produkt verwendet (Training für den ersten Marathon), oder Sie geben aussagekräftige demografische Informationen (dreifache Mutter) an, anhand derer man den Inhalt zuordnen kann und die seine Echtheit belegen.
- Ihre Kunden genehmigen Ihnen die Weiterverwendung dieser Bewertungsinhalte über die Geschäftsbedingungen, die in dem Übermittlungsformular für die Bewertungen enthalten sind. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Rechteverwaltung aktiviert haben, ehe Sie Fotos aus sozialen Netzwerken per Curations weiterverwenden.

Using Bazaarvoice Shopper Segments, Finish Line ads saw an increase of **3.6 x for ROA, 3.4x for VTR**  **3.7 x higher conversion rate compared to traditional shopper segments.**





## Beilagen (Free Standing Inserts, FSI), Coupons, Printanzeigen und Direktwerbung

- Die Verwendung verbrauchergenerierter Inhalte in Werbebeilagen, Coupons und Druckerzeugnissen kann dafür sorgen, dass sie sich von der Masse abheben und dazu einladen, das Produkt auszuprobieren.
- Unsere Kunden haben bei Beilagen mit CGC eine bis zu 13-prozentige Steigerung der Couponeinlösungsquote beobachtet.
- Bewertungszitate eignen sich oftmals für griffige Überschriften, die bei solchen Werbemitteln die Aufmerksamkeit wecken. Kundenfotos heben das Produkt oder den Service und den damit assoziierten Lebensstil hervor.
- Wo auch möglich, testen Sie die verschiedenen Botschaften und verbrauchergenerierten Inhalte auf ihre Wirksamkeit. Oder Sie messen jährlich den Erfolg, um zu ermitteln, wie das Hinzufügen der betreffenden Botschaft die Wirksamkeit Ihres Marketings beeinflusst.

**FINALLY**  
food storage that stays  
**NEATLY ORGANIZED.**

Rubbermaid

**EASY FIND LIDS™ SOLUTIONS.**  
ONLY FROM RUBBERMAID™

- + KEEPS PRODUCE FRESH
- + EXTRA SECURE SEAL
- + STAIN RESISTANCE

**You rated EASY FIND LIDS™ 4.8 out of 5**

**“These containers are the BEST!**  
They stack easily with the lids when they are stored in your cabinets... The quality and price are second to none. Thank you Rubbermaid.”

**SAVE \$1.00**

On any one (1) Rubbermaid™ Easy Find Lids™ Lock-Its™ Produce Saver™ or Premier™ Container

Read more at [www.rubbermaid.com](http://www.rubbermaid.com)

**REGENERIST 3 POINT CREAM**  
“BEST CREAM I HAVE EVER TRIED.”  
★★★★★

**NEW**

**OLAY**  
regenerist  
3 point super age-defying cream

Re-energise your skin's appearance cell by cell

**“I DON'T KNOW HOW IT WORKS, BUT IT DOES.”**

**IF MY CRAMPS DISAPPEARED, IT WOULD BE AS IF I WASN'T EVEN HAVING MY PERIOD.**

ASHLEE, BOSTON, MA  
★★★★★  
AMAZON.COM

JOIN THE CONVERSATION AT #ALWAYS

**OLAY**

FSIs and print ads are excellent places to amplify star ratings and review snippets

**Tipp:** Weisen Sie im Text unbedingt darauf hin, dass der Kunde weitere CGCs auf Ihrer Website findet. So verstärken Sie die Kundenbindung und verschaffen Ihrer Werbung zusätzlich Glaubwürdigkeit.

## 4. Ran ans Regal

In den USA erfolgen 94 % aller Käufe weiterhin im stationären Handel (2). Doch während die Produktrecherche im Internet zunehmend an Bedeutung gewinnt, sind verbraucher-generierte Inhalte ein wirkungsvolles Werkzeug, um Käufer im Geschäft zur Kaufentscheidung anzuregen. Eine Möglichkeit besteht darin, vertrauenswürdige CGC in die verkaufsfördernde Werbung im Geschäft zu integrieren, um die Kunden zum Ausprobieren zu animieren.

### Verkaufsregal-Werbeschilder

- Während Verbraucher nach Optionen suchen sollten Sie ihre Aufmerksamkeit erregen, indem Sie ihnen zeigen, was andere Verbraucher von Ihrem Produkt denken.
- Mit Sternen wecken Sie auf diesen für gewöhnlich sehr kleinen Werbeflächen schnell die Aufmerksamkeit der Kunden.
- Stellen Sie eine einzige, schnell lesbare URL dazu, wo der Kunde weitere Bewertungen findet. Das ist nützlich dabei, die Werbewirksamkeit zu messen, und sorgt für zusätzliche Markenbindung.
- Zitate aus Bewertungen, in denen die Hauptvorteile des Produkts zur Sprache kommen, können ebenfalls nützlich hervorheben, warum dieses Produkt die richtige Wahl für Ihren Verbraucher ist.



Star ratings and review snippets bring shelf talkers to life

## Werbetafeln und Regalstirnseiten

- Werbetafeln und Regalstirnseiten bieten in der Regel etwas mehr Werbefläche als die kleinen Shelftalker-Verkaufsschilder direkt am Regal. Nehmen Sie weitere Bewertungszitate in das Design auf und geben Sie zum betreffenden Benutzer Namen und Aufenthaltsort an, da dies für Glaubwürdigkeit sorgt.
- Auch für Fotos, die den zufriedenen Benutzer beim Umgang mit dem Produkt zeigen, sind dies ideale Werbeflächen. Mit dem Curations Rights Management holen Sie die Genehmigungen der Verbraucher zur Benutzung ihrer Inhalte ein.
- Hier können Sie auch die Sprache kreativ einsetzen, anstatt nur die Sternebewertung anzuzeigen. Botschaften wie „Ihre Höchstbewertungen!“ können hier wirkungsvoll sein

## Verkaufsverpackung

- Während Werbedisplays, Regalstirnseiten und Shelftalker am Regal vergleichsweise kurzlebige Werbeflächen für verbrauchergenerierte Inhalte rund ums Verkaufsregal sind, ist die Verkaufsverpackung ein langfristiges Mittel für die Werbung mit Verbraucherfeedback.
- Benutzen Sie hier Inhalte, die Bestand haben. Mit Sternen machen Sie auch hier die Bewertung anschaulich, was wirkungsvoller ist als die Angabe eines konkreten Werts, und die Zitate oder Bilder müssen unabhängig von der Jahreszeit aussagekräftig sein.
- Auch dies ist eine hervorragende Werbefläche für eine Aufforderung, sich weitere Bewertungen und Bilder anzusehen.

**Tip:** Wir haben beobachtet, dass unsere Kunden mit ganzheitlichen Kampagnen über diverse Kanäle mit einem gemeinsamen Thema am erfolgreichsten waren, bei denen die CGC auf verschiedene Art und Weise zur Geltung gebracht wurden, wo immer und wann immer ein Kunde auf seinem Weg zum Einkauf mit diesen Inhalten in Berührung kam.



Our most successful clients amplify CGC across holistic campaigns, reaching shoppers at multiple touchpoints

## 5. Einsatz eines digitalen Warenregals

Heute ist es nicht nur wichtig, den Kampf ums Regal zu gewinnen. Man muss den Verbraucher auch online für sich gewinnen, egal wo er sich befindet. In vielen Fällen erfolgt die Recherche über die Händlerwebseite, wenn die Kunden Produkte vergleichen. Die Hersteller müssen sicherstellen, dass wirksames CGC-Material verfügbar ist, das den Verbraucher anspricht und sich auf seine Kaufentscheidung auswirkt. Bei rund 700 Millionen mobilen Geräten, mit denen sich Einkäufer monatlich im Bazaarvoice-Netzwerk auf die Suche machen, können Sie die Aufrufe Ihrer verbrauchergenerierten Inhalte vervielfachen, wenn Sie diese über das Netzwerk teilen.

### Syndizierung

- Syndizierung versetzt Hersteller in die Lage, CGC über multiple Händler zu teilen, so dass die Aufrufe von Bewertungen und Produktbesprechungen verstärkt werden.
- Syndizierungs-Programme sind nur dann gut, wenn die Produktfeeds hochwertig sind. Zum erfolgreichen Syndizieren von Inhalten muss Bazaarvoice in der Lage sein, ein und dasselbe Produkt in verschiedenen Händlerkatalogen korrekt zu identifizieren. Die Vollständigkeit und Richtigkeit der Produktfeeds bestimmt, wie gut Ihre Produkte identifiziert werden können.
- Die zwei wichtigsten Punkte beim Erstellen eines Produktfeeds sind die einheitlichen globalen Produktkennungen (wie UPC, EAN und ISBN) und die Herstellernummer (Manufacture Part Nummer, MPN). Mit diesen zwei Angaben für jedes Produkt, für das Sie CGC syndizieren wollen, ist die Wahrscheinlichkeit einer falschen Zuordnung sehr gering.


The screenshot shows a product page for 'auto care & maintenance' with a filter for 'Automotive Scratch Remover'. The page displays four products with their prices and ratings:

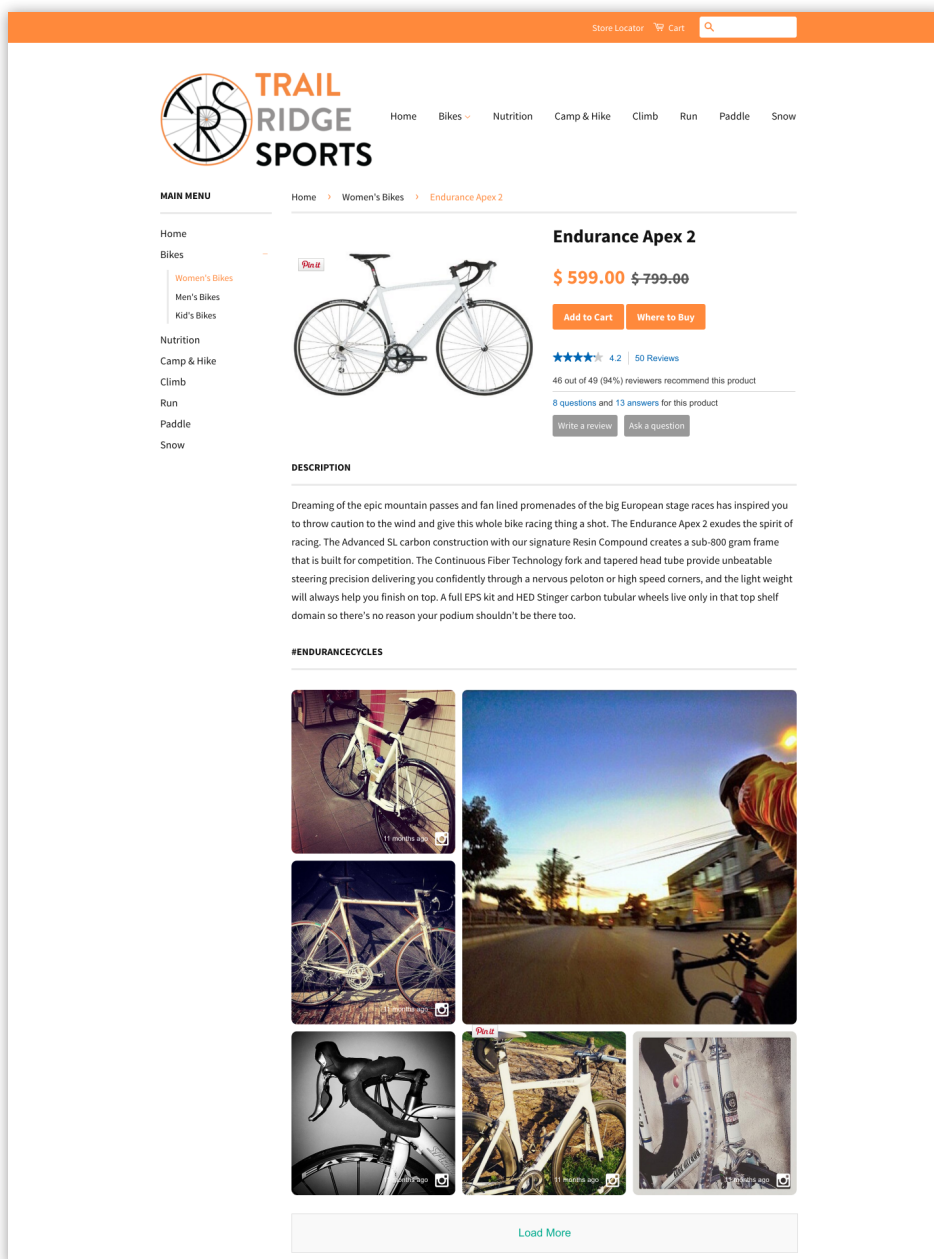
- Competitor product: \$8.89, 1 rating (1 review)
- Turtle Wax Headlight Lens Restorer Headlight...: \$9.39, 4.5 rating (46 reviews, 'in stores only')
- Competitor product: \$10.19, 0 ratings (0 reviews)
- Turtle Wax One Step Headligh...: \$7.99, 4.5 rating (5 reviews)

A customer review overlay is shown for the Turtle Wax product:

★★★★★ would recommend  
DadofDivas  
Lansing, MI, United States  
originally posted on: Turtle Wax  
So Easy - Waxing At Your Fingertips  
661 days ago  
I love how easy this product was to use and without much effort or mess I can clean up my car and make it look amazing and it helps protect it completely, which is important for an older car.  
helpful? 0 0 report


Syndication amplifies CGC to retail sites across the Bazaarvoice network

- Wenn Sie über ns verfügen, teilen Inhalte des Typs Brand Curated Content automatisch mit Produktanhängen versehene Verbraucherfotos mit Produktinformations-Händlerwebsites.
- Das Teilen dieser Inhalte mit dem Bazaarvoice-Netzwerk kann deren Aufrufe um das 20-fache gegenüber Ihrer eigenen Webseite steigern.
- Brand Curated Content erhöht die Reichweite Ihrer Social Contents und hilft Ihnen darüber hinaus im Wettbewerb um das digitale Warenregal. Denn diese Inhalte inspirieren den Verbraucher im Vertriebskanal.



The screenshot shows the product page for the 'Endurance Apex 2' bicycle on the Trail Ridge Sports website. The page layout includes a navigation menu, a main product image, a price section with 'Add to Cart' and 'Where to Buy' buttons, a star rating of 4.2 from 50 reviews, and a 'DESCRIPTION' section. Below the description is a grid of user-generated content (UGC) featuring photos and videos of the bicycle, with a 'Load More' button at the bottom.



*For high-consideration products it is especially critical to get CGC in front of consumers everywhere they shop.  Symcination of review content and photos addresses this need.*



## Sources

1. "User-generated content's impact on brand building," Forrester, 2013.

<http://www.bazaarvoice.com/research-and-insight/white-papers/Forrester-User-Generated-Contents-Impact-On-Brand-Building.html>

2. "Retail's Main Event: Brick & Mortar vs. Online," Retail Next, December 2015.

<http://retailnext.net/blog/brick-and-mortar-vs-online-retail/>

**bazaarvoice:**

Bazaarvoice GmbH.

Liebherrstrasse 22

Munich 80538

Tel: +49 89 4444 707-0

[www.bazaarvoice.com](http://www.bazaarvoice.com) | [www.bazaarvoice.com/blog](http://www.bazaarvoice.com/blog) |  