

Wie man Kundenfeedback in ein Gespräch verwandelt

Worum geht es

Proaktiver Ansatz zur Beantwortung von Bewertungen	2
Warum es wichtig ist, auf Kundenfeedback zu reagieren	3
Negative Bewertungen beantworten	5
Positive Bewertungen lesen und beantworten	8
Auf spezifische Fragen antworten	10
Vorteile einer umfassenden Management-Plattform	11
Fazit	12

Proaktiver Ansatz zur Beantwortung von Bewertungen

Seien wir ehrlich – egal, wie cool Ihre Marke ist oder wie gut Ihre Produkte ankommen, Sie werden hin und wieder negative Bewertungen erhalten.

Das ist schlichtweg eine Tatsache, vor allem wenn Ihr Ziel eine größere Anzahl von Bewertungen ist. Sie haben (vielleicht sogar von uns) bestimmt schon einmal so etwas gehört wie „Negative Bewertungen können tatsächlich eine gute Sache sein“. Und ob Sie es glauben oder nicht, es ist wahr – vorausgesetzt, Sie lesen und reagieren auf neue Bewertungen proaktiv.

Laut einer UX-Studie¹ des Baymard Institute sind nicht alle schlechten Bewertungen schlecht. Eine schlechte Bewertung kann potenzielle Käufer darauf hinweisen, dass das Produkt nicht ihren Anforderungen entspricht. Im Rahmen dieser Studie fand man außerdem heraus, dass Verbraucher gezielt nach negativen Bewertungen suchen. Probanden, die auf einer Produktseite ausschließlich positive Bewertungen unter den zuerst angezeigten fanden, hatten den Verdacht, diese könnten gefälscht sein. Das Vorhandensein schlechter Bewertungen setzt alle Bewertungen in einen authentischen Kontext.

Unabhängig von der Stimmung ist eines sicher – Marken müssen beim Lesen und der Beantwortung neuer Bewertungen schnell sein, sobald diese eingegangen sind. Bis zu 70 % aller unzufriedenen Kunden sind bereit, wieder mit dem betreffenden Unternehmen ins Geschäft zu kommen, wenn ihre Beschwerde zu einem zufriedenstellenden Ergebnis geführt hat und das Problem gelöst wurde. Doch selbst bei überwiegend positiven Bewertungen ist die Arbeit noch nicht erledigt: Sie sollten sich mit den zufriedenen Kunden ebenso häufig beschäftigen wie mit den unzufriedenen.

Warum es wichtig ist, auf Kundenfeedback zu reagieren

Die Bereitschaft, ein Produkt mit einer negativen Bewertung zu kaufen, ist doppelt so hoch², wenn nicht nur die schlechte Bewertung selbst angezeigt wird, sondern auch die Antwort der Marke. Das bedeutet also, wenn Sie proaktiv auf Bewertungen reagieren, ermöglicht Ihnen das, Kundenprobleme unmittelbar und direkt anzusprechen und zugleich potenziellen Kunden zu demonstrieren, dass Sie sich um Ihre Kunden und deren Anliegen kümmern.

Für Marken ist es entscheidend, sich des tatsächlichen Publikums ihrer Antworten bewusst zu sein, denn diese werden von wesentlich mehr Verbrauchern gelesen als demjenigen, der die Bewertung abgegeben hat. Unglaubliche 89 % der Verbraucher³ lesen die Antworten von Unternehmen auf negative Bewertungen. Potenzielle Kunden sind also definitiv eine Zielgruppe, die Sie berücksichtigen sollten. Aber hier ist noch nicht Schluss.

Suchmaschinen haben Bewertungen als entscheidenden Teil ihrer Algorithmen zur Bestimmung des Ergebnis-Rankings übernommen. Laut einer aktuellen Untersuchung⁴ von Moz machen Online-Bewertungen mehr als 10 % der Entscheidung von Google (und anderen Suchmaschinen) zum Ranking der Suchergebnisse aus.

bazaarvoice:



F: *Ist dieses Parfüm für sensible Haut geeignet?*



A: *Hallo Ann! Ja, dieses Parfüm enthält nicht reizende Inhaltsstoffe und wurde speziell für sensible Haut entwickelt! Hoffentlich hilft das weiter!*

M

Von Michael, Brand Customer Care



Darüber hinaus sollten Marken insbesondere bedenken, welchen Stellenwert Bewertungen für Händler haben und infolgedessen auch die Antworten ihrer Marken auf diese Inhalte. Die Gesamtbewertung nach Sternen (Volumen und Durchschnitt) ist für Händler ein wichtiger Faktor bei der Entscheidung, welche Marken sie in ihren Regalen und den Online-Produktkategorien anbieten. Wie schon erwähnt haben Händler nur eine begrenzte Verkaufsfläche zur Verfügung. Sie erwarten daher, dass Marken, mit denen sie zusammenarbeiten, den Kunden gegenüber aufmerksam sind, welche sich die Zeit nehmen, Feedback zu geben.

Bewertungen sind für Kunden nicht die einzige Möglichkeit, Feedback zu geben. Der F&A-Bereich einer Produktseite gewinnt stetig an Bedeutung, und das Engagement hier kann großen Einfluss auf die Bilanz einer Marke haben. Aus einem kürzlich veröffentlichten Bericht von Bazaarvoice Social Analytics geht hervor, dass die Konversionsrate um durchschnittlich 98 % stieg, wenn Verbraucher in der F&A-Sektion wichtiger Händler-Webseiten Antworten von Marken vorfanden.

Letztendlich ist die Beantwortung von Bewertungen im Hinblick auf die Kundenbindung eine wichtige Möglichkeit, eine persönliche Beziehung zu den Kunden aufzubauen. Selbst eine geringfügige Verbesserung der Kundenbindung kann zu einer erheblichen Steigerung der Rentabilität eines Unternehmens führen. Kunden kommen eher wieder, wenn sie wissen, dass echte Menschen hinter der Marke stehen, die sich für das Kundenerlebnis interessieren.

Negative Bewertungen beantworten

Sie haben also eine negative Bewertung erhalten. Und was jetzt? Zuerst sollte man sich darüber klar werden, dass das nicht das Ende der Welt bedeutet. Es wird immer wieder eine negative Bewertung geben – wichtig ist, wie Sie darauf reagieren.

Denken Sie bei der Reaktion auf negatives Feedback strategisch darüber nach, wie Sie aus einem negativen ein positives machen können. Das ist manchmal einfacher gesagt als getan, aber Marken müssen sich diese zusätzliche Sekunde Zeit nehmen, um sich in die Lage des Kunden zu versetzen und sich erneut klarzumachen, wer die Antwort sonst noch lesen wird. Auch wenn die negative Bewertung unzutreffend oder keine große Sache zu sein scheint, sollten Marken dennoch reagieren und versuchen, eine Lösung zu finden. Die Antworten sollten authentisch sein, dem allgemeinen Tenor der Marke entsprechen und mit den Kundenbetreuungsrichtlinien der Marke konform gehen.



Schlechte Qualität. Ich habe die Schuhe für meine Tochter gekauft, die Sohle ist jetzt schon ganz abgenutzt.



Hallo Jean! Es tut uns sehr leid zu hören, dass die Schuhe, die Sie erhalten haben, schon kaputt sind. Bitte kontaktieren Sie uns unter 1-800-555-5555. Wir möchten sie ersetzen.



Von Angela, Brand Customer Care



So reagieren Sie richtig auf negative Bewertungen:



SEIEN SIE SYMPATHISCH

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie die Frustration verstehen, und geben Sie ihnen das Gefühl, dass ihre Meinung zählt.



HELFEN SIE ZUKÜNFTIGEN KUNDEN

Ihre Antwort kann einen großen Einfluss auf die Kaufentscheidungen potenzieller Käufer haben. Betrachten Sie Ihre Antwort daher als wertvolle Information für ein größeres Publikum als nur diejenige Person, die die Bewertung abgegeben hat.



SEIEN SIE PERSÖNLICH

Verbraucher schätzen Authentizität. Vermeiden Sie daher die Verwendung vorgefertigter Standard-Antworten oder Auszügen aus Ihren Richtlinienformularen.



ANTWORTEN SIE SCHNELL

Beantworten Sie eine negative Bewertung innerhalb von 24 bis 48 Stunden. Das signalisiert Verbrauchern zusätzlich, wie viel Ihnen daran liegt, das Problem zu lösen.



KONTAKTIEREN SIE DIE KUNDEN ON- UND OFFLINE

Wenn Sie sich die Mühe machen, eine Beschwerde offline zu bearbeiten, zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie entschlossen sind, die Dinge in Ordnung zu bringen. Außerdem bieten Ihnen das eine weitere Gelegenheit, die Sache gerade zu biegen.

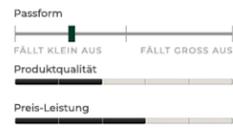
Werfen wir einen Blick auf ein paar Beispiele für großartige Reaktionen, die dazu beigetragen haben, verärgerte Kunden in zufriedene zu verwandeln:

★★★★★ Dylan | vor 10 Tagen

GRÖßEN SIND ANDERS

Ich kann mich den vielen anderen was die Passformänderung betrifft nur anschließen. Meine Größe bei diesen Hosen (seit Jahren meine Lieblinge) war seit jeher 36x34. Erst war die Länge plötzlich eine 35" und ich musste sie kürzen lassen. Dann, wie viele andere schon erwähnt haben, war auf einmal die Leibhöhe tiefer und an der Taille sitzen sie jetzt für 36" recht knapp. Ich habe in letzter Zeit viele Hosen/Shorts anderer Hersteller gekauft. Die RLs in 36" fielen praktisch von mir ab und die TBs in 35" waren total bequem. Die JAB-Hose in 36" lässt zwar kein üppiges Mittagessen zu, sieht dafür aber großartig aus.

Anlass - Kleidung Tenue pour le bureau Tenue de soirée Tenue décontractée
Ja, Ich empfehle das Produkt weiter.
 Hilfreich? Ja Nein Bericht




ANTWORT VON JOS. A. BANK BEKLEIDUNG:

JAB listens – Kundenservice | vor 8 Stunden

Wir bedauern sehr, dass Sie mit dem Produkt nicht zufrieden waren! Wir haben uns Ihr Feedback zu Herzen genommen und bieten diese Twill-Hosen wieder in ihrer ursprünglichen Passform an. Sie sind jetzt mit oder ohne Bundfalten erhältlich. Bitte suchen Sie die Produkte #36D und #36A. Diese Hosen in der



★★★★★

DOOS

ORT : SEATTLE, WA
 ATHLETENTYP : **ATMUNGSAKTIVER GP**
 ALTER : 25-34
 KÖRPERTYP : **RUNDE**

WAS DU MAGST
 Fällt nicht, sehr bequem

WAS DU NICHT MAGST
 Was du magst

4. DEZEMBER 2018

GROSSARTIG aber ein totaler Reinfall

Diese Hose ist fantastisch – irgendwie. Sie rutschen kein bisschen und fühlen sich an, als würde man gar nichts tragen. Aber ich hatte sie dreimal an und die komplette Innenseite des Oberschenkels/Zwickels fusselt, als hätte ich die Hose schon 10 Jahre.

Definitiv ihr Geld nicht wert, leider.

ANTWORT VON LULULEMON:
 Kieran, Guest Education Centre (GEC)

4. Dezember 2018

Hallo Doos,

Danke, dass du uns kontaktiert und dein Feedback gegeben hast! Wir stehen hinter der Qualität unserer Produkte, und wir wollen sicherstellen, dass deine Ausrüstung perfekt funktioniert. Ich sehe, dass das bei dir leider nicht der Fall war und möchte gemeinsam mit

Robin Lynn
 24. August um 11.13 Uhr · 🌐

Nachdem wir kürzlich ein Problem mit World's Best Zero Mess Katzenstreu hatten, weil sie bei 2 meiner Katzen eine Entzündung der Pfoten verursacht hat, habe ich eine Bewertung auf chewy.com geschrieben, wo ich die Katzenstreu gekauft hatte. Heute habe ich die folgende E-Mail von ihnen erhalten:

👍❤️ 5 2 Bemerkungen 1 Verteilung

als Kommentar dividieren

Am relevantesten ▾

Schreibe einen Kommentar ... 📷 📺 📹 📽

Chewy.com ✓ Hallo Robin. Ich wollte Sie gerne aufgrund Ihrer Bewertung der Zero Mess by World's Best Advanced Katzenstreu kontaktieren. Es tut mir sehr leid zu hören, was nach der Benutzung der Zero Mess Katzenstreu mit Ihren Fell-Babys passiert ist. Ich verstehe voll und ganz, wie Sie sich jetzt fühlen, und möchte in dieser Zeit für Sie da sein. Wenn so etwas passiert, ist das wirklich sehr entmutigend. Ich hoffe, Ihrem Fell-Baby geht es schon wieder besser, und bin froh zu hören, dass es mit der neuen Katzenstreu viel besser klappt. In der Zwischenzeit habe ich eine Rücküberweisung von 57,90 \$ auf die Karte, die Sie für die Zahlung benutzt haben, veranlasst. Das Geld sollte spätestens in 3-5 Werktagen bei Ihnen eingehen.

Ich hoffe, Jasper, Kato, Meow-Meow, Skye und Timothy geht es gut. Geben Sie Ihnen ein paar extra Streicheleinheiten und Ohrkrauler von uns. Wir alle hoffen, dass sie sich bald wieder besser fühlen.

Wenn Sie Fragen haben oder es sonst irgend etwas gibt, das wir für Sie tun können, zögern Sie nicht, uns jederzeit zu kontaktieren, egal ob Tag oder Nacht. Wir sind immer für Sie da.

Jacquelyn S.
 Kundenservice
 Chewy

als · Antwort 2S

Autor
Robin Lynn Was meinen Kätzchen passiert ist war absolut nicht deren Schuld, trotzdem haben sie mir das Geld zurückerstattet. Und diese Streu ist nicht gerade billig!

Seit PetSmart Chewy letztes Jahr übernommen hat, habe ich damit gerechnet, dass es das Ende für Chewys legendären Kundenservice bedeuten würde. Das ist der Beweis dafür, dass das absolut nicht stimmt. Solange sie ihren Kunden eine solche Wertschätzung entgegenbringen, werde ich alles, was ich für meine Tiere brauche (und das ist eine ganze Menge), bei Chewy kaufen.

als · Antwort 34P



Positive Bewertungen lesen und beantworten

Das ist ebenso wichtig wie die Reaktion auf negative Bewertungen – solange Sie authentisch bleiben. Positives Feedback kann leicht übersehen und mit ein paar vorgefertigten „Danke“-Antworten abgespeist werden – aber das kann tatsächlich mehr Schaden anrichten als gar keine Reaktion. Bewertungen sind der Ausgangspunkt für ein Gespräch zwischen zwei Menschen, deshalb müssen Marken sie auch entsprechend behandeln.



Ich liebe sie! Sie tun an den Ohren nicht weh und die Schnur verheddert sich nicht! Der Sound ist unglaublich!



Hallo James! Vielen Dank für Ihr Feedback. Wir freuen uns sehr, dass Sie unsere Kopfhörer lieben!



Von Robin, Brand Customer Care



So reagieren Sie richtig auf positive Bewertungen:

DIE MEISTEN 5-STERNE-BEWERTUNGEN KÖNNEN UNBEANTWORTET BLEIBEN

Anstatt auf jede 5-Sterne-Bewertung „Danke, kommen Sie wieder“ zu antworten, lassen Sie sie einfach so stehen, um eine Überlastung Ihres Bewertungs-Feeds zu vermeiden. Sofern es kein spezifisches Feedback gibt, das Sie authentisch adressieren möchten, können Sie diese Bewertungen für sich sprechen lassen.

VERMEIDEN SIE UPSELLING BEI GLÜCKLICHEN KUNDEN

Es gibt die richtige Zeit und den richtigen Ort für Upselling, Antworten auf Bewertungen sind dafür aber sicherlich ungeeignet. Gehen Sie nicht automatisch davon aus, dass ein zufriedener Kunde sofort wieder bei Ihnen kaufen möchte. Diese Taktik kann zufriedene Kunden tatsächlich sogar abschrecken.

SEIEN SIE SICH BEWUSST, WER NOCH ZU IHREM PUBLIKUM GEHÖRT

Sie antworten einem Kunden, aber Ihre Antworten sollten auch potenziellen Kunden, die diese Bewertungen lesen, sowie Händlern, die möglicherweise ein Auge darauf haben, wie Sie in diesem Bereich reagieren, einen Mehrwert bieten.

HALTEN SIE AUSSCHAU NACH WERTVOLLEM FEEDBACK

Positive Bewertungen können versteckte Juwelen in Bezug auf wertvolles Feedback enthalten. Stellen Sie sicher, dass Sie alle positiven und negativen Bewertungen nach solchen Informationen durchsuchen. Kunden, die mit ihrer Erfahrung zufrieden sind und gerne ein gutes Feedback geben, sind hervorragende Kandidaten für Ihre nächste **Sampling-Kampagne**.

Beispiele für effektive Antworten auf positive Bewertungen:



★★★★ 33M /Scotch stehen hinter dem Credo ihrer Marke!
Das ist keine Bewertung für dieses Klebeband, die habe ich schon Anfang des Monats geschrieben. Das ist vielmehr eine Bewertung für ein U.S.-Unternehmen, das sich wirklich darum kümmert, was Leute zu sagen haben. Das Klebeband funktioniert nicht richtig und das sollte definitiv überarbeitet werden, ABER sie halten sich wirklich an ihr Versprechen, Fehler zu beheben. Das ist vielleicht nicht das geeignete Forum für diese Art von Bewertung, aber wenn der Kundenservice eines Unternehmens so auf Zack und an der Problemlösung interessiert ist, hat das schon Aufmerksamkeit verdient. Und nein, ich arbeite NICHT für 3M /Scotch oder irgendeine Tochterfirma!

Andy, vor 2 Jahren
Scotch | Ursprünglich veröffentlicht auf ScotchBrand.com

Antwort von Scotchbrand.com:
Social Engagement - ScotchBrand - vor 2 Jahren
Vielen Dank für die Bewertung! Wir schätzen Ihre Anerkennung sehr und stehen auch weiterhin zu unseren Produkten, um unsere Kunden zu unterstützen.



LEGENDARY WHITETAILS

**HERREN HOLZFÄLLER-HEMD-JACKE
IN SCHWERER FLANELL-QUALITÄT**

★★★★★ 4,5 (276)

Bei der ersten frischen Brise werden Sie gerne zu diesem klassisch karierten, gefütterten Flanell in schwerer Qualität mit Details aus echtem Sämischleder greifen. Mit gestepptem, isolierendem Innenfutter für noch mehr Wärme und Komfort, geknöpften Brusttaschen und praktischen Handwärmetaschen in der Seitennaht.

***Größenanpassung im Herbst 2016.
Fällt jetzt größengerecht aus.***

(Feedback von großartigen Kunden wie Ihnen hat das möglich gemacht. Vielen Dank, dass Sie Ihre Bewertungen geteilt haben!)

F: Eignet sich dieses Shampoo für trockenes Haar?



A: Hallo Lee! Ja, dieses Shampoo ist extra feuchtigkeitsspendend. Es ist angereichert mit Vitaminen und Arganöl, das reich an Antioxidantien ist, um das Haar zu nähren.



Von Jorge, Brand Customer Care



Auf spezifische Fragen antworten

Verbraucher haben heutzutage die Möglichkeit, vor dem Kauf spezifische Fragen zu stellen da eine F&A-Sektion auf der Produktseite mittlerweile zum Branchenstandard geworden ist. Mehr als 47 % der Verbraucher⁵ lesen Fragen und Antworten, wenn sie sich zwischen zwei Produkten entscheiden wollen, deshalb sollten Marken auf diese Art von Anfragen besonders achten (und innerhalb von zwei Werktagen antworten). Potenzielle Kunden, die Fragen stellen, sind sehr wahrscheinlich schon beinahe am Ende des Kaufprozesses angekommen und haben möglicherweise nur noch Klärungsbedarf zu einem ganz bestimmten Thema.

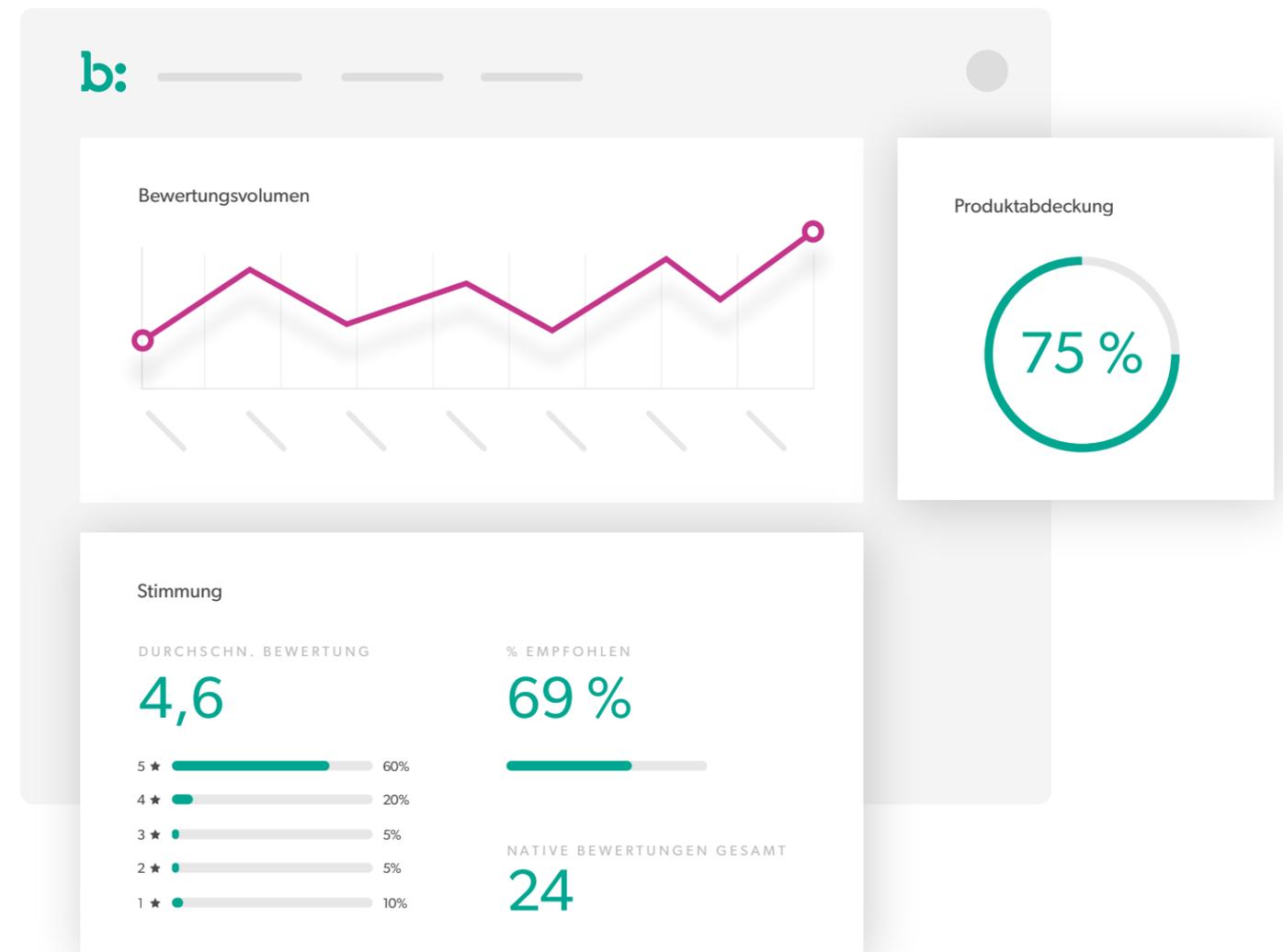
Das Beantworten von Fragen in öffentlichen F&A-Foren kann auch die Organisationseffizienz Ihres Kunden-Supports steigern. Bei Produkten mit nur einer beantworteten Frage verzeichnen Marken einen **Rückgang der produktbezogenen Kundenkontakte um 28 %** – und diese Zahl steigt mit jeder weiteren beantworteten Frage exponentiell an.

In diesem Sinne ist es wichtig, gewissenhaft zu sein und dem Verbraucher das Gefühl zu geben, dass Sie viel Zeit und Mühe darauf verwenden, eine zufriedenstellende Antwort für ihn zu finden. Vermeiden Sie außerdem die Verwendung externer Links. Das Letztes, was Sie tun möchten, ist, einen potenziellen Kunden von Ihrer Produktseite wegzuführen.

Vorteile einer umfassenden Management-Plattform

Verbraucher haben sicherlich eine Menge Möglichkeiten, ihre Meinung zu äußern. Es kann schwierig erscheinen, Bewertungen, die über mehrere Händler-Webseiten und Vertriebskanäle eingehen, effizient zu verwalten. Wir empfehlen, mindestens ein Teammitglied zu haben, das sich ausschließlich um die Verwaltung des Kundenfeedbacks kümmert.

Außerdem kann die Nutzung eines zentralen Portals von Vorteil sein, sodass Sie alle Kundenfeedbacks schnell an einem Ort verwalten können. Mit **Bazaarvoice Connections** können Marken beispielsweise direkt mit den Kunden über ihre Produkte auf Händler-Seiten in Kontakt treten.



Fazit

Die Bewertungen, die Sie sammeln und nutzen, fungieren als Stimme Ihrer Marke und werden von mehr als potenziellen Kunden gesehen (denken Sie an Händler und sogar Suchmaschinen wie Google). Es ist entscheidend, sich mit den Bewertungen zu befassen, nicht nur um Beziehungen zu bestehenden Kunden aufzubauen, die sich die Zeit genommen haben, Feedback zu geben, sondern auch um potenziellen Kunden zu zeigen, dass Sie Ihren Kunden aktiv zuhören und sich um das Ansehen Ihrer Marke kümmern.

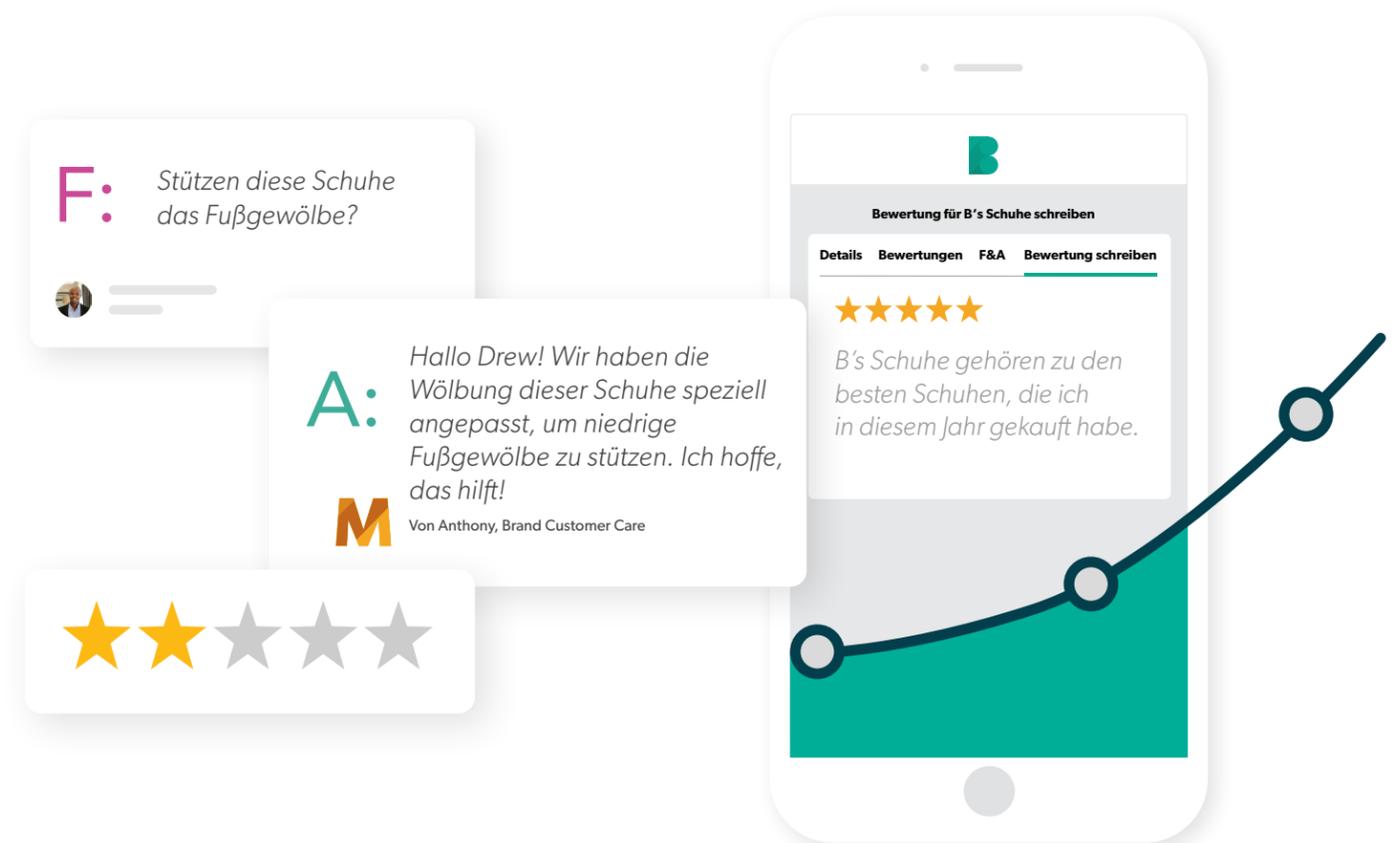
Es wird negative Bewertungen geben. Reagieren Sie professionell, indem Sie sich die zusätzliche Zeit nehmen, um sich in die Lage des Kunden zu versetzen, und eine durchdachte Antwort formulieren, die das jeweilige Problem ausführlich behandelt.

Auf positive Bewertungen zu reagieren ist ebenso wichtig, Sie sollten allerdings auf vorgefertigte Standard-Dankesantworten verzichten und auch auf solche, die zu sehr nach Marketing klingen.

Der beste Weg, Kundenfeedback und Fragen zu verwalten, besteht darin, Mitglieder Ihres Teams zu bestimmen, die sich voll und ganz diesem Bereich

Ihres Unternehmens widmen – betrachten Sie diese Tätigkeit nicht als Freizeitbeschäftigung. Vielleicht ziehen Sie auch die Nutzung einer zentralisierten Plattform in Betracht, mit der Sie das Kundenfeedback an einem zentralen Ort verwalten können.

Wenn Sie proaktiv, zeitnah und durchdacht mit Ihren Kunden interagieren, können Sie besser mit ihnen in Kontakt treten und nicht nur eine Steigerung Ihrer Konversionsrate erreichen, sondern auch mehr Kontrolle darüber, wie Ihre Marke auf dem Markt präsentiert wird. Unterhaltungen rund um Ihre Marke finden mit oder ohne Sie statt, Sie können sich also genauso gut beteiligen.



Sind Sie bereit für ein Bewertungsprogramm?
Sprechen Sie mit uns – wir helfen Ihnen dabei.

Quellenverzeichnis

- 1 Baymard, "UX research: 5 Requirements for the 'Ratings Distribution Summary' on the Product Page (65% Get it Wrong)." 8. August 2017.
<https://baymard.com/blog/user-ratings-distribution-summary>
- 2 Wakefield Research and Bazaarvoice, "US Consumer Survey." Februar 2013.
<https://docplayer.net/37553165-Consumer-connections-how-responsive-brands-drive-sales-and-purchase-intent.html>
- 3 BrightLocal, "Local Consumer Review Survey." 2018.
<https://www.brightlocal.com/learn/local-consumer-review-survey>
- 4 Moz, "2018 Local Search Ranking Factors." 2018.
<https://moz.com/local-search-ranking-factors>
- 5 Bazaarvoice, "Shopper Experience Index: How the world's best brands and retailers connect with consumers to make shopping feel personal." 2018.
<https://www.bazaarvoice.com/shopper-experience-index>

Über Bazaarvoice

Bazaarvoice verbindet Marken und Händler mit Verbrauchern, damit sich jedes Einkaufserlebnis persönlich anfühlt. Von der Suche und Entdeckung bis hin zum Kauf und der Fürsprache: Die Lösungen von Bazaarvoice erreichen potenzielle Kunden, personalisieren ihre Erfahrungen und geben ihnen das nötige Vertrauen für den Kauf. Im Bazaarvoice-Netzwerk sehen sich jeden Monat über eine Milliarde Verbraucher auf 6.000 Marken- und Händler-Webseiten authentische Inhalte an und teilen sie. Hierzu gehören Bewertungen, Fragen und Antworten sowie Social-Media-Fotos. Bazaarvoice erfasst in seinem Netzwerk Milliarden Käufersignale pro Monat. Diese Daten bilden die Grundlage für extrem effiziente digitale Werbung und Personalisierung mit konkurrenzloser Relevanz.

Bazaarvoice wurde 2005 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Austin, Texas, sowie Niederlassungen in Nordamerika, Europa und Australien.

Für mehr Informationen besuchen Sie www.bazaarvoice.com.



bazaarvoice.com