

Case Study: Einzelhändler

Was bedeutet es, seine Online-Reputation richtig zu managen?

Im Jahr 2019 und darüber hinaus vertrauen Verbraucher Online-Bewertungen fast so sehr wie persönlichen Empfehlungen. Bewertungen haben einen direkten Einfluss auf das Ranking Ihrer Marke in der Desktop-, Mobil- und Sprachsuche. Wenn Sie die Zeit und Mühe investieren, eine positive Online-Reputation zu entwickeln, investieren Sie in Ihr Geschäftsergebnis.

Im Jahr 2017 begann ein Fortune 500-Kaufhaus, die Reputationsmanagement-Produkte von DAC zu nutzen:

1 Review Solicitation

Bitten Sie um positive Bewertungen und steigern Sie die Online-Reputation Ihrer Marke auf den wichtigsten Drittanbieter-Websites, einschließlich Google, Yelp und Facebook.

2 Wettbewerbsanalyse

Verschaffen Sie sich einen Vorsprung vor der Konkurrenz mit wertvollen Erkenntnissen über Ihre Mitbewerber als Ganzes und auf hyperlokaler Ebene, sowie über Branchentrends und Bereiche, in denen Ihr Unternehmen sich verbessern kann.

3 Reagieren auf Bewertungen

Überwachen, verwalten und analysieren Sie Bewertungen auf allen wichtigen Online-Bewertungsportalen und reagieren Sie sofort und effizient - Sie müssen dafür nicht jede Bewertungsseite einzeln besuchen.

4 Stimmungsanalyse

Gewinnen Sie einen tieferen Einblick in die Stimmung der Kunden, damit Sie besser erkennen und darauf reagieren können, was Ihren Kunden wichtig ist.



Die Ergebnisse

Durch den Einsatz dieser Tools war der Kunde in der Lage, Probleme schnell zu erkennen und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen, wodurch folgende Ergebnisse erzielt wurden:

+32%

Anstieg der Gesamtbewertungen, oder **zusätzliche 11.258 Bewertungen**

+3%

Steigerung der durchschnittlichen Sternebewertung, von 4,0 auf 4,1 Sterne

+16%

Steigerung des Net Promoter Score für Bewertungen, für eine aktuelle Metrik von 33%