

FACHBEITRAG

INTERNET-PRANGER? MARKETING-INSTRUMENT!

Gäste-Rückmeldungen zu einem Restaurant auf Online-Plattformen sind ein heisses Eisen. Besser als ignorieren und auf gute Kritiken hoffen ist jedoch, diese Tools proaktiv als Marketing-Kanal zu nutzen.

Online-Bewertungen lassen keinen Gastronomen kalt. Die einen versuchen, aus möglichst vielen Gästerrückmeldungen zu lernen, die anderen hoffen, ja keine zu erhalten. Fakt ist, dass 97 Prozent aller Internetuser Bewertungen lesen und diesen gleich viel Vertrauen schenken wie persönlichen Empfehlungen. Deshalb gilt in der heutigen digitalen Welt: Nicht nur auf Gästefeedback reagieren, sondern diesen Online-Kanal aktiv als Marketing-Instrument nutzen. Der Aufwand ist überschaubar und der Erfolg nachweislich da – neue und zufriedene Gäste.

AM ANFANG WAR TRIPADVISOR

Vor bald 20 Jahren wurde TripAdvisor gegründet. Vorerst blieb aber die Quelle des relevanten Gästefeedbacks der Stammtisch. Viele Gastronomen nahmen das Onlinefeedback, das meistens aus Kritik bestand, gar nicht wahr. Alles hat sich mit dem Einzug der Smartphones geändert. Die Digitalisierung eroberte endgültig alle Bereiche, auch die Gastronomie.

Seit 2017 ist Google die grösste Bewertungsplattform für die Schweizer Gast-

ronomie. Rund zwei Drittel aller Feedbacks zu einem Betrieb werden auf der grössten Suchmaschine (respektive auf Google Maps) verfasst. Dass zudem das eigene Google-Ranking von Reviews beeinflusst wird, macht Bewertungen zum wertvollen Marketing-Instrument. Wer dieses Tool nutzt, profitiert von klaren Wettbewerbsvorteilen.

KEINE DIGITALISIERUNG DER GASTRONOMIE OHNE GOOGLE

Der Ruf Ihres Restaurants wird heute weitgehend online bestimmt, vor grossem Publikum. Die sogenannte Online-Reputation hat massiven Einfluss, ob Gäste Ihren Betrieb auf Google finden – und dann auch besuchen. Jedes Restaurant ist immer wieder auf neue Kundschaft angewiesen. Dafür ist eine gute Online-Reputation heute unerlässlich.

Einige Faktoren können Sie dabei nur teilweise beeinflussen, wie zum Beispiel Bewertungen. Sie können aber sehr wohl Ihre Webseite, Ihren Google-Eintrag und die Antworten auf das Gästefeedback steuern. Das ist in der heutigen Welt kein *nice to have*, sondern ein Muss.

Online-Bewertungsplattformen wie TripAdvisor oder auch Google sind mächtige Instrumente.



ÜBER DEN AUTOR

Alexander Zaugg ist Geschäftsführer des Schweizer Unternehmens re:spondelligent. Es bietet zum Beispiel eine clevere Software an, mit der Sie keine Online-Bewertung mehr verpassen. Und es unterstützt Sie gleich mit einer professionellen und individuellen Antwort – sozusagen Ihr persönlicher Assistent für ein professionelles Bewertungsmanagement.



MIT AKTIVEM BEWERTUNGS-MANAGEMENT ENTSCHEIDUNGEN STEUERN

Digitale Bewertungen sind mehr als Mund-zu-Mund-Propaganda online, sie sind sogenannter «Social Proof» für potenzielle Gäste. Das heisst, dass sich der Gast auf die Meinung anderer Gäste verlässt. Dabei sieht er genau hin, wie ein Gastgeber mit Lob und Tadel umgeht. Das bedeutet für Sie: Reagieren Sie unbedingt zeitnah! Idealerweise nach einem bis höchstens drei Tagen, und zwar sowohl auf positives wie auch auf negatives Feedback.

Bei guten Rückmeldungen können Sie mit einem charmanten Text den Gast zum Wiederkommen bewegen und gleichzeitig nochmal auf Ihre Stärken hinweisen. Somit können Sie die Loyalität der Gäste erhöhen und sicherstellen, dass nicht nur Kritiker Gehör finden.

Wichtig: Gästekritik müssen Sie in jedem Fall ernst nehmen. Aber achten Sie darauf, dass Ihre Antwort nicht (zu) emotional ausfällt. Gehen Sie auf den Gast ein, nehmen Sie sich Zeit für Ihre

Reaktion – und deuten Sie mit einer cleveren Antwort ein Problem in einen Vorteil um. Denken Sie daran: Sie haben das letzte Wort. Sie bestimmen, wie Sie online von potenziellen Gästen wahrgenommen werden.

NICHTS MACHEN IST KEIN GUTER RAT

Ja, es stimmt. Mit der Digitalisierung fallen in der Gastronomie zusätzliche Aufgaben an, die Arbeit wird mehr, nicht weniger. Dennoch: Stellen Sie sicher, dass Sie auch für Ihre Schaufenster in der digitalen Welt – Ihre Webseite, Social-Media-Kanäle, Online-Bewertungen – genügend Ressourcen bereitstellen. Neue Gäste werden es Ihnen danken.

HANDY RAUS, KAMERA DRAUF
UND ONLINE LESEN.

