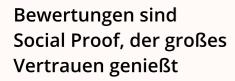
Februar 2020

Einfluss von Bewertungen auf Verbrauchervertrauen

Wie sich der Umgang mit Online-Bewertungen auf das Vertrauen der Verbraucher auswirkt



Was erwarten Verbraucher von Bewertungen und Bewertungsportalen, um bessere Entscheidungen treffen zu können?



Social Proof gewinnt immer größeren Einfluss, und fast die Hälfte (41 %) der Verbraucher orientiert sich heute mehr an Bewertungen als in den letzten zwei Jahren.

der Verbraucher sehen positive Kundenbewertungen als einen der drei wichtigsten Einflussfaktoren auf ihre Kaufentscheidungen.

der Verbraucher geben an, Bewertungen zu lesen, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen.



"Bei unabhängigen Dingen wird keine Agenda dahinter vermutet. Sogar Schulen und Medien, ob liberal oder konservativ, haben eine Agenda ebenso soziale Medien. Facebook, CNET, Amazon oder eBay könnte eine Agenda unterstellt werden ... Bei unabhängigen Verbraucherbewertungen dagegen besteht nicht die Annahme, dass ein Akteur oder eine Organisation dahinter steckt."

Prof. Jonah Berger Associate Professor für Marketing an der Wharton School der Universität von Pennsylvania

"Ich denke, dass immer mehr Menschen 5-Sterne-Scores misstrauen."

Prof. Karen Cook Direktorin des Forschungsinstituts für Sozialwissenschaften der Universität Stanford Februar 2020

Einfluss von Bewertungen auf Verbrauchervertrauen

Wie sich der Umgang mit Online-Bewertungen auf das Vertrauen der Verbraucher auswirkt



Verbraucher erwarten Glaubwürdigkeit, nicht Perfektion

Glaubwürdigkeit und Transparenz sind zwei der wichtigsten Dinge, die Kunden erwarten, wenn sie nach unabhängiger Bestätigung suchen, und sie sollten nicht vernachlässigt werden.

64%

der Verbraucher kaufen lieber bei einem Unternehmen, das auf sie eingeht, als bei einem perfekt wirkenden Unternehmen.

83%

der Verbraucher haben eine positive Einstellung zu Unternehmen, die auf Bewertungen antworten.

Verbraucher wollen Offenheit und **Transparenz**

Die Möglichkeit für Unternehmen, negatives oder wenig schmeichelhaftes Feedback zu entfernen, ist für Verbraucher völlig inakzeptabel.

56%

der Verbraucher finden es sehr wichtig zu wissen, wie genau Bewertungen auf Bewertungsportalen veröffentlicht werden. 55%

der Verbraucher bevorzugen offene Portale.





Verbraucher sehen die Zensur von Bewertungen als Einschränkung der Meinungsfreiheit (42%) und befürchten, dass sie aufgrund dessen ihr Geld für die falschen Angebote ausgeben (45%).



Die Zensur von Bewertungen ist für Verbraucher inakzeptabel. Es sollten immer alle Bewertungen präsentiert werden, sowohl positive als auch negative. Größtmögliche Transparenz hilft Verbrauchern, informierte Entscheidungen zu treffen, und stärkt ihr Vertrauen in die jeweiligen Unternehmen.

der Verbraucher sehen die Zensur von Kundenbewertungen äußerst kritisch.

62%

der Verbraucher geben an, dass sie ein Portal, das die Zensur von Bewertungen zulässt, nicht nutzen würden.