



DIE MACHT DER

ONLINE-BEWERTUNGEN



69% aller Konsumenten suchen im Internet nach Online-Bewertungen. Solche Rezensionen sind für Konsumenten mehr als reine Informationsquellen – sie sind zentrale Anhaltspunkte bei Kaufentscheidungen.



Online-Bewertungsplattformen Ein Überblick ★

► DIE WEBSEITEN (CH, USA, WELTWEIT):

SCHWEIZ

Dies sind die meistbesuchten Schweizer Online-Bewertungsplattformen:

 tripadvisor

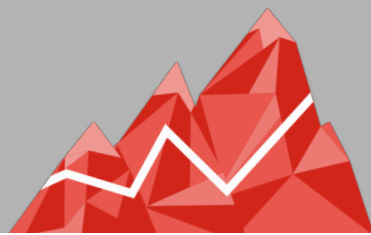
RON ORP ★

local^{ch}

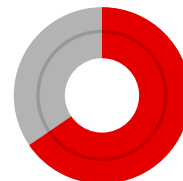
yelp

HolidayCheck.com
★★★★★

FOURSQUARE



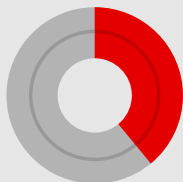
63 der 100 umsatzstärksten Schweizer Online-Shops erlauben Online-Bewertungen direkt auf ihrer Webseite.



USA

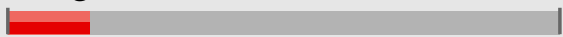
In den USA gilt **Amazon** als die wichtigste Online-Bewertungsplattform.

42% aller befragten Konsumenten hinterliessen hier mindestens einmal eine Bewertung.



WEITERE WICHTIGE US-BEWERTUNGSPLATTFORMEN SIND:

Google 14%



der Konsumenten schrieben hier eine Bewertung

Yahoo 13%



Yelp 10%



TripAdvisor 8%

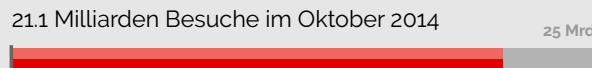


WELTWEIT

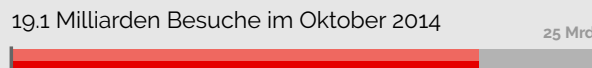
Die meistbesuchten Webseiten weltweit sind:



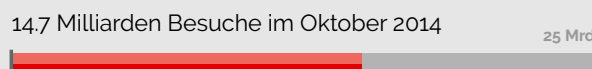
Facebook Platz 1



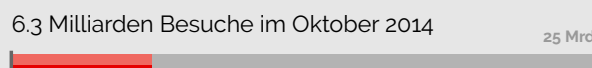
Google Platz 2



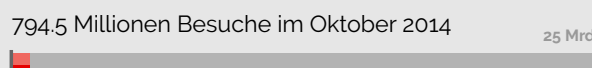
YouTube Platz 3



Yahoo Platz 4



Amazon Platz 19



Bei all diesen Top Webseiten machen Online-Bewertungen von Konsumenten einen wesentlichen Teil des Inhalts aus.

► Die Online-Bewertungsplattformen mit der weltweit grössten Reichweite:



Bewertungen und deren Einfluss auf das Business ★



Bewertungen können aus Sternen, geschriebenen Kommentaren oder sogar Videos bestehen.

Gemäss Studien besteht eine starke Korrelation zwischen positiven Online-Bewertungen und dem Absatz:

Produkte mit positiven Bewertungen werden **200% besser verkauft als Produkte ohne Bewertungen.**



Werden Bewertungen bei Online-Shops integriert, steigt der durchschnittliche Bestellwert um **42%.**



► Bewertungen mit Sternen:



Produkte, welche mit 4.5 von Total 5 Sternen bewertet sind, verkaufen sich am besten – drei Mal besser als Produkte mit einer 5-Sterne Bewertung.



72% aller Konsumenten beachten eine Dienstleistung oder ein Produkt mit einer **3-Sterne** Bewertung bei ihrer Kaufentscheidung.



Nur **27% der Konsumenten** würden jedoch ein Produkt mit **zwei Sternen** berücksichtigen.

► Geschriebene Kommentare:

ES GIBT VIELE PASSIVE USER



Nur **28%** der Konsumenten haben schon einmal eine Online-Bewertung selber geschrieben.

Hingegen lesen **84%** aller Konsumenten Online-Bewertungen.



Humorvolle Kommentare und ausgefallene Online-Bewertungen auf Amazon sind Kult und erreichen grosse Aufmerksamkeit.

► Video-Bewertungen – ein neuer Trend:



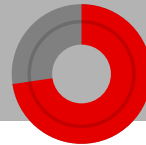
DIE HARTE WAHRHEIT

Zwischen 20-30% aller Online-Bewertungen von Unternehmen sind gefälscht.



Wie Online-Bewertungen Konsumenten beeinflussen ★

72% ALLER KONSUMENTEN VERTRAUEN ONLINE-BEWERTUNGEN.



► Online-Bewertungen und der Kaufprozess:

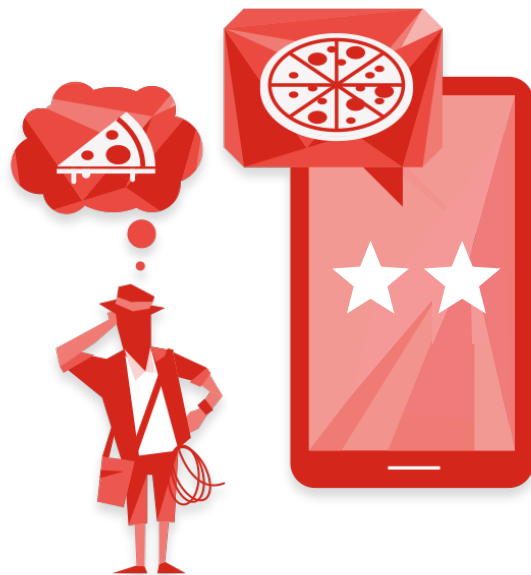
88% aller Online-Einkäufer achten auf Online-Bewertungen bei ihrer Kaufentscheidung.



40% aller Konsumenten lesen Online-Bewertungen auf ihrem Smartphone direkt im Laden.



Konsumenten, die Online-Bewertungen auf ihrem **Smartphone** lesen, kaufen **127% öfters** online ein als Konsumenten welche Online-Bewertungen auf ihrem PC lesen.

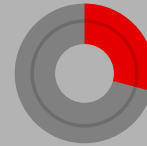


► Online-Bewertungen und Vertrauen:

Einzig Bewertungen von **Familie und Freunden** sind vertrauenswürdiger als Online-Bewertungen.

Bewertungen von **Experten und Prominenten** gelten sogar als weniger vertrauenswürdig als Online-Bewertungen.

Sind gar keine negativen Kommentare vorhanden, vermuten **30% aller Konsumenten**, dass eine Online-Bewertung gefälscht ist.



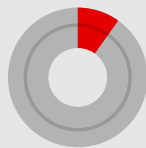
Konsumenten lesen und vergleichen **4 bis 6 Bewertungen**, bevor sie einer Dienstleistung oder einem Produkt vertrauen.

Unabhängig davon, wo sich der Konsument im Kaufentscheidungsprozess befindet und auf welchem Gerät er eine Bewertung liest, ist der Einfluss von Online-Bewertungen auf das Konsumentenverhalten massiv.

Der Einfluss von Online-Bewertungen auf das Online Marketing ★

Unternehmen, welche über viele positive Online-Bewertungen verfügen, haben ein **höheres SEO Ranking**.

Vor allem für lokale Suchanfragen sind sie relevant und beeinflussen bis zu **10% des Rankings**.



Im Gastgewerbe sind Online-Bewertungen essentiell ★



76% aller Konsumenten würden für ein Hotelzimmer mit höheren Online-Bewertungen mehr bezahlen.

Die Schweizer Hotelindustrie analysiert jedes Jahr 250 verschiedene Online-Bewertungs- und Buchungsplattformen. Das Hotel mit den gesamthaft besten Bewertungen wird mit dem «**Prix Bienvenu**» ausgezeichnet.



Unternehmen – gleichermassen wie Konsumenten – werden weltweit stark von Online-Bewertungen beeinflusst.

Das Lesen, Vergleichen und Schreiben von Online-Bewertungen sind nicht nur wesentliche Bestandteile des Kaufprozesses, sondern beeinflussen ebenfalls den Absatz von Unternehmen. Online-Bewertungen sind daher aus dem Web nicht mehr wegzudenken.

web republic

DIGITALES MARKETING

+41 44 542 90 60
@WEBREPUBLIC_CH
WEBREPUBLIC.COM

QUELLEN:

<http://www.big-social-media.de/monitoring-tool/online-review-management-tool>
Eigene Recherche, Google Trends
Eigene Recherche
<http://www.research.yougov.com/news/2014/01/22/21-americans-have-reviewed-products-and-services-t/>
<http://www.similarweb.com/global>, Zahlen von Oktober 2014
http://www.lead-digital.de/aktuell/e_commerce/warum_4_5_sterne_besser_sind_als_5_sterne
<http://www.brightlocal.com/2014/07/01/local-consumer-review-survey-2014>
<http://searchengineland.com/5-go-tos-to-make-online-reviews-work-for-your-business-181490>
<http://www.theguardian.com/technology/shortcuts/2014/jul/21/unboxing-youtube-phenomenon-videos-unpackaging-toys>
<http://www.wired.com/2014/11/marques-brownlee/>
<http://www.buzzfeed.com/annanorth/the-26-best-amazon-reviews-of-all-time>
<http://onlinemarketing.de/news/gefaelschte-kundenbewertungen-betrug-im-grossen-stil>
<https://econsultancy.com/blog/64450-the-pitfalls-of-online-reviews>
http://media2.bazaarvoice.com/documents/Bazaarvoice_Conversation_Index_Vol7-NA-Digital.pdf
<http://www.3gdirectpay.com/blog/the-power-of-online-customer-reviews/>
<http://www.statista.com/statistics/315738/business-trust-number-online-reviews/>
<http://www.sellwithwp.com/importance-of-product-reviews-ecommerce-site/>
<http://www.shopify.com/blog/15006641-how-online-reviews-impact-local-seo-and-why-they-matter-to-your-bottom-line>
<https://econsultancy.com/blog/65487-online-reviews-work-so-why-do-so-few-hotels-use-them#ijjiej12jcpe1>
<http://www.traveller-online.at/news/detail/prix-bienvenu-2014-fuer-schweizer-hotels.html>

