

Bessere Bewertungen im Internet bringen Automobilbetrieben mehr Umsatz. Dabei ist es wichtig, die digital platzierten Kundenmeinungen im Blick zu behalten und kundenindividuell zu reagieren.

An diesen Sternen kommt kein Autohaus mehr vorbei: Wer neue Kunden erreichen und auf die eigene Website lenken will, muss heute den Einfluss von **Online-Rankings** gezielt nutzen. Laut einer Umfrage von Autoscout24 lassen sich drei Viertel der deutschen Autobesitzer bei ihrer Kaufentscheidung von **positiven Bewertungen** im Internet leiten. Tatsache ist auch: Autohäuser mit einem Google-Ranking von mehr als 4,2 Sternen erzielen 17 Prozent **Umsatzplus** gegenüber Betrieben mit weniger Sternen.

Zum erfolgreichen Kundenmanagement eines Autohauses gehört deshalb auch, positive wie negative Bewertungen präzise zu **monitoren** und zu **dokumentieren** – und diese Bewertungen als Anlass für individuellen Kundendialog zu nutzen. „Ob Rankings auf Google, Facebook oder Portalen wie autohauskenner.de: Es ist heute entscheidend, die Bewertungen der Kunden professionell zu managen und zu beeinflussen“, betont **Jan Löffler, CEO der LDB Gruppe**.

Am verlässlichsten gelingt dies mit einer **Omnichannel-Plattform**. Zwar sendet Google bei jeder abgegebenen Bewertung eine entsprechende Info an eine hinterlegte E-Mail-Adresse – für ein stringentes Management von Bewertungen muss allerdings gewährleistet sein, dass jede Bewertung ausgelesen und wie eine Kundenanfrage bearbeitet wird – mit der gleichen **Priorität** wie Anfragen über andere **Kommunikationskanäle**. „Mit Hilfe der Omnichannel-Lösung **CXBox von LDB** erkennt das Autohaus sofort kundenbezogen die Bewertung und ist in der Lage, die Antwort aus dem Omnichannel-Ticketsystem heraus direkt auf Google zu posten“, verdeutlicht Jan Löffler. „*Bestimmte Mitarbeiter können autorisiert werden, darauf zu antworten. So hat der Automobilbetrieb die Rezension **verlässlich im Blick** und sorgt dafür, dass keine Bewertung übersehen wird und jedes Feedback tatsächlich beantwortet wird.*“

Übrigens: Positive Bewertungen sind für ein Autohaus zwar erstrebenswert – aber glatte 5 Sterne wirken leicht unglaubwürdig. Ein Bewertungsdurchschnitt von **4,5 bis 4,7 Sternen** gilt als optimal. Auch auf die Menge der abgegebenen Bewertungen kommt es an: je mehr Kunden auf Google und anderen Plattformen ihre Beurteilung zu einem Autohaus posten, desto besser. Kunden sollten deshalb motiviert und aktiv darum gebeten werden, ihre positiven Erfahrungen mit anderen **Nutzern und Interessenten zu teilen** und zu veröffentlichen.

Tipp: Ein ausführliches **LDB-Whitepaper** zum Thema „**Mehr Umsatz mit Sternen**“ finden Sie zum kostenlosen Download unter www.ldb.de/downloads/whitepaper-reports-ldb-gruppe

Medienkontakt
LDB Gruppe

Stephanie Quintana-Rau
Externe
Unternehmenskommunikation
Phone +49 30 390 45 767
Mobil ++49 151 613 68 155
SQuintana-Rau@ldb.de

Mehr unter
ldb.de/pressemitteilungen/

Presseinformation

Über die LDB Gruppe

Die LDB Gruppe ist der führende deutsche Technologie-Anbieter für Kundenkommunikation und Kundenbeziehungsmanagement im Autohandel. Die Unternehmensgruppe steht für praxisgerechte digitale Anwendungen und Services für Autohäuser, Werkstätten und Automobilbetriebe. Das Familienunternehmen mit Hauptsitz in Berlin wurde 1973 gegründet und gilt als Pionier bei der Digitalisierung der Branche.

Als einziger Anbieter im Markt liefert LDB Lösungen für alle klassischen und digitalen Touchpoints und Kanäle. Mit profundem Wissen um die Erwartungen moderner Automobilzielgruppen unterstützt LDB damit die gesamte Kommunikationskette, so dass Kunden zielgruppengenau, systemübergreifend und ohne Medienbruch entlang der gesamten automobilen Customer Journey begleitet werden. Die Technologien der LDB Gruppe wie etwa die cloudbasierte Omnichannel-Lösung CXBox garantieren unter anderem verlässliche telefonische Erreichbarkeit, kanalübergreifendes Arbeiten, aktives Bewertungsmanagement und digitale Kundenverwaltung. Über 1.800 Kunden nutzen bereits die Branchenlösungen von LDB.

Neben dem Hauptsitz in Berlin ist das Unternehmen an den Standorten Deggendorf, Templin und Pforzheim vertreten, wo mehr als 350 Mitarbeiter rund 3,5 Millionen Anrufe pro Jahr für die LDB-Kunden entgegennehmen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.ldb.de.