

Empfehlungsmarketing via Bewertungsportal

Transparenz und Glaubwürdigkeit sind für Händler der Schlüssel zum Erfolg

Dirk Weddigen von Knapp im Gespräch.

autobusiness: Kundenbewertungen von Autohändlern erlangen immer mehr Bedeutung für den Vertrieb – zuletzt haben das auch die großen Vermittlungsplattformen erkannt und schnell etwas Entsprechendes aufgesetzt bzw. jüngst angekündigt. Wie sehen Sie die Entwicklung?

Dirk Weddigen von Knapp: In der Tat wird Empfehlungsmarketing via Kundenbewertungen im Netz immer wichtiger. Der Volkswagen Audi Partnerverband hat sich schon länger ausführlich mit dem Thema beschäftigt und spricht sich seit einiger Zeit auch für das Empfehlungsportal „Die Autohauskenner“ aus. Dieses ist in der Branche auch bereits richtig in Fahrt gekommen, insbesondere unter unseren Mitgliedern. Nicht zuletzt haben wir als Verband für unsere Mitglieder auch langfristige Sonderkonditionen verhandelt, die für weitere Interessenten immer noch abrufbar sind.

autobusiness: Warum empfehlen Sie gerade „Die Autohauskenner“?

Dirk Weddigen von Knapp: Im Gegensatz zu vielen anderen Konzepten ist das Portal „Die Autohauskenner“ transparent für Kunden und Händler. Es ist gerade kein anderer Teilhaber der Wertschöpfungskette des Automobilhandels involviert. Frei von Herstellerzielen oder Abhängigkeiten von großen Internetbörsen geht es hier ausschließlich um ein ehrliches Feedback und ein Widerspiegeln der tatsächlichen Kundenzufriedenheit. Dabei aber eben auch um den bestmöglichen Impuls, falls die Kundenerwartungen nicht erfüllt wurden. Wir unterstützen damit genau das Empfehlungsportal, bei dem wir den größten Mehrwert für unsere Mitglieder sehen – und zugleich für deren Kunden. Beide sollen bestmöglich von dem Informationsangebot profitieren. Dabei kommt es vor allem auch darauf an, dass das System von vornherein auf seriöse Kundenbewertungen im Netz abzielt – und nicht auf irgendwelche intransparenten Meinungsäußerungen. Natürlich lässt sich nicht alles kontrollieren und verhindern. Aber genau hier punkten „Die Autohauskenner“ mit ihrem Ansatz, bei dem jeder Nutzer die Glaubwürdigkeit von Bewertungen selbst einschätzen kann.

autobusiness: Was ist den Autohändlern bei der Entscheidung für ein Empfehlungsportal besonders wichtig – und was stört sie?

Dirk Weddigen von Knapp: Transparenz und Glaubwürdigkeit der abgegebenen Bewertungen sind für Autohändler wie gesagt der Schlüssel zum Erfolg. Gefragt sind zudem

Weil man Gutes gern mit anderen teilt

Belohnen Sie guten Service mit Ihrer Bewertung und helfen damit anderen bei der Autohauswahl.

Vielen Dank!



Autohauskenner.de
Das Internet-Empfehlungsportal mit Vertrauensfaktoren



SEHR GUT
4,45/5



DIE AUTOHAUSKENNER
Empfehlungen vertrauen

Seriöse
Kundenbewertungen

Bitte hier bewerten:
Autohauskenner.de



vielfältige Darstellungsmöglichkeiten im Marketing sowie Kommentierungs- und Dialogfunktionen für teilnehmende Autohäuser, die mitunter guten Schutz gegen irrtümliche oder überzogene Kritik bieten. Und natürlich der bereits erwähnte Punkt: Sind Kundenbewertungen das Kerngeschäft eines Empfehlungsportals – oder sind sie nur an das bisherige Verkaufsmodell angehängt, weil der Markt den Betreiber nun dazu zwingt? Gutes Empfehlungsmarketing kann noch lange nicht jeder Portalbetreiber. Insbesondere Vermittlungsplattformen sind dafür im Zusammenspiel mit den Autohäusern strukturell weniger gut aufgestellt und werden hier auch nicht von jedem als fairer Partner wahrgenommen. Genau das ist bei „Die Autohauskenner“ anders.

autobusiness: Vielen Dank für das Gespräch.

autobusiness