Der fabelhafte

Feedback Guide

So kommst Du an aussagekräftige Kundenstimmen auf Deiner Website

FEINE SEITEN webdesign

Der fabelhafte Feedback Guide

Hej, ich bins, Ariane - Webdesignerin und Slow Marketing-Expertin

Behutsames Marketing ohne Marktschreierei liegt mir am Herzen und fließt bei mir ganz selbstverständlich ins Business und in den Website-Aufbau hinein.

Ich freue mich, wenn das ab heute auch bei Dir der Fall ist. Ich wünsche Dir viel Freude mit diesem fabelhaften Feedback Guide!

Ariane

Bevor Du startest

>> hör Dir zuerst das Audio an!

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Kundenstimmen dienen als Glaubwürdigkeitsbescheinigung und bauen Vertrauen auf

Du kannst ja viel erzählen auf Deiner Website. Glaubwürdig wird es erst durch die Feedbacks Deiner Kund*innen.

Authentische Feedbacks sind Deine Referenzen, denn sie bescheinigen auch **durch andere**, dass Dein Angebot besondere Qualität hat.
Sie bestätigen, dass das, was Du versprichst, auch wirklich eintreten kann, dass es funktioniert und dass es das Geld wert ist.

Die positiven Aussagen von echten Menschen auf Deiner Website haben die gleiche Wirkung, wie eine persönliche Weiterempfehlung.

Zudem bringen sie etwas ins Spiel, das im Online-Marketing von unschätzbarem Wert ist:

Sie bauen in kürzester Zeit Vertrauen zu Deiner Leserschaft auf!

Urheberrechtlich geschützt

3 Tipps, damit Deine Feedbacks wirklich rocken.

1 Einfach und klar

Die Feedbacks sollten in leicht verständlicher Alltagssprache geschrieben sein. Auch kompliziertes Fach-Chinesisch oder grammatikalische Purzelbäume solltest Du bei Deinen Kundenbewertungen vermeiden.

Jetzt fragst Du Dich vielleicht: „Wie soll ich das denn machen mit der Alltagssprache? Ich kann ja nicht den Text verändern, den meine Kunden mir schicken!“

Meine Antwort: Doch, kannst Du!

Natürlich sollst Du nicht inhaltlich darin herumbasteln. Du sollst auch keine Dinge schönreden oder Aussagen verfälschen. Aber Du darfst aus schwer verständlichen Formulierungen schöne, gut lesbare Sätze machen.

Zum „lesbar machen“ gehört übrigens auch, dass Du die Aussagen Deiner Kunden kürzt, wenn sie zu lang sind. Niemand will von Deinen Kunden zugetextet werden.

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Anregung:
Trau Dich ruhig, Hand anzulegen. Mach die Aussagen klarer und streiche Überflüssiges. Drei Sätze reichen für gute Testimonials vollkommen aus.

Um auf „Nummer sicher“ zu gehen kannst Du Deinen veränderten Text Deinen Kund*innen nochmal schicken und fragen, ob es so für sie passt. Nur zur Sicherheit, denn Du willst sie ja nicht falsch zitieren.

Glaube mir, Deine Kund*innen werden sogar richtig happy sein, dass Du ihren Sätzen noch mehr Klarheit verschafft hast.

2. Nur „danke“ ist zu wenig

„Vielen Dank für das tolle Coaching“ oder „Danke, Michaela! Dein Coaching hat mein Leben verändert!“, lieb gemeint, doch als Kundenstimme ungeeignet.

Was genau war denn so toll am Coaching?
Wie genau hat das Coaching das Leben dieser Klientin verändert? Welche Herausforderung hat sie mit Deiner Hilfe gemeistert?

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Genau danach solltest Du fragen, wenn Du Dir Empfehlungen einholst. Lass die Menschen beschreiben, wie sie gekommen sind, und was sich für sie verändert hat.

Diese Fragen können dann auch zum Beispiel solche Antworten bringen:

„Durch das Coaching habe ich mich beruflich nochmal ganz neu orientiert. Jetzt weiß ich, dass ich nicht für einen Bürojob geschaffen bin – und habe mich als Hochzeits- und Trauerrednerin selbständig gemacht."

oder auch

„In dem Coaching habe ich gelernt, im Job 'Nein' zu sagen, wenn es mir zu viel wird. Nicole hat mir gezeigt, wie ich die richtigen Worte dafür finde. Und siehe da: Plötzlich respektieren mich meine Kollegen und Vorgesetzten viel mehr!"

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Authentizität

3.

Wenn Deine Kundenstimmen nicht authentisch rüberkommen, hast Du schon verloren. Gerade im Online-Marketing ist Authentizität einfach superwichtig.

- Dafür muss unter einem Feedback zumindest der Name der Verfasser*in stehen - selbst wenn es nur Vorname und der Anfangsbuchstabe des Nachnamens ist.

- Auch die Angabe des Wohnorts kann zu mehr Glaubwürdigkeit beitragen.

- Das Benennen einer Eigenschaft/Funktion bzw. die Angabe einer Firma oder einer Webseite (am besten mit Verlinkung) erhöht die Glaubwürdigkeit nochmal um ein Vielfaches, denn das ist der ultimative Beweis, dass dieser Mensch tatsächlich existiert. Und rein theoretisch sogar persönlich befragt werden könnte.

- Kein Muss, doch auch Fotos machen Kundenstimmen authentischer (natürlich nur mit Einverständnis!)

Urheberrechtlich geschützt

Das, was im Feedback gesagt wird, sollte außerdem möglichst echt klingen, damit sich Deine Leser*innen damit identifizieren können.

Das hier zum Beispiel klingt nach „so redet doch keiner!“:

„Ich möchte mich für den ausgezeichneten Service bedanken. Ich fühlte mich stets gut betreut und wusste die schnelle Erreichbarkeit von Susanne überaus zu schätzen.“

Echte Menschen reden doch eher so:

„Wann immer ich ein Problem hatte, eine E-Mail hat gereicht – und kurz darauf hat Susanne mich zurückgerufen. So einen tollen Service habe ich selten erlebt!“

Je alltagssprachlicher Dein Text ist, desto authentischer kommt er rüber!

Manchmal reicht es schon, wenn Du den Ursprungstext von ein paar Substantiven befreist und so antiquierte Wörter wie „stets“ und „überaus“ einfach streichst.

Urheberrechtlich geschützt

Der Feedback-Prozess Schritt für Schritt

Bitte warte nicht darauf, dass Dir jemand aus eigenen Stücken ein Feedback schreibt.

Nachdem ein Coaching, ein Mentoring, ein Online-Kurs oder ein Workshop vollendet ist, ist es Dein Job, **proaktiv** um ein Feedback zu bitten.

Nachfolgend findest Du eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, inklusive E-Mailvorlagen.

Schritt 1

Direkt im Anschluss an einen Workshop oder nach Vollendung eines Coachingprogramms (neiiin, nicht erst 3 Wochen später!) schickst Du eine E-Mail, in der Du um ein Feedback bittest. Ich empfehle Dir, Dir die folgenden drei Mailvorlagen als E-Mail-Entwurf abzuspeichern, damit Du sie jederzeit parat hast:

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

E-Mail-Vorlage 1:

Betreff: Dein Feedback ist wichtig

Liebe (NAME),
Dein Feedback ist wichtig, und zwar nicht nur für mich, sondern sehr wahrscheinlich auch für andere Menschen, die es lesen und sich dadurch ermutigt fühlen, sich von mir helfen zu lassen.

Ich freue mich sehr über ein paar Zeilen, in denen Du mir schreibst

- *wie Du gekommen bist*
- *welchen Aha-Moment Du erlebt hast*
- *und welcher angestrebten Lösung Du näher gekommen bist.*

Du kannst mir Dein Feedback geben, indem Du einfach auf diese E-Mail antwortest.
Ich danke Dir sehr.

Liebe Grüße
(DEIN NAME)

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

E-Mail-Vorlage 2:

Betreff: Kleine Erinnerung

Liebe (NAME),
vor ein paar Tagen hast Du eine Mail von mir erhalten, in der ich Dich um ein Feedback zum Workshop XY gebeten hatte. Ich weiß, wie schnell es passieren kann, dass so etwas im Alltagstrubel untergeht. Daher schicke ich Dir heute nochmal eine kleine Erinnerung.
Ich freue mich sehr über ein paar Zeilen, in denen Du mir schreibst, wie Du gekommen bist, welchen Aha-Moment Du erlebt hast und welcher angestrebten Lösung Du näher gekommen bist. Du kannst einfach auf diese E-Mail antworten.

Ich danke Dir von Herzen, dass Du Dir ein paar Minuten Zeit dafür nimmst.

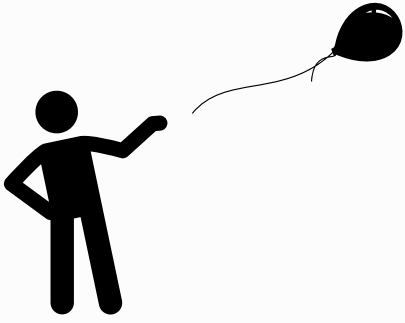
Liebe Grüße
(DEIN NAME)

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Bitte!

Sei nicht irritiert, oder gar frustriert, wenn Du nicht sofort eine Antwort erhältst. Falls es jedoch länger als eine Woche dauert, schicke einen liebevollen Reminder (s. E-Mail-Vorlage 2)

Solltest Du auch darauf keine Antwort erhalten, dann lass es los. Und bloß nicht darüber ärgern! Bringt nix.



Wenn

Du eine Antwort mit einem Feedback erhältst, dann freu Dich, und mache mit Schritt 2 weiter.

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Schritt 2

Überarbeite das erhaltene Feedback mithilfe der 3 Tipps, die Du weiter vorne im Feedback-Guide nochmal nachlesen kannst:

- Einfach und klar
- Nur „danke“ ist zu wenig
- Authentizität

Schritt 3

Wenn Du das Feedback überarbeitet hast, schicke es Deiner Kundin zur Überprüfung. Dafür kannst Du die E-Mail-Vorlage 3 verwenden:

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

E-Mail-Vorlage 3:

Betreff: Danke für Dein Feedback
Liebe (NAME),
von Herzen danke für Dein Feedback. Ich habe mich sehr darüber gefreut.
Damit es sich leichter liest, und Deine Botschaft noch etwas klarer ankommt, habe ich Dein Feedback wie folgt zusammengefasst:

überarbeiteten Text einfügen

Gerne würde ich Dein Feedback unter Nennung (z.B.) *Deines Vornamens und Deiner Stadt auf meiner Website veröffentlichen.*
Wenn Du mit all dem einverstanden bist, gib mir ein ***Go!,*** *indem Du mir auf diese E-Mail antwortest.*

Nochmal herzlichen Dank für Deine Unterstützung
und liebe Grüße
(DEIN NAME)

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Profi Tipp

Versteht sich von selbst, dass ich kein Fan von **vollautomatisierten** Feedbackformularen (z. B. über Google) auf der Website bin. Denn hier hast Du null Einfluss auf das Geschriebene. Zudem sind solche Formulare ausgesprochen Spam-anfällig.

Was jedoch nicht gegen einen halb automatisierten Feedbackbogen auf Deiner Website spricht. Das erleichtert Dir nicht nur den ersten proaktiven Schritt zu machen, sondern schenkt Dir unter Umständen wieder einige zusätzliche Klicks auf Deiner Website.
Wenn Du Dir einen halb automatisierten Feedbackbogen auf Deiner Website wünschst, und nicht weißt, wie Du es anstellen sollst – nimm gern Kontakt zu mir auf:
feineseiten@arianegruenler.de

Alternativ dazu kannst Du Deine Feedbacks auch über ein vertrauenswürdiges Bewertungsportal (z.B Proven Expert oder Trust Pilot) laufen lassen.
Das empfehle ich jedoch nur, wenn Deine Kund*innen einigermaßen textsicher sind und wissen, worauf es bei einem Feedback ankommt.

Urheberrechtlich geschützt

Die Magie von Storytelling

Erzähle Geschichten, aber keine Märchen!
Das gilt auch für Kundenfeedbacks.

Eine gute Geschichte muss nicht lang sein.

Für ein aussagekräftiges Feedback genügen folgende 3 Komponenten:

- Das „Problem“, das Hindernis oder die Herausforderung
- Der Aha-Moment
- Schritte in die angestrebte Lösung

Du kannst die Elemente des Storytellings überall dort verwenden, wo Du eine Geschichte erzählen möchtest. Also warum nicht auch bei Deinen Kundenfeedbacks?

Stopp den Social Media-Hustle!
Ich nutze Storytelling übrigens auch für mein Marketing und verkaufe seit Jahren ausschließlich über meinen Newsletter!

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt

Apropos verkaufen...

Kennst Du schon mein 12-Wochen Newsletter-Training?

In 12 Wochen zeige ich Dir, wie Du E-Mails schreibst, die auch wirklich verkaufen! - und zwar auf eine charmante und unaufdringliche Art.

Garantiert ohne Marktschreierei!
Sondern professionell und mit Anstand.

Klingt so, als wär' das was für Dich?
Dann lies doch gleich mal weiter:

Zum 12-Wochen Newsletter Training

FEINE SEITEN webdesign
www.arianegruenler.de ©
Urheberrechtlich geschützt