

Der Weg zu einem top bewerteten Restaurant

SO WICHTIG
IST EINE GUTE
REPUTATION FÜR
RESTAURANTS

TRUSTYOU™

Einleitung





Eine gute Reputation ist bekanntlich Gold wert. Jedes Unternehmen profitiert davon, wenn ihm ein guter Ruf vorausseilt. Das gilt für das gesamte Anbieterspektrum – vom Einzelhändler bis hin zur öffentlichen Einrichtung. Heutzutage entscheidet sich auch online, wie es um den jeweiligen Ruf bestellt ist. Tatsächlich hinterlässt jedes Unternehmen einen Online-Fußabdruck – inklusive mehr oder weniger detaillierter Informationen zu seiner Reputation –, selbst wenn es nicht online aktiv ist. Viele Anbieter sind beispielsweise auf Google Maps eingetragen. In der Dienstleistungsbranche hat die Reputation der Unternehmen noch einmal gleich einen ganz anderen Stellenwert. Immerhin ist dies eine Branche, in der Kunden sehr persönliche Erfahrungen machen. Sie treffen Entscheidungen für ihr eigenes Wohlbefinden, etwa wo sie essen gehen und welche Gerichte sie bestellen. Dabei orientieren sie sich oft an den Bewertungen früherer Kunden. In diesem Kontext sollte man sich bewusst sein, dass jeder Kunde ein individuelles Erlebnis hat – und einen subjektiven Eindruck.

Restaurantbesitzer stehen unter großem Druck, diese Subjektivität in ihre Bemühungen mit einzukalkulieren. Sie haben darüber hinaus keine geringere Aufgabe, als die grundlegendsten Bedürfnisse des Menschen zu erfüllen, haben also quasi den persönlichsten aller Kontakte mit ihren Kunden. In der Gastronomie werden Fehler schnell bemerkt. Das kann negative Konsequenzen mit sich ziehen und den Ruf des jeweiligen Unternehmens schädigen. Es ist also verständlich, dass Restaurants besonders aufmerksam sein müssen, sowohl was ihre eigenen Dienstleistungen betrifft als auch ihre Online-Reputation.

Ein weiterer Stressfaktor in dieser Branche ist der riesige, ständig größer werdende Wettbewerb. Das verfügbare Angebot scheint mittlerweile endlos: Vom Fastfood- zum Luxusrestaurant, von asiatischer bis mexikanischer Küche, von Bistros bis Unterwasserrestaurants – Kunden haben die Qual der Wahl. Für die einzelnen Restaurateigentümer und -leiter bedeutet das natürlich, dass sie ihre Bemühungen verdoppeln müssen, um mit der Konkurrenz mithalten zu können.



In diesem umfassenden E-Book erfahren Restaurantunternehmen, wieso Feedback so wichtig für sie ist und wie eine herausragende Reputation ihnen zum Erfolg verhelfen kann. Die folgenden Kapitel beantworten drei zentrale Fragen:

- **Welchen Wert haben Restaurantbewertungen tatsächlich und wie wirken sie sich aus?**
- **Wie kann man mit den bestehenden Technologien den eigenen Restaurantbetrieb und seine Online-Reputation effektiv verwalten?**
- **Welche drei fantastischen Vorteile kann Ihnen die richtige Nutzung von Online-Bewertungen verschaffen?**



Kapitel I:

Wie wichtig sind Restaurantbewertungen?





Feedback muss gehört werden. Davon sind wir fest überzeugt. Bei unseren Studien nehmen wir immer wieder die Themen der Online-Reputation und Online-Bewertungen in den Fokus. Der Großteil der Unternehmensinhaber sind sich der Bedeutung dieser beiden Aspekte ihres Geschäfts in groben Zügen bewusst. Aber wie sehr setzen sie sich tatsächlich damit auseinander? Wie konkret gehen sie auf das „Wieso“ hinter Kundenhandlungen ein?

Wieso schreiben Kunden Restaurantbewertungen? Wieso stützen sie ihre Entscheidungen auf das Feedback anderer Kunden? Warum sollten Sie als Restaurantmanager besonders genau auf Bewertungen achten? Auf diese Fragen möchten wir in diesem Kapitel näher eingehen. Dabei beziehen wir uns auf verschiedene Studien und faktische Erkenntnisse.

Heutzutage sind Bewertungen zu einem der wichtigsten Faktoren bei der Entscheidungsfindung geworden. Sie sind ausschlaggebend für den Erfolg oder Misserfolg von Unternehmen. Viele Restaurantmanager haben erkannt, dass solches Kundenfeedback in ihrer hart umkämpften Branche das Potenzial hat, ihre Unternehmen hervorzuheben und das Reservierungsbuch zu füllen. Die folgenden Fakten und Statistiken zeigen die

aktuellen Auswirkungen von Online-Bewertungen auf Restaurantunternehmen:

- 94 % der Kunden treffen ihre Resturantauswahl basierend auf Online-Bewertungen.
- Aus dem gleichen Bericht geht hervor, dass 94 % der Gastronomen die Reputation ihres Unternehmens im Auge behalten.
- TripAdvsior berichtet, dass weltweit die Mehrheit der Restaurantbesitzer ihre Online-Reputation mehrmals pro Woche prüfen.
- Die Gastronomie ist am stärksten von Online-Bewertungen betroffen, sogar mehr als die Hotelbranche.



Aufgrund des extrem persönlichen Charakters der Interaktionen in dieser Branche entstehen hier in der Regel keine oberflächlichen Erfahrungen – alle Sinne der Kunden sind bei dem Erlebnis einbezogen. Auch sind Fehler hier teuer. Wenn man nur bedenkt, welche Konsequenzen durch ein unzureichend gekochtes Gericht entstehen können, kann man leicht nachvollziehen, unter welchem Druck Restaurantinhaber stehen.

- Verbraucherbewertungen gelten als deutlich vertrauenswürdiger als Beschreibungen, die vom Hersteller stammen (in diesem Fall Eigenwerbung).
- Bei einem Restaurant, das seine Bewertung um nur einen halben Stern verbessern konnte (auf einer Skala mit 5 Sternen), steigt die Wahrscheinlichkeit einer Vollbelegung zu den Stoßzeiten.
- Im Durchschnitt kann eine einzige, unbeantwortete negative Bewertung ein Restaurant 30 Kunden kosten.

Ein Großteil der Kunden liest nicht nur Bewertungen, sondern schreibt auch selber welche. Um mit diesem Feedback bestmöglich umzugehen, sollte man verstehen, was genau eigentlich dahinter steckt. Wieso schreiben Kunden Bewertungen? Auf das Thema sind wir bereits in unserem Blog-Beitrag [Der psychologische Hintergrund von Online-Bewertungen](#) eingegangen.

Einer der Hauptgründe besteht darin, dass Kunden wissen, wie wichtig ihr Feedback ist. Sie wissen, dass sie anderen Verbrauchern damit helfen können, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Hatten diese eine positive Erfahrung, werden sie versuchen, den guten Service oder die leckeren Gerichte anzuerkennen, damit auch andere das Restaurant ausprobieren. Negative Erfahrungen können jedoch zu negativen Bewertungen führen, da enttäuschte Kunden ihre Unzufriedenheit mitteilen möchten, eine Erklärung oder eine Entschuldigung vom Management erwarten und andere Verbraucher „warnen“ möchten.

Weiterhin vom psychologischen Standpunkt gesehen, bieten öffentliche Bewertungen eine Möglichkeit, das Gefühl der eigenen Handlungsfähigkeit zu stärken. Im Allgemeinen möchten Verbraucher, dass ihre Stimme gehört wird und dass sie auch etwas bewirken können. Bewertungen bieten ihnen einen hervorragenden Kanal, um ihre Meinung über Unternehmen zu äußern.

Restaurantbetreiber sollten das enorme Potenzial von Bewertungen erkennen. Durch einen angemessenen Umgang mit Online-Feedback können Sie das Positive hervorheben und das eher Negative entsprechend verändern. Die Bewertungen Ihrer Kunden zeigen Ihnen ganz konkret, wo Nachholbedarf besteht. Sie geben Ihnen auch die wertvolle Chance, den Schaden zu begrenzen, indem Sie so schnell wie möglich handeln. Bedenken Sie, dass jedes Unternehmen früher oder



später negatives Feedback erhält. Wichtig ist nur, dass sie dank Bewertungen die Zeichen früh erkennen und gegensteuern können.

Ein weiterer positiver Aspekt von Bewertungen besteht darin, dass diese Ihnen eine neue Art der Vermarktung ermöglichen. Sie sollten das positive Feedback Ihrer Kunden aktiv mit anderen Verbrauchern teilen. Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten und Plattformen. Wenn Sie sich direkt an potenzielle Kunden wenden, können Sie ihnen zeigen, was anderen Personen mit ähnlichem Geschmack an Ihrem Restaurant so gut gefällt. Das Konzept der sozialen Bewährtheit zeigt, dass wir den Empfehlungen von anderen Personen vertrauen, mit denen wir gewisse Gemeinsamkeiten haben. Aus diesem Grund ist eine gute Marketingstrategie für Bewertungen eine großartige Möglichkeit, neue Kunden anzusprechen.



Kapitel II:

Technologie vereinfacht die Verwaltung von Restaurantbewertungen





Alles in dem vorhergehenden Kapitel Angesprochene könnten unabhängig davon, wie logisch und nützlich es klingt, ohne den Einsatz von Technologie nicht umgesetzt werden. Feedback verwalten, eingehende Bewertungen verfolgen, Ihre Reputation analysieren und vermarkten und all dies für künftige Verbesserungen nutzen – das sind komplexe, zeitaufwändige Aufgaben. Deshalb wünschen sich Restaurantleiter technische Lösungen, die im Idealfall alle erforderlichen Abläufe abdecken.

Wenn man wertvolle Zeit sparen, interne Abläufe vereinfachen und Feedback strategisch für weitere Verbesserungen nutzen möchte, ist ein Restaurant-Feedback-Tool die beste Wahl. Lassen Sie uns gemeinsam die wichtigsten Funktionen erörtern, die eine hochwertige Lösung für Restaurant-Feedback enthalten sollte.

Ein Schritt in die Zukunft erfordert einen Blick zurück. Deshalb sollten Restaurantleiter bei der Verwaltung ihrer Online-Reputation zuallererst vergangene Leistungen aufschlüsseln und analysieren. Ein Feedback-Tool muss eine **analytische** Lösung bieten, die Bewertungen von allen Online-Quellen abrufen und sie automatisch interpretiert, um letztlich umsetzbare Erkenntnisse zu liefern. Durch einen Überblick über alle Online-

Bewertungen auf einem einzigen Dashboard können Sie Feedback mühelos verwalten und sparen wertvolle Zeit, die Sie andernfalls darauf verwenden müssten, sich auf verschiedenen Bewertungsportalen einzeln anzumelden.

Wichtig ist auch die **semantische Analyse** der Online-Bewertungen. Mit diesem Fachbegriff wird das Verfahren bezeichnet, das den Text scannt, um die wertvollsten Informationen daraus zu extrahieren. Es liefert Ihnen einen Überblick über die Meinungen Ihrer Kunden und teilt diese in Kategorien ein. So können Sie sofort Ihre aktuelle Reputation sehen und genau erkennen, in welchen Bereichen Sie sich verbessern müssen, um insgesamt eine höhere Bewertung zu erhalten. Sie könnten z. B. feststellen, dass Ihren Kunden das Essen sehr gut schmeckt, der Service aber nicht ihren Erwartungen entspricht. So können Sie gezielte Verbesserungsmaßnahmen treffen.

Ein wesentlicher Bestandteil der Analytics-Funktionen sind die **Einflussnoten**, die, wie der Name bereits vermuten lässt, die Performance in verschiedenen, zuvor festgelegten semantischen Kategorien messen. Dies bildet die Grundlage für die Einschätzung der Bedeutung, die z. B. gutes Essen für die Gesamtperformancenote, in die alle Kategoriennoten einfließen, in einem bestimmten Zeitraum hat.

Auch das **Antwortmanagement** von Online-Bewertungen ist ein wichtiger Faktor für den Gesamterfolg eines Restaurants. Mithilfe einer Feedback-Lösung können



Sie zeitnah auf eingehendes Feedback reagieren und so mit Kunden interagieren sowie eine Strategie zur Schadensbegrenzung umsetzen. Im Allgemeinen erregt negatives Feedback mehr Aufmerksamkeit als positives – gerade deshalb ist es wichtig, dass die Restaurantleitung rasch auf Bewertungen reagiert und negative Meinungen entschärft, bevor sie zu einem Verlust künftiger Kunden führen. Wenn Sie noch mehr Zeit sparen und Ihre Abläufe noch weiter vereinfachen möchten, können Sie bestimmte Vorlagen verwenden, wenn Sie auf ähnliche Bewertungen stoßen.

Angesichts so vieler Verantwortungsbereiche ist es hilfreich, beim **Verfolgen Ihrer Ziele und Aufgaben** auf technologische Unterstützung zählen zu können. Eine komplexe Feedback-Plattform umfasst einfache und zugleich wirksame Möglichkeiten, die gesteckten Ziele, die gemachten Fortschritte sowie die sich im Laufe der Zeit herauskristallisierenden Aufgaben zu verfolgen. Sie können Performance-Ziele für bestimmte **Restaurant-KPIs** festlegen und verfolgen und so sicherstellen, dass Sie Ihre Abläufe nach und nach weiter verbessern. Im Rahmen der Verwaltung der verschiedenen Feedback-Aspekte über eine einzige Software können Sie auch auf die Probleme eingehen, die den höchsten Einfluss auf Ihr Kundenerlebnis haben. Zudem können Sie Aufgaben für Restaurantmitarbeiter erstellen und delegieren und so dafür sorgen, dass Probleme aller Art so schnell und effizient wie möglich von den richtigen Mitarbeitern bzw. Abteilungen behoben werden.

Bei einer Tätigkeit in einem so wettbewerbsstarken Feld wie dem Gastgewerbe ist es empfehlenswert, die Konkurrenz stets im Blick zu behalten und darauf zu achten, wie man sich innerhalb des Marktes positioniert. Über eine Funktion für **Mitbewerbervergleiche** können Sie ermitteln, wie andere abschneiden und in welchen Bereichen Sie sich noch verbessern sollten. Durch das Eingehen auf Einzelheiten für verschiedene Zeiträume können Sie einen Performancevergleich für Ihr Restaurant anstellen und zusätzliche Einblicke in Ihre Stärken und Schwächen erhalten.

Zu guter Letzt muss auch darauf geachtet werden, wie man all diese komplexen, aus Gästefeedback abgeleiteten Informationen verarbeitet. Angesichts der Fülle an wichtigen Aspekten kann es eine Herausforderung darstellen, sie alle kontinuierlich im Blick zu behalten und dafür zu sorgen, dass man in Sachen Reputation stets auf dem neuesten Stand bleibt. Genau hier setzt das Berichtswesen an: Sie haben die Möglichkeit, Ihre Strategie für das Feedback-Management über **individuell gestaltbare Berichte** zu unterstützen. Es stehen eine Reihe verschiedener analytischer Berichte zur Auswahl, die Ihre KPIs messen. Diese können Sie mühelos innerhalb Ihres Kontos herunterladen oder sie sich zum gewünschten Termin per E-Mail senden lassen.



Diesen gesamten Hintergrund haben wir bei der Erstellung unserer Feedback-Management-Lösung für den Gastronomiebereich berücksichtigt, um Ihnen alle oben genannten Funktionen bieten zu können. Mit Restaurant Analytics erhalten Restaurantbetriebe auf der ganzen Welt eine eingehende Analyse ihrer Online-Reputation, können Feedback analysieren und verwalten und ihre betrieblichen Abläufe optimieren – ganz bequem von einem Ort aus.



Kapitel III:

Die drei erreichbaren Ergebnisse





Nun, da wir uns einen Überblick über die Prozesse und Lösungen im Bereich des Feedback-Managements verschafft haben, befassen wir uns mit den Möglichkeiten: Welche Ergebnisse können Restaurantbetriebe erwarten? Wie können Restaurants ihre betrieblichen Abläufe und ihre Reputation mithilfe von Technologie verbessern?

In diesem Abschnitt nennen wir einige Ergebnisse, die durch wirksames Bewertungsmanagement erreicht werden können. Steigern Sie die Performance Ihres Restaurantbetriebs und verbessern Sie die Kundenzufriedenheit, indem Sie folgende Punkte beachten:



#1: Verbesserte Abläufe im Restaurantbetrieb

Wenn Restaurants ihre bisherigen Performance-Kennzahlen genau kennen, können sie Abläufe bewusst anpassen und somit eine positive Veränderung im Betrieb herbeiführen. Performance-Kennzahlen sind zum Beispiel Service, Marketing, Feedback, Investitionen und interne Abläufe. All diese Bereiche beeinflussen das Kundenerlebnis auf fundamentale Weise.

Sie können sich ganz einfach ein Bild über die Bedürfnisse und Erwartungen Ihres Kundenstamms machen, indem Sie die [Einflussnoten](#) studieren. Auf diese Weise können Sie künftige Investitionen auf diese Merkmale abstimmen. Wenn Sie zudem darauf hinarbeiten, diese Bereiche zu perfektionieren, verbessern Sie nicht nur das Gästelerlebnis, sondern machen auch interne Abläufe reibungsloser.

Zur Optimierung der Abläufe ist es wichtig, Noten, Ziele und KPIs zu messen. Wenn Sie die Performance Ihres Restaurantbetriebs kontinuierlich überwachen, wissen Sie nicht nur, für welche Bereiche umgehend Maßnahmen ergriffen werden müssen, sondern auch, wie Kundenfeedback Ihren Betrieb im Laufe der Zeit beeinflusst.



#2: Gesteigerte Kundenzufriedenheit

Ein wichtiges Indiz für die Kundenzufriedenheit ist die Antwortquote. Feedback sollte daher nie unbeantwortet bleiben. Betriebe, die schnell auf Bewertungen reagieren und weder [positive](#) noch [negative](#) Bewertungen außer Acht lassen, erhöhen die Wahrscheinlichkeit, bei Kunden einen sympathischen Eindruck zu hinterlassen. In unseren Hotelratgeber finden Sie Informationen dazu, wie Sie am besten auf positives und negatives Feedback reagieren. Obwohl die Ratgeber für Hotels ausgelegt sind, lassen sich die Strategien problemlos auf Restaurantbetriebe anwenden.



#3: Erhöhter Umsatz und ROI

Einen höheren Umsatz zu erzielen, ist das Endziel eines jeden Unternehmens und es gibt einige bewährte Strategien mit denen Sie dies erreichen können. Wenn Sie sich in erster Linie auf die Bereitstellung hochwertiger Dienstleistungen und Produkte konzentrieren, steigen die Chancen, mehr Kunden zu gewinnen. Indem Sie Ihren Fokus darauf legen, ein zufriedenstellendes kulinarisches Erlebnis zu bieten, werden Ihre Kunden automatisch zu Botschaftern Ihres Unternehmens und machen positive organische Werbung dafür.

Der finanzielle Gewinn kann zudem durch den Vergleich mit Mitbewerbern vorangetrieben werden. Wenn Sie Ihr Unternehmen mit Mitbewerbern vergleichen, können Sie sehen, wie Sie sich auf dem Markt behaupten und was verbessert werden kann, um sich positiv abzuheben. Auch dies kann zu einem besseren ROI und mehr Umsatz führen.



Fazit





Im heutigen Geschäftsumfeld wirken sich Bewertungen stark auf die Reputation eines Unternehmens aus. Das Gastgewerbe ist da keine Ausnahme. Es ist wahrscheinlich sogar noch stärker davon betroffen, denn es ist ein Gewerbe, das auf persönlichen Beziehungen beruht. Ein Restaurantbetrieb ist im wahrsten Sinne des Wortes dafür verantwortlich, Kunden zu versorgen. Und dem modernen Kunden stehen heute unzählige Möglichkeiten offen, seine Gedanken und Meinungen kundzutun. Diese Meinungen wiederum beeinflussen die Entscheidungen von potenziellen Kunden – und der Kreis schließt sich. Gutes Essen und ein guter Service führt zu guten Bewertungen, was wiederum Absatzzahlen positiv beeinflusst. Je besser die Reputation, desto höher sind die Chancen für einen Betrieb, sich in diesem umkämpften Umfeld von der Konkurrenz abzuheben.

Der Trend, dass [Kunden vermehrt positive Bewertungen hinterlassen](#), kommt Gastwirten gelegen. Restaurantgänger beschwerten sich im Netz heute tatsächlich weniger als früher und nutzen Bewertungen eher dazu, Restaurants weiterzuempfehlen. [72 % aller befragten Kunden](#) geben an, dass sie einem lokalen Unternehmen mehr Vertrauen entgegenbringen, wenn

es über positive Bewertungen verfügt. Vor diesem Hintergrund wird klar, wie wichtig ein tadelloser Ruf für den Erfolg eines Restaurantbetriebs ist – die Beliebtheit und somit auch der Umsatz hängen davon ab.

Nutzen Sie die unzähligen Möglichkeiten, die sich hinter Ihrer Reputation verbergen. Mit der Lösung von TrustYou können Sie Kundenfeedback aufschlüsseln und bis ins Detail analysieren. So wissen Sie immer genau, was Sie verändern müssen, um mehr aus Ihrer Reputation herauszuholen. Tun Sie es unseren Kunden gleich und erhalten auch Sie einen vertieften Einblick in Ihre Online-Reputation. Restaurants erhalten zudem dank Sentiment Analytics (zurzeit in sechs Sprachen verfügbar) wertvolle Erkenntnisse. Die Lösung bringt auf den Punkt, welche Eigenschaften und Angebote eines Restaurants in Online-Bewertungen auf positive oder negative Weise erwähnt werden. Restaurantbetreiber wissen also ganz genau, auf welche Bereiche sie sich konzentrieren und welche Abläufe angepasst werden müssen, um das Erlebnis ihrer Kunden zu verbessern, mehr Umsatz zu generieren und höhere Zufriedenheitswerte zu erzielen. Wenn Sie mehr zu unseren Lösungen für Restaurantbetriebe erfahren möchten, [kontaktieren Sie unser Team](#).

Mit TrustYou holen Sie mehr aus Ihren Online-Bewertungen heraus. [Kontaktieren Sie uns](#), um mehr zu erfahren.



TRUSTYOU 

www.trustyou.com/demo
service@trustyou.com