

Google- Bewertungen- Checkliste

Praktische Checkliste für mehr glaubwürdige Kundenbewertungen



Google-Bewertungen-Checkliste

Bewertungen beeinflussen Vertrauen, lokale Sichtbarkeit und die Entscheidung für oder gegen einen Anbieter. Mit dieser Checkliste bauen Sie einen seriösen Prozess auf, der echte Rückmeldungen fördert und professionell mit Lob und Kritik umgeht.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Grundlage und Zuständigkeit

- ☐ Das Google Unternehmensprofil ist bestätigt und dauerhaft einem Unternehmenskonto zugeordnet.
- ☐ Mindestens zwei berechtigte Personen können bei Ausfall auf das Profil zugreifen.
- ☐ Eine verantwortliche Person prüft neue Bewertungen und Benachrichtigungen regelmäßig.
- ☐ Bewertungslink, QR-Code und Antwortvorlagen sind zentral dokumentiert.
- ☐ Interne Regeln legen fest, wer öffentlich antworten und Fälle eskalieren darf.
- ☐ Bewertungen werden als Teil des Kundenservice und nicht nur als Marketingmaßnahme verstanden.

02 Der richtige Zeitpunkt

- ☐ Kunden werden erst nach einer tatsächlich erbrachten Leistung um eine Bewertung gebeten.
- ☐ Die Anfrage erfolgt möglichst nah an einem positiven Projekterlebnis oder Abschluss.
- ☐ Mitarbeitende erkennen geeignete Momente, ohne Kunden unter Druck zu setzen.
- ☐ Bei Beschwerden wird zunächst das Anliegen gelöst statt sofort um eine Bewertung zu bitten.
- ☐ Wiederkehrende Kunden werden nicht bei jedem Kontakt erneut angesprochen.
- ☐ Der Bewertungsprozess ist in Nachfass-E-Mails, Übergaben oder Abschlussgespräche integriert.

03 Anfrage und Formulierung

- ☐ Die Bitte ist kurz, persönlich und erklärt, warum eine ehrliche Rückmeldung hilfreich ist.
- ☐ Ein direkter Bewertungslink oder QR-Code reduziert unnötige Zwischenschritte.
- ☐ Kunden erhalten keine vorformulierten positiven Aussagen zum Kopieren.
- ☐ Die Anfrage macht deutlich, dass auch konstruktive Rückmeldungen willkommen sind.
- ☐ Die Formulierung passt zur Ansprache und Tonalität des Unternehmens.
- ☐ Es gibt geeignete Varianten für E-Mail, Rechnung, Chat, Print und persönlichen Kontakt.

04 Richtlinien und Fairness

- ☐ Bewertungen werden niemals gekauft, getauscht oder durch Gegenleistungen beeinflusst.
- ☐ Rabatte, Geschenke oder Gewinnspiele sind nicht an eine Bewertung gekoppelt.
- ☐ Es findet kein Review-Gating statt, bei dem nur zufriedene Kunden zu Google weitergeleitet werden.
- ☐ Mitarbeitende, Angehörige oder Geschäftspartner schreiben keine irreführenden Kundenbewertungen.

- ☐ Kunden werden nicht zu bestimmten Sternzahlen oder ausschließlich positiven Aussagen gedrängt.
- ☐ Interne Prozesse respektieren Datenschutz und vertrauliche Kundeninformationen.

05 Positive Bewertungen beantworten

- ☐ Antworten wirken individuell und greifen einen konkreten Punkt der Bewertung auf.
- ☐ Kunden werden wertschätzend angesprochen, ohne vertrauliche Details zu veröffentlichen.
- ☐ Antworten bleiben kurz genug und enthalten keine unnötige Werbung.
- ☐ Wichtige Leistungen oder Stärken werden natürlich und nicht keywordlastig erwähnt.
- ☐ Wiederkehrende Standardfloskeln werden vermieden.
- ☐ Auch kurze Sternebewertungen erhalten eine passende, sachliche Reaktion.

06 Kritische Bewertungen beantworten

- ☐ Vor der Antwort werden Projektverlauf und Fakten intern geprüft.
- ☐ Die öffentliche Reaktion bleibt ruhig, respektvoll und lösungsorientiert.
- ☐ Persönliche Daten, Vertragsdetails und interne Kommunikation werden nicht offengelegt.
- ☐ Berechtigte Kritik wird anerkannt, ohne vorschnell rechtliche Verantwortung einzuräumen.
- ☐ Ein konkreter Kontaktweg führt das Gespräch aus der Öffentlichkeit heraus.
- ☐ Emotional formulierte Antworten werden vor Veröffentlichung von einer zweiten Person geprüft.

07 Melden und dokumentieren

- ☐ Nur Bewertungen, die gegen Plattformrichtlinien verstoßen, werden zur Entfernung gemeldet.
- ☐ Screenshots, Datum, Profilname und relevante Hintergründe werden dokumentiert.
- ☐ Die Meldung erfolgt über die vorgesehenen Google-Werkzeuge und mit passender Begründung.
- ☐ Bei Ablehnung wird geprüft, ob ein vorgesehener Einspruch sinnvoll und zulässig ist.
- ☐ Kritische Fälle werden nicht durch öffentliche Drohungen oder Gegenangriffe verschärft.
- ☐ Rechtliche Schritte werden nur nach fachkundiger Prüfung erwogen.

08 Nutzung und Verbesserung

- ☐ Bewertungen werden regelmäßig nach wiederkehrenden Stärken und Problemen ausgewertet.
- ☐ Geeignete Kundenstimmen werden nur mit korrekter Quelle und passender Einbindung auf der Website gezeigt.
- ☐ Bewertungsauszüge werden nicht sinnentstellend gekürzt oder verändert.
- ☐ Häufige Lobpunkte fließen in Leistungsseiten und Vertrauensargumente ein.
- ☐ Wiederkehrende Kritik führt zu konkreten Verbesserungsmaßnahmen.
- ☐ Entwicklung, Antwortquote und Reaktionszeit werden regelmäßig geprüft.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Echte Rückmeldungen schaffen Vertrauen

Ein guter Bewertungsprozess ist dauerhaft, fair und nah am Kundenerlebnis. Entscheidend ist nicht nur die Anzahl der Sterne, sondern wie glaubwürdig das Unternehmen mit Feedback umgeht.

Die Checkliste ersetzt keine rechtliche Beratung zu Persönlichkeitsrechten, Datenschutz oder dem Umgang mit geschäftsschädigenden Aussagen.

Orientierung und weiterführende Quellen

Google Business Profile: Kundenbewertungen verwalten

Google Business Profile: Link oder QR-Code für Bewertungen erstellen

Google Richtlinien für unzulässige und eingeschränkte Inhalte