



**BEWERTUNGEN SAMMELN BEI**

**OMZ REVIEWS**



# Hey,

schön, dass du zu unserem Guide gefunden hast! Mach dir doch eine Tasse Kaffee und such dir einen gemütlichen Ort zum Lesen ☕. Wir wissen, wie wertvoll Bewertungen für deinen Erfolg auf OMR Reviews sind, aber auch, dass deine Zeit kostbar ist.

Mit diesem Guide möchten wir dir deshalb dabei helfen, möglichst schnell und mit minimalem Aufwand deine ersten Reviews zu sammeln 🚀.

**Viel Spaß beim Lesen** 📖!

P.S.: Wir bei OMR Reviews nennen Bewertungen sammeln übrigens auch gerne Review Gen (von Review Generation) :).

[Bewertungen auf OMR Reviews](#)

[How-To: Deine erste Bewertungskampagne](#)

[Strategien für deinen Bewertungs-Mix](#)

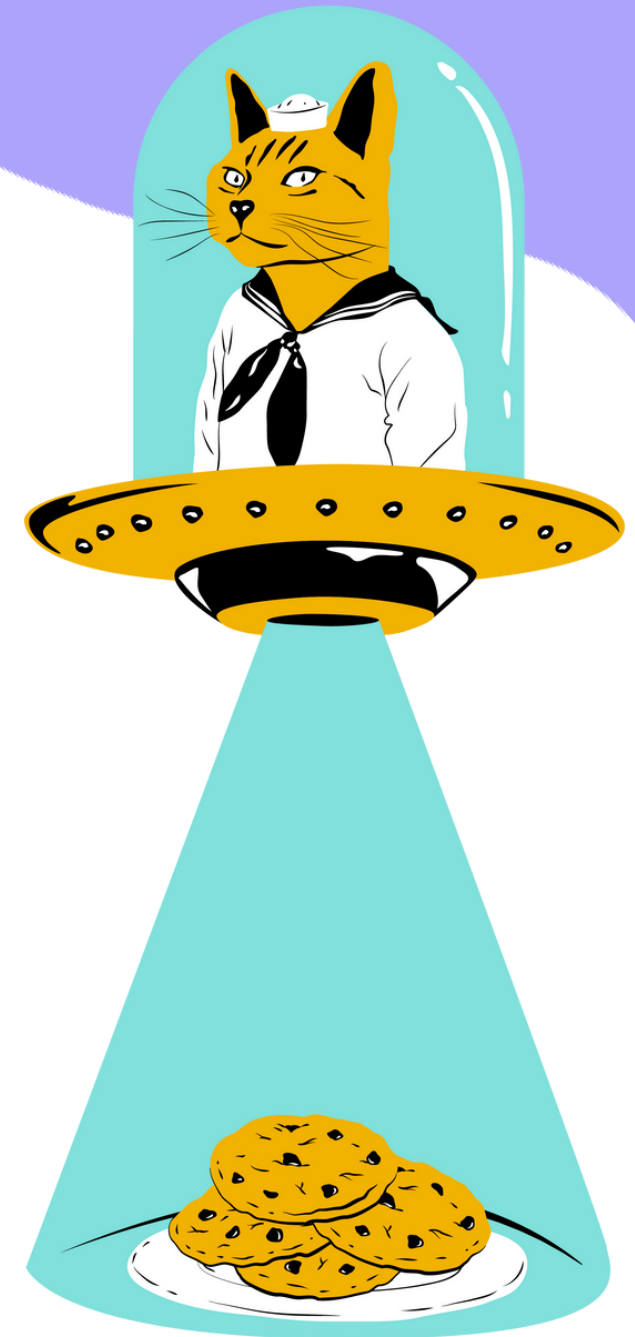
[Videobewertungen aufnehmen](#)

[500 Bewertungen in 3 Monaten mit Sage](#)

[Was tun bei negativen Bewertungen?](#)



# BEWERTUNGEN AUF OMR REVIEWS



# BEWERTUNGEN AUF OMR REVIEWS

Auf OMR Reviews legen wir großen Wert auf die Authentizität und Glaubwürdigkeit der Bewertungen. Deshalb ist jede Review nach einem klaren, konstruktivem Schema aufgebaut und unterliegt einem manuellen Prüfprozess. So stellen wir sicher, dass die Erfahrungen und Meinungen der Nutzer\*innen ehrlich und transparent dargestellt werden und einen Mehrwert für die Entscheidungsfindung von Buyern liefern.

## “Perfekte Kundenkommunikation und traumhafter Support!”

Herkunft der Review ⓘ



In den letzten 12 Monaten

**Kevin**

 Verifizierter Reviewer

Abteilungsleiter bei

**Duratio GmbH**

 51-1000 MITARBEITER:INNEN

 BRANCHE: FINANCIAL SERVICES

### Was gefällt Dir am besten?

Jederzeit schneller und immer erreichbarer Support, direkt über die App oder Webseite. Facebook-Community mit vielen anderen Nutzern zum Austausch von Wünschen und Vorschlägen, welche gesammelt werden und zeitnah versucht werden umzusetzen. Ein wöchentliches Update über FAQ Sessions, welche immer auf den aktuellen Stand bringen. Leichtes Handling des Programms.

### Was gefällt Dir nicht?

Bisher gab es keinerlei Punkte, die nicht gefallen haben. Der einzige Wunsch wäre weiterhin eine Live-Übersetzung, was aber auch ein größerer Aufwand der Programmierung ist :)

### Welche Probleme löst Du mit dem Produkt?

Schnellere und einfachere Kommunikation mit dem Kunden per WhatsApp, was zu einer deutlichen Steigerung der Erreichbarkeit und dadurch auch des Umsatzes führt. Zudem ist auch die Abwicklung für den Kunden deutlich einfach, weil er diesen Kommunikationsweg auch aus dem privaten Umfeld kennt und deutlich häufiger als eine Mail nutzt.

### Antwort des Anbieters:

Hallo Kevin, die starke, positive Entwicklung Eurer Kommunikationsprozesse freut uns sehr! Auch das ausführliche Feedback zu unserem CS-Angebot leiten wir gerne weiter. Wir sind gerne für Euch da, kommt einfach auf uns zu.  
Liebe Grüße aus Berlin

# WARUM BEWERTUNGEN?

In einem globalen Softwaremarkt, der rapide wächst und in Deutschland allein fast 39 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet, erleben wir einen stetigen Zuwachs neuer SaaS-Anbieter. Das vergrößert nicht nur den Markt, sondern macht ihn auch komplexer, wodurch es für Software-Suchende immer schwieriger wird, eine Entscheidung für ihr Business zu treffen. Hier kommen die Reviews bei OMR Reviews ins Spiel, die eine entscheidende Rolle in der Entscheidungsfindung potenzieller Kund\*innen spielen:

## TRUST

Ein Tool braucht im Schnitt 10 Bewertungen, um authentisch zu wirken. Je mehr Reviews, desto stärker vertrauen Nutzer\*innen deiner Lösung.

## SICHTBARKEIT

Je höher die Anzahl an Reviews und das durchschnittliche Rating, desto eher wird deine Software in Bestenlisten integriert.

## TRAFFIC

Je höher die Anzahl an Reviews, das durchschnittliche Rating und die Aktualität, desto besser das Ranking auf der Kategorieseite.

## SOCIAL PROOF

Je mehr positive Reviews du hast, desto eher wird dein Tool mit einem der beliebten OMR Reviews Badges ausgezeichnet.

Erfahre mehr darüber, welchen ROI Software Bewertungen liefern:

DER ROI VON REVIEWS



**98 % DER SOFTWARE BUYER SAGEN, DASS  
IHNEN DAS LESEN VON BEWERTUNGEN VOR  
DEM KAUF WICHTIG IST.\***



\*Quelle: Gartner

# FROM REVIEWS TO BADGES

Badges sind deine Belohnung für zufriedene Kund\*innen und stärken als Social Proof-Element das Vertrauen in dein Produkt. Die quartalsweise Vergabe des Leader- sowie Top-Rated-Badges basiert auf dem OMR Score, der sich für jede Kategorie aus der Anzahl der Bewertungen, dem durchschnittlichen Rating und der Aktualität bildet.



Quartalsweise Auszeichnung des Kategorie-Spitzenreiters anhand des OMR Scores.

Ab mind. 10 Reviews, falls kein anderes Produkt in dieser Kategorie mehr als 10 Bewertungen hat.



Quartalsweise Auszeichnung für Tools, die in einem Quartal mind. 10 Reviews mit einem durchschnittlichen Score von 4 Sternen erhalten haben.



Exklusiver Badge für einen Monat deiner Wahl, um deine Software als Tool-to-watch hervorzuheben (verfügbar im Professional Paket).

Weitere Informationen zu den Badges findest du in unserem [Content Hub](#).



**WENN DEIN TOOL IN MEHREREN KATEGORIEN GELISTET IST, HAST DU DIE CHANCE, IN MEHREREN KATEGORIEN DEN LEADER BADGE ZU ERREICHEN. DER TOP RATED BADGE WIRD NUR FÜR DIE HAUPTKATEGORIE VERGEBEN.**

# DIE OMR REVIEWS TOP 100

OMR REVIEWS

Der OMR Top 100 Guide zeichnet jährlich die 100 beliebtesten Tools in DACH aus, basierend auf dem OMR Score des vorangegangenen Jahres. Für den Top 100 Guide 2025 wurden z.B. nur Reviews aus dem Jahr 2024 berücksichtigt.



## BEWERTUNGEN SAMMELN LOHNT SICH!

### Exklusives Badge:

Erhalte das OMR Reviews Top 100 Badge für ein ganzes Jahr.

### Hohe Sichtbarkeit:

Präsenz in allen OMR Reviews Kanälen, inklusive über 9.000 LinkedIn-Follower\*innen, 25.000 Newsletter-Abonnent\*innen und 300.000 Software-Suchenden pro Monat.

### Brand Boost:

Zeigt Software-Enthusiast\*innen, dass dein Tool zu den besten 100 in Deutschland gehört.

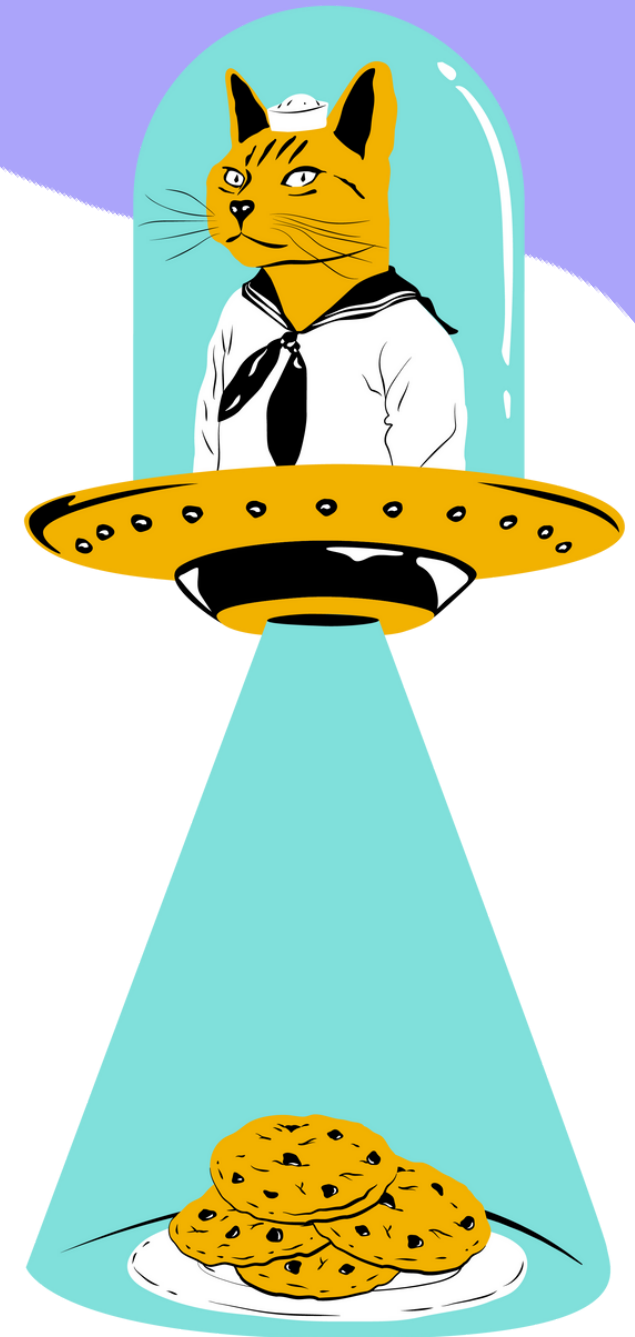
### Veröffentlichung:

Prominente Platzierung in der Print- und Digitalversion des OMR Top 100 Guides.



**DEINE ERSTE**

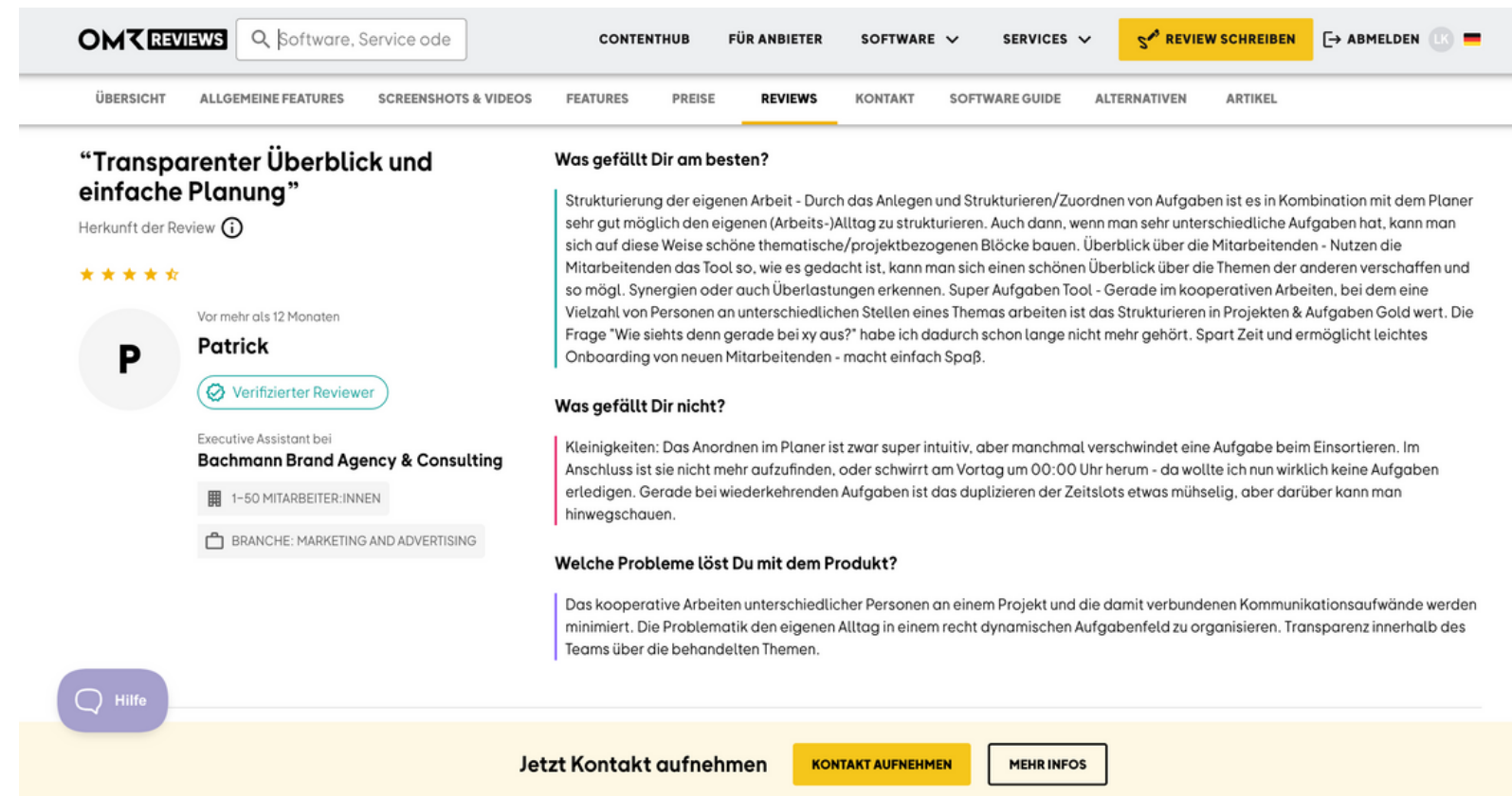
**BEWERTUNGSKAMPAGNE**



# 6 EASY STEPS

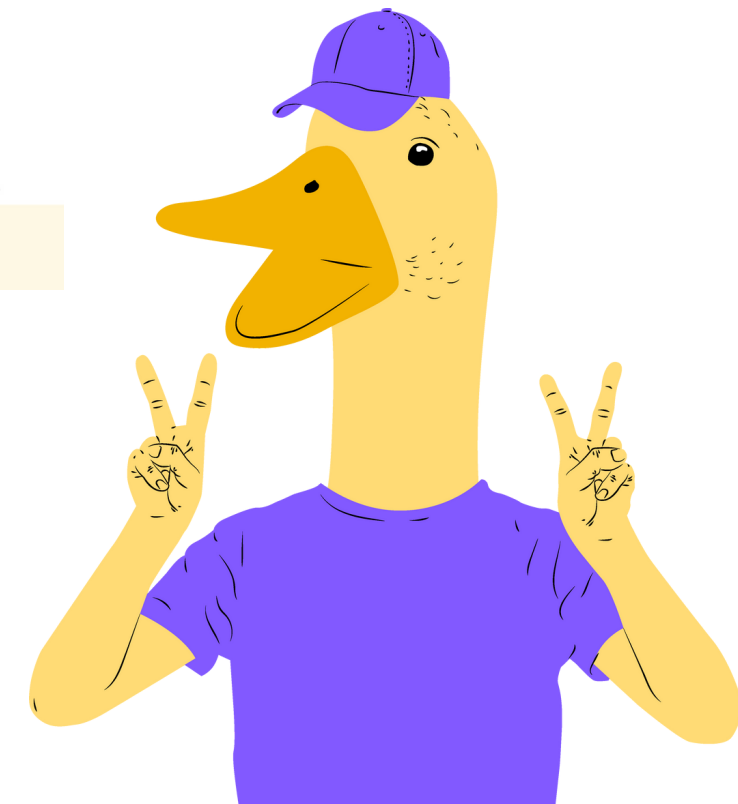
Zum Start bei OMR Reviews lohnt es sich, deine bestehenden Kund\*innen zu kontaktieren und sie um eine Bewertung zu bitten. Damit du so schnell es geht damit starten kannst, haben wir dir die einzelnen Schritte inklusive Vorlagen für E-Mails & Social Media zusammengefasst. Let's go!

1. Einladungslinks erstellen
2. Aufgaben verteilen
3. Zielgruppe definieren
4. Kontaktstrategie planen
5. Kampagne durchführen
6. Erfolg evaluieren



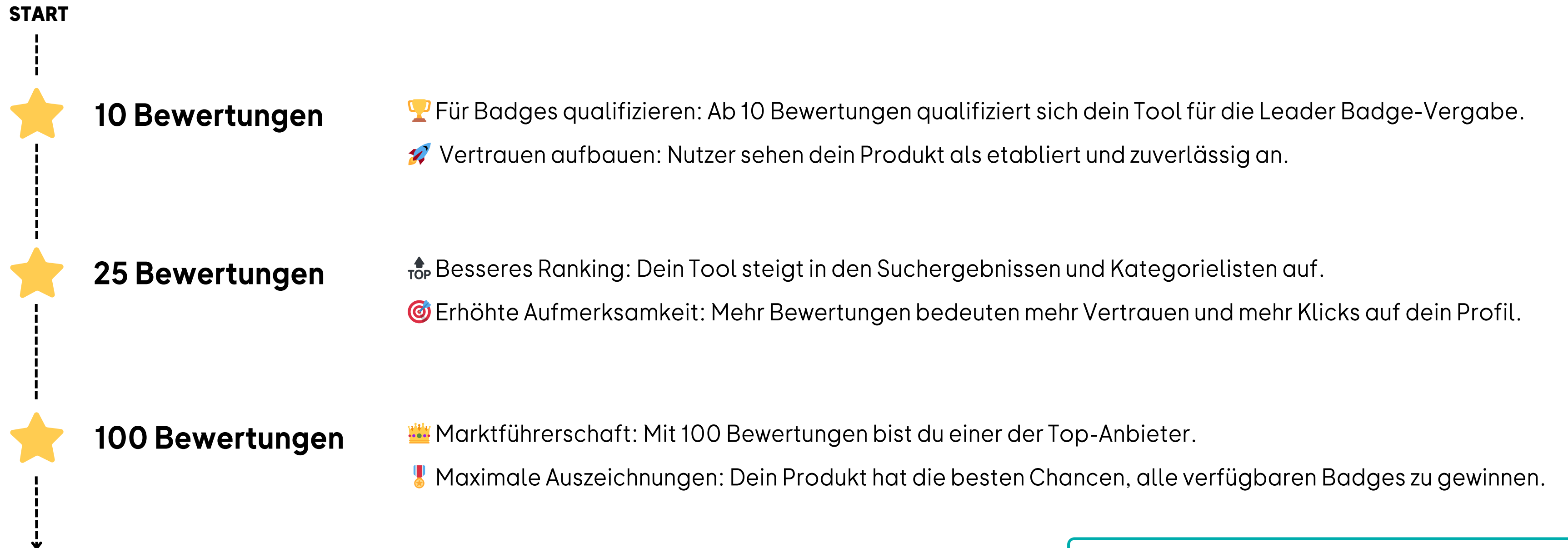
**BONUS**

Erfahre, wie du mit Gamification die Team-Motivation erhöhst und den Erfolg deiner Bewertungskampagne steigertest.



# DEINE MEILENSTEINE

Setze dir Meilensteine, um deine Ziele nicht aus den Augen zu verlieren. Schau dir am besten deine Kategorie(n) an und überlege, welche Anzahl an Reviews für dein Produkt Sinn ergeben. Hier ein Beispiel:



**REVIEW GEN IST EIN MARATHON, KEIN SPRINT! KLARE VERANTWORTLICHKEITEN UND ETABLIERTE PROZESSE SORGEN FÜR LANGFRISTIGEN ERFOLG.**

# 1. BEWERTUNGSKAMPAGNE IM OMR MANAGER AUFSETZTEN

Melde dich in deinem OMR Manager Account an und gehe zum Reiter “Bewertungen & Kampagnen”.

Dort kannst du eine neue Kampagne erstellen. Vergib zunächst einen internen Namen, wähle den gewünschten Marketing-Kanal für die spätere Auswertung aus und lege ein Startdatum sowie optional ein Enddatum fest.

Im OMR Manager hast du außerdem die Möglichkeit, die Incentivierung zu bestimmen, ein Budget für die Kampagne festzulegen und eine Nachricht an die teilnehmenden Nutzer\*innen zu verfassen.

Mit einem Klick auf „Kampagne anlegen“ wird dein kampagnenspezifischer Link automatisch erstellt. Er erscheint anschließend in der Übersicht deiner Bewertungskampagnen.

Software & Tools > TEST Product - Bewertungen & Kampagnen

**Bewertungen sammeln**

Dein Paket beinhaltet kein Budget ⓘ

Global budget used  
0 € / 800 €

Budget freischalten

DE Generischer Umfrage-Link ⓘ  
EN Generischer Umfrage-Link ⓘ

Inaktive Kampagnen anzeigen

| Startdatum | Enddatum | Kampagne            | Status  | Incentivierung | Budget (verbraucht) | Budget (offen) | Bewertungen erhalten |
|------------|----------|---------------------|---------|----------------|---------------------|----------------|----------------------|
| 02.09.25   | 30.10.25 | Test Campaign 1     | Aktiv   | 20 €           | 0 €                 | 300.000 €      | 0/15000              |
| 28.09.25   | 23.04.26 | Test Campaign 2     | Pending | 15 €           | 0 €                 | 225.000 €      | 0/15000              |
| 02.09.25   | 25.09.25 | Test Campaign 3     | Aktiv   | 20 €           | 0 €                 | 600.000 €      | 0/30000              |
| 02.09.25   | 28.09.25 | Test Campaign 4     | Aktiv   | 30 €           | 0 €                 | 1.200.000 €    | 0/40000              |
| 02.09.25   | 30.09.25 | Norbix test         | Aktiv   | 10 €           | 0 €                 | 550 €          | 0/55                 |
| 03.09.25   | 26.10.25 | Test Campaign Fix 1 | Aktiv   | 20 €           | 0 €                 | 60.000 €       | 0/3000               |

SCHRITT-FÜR-SCHRITT EINLEITUNG ANSEHEN



**UM DEN ERFOLG DEINER KAMPAGNEN MESSEN ZU KÖNNEN, VERWENDE BITTE STETS DIE VON DIR ERSTELLTEN KAMPAGNEN-LINKS.**

# INCENTIVES NUTZEN

Über incentivierte Links erhalten Bewerter\*innen nach Veröffentlichung einen Amazon-Gutschein oder einen Wunschgutschein. Anreize steigern die Teilnahme an Bewertungsumfragen und honorieren die Zeit der Bewertenden. Je höher der Anreiz, desto...

- ... länger die geschriebene Bewertung.
- ... analytischer die Sprache der Bewertung.
- ... positiver die Bewertung.
- ... wahrscheinlicher wird eine aussagekräftige Review verfasst.

Monetäre Anreize steigern das empfundene Ungleichgewicht, wodurch eine größere Mühe und ausführlichere Reviews entstehen. Dennoch sollte der Incentive nicht zu hoch gewählt werden. Wir empfehlen einen Betrag zwischen 20-30€

## MEHR ZUM INCENTIVE BUDGET

Je nach OMR Reviews Paket stellen wir unterschiedliche Incentive Budgets bereit. Das Budget kann über die gesamte Laufzeit genutzt, jedoch nicht in eine neue Laufzeit übertragen oder für andere Zwecke verwendet werden.

### Wunschgutschein\*

- Fester Gutscheinbetrag: 20,- €
- Frei einlösbar in über 500 Partner Shops



### Amazon-Gutschein\*

- Frei wählbarer Gutscheinbetrag
- Nur einlösbar im AmazonDE Shop



# 2. AUFGABEN ZUWEISEN

Teamwork makes the dream work! Und das gilt auch beim Bewertungen sammeln. Je besser ihr als Team zusammen arbeitet, desto erfolgreicher werden eure Kampagnen sein. Plane also am besten einen kurzen Kick-off Termin, bei dem die Verantwortlichkeiten und die Next Steps rund ums Thema Review Gen geklärt werden.

## MASTER OF REVIEWS

Ansprechpartner für Review Gen im Unternehmen.  
Koordiniert die Kampagnen und beteiligte Personen und evaluiert den Erfolg.

### CRM MARKETING

Kümmert sich um E-Mail Outreaches und setzt automatisierte E-Mail-Kampagnen um.

### CUSTOMER SUCCESS

Bittet Kund\*innen im Gespräch persönlich um eine Bewertung.

### SOCIAL MEDIA MARKETING

Postet Banner und bittet auf LinkedIn & Co. um Bewertungen.

### PRODUCT

Kann NPS Abfragen implementieren, um Bewertungen automatisiert einzuholen.



**JE KLARER DIE VERANTWORTUNGEN SIND, DESTO REIBUNGSLOSER UND ERFOLGREICHER LÄUFT EURE REVIEW GEN KAMPAGNE.**

# 3. ZIELGRUPPE DEFINIEREN

Der Erfolg deiner Bewertungskampagne hängt maßgeblich davon ab, dass du die richtige Zielgruppe ansprichst. Doch wer sind diese „richtigen“ Kund\*innen? Hier sind einige Punkte, die dir bei der Auswahl helfen:

## Bestehende Kund\*innen

Gehe auf Kund\*innen in unterschiedlichen Stages ihrer Adoption Journey zu, um möglichst vielseitige Bewertungen zu erhalten. Z.B. User, die schon mehrere Jahre dabei sein, aber auch User, die noch ganz frisch dabei sind.

## Heavy Users

Kund\*innen, die dein Produkt regelmäßig und intensiv nutzen, können detaillierte und aussagekräftige Bewertungen abgeben. Diese Bewertungen sind besonders wertvoll, da sie tiefere Einblicke in spezifische Features und die allgemeine Nutzung bieten können.

## Kund\*innen mit Success Stories

Identifiziere Kund\*innen, die durch die Nutzung deines Produkts besondere Erfolge erzielt haben. Diese Erfolgsgeschichten können andere potenzielle Kunden überzeugen und tragen maßgeblich zur Glaubwürdigkeit deiner Bewertungen bei.



**NUTZE INTERNE DATEN WIE DEN CUSTOMER HEALTH SCORE, PRODUKTNUTZUNG ODER DIFFERENZIERE ZWISCHEN KONTAKTPUNKTEN IN DER CUSTOMER JOURNEY**



# 4. KONTAKTSTRATEGIE PLANEN

Eine gut durchdachte Kontaktstrategie ist der Schlüssel zu einer erfolgreichen Bewertungskampagne. Der richtige Zeitpunkt und die richtige Methode der Ansprache können den Unterschied machen. Starte doch gleich mit unseren 3 einfachen Strategien, um deine ersten Bewertungen zu sammeln:



## E-Mail-Kampagne

Eine gut getimte E-Mail-Kampagne an deine bestehenden Kund\*innen ist eine der schnellsten und effektivsten Methoden, um Bewertungen zu sammeln.

+



## Customer Success

Direkte und individuelle Anfragen an Kund\*innen durch dein Customer Success Team können besonders wirkungsvoll sein.

+



## Social Media Posts

Nutze deine Social Media Kanäle, um deine Community aufzufordern, ihre Erfahrungen zu teilen.



**JE BESSER DU DEINE KONTAKTSTRATEGIE ÜBER  
VERSCHIEDENE KANÄLE STREUST, DESTO EFFEKTIVER  
ERREICHST DU POTENZIELLE REVIEWER.**

# A) E-MAIL KAMPAGNE

Eine E-Mail-Kampagne an deine bestehenden Kund\*innen ist wohl eine der am schnellsten umsetzbaren Lösungen. Mit minimalem Aufwand kannst du direkt loslegen und wertvolle Bewertungen sammeln. Nutze unsere Textvorlagen und Banner-Templates, damit du deine Kampagne in weniger als 10 Minuten verschicken kannst.

## Beispiel für eine E-Mail Kampagne

E-Mail 1: Einladung zur Bewertungskampagne

↓  
nach 7 Tagen

E-Mail 2: Erste Erinnerung, eine Bewertung abzugeben

↓  
nach 7 Tagen

E-Mail 3: Zweite Erinnerung, eine Bewertung abzugeben



**ES IST VÖLLIG OKAY, ERINNERUNGEN ZU SENDEN:  
KUND\*INNEN HABEN OFT DIE ABSICHT, BEWERTUNGEN  
ZU SCHREIBEN UND VERGESSEN ES DANN ABER WIEDER.**



**ZU DEN TEXTVORLAGEN**



**ZUM HEADER TEMPLATE**



**ZUM SIGNATUR TEMPLATE**



# B) CUSTOMER SUCCESS

Dein Customer Success Team hat täglich Kontakt mit deinen Kund\*innen und kennt ihre Bedürfnisse und Zufriedenheit am besten. Diese Gespräche und E-Mails bieten eine hervorragende Gelegenheit, um Bewertungen zu sammeln – genau zum richtigen Zeitpunkt.

## Success Calls

In Anrufen mit deinen Kund\*innen kannst du am Ende eines Calls persönlich um eine Bewertung bitten und so mit einer höheren Wahrscheinlichkeit qualitative Reviews generieren.

Beispiel: „Es freut mich, dass du mit unserem Produkt erfolgreich bist. Hättest du Lust, deine Erfahrung auf OMR Reviews zu teilen?“

## Support Requests

Support Requests sind eine ideale Gelegenheit, um nach einer Bewertung zu fragen, nachdem du ein Problem gelöst hast. Verschicke doch nach einer positiven Support-Interaktion eine Anfrage für eine Bewertung. Beachte:

- Verschicke nicht zu viele Anfragen an eine Person.
- Verschicke bei großer Kundenbasis lieber einen nicht incentivierten Link.
- Tracke von Anfang, wem du eine Anfrage geschickt hast.

Beispiel: „Ich freue mich, dass ich dir bei deinem Anliegen helfen konnte. Wäre es möglich, dass du eine Online-Bewertung über deine Erfahrung mit unserem Produkt schreibst? Dein ehrliches Feedback hilft uns, unser Tool stetig zu verbessern.“



# C) SOCIAL MEDIA POSTS

Instagram, LinkedIn und TikTok sind super Kanäle, um deine Bewertungsanfragen zu verbreiten. Teile deinen Bewertungslink mit deiner Community und bitte sie darum, ihre Erfahrungen zu teilen.

## Incentivierung ja oder nein?

Bei organischen Social Media Beiträgen und bezahlten Anzeigen (Paid Ads) raten wir vom Einsatz incentivierter Bewertungslinks ab.

Durch die Integration eines incentivierten Links erreichst du ein breiteres, weniger segmentiertes Publikum. Das erhöht das Risiko, dass auch Personen Bewertungen abgeben, die dein Produkt gar nicht aktiv nutzen.

Dadurch sinkt die Qualität der Bewertungen. Zudem können incentivierte Kampagnen über Paid Ads schnell den Eindruck erwecken, Bewertungen würden beeinflusst oder gar "erkauft".



LINKEDIN POST TEMPLATE



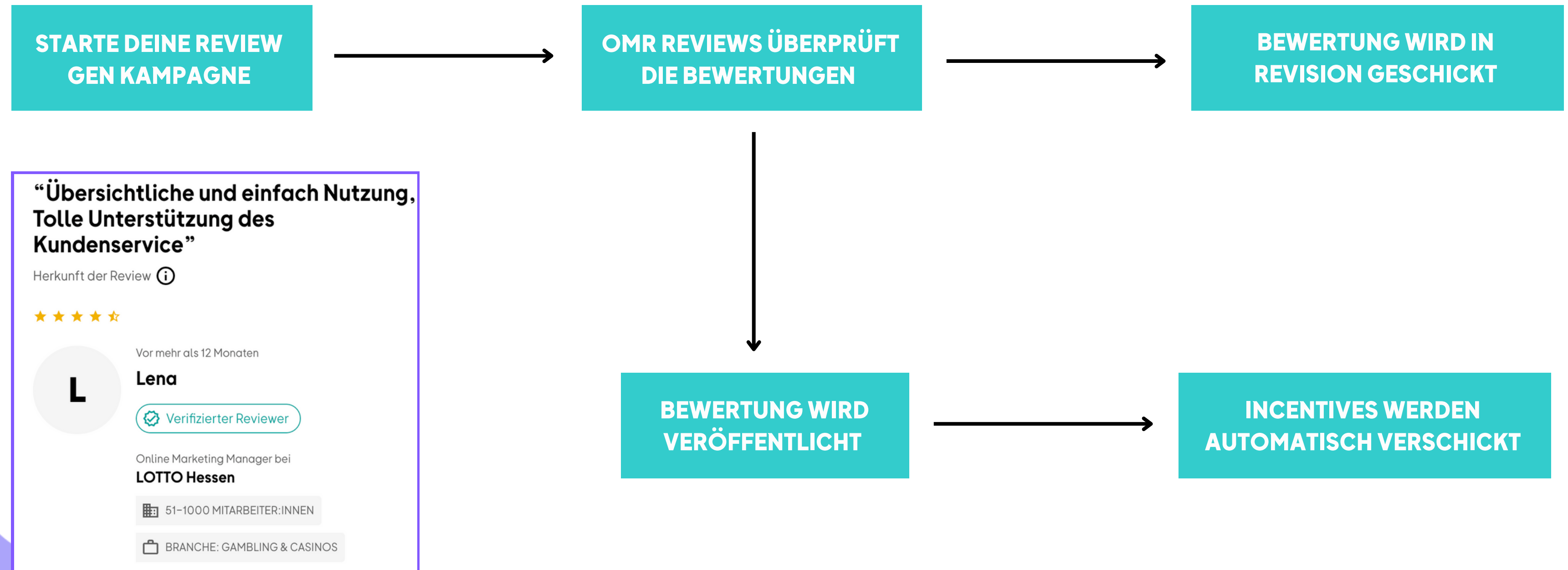
INSTAGRAM POST TEMPLATE



STORY & REEL TEMPLATE

# 5. KAMPAGNE DURCHFÜHREN

Es ist an der Zeit, deine Kampagne zu starten und fleißig Bewertungen zu sammeln! Um sicherzugehen, dass die Bewertung, die Person dahinter und die Anwendung des Tools korrekt sind, validieren wir jede eingegangene Bewertung manuell. Nach welchen Richtlinien wir die einzelnen Reviews prüfen, kannst du direkt [hier](#) nachlesen.



# 6. ERFOLG EVALUIEREN

Nachdem deine Review Gen-Kampagne abgeschlossen ist, ist es an der Zeit, den Erfolg zu bewerten und die Ergebnisse zu analysieren. Gemeinsam mit deinem/deiner Customer Success Manager\*in kannst du herausfinden, welche Meilensteine erreicht wurden und welche Learnings du für zukünftige Kampagnen mitnehmen kannst.



## Badges erreicht?

Hast du es geschafft, einen oder mehrere der begehrten Badges zu gewinnen? Badges wie der Top Rated Badge oder Leader Badge sind ein starkes Zeichen für den Erfolg deiner Kampagne.



## Im Ranking aufgestiegen?

Überprüfe, ob dein Produkt in den Rankings auf OMR Reviews gestiegen ist. Ein höheres Ranking bedeutet mehr Sichtbarkeit und potenziell mehr Kund\*innen.



## Wertvolles Produktfeedback?

Analysiere das erhaltene Feedback. Gibt es wiederkehrende Themen oder Vorschläge, die dir helfen können, dein Produkt weiter zu verbessern?

**Und nun? Feiere deine erfolgreiche Review Gen-Kampagne mit deinem Team! 🎉**

# DEIN REVIEW-GEN-ERFOLGS-MIX

Bewertungen sammeln kann man auf sehr vielen Wegen. Nachdem du deine erste Kampagne durchgeführt hast, überlege dir, welche weiteren Wege für dich funktionieren könnten und teste sie, um kontinuierlich Bewertungen zu sammeln.

- ☐ NPS-Abfragen, die zur Bewertung führen
- ☐ Gewinnspiele
- ☐ Events (z.B. Webinare, OMR Festival, Meetups...)
- ☐ Banner in E-Mail-Signatur & Newslettern
- ☐ In-App Pop-ups
- ☐ Persönlicher Kontakt
- ☐ Automatische E-Mails nach Customer Support Request



# EXKURS: LET'S PLAY A GAME

**Bewertungen sammeln kann auch Spaß machen und den Teamzusammenhalt stärken. Wie wäre es mit einem kleinen Wettbewerb, bei dem es Preise zu gewinnen gibt?**

## **Interner Wettbewerb**

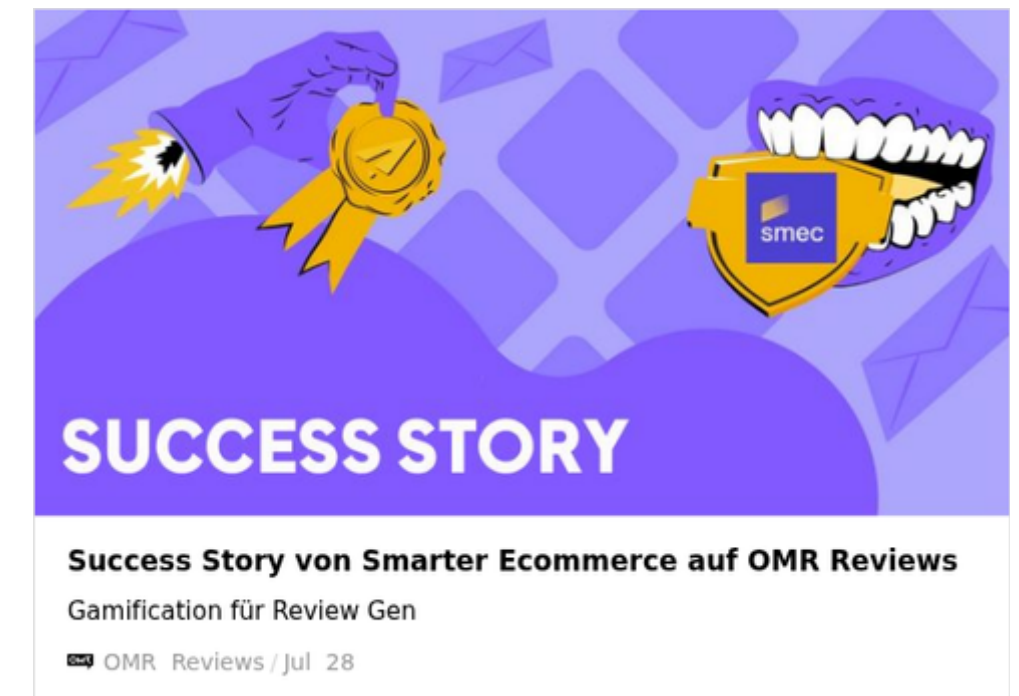
Starte einen Wettbewerb innerhalb deines Teams, bei dem es darum geht, wer die meisten Bewertungen für euer Produkt sammeln kann. Belohne die Gewinner\*innen mit attraktiven Preisen, wie z.B. Gutscheinen oder einem besonderen Team Event.

## **Leaderboard**

Erstelle eine langfristige „Leaderboard“-Strategie, bei der die Ergebnisse über mehrere Monate verfolgt werden. Dies hält die Motivation hoch und gibt den Teams immer wieder neue Anreize, sich zu engagieren.

## **Anerkennung & Belohnung**

Feiere die Erfolge regelmäßig, z.B. bei Team-Meetings, und erkenne die besten Leistungsträgerinnen öffentlich an. Eine simple „Mitarbeiterin des Monats“-Auszeichnung für den oder diejenige, die die meisten Bewertungen generiert hat, kann ein großer Motivator sein.

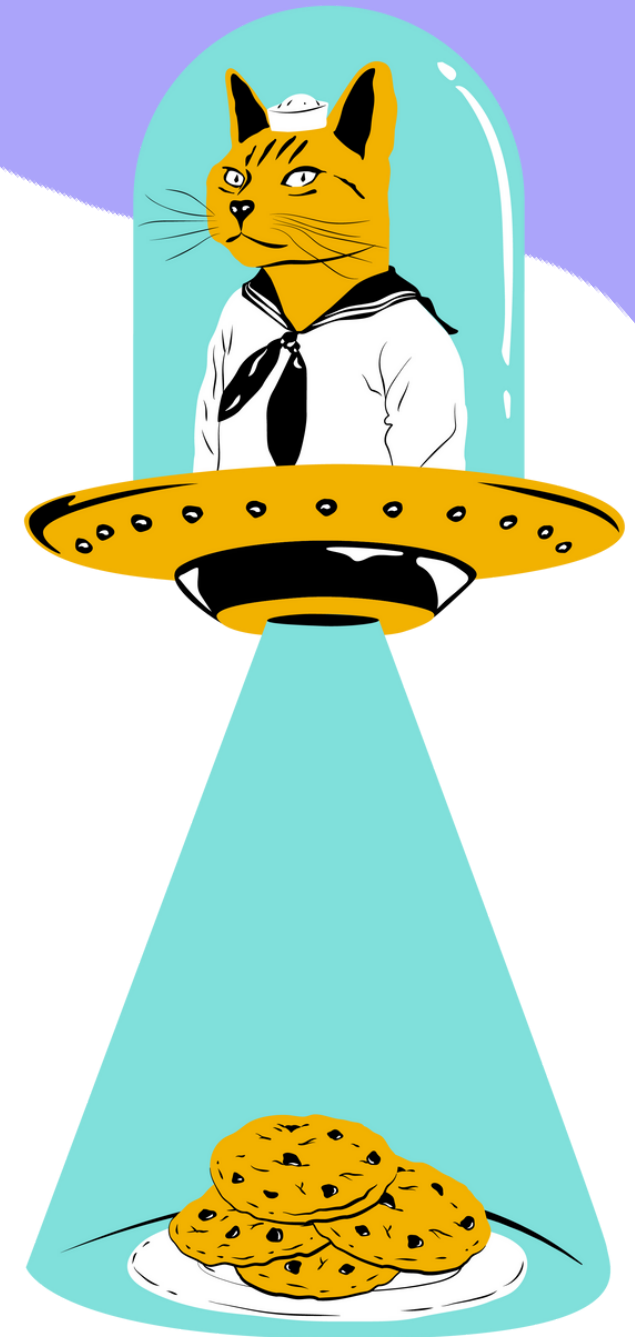


**Erfahre wie smec es geschafft hat, mit Gamification sein Team so zu motivieren, dass sie im OMR Reviews Ranking von Platz 8 auf 4 in der Kategorie SEA-Tools aufgestiegen sind.**

**ZUR STORY**



# VIDEOBEWERTUNGEN AUFNEHMEN



# WAS SIND VIDEOBEWERTUNGEN

Videobewertungen sind kurze Videobotschaften deiner Kund\*innen, in denen sie über ihre Erfahrungen mit deiner Software berichten.

Stell dir vor, eine potenzielle Kund\*in sieht nicht nur, was jemand geschrieben hat, sondern hört die Begeisterung in der Stimme, sieht das Lächeln und bekommt einen direkten Eindruck von der Authentizität der Bewertung.

## ✓ **Vertrauensbildung:**

Videos wirken nahbarer und glaubwürdiger als reiner Text.

## ✓ **Emotionale Verbindung:**

Dein Produkt wird durch echte Emotionen greifbar.

## ✓ **Höhere Engagement-Raten:**

Videos fesseln die Aufmerksamkeit und werden länger konsumiert.

## ✓ **Differenzierung:**

Videobewertungen heben dich von Wettbewerbern ab, die nur Textbewertungen nutzen.

“Das Tool ist flexibel einsetzbar und gut zu implementieren”

★★★★☆ 4.5

Titel der Videobewertung

UA

Vor mehr als 12 Monaten

Ulrike Albrecht

✓ Verifizierter Reviewer

Head of Marketing bei  
**CHOCOVERSUM**

51-1000 MITARBEITER:INNEN

BRANCHE: MUSEUMS AND INSTITUTIONS



**AB DEM ADVANCED-PAKET HAST DU DIE MÖGLICHKEIT VIDEOBEWERTUNGEN IN DEIN PRODUKTPROFIL ZU INTEGRIEREN.**

# VIDEOBEWERTUNGEN AUFNEHMEN

Die Integration von Videobewertungen in dein OMR Reviews Produktprofil ist einfacher, als du denkst! Hier ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung für die Aufnahme von Videobewertungen:

## 1. Hole das Einverständnis deiner Kund\*innen ein

Bevor du mit der Aufnahme startest, ist es super wichtig, dass du die schriftliche Einverständniserklärung der bewertenden Person einholst. Das ist rechtlich notwendig und sorgt für Transparenz.

## 2. Nehme eine aussagekräftige und qualitative Videobewertung auf

Nimm authentische Videobewertungen deiner Kund\*innen auf, in denen sie über ihre Erfahrungen mit deiner Software sprechen. Egal, ob bei Kundenevents, in Interviews für Success Stories oder gezielten Testimonial-Aufnahmen – jede Gelegenheit ist wertvoll, um diese Bewertungen zu sammeln.

## 3. Sende die Videodatei(en) an uns

Nachdem du deine Videobewertung aufgenommen hast, sende bitte die Rohdateien zusammen mit der unterschriebenen Einverständniserklärung an [cs-reviews@omr.com](mailto:cs-reviews@omr.com).

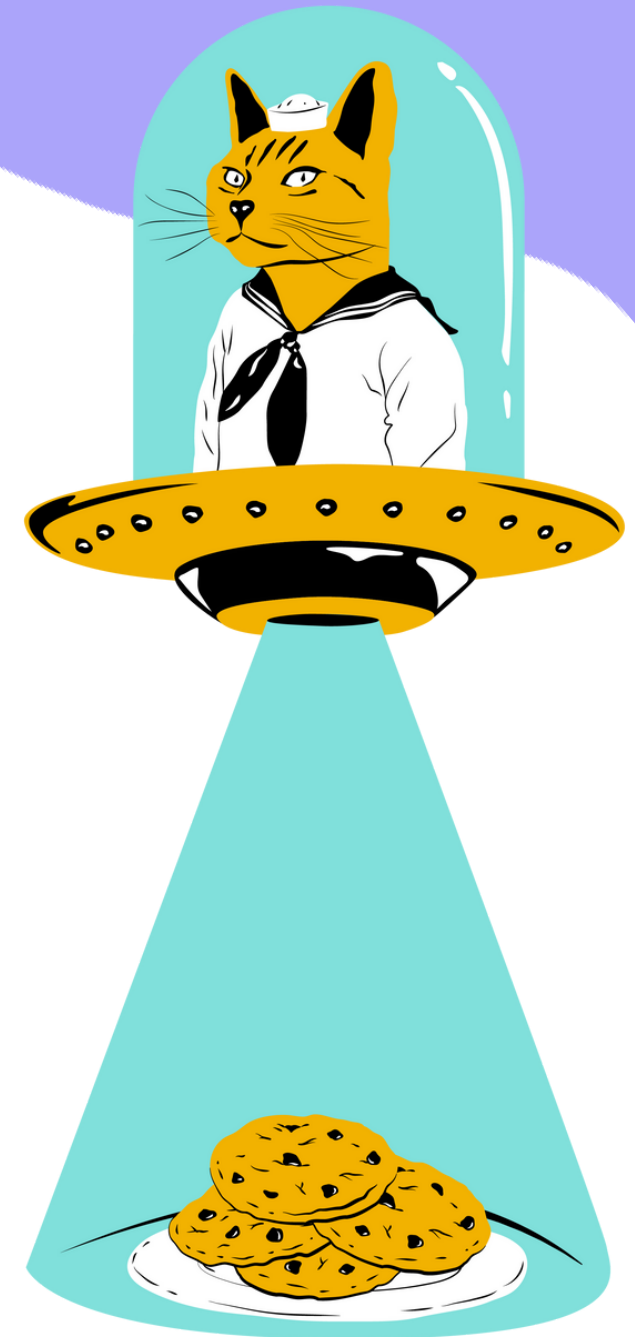
Unser Support-Team übernimmt den Videoschnitt, fügt Overlays und die Bewertungsfragen ein und optimiert die Darstellung deiner Videobewertung.



**DAMIT DEINE VIDEOBEWERTUNG DEN QUALITÄTSSTANDARDS VON OMR REVIEWS ENTSPRICHT, ORIENTIERE DICH BITTE AN DEN FOLGENDEN LEITFRAGEN.**

**DETAILLIERTE ANLEITUNG & TIPPS FINDEST DU HIER**

# 3 AUTOMATION-HACKS FÜR REVIEW GEN



# WARUM KONTINUITÄT WICHTIG IST

OMR **REVIEWS**

Bewertungen sammeln ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Kontinuierlich Reviews sammeln ist entscheidend für deine Glaubwürdigkeit, da sie den aktuellen Zustand deines Produkts widerspiegeln und mehr Vertrauen bei potenziellen Käufer\*innen schaffen. Der OMR Score belohnt außerdem Profile mit aktuellen Bewertungen mit höherer Sichtbarkeit und besseren Rankings.

## RELEVANZ

Neuere Reviews spiegeln den aktuellen Zustand eines Produkts besser wider und sind daher für potenzielle Käufer\*innen relevanter. Software entwickelt sich ständig weiter, und Bewertungen, die älter als ein Jahr sind, verlieren an Aussagekraft.

## PRODUKTOPTIMIERUNG

Aktuelle Bewertungen liefern wertvolle Einblicke in die aktuelle Kundenzufriedenheit und helfen euch, schnell auf Trends oder Probleme zu reagieren. Das ermöglicht eine zeitnahe Optimierung eurer Produkte und Services.

## RANKINGS

Der OMR Score gewichtet aktuelle Reviews stärker, sodass du, wenn du kontinuierlich Bewertungen sammelst, von mehr Sichtbarkeit und besseren Rankings profitierst und du dich langfristig als Spitzenreiter etablieren kannst.

## LEADER BADGE

Wenn du regelmäßig Bewertungen generierst, baust du nicht nur Vertrauen auf, sondern sicherst dir zudem langfristig bessere Chancen auf den OMR Reviews Leader Badge.

# WORK SMARTER, NOT HARDER

Wir haben alle wenig Zeit und oft hängt das Thema Review Gen für immer im Backlog. Wir empfehlen dir deshalb, dir einmal Zeit zu nehmen, um Automatisierungen aufzusetzen. Das bedeutet einmal etwas Arbeit, aber dann bekommst du für immer kontinuierlich Bewertungen – it's magic 🙌.



## Customer Journey Trigger

Setze automatisierte Trigger entlang der Customer Journey, um Bewertungsanfragen genau zum richtigen Zeitpunkt zu verschicken.



## In-Product-Messages

Nutze Pop-ups und Banner innerhalb deines Tools, um Nutzer\*innen im richtigen Moment zur Abgabe einer Bewertung zu motivieren.



## NPS-Abfragen

Verknüpfe deine NPS-Umfragen mit automatisierten Bewertungseinladungen, um zufriedene Kund\*innen zur Abgabe von Bewertungen zu animieren.



**OFT MÜSSEN KUND\*INNEN ZU VERSCHIEDENEN ZEITPUNKTEN IHRER JOURNEY DARAN ERINNERT WERDEN, EINE BEWERTUNG ZU SCHREIBEN.**

# CUSTOMER JOURNEY TRIGGER

Mit Customer Journey Triggern aus deinem CRM-System kannst du Bewertungsanfragen geknüpft an Milestones verschicken. So erreichst du deine Kund\*innen immer genau zum richtigen Zeitpunkt, damit sie eine möglichst aussagekräftige Bewertung abgeben.

## Onboarding

Integriere eine Review Gen-E-Mail in deine Onboarding-Serie, nachdem ein erster Milestone erreicht wurde.

## Renewal

Wenn Kund\*innen ihr Abonnement verlängern oder ein Upgrade durchführen, zeigt das Vertrauen in dein Produkt. Nutze diesen Moment, um sie nach einer Bewertung zu fragen.

## Big Milestones

Wenn deine Kund\*innen durch die Nutzung deines Produkts einen bedeutenden Erfolg erreicht haben sind sie wahrscheinlich bereit, ein positives Feedback zu geben.

## Jahrestag

Ein Jahr nach der Implementierung ist ein guter Zeitpunkt, um zu gratulieren, sich für das Vertrauen zu bedanken und nach Feedback zu fragen.



Immer, wenn es etwas für deine\*n Kund\*innen zu feiern gibt, ist ein super Zeitpunkt, um nach einer Bewertung zu fragen.



**Definiere deine Customer Celebration Moments!**

# IN-APP PRODUCT-MESSAGES

Mit In-Product Messages erreichst du deine Kundinnen direkt dort, wo sie dein Produkt nutzen. Diese Nachrichten sind eine effektive Möglichkeit, um im richtigen Moment eine Bewertung anzufragen, ohne den Arbeitsfluss deiner Nutzer\*innen zu unterbrechen.

## Pop-ups nach Meilensteinen

Lasse ein Pop-up erscheinen, sobald Kund\*innen einen bestimmten Meilenstein erreicht haben, wie z.B. das Erreichen einer bestimmten Nutzungsdauer oder die erfolgreiche Implementierung eines Features. Diese kontextbezogene Nachricht erinnert sie kontinuierlich daran, ihre Erfahrungen zu teilen.



Wie zufrieden sind Sie mit den Funktionen zur Pflege Ihrer Zielgruppe in HubSpot?

Sehr unzufrieden 1 2 3 4 5 Sehr zufrieden

## Interaktive Banner im Dashboard

Platziere interaktive Banner auf den wichtigsten Seiten deines Produkts, wie z.B. im Dashboard oder auf Übersichtsseiten. Diese Banner sind weniger aufdringlich als Pop-ups, bleiben jedoch präsent und erinnern die Nutzer\*innen kontinuierlich an die Möglichkeit, eine Bewertung abzugeben.

## Chatbots und Engagement-Tools

Nutze Chatbots oder andere Engagement-Tools, um während der Nutzung des Produkts gezielt nach Feedback zu fragen. Wenn dein Produkt besonders zeitintensiv in der Einrichtung ist, warte mit der Anfrage, bis die Kund\*innen ausreichend Zeit hatten, es zu nutzen.



# NPS-ABFRAGEN

NPS-Abfragen (Net Promoter Score) sind eine bewährte Methode, um die Kund\*innenzufriedenheit zu messen. Mit der richtigen Automatisierung kannst du diese Umfragen nutzen, um gezielt Bewertungsanfragen an zufriedene Nutzer\*innen zu senden und gleichzeitig wertvolle Einblicke in ihr Produkterlebnis zu gewinnen.

## Automatisierte Bewertungsanfragen nach NPS

Richte deine NPS-Umfragen so ein, dass Kund\*innen im Anschluss automatisch gebeten werden, eine ausführlichere Bewertung auf OMR Reviews zu hinterlassen.

Beispiel: „Danke für dein Feedback! Wir würden uns freuen, wenn du deine Meinung auf OMR Reviews mit anderen teilst.“

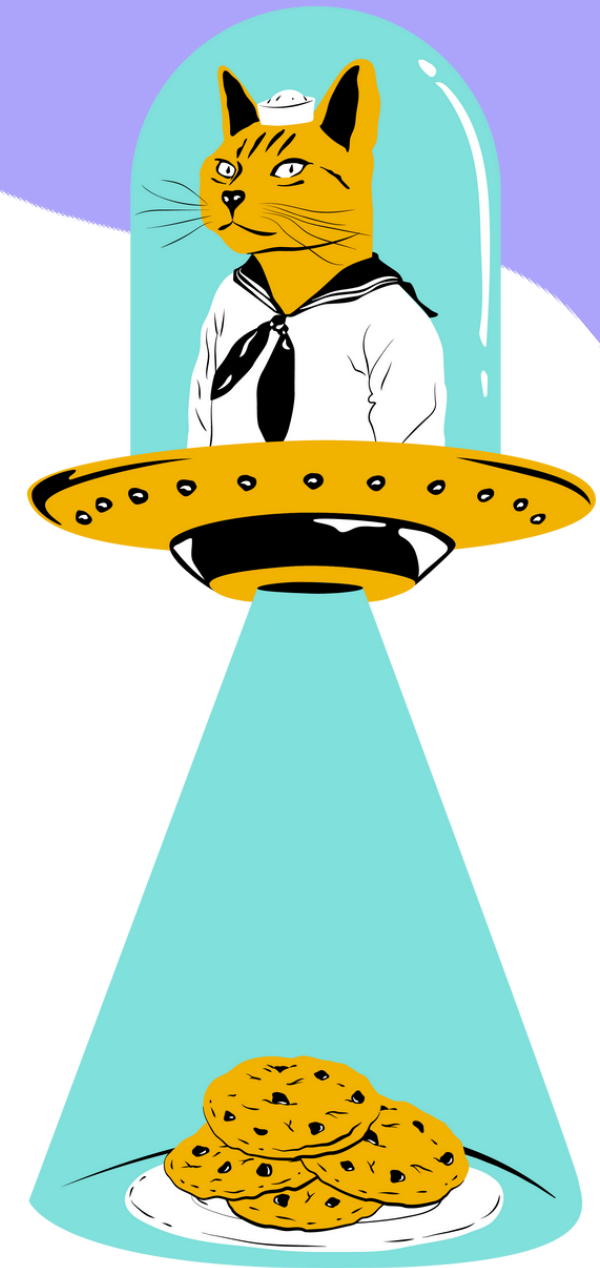
On a scale of 0-10, how likely are you to recommend us to a friend or colleague?



**SAMMLE NICHT NUR FEEDBACK VON PROMOTERN, SONDERN AUCH VON PASSIVEN UND DETRAKTOREN. DIESE RÜCKMELDUNGEN HELFEN DIR, SCHWACHSTELLEN ZU ERKENNEN UND DEIN PRODUKT ZU VERBESSERN, WÄHREND DU GLEICHZEITIG AUTHENTISCHE BEWERTUNGEN ERHÄLTST, DIE DAS GESAMTE SPEKTRUM DER KUNDENERFAHRUNGEN ABBILDEN UND SO MEHR GLAUBWÜRDIGKEIT VERMITTELN.**

**500 REVIEWS**

**IN 3 MONATEN MIT SAGE**



# SAGES' REVIEW GEN ERFOLG-MIX

Sage hat es geschafft, in nur drei Monaten sage und schreibe 500 Bewertungen zu sammeln!  
Ihr Schlüssel zum Erfolg? Eine klar durchdachte und gezielte Strategie:

## **Attraktive Anreize:**

Sage motivierte seine Kund\*innen mit kreativen Belohnungen, wie VIP-Wochenenden und klassischen Gutscheinen. Diese Anreize erhöhten die Bereitschaft, eine Bewertung zu schreiben.

## **Direkte Ansprache auf Events:**

Auf Schulungen und Veranstaltungen sprach Sage die Teilnehmer\*innen direkt an und bat um Bewertungen. Unterstützt wurde dies durch kleine Geschenke, die die Motivation zusätzlich steigerten.

## **Gezielte Social Media Werbung:**

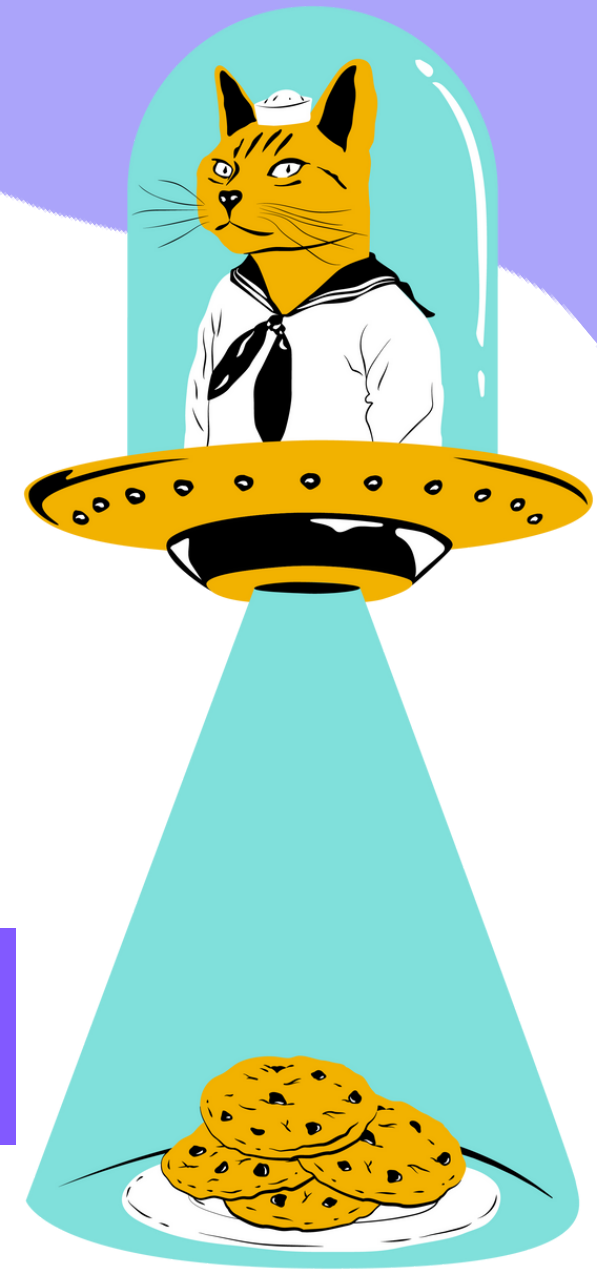
Durch Retargeting-Anzeigen auf Plattformen wie LinkedIn erreichte Sage gezielt ihre Bestandskund\*innen und erinnerte sie daran, eine Bewertung abzugeben.



**CASE STUDY LESEN**



# WAS TUN BEI NEGATIVEN BEWERTUNGEN?



# WARUM NEGATIVE BEWERTUNGEN HILFREICH SIND

Auch wenn wir alle am liebsten nur 10/10 Bewertungen hätten, sind kritische Bewertungen unglaublich wertvoll. Sie verleihen deinem Profil Authentizität und schaffen Vertrauen bei potenziellen Kunden. Ein Profil, das nur perfekte Bewertungen hat, kann schnell Misstrauen wecken – das kennst du sicher auch von deinen eigenen Online-Einkäufen.



## Lernchancen

Kritische Bewertungen bieten wertvolle Einblicke in potenzielle Schwachstellen deines Produkts. Wenn mehrere User ähnliche Kritikpunkte äußern, solltest du das als Chance zur Verbesserung sehen.



## Authentizität

Bewertungen mit wenigen Sternen zeigen, dass dein Profil insgesamt echte Erfahrungen enthält und nichts künstlich geschönt wurde. Das erhöht deine Glaubwürdigkeit und stärkt das Vertrauen in dein Produkt.

### Nach Bewertung filtern

|                                   |                        |     |
|-----------------------------------|------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> 5 Sterne | <div><div></div></div> | 108 |
| <input type="checkbox"/> 4 Sterne | <div><div></div></div> | 34  |
| <input type="checkbox"/> 3 Sterne | <div><div></div></div> | 3   |
| <input type="checkbox"/> 2 Sterne | <div><div></div></div> | 3   |
| <input type="checkbox"/> 1 Sterne | <div><div></div></div> | 6   |

# SO REAGIERST DU AM BESTEN

Indem du professionell und empathisch auf kritische Bewertungen reagierst, zeigst du potenziellen Kunden, dass dein Unternehmen Wert auf Feedback legt und sich kontinuierlich verbessert.

## REAGIERE SCHNELL

Warte nicht darauf, dass eine positive Bewertung das Problem „überdeckt“. Nutze die Gelegenheit, die Beziehung zu deinem Kunden zu retten und reagiere proaktiv auf die Bewertung (verfügbar ab Advanced).

## ZEIGE VERSTÄNDNIS

Versuche, das Problem des Reviewers wirklich zu verstehen und präsentiere direkt oder in einem persönlichen Austausch mögliche Lösungen (verfügbar ab Advanced).

## INDIVIDUALITÄT ZÄHLT

Vermeide vorgefertigte Antworten. Gehe auf den spezifischen Inhalt der Bewertung ein und zeige, dass du die Anliegen deiner Kunden ernst nimmst (verfügbar ab Advanced).

## ARBEITE AN EINER LÖSUNG

Nutze das Feedback aus negativen Bewertungen, um dein Produkt oder deine Dienstleistung gezielt zu verbessern. Zeige den Nutzern, dass ihre Meinung zählt und dass du bereit bist, Änderungen vorzunehmen.



**DU HAST FEEDBACK UMGESETZT UND DEIN PRODUKT VERBESSERT? BITTE DOCH DEINE KUND\*INNEN DARUM, IHRE BEWERTUNG ANZUPASSEN.**

# FRAGEN?

Falls du Unterstützung brauchst, steht unser Customer Support Team jederzeit bereit. Schreib uns einfach eine E-Mail an [cs-reviews@omr.com](mailto:cs-reviews@omr.com).

**Viel Spaß beim Bewertungen sammeln!**

**OMR**  **REVIEWS**