



THE REVIEW GURU

Sterne zählen

Unser Analysebericht



DATENBLATT

WORTWOLKE

ZEITLEISTE

BILDER

SOCIAL LISTENING

SPRACHEN

ÜBERBLICK ÜBER DIE POSITIVEN REZESSIONEN

ÜBERBLICK ÜBER DIE NEGATIVEN REZESSIONEN

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Inhalt



Datenblatt

Datum: 07.04.2024

Kunde: [nicht verfügbar]

Ort: [nicht verfügbar]

Branche: Bars / Restaurants

Art des Engagements: Einzelbericht

Verwendete Plattformen: Google

Social Listening: Ja (aktiv und gut verwaltet)

Anzahl der analysierten Bewertungen: 954

Fazit:

Gesamte Bewertung: **4,3**. Die Anzahl der veröffentlichten Bewertungen nimmt im Laufe der Zeit ab und nur sehr wenige davon enthalten Bilder. Die Qualität des Essens wird grundsätzlich gelobt, insbesondere seine vegane Auswahl. Es gibt jedoch mehrere Beschwerden über lange Wartezeiten und unhöfliches Personal.

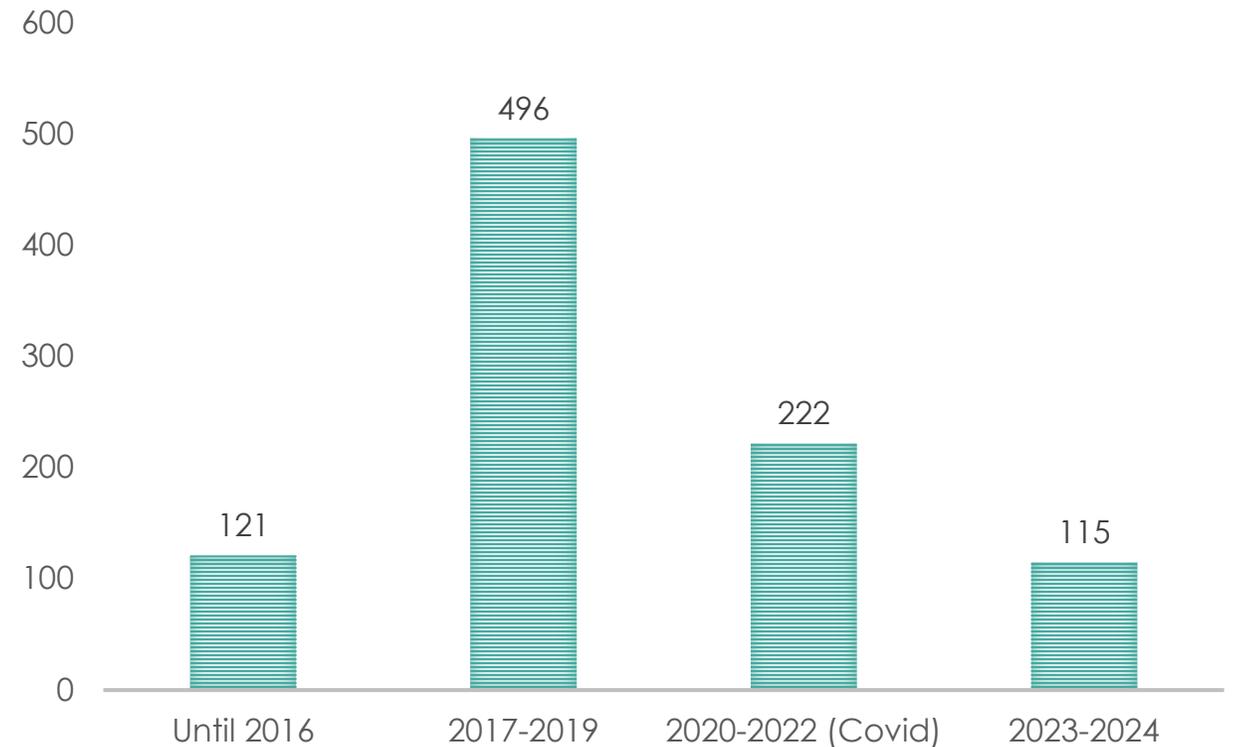




Zeitleiste

Trends und Empfehlungen

- Seit Covid ist die Anzahl der eingegangenen Bewertungen stetig zurückgegangen. In den letzten 5 Jahren erhielt das Unternehmen durchschnittlich 80 Bewertungen pro Jahr (entspricht 1,5 pro Woche).
- Je höher die Anzahl der Bewertungen, desto einfacher ist es, die Auswirkungen negativer Rezessionen auszugleichen. Daher sollten Sie Kunden einladen, häufiger Bewertungen abzugeben.
- **Wie?** Wir können Ihnen dabei helfen, Bewertungsanfragen über *WhatsApp* über einen QR-Code in Ihrem Online-Menü oder über Gamification-Links zu automatisieren.

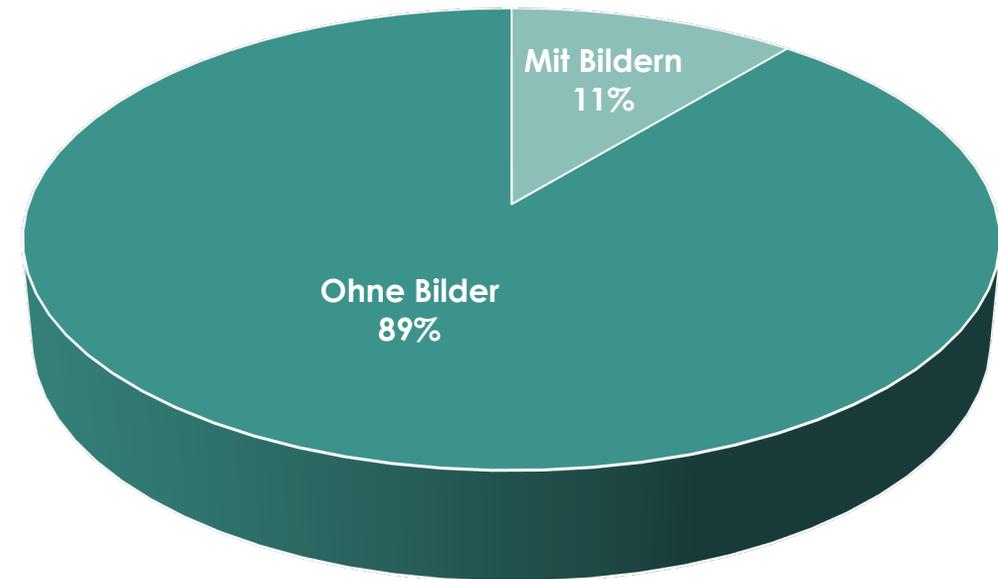




Bilder

Trends und Empfehlungen

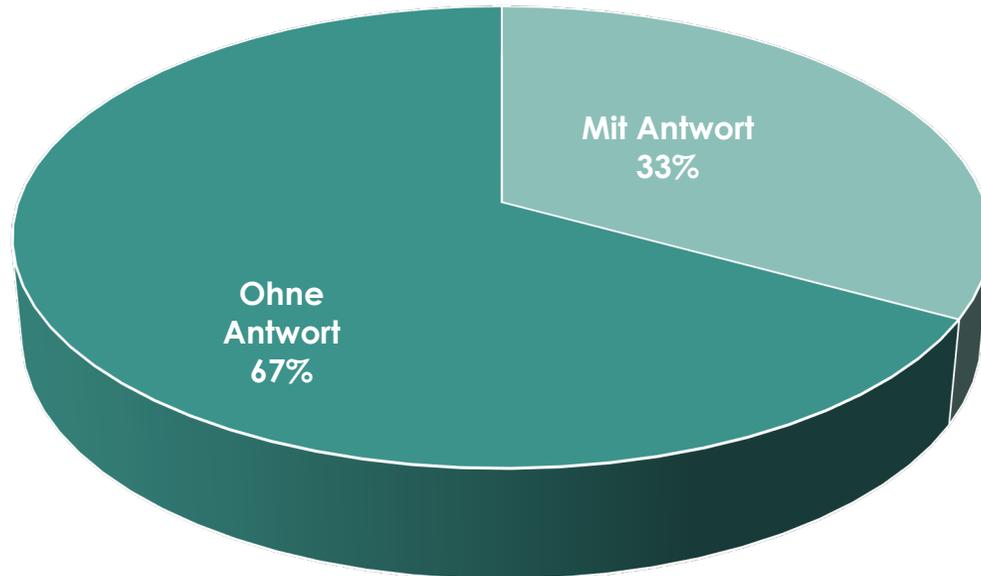
- Die absolute Mehrheit Ihrer Bewertungen wird ohne Bilder veröffentlicht. Auch wenn dies in der Branche nicht unüblich ist, haben die Zahlen Verbesserungspotenzial.
- Bilder tragen dazu bei, für Ihr Unternehmen zu werben, indem sie die Räumlichkeiten / Atmosphäre vorstellen und die Speisekarte präsentieren. Sie sollten zu mehr Bewertungen mit Bildern motivieren.
- **Wie?** Viele Unternehmen schaffen instagramable Bereiche/Winkel, die Gäste dazu anregen, bestimmte Bilder zu nachzustellen und zu teilen.





Social Listening

Trends und Empfehlungen



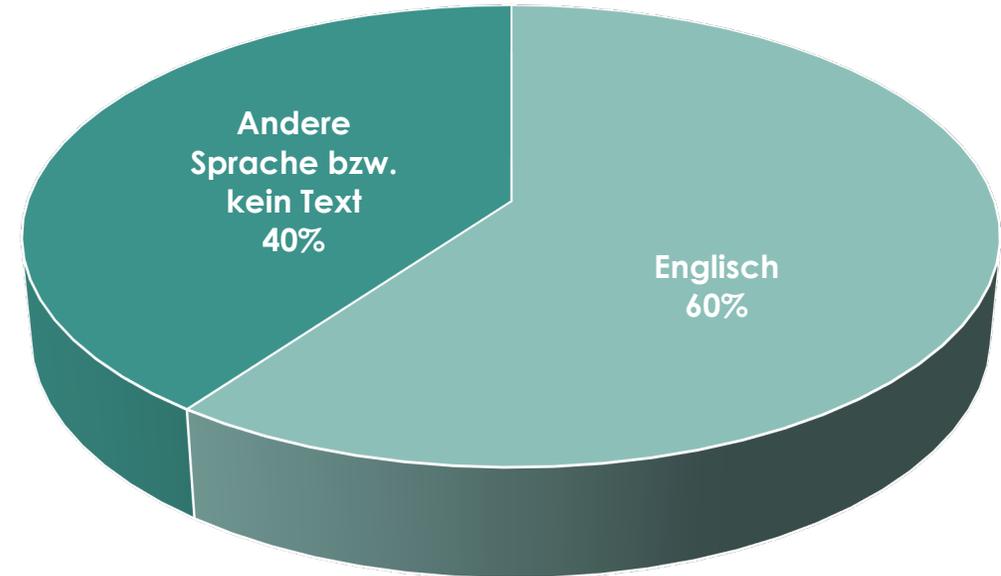
- **1/3** der Kundenbewertungen erhielten eine Antwort vom Eigentümer. Für ein Kleinunternehmen ist das ein guter Wert. Die Formulierung der Antworten ist professionell und freundlich, inkl. der Anrede der Gäste mit Namen.
- Die meisten Antworten richteten sich jedoch auf negative Bewertungen. Auch wenn es wichtig ist, auf Kritik zu reagieren, ist es ebenso notwendig, positive Kommentare regelmäßiger anzuerkennen und sich zu bedanken.
- **Wie?** Mit unserem *Social Listening* Angebot können wir Sie dabei unterstützen, Ihre Antwortquote zu erhöhen.



Sprachen

Trends und Empfehlungen

- Nur **2%** Ihrer Bewertungen wurden in einer Fremdsprache verfasst, was auf eine geringe Besucherzahl durch Touristen hinweist. Etwa **37%** der Rezensionen enthielten keinen Text.
- Die meisten Gäste sind Einheimische (East London) und Stammgäste, was das Profil des Unternehmens als gemeinnütziges Café gut widerspiegelt.
- Ca. **62%** Ihrer Bewertungen stammen von Kunden mit dem Status „Local Guide“, was dazu beiträgt, das Vertrauen potenzieller Gäste aufzubauen. Von diesen Local Guides haben **85%** Sie mit 4 oder 5 Sternen bewertet. Glückwunsch!





Überblick über die positiven Rezensionen



Essen

Die vegane (und vegetarische) Speisekarte sowie die Gesamtqualität der Speisen werden von den Gästen häufig gelobt. Besonders das Frühstücksangebot ist bei den Kunden geliebt. Auch die Kaffee- und Teegetränke werden grundsätzlich positiv bewertet.



Preis

Viele Gäste beschreiben das Preisniveau als „bezahlbar“ und „angemessen“. Es scheint, dass die Kunden ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bei Speisen und Getränken zu schätzen wissen, insbesondere angesichts der Größe der Portionen und der abwechslungsreichen Speisekarte.



Ambiente

Mehrere Kunden bemerken die entspannte und angenehme Atmosphäre des Cafés und sind vom Hinterhofgarten beeindruckt, der oft als „schön“ und „gemütlich“ beschrieben wird.



Beispiel

"Ja!!! Wenn Sie ein veganes Frühstück wollen, würde ich diesen Ort wärmstens empfehlen. Super lecker 😊 mit einer herrlich entspannten Atmosphäre und einem wunderschönen Garten."

Samuel, Oktober 2023



Überblick über die negativen Rezensionen



Personal

Der bei weitem häufigste Aspekt, der mit einer negativen Bewertung zusammenhängt, ist das Personal, das oft als unfreundlich und unhöflich beschrieben wird. Dies ist ein anhaltendes Thema, das mindestens bis ins Jahr 2015 zurückgeht und auf ein Problem hinweist, das über die normale Mitarbeiterfluktuation hinausgeht. Es gibt mehrere Fälle, in denen dem Personal vorgeworfen wird, Gäste anzuschreien.



Wartezeit

In diesem Zusammenhang bemerken einige Gäste sehr lange Wartezeiten, selbst wenn das Café nicht besonders voll ist. Es gibt zahlreiche Beispiele dafür, dass man 20 bis 30 Minuten auf Getränkebestellungen und sogar noch länger auf Essen warten muss (oft 40-45 Minuten). In vielen Fällen behaupten Kunden, sie hätten aufgegeben und seien ohne bestellt zu haben wieder gegangen.



Beispiel

„Jedes Mal, wenn ich hierher komme, ist der Service unterdurchschnittlich. Ich habe die Einstellung des Personals irgendwie satt, deshalb schreibe ich diese Bewertung. Ich denke, dass sie möglicherweise unterbesetzt sind, aber hey, das ist nicht meine Schuld. Ich denke, es könnte mein letztes Mal hier sein.“

Michael, Februar 2022



Handlungsempfehlungen

- **Priorität 1 – Verbesserung des Serviceniveaus**

Sie sollten die anhaltenden Beschwerden über das Personal durch Sensibilisierung für das negative Feedback, interne Besprechungen, Schulungen und/oder die Einstellung neuer und besser qualifizierter Mitarbeiter angehen. Das Serviceniveau im Lokal belastet Ihre Bewertungen und kostet Sie Geld durch Umsatzeinbußen und nicht wiederkehrende Gäste. Da die meisten Ihrer Kunden Einheimische sind, sollte freundliches und aufmerksames Personal für Sie oberste Priorität haben. Dies soll im Übrigen auch das Problem der langen Wartezeiten entschärfen.

- **Priorität 2 – Mehr Bewertungen fördern und die Anzahl der Antworten erhöhen**

Sie sollten Gäste dazu anregen, mehr Bewertungen zu veröffentlichen, idealerweise mit Bildern. Dies kann über Gamification-Links, automatisierte QR-Codes und instagramable Ecken erfolgen. Idealerweise sollten Sie auf mindestens **80 %** Ihrer Bewertungen antworten, einschließlich einfacher Danksagungen für positive oder textlose Bewertungen. Dies ist mit geringem Aufwand Ihrerseits möglich und **wir können Ihnen dabei helfen**.

Herzlichen Dank!

Eduardo Flöring

contact@the-review-guru.de

www.the-review-guru.de

