

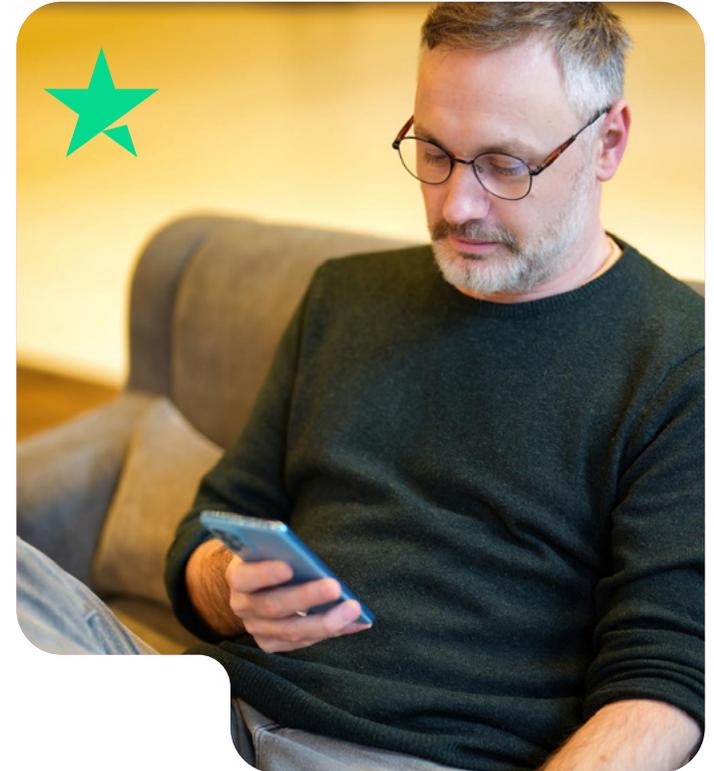
Was macht ein 5-Sterne-Unternehmen aus?

Trustpilot-Kunden über Kundenliebe, Trends und mehr.



Contents

Einführung	3
Kundenfeedback ist für alle Unternehmen von entscheidender Bedeutung	4
Trustpilot steht für Transparenz und Glaubwürdigkeit	5
Nutzen Sie das Feedback Ihrer Kunden, um sich zu verbessern	6
Reagieren Sie immer auf negative Bewertungen	7
KI ist nützlich, aber die menschliche Interaktion ist immer noch relevant	8
Der TrustScore als zentrales Instrument	9
Ausgewählte Unternehmen	10



Einführung:

Auf Trustpilot gibt es über 267 Millionen Bewertungen für über 1.1 Millionen verschiedene Unternehmen und Domains.

Das ist eine Menge Kundenfeedback. Innerhalb dieser Unternehmen könnte es kein größeres Spektrum an Sternbewertungen und Rezensionen geben.



Wir wollten herausfinden, was einige der am höchsten bewerteten Unternehmen tun, um ihren TrustScore so hoch zu halten. Was macht ein 5-Sterne*-Unternehmen aus? Gehen sie ihre Kundenbeziehungen anders an?

Verfügen 5-Sterne*-Unternehmen über einzigartige Strategien, um ihre Kunden wertzuschätzen? Wie gehen sie mit negativen Interaktionen und Konflikten mit unzufriedenen Kunden um?

Was machen sie mit ihrem Kundenfeedback? Wir haben fünf 5-Sterne-Unternehmen auf Trustpilot interviewt, um mehr darüber zu erfahren, was ein hoch bewertetes Unternehmen ausmacht und was andere Unternehmen tun können, um ihren Kunden ein besseres Erlebnis zu bieten.

*Für die Zwecke dieses Berichts definieren wir 5 Sterne als 4,7 Sterne oder höher, da es praktisch unmöglich ist, auf Trustpilot tatsächlich eine 5-Sterne-Bewertung zu erzielen.

F: Was ist das Wichtigste, wenn es darum geht, ein kundenorientiertes Unternehmen aufzubauen?

Trend Nr. 1

Kundenfeedback ist für alle Unternehmen von entscheidender Bedeutung

Alle Unternehmen konzentrieren sich auf die Vorteile des Aufbaus einer kundenorientierten Umgebung und nutzen gerne Kundenfeedback, um alle Aspekte ihrer Abläufe, Produkte und Dienstleistungen zu verbessern.



„Um ein kundenorientiertes Unternehmen aufzubauen, insbesondere im Bereich des Gesundheitswesens und der Entwicklung digitaler Therapien, ist es wichtig, sich auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Patienten zu konzentrieren. Dazu gehören zentrale Aspekte wie das Verständnis von Bedürfnissen, Benutzerfreundlichkeit, Sicherheit und Datenschutz, kontinuierliche Verbesserung, transparente Kommunikation und eine enge Zusammenarbeit zwischen Menschen aus verschiedenen Disziplinen.“

zanadio



„Der Kunde steht an erster Stelle, deshalb müssen wir auf das Feedback und die Bedenken unserer Kunden hören und darauf reagieren. Durch die Betrachtung des Einzelfalls wollen wir unseren Kunden die bestmögliche Lösung bieten. Sie müssen wissen, dass sie gehört werden und dass wir ihre Meinungen und Kommentare schätzen. Wir versuchen, unseren Kunden durch sehr gute Erreichbarkeit, schnelle Bearbeitung von Anfragen und Beschwerden und vor allem durch Offenheit, Transparenz und ehrliche Kommunikation den besten Service zu bieten.“

Octopus Energy



„Der wichtigste Aspekt beim Aufbau eines kundenorientierten Unternehmens besteht darin, die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden zu verstehen und zu priorisieren. Dazu ist es erforderlich, aktiv auf ihr Feedback zu hören, anstatt nur Standardantworten zu geben, auf ihre Bedenken einzugehen und die Dienstleistungen basierend auf ihren Eingaben kontinuierlich zu verbessern. Auch die Beantwortung von Fragen und die Antizipation des Kundenverhaltens sind entscheidend für die Schaffung eines guten Kundenerlebnisses. Bei Ostrom glauben wir daran, eine transparente und vertrauenswürdige Beziehung zu unseren Kunden aufzubauen, damit sie sich bei jeder Interaktion wertgeschätzt und gehört fühlen.“

Ostrom



F: Warum haben Sie sich für Trustpilot entschieden?

Trend Nr. 2

Trustpilot steht für Transparenz und Glaubwürdigkeit

Der gemeinsame Nenner aller befragten Unternehmen war der Glaube an die Kraft offener Kommunikation und Transparenz. Trustpilot ist aufgrund seines Rufs, seiner Glaubwürdigkeit und vor allem der Transparenz, die es durch seine authentischen Bewertungen bietet, die bevorzugte Plattform dieser Unternehmen.



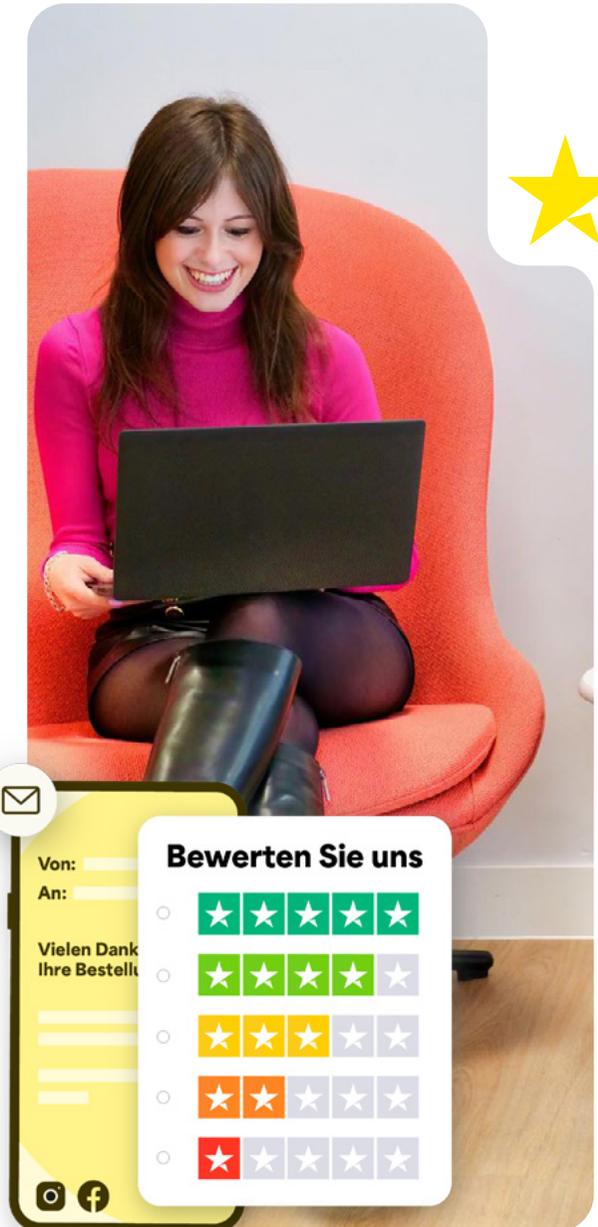
„Wir haben uns aus mehreren Gründen für die Nutzung von Trustpilot als Bewertungsplattform entschieden: Trustpilot ist eine weltweit bekannte und vertrauenswürdige Plattform – es werden nur authentische Kundenbewertungen präsentiert. Es gibt umfangreiche Analysetools und eine sehr einfache Integration. Trustpilot bietet Funktionen, um aktiv mit Kunden zu interagieren, auf Bewertungen zu reagieren und Lösungen für Probleme anzubieten.“

Dekoria



„Wir haben uns für Trustpilot entschieden, weil es eine bekannte und vertrauenswürdige Plattform für Kundenbewertungen ist. Es sorgt für Transparenz und Glaubwürdigkeit durch verifizierte Bewertungen, die für den Vertrauensaufbau bei unseren Kunden unerlässlich sind. Trustpilot liefert durch seine Analysetools auch wertvolle Erkenntnisse, die uns helfen, die Erfahrungen unserer Kunden und Bereiche zu verstehen, in denen wir uns verbessern können.“

Ostrom





F: Welche Änderungen haben Sie aufgrund von Kundenbewertungen an Ihrem Unternehmen vorgenommen?

Trend Nr. 3

Nutzen Sie das Feedback Ihrer Kunden, um sich zu verbessern

Jedes vorgestellte Unternehmen betrachtet positives und negatives Feedback als wertvolle Erkenntnisse für die Entwicklung seiner Produkte und Dienstleistungen sowie für die Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit, Kommunikation und Kundenbeziehungen.



„Zum Glück haben wir fast nur positive Bewertungen. Da sich die negativen Bewertungen hauptsächlich auf Lieferzeiten beziehen, insbesondere zu Spitzenzeiten wie dem Black Friday, versuchen wir, die Prozesse und Planung sowie die Kommunikation bezüglich verlängerter Versandzeiten zu optimieren, noch besser zu machen und transparent zu machen.“

Ankerkraut



„Wir haben unsere internen Prozesse überarbeitet, um noch besser aus dem Feedback unserer Kunden zu lernen und uns so kontinuierlich verbessern zu können. Bereits im ersten Dialog mit Kunden versuchen wir mögliche Stolpersteine herauszufiltern und eine kundenorientierte Lösung zu finden. So wurde beispielsweise unser Anmeldevorgang komplett überarbeitet und verkürzt, um den Kunden die Nutzung und den einfachen Wechsel zu uns zu erleichtern.“

Octopus Energy



„Auf Basis der Kundenrezensionen haben wir neue Zahlungsmethoden eingeführt und die Zusammenarbeit mit neuen Paketdienstleistern aufgenommen.“

Dekoria



„Aus Kundenbewertungen lässt sich viel Potenzial ableiten. Wir konnten bestimmte Aspekte der Benutzerfreundlichkeit unserer App anpassen, um die Navigation und das Benutzererlebnis für unsere Patienten zu verbessern. Darüber hinaus haben wir begonnen, unsere Nutzer verstärkt über zusätzliche Veranstaltungen, wie zum Beispiel Webinare, zu informieren. Durch die kontinuierliche Einbindung von Nutzerbewertungen und den daraus resultierenden Erkenntnissen können wir die Nutzerzufriedenheit kontinuierlich steigern.“

zanadio



„Wir haben aufgrund des Kundenfeedbacks mehrere Änderungen vorgenommen. So verbessern wir beispielsweise kontinuierlich alle unsere Prozesse – von der Anmeldung über die Abrechnung bis hin zu unserer App –, um sie benutzerfreundlicher zu gestalten, verbessern unseren Kundensupport, um schnellere und effizientere Antworten zu bieten, und führen neue Energiesparfunktionen ein auf Kundenfeedback. Das Feedback unserer Kunden ist uns sehr wichtig – sei es per Bewertung, E-Mail oder Chat – und wir nehmen es bei der Weiterentwicklung unseres Produkts sehr ernst.“

Ostrom

F: Wie gehen Sie mit negativen Trends in Ihren Bewertungen um?

Trend Nr. 4

Reagieren Sie immer auf negative Bewertungen

Überwiegend legt jedes Unternehmen großen Wert darauf, auf negative Bewertungen mit einer persönlichen Note zu reagieren. Sie sehen negatives Feedback zudem als eine Chance zur Optimierung.



„Selbstverständlich reagieren wir auf negative Bewertungen freundlich, lösungsorientiert und hilfsbereit. Wenn eine Bewertung beispielsweise angepasst wird, weil sie auf einer Herausforderung beruhte, die wir gemeinsam mit dem Kunden lösen konnten, sind wir sehr zufrieden.“

Ankerkraut



„Wenn wir in unseren Bewertungen negative Trends bemerken, nehmen wir diese sehr ernst. Wir analysieren das Feedback, um wiederkehrende Probleme zu erkennen und diese umgehend zu beheben. Unsere Bewertungen werden in einem öffentlichen Slack-Kanal angezeigt, sodass jeder ein potenzielles Problem sofort sehen und analysieren kann.“

Ostrom



„Wir sprechen gezielt über diese Fälle und versuchen so schnell wie möglich eine Lösung zu finden. Das bedeutet, neben der Einzelfallbetrachtung auch, dass interne Prozesse immer wieder auf den Prüfstand gestellt und überarbeitet werden.“

Octopus Energy



Nicht das beste Erlebnis

Bestell-/Referenznummer (freiwillig)

PGZ1233F1993-DE



F: Welche Rolle spielen für Sie KI und prädiktive Analytik in der Kundenbeziehung?

KI ist nützlich, aber die menschliche Interaktion ist immer noch relevant

Während einige Unternehmen die menschliche Interaktion bevorzugen, erkennen alle die wachsende Rolle von KI und Predictive Analytics in Kundenbeziehungen an. Sie nutzen diese Tools zur Personalisierung, proaktiven Support und zur Identifizierung potenzieller Probleme.



„KI und Predictive Analytics werden auch in unserem Unternehmen immer wichtiger. Als EnerTech-Unternehmen sehen wir darin eine Chance, Prozesse zu optimieren, um die Customer Journey kontinuierlich zu verbessern. Trotz der vielfältigen Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz steht der menschliche Kontakt für uns an erster Stelle, insbesondere im Kundenservice.“

Octopus Energy



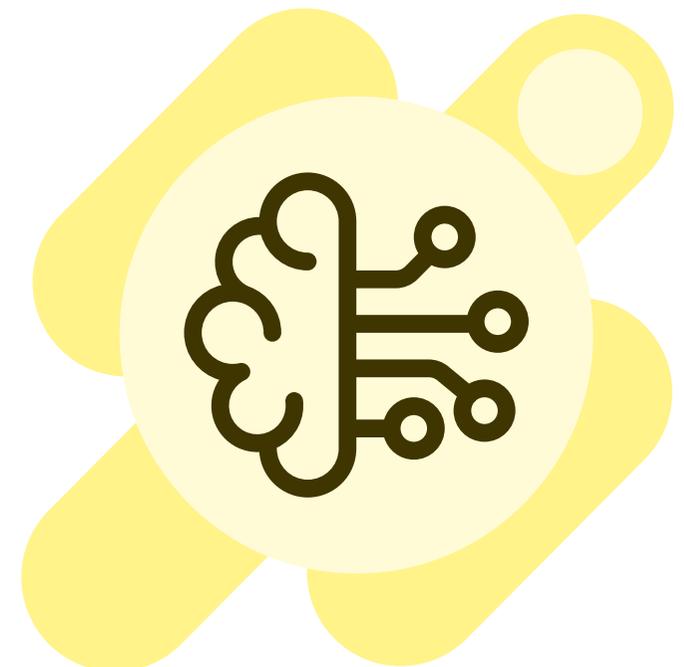
„In der Kundenbeziehung nutzen wir KI für automatisierte Nachrichten per Chat und tägliche Erinnerungen. Darüber hinaus arbeiten wir an weiteren KI-basierten Lösungen. Predictive Analytics hilft uns, Probleme frühzeitig zu erkennen und zu beheben, bevor es tatsächlich zu Störungen kommt. Dadurch können wir potenzielle Schwierigkeiten erkennen und proaktive Maßnahmen ergreifen.“

zanadio



„KI und prädiktive Analysen sind für unsere Kundenbeziehungsstrategie von entscheidender Bedeutung. Diese helfen uns, das Verhalten und die Präferenzen der Kunden zu analysieren, um personalisierte Empfehlungen und proaktiven Support bereitzustellen. Wir können die Kundenzufriedenheit und -bindung verbessern, indem wir potenzielle Probleme vorhersagen, bevor sie auftreten. KI hilft auch dabei, Routineaufgaben zu automatisieren, sodass sich unser Team auf komplexere Kundenbedürfnisse konzentrieren kann.“

Ostrom



F: Welche Bedeutung hat der TrustScore für Ihr Unternehmen?

Trend Nr. 6

Der TrustScore als zentrales Instrument



Unserer 5-Sterne*-Unternehmen nutzen den TrustScore als zentrales Instrument zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und der eigenen Leistungen sowie zur Kundengewinnung.



„Der TrustScore ist für uns ein wertvolles Instrument, um Vertrauen aufzubauen und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Die Bewertungen geben uns wertvolles Feedback zu den Produkten und Dienstleistungen, das zur kontinuierlichen Verbesserung genutzt wird.“

Dekoria



„Eine hohe Bewertung macht uns insbesondere für (unentschlossene) Neukunden attraktiver, da sie zeigt, dass sie uns vertrauen können.“

Darüber hinaus verbessern positive Rich Snippets, die wir indirekt über die Nutzung von Trustpilot-Bewertungen erhalten, wichtige KPIS, wie die CTR unserer SEA/PMAX-Kampagnen und unsere organischen Suchmaschinen-Rankings.“

Ankerkraut



„Der TrustScore ist ein wichtiger Indikator für unsere Arbeit. Wir sind stolz darauf, dass wir in allen wichtigen Energiekategorien (Strom und Gas) auf dem ersten Platz liegen. Das ist ein großes Lob für uns und unsere Arbeit, nicht nur im Kundenservice, sondern im gesamten Unternehmen.“

Octopus Energy

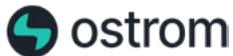


„Bei Ostrom nutzen wir den TrustScore als einzige Quelle der Wahrheit über unseren Ruf und unsere Wahrnehmung bei unseren Interessenten und Kunden. Wir finden, dass es sich im Wesentlichen um einen kundenorientierten NPS-Score handelt, der unserer Meinung nach das gesamte Feedback widerspiegelt, das wir erhalten, und eine sehr verständliche Möglichkeit für das Team darstellt, zu verstehen, wo wir gut abschneiden und wo wir uns verbessern können.“

Ostrom



Ausgewählte Unternehmen



Ostrom ist ein Certified B Corp™ 2021 gegründete digitale Energiemanagementplattform mit Sitz in Berlin, Deutschland. Ostrom macht Ökostrom für deutsche Haushalte erschwinglich und unkompliziert.

Reviews 2,566 • Excellent



Verified Company



ANKERKRAUT
GESCHMACKSMANUFAKTUR

Ankerkraut, die Geschmacksmanufaktur aus Hamburg, vertreibt verschiedene Gewürze ohne künstliche Aromen und Geschmacksverstärker. Zu ihren Produkten gehören regional abgefüllte Grundgewürze wie Oregano, Paprika oder Curry, handwerklich hergestellte Salze aus Hawaii, Pfefferkompositionen aus neun verschiedenen Körnern sowie hausgemachte Küchen-, Back- und Grillmischungen.

Reviews 1,536 • Excellent



Verified Company



octopusenergy

Die Octopus Energy Group ist ein britisches Unternehmen für erneuerbare Energien, das sich auf nachhaltige Energie spezialisiert hat. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in London und Niederlassungen im Vereinigten Königreich, in Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien, Australien, Japan, Neuseeland und den Vereinigten Staaten. Octopus ist Großbritanniens größter Stromlieferant für Haushaltskunden und der zweitgrößte Anbieter von Haushaltsgas.

Reviews 22,292 • Excellent



Verified Company



Dekoria ist ein online shop mit maßgeschneiderten Heimtextilien, stilvollen Wohnaccessoires und Möbeln. Mit Vorhängen, Raffrollos und Kissen aus über 500 Dekostoffen erleben Sie die perfekte Kombination aus Stil, Funktionalität und Qualität. Bestellen Sie gratis Stoffproben und entscheiden Sie sich in Ruhe daheim für das beste Material für Ihre Heimtextilien. Alle textilen Produkte werden nachhaltig in EU produziert und innerhalb von 4 bis 7 Tagen geliefert.

Reviews 9,966 • Excellent



Verified Company



zanadio ist ein App-basiertes Behandlungsprogramm für Menschen mit Fettleibigkeit. Es besteht aus Inhalten und Interventionen. Mit zanadio sollten Patienten mit Adipositas eine Gewichtsreduktion von mindestens 5 % ihres ursprünglichen Körpergewichts erreichen. Das Behandlungsprogramm dauert 12 Monate und konzentriert sich auf die Kombination von Interventionen aus Ernährung, Bewegung und Verhaltenstherapie, um eine gesundheitsrelevante Anpassung individueller Lebensstile zu ermöglichen.

Reviews 2,339 • Excellent



Verified Company

*Diese Sternbewertungen wurden am 19. Juli 2024 von Trustpilot abgerufen.

**Möchten Sie ein
Unternehmen aufbauen,
bei dem Ihre Kunden an
erster Stelle stehen?**

[Beratungstermin vereinbaren](#)