



## Bewertungsportal 2.0

*Bewertungsportale gibt es wie Sand am Meer, doch kundentests.com hebt sich durch seine Multifunktionalität deutlich von den herkömmlichen Portalen ab*

Ein Erfolgsrezept für Bewertungsportale?

Für den deutschsprachigen Raum gibt es Bewertungsportale en masse. So stößt man bei einer Google-Suche auf über 800 Tausend Ergebnisse. Um sich hier von herkömmlichen Portalen abheben zu können, sollte man auf diesem Markt durch fortschrittliche Maßnahmen für eine hohe Brandbreite und einen besonders hohen Grad an Seriosität überzeugen. kundentests.com stellt diesbezüglich eine ungewöhnliche Erfolgsgeschichte dar.

Kundentests.com - Das Bewertungsportal der neuen Art

Durch eine hohe Investition in die technische Infrastruktur und die Kooperation mit der Hochschule Wolfenbüttel konnte ein neuartiges Bewertungsportal realisiert werden, das eine Schnittstelle zwischen Online- und Offline-Bewertungen schafft. Nach einer zweijährigen Testphase geht kundentests.com nun die finalen Schritte und ist seit Anfang des Jahres aufgrund seiner hohen Seriositätsmaßstäbe offizieller Lieferant für Google Places Erfahrungsberichte. Für einen marginalen Preis von 29 Euro im Monat erhalten neue Kunden von kundentests.com ein umfassendes Bewertungsportal, das für sie alle Bewertungen des Internets zusammenfasst. Nutzer des Portals müssen dementsprechend nicht mehr die zahlreichen Bewertungsportale durchsuchen, sondern erhalten auf kundentests.com alle seriösen Bewertungen des gesuchten Dienstleisters auf einen Blick. Zudem zeichnet kundentests.com das jeweilige Unternehmen bei mehr als 20 positiven Bewertungen in Form eines Gütesiegels zum Top Dienstleister des jeweiligen Jahres aus.

Interview mit Winfried Wengenroth

WUP: Wie ist kundentests.com entstanden?

Winfried Wengenroth: Die Entstehung von kundentests.com hat langjährige Wurzeln. Im Jahr 2007 haben wir von Wengenroth und Partner als Unternehmensberatung für Marketing unseren Kunden noch in deren eigenen Corporate Identity Bewertungsformulare erstellt, die sie von Ihren Kunden, Patienten oder Klienten haben ausfüllen lassen. Diese wurden im Anschluss von uns auf den verschiedensten Bewertungsportalen distribuiert. Das war eine Erfolgsgeschichte, denn der Kunde konnte seine positive Mundpropaganda durch unsere Dienstleistung online zu distribuieren. Für uns als Dienstleister wiederum war das aber ein unglaublicher administrativer Aufwand. Ferner haben wir auch eine gewisse Unseriosität darin gesehen, dass der Kunde sich in seinem eigenen Bewertungssystem mit seinen eigenen formulierten Bewertungsparametern bewerten lässt. Aus diesem Grund haben wir daran gearbeitet, ein neues Bewertungsportal zu schaffen. Wir sind nach wie vor sehr dankbar dafür, dass die Hochschule Wolfenbüttel unserer Bitte nachgekommen ist, in Kooperation eine Bachelorarbeit zu schreiben.

Dadurch konnte sowohl eine Marktforschung realisiert werden, in der wir alle Bewertungsportale analysiert haben, als auch eine umfangreiche Online Umfrage durchgeführt werden, für die wir 50.000 Unternehmen kontaktiert haben, und diese gefragt haben, welche Eigenschaften ihnen hinsichtlich eines Bewertungsportals wichtig sind. Aus dem Tenor dieser Marktforschung sowie der Online Umfrage sind dann die neuen Parameter definiert worden.

WUP: Die technische Infrastruktur, die sie eben angesprochen haben, wie kann man sich die als "Laie" vorstellen?

Winfried Wengenroth: Auf anderen Bewertungsportalen kann sich jeder anmelden und jedes beliebige Unternehmen bewerten. Die Echtheit der bewertenden Person wird lediglich dadurch überprüft, dass eine Bestätigungsemail aktiviert wird. Innerhalb einer Stunde könnte sich eine einzige Person bereits 20 Email-Accounts erstellen, und hätte somit 20 gefälschte Identitäten. Wo ist da die Seriosität gegeben? Auf kundentests.com kann nicht jeder bewerten, sondern nur der tatsächliche Kunde. Dieser hat vor Ort die Möglichkeit, ein Bewertungsformular zu erhalten oder aber den Bewertungslink für kundentests.com von dem jeweiligen Dienstleister direkt nach der Dienstleistung oder dem Kauf geschickt zu bekommen. Ferner ist aber auch die Datenstabilität wichtig, denn kundentests.com hat sehr viel Traffic. Wir von kundentests.com müssen dementsprechend auch gewährleisten, dass dieser Traffic adaptiert wird. Dafür haben wir mehrere Hosts, mehrere Datenbanken, die gespiegelt werden müssen. Etwas ganz Neues ist aber auch, dass der Online Bewertungslink pro Kunde, pro IP Adresse nur einmal zugänglich ist. Jede IP Adresse kann das jeweilige Unternehmen nur einmal bewerten.

WUP: Welche Idee verbirgt sich hinter kundentests.com?

Winfried Wengenroth: Man muss sich einmal vor Augen halten, was für ein hohes Honorar die starken Marken der Bewertungsportale für die Integration der Webseite verlangen. Durch der hohen Investition in kundentests.com und der technischen Infrastruktur konnten wir eine minimalistische Wertschöpfungskette ermöglichen, um auch einen günstigen Preis für unsere Kunden zu realisieren. Trotz des günstigen Preises bietet kundentests.com den Unternehmen trotzdem eine Vielzahl an Vorteilen.

WUP: Was sind die Vorteile von kundentests.com und welche Angebote stellt dieses Portal zur Verfügung?

Winfried Wengenroth: Der Kunde erhält einen Bewertungslink und zudem, je nach Paketgröße auch Offline Bewertungsformulare, die es ihm ermöglichen, sich vor Ort bewerten zu lassen. Diese Bewertungen werden kosteninbegriffen an kundentests.com zurück geschickt, und nach vorheriger Qualitätsüberprüfung veröffentlicht. Sucht man dann im Internet gezielt nach dem Unternehmen, so hat es durch die Auffindbarkeit des bekannten Bewertungsportals kundentests.com eben auch die Möglichkeit, mit den gelben Sternen der Google Suche auf sich aufmerksam zu machen. Somit erfährt der Kunde in den Serps (Search Engine Ranking Positions) einen deutlicheren Eyecatcher-Effekt, da er in diesen Schwarz-Weißen Ergebnissen gelbe Sterne aufweist, durch die der Suchende eben auch direkt auf das Unternehmensprofil bei kundentests.com geleitet werden kann. Darüber hinaus enthält eines unserer Pakete die Integration dieser Bewertungssterne auf der Webseite des Kunden.

WUP: Was unterscheidet kundentests.com von "herkömmlichen" Bewertungsportalen?

Winfried Wengenroth: Kundentests.com wurde vom unabhängigen, individuellen qualitätsprüfenden Institut Namens dertestsieger.com mit 74 weiteren Bewertungsportalen auf 13 qualitative Kriterien überprüft. Zu diesen Kriterien gehörten unter anderen die Preistransparenz, der Preis als solches, die Seriosität, die Qualitätsüberprüfung und das Gütesiegel. Der größte Erfolg von kundentests.com ist dementsprechend, dass es sich durch diesen anspruchsvollen Test mit deutlichem Abstand von anderen Bewertungsportalen absetzen konnte, und in diesem Zuge das einzige überprüfte Bewertungsportal war, dass das Testergebnis "sehr gut" erreichen konnte.

Kontakt kundentests.com

Winfried Wengenroth  
Rühmkorfstraße 5  
30163 Hannover

Tel: +49 (0) 511 / 45 01 37 38  
Mail: info@kundentests.com  
Web: www.kundentests.com

## Pressekontakt

kudentests.com - Das All in One Bewertungsportal

Herr Winfried Wengenroth  
königstraße 7  
30175 Hannover

kudentests.com  
info@kudentests.com

### **Firmenkontakt**

kudentests.com - Das All in One Bewertungsportal

Herr Winfried Wengenroth  
königstraße 7  
30175 Hannover

kudentests.com  
info@kudentests.com

kudentests.com ist das neue Bewertungsportal und ist aus der Tatsache heraus entstanden, dass es Unternehmen bisher nicht möglich war, auf der Webseite kompakt und attraktiv darauf hinzuweisen, dass das Unternehmen viele zufriedene Kunden hat.

kudentests.com löst genau dieses Problem, indem einerseits die seriösen Bewertungen von allen anderen Bewertungsportalen gesammelt werden und andererseits die Gäste, Patienten oder Mandanten des Anbieters direkt ein Bewertungsformular ausfüllen können. Alle Rezensionen werden dann in Form einer Gesamtbewertung verdichtet dargestellt. Hat ein Anbieter mehr als 20 gute Bewertungen, wird er sogar zum Top Dienstleister des jeweiligen Jahres ausgezeichnet.

kudentests.com verhilft somit einerseits den Anbietern durch die Integration der positiven Mundpropaganda auf deren Webseite zur Neukundengewinnung und andererseits den Webseitenbesuchern, sich vor Inanspruchnahme des Angebotes ein transparentes Bild über den möglichen Anbieter mittels nur noch einem Bewertungsportal zu verschaffen.

Anlage: Bild

