

Kundenfeedback im E-Commerce

Der Bereich E-Commerce gehört zu den spannendsten sowie dominierendsten Branchen unserer Zeit. Allein in Deutschland gibt es 47 Mio. Online-Käufer, welche für einen Umsatz von ca. 65 Mrd. € pro Jahr sorgen.¹ Im Bezug auf Freitext-Kundenfeedback zeigen aktuelle Studien, dass 93% der Probanden ihre Kaufentscheidung von Online-Bewertung beeinflussen lassen.² Gleichzeitig haben 59% der Probanden bereits Kundenfeedback abgegeben, weitere 27% können sich vorstellende welches einzureichen.³

Die Herausforderung

Wie die oben genannten Zahlen beeindruckend zeigen, ist der Erfolg von E-Commerce Unternehmen stark abhängig von Kundenfeedback. Eine Herausforderung hierbei ist es, dass diese Ihre Bewertung auf **sehr vielen unterschiedlichen Plattformen** abgeben. Dies kann zum Beispiel TrustedShops, TrustPilot, eKomi, Idealo,... sein. Zusätzlich bestehen weitere Wege, wie Kundenfeedback eingeholt werden kann: NPS-Befragungen, OnSite-Befragungen, Kundenumfragen etc.. Aufgrund dieser Diversität ist es für E-Commerce Unternehmen sehr schwer eine ausreichende **Übersicht** über alle Feedbacks und vor allem einen **ganzheitliche Auswertung** zu erhalten.

Des Weiteren führen die viele Möglichkeiten der Feedback Abgabe sowie die hohe Bereitschaft Feedback abzugeben zu sehr viel Bewertungen. Dadurch besteht nicht nur eine Herausforderung in der Zerstretheit sondern genauso in der **extrem hohen Anzahl an Feedback**.

Um dies zu verdeutlichen hier ein Zahlenbeispiel: 100.000 Bestellungen im Monat, eine Feedbackquote von 10% und 90 Sekunden Zeitaufwand für das Durchlesen sowie Verarbeiten von Texten führen zu einem Zeitbedarf von 250 Stunden pro Monat.

Die Lösung

liCili bietet für genau diese Herausforderungen eine passende Lösung an, welche Unternehmen bei der **schnelleren Verarbeitung** und **Interpretation** von Freitext-Kundenfeedback unterstützt.

Dabei wird das gesamte Feedback von allen gewünschten Plattformen gecrawlt und **zentral** in einem Dashboard **angezeigt**. In diesem Dashboard sieht das Unternehmen sofort wo neue Freitexte dazugekommen sind, wie sich die Bewertung verändern und wie zufrieden die Kunden sind.

Bei der Analyse der Kundenfeedbacks hat das Unternehmen die Möglichkeit die **wichtigsten Themen**, über welche die Kunden sprechen auf einen Blick zu erkennen. Hierbei kann das Unternehmen flexibel einstellen, welche Quellen, Zeiträume, Sterne-Bewertungen, Sentiments und ähnliches betrachtet werden sollen. Dadurch ist es möglich die besprochenen Themen verschiedener Zielgruppen näher zu betrachten.

Möchte das Unternehmen bestimmte Themen besser verstehen, so kann es sich alle dazugehörigen Freitexte anzeigen lassen. Hierbei sind alle Freitexte nach der **Relevanz** sortiert, sodass ganz oben der relevanteste Freitext mit den spannendsten, wichtigsten und relevantesten Informationen steht. Dadurch kann das Unternehmen schnell das genaue Problem oder sogar Verbesserungsvorschläge erkennen, ohne hunderte oder tausende Freitexte durchlesen zu müssen.

Zusammengefasst unterstützt liCili mit der Analyse E-Commerce Unternehmen dabei mehrere Feedback-Quellen **gesamtheitlich zu Überblicken** und gleichzeitig **bis ins Detail zu verstehen**.

Folgende Unternehmen verwenden die beschriebene Lösung oder eine Abwandlung davon:



¹ <https://de.statista.com/themen/247/e-commerce/>; ² <http://learn.podium.com/rs/841-BRM-380/images/2017-SOOR-Infographic.jpg>;

³ <https://www.brightlocal.com/learn/local-consumer-review-survey/>