



Lass deine Kunden für dein Marketing sprechen

Dein Ideen-Guide zum Einholen und Verwenden von Kundenfeedback

vertraut
SICHTBAR

Warum ehrliche Worte, langfristig mehr bewirken als knallharte Werbung

Wann hast du zuletzt aktiv nach einer Empfehlung gefragt? Viele Selbstständige - und sogar größere Unternehmen, tun sich schwer damit – obwohl ein paar ehrlich gemeinte Worte, die Veröffentlicht werden, oft langfristig mehr bewirken als jede bezahlte Werbeanzeige.

Genau darum geht es in diesem Leitfaden: Wie du unkompliziert nach Referenzen fragst, worauf du achten solltest und wo du sie am besten sichtbar machst.

Denn: **Kundenreferenzen sind ein echtes Ass im Marketing.** Sie machen deine Arbeit greifbar, wirken vertrauenswürdig und überzeugen andere oft stärker als jeder Werbetext.

Ob mündlich, schriftlich oder als Video – Testimonials zeigen, wie Zusammenarbeit wirklich erlebt wird und schaffen damit Vertrauen in dich und dein Angebot.
Kurz gesagt: Worte sind Gold wert.“



*Zeig deinen Kunden,
durch ehrliche Erfahrungswerte,
wie schön es bei dir ist*

Feedback-Formen

■ **Referenz:** Eine Referenz ist ein sachlicher Verweis auf eine Person, ein Projekt oder eine Quelle, die als Beispiel für die eigene Arbeit oder Fähigkeiten dient. Typisch ist z. B. die Nennung von Auftraggeber:innen, Projekten oder Logos im Portfolio.

■ **Rezensiön:** Eine Rezension ist eine schriftliche Bewertung einer Leistung oder eines Produkts. Sie ist meist kürzer und sachlicher als ein ausführliches Testimonial, gibt aber einen schnellen Eindruck davon, wie zufrieden Kund:innen mit deiner Arbeit sind.

■ **Testimonial:** Ein Testimonial ist ein persönlicher Erfahrungsbericht deiner Kund:innen. Es geht darum, wie die Zusammenarbeit konkret erlebt wurde – mit Worten, die Emotionen, Ergebnisse und Besonderheiten transportieren. Testimonials können als Text, Video oder Social-Media-Beitrag veröffentlicht werden und wirken besonders glaubwürdig, weil sie zeigen, wie es „in echt“ war.

■ **Case Studies:** Eine Fallstudie zeigt detailliert, wie ein Produkt oder eine Dienstleistung in der Praxis funktioniert. Anhand eines konkreten Projekts wird nachvollziehbar, welches Problem gelöst wurde, wie der Ablauf aussah und welche Ergebnisse entstanden sind. Damit machst du den Nutzen deiner Arbeit greifbar – besonders hilfreich bei komplexeren Angeboten, die mehr Erklärung brauchen.

Setze Feedbacks bewusst ein

Wohin schaust du, wenn du auf Amazon shoppst? Genau: Auf die Sternchen und geschriebenen Worte von Käufern ;-) Also nutze auch du die **Möglichkeiten**. Hier ein paar Anregungen dafür, wo du deine Feedbacks sichtbar machen kannst:

- **Website:** Startseiten, Produktseiten, extra Testimonial-Seiten, Sales-Pages, ...
- **Social Media:** Posts, Storys, Highlights
- **E-Mail-Signatur:** z. B. als PS "Kundenstimme": *Charleen sagt dazu: ...*
- **Werbematerialien:** Broschüren, Flyer, Anzeigen, PR-Maßnahmen
- **Imageaufbau, Vertrieb und Verkauf:** Portfolios, Firmenpräsentationen, Angebote, Messen, Events
- **E-Mail-Marketing:** Eingebaut in Texte können Testimonials den Haupttext stärken
- **Online-Verzeichnisse und Bewertungsplattformen:** Google My Business Profil, Trustpilot, Yelp, Proven Expert, ...
- **Weiteres:** Präsentationen, Workshops, Podcasts, Videos, Bewerbungen, Angebote, ...

Ein klug platziertes Zitat zur richtigen Stelle wirkt wie ein Verstärker, deiner Botschaften.

Frage aktiv nach

Viele Menschen haben Hemmschwellen, eine "Bewertung" zu schreiben - auch wenn sie noch so wohlwollend wäre. Es ist also ratsam, nicht nur aktiv danach zu fragen, sondern ihnen auch ein paar Anregungen zum Verfassen mitzugeben.

Das könnte z. B. so aussehen:

Lieber XY,

Ich möchte dir nochmal herzlich für die gute Zusammenarbeit danken! Wenn du unser gemeinsames Tun ebenso positiv empfunden hast wie ich, oder du konstruktive Ansätze hast, die zur kontinuierlichen Verbesserung meiner Angebote beitragen, freue ich mich sehr darüber, wenn du mir ein paar Worte (*per Mail / in meinem Google Profil, auf meinem LinkedIn Account, ... / ggf. Link einfügen!*) schenkst:

Hier ein paar Inspirationen, damit dir das Verfassen der Zeilen, leicht(er) fällt:

- Was habe ich für dich umgesetzt?
- Welches Problem konnte ich für dich lösen?
- Konntest du dir MehrWert mitnehmen?
- Gibt es sogar etwas, das deine Erwartungen übertroffen hat?
- Was ist der wichtigste Grund, um meine Dienstleistung(en) / mein Produkt weiterzuempfehlen oder vielleicht sogar nochmal für dich selbst zu nutzen?
- Was gefiel dir bei der Zusammenarbeit am besten?
- Möchtest du mir sonst noch etwas sagen?

Ich danke dir für jedes einzelne Wort oder Sternchen und freue mich, wieder von dir zu hören.



Wenn du schon ein Google My Business Profil hast, vergiss nicht den Rezension-Link hinzuzufügen! Den findest du in deinem Google-Unternehmens-Konto hier:



Um Rezensio...

← EINLOGGEN
bei Google nicht vergessen
;-)

Einverständnis einholen



Hol dir eine Veröffentlichungs-Erlaubnis ein!

Wenn das Feedback nicht direkt vom Kunden auf einer Plattform platziert wird, du es also aktiv mit Kundennamen, Logo und / oder Bild auf deiner Website oder auf Social Media verwenden möchtest, brauchst du das OK des Kunden dafür.

Tipp: Hol dir das Einverständnis bereits bei der Auftragsbestätigung ein, in dem du dir optional (!) unterzeichnen lässt, dass du das Feedback (oder auch erstellte Inhalte die zur Veröffentlichung gedacht sind und als Anschauungsmaterial dienen könnten) zu Marketingzwecken nutzen darfst.

Nachfolgend ein Formulierungsbeispiel:

■ Testimonials: Die/Der AuftragnehmerIn ist berechtigt, die für mich erstellten – veröffentlichte oder zur Veröffentlichung gedachten - Inhalte, sowie zur Verfügung gestellte Referenzworte inkl. der Nennung meines Namens/Firmennamens, Logos und Bildes, zu Demonstrationszwecken zu verwenden. Dies gilt auf unbestimmte Zeit online und offline. (weiteres siehe AGB Pkt. XY).

Anmerkung: Dies ist ein Beispiel und kein rechtlich geprüfter Text.

Das kannst du noch tun:

Unterstütze um unterstützt zu werden

■ **Verfasse Wunschtestimonials:** Dein Kunde hat keine Zeit oder du weißt, dass es ihm schwerfällt, Texte zu verfassen? Wenn es sich für dich stimmig anfühlt, frage ihn doch einfach danach, ob du das Testimonial für ihn schreiben und ihm zur Abklärung oder Erweiterung senden darfst. Das ist ein Win-Win für beide Seiten ;-)

■ **Baue auf dein Netzwerk:** Unterstütze die Leute in deinem Umfeld mit Empfehlungen, dann werden sie auch dich unterstützen.



■ **Bleibe präsent:** Like, Kommentiere und teile Beiträge oder lasse gelegentlich von dir hören. Ganz ohne Verkaufsabsicht! So bleibst du im Gedächtnis.

Raum für eigene Notizen

Ich hoffe, du nimmst dir aus diesem Leitfaden ein paar gute Ideen mit, die dir helfen, deine Marketingmaßnahmen zu stärken.

Wenn du Fragen hast oder umfassendere Unterstützung bei deinem "Marketingkram" brauchst, melde dich gerne bei mir.

Ich freue mich darauf, von dir zu hören!

Deine Marketingkomplizin

Marion



**Kostenloses
Kennenlerngespräch
vereinbaren:**

<https://meet.brevo.com/marion-zdesar/erstgesprach>