

Mit Kritik umgehen

Wer im Internet »unterwegs ist«, muss damit rechnen, dass die Leistungen von Gästen im Netz bewertet werden: „Hilfe, mein Gast beschwert sich über mich!“ Was Sie dann tun sollten, erläutert Teil drei unserer kleinen Serie.

Text: Thomas Hendele



Der klassische Fall negativer Kritik sind Gästemeinungen auf Bewertungsportalen wie HolidayCheck oder Restaurant-Kritik. Anhand der **RARE-Methode**, die ich vor einigen Jahren erstmalig bei Kunden anwendete, lässt sich am einfachsten erklären, wie Sie mit negativer Kritik im Web umgehen sollten:

R wie Read. Der erste Schritt, das Lesen beziehungsweise Zuhören ist Teil Ihres Monitorings. Sorgen Sie dafür, dass Sie von Bewertungen auf den Portalen zügig erfahren und erstellen Sie entsprechende »Alerts«. Dort, wo dies nicht möglich ist, sollten Sie mindestens einmal pro Woche aktiv nachschauen.



Autor
Thomas Hendele.

A wie Analyse. Analysieren und prüfen Sie die Bewertung auf Richtigkeit: Liegt ein Fehler des Teams vor? Ist das Beschriebene so vorgefallen? Oder möchte sich der Autor der Bewertung nur »seinen Frust von der Seele« schreiben? Bevor Sie auf die Kritik reagieren können, ist es wichtig, dass Sie den Vorfall genau prüfen. Sprechen Sie mit betreffenden Mitarbeitern. Wägen Sie zudem ab, ob es sich um ein objektiv betrachtetes Problem handelt oder eher um ein subjektives Empfinden.

R wie React. Nachdem Sie die Kritik analysiert haben, sollten Sie reagieren. Wichtig: Antworten Sie grundsätzlich auf negative Kritik, indem Sie sich zunächst für die Bewertung bedanken. Greifen Sie dann einen der Kritikpunkte auf und gehen Sie näher darauf ein. Nennen Sie konkrete Verbesserungsmaßnahmen. Schließen Sie zum Schluss wieder mit etwas Positivem. So verpacken Sie Ihre Antwort nach der so genannten »Sandwich-Methode«. Bedenken Sie immer: Eine öffentliche Stellungnahme Ihrerseits lesen zahlreiche potenzielle Gäste, die sich über Ihr Unternehmen informieren. Zeigen Sie Ihnen, dass Ihnen am Wohl Ihrer Gäste gelegen ist.

E wie Evolve. Kritik kommt auf, wenn im Unternehmen etwas nicht perfekt läuft. Obwohl wir selbst vielleicht denken, dass alles prima funktioniert, so sollten wir für Kritik dankbar sein.

Sie öffnet uns die Augen und zeigt mit dem Finger auf das, was noch Optimierungsbedarf hat.

Entwickeln Sie sich also stetig weiter, verändern Sie, was beim Gast nicht gut ankommt und arbeiten Sie permanent an der Verbesserung Ihrer Qualität.

Fazit: Die RARE-Methode lässt sich gut in sozialen Netzwerken wie Facebook anwenden. Wichtig ist, dass Sie stets ruhig bleiben und lieber zweimal überlegen, bevor Sie eine Antwort verfassen. Denn was einmal geschrieben steht, lässt sich im Internet so einfach nicht wieder löschen!

Im nächsten Teil geht es um Tools, mit deren Hilfe sich Ihr Social-Media-Management effizienter gestalten lässt.

wird fortgesetzt ●