

Empfehlungsportal setzt auf Menschen statt auf Software: GoLocal verstärkt lokales Community Management

München, 10. Februar 2014 – Das Empfehlungsportal GoLocal, eine Tochtergesellschaft von 90 Das Örtliche-Verlagen, verstärkt jetzt sein lokales Community Management. In allen größeren deutschen Städten wird sich künftig jeweils ein kleines Team um die Bewerber und ihre Veröffentlichungen vor Ort kümmern. Damit soll sichergestellt werden, dass Empfehlungen nicht manipuliert sind und nicht als Werbung missbraucht werden. „Wir setzen auf Menschen statt auf eine undurchsichtige Auswahlsoftware“, sagt GoLocal-Geschäftsführer Lucas Müller. „Menschen sind bei der Beurteilung, ob Empfehlungen echt sind oder nicht, deutlich zuverlässiger als eine programmierte Software.“

GoLocal verstärkt seine personellen Ressourcen, um den kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland eine schnelle und zuverlässige Alternative zum früheren Bewertungsportal Qype zu bieten. Qype wurde Ende 2012 von dem US-amerikanischen Anbieter Yelp übernommen. Seit der Übernahme beklagen zahlreiche deutsche Unternehmer Umsatzrückgänge, weil Yelp viele ihrer zuvor bei Qype veröffentlichten, positiven Kundenempfehlungen nicht mehr anzeigt. Einige Unternehmer sind Ende 2013 und Anfang 2014 sogar vor Gericht gezogen und erwirkten zum Teil Einstweilige Verfügungen gegen den amerikanischen Anbieter. „Durch unsere über Jahrzehnte erfahrene Mannschaft mit tausend Mediaberatern kennen wir die Bedürfnisse deutscher Unternehmen ganz genau. Gerade die Kleineren, die nicht über ausreichend Personal, Zeit und Budget verfügen, um in große Werbekampagnen zu investieren, sind in erster Linie auf die Weiterempfehlung durch zufriedene Kunden angewiesen. Sie haben mit golocal.de eine faire und von Menschen gesteuerte Plattform“, erläutert Lucas Müller.

Verbraucher in Deutschland treffen Kaufentscheidungen zunehmend auf Basis der Erfahrungen anderer Verbraucher. Zahlreiche Unternehmen können mittlerweile einen direkten und messbaren Zusammenhang zwischen der Anzahl der von Verbrauchern vergebenen Sterne und Bewertungen und dem Verkauf des Produktes darlegen. Mit positiv bewerteten Produkte und Dienstleistungen wird mehr Umsatz erwirtschaftet als mit negativ oder gar nicht bewerteten. Mit der zunehmenden Bedeutung der Weiterempfehlungen steigt jedoch auch die Gefahr der Manipulation. Die Herausforderung für Empfehlungsportale besteht daher darin, falsche Bewertungen sauber herauszufiltern. „Das funktioniert aus unserer Sicht am besten mit Menschen, denn so können wir verhindern, dass Unternehmen zu Unrecht schlecht dargestellt werden“, sagt Lucas Müller.

golocal.de ist das große deutsche Empfehlungsportal mit mehr als 150.000 aktiven Nutzern und rund 350.000 öffentlichen Bewertungen. Verbraucher können sich sowohl unter www.golocal.de als auch mobil über die entsprechenden iOS- und Android-Apps jederzeit über die Erfahrung anderer Verbraucher mit Handwerkern, Ärzten, Hotels, Restaurants oder Dienstleistern bundesweit informieren. Mit rund vier Millionen Daten sind bei golocal alle Kontaktinformationen deutscher Unternehmen verzeichnet. Wie golocal funktioniert, erfahren Sie hier: <http://www.youtube.com/watch?v=NXp4ECNYbtk>

Für weitere Informationen und Bildmaterial: Anja Meyer - anja@60zeilen.de - 089/12007984 – 0173/8911810