

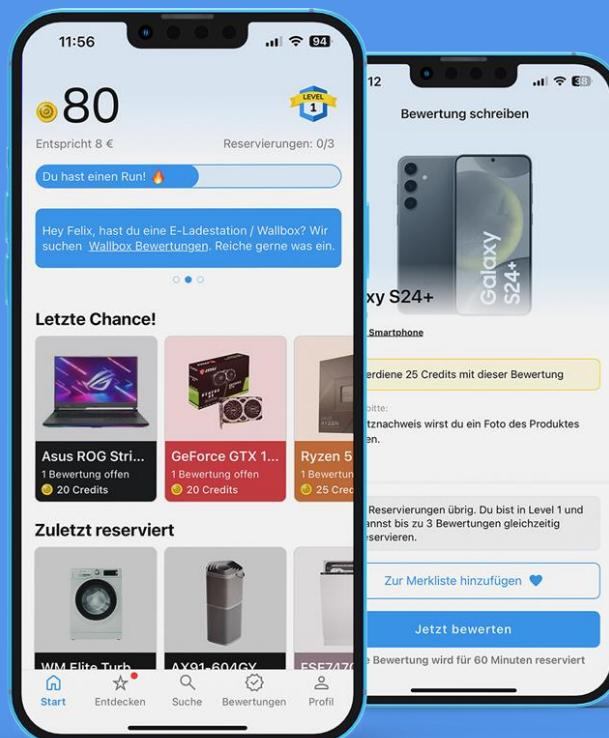


CIMENIO

Erfolgsgeschichte

Von 2,90 auf 4,10 / 5,00 Sternen in 6 Monaten.

**57%+ organische App-Store Installationen und
-14,4% weniger Kosten pro Installation** durch App-
Bewertungen von Cimenio Nutzer:innen.



Inhaltsverzeichnis

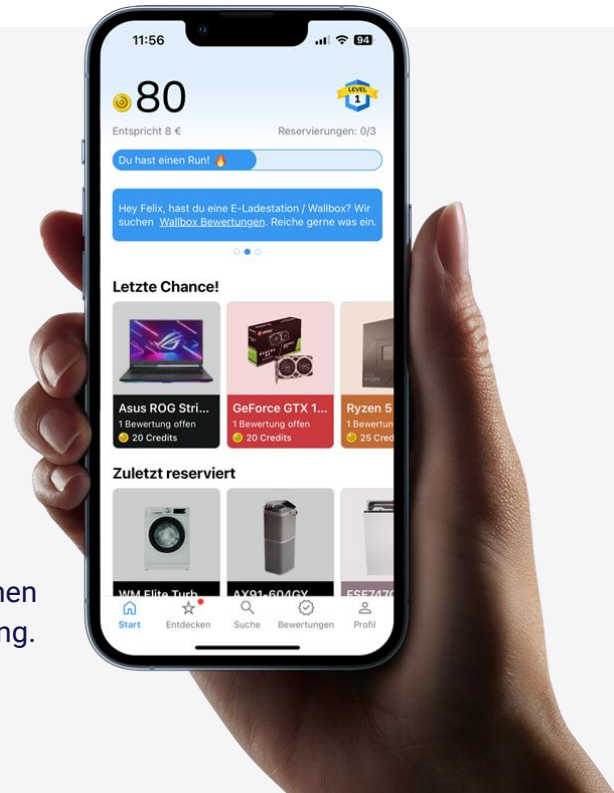
Über Cimenio	2
Team	2
Fakten.....	3
Hintergrund.....	4
1. Erhöhung der Sichtbarkeit	4
2. Vertrauensaufbau bei potenziellen Nutzern	4
3. Steigerung der Installationszahlen	4
4. Feedback und Verbesserung	4
5. Höhere Monetarisierung	4
6. Image und Markenstärkung	4
7. App-Auszeichnungen und Empfehlungen	5
8. Konkurrenzfähigkeit	5
Das Problem	5
Die Lösung	6
Zurücksetzen der Bewertungen im Apple App-Store & Sammlung von App-Bewertungen in den App-Stores über die Cimenio App.....	6
Wie die Lösung im Detail funktioniert:	7
Der Prozess	8
Die Resultate.....	8
Die Schlussfolgerung	10
Kontakt	10

Erfolgsgeschichte

Von 2,90 auf 4,10 / 5,00 Sternen in 6 Monaten. **57%+ organische App-Store Installationen** und **-14,4% weniger Kosten pro Installation** durch App-Bewertungen von Cimenio Nutzer:innen.

Über Cimenio

Die Cimenio GmbH, gegründet im Jahr 2022 von Eugen Bunen, Andreas Geisler und Ralf Henn, bietet eine iPhone- und Android-App, in der Zehntausende von Nutzern Produkte und Apps bewerten, die sie tatsächlich besitzen und nutzen. Durch die Verifizierung des Besitzes bzw. Nutzung der Apps mittels Produktfotos oder Screenshots stellt Cimenio Herstellern, Händlern und App-Entwicklern hochwertige, vertrauenswürdige Bewertungen von echten Nutzern zur Verfügung. Diese Bewertungen bieten wertvolle Einblicke von Verbrauchern und steigern die eigenen Konversionsraten erheblich. Nutzer der Cimenio-App verdienen bis zu 80 Credits für ihre ehrlichen und detaillierten Bewertung. Die Credits können die Nutzer:innen in Amazon-Gutscheine umtauschen.



Team



Eugen Bunen
CEO



Andreas Geisler
CTO



Ralf Henn
CFO



CIMENIO

Fakten



414 App-Bewertungen gesammelt



306 verifiziert



108 abgelehnt



4,17 / 5,00 Sterne



482 Zeichen
im Durchschnitt



Zeitraum
6 Monate

57%+

Organische App-Store Installationen

-14,4%

weniger Kosten pro Installation über alle Kanäle



CIMENIO

Für mehr Informationen – [Jetzt Termin hier vereinbaren.](#)

Hintergrund

Gute App-Store-Bewertungen sind für Apps sowohl im Android- als auch im Apple-Ökosystem **entscheidend**, da sie **direkten Einfluss auf den Erfolg** und die Wahrnehmung der App haben. Die wichtigsten Gründe:

1. Erhöhung der Sichtbarkeit

- App-Stores verwenden Algorithmen, die Bewertungen und Rezensionen berücksichtigen, um Apps in den Suchergebnissen und Rankings anzuzeigen. Bessere Bewertungen führen zu einer höheren Position und damit zu mehr Sichtbarkeit.

2. Vertrauensaufbau bei potenziellen Nutzern

- Nutzer orientieren sich häufig an Bewertungen, bevor sie eine App herunterladen. Eine hohe Bewertung signalisiert Qualität und Zuverlässigkeit und beeinflusst die Downloadentscheidung positiv.

3. Steigerung der Installationszahlen

- Apps mit höheren Bewertungen werden nicht nur öfter heruntergeladen, sondern haben auch eine bessere Retention-Rate, da die Nutzer bereits eine positive Erwartungshaltung haben.

4. Feedback und Verbesserung

- Bewertungen und Rezensionen geben Entwicklern wertvolles Feedback zur Verbesserung der App. Dadurch können Schwächen behoben und die Nutzererfahrung optimiert werden, was wiederum zu besseren Bewertungen führt.

5. Höhere Monetarisierung

- Eine gut bewertete App hat bessere Chancen, In-App-Käufe, Abonnements oder Werbeeinnahmen zu generieren. Nutzer sind eher bereit, in Apps mit guten Bewertungen zu investieren.

6. Image und Markenstärkung

- Eine App mit durchweg positiven Bewertungen trägt zum positiven Image der Marke oder des Unternehmens bei, das die App entwickelt hat. Dies stärkt die Gesamtwahrnehmung und Loyalität.

7. App-Auszeichnungen und Empfehlungen

- Apps mit guten Bewertungen und hoher Qualität haben eine größere Chance, von den App-Stores als „Empfehlung“ oder „App des Tages“ hervorgehoben zu werden, was die Downloads exponentiell steigern kann.

8. Konkurrenzfähigkeit

- In einem überfüllten Markt können gute Bewertungen den entscheidenden Unterschied machen, um sich gegen Wettbewerber durchzusetzen.

Zusammengefasst: Gute Bewertungen sind nicht nur ein Maßstab für die Qualität der App, sondern ein entscheidender Hebel für deren Erfolg, von der Sichtbarkeit bis zur Monetarisierung. Sie beeinflussen die gesamte Customer Journey und sollten daher aktiv gepflegt und gefördert werden.

Das Problem

Ein Kunde kam zu uns und hatte ein besonderes Problem. Deren App-Bewertungen im App-Store waren schlecht - im Durchschnitt bei 2,90 von 5 Sternen. Die Bewertungen waren deutlich schlechter als die Konkurrenz. Das führte dazu, dass die Konversionsrate von bezahlten und organischen Besuchern, ebenfalls schlecht war und sich Marketing-Kampagnen, insbesondere die Neukunden-Gewinnung, nicht mehr als rentabel herausstellte. Zudem gab es kritische Nachfragen von Investoren, die auch die negativen Bewertungen gesehen hatten und einen starken Fokus auf die Neukunden-Gewinnung gelegt hatten bei der Bewertung des Unternehmens.

Das Problem war entstanden, da zum Launch der App viele Kinderkrankheiten vorhanden waren. Somit gab es zum Start sehr viele negative Bewertungen von Nutzer:innen, die mit der App nicht zufrieden waren.

Zwischenzeitlich konnte der Kunde jedoch alle negativen Punkte, welche von Nutzer:innen erwähnt wurden, beseitigen, die deren Nutzer:innen zu schlechten Bewertungen im App-Store veranlasste. Dennoch blieben die alten, schlechten Bewertungen im App-Store, auch wenn mittlerweile die neuen Nutzer:innen viel zufriedener waren.

Diese schreckten potenzielle Neukund:innen von der Installation der App ab.

Durch die schlechten Bewertungen in den App-Stores konnte der Kunde folgende Probleme wahrnehmen:

- Schlechte Konversionsraten von bezahlten und organischen Besuchern
- Unrentable Neukunden-Gewinnung
- Schlechte Wahrnehmung der Marke bei Kunden
- Schlechte Wahrnehmung der Marke bei Investoren

Die Lösung

Zurücksetzen der Bewertungen im Apple App-Store & Sammlung von App-Bewertungen in den App-Stores über die Cimenio App

Um das Problem zu lösen, schlug Cimenio einen individuellen Ansatz für den Kunden vor.

Zuerst wurde mit dem Kunden vereinbart, dass dieser beim nächsten, größeren Release ihrer App die App-Store Bewertungen bei Apple zurücksetzen. Das führt dazu, dass die alten Bewertungen der App bei der Anzeige der Durchschnittsbewertungen der App ignoriert werden und nur die Zählungen von neuen Bewertungen einen Einfluss auf die durchschnittlichen Sternebewertungen haben.

Obacht: Das Zurücksetzen der Bewertungen ist nicht im Android App-Store möglich!

Zusätzlich wurden Cimenio-App-Nutzer:innen animiert über diverse Marketing-Kampagnen, die App des Kunden herunterzuladen, falls sie dies noch nicht hatten, und gebeten eine ehrliche, detaillierte Bewertung im App-Store abzugeben.

Nutzer:innen erhalten für jede authentische, von Cimenio-verifizierte Bewertung, eine Vergütung in Form von Credits. Die Credits können in Amazon-Gutscheine umwandeln werden.

Nutzer:innen wurden gebeten, die App genau unter die Lupe zu nehmen und eine ehrliche, detaillierte Bewertung zu schreiben.

Nutzer:innen mussten angeben, wie lange diese die App des Kunden bereits nutzen, Sterne von 1 bis 5 zu vergeben und auf Stärken, Schwächen, sowie die Benutzerfreundlichkeit und Design der App einzugehen, um anderen, potenziellen Nutzer:innen eine maximale Hilfe bei ihrer Entscheidung zu bieten.

Wie die Lösung im Detail funktioniert:

Schritt 1: Nutzer-Akquise

Zuerst wurden potenzielle Kunden unseres Kunden zielgerichtet über Marketing-Kampagnen gebeten, die Cimenio-App zu installieren.

Des Weiteren wurden Zehntausende von bestehenden Cimenio-App-Nutzer:innen in der Cimenio-App über die App des Kunden informiert, sowie Push-Benachrichtigungen und Newsletter versandt.

Schritt 2: Download der Kunden-App

Nutzer:innen wurden gebeten, falls sie dies noch nicht hatten, die App des Kunden herunterzuladen.

Schritt 3: Bewertung der App es Kunden in der Cimenio-App und in den App-Stores

Nutzer:innen wurden gebeten, nach einer detaillierten Analyse der App des Kunden eine ehrliche, umfangreiche Bewertung abzugeben. Es wurden detaillierte Anforderungen an die Nutzer:innen gestellt, sodass diese eine Vergütung erhalten.

- Sterne (1 bis 5 Sterne)
- Wie lange wird die App bereits genutzt
- Stärken des Produktes
- Schwächen des Produktes
- Bewertung
 - Es wurden Nutzer zu einer möglichst detaillierten Bewertung angeregt und darauf hingewiesen, unter anderem, detailliert auf das Design der App, Benutzerfreundlichkeit, sowie andere Aspekte, die dem Kunden wichtig waren, einzugehen.
- Screenshot zur Verifizierung, dass die gleiche Bewertung von den Nutzer:innen, im App-Store abgegeben wurden.

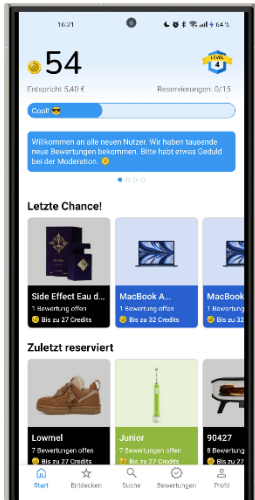
Schritt 4: Verifizierung der Bewertungen zu Qualitätssicherung

Jede von Nutzer:innen abgegebene Bewertung wurde einzeln von Cimenio-Mitarbeiter:innen geprüft und detailliert mit Künstlicher Intelligenz analysiert. So konnte sichergestellt werden, dass die Nutzer:innen tatsächlich eine Bewertung abgegeben haben, die Bewertung sehr detailliert und umfangreich, mit guter Rechtschreibung war und anderen potenziellen Nutzer:innen bei ihrer Entscheidung hilft, ob die Kunden-App für sie relevant ist.

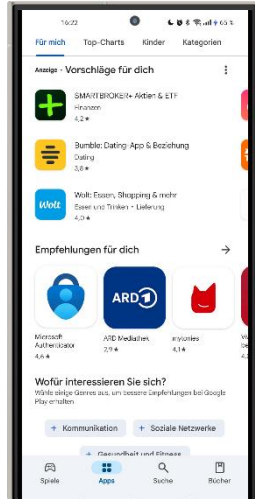


CIMENIO

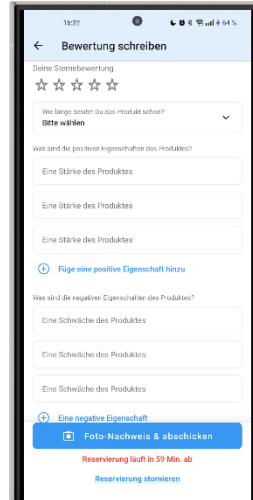
Der Prozess



Nutzer suchen in der Cimenio App nach Produkten, die Sie besitzen, um diese zu bewerten



Nutzer finden App des Kunden und, falls Sie dies noch nicht haben, laden die App herunter



Nutzer bewerten die App in der Cimenio-App & im App Store.



Rechtschreibung i.O.?
Ausdrucksweise i.O.?
App heruntergeladen?
Bewertung selbst geschrieben?
Vorteile?
Nachteile?
...

Bewertung wird verifiziert durch Cimenio-Mitarbeiter:innen



CIMENIO

Für mehr Informationen – [Jetzt Termin hier vereinbaren.](#)

Die Resultate

Seit dem Start der Zusammenarbeit zwischen dem Kunden und Cimenio, konnte Cimenio kontinuierlich authentische, ehrliche App-Bewertungen für den Kunden liefern.

Cimenio konnte für den Kunden **416 Bewertungen in den App-Stores** über einen Zeitraum von **6 Monaten** sammeln. Durchschnittlich haben die Kunden in den App-Stores die App des Kunden mit **beeindruckenden 4,17 von 5 Sternen** bewertet und dabei im Durchschnitt 482 Zeichen geschrieben, welches auf durchdachte, detaillierte und ehrliche Bewertungen schließen lässt. 306 Nutzer:innen wurden von Cimenio für die Bewertung in Form von Credits in der Cimenio-App vergütet.

Insgesamt war es so möglich, dass der Kunde die durchschnittliche Bewertung im Android und Apple App-Store von 2,90 auf 4,10 von 5,00 Sternen steigern konnte. Das führte zu einem signifikanten Anstieg der organischen App-Store Installationen um 57%. Parallel dazu sanken die Kosten pro Installation um 14,4%. Die durchschnittliche Anzahl der Bewertungen war auf ähnlichem Level zur Konkurrenz.

57%+

Organische App-Store Installationen

-14,4%

weniger Kosten pro Installation über alle Kanäle

Durch die Steigerung der Konversionsraten wurde die **Neukundengewinnung** wieder **profitabel** für den Kunden und dieser konnte mit der Skalierung seiner Marketing-Kampagnen beginnen

Die Schlussfolgerung

Die Kollaboration zwischen dem Kunden und Cimenio hat für den Kunden zu einer effektiven Lösung geführt, die dem Kunden es ermöglicht eine effizientes und günstiges Neukundenmarketing zu betreiben und deutlich in der Markenwahrnehmung von Kunden und Investoren zu steigen. Jetzt kann der Kunde eine neue Wachstumsphase einschlagen und mit der Skalierung seiner App beginnen.

Insgesamt zeigt das Projekt, die **enorme Relevanz von Bewertungen in den App-Stores** und warum Unternehmen einen starken Fokus auf Bewertungen haben sollte.

Sind Sie bereit, das nächste Level zu erreichen, ihre App-Bewertungen zu verbessern und von den Vorteilen von positiven App-Bewertungen zu profitieren?

Kontakt



Eugen Bunen

Gründer & Geschäftsführer, Cimenio GmbH

E-Mail: eugen@cimenio.com

Mobil / WhatsApp: +49 (0) 160 966 80 411

[LinkedIn](#)

[Termin buchen](#)

Hauptsitz

Cimenio GmbH

Koebisstr. 1

16548 Glienicke/Nordbahn

Büro

Cimenio GmbH

Ritterstr. 11

10969 Berlin

Geschäftsführung: Eugen Bunen

Registergericht: Amtsgericht Neuruppin

Registernummer: HRB 13890 NP

USt-IdNr.: DE353195649

Anmerkung:

Daten wurden vom Kunden geliefert. Tracking erfolgte über AppsFlyer. Es wurde der Zeitraum vor- und nach dem Zurücksetzen der Sternebewertung im Apple App-Store verglichen. Datenvergleichszeiträume: 15.09.2024 bis 30.09.2024 vs. 03.11.2024 bis 18.11.2024.