

Reputationsmanagement? Wofür braucht man das?

Newsletter Sonderausgabe 01.2020



1. Was ist Reputation überhaupt?

Haben Sie auch schon einmal erlebt, dass Sie vor einem Regal stehen und die Auswahl so groß ist, dass Sie sich einfach nicht entscheiden können? Genau in solchen Situationen greift das **Hicksche Gesetz**: Je mehr Auswahlmöglichkeiten wir haben, desto schwerer fällt es uns, eine Entscheidung zu treffen. In vielen Lebenssituationen können wir aus einer großen Angebotspalette auswählen, doch nirgends wird uns dies deutlicher vor Augen geführt als bei der Suche im Internet. Eine Flut an Auswahlmöglichkeiten führt bei der Suche nach Dienstleistungen oder Läden zu genau dem Auswahl-Paradoxon, das das Hicksche Gesetz beschreibt.

Und genau das ist der Grund, warum Online-Reputation so wichtig ist.

2. Bequemlichkeit der Kunden

Nur wenige Kunden machen sich die Mühe und schauen auf jeder Website potenzieller Anbieter nach, ob diese die gestellten Anforderungen erfüllen. Sie wählen meist die erstbeste Option aus und lesen sich dann die durchschnittlichen Bewertungen bzw. eine Handvoll Reviews durch, um sich dann aufgrund dieser Informationen mit ruhigem Gewissen zu entscheiden.

Die Meinungen der Kunden sind heute in jedem Social Media Kanal und bei jedem Suchergebnis in Google zu sehen. Reputationsmanagement wird immer wichtiger. Kundenerwartungen gehen nur nach oben und nie zurück. Reputation ist der Prozess, mit dem Sie jeden Faktor, der die öffentliche Wahrnehmung Ihres Unternehmens beeinflusst, kontrollieren können.

3. Vier Betriebsgrundsätze für effektives und effizientes Reputationsmanagement:

- 1. Reputationsverwaltung:** Nehmen Sie sich die Zeit und lesen Sie sorgfältig, was die Benutzer im Web über Ihr Unternehmen schreiben. Außerdem sollten Sie - egal wo und immer - lückenlose und präzise Informationen über Ihre Marke und den Standort Ihres Unternehmens offen legen. Das alles natürlich so vollständig wie möglich, da Unvollständigkeit zu schlechten Reputationen führen kann.
- 2. Auf Reviews antworten:** Wenn Sie auf die Reviews der Kunden antworten, zeigen Sie Interesse an ihnen und ihren Meinungen. Das kann sich auswirken auf die Bewertung Ihres Unternehmens und auf Umsatz, Einnahmen und Kundenzahl. Keine Antwort ist nämlich auch eine Antwort; es vermittelt allerdings dem Kunden, dass Sie kein Interesse an ihm haben.

-
- 3. So schnell wie möglich antworten:** Gute Kundenbetreuung besteht auch aus einer kurzen Reaktionszeit. Der tatsächliche Inhalt der Antwort ist dabei zweitrangig, da die Schnelligkeit die Anerkennung bekommt. Schnelligkeit steht sogar noch vor Anteilnahme, Humor und Höflichkeit.
 - 4. Hohe Anzahl an Reviews:** Bitten Sie Ihre Kunden um ehrliche und um eine Vielzahl von Reviews, um herauszufinden, was die meisten Kunden bewegt und wo Ansatzpunkte für Absatzstrategien sein könnten.

4. Warum ist Reputationsmanagement so wichtig?

88% aller Kunden vertrauen genauso stark auf Online-Reviews wie auf persönliche Empfehlungen. Zudem haben Studien gezeigt, dass Reviews im Durchschnitt zu einer Umsatzsteigerung führen. Es geht aber nicht nur um die Verwaltung der Reviews, sondern auch um den Inhalt der Reviews. Kunden erzählen ihr Käuferlebnis und spiegeln so wider, wie Sie Ihr Markenversprechen erfüllen. Diese Erlebnisse sind besonders wichtig für die Kundentreue, denn über die Hälfte der Kunden, die die Marke wechseln, haben dies aufgrund von Kundenerlebnissen getan.

5. Welche Rolle spielen Reviews im Reputationsmanagement?

In der digitalen Welt kann jeder zum Kritiker werden und die Kundenwahrnehmung Ihres Unternehmens beeinflussen. Google zum Beispiel wendet einen Suchfilter an, bei dem nur Ergebnisse gezeigt werden mit einer Vier-Sterne-Bewertung oder in denen Wörter wie „bestes“ oder „hervorragend“ angezeigt werden. Positive Reviews sorgen somit auch dafür, dass man in den Suchergebnissen der Kunden weiter oben gelistet wird. Google betrachtet noch mehr Faktoren:

- **Relevanz:** Passen Unternehmensname und eingetragene Branche mit der Suchfrage überein?
- **Entfernung:** Befindet sich der Kunde einigermaßen in der Nähe?
- **Bekanntheit:** Wie viele Reviews hat das Unternehmen, wie aktuell sind sie und wie wurde das Unternehmen bewertet?

6. Welche Reviews sollten zuerst und auf jeden Fall beantwortet werden?

Reviews werden nach Wichtigkeit priorisiert bzw. skaliert. Wie sollte priorisiert werden?

- Reviews mit mindestens vier Sternen, die ausführlich mit Kommentar abgegeben wurden, sollten schnellstmöglich und ausführlich beantwortet werden. Sie sollten die höchste Priorität haben.
- Reviews mit mindestens vier Sternen, die ohne Kommentar abgegeben wurden, sind wichtig, jedoch als zweites zu beantworten
- Alle Reviews mit bis zu drei Sternen können zum Schluss beantwortet werden und sind nicht dringend zu beantworten.

7. Eine effiziente Beantwortung von Bewertungen sollte aus vier Teilen bestehen:

1. Begrüßung	<ul style="list-style-type: none">- freundliche Einleitung, die den Name des Kunden beinhaltet
2. Wertaussage	<ul style="list-style-type: none">- Aussage, die Ihre Marke in einem positiven Licht erscheinen lässt.- Was will Ihre Marke vermitteln, welche Werte vertritt sie?
3. Stimmungstichwörter	<ul style="list-style-type: none">- Dieser Teil lässt Ihre Antwort persönlich erscheinen.- Bestätigen Sie die Erfahrung des Kunden und anerkennen Sie sein Problem. Teilen Sie dem Kunden bei negativer Bewertung einen Lösungsansatz mit.- Bei positiver Bewertung bedanken sie sich bei dem Kunden für seine Unterstützung.
4. Abschluss	<ul style="list-style-type: none">- Höfliche und persönliche Verabschiedung und den Kunden dazu ermuntern, sich doch wieder für Ihr Unternehmen zu entscheiden.

8. Von Beginn an richtig durchstarten

Mit dem richtigen Reputationsmanagement können sie von Anfang an neue Kunden gewinnen und alte Kunden binden. Dies führt zu mehr Umsatz und höherer Kundenzufriedenheit. Wenn Sie auf Ihre Kunden hören, können Sie einfacher auf deren Anliegen eingehen und deren Erlebnisse optimieren. Durch die Überwachung, Analyse, Beantwortung und Generierung von Reviews im Rahmen Ihrer Reputationsmanagement-Strategie haben Sie die Möglichkeit, Feedback aus dem gesamten Web zu sehen, einen umfassenden Blick auf Ihr Image zu erhalten und sogar Trends einen Schritt voraus zu sein.

Quelle: www.yelp.com

Impressum

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. 27a UStG: DE266955224

Verantwortlich für den Inhalt gem. 10 (3) MDStV: Ulrich Bendel
Brüsseler Straße 5
65552 Limburg

Telefon: 06431/212496-0

E-Mail: info@etl-mcpmc.de

Web: www.etl-mcpmc.de

Um sich von unserem Newsletter abzumelden, senden Sie uns bitte eine kurze E-Mail.