

## Online Reputation Management 2012: Wettbewerbsvorteile sichern, Konsumentenvertrauen stärken

***Studien belegen: Die Kaufentscheidung fällt heutzutage verstärkt in den Social Media und in Online-Medien – klassische Werbe- und PR-Kanäle verlieren an Relevanz und Reichweite. Ein umsatzförderndes Konsumentenvertrauen lässt sich nur mittels Online Reputation Management und einer überzeugenden Präsenz in Social Networks, Blogs und Portalen schaffen. Der OnlineMarketingBerater informiert, mit welcher Strategie das digitale Reputationsmanagement zum Erfolg führt.***

Social Networks und Bewertungsportale sind heute längst kein Nebenschauplatz mehr, wenn eine umsatzstimulierende Marken- bzw. Unternehmenswahrnehmung gefordert ist. Gleich mehrere Studien aus den vergangenen Monaten belegen einen klaren Trend und untermauern, wie entscheidend das strategische Online Reputation Management für die Sicherung von Marktanteilen und insbesondere das langfristige Kundenvertrauen ist. Zugleich zeigen die Untersuchungen und Umfragen, dass Konsumenten durch Social Networks, Blogs und Bewertungsportale endgültig zu aktiven Meinungsmachern aufgestiegen sind, die über Markenwahrnehmung, Umsatz und Geschäftserfolg mitentscheiden.

Das US-Beratungshaus Cone Communications ermittelte für den „Online Influence Trend Tracker“, dass rund 80 Prozent der Konsumenten ihre Kaufentscheidung revidieren, wenn sie im Netz negative Berichte bzw. kritische Rezensionen und Kommentare zu Produkten und Marken lesen. Ein klarer Trend: Im Vorjahr waren es laut Cone 67 Prozent, die sich aufgrund negativer Empfehlungen anderer Kunden gegen einen Kauf entschieden haben. Die direkte Umsatzwirksamkeit der Online Reputation beweist eine Untersuchung der Harvard Business School: Lokale Betriebe, denen es gelang, im US-Bewertungsportal Yelp ihr Rating um einen Stern (von fünf möglichen Sternen) zu verbessern, steigerten in der Folge ihren Umsatz im Durchschnitt um 5 bis 9 Prozent.

Wie aber lässt sich eine vorteilhafte Online Reputation aufbauen, managen und gegen selbstverschuldete Imagerisiken – oder auch vorsätzliche Versuche der Rufschädigung – verteidigen? *Der OnlineMarketingBerater* setzt ganz auf das dynamische Online Reputation Management, agiert präventiv, aber auch reaktiv und bringt dabei ein breites Instrumentarium der Internet Public Relations zum Einsatz. Ziel ist die Schaffung einer robusten Online-Identität, die sich auch im Falle akuter Imagegefährdungen und Negativkampagnen als positiver Image- und Umsatzfaktor bewahren lässt.

Die Beratung zur Online Reputation beginnt mit einer gründlichen Status- und Potenzialanalyse der vorhandenen Internetpräsenz, das heißt der offiziellen Unternehmenswebseite, Corporate Blogs und natürlich Unternehmensauftritten in Social Networks. Parallel erfasst und klassifiziert *Der OnlineMarketingBerater* imagekritischen User Generated Content – also zum Beispiel kundengenerierte Einträge in Bewertungsportalen, Foren oder Social Networks. Nach Abschluss der Analyse erhält der Kunde ein ausführliches Reporting über potenzielle Imagegefährdungen bzw. bereits eingetretene Reputationsprobleme.

Im nächsten Schritt erstellt *Der OnlineMarketingBerater* in Kooperation mit der PR-

oder Presseabteilung einen Reputation-Handlungsplan, der Ziele, Methoden, Inhalte und Strategie der Kampagne definiert. In der Umsetzungsphase operiert *Der OnlineMarketingBerater* mit den Techniken der Internet Public Relations sowie mittels Social Media Communication, um den vorhandenen Marken- oder Unternehmensauftritt zu schärfen, zu erweitern und zu optimieren. Hierbei werden alle eingesetzten Mittel strikt an die Erfordernisse der Suchmaschinenoptimierung angepasst, um die Sichtbarkeit in den Google-Rankings zu maximieren und reputationsgefährdende Einträge auf hintere Plätze in den Suchergebnissen zu verweisen.

Weitere Informationen: <http://www.online-marketing-berater.com>

### ***Der OnlineMarketingBerater***

Mit einem bundesweiten Expertennetzwerk entwickelt *Der OnlineMarketingBerater* für Kunden aus verschiedenen Branchen individualisierte Lösungskonzepte zur Umsatz- und Imagesteigerung im Internet. Das Leistungsportfolio umfasst mit den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google AdWords (SEA), Social Media Marketing (SMM), Internet Public Relations (IPR), und Online Reputation Management (ORM) alle wesentlichen Disziplinen, die heute im Online Marketing und damit in der digitalen Geschäftswelt erfolgsentscheidend sind.

*Der OnlineMarketingBerater* betreibt Niederlassungen in Würzburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

### ***Der OnlineMarketingBerater***

Peter Zahn

Mozart-Center  
Berliner Platz 12  
97080 Würzburg

Tel.: +49 (0) 931 - 260 2750-0

Fax: +49 (0) 931 - 260 2750-29

E-Mail: [presse@online-marketing-berater.com](mailto:presse@online-marketing-berater.com)

Internet: <http://www.online-marketing-berater.com>