



((Marketing- und PR-Medien))

Digitalisierung

Online-Bewertungen bestimmen heute zu einem grossen Teil den Ruf eines Unternehmens oder einer Marke. Sich nicht darum zu kümmern ist fahrlässig.

Rund 85% der User messen einer persönlichen wie einer Onlinebewertung das gleiche Vertrauen zu – doch nur wenige Schweizer Unternehmen managen ihre Online-Kommentare so, dass sie langfristig zu mehr Umsatz führen. Das zeigt das Schweizer Startup re:spondelligent und mischt mit einem neuen Onlinedienst den Schweizer Markt auf. Vorreiter sind wie so oft die USA – hier wachsen selbst kleinere Marken über das clevere Management von Online-Kommentaren.

Noch vor 15 Jahren waren Online-Reviews Technikfreaks vorbehalten, dann wuchs zunehmend die Angst vor dem „Online-Pranger“ und heute teilt die breite Masse – von jung bis alt – seine Erfahrungen mit einer Marke online. Dies mit einem grossen Publikum.

So erstaunt es nicht, dass im letzten Jahr 97% aller Konsumenten mindestens einmal mit einer Online-Bewertung in Kontakt waren und so nicht nur die eigenen Peers, sondern auch Fremde zu Experten werden. Was heisst das aber für Unternehmen?

Konsumenten haben mit der Digitalisierung mehr denn je die Wahl wo Sie ihr Geld ausgeben. Die Wahl bringt aber auch viele Möglichkeiten seinen Entscheid vor dem Kauf „abzusichern“ – mittels Social Proof. Hier spielen nicht einzelne Bewertungen eine Rolle, sondern Muster. Nach diesen wird gesucht um vor allem ein mögliches negatives Erlebnis unbedingt zu vermeiden. Gesucht wird heute hauptsächlich auf dem Smartphone, das jederzeit dabei ist, und die Antworten von Google geniessen höchste Glaubwürdigkeit.

Reviews beeinflussen die Online-Reputation jedes Unternehmens und Marke

Das heutzutage Unternehmen jeder Branche und Grösse Ihre digitalen Kanäle überwachen, respektive überwachen lassen, ist schon fast Standard. Für die meisten Social-Media-Kanäle gibt es auch etliche Tools, die das übernehmen.

Bezüglich Online-Bewertung sieht das etwas anders aus. Diese Nische wurde lange Zeit stiefmütterlich behandelt, da man die Relevanz zu wenig verstanden hat. Viele Studien zeigen aber auf, dass Online-Bewertungen weit mehr als ungefiltertes Konsumentenfeedback sind, mit denen man bestenfalls Trends identifizieren kann. Sie sind ein Marketingtool, das die Online-Reputation stark beeinflusst.

Earned Media - Nutzen Sie Ihre Online-Bewertungen als Marketinginstrument

Online-Reviews sind Earned Media, deren Content man nur sehr schwer beeinflussen kann. Es gibt aber bei den Bewertungen einen gewichtigen Vorteil, man kann sie beantworten und hat als Unternehmen erst noch das letzte Wort – garantiert!

Nutzen Sie also das letzte Wort um Ihre Benefits aufzuzeigen, die Loyalität Ihrer Konsumenten zu verbessern, Angebote subtil zu bewerben und vor allem neue Kunden zu gewinnen. All diese Punkte sind mit einem cleveren Review-Management möglich.

„Es gibt heute keinen Unterschied mehr zwischen On- und Offline, wenn es um die Verbesserung der Customer-Experience geht“, sagt Alexander Zaugg, Gründer von re:spondelligent. Er kümmert sich mit seinem Team um das Review-Management seiner Kunden – vom Monitoring, über die Analyse bis hin zum Schreiben von Profi-Antworten im Namen der Kunden.

Das renommierte [Search Engine Journal](#) hat erst kürzlich belegt, dass Online-Reviews der prominenteste Faktor sind, wenn es um die Google-Suche für lokale Betriebe geht.

„Google hat verstanden, dass User-Generated-Content glaubwürdiger ist, als eigener“, so Zaugg weiter. Diesen Umstand nutzt er mit seinem Start-Up um die Nische der Online-Bewertungen für seine Kunden voll zu optimieren und Ihnen einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Ganz nach dem Motto:

“There is only one thing in life worse than being talked about, and that is not being talked about.” Oscar Wilde

Über die re:spondelligent GmbH:

Der Gründer Alexander Zaugg hat die letzten 10 Jahre in den Marketing- und Verkaufsabteilungen von Coca-Cola, Migros und Feldschlösschen sein Handwerk gelernt. Mit re:spondelligent will er und sein Team Unternehmen helfen, das Optimum aus Ihren Kundenfeedbacks zu holen. Neben einer cleveren Monitoring- und Analyse-Software, bietet re:spondelligent auch Beratung und Workshops zum Thema an. Unternehmen, respektive Agenturen, können das Antwort-Schreiben outsourcen und müssen die geschriebenen Antworten nur noch mit drei Klicks freigeben. Für Agenturen bietet die Firma spezielle Tarife.

Mit dem Firmensitz in Gersau/SZ und den Büros in Luzern, bekennt sich die re:spondelligent GmbH klar zur Schweiz, bietet den Service aber neben Deutsch auch auf Englisch an, um der globalen Welt von Online-Bewertungen gerecht zu werden.

Für weitere Informationen oder Bildmaterial ▪ www.respondelligent.com/media
re:spondelligent GmbH, Alexander Zaugg, Tel. +41 44 500 47 33, info@respondelligent.com