

Pressemitteilung 13.09.2011

Neue Einflussfaktoren für die Online-Reputation von Marken

New Communication veröffentlicht aktualisierte Version der bekannten Infografik

Kiel, 13.09.2011 – New Communication veröffentlicht eine aktualisierte Version der Infografik „Die Einflussfaktoren auf die Online-Reputation einer Marke“. In den 18 Monaten seit der letzten Veröffentlichung haben sich sowohl die Social-Media-Landschaft als auch die Informations-Gewohnheiten der Deutschen entscheidend verändert.

Reputation Control, ein Geschäftsbereich von New Communication, überprüft täglich tausende Internetseiten auf ihre Bedeutung für Unternehmen und Marken. Gleichzeitig analysiert Reputation Control die Reichweite und den Einfluss von Online-Beiträgen. Die Erkenntnisse der letzten Monate bilden die Grundlage für die neue Version der Reputationslandkarte fürs Social Web.

Daumen hoch und Stinkefinger aus 26 Richtungen

Die aktualisierte Grafik berücksichtigt insgesamt 26 verschiedene Online-Einflussfaktoren auf den Ruf einer Marke. Noch vor anderthalb Jahren war eine Einteilung in 19 Faktoren ausreichend.

Geobasierte Dienste (z. B. Facebook Places und Google Hotpots), Verbraucher-Ratgeber und Aggregatoren (z. B. Yasni oder rivva) haben an Bedeutung gewonnen und erscheinen in der neuen Übersicht als eigene Gruppen. Ebenfalls hinzugekommen sind die Segmente Whistle-Blowing (z. B. Wikileaks oder Openleaks) und Guerilla-Seiten (z. B. flashmob oder hackernews).

Hans-Joachim Gras, verantwortlich für Reputation Control bei New Communication, erklärt, warum die Übersicht aktualisiert wurde: „Unternehmen werden zunehmend transparenter, weil immer mehr Kunden, Mitarbeiter und Marktbeobachter Relevantes über die Marke veröffentlichen – und das auf ständig neuen Kanälen. Foren und Bewertungsportale sind in vielen Fällen weiterhin die bestimmenden Einflussfaktoren.“

Ein aktuelles Social-Media-Monitoring muss aber auch verstärkt Document-Sharing-Plattformen (wie Scribd und Slideshare) und

Aufklärungsportale auf dem Radar haben.“ Zu letzteren zählen Seiten von Organisationen wie Greenpeace, Foodwatch oder dem ULD aus Schleswig-Holstein.

An Bedeutung verloren haben laut Gras hingegen reine Empfehlungsdienste sowie Social-Bookmarking-Seiten wie Mister Wong.

Mehr Informationen unter Informationen über Online-Reputation-Management finden sich auf www.reputation-management-blog.de und www.reputation-control.de. Eine druckfähige Version der Infografik steht unter www.new-communication.de/presse zum Download bereit.

Reputation Control ist ein Service der New Communication GmbH & Co. KG Werbe- und Marketingagentur. Nutzergenerierter Content zu Marken, Produkten, Dienstleistungen, Anbietern und Arbeitgebern wird gefunden, klassifiziert, analysiert und bewertet. Die Berater fassen die Ergebnisse dann in Berichten zusammen, verdeutlichen Trends und Zusammenhänge und entwickeln auf Basis der Erkenntnisse neue Handlungsoptionen.

Ihr Ansprechpartner Hans-Joachim Gras
New Communication GmbH & Co. KG

Telefon: 0431/90 60 7-36

Fax: 0431/90 60 7-77

E-Mail: gras@new-communication.de

New Communication GmbH & Co. KG
Werbe- und Marketingagentur

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Silke Bäck

Jägersberg 23
24103 Kiel

Fon 0431-90 60 7-16
Fax 0431-90 60 7-57

E-Mail baeck@new-communication.de
www.new-communication.de