

Pressemitteilung 12.08.2009

Web 2.0 lehrt Rückbesinnung auf alte Tugenden

Ob Tourismus, Einzelhandel oder Unterhaltungselektronik – inzwischen werden nahezu alle Branchen, Produkte und Dienstleistungen im Internet bewertet. Das „Mitmach-Web“ ist zur wichtigsten Informationsquelle für Kaufentscheidungen geworden. Aber wie reagiert ein Unternehmen oder ein Dienstleister wie zum Beispiel ein Hotel, wenn seine Bewertungen so schlecht sind, dass dies die Firma gefährdet? Ein Kieler Unternehmen liefert innovative Lösungsansätze.

Interessenten vernetzen sich. Kunden berichten von ihren Erfahrungen in Weblogs oder tauschen sich in Internetforen aus. Und eine wachsende Zahl an Bewertungsportalen macht die Meinungen anderer Menschen über Produkte und Unternehmen innerhalb von Sekunden verfügbar.

Die Marketingagentur New Communication begegnet dieser Entwicklung mit einer innovativen Lösung, die bewusst auf die Chancen der veränderten Entscheidungs- und Onlinegewohnheiten setzt. Mit Ihrem Angebot „Reputation Control“ nutzen die Kieler Strategen das Potenzial der freiwillig in Foren und Bewertungsportalen geäußerten Meinungen und Wünsche aktiv für ihre Kunden.

Für die Unternehmen selbst ist es schlicht unmöglich, das Internet mit seinen immer neuen Meinungsumschlagplätzen auch nur ansatzweise im Auge zu behalten. „Mit Google kommt man dabei nicht weit.“ erklärt Hans-Joachim Gras, Spezialist für Reputation Control bei New Communication. „Entscheidend ist es, die Vielzahl an Beiträgen zu systematisieren, nach eigenen Kriterien zu bewerten und sie so zu einem repräsentativen Gesamtbild zu verdichten.“

Eine spezielle Software filtert aus dem Dschungel des so genannten Deep Web (Beiträge und Kommentare auf Websites, die mit herkömmlichen Suchmaschinen nur schwer gefunden werden) die potenziell relevanten Beiträge heraus. Berater bewerten diese hinsichtlich Relevanz, Tonalität sowie Aktualität und erstellen daraus einen regelmäßigen Bericht über den Ruf eines Anbieters. Auf dieser Basis erarbeitet die Agentur passende Handlungskonzepte für Marketing und PR, aber auch für Qualität und Service.



„Viele Unternehmen wollen zu Beginn erst einmal bestimmen, wie ihr Image in der Online-Diskussion aktuell aussieht.“, so Gras. Oft ergeben sich dabei schon einfach umzusetzende und effektive Verbesserungspotenziale oder auch gute Argumente für Vertrieb und Marketing. „Es geht im Wesentlichen um alte unternehmerische Tugenden: Zuhören, Reagieren, Begeistern und wieder Zuhören.“

Mehr Informationen unter www.reputation-control.de.

Das Produkt ist sicherlich ein zeitgemäßes Werkzeug für viele Unternehmer, Dienstleister und alle anderen, die ihren öffentlichen Ruf überprüfen und langfristig erhalten wollen.

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
Silvia Janzen

Jägersberg 23
24103 Kiel

Fon 0431-90 60 7-14
Fax 0431-90 60 7-73

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