

Pressemitteilung 26.03.2010

Neue Studie: Worüber sprechen Kunden stationärer Händler im Internet?

Überraschende Ergebnisse für wichtiges Umdenken!

Auf der diesjährigen Search Marketing Expo (SMX) stellte Hans-Joachim Gras, Berater für Online Reputation Management bei New Communication, erste Ergebnisse einer aktuellen Studie über Kundenmeinungen zum stationären Handel vor. Danach gehören z.B. Ansons und Abele Optik zu den Kundenlieblingen, während Karstadt und Apollo-Optik weniger gut abschneiden. Das Besondere an der Studie: Die Kundenmeinungen wurden ausschließlich im Internet gesammelt und analysiert. Wie ist die Reputation im Internet, was sagen die Kunden und wie können wertvolle Erkenntnisse daraus gezogen werden?

Das Reputation Control-Team von New Communication aus Kiel hat mit einer speziellen Suchsoftware über 40.000 Seiten zu den wichtigsten Ketten der Segmente Bekleidung, Schuhe, Accessoires und Augenoptiker gefunden. Anschließend haben Berater eine Stichprobe von über 12.000 Seiten auf Relevanz, Tonalität, Aktualität und die angesprochenen Themen untersucht. Dabei fanden Sie über 4.000 Kundenaussagen über H&M, Görtz, Christ, Fielmann & Co. Die Bewertungsskalen der unterschiedlichen Seiten wurden bei der Studie normalisiert, so dass sich ein vergleichbares Ranking ergibt.

„Das Bild, das Menschen von einer Marke im Kopf haben, wird stark im Internet geprägt. Dabei spielt es fast keine Rolle, ob das Unternehmen selbst online aktiv ist oder nicht.“, erklärt Gras. Eine ebenfalls im Rahmen der Studie durchgeführte repräsentative Online-Umfrage bestätigte, dass über 80% der Käufer Meinungen anderer Kunden im Internet gezielt heranziehen.

Interessant ist vor allem, über welche Themen sich Kunden auf Bewertungsportalen wie www.dooyoo.de oder Branchenverzeichnissen wie www.golocal.de auslassen. Natürlich wird hier auch über Preisniveau und Qualität geschrieben. Deutlich mehr Aussagen finden sich jedoch zu weichen Themen wie Atmosphäre, Freundlichkeit, Parkmöglichkeiten oder Umkleidekabinen: 47% der gefundenen Äußerungen haben weiche Faktoren zum Thema. Hier stecken wichtige Erkenntnisse für Filialisten und Franchise-Ketten, wie sich Kunden ihr Shoppingerlebnis wünschen.

Wie Gras erklärt, ist die Datenerhebung und -bewertung abgeschlossen. Die vollständige Studie wird Mitte April veröffentlicht. Unter www.new-communication.de können Informationen abgerufen werden. Im Laufe des Jahres werden weitere Untersuchungen, unter anderem der Segmente Elektronik und Lebensmittel folgen. auch einfach mal selbst. Ihr topaktuelles Tool für treffsichere Kommunikation wird unter dem Namen „Reputation Control“ angeboten. Damit ist die Agentur Vorreiter im Bereich Online Reputation Management.

Kontakt New Communication

New Communication GmbH & Co. KG
Verantwortlich: Hans-Joachim Gras
Jägersberg 23, 24103 Kiel
Tel. 0431- 906070
www.new-communication.de
gras@new-communication.de

Kontakt SMX

Rising Media Ltd
Schulstr. 29a
D-82234 Wessling
Tel: +49 (0) 8153 887 492
www.smxmuenchen.de
info@risingmedia.com

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