

BEDEUTUNG DER ONLINE-REPUTATION FÜR DEN HANDEL STEIGT

Veröffentlicht am 28. Februar 2013 von Annette

Für den Handel ist der Ruf entscheidend, auch und zunehmend im Internet. Gerade soziale Medien sind dafür verantwortlich, dass [...]



Für den Handel ist der Ruf entscheidend, auch und zunehmend im Internet. Gerade **soziale Medien** sind dafür verantwortlich, dass Transparenz und Reputationsmanagement für Unternehmen noch wichtiger geworden sind. Das hat die Studie „**PR im Handel 2013**“ des EHI Retail Institute ergeben.



91 Prozent der PR-Verantwortlichen im Handel wissen, wie **wichtig** die Reputation **für den wirtschaftlichen Erfolg** eines Unternehmens ist. Und 81 Prozent sind sich der Tatsache bewusst, dass **das Image in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen hat**. Viele sind sich einig, dass besonders soziale Medien dazu beigetragen haben, dass Kunden **immer kritischer beurteilen** und **mehr Transparenz im Handel** wünschen. Alles, was sich im Netz findet, ist daher **direkt mitentscheidend für den Erfolg eines Unternehmens** oder eines Produktes.

Aber: Social Media wird von der Mehrheit der Befragten nicht nur als Risiko, sondern auch als große Chance begriffen. Dank **effektivem Monitoring** fühlt sich die Mehrheit der Studienteilnehmer (74 Prozent) gut auf potenzielle Proteststürme vorbereitet. Fast ein Drittel der Unternehmen sah sich bereits mit digitaler Kritik konfrontiert.

Die Bedeutung eines guten Rufs ist für den Handel also kaum zu unterschätzen. Unternehmen sollten folgende Dinge tun, um Ihre Reputation im Internet bestmöglich zu steuern:

- eine **professionelle Webseite** und **Social Media Auftritte** erstellen

- hilfreichen **Online-Kundenservice** anbieten
- einen **Notfallplan** für den Fall eines Proteststurms verfassen
- aktives **Bewertungsmanagement** betreiben
- langfristiges **Monitoring** betreiben

Wer hochwertige Produkte und Dienstleistungen anbietet und sich aktiv um seinen Ruf im Netz bemüht, wird mit loyalen Stammkunden und neuen Kunden belohnt. Die Zeiten, in denen ein Webauftritt eine Kür, aber keine Pflicht war, sind endgültig vorbei. Heute **informieren sich Kunden überall via Smartphone** zu Preisen und Bewertungen, **googeln Produkte und Unternehmen** und schauen, was ihre **Freunde auf Facebook** empfehlen. Wer da dem immer größer werdenden Konkurrenzdruck standhalten will, sollte auch und gerade das digitale Spielfeld im Auge behalten.

Thumbnail Image: [Babylone - 02](#) von [poilodo](#) via [CC BY-SA 2.0](#)