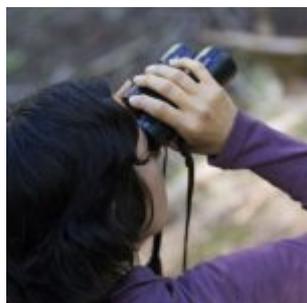


MONITORING: KENNEN SIE IHRE ONLINE-REPUTATION?

Veröffentlicht am 4. Februar 2013 von Annette

Rufmord, Kritik und kritische Bewertungen im Internet sind eines der großen Internet-Schreckgespenster für Unternehmen. Viele [...]



Rufmord, Kritik und kritische Bewertungen im Internet sind eines der großen Internet-Schreckgespenster für Unternehmen. Viele fürchten, **keine Kontrolle** über das ständig wachsende **Massenmedium** zu haben, in dem die Kunden so viel Öffentlichkeit bekommen wie noch nie zuvor. Stellen Sie sich jetzt vor, Sie hätten eine Art **Alarmanlage für Kritik** im Netz, die Sie direkt warnt, wenn irgendwo etwas in Bezug auf Ihr Unternehmen erwähnt wird. Gibt's nicht? Falsch. Genau das kann professionelles **Monitoring**.

Monitoring bedeutet nichts weiter als "Überwachen" oder "Beobachten". Social Media Monitoring meint also die Beobachtung des Internets und der sozialen Medien hinsichtlich eines bestimmten Themas oder eines Namens bzw. Unternehmens. Indem man sämtliche Kommunikationskanäle kontinuierlich im Blick hat, behält man nicht nur den Überblick über **Lob und positive Erfahrungsberichte**, sondern man kann auch **frühzeitig und offensiv auf Kritik reagieren**.

Als erstes muss herausgefunden werden, **wo sich die eigene Zielgruppe im Netz aufhält** und dann müssen diese Plattformen systematisch beobachtet und ausgewertet werden. Diese Auswahl ist für jedes Unternehmen individuell zu treffen. Eine wichtige Rolle spielen nicht nur **Facebook, Twitter und Google+**, sondern auch **themenspezifische Foren**. Die Größe des Unternehmens ist irrelevant, denn auch und gerade ein kleines Unternehmen kann viel Umsatz durch nur wenige schlechte Bewertungen oder kritische Blog-Einträge verlieren.

Wie geht man nun beim Monitoring vor? Wenn man keine professionellen Tools oder einen externen Dienstleister in Anspruch nimmt, kann man damit beginnen, **regelmäßig den eigenen Firmennamen, die Produkte oder die verkauften Marken zu googlen**. Auch die Namen der Mitbewerber sollte man hin und wieder suchen. Vergessen Sie nicht, auch auf Plattformen wie Qype, GuteFrage, Ciao und Idealo zu suchen, hier gibt es besonders viele Erfahrungsberichte. Man kann auch eine automatische Benachrichtigung eintragen, zum Beispiel bei Google Alerts.

Generell gilt: Lesen Sie regelmäßig, was Ihre Kunden und Kritiker über Sie schreiben. Bedanken Sie sich für Lob und entschuldigen Sie sich bei Kritik. Setzen Sie Verbesserungsvorschläge von Kunden um. So können Sie nicht nur Ihre **eigenen Leistungen verbessern**, sondern auch Ihr **Image stärken**. Monitoring ist damit ein essentieller Teil von erfolgreicher Online-PR.

Thumbnail Image: [Observing](#) von [Mount Rainier NPS](#) via [CC BY 2.0](#)