



ERFOLGSFAKTOR ONLINE- REPUTATION

WIE RELEVANT SIND ONLINE-BEWERTUNGEN FÜR DIE KAUFENTSCHEIDUNG?

Am wichtigsten bei der Informationssuche über Produkte und Dienstleistungen sind:



Aufgepasst bei negativen Bewertungen!



REPUTATIONSMANAGEMENT - JA ODER NEIN?

Chancen

Herausforderungen

- 64% Vertrauen aufbauen
- 48% Kundenstamm erweitern
- 41% Kundenbindung stärken
- 36% Wettbewerbsvorteil ausbauen
- 28% Konversionraten erhöhen

- mangelnde Zeit/Ressourcen 37%
- aufzubauender Business Case 15%
- fehlende Kenntnisse 15%
- unzureichende Unterstützung durch Management 11%
- gefälschte, negative Rezensionen 10%



Technologie-gestütztes Reputationsmanagement überwindet die größten Herausforderungen und macht Chancen leichter nutzbar.

CUSTOMER EXPERIENCE UND ONLINE-REPUTATION - ZWEI SEITEN EINER MEDAILLE?



Für den Verbraucher zählen Bewertungen auf Drittanbieter-Seiten und Kundenreferenzen mehr als Social-Media-Berichte. Tipp: Unternehmen müssen da sein, wo sich potenzielle Kunden wirklich informieren.

FEEDBACK KORREKT MANAGEN - ABER WIE?

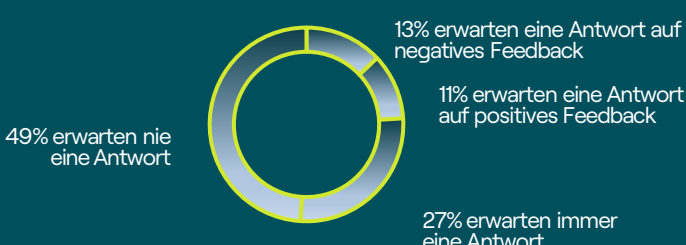
Welche Kanäle nutzen Sie, um aktiv Feedback einzufordern?

Über welche Kanäle haben Sie schon auf eine Feedbackanfrage entsprechend reagiert?



Gut zu wissen: E-Mails besitzen als Kanal für Feedbackanfragen bislang ungenutztes Potenzial.

Besserer Umgang mit Feedback = bessere Customer Experience:



Die Erwartungsvollen nicht enttäuschen und die Genügsamen positiv überraschen - so entsteht eine gute Customer Experience.

Auf Kundenfeedback zu antworten, wirkt sich bei Verbrauchern positiv aus:

auf die Bewertung der Zufriedenheit

auf die Wahrscheinlichkeit eines erneuten Einkaufs

auf die Markenwahrnehmung

41%

37%

36%

Reputationsmanagement und Customer Experience Management gehen Hand in Hand - für bessere Kundenerfahrungen und nachhaltigen Unternehmenserfolg!

Reputation

Statistische Daten: n=1.000 Verbraucher bzw. nU=503 Unternehmen. Eine Umfrage von London Research und Reputation.com