

Online-Reputation-Management - Ihr guter Ruf im Web

10.06.2011, 13:26 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Synchron-Marketing GmbH*

Presseagentur: *Synchron-Marketing GmbH*

Soziale Netzwerke wie Facebook, Xing & Co., die Blog-Szene und natürlich Youtube und Google selbst haben in den letzten Jahren einen phänomenalen Aufschwung erlebt. Und damit wird eine Frage immer wichtiger: Was wird in Bewertungsportalen, Facebook, Foren etc. über mich oder mein Unternehmen geschrieben? Es ist fast unmöglich, als Unternehmen eine durchgehend saubere Weste aufzuweisen. Denn fehlerfreies Wirtschaften gibt es nicht. Und selbst wenn es das gäbe - irgendwem passt immer irgendetwas nicht. Unzufriedene Kunden sind dabei genauso wichtig, wie kritische Wichtigtuer, die gar keine Kunden sind.

Also was tun, wenn eine Google Suche nach dem eigenen Namen oder nach dem Unternehmen negative Einträge bringt? Wenn in sozialen Netzwerken schlecht geredet wird - egal ob zu Recht oder zu Unrecht?

Zunächst muss man das überhaupt bemerken. Und dazu ist es nötig, die wichtigsten Kanäle "mitzuhören". Google, Facebook, Twitter, Youtube und die Blogosphäre sollten regelmäßig überwacht werden. Am besten mit einem sog. Social-Media-Dashboard.

Damit kann man den eigenen Namen, den seines Unternehmens, von Marken und Produkten, die Namen der Geschäftsleitung und wichtiger Mitarbeiter, Werbe-Aktionen, Wettbewerber, wichtige Kunden etc. online im Blick behalten.

Die Monitoring Software scannt danach regelmäßig Millionen von Webpages: Soziale Netze, Blogs, Medien- und News-Seiten, Videos, Bilder, Foren etc. und informiert über Treffer, die zu den definierten Suchbegriffen passen. Damit das Ganze effektiv ist, empfiehlt es sich, vorher eine detaillierte Suchbegriffs-Recherche machen zu lassen.

Die Trefferliste des Social-Media-Dashboards sollte Veröffentlichungsdatum, Quelle, Titel und Zusammenfassung jedes Treffers enthalten und nicht nur nackte Zahlen zeigen, sondern auch das Gewicht der Trefferseiten. Alle Meldungen sollten sich außerdem in positiv, negativ oder neutral einteilen lassen.

Wenn dabei Negativmeldungen identifiziert werden, gilt es besonnen und richtig zu reagieren. Jeder Kanal braucht eine besondere Strategie. So müssen Negativ-Treffer bei Google anders behandelt werden, wie aus dem Ruder gelaufene Diskussionen in der Blog- oder Social-Network-Welt.

Ganz grundsätzlich kann man jedoch sagen, dass die optimalen Mittel meistens keine juristischen sind. Denn eine Abmahnung oder Klage entwickelt im Internet schnell den viralen Charme eines mutierten Grippe-Erregers. Der so losgetretenen Welle von Blogposts, Tweets und Forumsbeiträgen ist juristisch nicht mehr beizukommen.

Weitere Informationen:

www.reputation-im-internet.de

Portrait

Die Synchron Marketing GmbH arbeitet als Online-Marketing-Dienstleister für mittelständische und große Unternehmen, sowie für klassische Werbeagenturen.

Ihre Schwerpunkte sind Analyse + Beratung, Suchmaschinen-Marketing (SEM), Suchmaschinen-Optimierung (SEO), Social-Media, Video-Produktionen, intelligentes Linkbuilding, Online-PR, Online Reputation Management uvm.

Synchron-Marketing GmbH

Michael Kaindl

Leopoldstr. 244

80807 München

info@synchron-marketing.de

www.synchron-marketing.de

Tel.: 01805-7962766

Fax.: 01805-7962767

(Festnetzpreise: 14 ct/min, Mobilfunkpreise max. 42 ct/min)

News-ID: 545388 • Views: 726 (Stand: 20.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/545388/Online-Reputation-Management-Ihr-guter-Ruf-im-Web.html>