

Das Online-Gesicht einer Marke

10.01.2014, 07:22 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *New Communication GmbH & Co. KG*



New Communication/Reputation Control, Infografik 2014: Das Online-Gesicht einer Marke

Kiel, 9. Januar 2014 – New Communication veröffentlicht die aktuelle Infografik zur Online-Reputation „Das Online-Gesicht einer Marke“. Die überarbeitete Version fasst die veränderten Einflüsse auf die Online-Reputation zusammen. Erstmals zeigt die neue Darstellung auch die unterschiedliche Gewichtung der Einflussbereiche und ihrer Akteure.

Gesichter erkennen und erinnern wir in Sekundenbruchteilen. Auch Marken zeigen im Internet ein Gesicht, das attraktiv oder hässlich, natürlich oder geliftet, sympathisch oder abstoßend wirken kann. In den 18 Monaten seit der letzten Version der bekannten Reputation-Control-Infografik haben in Deutschland neue Dienste wie Greenleaks, vine oder twitch Bedeutung erlangt. Andererseits haben Portale wie Qype, Lokalisten, Mr. Wong oder die VZ-Netzwerke an Relevanz für die Online-Reputation verloren.

Die Infografik visualisiert, wie sich anhand der aktuell relevanten Dienste, Portale und Netzwerke das Online-Gesicht

einer Marke für 2014 zusammensetzt. Die unterschiedlichen Partien des Gesichts stehen für die verschiedenen Cluster der Online-Reputation:

Zuerst schauen wir auf die Augen – den Spiegel der Seele. Sie sind im Internet versteckt hinter der Sonnenbrille der Aggregatoren, wie Suchmaschinen, Tarifrechner und Social Bookmarks. Oft sind sie für den ersten Eindruck einer Marke verantwortlich. Erst danach wandert der Blick zum Mund, der Unternehmenskommunikation und damit dem, was ein Unternehmen selbst kommuniziert.

Die Haare schön oder Bad-Hair-Day? Die Frisur ist wohl das, was den Typ eines Gesichts am stärksten beeinflusst. Redaktionelle Verbraucherinfos sowie Sharing-Plattformen tragen mit ihrem großen Vertrauensbonus, der hohen Sichtbarkeit und enormen Reichweite extrem zum aktuellen Look einer Marke bei.

Mit den weiteren Gesichtspartien Stirn, Wangen, Nase und Ohren vervollständigt sich das Gesicht einer Marke im Netz. Mehr Informationen und die ausführliche Erläuterung der Grafik finden Sie auf www.reputation-management-blog.de

Reputation Control ist ein Service der New Communication GmbH & Co. KG Werbe- und Marketingagentur. Reputation Control findet, klassifiziert, analysiert und bewertet nutzergenerierten Content zu Marken, Produkten, Dienstleistungen, Anbietern und Arbeitgebern.

Ihr Ansprechpartner zum Thema ist Hans-Joachim Gras, gras@new-communication.de oder 0341/90 60 7-36.

Eine druckfähige Fassung der Grafik finden Sie unter http://www.new-communication.de/fileadmin/user_upload/Static_Navigation/Presse/pdf/Reputation_Control_Das_Online_Gesicht_einer_Marke_2014_druck.pdf

Mögliche Twitter-Nachricht:

Das Online-Gesicht einer Marke: New Communication veröffentlicht aktuelle #Infografik zur Online-#Reputation, #ORM

Portrait

Bei New Communication ist der Name Programm: Treffsichere Kommunikation für ihre Kunden ist das oberste Ziel der Kieler Werbe- und Marketingagentur. Dazu setzt das 48-köpfige Team um Geschäftsführer Sören Mohr schon seit dem Jahr 2000 stets auf die neuesten Kommunikationstechniken, Mediengattungen und Marketingstrategien. Alles über die Mission der Kieler Kommunikationsspezialisten unter www.new-communication.de

News-ID: 770019 • Views: 1081 (Stand: 05.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/770019/Das-Online-Gesicht-einer-Marke.html>