

Kunden gewinnen oder verlieren im Internet



Das Internet hat einen grösseren Einfluss auf Kaufentscheidungen von Kunden als Zeitungen, TV und Radio zusammen. Dass dies stimmt, dürfte kaum jemand anzweifeln – zumal es auch mehrere grosse Studien zum Thema gibt. Was ist mit Einfluss auf Kaufentscheidungen gemeint? Wenn du auf der Suchmaschine deiner Wahl einen Anbieter suchst, seine Werbeanzeige klickst und auf seiner Webseite bestellst, ist der Einfluss wohl jedem klar. Was ist aber, wenn du auf einer Messe auf ein interessantes Produkt stösst, du dir aber vor dem Kauf zuerst ein Bild vom Hersteller machen willst? Nehmen wir an, du entdeckst dann eine unterirdische Webpräsenz oder du findest das Unternehmen im Internet erst gar nicht.

Oder dich springen viele negative Bewertungen, inklusive Kommentaren, an und du brichst deine Recherche ab, bevor du überhaupt die entsprechende Webseite besucht hast. Ist dir das auch schon passiert? Auch das ist der Interneteinfluss auf Kaufentscheidungen der Kunden. Das letzte Thema, also dasjenige der Bewertungen, war unlängst ausgiebig in den Medien – zurecht. Einerseits wird die Möglichkeit, Bewertungen zu lesen und zu schreiben, immer vielfältiger und einfacher. Andererseits häufen sich die Fälle, bei denen Unternehmen mit geschäftsschädigenden Reputationsverlusten, aufgrund von Internetbewertungen, zu kämpfen haben. Deshalb ist es logisch, dass in diesem Bereich auch viel Betrug stattfindet. Es werden von Mitbewerbern falsche negative Bewertungen geschrieben oder falsche positive Kundenfeedbacks gekauft – inklusive handgeschriebenen Kommentaren. Problematisch ist hierbei, dass gefakte Bewertungen gegen das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb verstossen und strafbar sind.

Wer es aber je versucht hat, eine unechte negative Bewertung aus dem Web zu entfernen, weiss: Das ist nahezu unmöglich – oder braucht jedenfalls viel Zeit, Geld und Nerven. Gefährlich wird es dann, wenn Unternehmen Google, Facebook und Co. gar nicht auf dem Radar haben. Das zwingende Minimum an Reputationsmanagement im Internet ist eine regelmässige Überprüfung der Unternehmensbewertungen oder sogar ein Tool mit einem Meldungssystem – das gilt auch für kleine Unternehmen.

Spezialanlass bei Google in Zürich:

Kompaktseminar «Onlinewerbung für KMU»

Im Internet werden Kunden gewonnen und es wird Geld verdient – das ist eine Tatsache. Es ist aber auch möglich, im Web Kunden zu verlieren. Gründe dafür können beispielsweise eine schlechte Webseite oder mangelnde Kenntnis über Onlinewerbung sein. Viele Unternehmer und Marketingverantwortliche in KMU unterschätzen die Kraft von Werbemassnahmen im Internet. Oder sie meinen, dass diese nur Grossunternehmen mit viel Budget und Manpower offenstünden. Denkst du das auch? Dann solltest du dich unbedingt vom Gegenteil überzeugen lassen – und dich zu diesem Seminar anmelden. Das Kompaktseminar «Onlinewerbung für KMU» wird bei Google Schweiz in Zürich durchgeführt.

Datum: Mittwoch, 16. März 2022 von 13:30 – 16:30 Uhr

Ort: Google Zürich Europaallee F
Europaallee 36, 8004 Zürich und als Livestream

Kosten: CHF 98.00

Anmeldung: www.martin-aue.com oder Telefon auf 033 650 10 10



Martin Aue ist einer der führenden Experten für «Sichtbarkeit» im deutschsprachigen Raum. Der Berner Oberländer mit Jahrgang 1978 ist bekannt für seine erfolgreichen Werbestrategien für den Mittelstand – oder, wie die Schweizer sagen, für KMU. Als Businessvormacher und Unternehmermentor hält er schon seit 20 Jahren begeisternde Vorträge und ist Autor von vielen Publikationen, wie Büchern, Fachtexten, Newsletter sowie Online-Programmen.

MARTINAUE