

Social Media: Reagieren Sie auf Kommentare von Kunden?

☒ Wie können Sie als Unternehmen den bestmöglichen Kundenservice bieten und dabei gleichzeitig Ihren guten Namen bzw. Ihre Marke schützen? Die Antwort ist denkbar einfach: Indem Sie sich über Einträge oder Kommentare, die sich auf Ihr Unternehmen beziehen, auf dem Laufenden halten und auf diese reagieren.

Wie das Ganze in der Praxis umgesetzt werden kann, erfahren Sie im folgenden Beitrag.

Feedback & Kommentare von Kunden

Wenn ein Kunde unzufrieden mit dem Service oder den Leistungen eines Unternehmens ist, erzählt er üblicherweise seinen Freunden davon. In den Zeiten von Facebook, Twitter und Co. kann ein einzelner unzufriedener Kunde viel größeren Schaden anrichten, denn durch Social Media Plattformen ist es möglich, dass in kürzester Zeit Tausende von Usern von diesem negativen Feedback über Ihr Unternehmen erfahren. Nehmen wir beispielsweise Twitter. Jemand, der 5000 Follower hat, könnte twittern oder auf Facebook posten, dass er mit Ihrem Online-Shop nicht zufrieden ist. So erfährt möglicherweise in Sekunden eine große Anzahl von Lesern davon.

Halten Sie sich auf dem Laufenden

Im Gegensatz zum Offline-Bereich, wo Sie oft gar nicht davon erfahren, wenn jemand etwas negatives über Ihr Unternehmen oder Ihre Marke sagt, können Sie online anders reagieren. Indem Sie Services wie den von **Google Alerts** einsetzen, können Sie sich ein Frühwarnsystem einrichten, das Ihnen jedes Mal, wenn etwas im Internet über Ihr Unternehmen oder Ihre Marke veröffentlicht und durch Google indexiert wird, eine Nachricht schickt.

Es kommt dabei nicht darauf an, ob Ihre Marke oder Ihr Unternehmen im Content-Teil von Beiträgen oder im Kommentarbereich von Blog-posts, in Tweets oder bei Facebook auftaucht. Sie werden in jedem Fall darauf aufmerksam.

Wie können Sie negative Kommentare zu Ihrem Vorteil nutzen?

Sie können nun diese Situation zu Ihrem Vorteil nutzen, indem Sie umgehend selbst einen Kommentar formulieren. Bei Kritik sollten Sie jetzt versuchen, so schnell wie möglich offen zu reagieren und jede Frage oder jedes Missverständnis etc. aufzuklären. Der Kunde fühlt sich so ernst genommen und gut bei Ihnen aufgehoben.

Studien haben gezeigt, dass negative Kommentare über ein Unternehmen, die durch dieses zeitnah entsprechend beantwortet werden, oft glaubwürdiger sind als ausschließlich positive Einträge. So kann durch eine entsprechende Antwort auf negative Kommentare die Online-Reputation und das **Image eines Unternehmens oder einer Marke** sogar gestärkt werden und ein hoher Grad von Kundenbindung erreicht werden.

Bei negativen Kommentaren passiert es sogar oft, dass andere Leser verteidigend einschreiten und für den Angegriffenen Partei ergreifen. Das ist natürlich der absolute Idealfall.

Unzufriedene Kunden in zufriedene verwandeln

So können Sie nicht nur einen unzufriedenen Kunden in einen zufriedenen verwandeln, sondern Sie bekommen gleichzeitig die Chance, einer Vielzahl von Lesern zu zeigen, dass Ihnen Kunden wichtig sind und Sie alles, was in Ihrer Macht steht tun um diese zufrieden zu stellen. Denn nun ist nicht nur der Kommentar für eine Vielzahl von Lesern sichtbar, sondern auch Ihre Antwort.

Vorraussetzung ist allerdings, dass Sie stets informiert sind, was über Sie geschrieben wird. Über den folgenden [Link](#) können Sie sich die Google Alerts einrichten.

Haben Sie bereits Erfahrungen mit Google Alerts oder ähnlichen Services sammeln können? Dann schreiben Sie doch einen Kommentar.