

US-Studie: 78% der Verbraucher informieren sich online über KMU

Konsumenten fordern von kleinen und mittelständischen Unternehmen überzeugenden Internetauftritt – *Der OnlineMarketingBerater* informiert

Kunden erwarten heute auch von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) einen professionellen, serviceorientierten Internetauftritt. Zugleich entscheidet der Faktor Online Reputation Management immer stärker über den geschäftlichen Erfolg lokaler Dienstleister und Einzelhändler. Der OnlineMarketingBerater informiert über die Ergebnisse einer aktuellen Verbraucherumfrage von O2 Business.

Online-Marketing und aktive Kundenkommunikation im Netz werden zunehmend auch für KMU zum Pflichtprogramm. Das belegt eine aktuelle Befragung von rund 2.000 Konsumenten im Auftrag von O2 Business. Wie die Marktforscher ermittelten, informieren sich 78 Prozent der Verbraucher regelmäßig online über kleine und mittelständische Unternehmen bevor sie eine mögliche Kaufentscheidung treffen. Dabei zeigt sich: Kann der Webauftritt konzeptionell nicht überzeugen oder ist kaum auffindbar, bleiben wichtige Chancen und Umsatzpotenziale ungenutzt. Unternehmen, die über keinen eigenen Onlineauftritt verfügen, werden laut Umfrage von rund einem Viertel bei der Kaufentscheidung ignoriert; für 46 Prozent der Konsumenten belegt hingegen eine starke Web- und Social-Media-Präsenz eine besondere Kundenorientierung. Erwartet wird kundenseitig insbesondere eine prompte und unkomplizierte B2C-Kommunikation; dies fordern 71 Prozent der Studienteilnehmer.

Zugleich untermauert die Studie die steigende Bedeutung von Online-Bewertungen und -Rezensionen auch für KMU. 72 Prozent der Befragten geben an, bei negativen Erfahrungen mit dem Kundenservice von Kleinunternehmen dauerhaft auf Distanz zu gehen. Eine Mehrheit verschafft ihrem Ärger zudem (auch online) Luft: Mehr als zwei Drittel der Verbraucher (67 Prozent) berichten im Durchschnitt acht Bekannten und Freunden von negativen Erlebnissen – zum Beispiel in Bewertungsportalen oder Social Networks. Die Risiken sind bekannt: Kritische Beiträge werden in den Google-Ergebnissen sichtbar und können den guten Ruf im Netz beeinträchtigen.

Das Fazit der Studie lässt sich einfach formulieren: KMU brauchen Online-Marketing, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten – auch wenn sie lokal oder regional begrenzt ihre Produkte und Services anbieten. *Der OnlineMarketingBerater* unterstützt KMU dabei, sich online als klar konturierte Marke zu etablieren und das Internet als Vertriebs- wie auch als Kommunikations- bzw. Serviceplattform zu aktivieren. Im Rahmen individueller Kampagnen sorgen Suchmaschinenexperten dafür, dass örtliche Fachhändler bei standortspezifischen Produktsuchbegriffen an prominenten Positionen in Google listen. Flankierend übernimmt *Der OnlineMarketingBerater* den Bereich Markenaufbau und Internet-PR. Über Fachbeiträge in Magazinen, Online-Pressearbeit, Blogging und die Kommunikation in Social Media lässt sich für KMU ein starkes Markenimage im Netz schaffen und verteidigen.

SEO und Reputation Management für KMU – weitere Informationen:
<http://www.online-marketing-berater.com>

Der OnlineMarketingBerater

Mit einem bundesweiten Expertennetzwerk entwickelt *Der OnlineMarketingBerater* für Kunden aus verschiedenen Branchen individualisierte Lösungskonzepte zur Umsatz- und Imagesteigerung im Internet. Das Leistungsportfolio umfasst mit den Bereichen Suchmaschinenoptimierung (SEO), Google AdWords (SEA), Social Media Marketing (SMM), Internet Public Relations (IPR), und Online Reputation Management (ORM) alle wesentlichen Disziplinen, die heute im Online Marketing und damit in der digitalen Geschäftswelt erfolgsentscheidend sind.

Der OnlineMarketingBerater betreibt Niederlassungen in Würzburg, Frankfurt am Main und Stuttgart.

Der OnlineMarketingBerater

Peter Zahn

Mozart-Center
Berliner Platz 12
97080 Würzburg

Tel.: +49 (0) 931 - 260 27500
Fax: +49 (0) 931 - 260 2750-29

E-Mail: presse@online-marketing-berater.com
Internet: <http://www.online-marketing-berater.com>