



Revolvermänner Studie: Online Reputation Management für Versicherer

Nutzergenerierte Inhalte über Versicherer im Internet sind zu einem großen Teil negativ. Eine Studie der Revolvermänner GmbH zeigt, dass das große Gefahrenpotential von der Branche noch nicht erkannt wurde.

(Düsseldorf) Soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter stellen für Versicherer ein oft unterschätztes Risiko dar. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die die Düsseldorfer Revolvermänner GmbH (<http://www.revolvermaenner.com/presse-und-karriere/studien-und-trendforschung.html>) gemeinsam mit der internationalen Strategieberatung Roland Berger Strategy Consultants vorgelegt hat. Ein ganzheitliches Online Reputation Management hilft, diese Risiken zu kontrollieren und öffnet Unternehmen zugleich neue Kommunikationskanäle.

Rund zwei Drittel aller Top-20-Versicherungsunternehmen in Deutschland haben einen schlechten Ruf: Gibt man ihren Namen in eine der gängigen Internet-Suchmaschinen ein, finden sich negative Bewertungen dieser Unternehmen bereits unter den ersten zehn Suchergebnissen. Betrachtet man diese Suchergebnisse im Einzelnen, bietet sich ein ebenfalls trübes Bild: 36 Prozent aller Einträge beklagen sich über Preise und Leistungen, 27 Prozent beanstanden schlechten Service und weitere 14 Prozent bemängeln die Produkte und deren Qualität. Der Grund für dieses schlechte Image der Versicherer ist jedoch nicht in tatsächlich mangelhafter Produkt- oder Servicequalität zu suchen: Vielfach ist es auch der unbeholfene Umgang der Finanzdienstleister mit den aktuellen Online-Medien und fehlendes Online Reputation Management, der für deren schlechte Reputation verantwortlich ist. "Mit dem Vormarsch von Web 2.0 und sozialen Netzwerken hat sich das Internet grundlegend verändert - und damit verändert sich auch die wirkliche Welt", erläutert Christian Scherg, Gründer und Geschäftsführer der Revolvermänner GmbH, die Studie: "Reichte es im sogenannten Web 1.0 aus, im Internet eine Unternehmensseite anzubieten, die Produkte, Leistungen oder Tarife eines Versicherers präsentierte, muss man im Web 2.0 grundsätzlich umdenken und ein Online Reputation Management in Betracht ziehen. Hier eröffnen soziale Netzwerke, Bewertungsportale und Kommunikationskanäle jedem Anwender die Möglichkeit, seine Meinung an die Öffentlichkeit zu tragen. Diese Kommentare und Bewertungen stehen dann im Internet, werden von den Suchmaschinen erfasst und erzeugen so schließlich ein Online-Image, das den Unternehmen auch in der wirklichen Welt Probleme bereitet." Trotz dieser riskanten Situation wird das Web 2.0 noch immer von vier Fünftel aller Versicherungsgesellschaften weitgehend ignoriert: Lediglich 18 Prozent der Versicherer sind beispielsweise mit eigenen Seiten auf Facebook vertreten. Negative Bewertungen auf sozialen Netzwerken werden in aller Regel nicht wahrgenommen, geschweige denn darauf reagiert. Um dieser Herausforderung nachhaltig begegnen zu können, müssen die Versicherer ein aktives Online Reputation Management implementieren: Sie müssen die Kommunikationskanäle des Web 2.0 nicht nur zur Selbstdarstellung nutzen, sondern auch zur aktiven Kommunikation mit ihren Kunden und Interessenten. Regelmäßiges Monitoring der Kanäle und Plattformen des Web 2.0 verhindert, dass negative Äußerungen über die Versicherer unbeachtet bleiben oder sich gar unkontrolliert im Netz verbreiten.

Online Reputation Management eröffnet den Versicherern nicht allein die Möglichkeit, Kritik zu adressieren, ehe sie ausfüttert. Darüber hinaus bietet sich den Unternehmen hier auch die Chance, diese Kritik quasi als kostenlose Marktforschung in die Weiterentwicklung von Produkten und Services einfließen zu lassen. Unter <http://www.revolvermaenner.com> können die Studienergebnisse detailliert eingesehen werden.

Pressekontakt

Revolvermänner GmbH

Herr Christian Scherg
Schiessstraße 44a
40549 Düsseldorf

revolvermaenner.com
kontakt@revolvermaenner.com

Firmenkontakt

Revolvermänner GmbH

Herr Christian Scherg
Schiessstraße 44a
40549 Düsseldorf

revolvermaenner.com
kontakt@revolvermaenner.com

Die Revolvermänner GmbH ist die Marktführerin für strategisches Reputationsmanagement in Deutschland. Der ganzheitliche Ansatz der Revolvermänner GmbH analysiert, schützt und steuert die Reputation ihrer Klienten, im Web als auch offline. Die internationalen Klienten der Revolvermänner GmbH sind sowohl KMU, als auch börsennotierte Konzerne, politische Parteien und Personen des öffentlichen Interesses. Das Produktportfolio der Revolvermänner GmbH ist einzigartig, da der strategische Ansatz zu branchenspezifischen Dienstleistungspaketen weiterentwickelt wurde.

Anlage: Bild



REVOLVERMÄNNER
MARKETING MANAGEMENT