

SO STÄRKEN SIE DAS KUNDENVERTRAUEN MIT SOCIAL MEDIA

Veröffentlicht am 7. August 2012 von Annette

Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen ist das Vertrauen der Kunden äußerst wichtig. Sie müssen Überzeugungsarbeit leisten, warum man nicht [...]

Gerade für **kleine und mittelständische Unternehmen** ist das **Vertrauen der Kunden** äußerst wichtig. Sie müssen Überzeugungsarbeit leisten, warum man nicht zu einem größeren oder anderen Anbieter gehen soll; müssen es schaffen, dass die Kunden sich gut bei Ihnen fühlen, damit sie wieder kommen. Social Media kann einen erheblichen Beitrag genau dazu leisten. Wie nutzt man das Potential?

1. Machen Sie Ihre Kunden zu Verbündeten.

Soziale Netzwerke wie Facebook haben die Kommunikationshürde zwischen Unternehmen und Kunden endgültig niedrigerissen. Unternehmen können auf einer äußerst **persönlichen Ebene** mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt treten und Informationen teilen, ohne zu verkaufen. Kunden können aktiv [in die Gestaltung der eigenen Produktpalette miteinbezogen](#) werden und somit zu Verbündeten gemacht werden. Durch den Aufbau einer persönlichen Beziehung mit dem Kunden wird dessen Vertrauen gestärkt und er wird an das Unternehmen gebunden - aus freier, eigener Entscheidung.

2. Lassen Sie Ihre Kunden urteilen.

[Kundenbewertungen auf Qype, Google+ Local und anderen Plattformen](#) stärken das Vertrauen in ein Unternehmen. **Menschen orientieren sich bei Entscheidungen an den Handlungen anderer Menschen** - angeblich sind sogar 95% Nachahmer und nur 5% Initiatoren. Das heißt, wenn jemand im Internet sieht, dass andere Benutzer Ihr Unternehmen gut bewertet haben, wird viel eher geneigt sein, sich ebenfalls an Sie zu wenden als wenn es nirgendwo im Internet Bewertungen für Ihr Unternehmen zu finden gibt. Verschließen Sie sich diesen Portalen nicht, sondern ermutigen Sie gerade zufriedene Kunden, Feedback für Sie zu hinterlassen und weisen Sie auch im Laden oder im Schriftverkehr auf diese Möglichkeit hin.

3. Pflegen Sie Ihre Webseite und Ihre Social Media Kanäle.

Heutzutage erwarten Kunden, Informationen über Sie im Internet zu finden. Wenn Sie das nicht tun, gilt alleine schon **Ihre Nicht-Präsenz im Web als Grund, Ihnen kein Vertrauen entgegen zu bringen**. Pflegen Sie also Ihre Webpräsenz und Ihre Social Media Auftritte regelmäßig mit qualitativ hochwertigen Inhalten. Desto sichtbarer Sie sind, desto vertrauenswürdiger sind Sie.

4. Antworten Sie auf Feedback.

Es ist nicht immer alles eitel Sonnenschein. Sie werden früher oder später negatives Feedback bekommen - egal, wie gut Ihr Produkt ist. Antworten Sie darauf **schnell, hilfsbereit und respektvoll**. Und seien Sie sich bewusst, dass ein großes Publikum Ihnen beim **Kritikmanagement** zusieht, besonders bei Facebook & Co. Wenn Ihre Kunden sehen, dass Sie auf Beschwerden schnell und kulant reagieren, stärkt das Ihr Image.

5. Versetzen Sie sich in Ihre Kunden hinein.

Bieten Sie Mehrwert, der auf die **Bedürfnisse des Kunden** zugeschnitten ist. Versetzen Sie sich in Ihre Zielgruppe hinein: Was sind Ihre Wünsche? Bei welchen Problemen können Sie als Unternehmen Lösungen anbieten? Welche Fragen könnten Ihre Kunden dazu haben? Auf Basis dieser Überlegungen können Sie Ihre Produkte verbessern und Inhalte konzipieren. Beantworten Sie häufige Fragen in einem Blog, Newsletter oder via Social Media. Räumen Sie Vorurteile aus dem Weg, indem Sie darüber schreiben. Wenn Ihre Kunden das Gefühl haben, von Ihnen faire Lösungen für reale Probleme zu bekommen, weil Sie tatsächlich an ihnen interessiert sind, wird Sie das an Sie binden.

Es dürfte deutlich geworden sein, dass Social Media einen großen Beitrag zur Stärkung des Kundenvertrauens leisten kann. Gerade als kleines Unternehmen sollten Sie sich diese Möglichkeit zu nutzen machen.