

Die Bedeutung von KI beim Reputationsmanagement

Kundenbewertungen, Diskussionen in sozialen Medien und die Online-Berichterstattung formen das Bild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit. Dieses beeinflusst wiederum das Vertrauen potenzieller Kunden, die Loyalität der Mitarbeiter und auch das Interesse von Investoren. „In der digitalen Geschäftswelt verbreiten sich öffentliche Meinungen in Sekundenschnelle. Eine positive Reputation ist daher so wichtig nie zuvor“, betont Alexander Hundeshagen, CEO der reputativ GmbH. Die Spezialagentur für Reputationsmanagement aus Braunschweig setzt in ihrer Arbeit für Firmen aller Größen und Branchen insbesondere auf das Expertenwissen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In verschiedenen Arbeitsschritten werden sie zudem von Künstlicher Intelligenz (KI) unterstützt.

Die Bedeutung von KI im Reputationsmanagement

Professionelles Reputationsmanagement erfordert je nach Situation und Branche eine maßgeschneiderte Strategie. Generell empfehlen die Experten der reputativ GmbH aber unter anderem folgende Schritte: Regelmäßiges Monitoring relevanter Portale, die Analyse der Aussagen, eine angemessene und zeitnahe Reaktion auf die Rezensionen – ob positiv oder negativ – sowie die Akquise neuer Bewertungen und der Aufbau von positivem Content über PR-Maßnahmen.

Der Einsatz von KI ermöglicht in diesem Rahmen neue Horizonte. KI-basierte Tools bieten die Möglichkeit, online geführte Diskussionen und Kundenbewertungen in Echtzeit zu erfassen, zu analysieren, auszuwerten und direkt darauf zu reagieren. „So können negative Tendenzen frühzeitig erkannt und entsprechend gegengesteuert werden“, sagt Alexander Hundeshagen.

Künstliche Intelligenz kann per Mausklick passende Antwortvorlagen liefern, die auf individuelle Inhalte der Bewertung eingehen und entsprechend der analysierten Stimmung reagieren: dankbar, mitfühlend oder auch verständnisvoll. Dieses Community-Management kommt bei vielen Firmen aus Zeitgründen häufig zu kurz, ist jedoch äußerst wichtig für die Kundenbindung.

„Auch, wenn KI hier eine effektive Unterstützung ist: Die Endkontrolle der Antworttexte über einen menschlichen Nutzer ist unerlässlich, um eine angemessene Reaktion sicherzustellen. KI ist dabei als Erweiterung der Möglichkeiten, nicht aber als Ersatz zu betrachten“, erklärt Alexander Hundeshagen.

Beim Aufbau von positiven Inhalten kann KI zudem bei Recherchen und in der Content-Erstellung unterstützen. Doch auch hier ist zu beachten, dass die Inhalte sorgfältig geprüft und angepasst werden müssen, um den Qualitätsstandards zu entsprechen.

Als Unternehmen das Reputationsmanagement selbst verwalten

Ein beispielhaftes Tool in diesem Bereich ist reputation+, eine von der reputativ GmbH entwickelte SaaS-Lösung. Unternehmen können ihr Reputations- und Bewertungsmanagement damit selbst in die Hand nehmen. Das Tool ermöglicht unter anderem ein umfassendes Monitoring über mehr als 20 Bewertungsportale und Suchmaschinen. Durch eine Sentimentanalyse werden Bewertungen und Google-Einträge hinsichtlich ihrer Positivität oder Negativität eingeordnet. Des Weiteren bietet reputation+

durch seinen KI-gestützten Kommentargenerator die Möglichkeit, individuell und zeitnah auf jede Bewertung zu reagieren. Mit den Umfrage- und Benchmarking-Optionen des Tools erhalten Unternehmen zudem wertvolle Einblicke und einen nachhaltigen Überblick über Kunden, Mitarbeiter, Bewerber und Wettbewerber.

Nachhaltige Reputation durch Reaktion auf Feedback

Ein guter Ruf unterstützt das Geschäftswachstum, während ein schlechtes Image Vertrauensverlust, Umsatzeinbußen und einen Rückgang bei Bewerbungen nach sich ziehen kann. Reputationsmanagement ist daher unerlässlich für den langfristigen Erfolg. Über das digitale Management hinaus ist aber auch die interne Auseinandersetzung mit Betriebsprozessen und der Unternehmenskultur unerlässlich für die langfristige Sicherung einer positiven Reputation. Das Feedback der Bewerberinnen und Bewerber sollte daher in jedem Fall ernst genommen werden. „Das Eingestehen von Fehlern, die Verbesserung der Produktqualität, der Lieferprozesse sowie das Mitarbeitertraining für einen besseren Kundenservice sind wichtige Schritte in diesem Prozess“, definiert Alexander Hundeshagen abschließend.

Über die reputativ GmbH

Die reputativ GmbH mit Hauptsitz in Braunschweig ist im DACH-Raum eine der führenden Full-Service-Dienstleistern im Reputationsmanagements. Seit Gründung engagiert sich reputativ® für die Steigerung und Erhalt des guten Rufes und fördert mit professionellen Maßnahmen das positive Bild Ihrer Kunden im Internet. Auch Online-PR gehört zum Portfolio der Agentur. Eine branchenübergreifende, ganzheitliche Beratung im Bewertungsmanagement wird durch eigenentwickelte effektive Online-Tools sinnvoll ergänzt.

[Pressekontakt:](#)