



ARGUS Reputations- und Imageindex – die Treiber der Kundenzufriedenheit verstehen

Das Image von Marken, Produkten und Unternehmen kann bei Kaufentscheidungen potenzieller Kunden entscheidend sein. Ein negatives Image wird sich über kurz oder lang in den Umsatzzahlen niederschlagen. Das Image einer Marke wird unter anderem durch die mediale Berichterstattung beeinflusst und hat damit einen direkten und oft signifikanten Einfluss auf die Handlungen der Kunden. Die Medienpräsenz kann nicht nur potenzielle («consideration set»), sondern auch bestehende Kunden in ihrer Kundenzufriedenheit beeinflussen. Werden Kunden von Handlungsweise eines Unternehmens enttäuscht, dann sinkt das Vertrauen in die Marke stetig, was letztlich zu einem Umsatzrückgang führen kann.

DIE REPUTATION VON UNTERNEHMEN ANHAND VON MEDIENDATEN MESSEN

Die Reputation ist das wichtigste Gut einer Marke. Es lohnt sich daher gezielt in die Reputation zu investieren. Um Reputationsschwankungen stets im Blick zu behalten, empfiehlt es sich ein kontinuierliches Tracking einzurichten. Über den **ARGUS Reputationsindex** ermitteln wir die reputationstreibenden Themen und Issues und erkennen, in welchem Ausmass sie die Reputation einer Marke oder Firma beeinflussen. Dank einer individuellen Reputationsmessung (IST-Messung) ist es möglich zu ermitteln, inwiefern die Reputation dem eigenen Profil (SOLL-Definition) – also der Selbstdarstellung – entspricht und ob Kommunikationsziele erreicht wurden.

MEDIALE BERICHTERSTATTUNG BEEINFLUSST IMAGE UND KUNDENZUFRIEDENHEIT

Um zu verstehen wie Konsumenten eine Marke wahrnehmen, wird oft mit viel Aufwand die Kundenzufriedenheit gemessen. Über die mediale Berichterstattung ermitteln wir, welche externen Faktoren das Image beeinflussen. Der **ARGUS Imageindex** bringt zum Ausdruck, inwiefern die mediale Berichterstattung einen Impact auf das Image einer Marke hat. Gleichzeitig ist er ein Arbeitsinstrument für Kommunikations- und Marketingabteilungen. Nur wer weiss, welche Faktoren Kundenzufriedenheit und Image-Werte beeinflussen, ist in der Lage, eine zielgerichtete und effiziente Kommunikations- und Marketingstrategie zu definieren.

FALLBEISPIEL

MEDIEN BEEINFLUSSEN DIE KUNDENZUFRIEDENHEIT

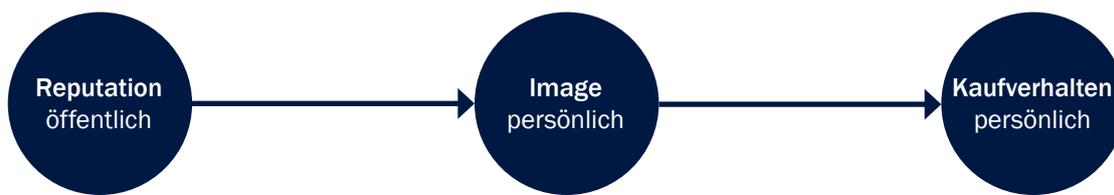
Es wird viel geschrieben in den Medien. Diverse Stakeholder geben ihre Meinung zum Besten und manchmal wird die eigene Marke auch durch Vorfälle im Weltgeschehen beeinflusst, auf die man sich kaum vorbereiten kann. Wann muss ich reagieren, und wie schnell? Welche Themen stossen bei meinen Kunden besonders auf ein offenes Ohr und welche Medien haben einen direkten Einfluss auf meine Zielgruppe?

STUDIE ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

Im Rahmen einer Studie haben wir den Einfluss der durch die Medien transportierten Themen auf die Kundenzufriedenheit bei einem grossen, nationalen B2C-Unternehmen ermittelt. Dieses Unternehmen führt täglich Interviews zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit durch und hat uns 25 000 anonyme Kundenfeedbacks sowie NPS-Werte (Net Promoter Score) zur Verfügung gestellt. Anhand dieser Daten konnten wir Korrelationen zwischen Themen in den Medien und Themen in den Kundenfeedbacks nachweisen.

FRAGESTELLUNG

Welche Themen führen zu besseren NPS-Werten, welche zu schlechteren und welche sind irrelevant?



ERGEBNISSE UND INSIGHTS

- Gewisse Technologiethemen wurden als Innovation und damit positiv wahrgenommen, andere eher als unpersönlich und damit negativ. Gewisse Themen hatten einen unmittelbaren Effekt, während andere erst mit etwas Verzögerung von der Kundenzielgruppe wahrgenommen wurden.
- Es zeigten sich regionale Unterschiede zwischen städtischen und ländlichen Regionen in der Themenwahrnehmung.

Die generierten Insights helfen dem Unternehmen künftig die Themen mit positivem Effekt bei der täglichen Medienarbeit zu nutzen. So hat das B2C-Unternehmen beispielsweise damit begonnen, spezifische Informationen für die Regionen zur Verfügung zu stellen, während früher ausschliesslich nationale Kampagnen durchgeführt wurden.

Dank des **ARGUS Imageindex** konnte der direkte Einfluss der reputationstragenden medialen Treiber auf die Kundenzufriedenheit ermittelt werden.

HABEN WIR IHR INTERESSE GEWECKT?

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Gerne unterbreiten wir Ihnen ein auf Ihre Wünsche abgestimmtes, unverbindliches Angebot. Bei Fragen oder für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns per Telefon (+41 44 388 82 10) oder E-Mail (mail@argusdatainsights.ch).