

Social Media

Schadensbegrenzung

Eine Ex-Mitarbeiterin macht sich in einem viel-besuchten Diskussionsforum Luft. Eine Kundin verlangt von Ihnen Werbegeschenke für positive Onlinebewertungen. Erfahren Sie, wie Sie mit diesen und anderen heiklen Situationen im Internet umgehen

Wo informiert sich die clevere Verbraucherin von heute, wenn sie ein Nagel-studio sucht? Im Internet natürlich. Als Anbieter wollen Sie zwar, dass Ihre Website gefunden wird, aber unglücklicherweise können Ihre potenziellen Kundinnen dort auch noch auf vieles andere stoßen. Negative Kommentare z.B. auf Facebook oder Yelp können Ihrem Geschäft richtig schaden. Was können Sie als Studiobesitzerin tun, wenn z.B. eine ehemalige Kundin ihre Kritik online stellt? Lesen Sie hier, welche Profitipps helfen, die schwierigsten Szenarien elegant zu meistern.

Szenario Nr. 1

Eine verärgerte ehemalige Mitarbeiterin überflutet Ihre Facebook-Seite mit üblen Kommentaren über Ihr Studio.

Guter Rat: Eine öffentliche Unterhaltung mit einer verärgerten Ex-Mitarbeiterin sollte man auf jeden Fall vermeiden. Wenn Sie der Administrator einer Facebook-Seite sind, haben Sie die Möglichkeit, jeden Kommentar, der Ihnen missfällt, zu verbergen, zu löschen oder zu melden. Wenn also eine Ex-Mitarbeiterin häufig unangemessene Kommentare postet, sollten Sie sie einfach blocken. Das spart Zeit und die brauchen Sie, um sich um Ihre Fans und Kundinnen zu kümmern, was viel wichtiger ist. Als Nächstes klären Sie die Beziehung zu Ihrer Ex-Mitarbeiterin. Nur weil Sie sie daran gehindert haben, Kommentare auf Ihrer Seite zu hinterlassen, heißt das schließlich noch lange nicht, dass sie sich nicht auf anderen Social-Media-Portalen über Ihr Studio auslässt.

Vorsorgemaßnahmen Finden Sie einen engagierten Social-Media-Manager, der sich wirklich auskennt. Das kann eine hausinterne Kraft sein, die Sie dafür ausbilden, oder ein Freiberufler von außen, der Ihnen negative Kommentare meldet, bevor sie Ihrem Geschäft schaden.

Szenario Nr. 2

Eine Kundin beschwert sich auf dem Bewertungsportal Yelp über „schlechten“ Service und wendet sich an Sie, um Werbegeschenke für eine gute Bewertung zu erhalten.

Guter Rat: Leider kann man einen negativen Kommentar nicht einfach verbergen, besonders nicht bei Bewertungsportalen wie Yelp. Wenn so ein Problem auftritt, ist es wichtig, so schnell wie möglich zu handeln – und manchmal kann das bedeuten, jemanden mit einem Werbegeschenk zu besänftigen, auch wenn er gar nicht darauf aus ist. Natürlich möchte man sich nicht ausnutzen lassen, aber man sollte auch bedenken, dass – anstatt eine verärgerte (Ex-)Kundin einfach zu ignorieren – es wesentlich lohnender ist, die Chance zu nutzen, die Erwartungen der Kundin zu übertreffen. So könnte man auf einen negativen Kommentar etwa wie folgt antworten: „Wie schade! Es tut mir wirklich leid, dass unser Service so gar nicht unseren hohen Standards entsprochen hat. Bitte nehmen Sie mit mir tele-phonisch oder per E-Mail Kontakt auf und lassen Sie mich mein Möglichstes tun, um Ihre Meinung zu ändern.“ Zeigen Sie, dass Sie ein echtes Interesse daran haben, Ihrer Kundin zuzuhören und sie zurückzugewinnen. Lag es wirklich an mangelhaftem Service, bringen Sie das Problem in Ordnung.

Vorsorgemaßnahmen Bewertungsportale wie Yelp sind tolle Social-Media-Formate, mit deren Hilfe Sie sozusagen „Mäuschen spielen“ können. Benutzen Sie sie als Informationsquelle, durch die Sie Dinge über Ihr Unternehmen erfahren können, die Sie nirgendwo sonst mitbekommen würden. Seien Sie verantwortungsbewusst und beantworten Sie Kritik schnell und professionell.

Szenario Nr. 3

Auha! Ein wenig schmeichelhaftes Foto von Ihrem Studio oder einer Ihrer Arbeiten erscheint auf einer Fotoplattform wie Instagram.

Guter Rat: Nutzen Sie die Chance, sich einmal genau anzusehen, was das Foto zeigt. Einen chaotischen Arbeitsbereich? Ein schlampiges Naildesign? Lassen Sie den Fotografen wissen, dass Sie das Problem zur Kenntnis genommen haben und die entsprechenden Maßnahmen treffen werden, um es zu lösen. Würden Sie defensiv oder aggressiv auf die belastenden Fotos reagieren, wäre das katastrophal für Ihr Geschäft. Denken Sie daran: Wie Sie reagieren, sagt eine Menge aus – nicht nur gegenüber Ihren aktuellen, sondern auch gegenüber Ihren zukünftigen Kundinnen, die Sie noch gewinnen wollen. Am besten posten Sie ein neues Bild desselben Arbeitsbereichs bzw. desselben Designs und schreiben dazu: „Es wurde festgestellt, dass es bei uns in einigen Bereichen Mängel gegeben hat, und weil wir immer bemüht sind, unser Studio für unsere Kundinnen zu verbessern, überarbeiten wir jetzt unsere Abläufe, um sicherzugehen, dass das Problem nicht wieder auftritt.“

Vorsorgemaßnahmen Eines der wichtigsten Ziele sollte es sein, Inhalte zu posten, die die Leute unbedingt mit anderen teilen möchten. Die meisten Menschen geben gerne Fotos weiter und Sie haben als Naildesignerin den riesigen Vorteil, jeden Tag schöne neue Naildesigns zu gestalten, die sich für Fotoshootings eignen. Das können einfache Fotos für Instagram sein, aber achten Sie darauf, wirklich schöne Designs zu kreieren, mit denen Sie zeigen, was Sie können.

Szenario Nr. 4

Sie entdecken einen negativen Thread über Ihr Studio in einem Diskussionsforum.

Guter Rat: Sicher ist es verführerisch – aber geben Sie unter keinen Umständen vor, eine Kundin zu sein, die sich für Ihr Studio einsetzt. Die Leser des Diskussionsforums werden merken, dass Sie es sind (oder jemand anderes, der mit dem Studio zu tun hat), die vorgibt, eine Kundin zu sein. Reagieren Sie auf negative Beiträge immer mit einer nicht defensiven, nicht konfrontativen positiven Antwort. Zeigen Sie dem Urheber des negativen Beitrags gegenüber eine freundliche und verständnisvolle Haltung. Verwandeln Sie die negative Beurteilung in eine Botschaft an zukünftige Kundinnen – nämlich dass Sie ihre Bedürfnisse wirklich ernst nehmen. Bieten Sie an, die Diskussion offline weiterzuführen, und vereinbaren Sie einen Telefontermin. So finden Sie einen Weg, um aus dem Negativen etwas Positives zu machen.

Vorsorgemaßnahmen Google durchsucht auch Diskussionsforen und deshalb lässt sich Negatives über Ihr Studio bis in alle Ewigkeit zurückverfolgen. Für positive Kommentare sollten Sie sich bedanken und Kritikern sollten Sie Anreize anbieten, Ihr Studio erneut zu besuchen. Zeigen Sie bei negativer Kritik, dass es Ihnen leidtut, dass Ihre Leistung die Erwartungen nicht erfüllen konnte, und versuchen Sie, das Problem offline zu lösen.

Szenario Nr. 5

Eine Kundin mit vielen Followern hat gerade etwas Unschönes über Ihr Studio auf Twitter gepostet.

Guter Rat: Wer hätte gedacht, dass man wegen 140 Zeichen einmal so viel Angst haben müsste! Und ganz zu Recht: Bei Twitter ist es wichtig, sofort zu reagieren. Negative Botschaften können bei Twitter schnell außer Kontrolle geraten, denn User können Tweets in Sekundenschnelle weiterleiten. Versuchen Sie, die Ursache des Problems herauszufinden, und bieten Sie an, per E-Mail oder Telefon weiterzukommunizieren, um eine Lösung zu finden. Wenn der Twitter-User Hashtags in seinem Tweet verwendet hat, wie etwa #AufNimmerwiedersehen oder #SchlampigeManiküre, lassen Sie sich nicht dazu verleiten, mit einem eigenen bissigen Hashtag zu kontern – das würde alles nur noch schlimmer machen. Auch wenn Sie am liebsten laut schreien würden – bleiben Sie gelassen, wenn Sie Ihre Antwort formulieren. Versuchen Sie, der bessere Mensch zu sein. Nachdem Sie alles versucht haben, um das Problem zu lösen, bitten Sie die Tweeterin höflich, den ursprünglichen Tweet zu löschen.

Vorsorgemaßnahmen Negative Kommentare sind eigentlich wahre Geschenke für ein Unternehmen. Da es den meisten Kundinnen unangenehm ist, Kritik persönlich zu äußern, können diese Kommentare Sie auf Mängel hinweisen, die Ihnen vorher nicht bewusst waren. Bleiben Sie im Gespräch. Seien Sie in Ihren Postings authentisch, damit es keine Widersprüche zwischen Ihrem Onlineauftritt und der Erfahrung gibt, die die Kundin in Ihrem Studio macht. Kümmern Sie sich gut um Kundinnen, die in den sozialen Medien aktiv sind – sie sind Ihr größtes Social-Media-Kapital.

Ayren Jackson-Cannady

Übersetzung aus dem Amerikanischen: Thomas Siebert