



PadberX-Marktstudie

„Trends im Marketing: Online- Empfehlungsmarketing“

April 2011

Einführung

Ein strategischer Trend im Marketing geht Richtung Internet-Empfehlungsmarketing. Dieser Trend basiert auf einer zunehmenden Informationsüberflutung von Konsumenten - und deren Wunsch nach glaubwürdigen, klaren Informationen und Entscheidungshilfen. Parallel dazu gibt es im Bereich Empfehlungsmarketing inzwischen eine zunehmende Anzahl interessanter Anbieter und auch immer mehr Unternehmen, die Online-Empfehlungsmarketing selber aktiv als Werbeform nutzen.

1. Konsumenten-Bedürfnisse

Angesichts stark zunehmender Informationen und Produkt-/Serviceangebote schätzen Konsumenten auch zunehmend Orientierungshilfen bei Konsumententscheidungen. Vor diesem Hintergrund ist es ein abstrakter Trend, dass Tipps und Empfehlungen von Freunden bei vielen Konsumententscheidungen an Bedeutung gewinnen. Insbesondere gilt dieses für Entscheidungen, bei denen Menschen über Themen entscheiden, wo sie selber noch wenig Erfahrung haben, insb. wenn diese Themen wichtig sind und die Qualitätsausprägung intransparent ist. Beispiel: Einen Kardiologen oder anderen wichtigen Arzt des Vertrauens wählt man gerne basierend auf Empfehlungen aus. Für einen Roman ist eine Empfehlung weniger entscheidend.

2. Anbieter von Online-Empfehlungsmarketing

Zunehmend gibt es Anbieter von Online-Plattformen, die derartige Empfehlungen ermöglichen oder lediglich Verzeichnisse sind. Differenziert werden kann anhand der

Kriterien:

- a) Spezialisierte oder übergreifende Plattform
- b) Empfehlungen von Freunden, anonym oder keine
- c) Bewertungen oder Empfehlungen
 - Spezialisierte, anonyme Bewertungs-Plattformen: Diese Plattformen decken üblicherweise einen Themenbereich ab, z.B. Ärzte, Hotels, Anwälte, Finanzberater, Die User geben meistens Ihre Empfehlungen in anonymer Form (Hans. R. aus P) und die User geben oftmals Bewertungen auf einer Punkteskala ab.

Beispiele sind:

- www.jameda.de (Ärzteverzeichnis / Arztbewertung)
- www.tripsadvisor.de ; www.holidaycheck.de (Hotelbewertungen)
- www.anwaltssuche.de (Anwaltsverzeichnis)
- www.whofinance.de (Bewertungsportal für Finanzberatung)

- Übergreifende, anonyme Bewertungs-Plattformen: Diese Plattformen bieten Empfehlungen zu einer Vielzahl von Themen auf der gleichen Plattform, beispielsweise Ärzte, Hotels, Events, Kneipen. Die User geben meistens Ihre Empfehlungen in anonymer Form (Hans R. aus P) und die User geben oftmals Bewertungen auf einer Punkteskala ab.

Beispiele sind:

- www.qype.de (Bewertung von Arzt, Handwerk, ...)
- www.yelp.de (Benutzerbeiträge und Empfehlungen)
- www.kennstdueinen.de (Bewertungen für Arzt, Zahnarzt, ...)

- Übergreifende, Freundes-basierte Empfehlungs-Plattformen: Kennzeichnend für diese Plattformen ist, dass wirkliche Freunde/Bekannte, die Empfehlungsgeber sind, nicht anonyme Personen. Diese Freunde geben Empfehlungen oder Bewertungen zu einer Vielzahl von Themen wie Hotels, Restaurants, aber oftmals auch zu Ärzten, Büchern, Ausflugszielen, etc.

Auch Facebook bietet Empfehlungsmarketing mit dem „Gefällt mir“-Button - und hat zusätzlich zu den anderen Facebook-Funktionen auch diesen Aspekt.

Beispiele sind:

- www.facebook.de (Soziales Netzwerk, das Menschen verbindet)
- www.finest4friends.de (Die besten Empfehlungen Deiner Freunde)

3. Unternehmen und Empfehlungsmarketing

Für Unternehmen und Selbständige, wie Hotels, Restaurants, Ärzte, Anwälte, Handwerker, etc. ist Empfehlungsmarketing schon immer der beste Weg gewesen, um Neukunden zu gewinnen. Alternativ zu Online-Werbung, z.B. bei Google, wird inzwischen auch Online-Empfehlungsmarketing zunehmend bedeutsam.

Online-Empfehlungsmarketing bietet gegenüber herkömmlichen Empfehlungen den Online-Reichweiten-Vorteil. Gegenüber Werbung bei z.B. Google bietet Online-Empfehlungsmarketing wiederum einen klaren Glaubwürdigkeitsvorteil gerade dann, wenn die Empfehlungen von Freunden/Bekannten kommen. Auch bezüglich der

Kosteneffizienz scheint Online-Empfehlungsmarketing aktuell in vielen Fällen deutlich vorteilhaft.

Aus der Perspektive von Unternehmen/Selbständigen ist Empfehlungsmarketing gerade dann interessant, wenn:

- es Produkte/Services betrifft, die „persönliches“ Erfahren voraussetzen, z.B. Arzt-Dienstleistungen, Handwerker-Dienstleistungen
- Unternehmen/Selbständige es schaffen, ihre Kunden/Patienten zum Weiterempfehlen zu motivieren, möglichst Online und möglichst an Freunde
- es Produkte betrifft, für die sich Kunden emotionalisieren / die ihnen wichtig sind - und die sie gerne weiterempfehlen.

Beispiele für Unternehmen/Produkte, wo sich Online-Empfehlungsmarketing besonders lohnt.

- Dienstleistungen: Ärzte, Zahnärzte, Finanzberater, Rechtsanwälte, Handwerker, Physiotherapeuten,
- Produkte: Kinderfreundliche Produkte, umweltfreundliche Produkte, Produkte für Senioren,

4. Trend-Ausblick - 4 Hypothesen:

- Online-Empfehlungsmarketing wird auf seiner Glaubwürdigkeit, Reichweite und oftmals Kosteneffizienz stark an Bedeutung für Unternehmen gewinnen.
- Die höchste Glaubwürdigkeit und den größten Erfolg werden mittelfristig/langfristig diejenigen Plattformen haben, die auf wirklichen Personen / Freunden basieren, nicht auf anonymen Usern.
- Da wirkliche Personen / Freunde übergreifende Empfehlungen ermöglichen, werden spezialisierte Plattformen tendenziell verlieren, übergreifende gewinnen.
- Facebook wird daher auch in diesem Markt einer der Marktführer werden, wenn es seine Empfehlungs-Funktionalitäten und Suchmöglichkeiten noch stärker ausbaut. Ergänzend bieten auch neue Angebote wie Finest4Friends und andere interessante Funktionalitäten für Unternehmen und Selbständige.

München, im April 2011