

Mit Empfehlungen Geld verdienen?

Datum: 31.05.2011 15:35

Kategorie: Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: ARLTMARKETING

Mit Produktempfehlungen Geld zu verdienen liegt im Trend. Mittlerweile haben sich eine ganze Reihe Plattformen etabliert, die es Blog- und Webseiten-Inhabern leicht machen, mittels Produktempfehlungen einen lukrativen Nebenverdienst zu generieren. Neuerdings funktioniert das auch mit Empfehlungen via Social Networks wie Facebook, Twitter und beschränkt sich nicht mehr nur auf reine Produktempfehlungen, sondern das Prinzip wird wie im Fall des Start-ups Shareifyoulike auch auf digitale Inhalte ausgeweitet.

Eine Entwicklung, die die Empfehlungsmarketing-Expertin Ekaterina Arlt kritisch sieht:

„Wenn Empfehlungen in erster Linie aus dem Grund gegeben werden, um damit Geld zu verdienen, verlieren sie ihre Glaubwürdigkeit und damit ihr stärkstes Argument. Ein weiterer Nachteil der Empfehlungs-Plattformen ist die Anonymität der dort abgegebenen Empfehlungen. Hier zählt eher die Masse als die Qualität. Aber wie wertvoll sind diese Empfehlungen dann noch?“

Erfolgreiches Empfehlungsmarketing lebt in erster Linie von der persönlichen Begeisterung für eine Dienstleistung oder ein Produkt, die von dem Empfehlungsgeber an Freunde, Bekannte und Geschäftspartner weitergetragen wird. Der emotionale Faktor ist ganz wesentlich und der eigentliche Motor für das Aussprechen einer Empfehlung. Dieser geht bei den Online-Massen-Empfehlungen verloren.

Darüber hinaus stellt sich die Frage wie wertvoll die via Empfehlungs-Plattform gegebenen Empfehlungen für den Empfehlungssuchenden sind. Wenn man beispielsweise einen Friseur, Arzt oder ein schönes Hotel sucht, wird man sich an jemanden wenden, den man kennt, dem man vertraut und der idealer Weise einen ähnlichen Stil hat wie man selbst. Damit stellt man sicher, dass die Empfehlung auch zu einem passt. Kennt man den Empfehlungsgeber nicht, ist es wesentlich unsicherer, auf dessen Urteil zu vertrauen. Das lässt sich sehr gut am Beispiel der unzähligen Bewertungsportale aufzeigen. Zu einem Produkt gibt es vielfach völlig konträre Meinungen. Wie findet man da die Orientierung, die man sucht?

„Meiner Meinung nach funktioniert Empfehlungsmarketing dann am besten, wenn man online- und offline-Welt miteinander verbindet. Der persönliche Kontakt, das persönliche Netzwerk sind dabei von zentraler Bedeutung“, konstatiert Ekaterina Arlt. „Die Empfehlungs-Plattformen, die das Abgeben von Empfehlungen monetarisieren, anonymisieren und „vermassen“ das Empfehlungsmarketing und berauben es seiner Glaubwürdigkeit Diese ist aber gerade sein großer Vorteil gegenüber allen anderen Marketingdisziplinen, die zunehmend an Glaubwürdigkeit verlieren“.

Diese Pressemitteilung wurde auf openPR veröffentlicht.

Kontakt:

ARLTMARKETING

Ekaterina Arlt

Luegplatz 2

40545 Düsseldorf

Fon: 0211 36 18 18 33

info@arlt-marketing.de

www.arlt-marketing.de

Pressekontakt:
Beate Berns PR
Beate Berns
Krieler Straße 109
50935 Köln
Fon: 0221 93 29 490
Email: dialog@beate-berns-pr.de
www.beate-berns-pr.de

Ekaterina Arlt ist Inhaberin von ARLTMARKETING. Das Düsseldorfer Beratungsunternehmen ist auf Empfehlungsmarketing und Strategischen Netzwerkaufbau (Quality Networking Management) spezialisiert. Das Beratungsangebot richtet sich an Mittelständler, aber auch an Großunternehmen. Zum Kundenkreis von ARLTMARKETING zählen Banken, Immobilienunternehmen, IT-Unternehmen, Versicherungen und Zulieferer der Automobilindustrie. Über Workshops und Projektarbeit vermittelt Ekaterina Arlt professionelle und praxisnahe Techniken, die Unternehmen ermöglichen, sich auf Basis von Empfehlungsmarketing erfolgreich im Markt zu positionieren. Neben ihrer Beratungstätigkeit arbeitet Ekaterina Arlt als Marketing-Dozentin an der Fachhochschule Hamm sowie als Trainerin für verschiedene Akademien. Als Autorin für den Verlag für die Deutsche Wirtschaft (www.vnr.de) und Marktplatz Mittelstand (www.unternehmer.de) gibt sie ihr Wissen über das Thema Empfehlungsmarketing weiter. Im Januar 2011 ist ihr Buch/eBook „Empfehlungsmarketing. Mit Menschen und Social Networks gewinnbringend arbeiten“ im Dortmund-Verlag erschienen.⁶⁸