

.06 Technogroup: Qualitätssicherung auch über Social Media

Textgröße: →

verfasst von: pi

21|6|2011

Immer mehr Firmen engagieren sich in den Social-Media-Plattformen um Unternehmensziele, wie die Förderung der Loyalität mit den Kunden, zu erreichen.



Viele Versicherer, Unternehmen aus der Energiebranche, Konsumgüterhersteller oder Telekommunikationsunternehmen nutzen Social Media. Immer mehr Firmen engagieren sich in den Social-Media-Plattformen um Unternehmensziele, wie die Förderung der Loyalität mit den Kunden, zu erreichen.

Kein Wunder, zählt doch Twitter weltweit über 200 Millionen User und Facebook versammelt rund 550 Millionen Benutzer. So unendlich groß der Nutzen ist, so vielfältig sind die Möglichkeiten, die die Unternehmen einsetzen. Firmen informieren ihre Kunden mittels Foren über Erfahrungen und Meinungen. Aber auch Kunden können dort ihr Lob oder ihre Kritik ablegen. Das Ziel ist, mit den Kunden und Interessenten interaktiv zu kommunizieren – in gewisser Weise sogar ein gigantisches CRM.

Mit "Social Media wächst mit der Erfahrung", wurde ein [Blog-Beitrag der FAZ](#) betitelt, in dem an Hand von Untersuchungen aufgezeigt wird, dass die Zustimmung zu Social Media innerhalb von drei Jahren, also mit zunehmender Erfahrung, deutlich ansteigt, immensen Einfluss auf den Geschäftsverlauf ausüben kann und eine völlig neue Form der Kommunikation darstellt.

Nicht verschwiegen werden sollte aber auch, dass der Umgang mit Social Media, wie die Internetnutzung generell, nicht risikofrei ist. Daher muss der Schutz personenbezogener Daten ebenso wie der Verlust von Kontrolle über Kommunikation im Fokus des Anwenders liegen, um größtmögliche Sicherheit zu gewährleisten.

Technogroup IT-Service stellte sich in ihrer letzten,

aktuellen Kundenzeitschrift der Frage "Warum überhaupt Social Media und was hat das mit uns als IT-Dienstleister zu tun?". Aufmerksamkeit für das Unternehmen erhöhen, mehr Kontakte mit den Kunden, besseres Suchmaschinen-Ranking und neue Geschäftskontakte waren bei einer von Technogroup durchgeführten Befragung die vier wichtigsten Vorteile von Social Media, gefolgt von einer Steigerung qualifizierter Leads, Senkung der Marketingkosten, steigende Verkäufe, Abschlüsse, zufriedene Kunden und vor allem Reputation und Anerkennung im IT-Umfeld. Und last but not least können die Hochheimer damit auch ihr Hauptaugenmerk – die Qualitätssicherung an sich – noch besser verfolgen.

Ein leitender Mitarbeiter eines der großen Telefonkonzerne in Deutschland hatte es in einem Beitrag der FTD online schon im November letzten Jahres treffend formuliert: "Das ist die Zukunft für den Servicebereich, neben den vorhandenen Servicekanälen." Und wie sieht es die ITK-Branche inzwischen?

"Kommunikation mit den Kunden, Befragungen über Qualität der erbrachten Leistungen und Kundenzufriedenheit waren schon immer Themen zu denen sich die [Technogroup](#) frühzeitig bekannt hat. Dies wollen wir mit dem Instrument Social Media weiter ausbauen und es ist eine großartige Chance für unsere Kunden aber erst Recht auch für uns", beschreibt Claus Fischer, Geschäftsführer der Technogroup, dieses Kommunikationsmedium im Editorial der Kundenzeitschrift TECHNONEWS. "Ganz klar – wir fordern unsere Kunden geradezu auf, mit uns über Facebook, Youtube, LinkedIn oder XING zu kommunizieren und freuen uns darauf." (pi)