

Link: <https://www.computerwoche.de/a/many-to-many-beziehung-zaehlt,2354642>

Detecon-Studie zu Social Media

Many-to-Many-Beziehung zählt

Datum: 07.10.2010

Der Kundenservice wandelt sich, so das zentrale Ergebnis einer Umfrage von Detecon. Social-Media- und Self-Service-Komponenten werden demnach in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Und die One-to-One-Kommunikation weicht mehr und mehr dem Netzwerkgedanken - kurz "Many-to-Many" genannt.

In wenigen Jahren werde es selbstverständlich sein, Kundenanfragen beispielsweise über einen Blog zu beantworten, glauben die Experten von **Detecon**¹. Die Management-Beratung hat in Kooperation mit der **Munich Business School**² mit insgesamt 78 Experten aus den Bereichen Kundenservice, CRM, Marketing und Unternehmensführung befragt. Dabei bestätigten 70 Prozent aller in einer Studie befragten Kundenbeziehungsexperten, dass sich **Social Media**³ zu einem bedeutenden Servicekanal der Zukunft entwickeln wird. 85 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass darüber hinaus automatisierte Self Services den Kundenservice der Zukunft entscheidend mitbestimmen werden.

Lesen Sie mehr zum Thema Social Media:

- **Unternehmen setzen auch Facebook**⁴
- **Twitter entpuppt sich als Segen für Veranstalter**⁵
- **Call Center 2.0: Die Warteschleife durchschneiden**⁶

Die neuen interaktiven und mobilen Kommunikationstechnologien wecken den Experten zufolge verstärkt das Bedürfnis, Serviceleistungen zeitlich unabhängig und selbstständig in Anspruch zu nehmen. "Kunden wollen autonom entscheiden, wann und auf welchen Wegen sie mit Unternehmen in Interaktion treten", sagt Professor Carsten Rennhak von der Munich Business School. Gleichzeitig steige die Preissensitivität der Kunden, was im immer härteren Wettbewerb auch noch den Effizienz- und Kostendruck erhöhe.

Vor diesem Hintergrund sieht Jutta Funk, Detecon-Beraterin und eine der Autorinnen der Studie, zwei Faktoren, die Unternehmen vorantreiben sollten, um die anstehenden Herausforderungen zu bewältigen: Durch den Ausbau von Self Services und die Integration von Social Media als Kommunikationskanal lasse sich der Kundenservice stärker automatisieren. Empfehlenswert seien beispielsweise Angebote wie bereitgestellte Videos für erklärungsbedürftige Services oder intelligente Suchfunktionen, die Kunden die Suche auf der Webseite nach Antworten auf servicespezifische Fragen erleichtern.

Insgesamt geht Detecon davon aus, dass die Unternehmen im deutschsprachigen Raum branchenübergreifend bis 2015 im Durchschnitt etwa ein Viertel ihres gesamten Kontaktvolumens über Social Media und web-basierte Self Services abbilden werden. "Da sich Kunden zunehmend Produkt- und Dienstleistungsinformationen durch interaktive Teilnahme am Serviceprozess oder durch Austausch in sozialen Netzwerken sichern, sollte ein Unternehmen auch dort Präsenz zeigen", erläutert Andreas Penkert, Senior Consultant bei Detecon.

Social Media braucht Spielregeln

Den Teilnehmern der Detecon-Studie zufolge lohnt es sich für Unternehmen, den Bereich Social Media stärker zu forcieren: Unternehmen könnten beispielsweise eigene Ressourcen entlasten, indem sie geeignete Service-Inhalte wie Produktinformationen und Anwendungshilfen über interaktive Plattformen bereitstellen, meinen fast Dreiviertel der Experten. 81 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass Kundenfeedback künftig stärker in Produkt- und Serviceoptimierung einfließen werde. "Web 2.0-Tools ermöglichen es, mit dem Kunden zu kollaborieren und den Serviceprozess gemeinsam mit dem Kunden zu gestalten", prognostiziert Rennhak.

Allerdings funktionierten die neuen Kundenkanäle nicht von alleine, warnen die Experten. Durch Social Media verlagere sich die Kommunikation von einer One-to-One-Beziehung hin zum Many-to-Many-Netzwerk, sagt Detecon-Beraterin Johanna Schlereth. Ihre Empfehlung: "Um den Kundenservice mit Social Media in gesättigten Marktumfeldern als Differenzierungsfaktor nutzen zu können, sollten daher Spielregeln für die Kommunikation aufgesetzt und die Aktivitäten im Netz gemonitort werden."

Links im Artikel:

¹ <http://www.detecon.com/de/>

² <http://www.munich-business-school.de/>

³ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2354512/index2.html>

⁴ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2353696/>

⁵ <https://www.computerwoche.de/netzwerke/web/2353967/>

⁶ <https://www.computerwoche.de/management/it-services/2354023/>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.