

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/58990/1665724/kunden-sind-unzufrieden-mit-social-media-aktivitaeten-von-unternehmen-bsi-studie-zu-wenig> abgerufen werden.



Kunden sind unzufrieden mit Social-Media-Aktivitäten von Unternehmen BSI-Studie: Zu wenig Kundenservice und unzureichende Dialogorientierung im sozialen Web

17.08.2010 - 10:00 Uhr, Brand Science Institute GmbH & Co.

Hamburg (ots) - Unternehmen gehen im sozialen Web zu wenig auf die Bedürfnisse ihrer Kunden ein. Drei Viertel der Nutzer sind enttäuscht über die mangelnde Dialogorientierung und den geringen Service von Unternehmen bei Facebook und Twitter. 83 Prozent empfinden die Unternehmensaktivitäten sogar als Werbung.

Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Brand Science Institute, in der mehr als 1.000 Probanden zu ihren Erfahrungen befragt wurden.

Mehr als die Hälfte (58 Prozent) der Befragten nutzten die neuen Kommunikationskanäle bereits für Fragen, Beschwerden oder Anregungen. Fast zwei Drittel von ihnen (61 Prozent) waren jedoch unzufrieden, da die Unternehmen nicht auf ihre Belange eingegangen seien. 47 Prozent erhielten unzureichende Antworten. In vielen Fällen wurde auf klassische Serviceabteilungen verwiesen.

"Bislang beruhen die Social-Media-Aktivitäten vieler Unternehmen auf reinem Aktionismus", so Dr. Nils Andres, Geschäftsführer des Brand Science Institute. "Die Verantwortlichen haben bisher nicht verstanden, dass ihre Kommunikation bei Twitter und Facebook umfassend moderiert und begleitet werden muss." Dafür seien qualifiziertes Personal mit den entsprechenden Entscheidungsspielräumen und speziell entwickelte Social-Media-Richtlinien eine Grundvoraussetzung.

Die Erwartungen der Nutzer an die Echtzeitkommunikation sei jedoch nicht so hoch, wie oft von Experten vermutet. Lediglich jeder Fünfte (18 Prozent) erwartet eine Real-Time-Betreuung zwischen 7 und 23 Uhr. 44 Prozent möchten innerhalb von drei Stunden eine Antwort auf ihre Frage, 13 Prozent reicht eine Rückmeldung nach mehr als fünf Stunden.

Immerhin ein Viertel (26 Prozent) der User machte positive Erfahrungen und wurde auch bei Facebook und Twitter kompetent und fachmännisch betreut. "Unternehmen, die in der realen Welt erfolgreiches Kundenmanagement betreiben, schneiden auch im sozialen Netzwerken gut ab", so Andres. "Umgekehrt bestätigen Unternehmen mit geringen Kundenzufriedenheitswerten ihr negatives Image im sozialen Web".

Über das Brand Science Institute:

Das Brand Science Institute ist ein international tätiges Beratungsunternehmen, das sich auf die Entwicklung moderner Kommunikationsansätze und Markenführungsmodelle spezialisiert hat.

Pressekontakt:

Anna Jac
Brand Science Institute GmbH & Co.
Neuer Wall 50
20354 Hamburg
Tel.: +49 40-822 186 390
Mail: jac@b-s-i.org
Internet: <http://www.bsi.ag>

Originaltext: Brand Science Institute GmbH & Co.
Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/58990/brand-science-institute-gmbh-co>
Pressemappe als RSS: http://presseportal.de/rss/pm_58990.rss2