

Presseinformation - ServiceRating GmbH, Köln

Social-Media: Kosten ohne Mehrwert?

Köln, 10.03.2016. Immer mehr Unternehmen sehen es als wichtig an, auf Social-Media-Plattformen aktiv zu werden. Doch zu welchem Preis? Welche Social-Media-Aktivitäten erwarten Ihre Kunden wirklich von ihnen? Die Erwartungen der Unternehmen und die der Kunden liegen häufig weit auseinander. So nutzen nur 13% der Deutschen Social-Media aktiv, um Unternehmensbewertungen und Produktrankings abzugeben. Das ist ein Ergebnis einer repräsentativen Umfrage der ServiceRating GmbH.

Die Kundenbindungsberater von ServiceRating wollten wissen, wann, wo und was die Kunden an Social-Media-Aktivitäten von Unternehmen erwarten. In einer repräsentativen Studie (n=2013) haben wir gemeinsam mit der YouGov Deutschland AG (02.-04.03.2016) deutsche Endkunden befragt.

Primär informieren sich Kunden auf der Homepage des Anbieters (85%), bei Freunden und Bekannten (81%) oder über Tests und Bewertungsplattformen (71% bzw. 56%). Fast die Hälfte (48%) der Deutschen informiert sich nie auf Social-Media-Seiten. Der Aspekt der Präsentationsfunktion wird also häufig überschätzt.

Wie wir bereits festgestellt haben, sind relativ wenige Kunden bereit, Bewertungen zu schreiben. Lesen möchte sie aber eine relativ große Gruppe der Nutzer (41%). Ein Grund, weshalb es wichtig ist, die Social-Media-Nutzer zu aktivieren.

Fast die Hälfte (45%) der Social-Media-Nutzer erwartet, Rabatte und Gutscheine auf Social-Media-Plattformen zu bekommen. Deshalb wäre dies ein Weg, um Nutzer dazu zu bewegen Social-Media aktiver zu nutzen und Bewertungen bzw. Kommentare zu schreiben. Mit dem aktuellen Angebot solcher Rabatte und Gutscheine sind aber 38% unzufrieden. Die Möglichkeit, Produkte und Dienstleistungen über Social-Media-Seiten zu kaufen, wird nur selten angeboten und auch nur von 28% der Nutzer erwartet.

Ein weiterer Weg, um Kunden auf Social-Media-Plattformen zu aktivieren und zu binden ist ein guter Kundenservice. 41% der Nutzer erwarten, mit dem Unternehmen direkt über Social-Media Seiten kommunizieren zu können. Doch aktuell fehlen den Kunden qualitativ bessere und schnellere Antworten der Unternehmen (35%).

„Investiert ein Unternehmen in Social-Media, so muss das Engagement zielgerichtet erfolgen. Es ist weder ein Wundermittel, noch darf das Ziel der Kundenbindung im Wettlauf mit den Wettbewerbern um Reichweite vergessen werden.“ meint Kai Riedel, Geschäftsführer bei ServiceRating. „Lernen Sie Ihre Kunden kennen und nutzen Sie Social-Media vor allem, um Ihren Kunden zuzuhören“ so Kai Riedel weiter. Mehr zu erfolgreicher Social-Media-Nutzung erfahren Sie auf unserem TOP SERVICE DAY mehr. Detailinformationen sind erhältlich über www.topservicedeutschland.de.

Über ServiceRating:

ServiceRating unterstützt Sie als externer Partner in der Beratung zur Servicequalität. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie Umfragen zu aktuellen Servicethemen werden auf der Internetseite www.servicerating.de veröffentlicht. Dort finden Sie auch eine ausführlichere Version der Pressemitteilung.

Pressekontakt: Christian Roeb Tel.: 0221-16 88 288-63 E-Mail: info@servicerating.de