



Wie Sie das Social Web aktiv zur Pflege von Marken und Beziehungen nutzen

Das Social Web ist keine Modeerscheinung. Die Kraft der Kommunikation in Blogs und Bewertungsportalen hat längst klassische Methoden der Endkundenkommunikation überholt. Marken- und Produktimage können über Nacht von der Web-Community zerstört werden. Wer heute die Kraft seiner Marke messen möchte, darf das Medium Internet nicht links liegen lassen: Analyse, Bewertung und aktive Beteiligung am neuen Kommunikationsmedium sind Pflicht. Der COMCRAWLER von ITyX lernt dynamisch zu bewerten, welche Kommentare und Meinungen sich über Ihr Unternehmen und seine Produkte bilden. Kritische Meinungen werden abhängig von ihrer Intensität und Öffentlichkeit priorisiert, von verfügbaren Mitarbeitern im Premium Customer Service oder Consumer Marketing aufbereitet und geroutet. Neben der Inhaltsanalyse bietet Ihnen der COMCRAWLER zusätzlich die Möglichkeit der Weiterverarbeitung kritischer Stimmungen und Meinungen.

Customer Care in Zeiten von Web 2.0 steht vor einem Paradigmenwechsel: klassische Serviceprozesse per Telefon und E-Mail werden der Kommunikationskultur der Generation Internet in Zukunft nicht länger gerecht. Wer Nähe zum Kunden demonstrieren will, muss zuhören können. In sozialen Netzwerken, Blogs und Communities. Mediatrix COMCRAWLER analysiert Stimmungen im WWW und integriert Usermeinungen in die digitale Multi-Kanal-Welt Ihres Kundenservices.

Ein US-Amerikaner hat zum Ende seines 21. Lebensjahres im Durchschnitt 3.500 Stunden auf einer Social Media Plattform im Internet verbracht und 250.000 Mitteilungen per E-Mail, Instant Messaging oder SMS erhalten.

Für „Digital Natives“ oder „Millenials“ ist der Austausch von Informationen im World Wide Web selbstverständlicher und bequemer als die Nutzung des Telefons. Sie sind durchschnittlich 16 Stunden pro Woche online. Und sie verfügen schon heute zum Start ihres Berufslebens über eine erstaunliche Kaufkraft. Sie versenden täglich 4 Mio. Tweets, kaufen die Möbel, Kleidung und Geschenke online und informieren sich über Immobilien, Fahrzeuge, Reisen und ihre erste Altersvorsorge im Web.

Ist Ihre Serviceorganisation vorbereitet auf den effizienten Umgang mit diesem neuen Kommunikationsmuster?

25 Jahre nach der ersten E-Mail in Deutschland tun sich Unternehmen nach wie vor schwer, elektronische Kundenmitteilungen an zentrale Postkörbe (info@...) zielgenau innerhalb der Organisation zu verteilen und deren Verarbeitung zu steuern.

Mediatrix von ITyX erfasst, klassifiziert, priorisiert und verteilt schriftbasierte Mitteilungen per E-Mail, SMS, Fax und Brief. Als neues Modul der Mediatrix-Lösungsfamilie ermöglicht der COMCRAWLER jetzt ebenso die Bewertung von Inhalten aus Social-Media-Plattformen: was denken die User über Ihr Unternehmen, wenn sie die 200 Mio. Blogs im weltweiten Internet besuchen und 900.000 Threads (Kommunikationseinträge) täglich ausgetauscht werden?

MEDIATRIX COMCRAWLER IM ÜBERBLICK

1. Tägliche / Stündliche Auswertung von Social Media Contents
2. Finden und Bewerten von Produkt- und Markenbezogenen Kommentaren und Threads
3. Relevanzanalyse auf Basis von dynamischen Methoden der KI (Künstliche Intelligenz)
4. Priorisiertes Routing auf Mediatrix Client-Front-End mit fließendem Skill-/ Rechteprinzip
5. Bewertungsfunktionen (inhaltliche und öffentliche Relevanz des Inhalts, historische Verfolgung)
6. Kommunikationsfunktionen (Forward, Follow, Answer, Interact)
7. Senkung der durchschnittlichen Bearbeitungszeiten je Vorgang um bis zu 50 Prozent
8. Kombiniertes Betrieb als Response-Management für E-Mail, Web, Brief, Community



Der COMCRAWLER durchforstet fortwährend alle produkt- oder markenbezogenen Nennungen Ihres Unternehmens im gesamten World Wide Web. So sind Sie nicht nur in der Lage, Stimmungen und Diskussionen im Web zu erkennen und zu verfolgen, sondern auch deren Bewertung vorzunehmen und innerhalb oder außerhalb ihrer Organisation Kommunikationsprozesse anzustoßen.

■ **Klassifizieren:**

Definieren Sie Kategorien und Favoriten, um Inhalte und Relevanz von Threads effizient zu beobachten. Verteilen Sie diese automatisch an verfügbare Spezialisten Ihrer Organisation.

■ **Bewerten und Suchen:**

Prüfen und dokumentieren Sie gefundene Vorgänge, treten Sie mit Bloggern und Blogbetreibern in Kontakt, verfolgen Sie aktive Diskussionen.

■ **Weiterleiten und Kommentieren:**

Leiten Sie kritische Inhalte zur Bewertung an Fachabteilungen weiter und verfolgen Sie deren Erledigung.

■ **Wiedervorlegen:**

Verfolgen Sie aktuelle Themen und Blogs.

■ **Antworten und Dokumentieren:**

Treten Sie aktiv mit Bloggern oder Besuchern in Kontakt, beziehen Sie Stellung und bieten Sie Hilfestellungen – damit Sie aktiveren Kundenservice als Ihr Wettbewerber bieten.

Die Dynamik einer neuen Kommunikationskultur kann ein über Jahre erarbeitetes Markenimage innerhalb weniger Tage zerstören. Social Media ist längst kein Trend mehr – es ist ein gleichberechtigter Kanal im Beziehungsgeflecht zwischen Ihren Kunden und Ihnen selbst. Sprechen Sie uns an. Wir möchten Ihnen gerne die Gelegenheit bieten, sich mit den Image- und Effizienzvorteilen eines offensiven Umgangs mit digitaler Kundenkommunikation per E-Mail und Internet auseinander zu setzen. Hauptsache: powered by intelligence.

NUTZEN FÜR IHRE SERVICEORGANISATION

1. **Effizienzsteigerung Ihres Contact Centers:** Frühzeitiges Verständnis von Kundenwünschen und -problemen verhindert durch proaktiven Kundendialog wiederholte Anrufe.
2. **Optimierung der Marktbeobachtung, Produktinnovation und Serviceleistungen:** Kundenmeinungen sind wichtig, um rechtzeitig neue Trends zu erkennen.
3. **Effektives Frühwarnsystem:** Probleme in Marken- oder Unternehmens-Kommunikation bereits in der Entstehung zu erkennen, sichert ein positives Corporate Image und Kundenzufriedenheit.
4. **Nachhaltiges Benchmarking:** Ein Vergleich der Kundenmeinungen gegenüber dem Wettbewerb sichert Ihnen wertvolles Wissen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

