

GO ON  
STEP BY STEP



Bruno Schmed, Bereichsleiter konvergente Lösungen  
T&N Telekom & Netzwerk AG

## Social Media CRM

Lösungsansätze für den Kundendialog von morgen

>>> Social Media CRM ist in sich ein krasser Widerspruch. Customer Relationship Management geht von der Vorstellung einer One-to-One Beziehung aus, wo der Anbieter den Kunden persönlich kennt und ihn mit dem Namen ansprechen kann. Der grosse Erfolg von Social Media Plattformen basiert jedoch auf der Anonymität des Individuums. Die jüngste Entwicklung zeigt, dass in der Kombination dieser beiden Welten ein enormes Potential steckt. <

>>> Verschiedene Studien belegen, dass es in der Mediennutzung massive, altersbedingte Differenzen gibt. Über 65% der unter 35-jährigen Konsumenten konsultieren vor einem Kauf oder bei einem Problem zuerst das Internet. In Foren, Blogs und sonstigen Informationsseiten finden sie die Antwort, tauschen sich mit Gleichgesinnten aus und bilden sich ihre Meinung. Häufig geht es dabei auch um klare Kaufempfehlungen und aktive Referenzangaben. Obwohl nicht nachprüfbar, vertraut der Konsument einer scheinbar unbeteiligten Person im Web mehr als dem Verkäufer. Es ist somit klar, dass der Reputationspflege im Netz, in Zukunft, eine grosse Bedeutung zukommt. Ein aktives Bashing gegen ein Produkt, ein Unternehmen oder gar eine Person kann fatale Folgen mit einem enormen Schaden haben. Als Unternehmen steht man vor der Schwierigkeit, dass man aktiv in die Diskussionen eingreifen und sich verteidigen möchte. Aufgepasst! Hier kann der Schuss nach Hinten losgehen. Die alten Muster von Verteidigung und Vertuschung funktionieren hier nicht. Im Gegenteil: Nichttransparente, unredliche Methoden werden sofort schonungslos aufgedeckt und der Ball kommt dann erst recht ins Rollen. <

### Mithören und verstehen

>>> Bevor man überhaupt etwas Konkretes unternehmen kann, muss man zuerst aktiv und systematisch zuhören. Es gilt mit geeigneten Monitoringtools, die wichtigsten

Plattformen, wie Facebook, Twitter, Xing, RSS Feeds, spezifische Foren und Blogs zu überwachen und auszuwerten. Was wird über mein Unternehmen, meine Produkte, spezifische Bedürfnisse etc. im Web erzählt? Ist ein Trend zu erkennen? Gibt es klare Muster, die Hinweise auf einen Missstand geben, der behoben werden könnte? Um dies zu ermöglichen hat Avaya eine Social Media Management Software entwickelt – den Avaya Social Media Manager. <



### AVAYA SOCIAL MEDIA MANAGER

>>> Der Social Media Manager überwacht die Vorgänge auf verschiedenen Kanälen (z. B. Twitter, Facebook, RSS-Feeds und anderen Anwendungen). Jede Interaktion wird zur Bearbeitung an das Avaya-Contactcenter geleitet. Der Social Media Manager enthält ein Toolkit mit einer hochentwickelten Mediaverarbeitungstechnologie zur Ermittlung der Sprache und der Relevanz der Nachricht, zur Erkennung von Spam und zur Informationsklassifizierung. Das Kontextmodul stellt die Kontextinformationen der gewählten öffentlichen Website der Social-Network-Plattformen wie beispielsweise Facebook oder Twitter und zusätzlich interner Datenbanken dar. Dies gibt dem



**GO ON**  
STEP BY STEP

Agenten oder Experten ein vollständiges Kundenprofil und ein besseres Verständnis über die Art und Weise des Kontakts durch das soziale Medium. <

Sollte die schriftliche Form für eine sinnvolle Kommunikation nicht ausreichen, kann dem Kunden mit der Callback-Funktion ein Telefongespräch angeboten werden. <

**Anonyme Surfer identifizieren – & zum Ziel führen**

>>> Können Sie sich noch erinnern? Wenn Sie früher in ein Einkaufsgeschäft gingen, standen Sie vor und der Verkäufer hinter der Theke. Wenn Sie ein Produkt anschauen wollten, gab Ihnen der Verkäufer das Produkt und erklärte die Funktionsweise, Vorzüge etc.. Heute ist dieses Szenario nicht mehr denkbar. Sie betreten einen Laden, tausende Produkte lachen Sie an, oft kein Verkäufer weit und breit. Etwas Ähnliches spielt sich im Internet ab. Der Konsument hüpfert von Seite zu Seite, schaut sich die Produkte und sonstigen Informationen an und bleibt anonym. Für den Anbieter wird es immer schwieriger sich zu differenzieren und für den Kunden immer schwieriger das Produkt zu finden, welches er sucht. Es muss gelingen, anonyme Surfer auf Ihrer Website subtil anzusprechen und zu identifizieren.

**Der Mensch im Zentrum**

>>> Mit der richtigen Technologie kann heute der Agent Social Media und klassische Formen des Beziehungsmanagement zusammenführen. Diese Technologie bietet die neue Avaya Aura Contactcenter Lösung. Mit dieser Lösung können Sie Informationen sammeln, analysieren, verdichten und verarbeiten. So wird es möglich in Zukunft potentielle Leads über Social Media zu generieren, zu identifizieren und in ein persönliches Beratungsgespräch umzuwandeln. <

Avaya hat eine Software entwickelt, die es ermöglicht, wenn sich ein potentieller Kunde auf Ihrer Website befindet, Sie ihm nach einer bestimmten Zeit oder nach dem anwählen bestimmter Themen, einen Live Chat oder ein Call Back anbieten können. Im Chat können Sie dem Kunden die relevanten Seiten präsentieren oder ihm gewisse Aufgaben abnehmen. Die Erfahrung zeigt, dass das Unternehmen, mit dieser aktiven Begleitung auf dem Web, in Kürze die Umsätze markant steigern kann. <

**T&N - Ideen, die Sie weiterbringen**

Besprechen Sie mit uns die Kundenanforderungen von morgen, so dass Sie schon bald die Chancen von Social Media in Ihrem Contactcenter nutzen können.

Bruno Schmed freut sich auf Ihren Kontakt:

**IHR KONTAKT**

Bruno Schmed  
Telefon +41 44 835 36 50  
E-Mail: bruno.schmed@t-n.ch  
www.t-n.ch

**AVAYA AURA WEBCHAT LÖSUNG**

>>> Ein Kunde klickt auf Ihrer Website auf das von Ihnen interaktiv eingeblendete Chat-Banner. Umgehend geht die Chat-Anfrage ins Contactcenter zu einem freien Agenten. Dieser öffnet die Chat-Verbindung und startet die Kommunikation mit dem Kunden. Dabei kann der Agent neben statischen auch Videoinformationen übermitteln.