



**Inhalt:**

- **Twitter – schnell, direkt, proaktiv**
- **Social Networks – Hilfe für die Community**
- **Corporate Blogs – Anlaufstelle für Support**
- **Fazit**

**Schlagworte:**

Support, Helpdesk, Service, Social Media, Twitter, Blog, Social Networks

Neue Wege im Service

## **Kunden-Support 2.0**

Social Media sind derzeit äußerst beliebt. Dienste wie Facebook, Twitter, Xing und Co. verzeichnen regelmäßig neue Besucher-Rekorde. Dass diese Anwendungen auch für das Business gewinnbringend einsetzbar sind, etwa im Marketing oder dem Vertrieb, ist bekannt. Ein Bereich, der bisher allerdings noch in den Kinderschuhen steckt, ist der Kunden-Support via Social Media. Dabei bieten die Plattformen des Social Webs durch ihre direkten Dialog- und Kommunikationsmöglichkeiten eine hervorragende Basis zur Beantwortung von Kunden-Anfragen.

Ein bekanntes Szenario: Anwender rufen bei der Support-Hotline an, um ein Problem zu melden oder Unterstützung zu erhalten und sind nach langer Wartezeit oder von schlecht ausgebildeten Call-Center-Mitarbeitern genervt. Immer häufiger machen sie anschließend ihrem Unmut im Internet Luft. Auf Plattformen wie XING, Facebook, Twitter oder einem Blog hinterlassen sie negative Einträge, die dann bei Dritten ein schlechtes Licht auf das Unternehmen werfen. Ironischerweise stellen gerade diese Plattformen des Social Webs selbst eine echte Alternative zum telefonischen Support dar. Die verschiedenen Plattformen bieten unterschiedliche Funktionen, die für den Helpdesk genutzt werden können. Im Folgenden werden einige davon vorgestellt.

### **Twitter – Schnell, direkt, proaktiv**

Der Microblogging-Dienst Twitter ist durch seine Echtzeit-Kommunikation prädestiniert für den Support. Anfragen können als Kurz-Nachricht übermittelt werden. Der zuständige Mitarbeiter antwortet direkt über Twitter oder falls das



walter visuelle pr

Problem nicht auf Anhieb zu lösen ist, lässt er sich die weiteren Kontaktdaten oder benötigte Informationen eventuell per E-Mail senden. Via Twitter können Hilfesuchenden unmittelbar Tipps und weiterführende Links zur Verfügung gestellt werden. Anwender müssen nicht zum Hörer greifen und landen in keiner Warteschlange. Dadurch, dass der Support öffentlich geleistet wird, profitieren alle Anwender, die vor ähnlichen Schwierigkeiten stehen. Für sensible Daten und Informationen kann die Direktnachrichten-Funktion genutzt werden, die ausschließlich vom Support-Mitarbeiter und vom Anwender eingesehen werden können.

Während der Einführung des neuen Betriebssystems Windows 7 richtete Microsoft beispielsweise einen speziellen Support-Account für seine Anwender bei Twitter ein (@MicrosoftHelps). Der Software-Riese aus Richmond versprach Hilfesuchenden, innerhalb von 24 Stunden auf ihre Anfragen zu reagieren. Da das Projekt sehr gut angenommen wurde, entschloss sich Microsoft auch nach der Einführung von Windows 7 den Account bestehen zu lassen. Heute werden dort auch Fragen rund um alle weiteren Windows-Versionen und Office-Produkte beantwortet.

Ein enormer Vorteil von Twitter ist, dass der Dienst für einen proaktiven Support eingesetzt werden kann. Unternehmen können dort rasch Links zu umfassenden Problemlösungen, Tipps und Checklisten veröffentlichen bevor sich User beschweren.

Auch das Unternehmen salesforce.com setzt auf Twitter und verfolgt dabei einen ganz speziellen Ansatz. Das Unternehmen scannt alle Beiträge zu Produkten und Dienstleistungen, die bei dem Microblogging-Dienst eingegeben werden. Wird ein negativer Tweet entdeckt, erstellt das Unternehmen sofort einen Support-Auftrag. Ein Service-Mitarbeiter kann sich direkt um die Lösung des entsprechenden Problems kümmern und via Twitter Kontakt mit dem User aufnehmen.

### **Social Networks – Hilfe für die Community**

Neben dem Kurznachrichten-Dienst Twitter bieten auch Social Networks wie XING oder Facebook Möglichkeiten für den Support. Für Unternehmen bietet es sich an, eigene Gruppen in den Netzwerken zu eröffnen. In den Foren dieser Communities können sich Anwender untereinander und mit den Support-Mitarbeitern ausführlicher als über Twitter austauschen. In extra angelegten Boards besteht die Möglichkeit häufig gestellte Fragen (FAQ) zusammenzufassen und zu beantworten. In dem Netzwerk Facebook können auch andere Medien eingebunden werden. Beispielsweise können mittels Lehr-Videos oder Info-Podcasts Lösungsszenarien veranschaulicht und beschrieben werden. Die Community kann die Inhalte direkt in der Gruppe kommentieren. So erhält der Support ein schnelles Anwender-Feedback, ob das zur Verfügung gestellte Material hilfreich ist. Auch die Chat-Funktionen der Netzwerke sind für den direkten Kunden-Kontakt enorm hilfreich. Mitarbeiter können sich hier mit den Nachrichten der User auseinandersetzen und unmittelbar behilflich sein.



walter visuelle pr

Unternehmen sollten sich über die Aktivitäten in den Netzwerken informieren, denn häufig werden dort schon User-Groups von Anwendern betrieben. Firmen sollten abwägen, ob sie eine eigene Gruppe eröffnen oder sich in bestehenden Gruppen engagieren. Auf jeden Fall sind diese Gruppen wichtige Quellen für Stimmungen, Trends und Probleme, über die sich der Support informieren kann. Dieses Crowdsourcing bietet vielen Ansätze für Updates, Verbesserungen oder zukünftige Entwicklungen.

### **Corporate-Blogs – Support**

Um den Anwendern umfassende Informationen zu bekannten Problemen tagesaktuell an die Hand zu geben, bieten sich neben der eigenen Webseite auch spezielle Support-Blogs an. Diese Seiten lassen sich schnell aktualisieren und ermöglichen zudem mittels Kommentarfunktionen den Austausch mit dem Anwender. Mit Fachartikeln zu bestimmten Problemstellungen, einem FAQ-Bereich und Checklisten können sich Leser selbstständig die nötigen Hintergründe erschließen. Mit der Zeit entsteht ein Archiv nützlicher Support-Beiträge. Leichter als auf klassischen Webseiten lassen sich auch Bilder und Videos einbinden, so dass beispielsweise kurze Tutorials per Video-Clip dem Hilfesuchenden zur Verfügung gestellt werden können. Tag-Clouds, die alle Schlagwörter der gesammelten Beiträge enthalten, ermöglichen dem User eine schnelle Hilfe.

### **Fazit**

Social-Media-Anwendungen sind eine ideale Erweiterung der klassischen Dialog-Optionen. Weil viele Fragen und Probleme über die Web-Dienste schneller beantwortet und gelöst werden können, lassen sich Anrufe vermeiden und dadurch Kosten im Support senken. Gleichzeitig steigt die Kundenzufriedenheit. Zudem können Anwender auf den Plattformen Fragen stellen, die dann öffentlich für alle Kunden beantwortet werden. Über Suchfunktionen, eigene Checklisten oder Fachartikel und einen FAQ-Bereich, brauchen häufig gestellte Fragen nur einmal beantwortet werden. Hinzu kommt: Die Anwender können sich auch untereinander Tipps geben.

Der Support ist ein sensibles Thema, da Unternehmen im direkten Kontakt mit Anwendern stehen. Unbefriedigende Ergebnisse oder schwer lösbare Probleme können zu negativen Äußerungen der User im Internet führen. Social Media bieten die Möglichkeit sich zeitnah mit den Hilfesuchenden auszutauschen und sogar proaktiv zu handeln. Probleme, Trends und Stimmungen können durch ein Monitoring erkannt und passend reagiert werden. Allerdings bedarf es beim Einsatz der neuen Medien einer gehörigen Portion Kompetenz. Die Support-Mitarbeiter müssen die Funktionen und Kommunikationsmöglichkeiten der Plattformen genau kennen und einsetzen können.



walter visuelle pr

## II Über den Autor



### Markus Walter

PR- & Social-Media-Berater sowie Autor des Buches  
"Gewusst wie – Das 1x1 der Pressearbeit", Wiesbaden

### Kontakt

---

Walter Visuelle PR GmbH  
Rheinstraße 99  
D - 65185 Wiesbaden  
Tel. +49 (0) 611 / 23 878-0

E-Mail: [m.walter@pressearbeit.de](mailto:m.walter@pressearbeit.de)  
Website: <http://www.pressearbeit.de>  
Newsroom: <http://newsroom.pressearbeit.de>

Blog: [www.VisuellePR.de](http://www.VisuellePR.de)  
Twitter: <http://twitter.com/VisuellePR>  
YouTube: [www.youtube.com/user/VisuellePR](http://www.youtube.com/user/VisuellePR)