

Pressemitteilung

Kunden helfen Kunden: hiogi bietet Unternehmen neue Community-Lösung für Crowdsourcing im Kundenservice

Eine Service-Community als SaaS-Lösung für Unternehmen ist günstiger, flexibler und persönlicher als die herkömmliche Kundenkommunikation über Call Center oder Webformulare. Kunden und Mitarbeiter helfen sich nach dem Mitmachprinzip gegenseitig – auch unterwegs per Handy.

Berlin, 23. Juli 2009 – Die Berliner hiogi GmbH, Betreiber der mobilen Wissens-Community hiogi, erweitert ihre B2B-Produktpalette um eine Software-as-a-Service (SaaS) für kleine und mittelständische Unternehmen. Mit den Web 2.0- und Mobilfunkkomponenten der Service-Community.net können Unternehmen einen Kundenservice von morgen anbieten und auf diese Weise nicht nur Kosten einsparen, sondern auch wertvolle Erkenntnisse oder Produktideen gewinnen.

Unternehmen können sich jetzt unter www.service-community.net in zwei Minuten ihre eigene Community für den Kundendialog einrichten. Über die sechs Kanäle SMS, Email, mobiles Internet, Twitter, Skype und das Web können Kunden Fragen stellen, die in Echtzeit auf der Website der eigenen Service-Community landen. Dort beantworten andere Kunden oder Mitarbeiter die Fragen zu Produkten, Dienstleistungen oder zum Unternehmen. Jeder Betreiber einer Service-Community kann festlegen, welche Mitarbeiter Fragen beantworten sollen oder sogar mit Admin-Rechten ausgestattet werden. Alexandra Podeanu, Geschäftsführerin von saftfabrik.de, die als eines der ersten Unternehmen den neuen Service von Service-Community.net nutzt, sagt: „Für uns ist die Service-Community ein günstiges Mittel zum Kundenkontakt und zur Förderung des Dialogs über unsere Produkte und das Unternehmen. Wir erfahren auf diese Weise einfach und kostengünstig was unsere Kunden wollen, was ihnen gefällt und auch was ihnen nicht gefällt. Darauf können wir dann schnell reagieren.“

Neben saftfabrik.de haben sich bereits der Medizin-Preisvergleich medizinfuchs.de, und die Seiten versandtarife.de und easyapotheke.de eine eigene Service-Community für ihre Kunden eingerichtet.

Björn Behrendt, Geschäftsführer der hiogi GmbH, sagt: „Der Konsument von heute legt Wert darauf Erfahrungsberichte und Meinungen aus erster Hand zu bekommen. Häufig wird Call Centern oder Firmenwebseiten weniger Glauben geschenkt, wenn es um Produkt- und Serviceinformationen geht. Service-Community.net schafft für Unternehmen eine weitere Ebene, auf der sie mit ihren Kunden und diese untereinander kommunizieren können.“

Weitere Informationen unter www.service-community.net.

Über Service-Community.net:

Service-Community.net ist eine Software-as-a-Service, die auf innovative Technologien aufsetzt, die sich seit Jahren in der hiogi.de-Community für schnelles Wissen bewährt haben. Mehrere tausend Mitglieder beantworten bei hiogi.de in wenigen Minuten jede Frage, die per SMS an die 44044, per iPhone, mobiler Website, Email, Twitter oder Skype gestellt wird. Unternehmen können sich den technologischen Vorsprung der hiogi GmbH zunutze machen und sich in wenigen Minuten eine Service-Community mit eigener URL und dem eigenen Logo einrichten. Neben der Reduzierung der Support-Kosten und neuen Erkenntnissen zur Produktverbesserungen, generiert eine Service-Community automatisch hilfreiche FAQ-Listen, sowie mehrfach qualitätsgesicherte Inhalte, die konsequent zur Suchmaschinenoptimierung verwendet werden. www.service-community.net ist ein Angebot der hiogi GmbH aus Berlin.

Pressekontakt:

Christian Soult
ConSoulting Unternehmenskommunikation
c/o hiogi GmbH
Ackerstraße 3a
D-10115 Berlin
Tel.: 030 / 99 29 69 36-0
Mobil: 0176 / 20 06 87 56
Email: Christian.Soult@conSoulting.de