

Pressemitteilung

Zwei Drittel der Reiseunternehmen hinken beim Thema Social Web hinterher

Eine neue Studie zeigt, dass Reiseunternehmen die Vorteile des Social Web als Kommunikationsweg und Marketinginstrument noch nicht erkannt haben. Kostenpflichtige Hotlines (90%), Webformulare (65%) und starre FAQ-Listen (50%) dominieren die Kommunikation mit den Kunden. Diese Kanäle lassen aber weder den offenen Dialog zu, noch können Nutzer Inhalte selbst generieren. Das wirkt sich negativ auf die Servicequalität und die Suchmaschinenoptimierung der Reise-Websites aus.

Berlin, 10. August 2009 – Die Kunden suchen bei mehr als Zwei Drittel der Reiseunternehmen vergeblich nach einer Mitmachfunktion und modernen Web2.0-Dialoginstrumenten wie Twitter oder Facebook. Nur zwei Prozent der 102 von der Unternehmensberatung Hanseatic Consulting untersuchten Unternehmen haben bei ihrem Internetauftritt ein Forum eingerichtet. Gerade 15 Prozent haben eine Facebook-Gruppe und nur 12 Prozent twittern. Auch mobile Internetseiten (4%) oder schlichte RSS-Feeds (7%) scheinen für die Branche noch Fremdworte zu sein.

Dies ist nicht nur für die Kunden von Nachteil, die über die klassischen Wege die gesuchten Informationen oft nicht oder erst verspätet erhalten. Die Unternehmen nutzen das Innovationspotential, das in ihren Kunden steckt nicht aus. Die Marktforscher von Nielsen stellten kürzlich fest, dass Mitglieder-Communities bereits beliebter sind als Emailkommunikation. Zudem werden Online-Medien laut der Nielsen-Studie wesentlich weniger stark mit Werbung assoziiert als klassische Kanäle. Nielsen forderte daher Unternehmen dazu auf, Social Media als eine offene und ehrliche Kundenkommunikation mit dem Fokus auf Mehrwert in die Marketingplanung einzubeziehen.

Diesen Herausforderungen wird eine neue Software-as-a-Service-Lösung gerecht, die es Unternehmen ermöglicht in nur wenigen Minuten eine Service-Community für die eigene Firmenwebsite einzurichten. www.service-community.net lässt sich individuell konfigurieren und beinhaltet neben Community-Funktionen und einem Forum auch sämtliche Web2.0-Anbindungen, sowie eine eigene mobile Internetseite für den Dialog mit den Kunden über alle Kanäle.

Jan Valentin, Director Media & Marketing der Comvel GmbH, sagt: „Die Lösung hat uns überzeugt und mit <http://community.ferien.de> bieten wir unseren Kunden seit Kurzem eine Community zum Austausch von Insidertipps, Urlaubsideen oder Reiseratschlägen an.“

Weitere Informationen unter www.service-community.net.

Über Service-Community.net:

Service-Community.net ist eine Software-as-a-Service-Lösung, 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