



Medienmitteilung vom 28.6.2010
ZHAW School of Management and Law

Soziale Netzwerke bergen Potenzial für Schweizer Unternehmen

In der Schweiz wird wieder stärker ins Kundenbeziehungsmanagement (CRM) investiert. Unternehmen wollen ihre Kunden besser verstehen und sehen in sozialen Netzwerken Potenzial für das CRM. Dies zeigt eine Studie der ZHAW School of Management and Law.

Laut der Studie «Swiss CRM 2010» hat CRM die Wirtschaftskrise gut überstanden, und es sind wieder höhere Investitionen in CRM-Projekte geplant. Diese fallen gemäss Studienteilnehmer vor allem in die Bereiche des operativen CRM, der Mitarbeiterschulung und der Kundensicht. Letztere hat stark an Bedeutung gewonnen. Ein effizientes Instrument zur Erhebung der Kundensicht stellen soziale Netzwerke auf dem Internet dar. Sie informieren über Mitgliedschaften, Meinungen und Interessen der Kunden, geben Hinweise zur Beliebtheit von Produkten und ermöglichen Rückschlüsse auf die Reputation des Unternehmens.

Soziale Netzwerke werden auch im CRM eingesetzt

Wie die Studie zeigt, sind die Schweizer Unternehmen zwar noch zurückhaltend, sehen aber das Potenzial, dass sich hinter den Internet-Plattformen verbirgt. Immerhin schon 10% der befragten Unternehmen gaben an, mindestens ein soziales Netzwerk systematisch für das CRM einzusetzen. Wesentlich mehr Entscheidungsträger beurteilen soziale Netzwerke für einzelne Teilaufgaben des CRM als wichtig. Im Zentrum stehen dabei die Gewinnung von Informationen für die Kundenbetreuung, das Beschwerdemanagement und die Generierung von innovativen Ideen. Über 50% der Unternehmen haben soziale Netzwerke für diese Aufgaben als eher oder sehr wichtig eingestuft und ca. 30% nutzen sie eher oder sehr häufig. Am meisten eingesetzt werden Facebook und Twitter, gefolgt von Xing und YouTube. Hinsichtlich der Nutzung durch die einzelnen Mitarbeiter besteht aber noch grosse Skepsis. So verbietet mehr als die Hälfte der Unternehmen den Zugang zu Facebook am Arbeitsplatz.

Die Trendstudie erhebt bereits zum 4. Mal den Status von CRM in der Schweiz

Die Studie wird seit 2007 jährlich vom Zentrum für Marketing Management der ZHAW School of Management and Law mit freundlicher Unterstützung der Schweizerischen Post durchgeführt. Sie beobachtet die Entwicklung des Kundenbeziehungsmanagements in der Schweiz. Befragt wurden 606 zufällig ausgewählte Entscheidungsträger mittlerer und grosser Schweizer Unternehmen. Die Ergebnisse wurden am vergangenen Donnerstag am Swiss CRM Forum im Hallenstadion Zürich vorgestellt.

Kontakt:

Dr. Frank Hannich, Projektleiter, Zentrum für Marketing Management, ZHAW School of Management and Law, Telefon 058 934 68 65, E-Mail frank.hannich@zhaw.ch

Medienstelle:

ZHAW Corporate Communications, Neva Waldvogel, Telefon 058 934 75 61
E-Mail neva.waldvogel@zhaw.ch



Die ZHAW School of Management and Law

Die ZHAW School of Management and Law wurde im Jahr 1968 als eines der ersten Lehrinstitute der Schweiz für Wirtschaft und Verwaltung gegründet (HWV). Heute stellt sie eines von acht Departementen der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften dar. Sie konzentriert sich in Lehre, Forschung und Dienstleistung auf folgende Inhalte:

- General Management
- Banking & Finance
- Public Sector Management
- International Management
- Wirtschaftsrecht

Mehr als 2500 Studierende sind in den Bachelorprogrammen Betriebsökonomie, Wirtschaftsrecht und International Management immatrikuliert. Zudem besuchen jährlich rund 800 Teilnehmende die Weiterbildungsangebote der ZHAW School of Management and Law. Diese beinhalten 12 zweijährige Master of Advanced Studies (MAS), 3 Diplomas of Advanced Studies (DAS), über 30 ein- bis zweisemestrige Certificates of Advanced Studies (CAS) und diverse kürzere Weiterbildungskurse. Seit 2008 bietet die ZHAW School of Management and Law auch die konsekutiven Masterstudiengänge Banking & Finance sowie Business Administration (Vertiefung Marketing oder Public and Nonprofit Management) an.

www.sml.zhaw.ch