



05.04.2016

KSR UND SOCIAL MEDIA: KONKRETER NUTZEN FÜR DIE BETRIEBE

Werkstattsoftware-Anbieter KSR geht innovative Wege – auch bei Kundenkommunikation und Serviceentwicklung. Wichtige Infos werden sowohl auf der KSR-Website als auch auf der Facebook-Präsenz zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus kommunizieren die Neu-Ulmer Software-Spezialisten seit Anfang 2015 auf dem eigenen YouTube-Kanal „KSR-TV“ aktuelle News zu Produkten und Services.

UNMITTELBARES FEEDBACK ZU GENAUEN ANWENDERBEDÜRFNISSEN

Damit trägt KSR dem sich ändernden Kommunikationsverhalten Rechnung und bezieht Social Media immer stärker mit ein. „Das ist für uns allerdings kein Selbstzweck. Social Media dient längst nicht nur der aktuellen Information und Kommunikation, sondern auch der Weiterentwicklung unserer Softwareprodukte und Serviceleistungen. Denn wir bekommen unmittelbares Feedback darüber, was die genauen Bedürfnisse unserer Anwender sind“, betont KSR-Geschäftsführer Peter Ringhut.

ZUSATZ-SERVICE DURCH VERANSCHAULICHUNG UND VERTIEFUNG

Neben der zeitnahen Information und dem Dialog mit den Anwendern spielt auch der Serviceaspekt bei der Nutzung von Facebook, Twitter und Co. eine wichtige Rolle – zum Beispiel auf dem YouTube-Kanal, auf dem sich Neuentwicklungen anschaulich vertiefen und erklären lassen.

KOMPLIZIERTES VEREINFACHEN UND ÜBERFORDERUNG VERMEIDEN

„Die Digitalisierung der Schadenwelt stellt für uns und unsere User eine riesige Herausforderung dar. Es gilt, die digitalen Prozesse in innovative Kommunikation, Dienstleistungen und Produkte mit

tatsächlichem Kundennutzen zu übersetzen: Komplizierte Prozesse müssen unseren Anwendern vereinfacht, transparent in unseren Systemen abgebildet und alle notwendigen Schnittstellen zur Verfügung gestellt werden“, unterstreicht Peter Ringhut und ergänzt: „Innovation soll unseren Anwendern nutzen und darf sie nicht überfordern.“

Andreas Löffler