

inSided Social Support

Reduzieren Sie die Servicekosten und
steigern Sie die Kundenzufriedenheit.
Jederzeit. Überall. In jedem Kanal.

inSided Social Support

Kundenservice der nächsten Generation für Ihre sozialen Verbraucher.

Im heutigen Geschäftsklima, in dem der Wettbewerb weiter zunimmt, die Margen schrumpfen und Kernleistungen zu Massenware werden, müssen sich Unternehmen voll und ganz auf den Kunden konzentrieren. Sozialer Support – der Ort, an dem Online-Kunden-Communities, soziale Netzwerke und traditionelle Kundendienste zusammenlaufen – hat sich schnell zur primären Schnittstelle zwischen den meisten Marken und ihren Kunden sowie zu einem wichtigen Unterscheidungsmerkmal entwickelt – vor allem in Branchen wie der Telekommunikation, in der fast 50 % der Kunden aufgrund des Ausfalls wichtiger Kernleistungen den Anbieter wechseln und die Nutzung des sozialen Kundenservice unter intelligenten und informierten Verbrauchern explodiert.

Der soziale Support hat sich von einer zukunftsorientierten operativen Strategie zu einer geschäftlichen Notwendigkeit und einem der wichtigsten Faktoren für messbare Gewinne entwickelt. Unternehmen, die über einen intelligenten Service und Support verfügen, können das Potenzial des sozialen Supports voll und ganz ausschöpfen, um ihre Geschäftsziele zu erreichen.

Europäischer Marktführer



Hauptvorteile



Servicekosten reduzieren

Reduzieren Sie teuren Kunden-Support durch Kundendienstmitarbeiter, indem Sie es Ihren Kunden ermöglichen, Probleme in Ihrer Online-Community zu lösen. Nutzen Sie soziale Einblicke, um die Effizienz und Produktivität von Kundendienstmitarbeitern zu verbessern, und entwickeln Sie Ersatzlösungen für Bereiche wie mehrsprachigen Support und Langzeitprodukte.



Kundenzufriedenheit & -treue steigern

Bieten Sie einen Service über mehrere Kanäle und sorgen Sie dafür, dass Ihre Kunden mit Social-Self-Service in Peer-to-Peer-Support-Foren und Online-FAQs Zeit sparen. Entwickeln Sie einen ständigen Dialog mit Ihren Kunden, um Zufriedenheit, Loyalität und Empfehlungen Ihrer Community und Support-Funktion zu steigern.



Ressourcen optimieren & Support-Funktion skalieren

Bieten Sie rund um die Uhr sozialen Support weltweit sowie unterwegs mit mobilen Communities. Geben Sie Kundenservice-Mitarbeitern bessere Informationen an die Hand und nutzen Sie sie effizienter. Identifizieren Sie kostspielige Probleme frühzeitiger. Ermöglichen Sie es Ihren Kunden, zu kooperieren und Self-Service zu nutzen, um Service-Spitzenzeiten zu bewältigen.



Wissensmanagement verbessern

Gewinnen Sie aus der Community Erkenntnisse über Produkte, Dienstleistungen und organisatorische Prozesse, um Wissensdatenbanken für den Support aufzubauen, wertvollen Input für Produktinnovationen zu erhalten und die Kundenservice-Erfahrung zu optimieren.



Ihre soziale Strategie integrieren

Steigern Sie die Rentabilität des sozialen Supports in Business-Funktionen, Anwendungsfällen und Kanälen mithilfe einer integrierten Technologieplattform, die Ihre eigene Webseite in den Mittelpunkt der sozialen Support-Strategie Ihrer Marke rückt.

Den Geschäftswert mit Support Communities steigern

Die Fähigkeit, eine echte Kunden-Community über verschiedene Kanäle hinweg aufzubauen, ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im digitalen Zeitalter von heute und beginnt damit, die Kontrolle über die sozialen Kundenerfahrungen durch Kunden-Communities zu behalten.

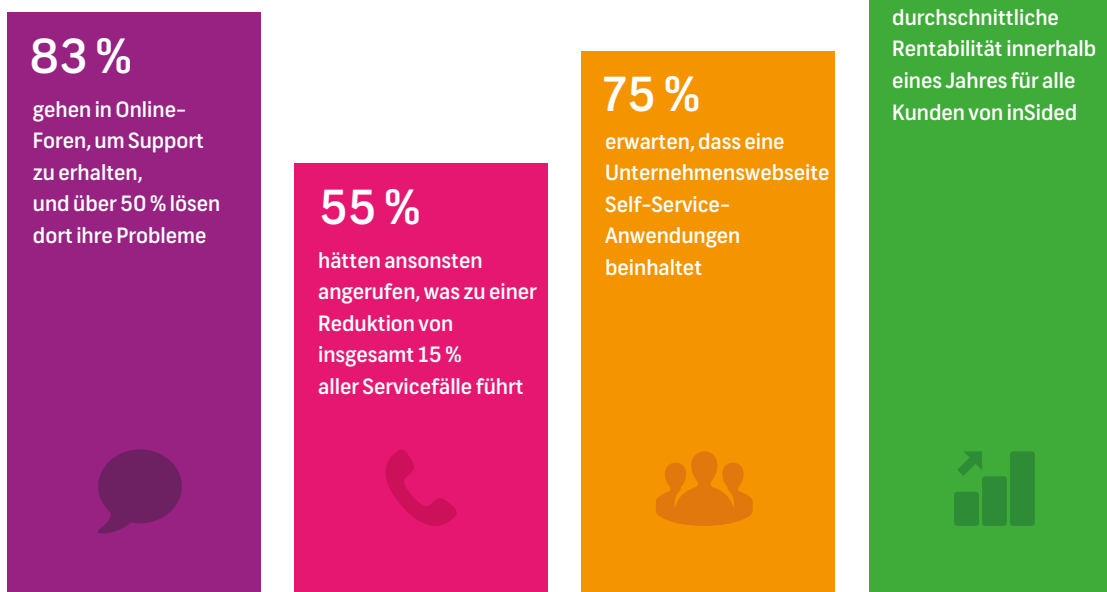
Diese stets betriebsbereiten, interaktiven und offenen Netzwerke ermöglichen es den Teilnehmern, sich untereinander auszutauschen, sich mit Ihrem Unternehmen zu vernetzen und die Informationen, nach denen sie suchen, zu erhalten. Durch die Integration von Community-Funktionen wird Ihre Webseite zu einer sozialen Drehscheibe – auf der Gespräche stattfinden, die eng mit Ihrer Marke und Ihren Produkten in Verbindung stehen. Communities bieten Kundenservice, Marketing, CRM und andere Business-Funktionen mit echtem geschäftlichem Mehrwert und werden gemeinhin als Eckpfeiler einer jeden effektiven Social-Business-Strategie angesehen.

Der Zweck von Support Communities besteht darin, den Kunden und Nutzern der Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens Support zu bieten. Ein wesentlicher Treiber für diese Communities ist die Reduzierung des Anrufvolumens und die Optimierung einer erfolgreichen Service-Bearbeitung, indem das kollektive Wissen der Nutzerbasis genutzt wird und Community-Mitglieder die Fragen von Kunden beantworten und Informationen und Tipps untereinander austauschen. Im Durchschnitt kann 30 Personen indirekt mit einer bereits gegebenen Antwort in der Community geholfen werden.

Eine Community stellt daher eine gute Möglichkeit dar, um Ihre Kunden als Erweiterung Ihres Support-Teams zu gewinnen und einzubinden und die Belastung von teureren Kanälen wie Telefon, E-Mail und externe soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter zu verringern.

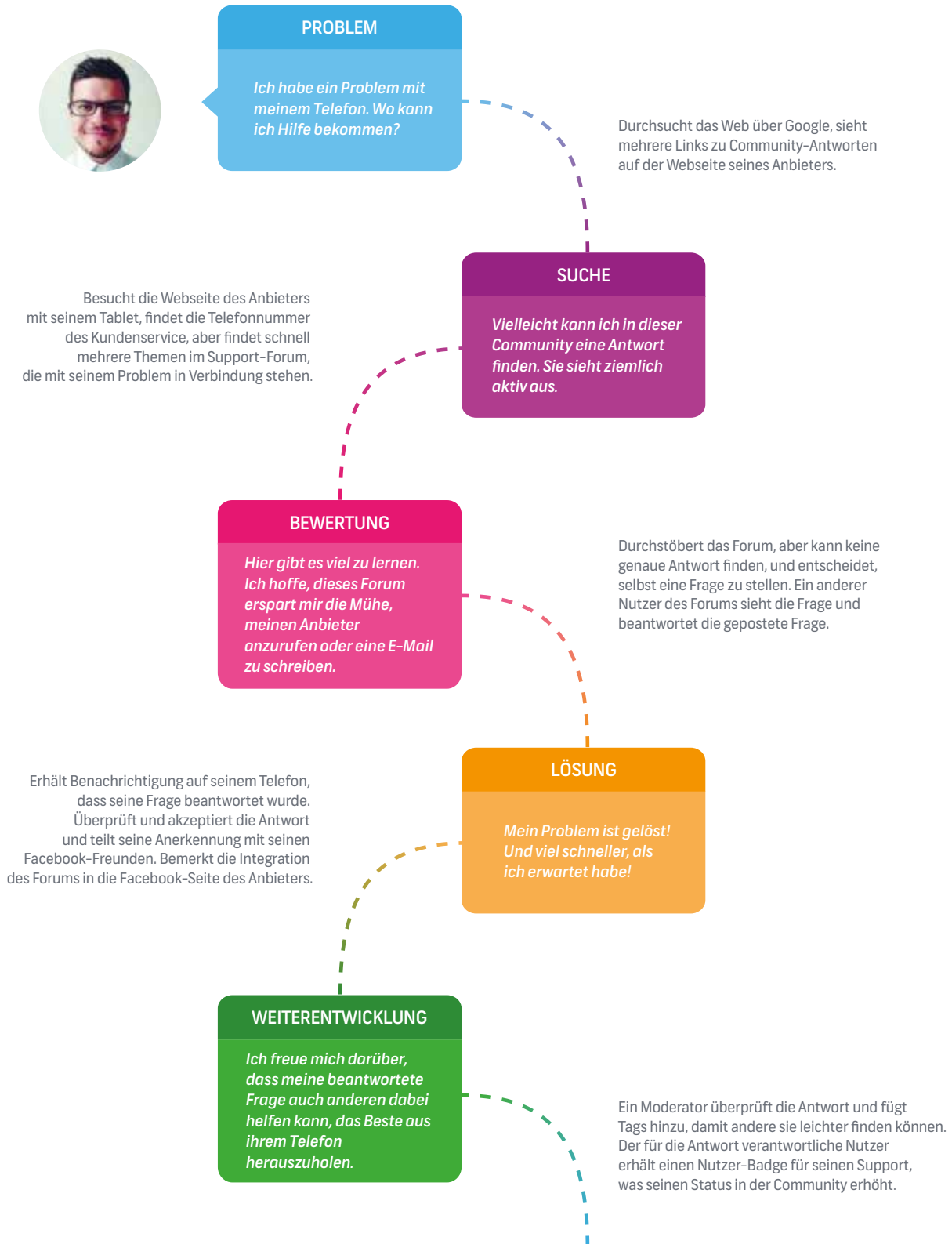
“ In diesem Kundenzeitalter ist der einzige nachhaltige Vorteil das Wissen und die Einbindung von Kunden.

FORRESTER



Die soziale Customer Journey

Die neue Support Journey des sozialen Verbrauchers ist schnell, suchfähig, käuferorientiert und Multi-Channel-ausgerichtet. Sind Sie bereit für eine Cross-Channel-Kundenbetreuung?



Wie inSided helfen kann

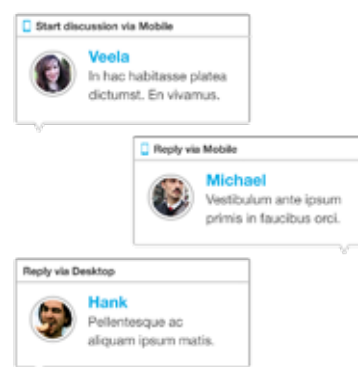
Um die besten Ergebnisse aus Ihren Social-Business-Initiativen zu ziehen, benötigen Sie einen Service, der von Experten verwaltet wird, die eine bewährte Plattform mit integrierten Best Practices verwenden. Die Cloud-basierte inSided Social-Business-Plattform bietet eine integrierte und umfassende Palette von Anwendungen, um Online-Communities für Kunden-Support und Self-Service einzurichten, einzubinden und zu verwalten.

Basierend auf mehr als 10 Jahren Erfahrung im Aufbau und der Verwaltung erfolgreicher und aktiver Communities für verschiedene Kanäle und Geräte hilft Ihnen unsere Plattform dabei, einen einheitlichen Kunden-Support zu bieten und Ihre geschäftskritischen Kundenservice-Anforderungen zu erfüllen. Ihre Kunden werden wiederkommen, um weitere Geschäfte zu tätigen und ihre Fragen online zu lösen, wodurch die Belastung Ihres Kontaktzentrums verringert wird.

Support Community

Als eines der Kernmodule der inSided Social-Business-Plattform und Herzstück vieler erfolgreicher Kunden-Communities vernetzen Foren Produktexperten und Markenenthusiasten durch lebendige Peer-to-Peer-Diskussionen zu jedem der von Ihnen gewählten Themen.

Die inSided-Foren bieten eine benutzerfreundliche, soziale Erfahrung, bei der Kunden mit einem offenen Dialog mit anderen Kunden und Ihrem Unternehmen eingebunden werden. Dank ihrer unkomplizierten Benutzeroberfläche, einheitlichen Inhalten und der starken visuellen und technischen Integration in Ihre Webseite ermöglichen die inSided-Foren natürliche und sinnvolle Diskussionen, die den Traffic von Suchmaschinen erhöhen und für einen längeren Besuch der Zielgruppen sorgen.



Ermöglichen Sie Diskussionen auf Ihrer eigenen Plattform

Ermöglichen Sie Kunden-Interaktionen in verschiedenen Kategorien und Foren. Benutzer können neue Diskussionsthemen und Fragen posten oder Kommentare zu bestehenden Themen abgeben. Steigern Sie die Transparenz mit Nutzerprofilen, einschließlich persönlicher Daten und intelligenten Activity Streams, um neue Inhalte hervorzuheben.



Finden, bewerten und teilen Sie die besten Inhalte

Wertvolle Informationen aus der Community werden durch Tags, Reputation, Kommentare und markierte Antworten der Nutzer identifiziert. Diese Informationen zeigen, was Community-Mitglieder mögen oder nützlich finden, und können auf Ihrer Webseite in den Suchergebnissen, Widgets, Ranglisten und an anderen relevanten Stellen integriert werden.



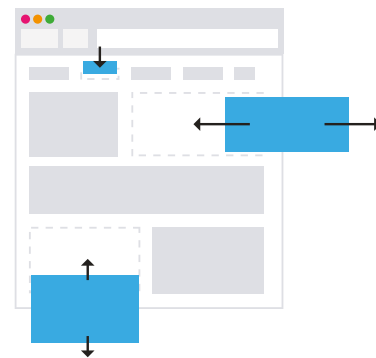
Steigern Sie die Community-Beteiligung durch Gamification

Die inSided-Foren verbinden tiefgreifende Einblicke in die Beweggründe der Community-Mitglieder mit Gamification und rollenbasierten Berechtigungen. Dies ermutigt diejenigen, die lediglich Ihre Inhalte lesen und ansehen, dazu, aktive Teilnehmer zu werden, belohnt die aktivsten Mitwirkenden (mit sozialer Reputation, Rankings und Privilegien) und identifiziert und kultiviert Superfans (die bis zu 50 % der Community-Inhalte erzeugen).

Die Webseite

Alle Inhalte und Funktionalitäten der inSided-Plattform lassen sich nahtlos in Ihre bestehenden Webseiten integrieren. Durch die Anregung sozialer Gespräche in diesen meist statischen Umgebungen helfen wir dabei, sie lebendig zu halten, und stellen sicher, dass Ihre Kunden ihre Ziele auf effiziente Weise erreichen.

Da Ihre Community ständig mit Fragen, Lösungen und Kommentaren aktualisiert wird, können Sie sie als integralen Teil Ihrer First-Response-Support-Strategie verwenden und die soziale Technologie auf wahrlich innovative und kooperative Weise nutzen.



Content Integration & individuelles Design

Community-Inhalte, wie die jüngsten Antworten aus dem Forum, Peer-to-Peer-F&A und Nutzerdaten, lassen sich nahtlos in bestehende Webseiten, Kundenportale und mobile Anwendungen integrieren. Indem soziale und Community-Funktionen nahtlos in jede einzelne Seite integriert werden, wird Ihre Webseite zu einer sozialen Drehscheibe – auf der Gespräche stattfinden, die die Kunden dazu einladen, sich umfassender untereinander auszutauschen und sich in Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen einzubringen.



Föderierte Suche & soziale Wissensdatenbank

Integrieren Sie Informationen aus Ihrer Community in die Suchfunktion Ihrer Webseite und stellen Sie Ihren Kunden somit genau die Art von Informationen bereit, die sie benötigen. Bauen Sie eine soziale Wissensdatenbank auf, die das Beste aus allen traditionellen und sozialen Kanälen an einem einheitlichen Ort vereint, sodass Sie von dem Wissen und den Erfahrungen Ihrer Kunden profitieren können.



F&A zu Produkten

Bereichern Sie die E-Commerce-Seiten auf Ihrer Webseite mit Peer-to-Peer-F&A, die die Käufer dazu einladen, Fragen zu stellen, Antworten zu finden und Kommentare zu Ihren Produkten und Dienstleistungen abzugeben. Dies ist eine bewährte Methode, um Kaufentscheidungen zu beschleunigen, die Kundenzufriedenheit zu steigern und die Anzahl der Anrufe in Ihrem Kontaktzentrum zu reduzieren. Fragen und Lösungen können direkt von Ihrer und an Ihre Kunden-Community weitergeleitet werden, was ihre Sichtbarkeit und das Ranking in Suchmaschinen verbessert.



Nahtloser Zugriff

Ihre Kunden können sich mit einem einfachen Benutzernamen und Passwort oder ihrem Facebook-Konto in Ihrer Community anmelden. Alternativ können Sie Ihr bestehendes Website-Account-System verwenden, indem Sie Single-Sign-On integrieren, um Ihren Kunden eine nahtlose Nutzererfahrung zu bieten. Leiten Sie Inhalte und Benutzerdaten in Ihrem Kundenportal, Ihrer Community und sozialen Netzwerken weiter.

Suchmaschinen

Die aktuellen, nutzergenerierten Inhalte aus Ihrer Community sorgen dafür, dass Ihre Webseite stets auf dem neuesten Stand und dynamisch ist, was Ihre Position in Suchmaschinen wie Google und Bing verbessert.

inSided Kunden-Communities verwenden benutzerdefinierte Domain-Namen, gut strukturierte Seiten, interne Hyperlinks, Rich Snippets und kundenspezifische Meta-Daten, wodurch sie bei Suchmaschinen ein gutes Ranking erzielen.

Alle Suchmaschinen-Links zu Community-Themen sind für den Namen Ihres Unternehmens sowie die natürliche, organische Sprache hochoptimiert, die Kunden verwenden, um Fragen zu stellen, was zu höheren Klickraten führt. Mehr Menschen werden Ihre Webseite besuchen, aufgrund der hochwertigen Inhalte, die sie dort finden, länger bleiben und immer wiederkommen.



“ In den nächsten Jahren wird die Verbrauchererfahrung wahrscheinlich radikal in die physische und virtuelle Umgebung integriert sein. Die meisten der Technologien, die benötigt werden, um dieses Szenario zu verwirklichen, sind bereits heute verfügbar.

McKinsey&Company

KPN Group

Mehrere Labels der KPN Group, dem größten Telekommunikationsanbieter in den Niederlanden, betreiben erfolgreich eine inSided Kunden-Support-Community und zeigen, dass eine gute Kundenerfahrung Hand in Hand mit der Bereitstellung von sozialem Support geht.

Telfort spart jährlich **1 Millionen €** an Support-Kosten, und das Social-Support-Programm wurde intern als die kundenzentrierteste Initiative ausgezeichnet.

Über 75% der KPN Hi Kunden geben an, dass das Forum eine hervorragende Ergänzung zu den Hi-Kundenservice-Kanälen ist. Ein positiver Business Case wurde innerhalb eines Jahres erreicht, und die Community wächst weiter und überholt sogar die traditionellen FAQs.

Simyo, eine 100-prozentige Online-Discount-Marke von KPN, hat die **Abwanderung um 8 % reduziert**. Die Support Community ist jetzt der wichtigste Kontaktkanal für das Unternehmen.

“ Für eine Online-Marke ist es entscheidend, ihren Service innerhalb des Online-Kanals bereitzustellen. Mit dem Support-Forum bieten wir ein bewährtes und messbares Ergebnis hinsichtlich der Verringerung der Anrufe.

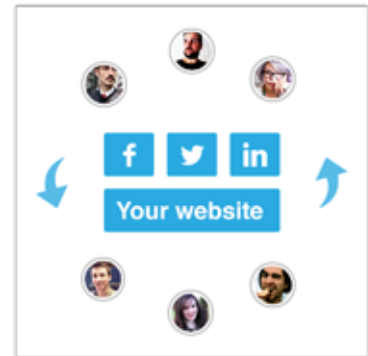
Onno van der Poel
General Manager Simyo

Social Media

Binden Sie Ihre Community in Ihre Facebook-Markenseite ein und integrieren Sie relevante Inhalte und Gespräche aus Ihren Social-Media-Kanälen in Ihre Webseite.

Beliebte Plattformen wie Facebook und Twitter sind keine ausreichenden Ressourcen für Kundenbindung und Support. Die Posts in diesen Netzwerken sind nur für kurze Zeit verfügbar und reduzieren einmalige allgemeine Anfragen wie FAQs und andere einfach zu lösenden Probleme nicht. Und sie sind nicht dafür optimiert, Ihre Kunden miteinander zu vernetzen, was die Zusammenarbeit und soziale Unterstützung einschränkt, die ansonsten möglich wären.

Sie können den Self-Service verbessern, indem Sie eine Kunden-Community mit starker Anbindung an soziale Netzwerke nutzen. Auf diese Weise können Sie Inhalte aus diesen Netzwerken mit Ihrer Community teilen, in der sie eine längere Haltbarkeit haben und sich weiterentwickeln können. Online-Communities sind Kunden-Netzwerke, die Sie besitzen. Sie können die von den Nutzern generierten Inhalte auswählen, sie analysieren und dazu verwenden, fundierte geschäftliche Entscheidungen zu treffen. Und Sie können Ihren Kunden auch weiterhin eine optimale soziale Marken-Erfahrung bieten, und zwar unabhängig davon, wie sich das Social-Media-Umfeld verändert.



🗨️ Sie können Ihre Facebook-Fans getrost bei Facebook lassen. Ein kluger Zug besteht darin, sie wann immer möglich in Ihre eigenen Communities zu lenken.



Dion Hinchcliffe, Dachis Group



Facebook App

Bieten Sie Ihren Facebook-Fans Peer-to-Peer-Support, indem Sie Ihre Community mit unseren Facebook-Apps erweitern. Ermöglichen Sie Diskussionen in verschiedenen Foren und Kategorien innerhalb einer separaten Unterseite auf Ihrer Markenseite mit nativem Look & Feel, in denen die Besucher neue Themen posten (Fragen, Anregungen, Vorschläge usw.) und auf intuitive und intelligente Art und Weise Kommentare zu bestehenden Themen abgeben können. Sie können ihren Freunden Inhalte empfehlen, die Aktivitäten ihrer Freunde in Ihrer Community sehen und neue Themen in ihrer eigenen Timeline teilen.

Tauschen Sie automatisch Fragen und Antworten mit Ihrer Support-Community aus, und bieten Sie eine integrierte Such-Funktion, um Ihren Kunden dabei zu helfen, Antworten zu finden, ohne Support-Fragen in Ihrer Timeline posten zu müssen. Da Inhalte, Interaktionen und Statistiken von einem zentralen Ort aus verwaltet werden können, unterstützen Ihre Community-Superfans und Moderatoren Facebook- und Webseiten-Besucher gleichermaßen.



Social Media Integration

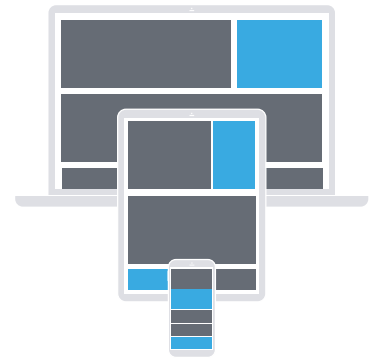
Verbreiten Sie die Antworten Ihrer aktivsten Community-Mitglieder, und nehmen Sie den Mitarbeitern Ihres Kontaktzentrums die Arbeit ab, auf Beiträge auf Twitter und Facebook zu antworten, indem Sie relevante Inhalte und Gespräche aus sozialen Netzwerken in Ihre eigenen Webseiten integrieren. Machen Sie es Ihren Kunden einfach, Ihre Community zu nutzen und ihre bevorzugten Inhalte in den sozialen Netzwerken ihrer Wahl zu teilen, indem Sie die umfangreichen sozialen Login- und Sharing-Funktionen nutzen, die unsere Plattform bietet.

Mobil

Binden Sie Ihre Kunden jederzeit und überall ein, und leiten Sie Anrufe in Ihrem Kontaktzentrum mit einer für Mobilgeräte optimierten Community weiter.

Der Anteil der Webseiten-Besuche über Smartphones und Tablets steigt erheblich. In einigen Fällen machen sie bis zu 50 % aller Besuche aus. Um sicherzustellen, dass diese wachsende Gruppe mobiler Nutzer Ihre Community jederzeit nutzen und eine positive Nutzererfahrung machen kann, können inSided Communities ganz einfach in Ihre mobile Webseite und mobile Anwendungen integriert werden.

Erreichen Sie Ihre Kunden von jedem Gerät aus, damit Sie sich auf das Wachstum Ihres Unternehmens konzentrieren können. Mit inSided Mobile ermöglichen Sie mobile Diskussionen, bieten Blogs und Neuigkeiten für unterwegs und machen Ihr Recherche- & Co-Creation-Programm mobil. Egal, ob Sie Ihre Community in eine mobile Webseite, App oder Responsive-Design-Version Ihrer klassischen Webseite integrieren möchten – wir kümmern uns darum.



“ Mobilität ist nicht die Zukunft, sondern das Jetzt. Treffen Sie Ihre Kunden in der Umgebung ihrer Wahl, und nicht dort, wo es für Sie am bequemsten ist.



Nate Elliot, Forrester Research

Social Support – Zahlen & Fakten

70 % der Verbraucher vertrauen den Meinungen, die andere Verbraucher online gepostet haben, und **90 %** vertrauen Empfehlungen von Menschen, die sie kennen. **63 %** der Verbraucher suchen online nach anderen Menschen mit ähnlichen Problemen, wenn sie Hilfe benötigen, während nur **19 %** der Marken denken, dass dies der Fall ist. **81 %** suchen Rat in sozialen Netzwerken, bevor sie ein Produkt kaufen.

Wenn ein Online-Service die Anforderungen nicht erfüllen kann, nutzen **57 %** der Verbraucher teurere Kanäle wie Telefon oder E-Mail, **40 %** ziehen Self-Service dem menschlichen Kontakt vor und **17 %** wechseln zur Konkurrenz. **29 %** teilen eine unbefriedigende Service-Erfahrung in sozialen Kanälen, während **50 %** dazu neigen, ein Unternehmen nach einer guten Erfahrung weiterzuempfehlen.



Vernetzen Sie Ihre Community mit Ihrem Unternehmen

Binden Sie Ihre Community mit unseren fortschrittlichen APIs und Integrationsoptionen in Ihre Geschäftsprozesse ein, um so eine 360-Grad-Sicht auf Ihre Kunden zu erhalten. Mit Zwei-Wege-Verknüpfungen zu bestehenden Unternehmenssystemen überführen wir ehemals unzugängliche Daten in eine umfassende kollaborative Umgebung, in der relevante Akteure sie einsehen und entsprechend handeln können.

inSided erweitert die Reichweite Ihrer Community bis tief in Ihre Geschäftsprozesse hinein und lässt sich in führende CRM-Systeme, Kundenservice-, Produktentwicklungs- und Marketing-Tools integrieren. Sie können die Funktionalität der Plattform in jeder Phase des Lebenszyklus Ihrer Community perfekt auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden, beginnend mit simplen Integrationen bis hin zu einfachen Erweiterungen, wenn sich Ihre Anforderungen ändern oder der Nutzerstamm mit der Zeit größer wird.



CRM, Kundenkontakt & Loyalitäts-Software

Vernetzen Sie Ihre Community mit Fallmanagement- und Ticketing-Systemen wie Salesforce und erfassen, synchronisieren und nutzen Sie die Integrationsdaten der sozialen Kunden bei jedem Aspekt Ihres Unternehmens.



Wissensdatenbanken & Kontaktzentrum-Systeme

Integrieren Sie dynamische On-Demand-Community-Inhalte und bestehende Wissensdatenbanken, FAQs und Produktverzeichnisse in eine soziale Wissensdatenbank und vernetzen Sie sie mit führender Software wie Oracle RightNow.



E-Mail-Marketing

Verwenden Sie die flexiblen Tools zur E-Mail-Benachrichtigung, die in unsere Plattform eingebaut sind, oder integrieren Sie Community-Inhalte und Benutzerprofilaten in Ihre bestehenden E-Mail-Marketing-Tools.



Soziale Einblicke

Verknüpfen Sie die Analyse- und Reporting-Tools der inSided-Plattform mit führenden Web Analytics und Social-Media-Monitoring-Software wie Google Analytics, Omniture, Radian6 und Buzzcapture.



inSided API

Nutzen Sie Inhalte (Dritter) und Systemintegrationen, passen Sie die Nutzererfahrung individuell an und erweitern Sie die Fähigkeiten Ihrer Communities auf ganz neue Weise mit unserer robusten und flexiblen REST API.

T-Mobile

In der T-Mobile Support-Community diskutieren mehr als **250.000 Unique Users** pro Monat über Themen wie Abonnements und Handys.

Während die T-Mobile-Moderatoren aktiv sind, **beantworten die Community-Mitglieder 67% aller Fragen**. Die Community ist seit 2009 aktiv und bringt in Bezug auf Kosteneinsparungen in traditionellen Servicekanälen einen **Multi-Millionen-Euro-Gewinn** ein.

“ Wir waren von dem hohen Volumen, dem ernsthaften Charakter der Diskussionen und der Tatsache überrascht, dass die Kunden sich wirklich gegenseitig helfen.

Alexander Hamel

Direktor Kundenservice T-Mobile

Nutzen Sie den Geschäftswert Ihrer Community

inSided bietet alle grundlegenden Funktionen und modernsten Tools, die Sie von Europas führender Social-Business-Plattform erwarten können, und bietet Ihnen alles, was Sie brauchen, um erstklassige soziale Kundenerfahrungen auf allen Plattformen und in allen Nutzergruppen in einem einzigen, einheitlichen Arbeitsbereich zu schaffen und zu verwalten.

Verwalten Sie Ihre Community effizient und effektiv.

Mit den intuitiven, benutzerfreundlichen und dennoch hochmodernen Management-Tools in unserer Plattform haben Sie die Kontrolle über Ihre Kunden-Community.

Community-Manager und Moderatoren können Ihre Community ganz leicht in einer eigenen, plattformunabhängigen und einfach zu bedienenden Umgebung verwalten. Die inSided Social-Business-Plattform wurde mit dem Ziel entwickelt, die Bedürfnisse von Unternehmen zu erfüllen – mit Workflows für mehrere Teammitglieder, effizienten Moderationstools, rollenbasierten Berechtigungen und einer robusten Integration in die Backoffice-Systeme.

- Moderieren Sie Inhalte effizient mit intelligenten Übersichten, Statusberichten usw.
- Klassifizieren und strukturieren Sie Inhalte mit Labels, Moderator-Tags usw.
- Finden Sie schnell relevante Informationen mithilfe der Such-, Filter- und Sortierfunktionen.
- Verwenden Sie die speziell für Unternehmen entwickelten Workflow- und Collaboration-Tools.
- Exportieren Sie Community-Inhalte und Nutzerdaten, um sie in anderen Anwendungen zu nutzen.



Gewinnen Sie wertvolle Einblicke

Verstehen Sie die Leistung Ihrer Social-Technology-Initiativen und treffen Sie intelligentere Geschäftsentscheidungen mit den richtigen Analysetools und Berichtsfunktionen.

Mit unseren Social-Intelligence-Tools können Sie Community-Aktivitäten ganz leicht in Echtzeit verfolgen und messen, Top-Themen ermitteln, Erkenntnisse aus Gesprächen gewinnen und Einflussnehmer und hoch aktive Mitwirkende identifizieren. Verschaffen Sie sich einen detaillierten Einblick in die Verhaltenstrends der Kunden und Anwenderakzeptanzmuster, um Pläne zur Verbesserung der Einbindung zu erstellen, die Community-Mitgliederanzahl zu steigern und Ihre Community-Strategie zu optimieren.



Benötigen Sie noch mehr? Unsere offene Architektur ermöglicht es Ihnen, Ihr Web-Analytics-Paket ganz einfach mit Ihrer inSided Community zu verknüpfen, um die Auswirkungen der sozialen Gespräche auf Ihre Geschäftsprogramme zu quantifizieren.

- Verwenden Sie ein individuell anpassbares visuelles Dashboard mit Schlüsselkennzahlen und verwertbaren Ergebnissen.
- Identifizieren Sie die leistungsstärksten Community-Inhalte und Nutzer basierend auf den Community-Aktivitäten.
- Exportieren Sie benutzerdefinierte Berichte für die Verwendung in anderen Anwendungen.
- Verknüpfen Sie soziale Einblicke mit Ihrer aktuellen Analytics-Software.
- Integrieren Sie Daten aus Ihrem CRM und anderen Unternehmenssystemen.

Wir sind inSided

Als europäischer Marktführer im Bereich Social Business Technology hat sich inSided zum Ziel gesetzt, Ihre Kunden zu stärken, um die Kosten zu senken, den Umsatz zu steigern, bessere Kundenbeziehungen aufzubauen und Innovationen voranzutreiben.

Die inSided Social-Business-Plattform baut erfolgreiche Communities auf – die Millionen von Besuchern anlockt – für Unternehmen wie BNP Paribas, KPN, Philips, Rabobank, Sonos, T-Mobile und TomTom. Wir sind ein erfahrenes Team, bei dem Community Building fest in der DNA verwurzelt ist und das sich zum Ziel gesetzt hat, unsere Arbeit und deren Effizienz stets zu verbessern und unsere Kunden zu 100 % zufriedenzustellen. inSided ist ein privat geführtes Unternehmen mit Niederlassungen in ganz Europa.

Lösungen

Transformieren Sie Ihr Unternehmen mit unseren sozialen Lösungen für Support, Marketing, Commerce und Customer Insights (Einblicke in das Konsumentenverhalten)



Social Support

Kunden-Support,
Self-Service,
P2P-Support



Social Marketing

Content Marketing,
soziales CRM, Kunden-
einbindung & -treue



Social Commerce

Empfehlungen,
Segmentierung, verhaltens-
basierte Zielausrichtung



Social Insights

Stimme des Kunden,
Crowdsourcing,
gemeinschaftliches Design

Services

Um maximalen Nutzen zu erzielen und eine wahre Kundenorientierung sicherzustellen, sollten Social-Business-Initiativen ein integraler Bestandteil des Geschäftsalltags von Unternehmen sein.

Unser umfassendes Know-how im Bereich Community-Entwicklung und unser Full-Service-Angebot helfen Ihnen dabei, schnell eine erfolgreiche Community zu starten, sie in Ihre Kanäle, Prozesse und Systeme zu integrieren und sie lebendig, aktiv und störungsfrei zu halten. Dies wirkt sich dank der effektiven Umsetzung auf Grundlage von Best Practices und einer überzeugenden Social-Business-Strategie schnell positiv auf Ihr Geschäft aus. inSided liefert nicht nur die Technologie, sondern kann bei jedem Schritt des Prozesses helfen.



Strategie

Social-Business-Strategie,
Schnellscan & Geschäftsfall,
Community Roadmap



Konzept

Anwendungsfälle,
Community-Konzept, Design,
Inhalt & Aktivierungsstrategie



Umsetzung

Entwicklung, Tests,
Systemintegration,
Anwendung, Einführung



Support

Customer Insights, Workshops,
Austausch von Best Practices,
ständige Verbesserung

Profitieren Sie von unserer Leidenschaft und Erfahrung, um die Interaktion mit dem Kunden zu transformieren und Ihre Vision des Social-Business-Erfolgs zu verwirklichen.



+31 20 4279597



hello@insided.com



www.insided.com