

CSS^{2.0}: Customer-Service-Scorecard^{2.0}

Self-Assessment-Tool zur Analyse des Nutzens von Social Media im Kundenservice bei KMU

Projektziel:

Ziel des Forschungsvorhabens CSS 2.0 ist es, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) dabei zu unterstützen, die Effizienz und Effektivität ihres Kundenservices durch den Einsatz von Social Media zu verbessern. Hierfür wird ein Self-Assessment-Tool zur Bewertung und Prognose des Nutzenbeitrags des Social-Media-Einsatzes im Kundenservice entwickelt.

Management Summary:

Mit dem Forschungsvorhaben CSS^{2.0} wird erstmals ein Tool bereitgestellt, das KMU befähigt, selbständig den Aufwand und Nutzen verschiedener Social-Media-Kanäle und die damit verbundenen Aktivitäten im Kundenservice unter Berücksichtigung ihrer individuellen Rahmenbedingungen bewerten und prognostizieren zu können. Dabei werden die vielfältigen **Ursache-Wirkungs-Beziehungen des Social-Media-Einsatzes analysiert und ihre Auswirkungen auf den Leistungserstellungsprozess im Service erforscht**. So wird ein IT-gestütztes Self-Assessment-Tool entwickelt, welches eine Bewertung und Prognose des Nutzens der verschiedenen Social-Media-Kanäle in Form einer Kundenservice-Scorecard ermöglicht. Das Self-Assessment-Tool wird dabei auf der Basis eines **systemdynamischen Modells zur Erklärung der Wirkungsbeziehungen beim Social-Media-Einsatz im Kundenservice** von KMU entwickelt. Hierbei wird der Nutzen des Einsatzes von Social Media im Kundenservice, sowohl für den Anbieter als auch den Kunden betrachtet. Als Ergebnis des Vorhabens können KMU zukünftig den Einsatz von Social Media im Kundenservice selbstständig evaluieren und Lösungen simulieren.

Frei zugängliche Ergebnisse:

- Online-Self-Assessment-Tool (→ [Link](#))

Veröffentlichungen im Rahmen des Projektes:

Senderek, R.; Heeg, K. (2015): Neue Kanäle zum Kunden. In: Instandhaltung 44(2015)3, S. 18-19.

Stich, V.; Emonts-Holley, R.; Senderek, R. (2015a): Social Media Analytics in Customer Service: A Literature Overview - An Overview of Literature and Metrics

Projektsteckbrief



Regarding Social Media Analysis in Customer Service. Conference Proceedings: WEBIST 2015 - Proceedings of the 11th International Conference on Web Information Systems and Technologies. Lisbon: SciTePress.

Stich, V.; Fabry, C.; Senderek, R. (2015b): New new Marketing - Social-Media-Einsatz im Kundenservice. In: Social Media Magazin (2015)1, S. 42-49.

Ansprechpartner:

Philipp Jussen
Tel. +49 241 47705-200
Philipp.Jussen@fir.rwth-aachen.de

Laufzeit:

1. April 2016 bis 31. März 2018

Projektpartner:



Förderhinweis:

Das IGF-Vorhaben 17977N der Forschungsvereinigung FIR e. V. an der RWTH aachen wird über die AiF im Rahmen des Programms zur Förderung der industriellen Gemeinschaftsforschung und -entwicklung (IGF) vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages