

Press release**Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO****Claudia Garád**

07/13/2010

<http://idw-online.de/en/news379062>Miscellaneous scientific news/publications, Research projects
Economics / business administration, Information technology
transregional, national**Marktstudie: »Social Media Monitoring Tools«****Das Fraunhofer IAO untersucht Softwarewerkzeuge zur Beobachtung unternehmensrelevanter Informationen im Internet. Anbieter sogenannter »Social Media Monitoring Tools« können sich noch bis Ende Juli 2010 melden.**

Die Kommunikation im Internet hat sich in den letzten Jahren grundlegend geändert. Die klassische One-Way-Kommunikation, bei der Unternehmen über offizielle Kanäle wie Webseiten oder Massenmedien ihre Kunden mit Informationen »bespielt« haben, gehört der Vergangenheit an. Im Web 2.0 haben Kunden vielfältige Möglichkeiten, über Plattformen wie Wikis, Foren, Blogs und soziale Netzwerke mit dem Unternehmen, untereinander und über das Unternehmen zu kommunizieren.

Die nutzergenerierten Informationen über Marken, Produkte, aber auch Geschäftsführer und Mitarbeiter eines Unternehmens, die für jeden im Internet auffindbar und zugänglich sind, prägen das Image des Unternehmens. Onlinebasiertes Reputationsmanagement (ORM) umfasst sowohl die Beobachtung relevanter Informationen im Internet als auch deren gezielte Beeinflussung. Dazu gehört einerseits der Umgang mit Verbraucherkritiken und -meinungen im Sinne eines Krisenmanagements. Andererseits bieten die neuen Kanäle im Social Web hervorragende Möglichkeiten für Marketing, Kundenbindung und -service und können sogar mittels »Crowdsourcing« zur Schaffung von Innovationen genutzt werden.

»Social Media Monitoring Tools« helfen, relevante Quellen im Social Web zu identifizieren, beobachten und analysieren. Für Unternehmen ist es aufgrund unterschiedlicher Funktionalitäten dieser Softwarewerkzeuge schwierig geeignete Lösungen auszuwählen.

Die Marktstudie »Social Media Monitoring Tools« unterstützt den Orientierungs- und Entscheidungsprozess bei Auswahl und Einsatz geeigneter Softwarelösungen. Außerdem untersucht das Fraunhofer IAO Chancen und Herausforderungen des Social Web und postuliert die Notwendigkeit eines gezielten Reputationsmanagements. Zielgruppe der Studie sind sowohl Geschäftsführung, Unternehmenskommunikation und Marketing als auch IT-Leiter. Voraussichtlich wird die Studie im Oktober 2010 veröffentlicht und im Rahmen der Stuttgarter E-Business-Tage am 9. und 10. November 2010 vorgestellt.

Hersteller von Softwarewerkzeugen für die Bereiche Marktbeobachtung, Social Media Monitoring, Brandmonitoring aber auch weitere thematisch naheliegende Bereiche sind dazu aufgerufen, sich an der Marktstudie zu beteiligen. Interessierte Lösungsanbieter können bis spätestens Ende Juli 2010 ihre Vorschläge einreichen. Dazu zählen auch interessante Kundenreferenzen, die als Good Practice-Beispiele für die Studie in Frage kommen.

Ihre Ansprechpartnerin:
Fraunhofer IAO
Harriet Kasper
Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart



idw - Informationsdienst Wissenschaft
Nachrichten, Termine, Experten

Telefon +49 711 970-2357
Fax +49 711 970-5111
orm@iao.fraunhofer.de

URL for press release: <http://www.e-business.iao.fraunhofer.de> - das Competence Center Electronic Business des Fraunhofer IAO

