Kommunikationspolitik

Rel. Userstory ID: US013

Version: V002

Inhaltsverzeichnis

[Versionsgeschichte 0](#_Toc439592851)

[Ausarbeitungsteil 1](#_Toc439592852)

# Versionsgeschichte

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Version** | **Datum** | **Änderungsbeschreibung** | **Bearbeiter** |
| 001 | 11.12.15 | Dokumenterstellung | Wesseler |
| 002 | 22.03.15 | Bearbeitung Ausarbeitungsteil | Serfling |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Ausarbeitungsteil

Persönlicher Umgang mit dem Kunden

Um den Kontakt zum Kunden möglichst nah zu halten machen wir von den modernen Kommunikationsmedien, also den Social Media Plattformen, gebrauch.   
Mit einer Facebook-Seite wollen wir eine Plattform für Feedback und Kundendialog bieten sowie durch regelmäßige Postings für uns werben. Dank der schnellen Verbreitung durch die „Like“- und „Teilen“-Funktionen von Facebook erreichen wir so sehr schnell eine große Menge an potentiellen Nutzern. Auf dieser Seite werden Mitarbeiter unserer Firma auf Kundenfeedback antworten um Kunden das Gefühl zu geben, dass sie gehört werden.

Mit einem Twitter-Account haben wir einen weiteren Kanal zur Steigerung unserer Bekanntheit dank der „Retweet“-Funktion. Außerdem kann dieser Account auch zur schnellen Veröffentlichung kleinerer Bekanntmachungen, wie zum Beispiel Patches oder Public Service Announcments, genutzt werden.   
Mit einem Youtube-Kanal erreichen wir auch audiovisuell unsere Zielgruppe. Auf diesem können zum Beispiel Tutorials zu unserem Produkt veröffentlicht oder Public Service Announcments visualisiert werden.

Artikel in Fachzeitschriften und Fachforen

Durch Artikel in Fachzeitschriften, z.B. der c’t von Heise, erreichen wir direkt unsere Zielgruppe und machen in Printmedien auf uns aufmerksam. Diese Artikel beinhalten u.a. professionelle Reviews und/oder Nutzerkommentare, sowie Vergleiche mit Konkurrenzprodukten. In renommierten Printmedien erwähnt zu werden kann extrem effektive Publicity sein, da viele besonders erfahrene Nutzer diesen eher vertrauen als Werbung im Internet.  
Ähnliches gilt für Fachforen wie Heise online. Ein online-Artikel auf diesen Webseiten, zusammen mit Forendiskussionen in denen auch Support betrieben werden kann, helfen der Publicity.