

## **gkk stockt sein Social Media Center kräftig auf**

### **Das vor einem Jahr gegründete „gkk Social Media Center“ wird auf 12 Mitarbeiter aufgestockt und eine eigene Unit am Standort Frankfurt.**

Die Dialog-Spezialisten von gkk reagieren damit auf die stark gestiegene Nachfrage, in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter eine professionelle Interaktion zwischen Unternehmen und Kunden zu realisieren. Auftraggeber sind schwerpunktmäßig Automotive-Kunden und Commarco-Schwestergesellschaften.

Harald Kling, Geschäftsführer von gkk und verantwortlich für das Social Media Center, erklärte das Geschäftsfeld der eigenständigen Unit: „Die meisten Unternehmen ahnen, dass an Social Media kein Weg vorbeiführt. Sie vergessen aber, dass sie damit einen weiteren Dialogkanal neben E-Mail, Fax und Telefon öffnen. Und wenn man einen Dialogkanal anbietet, muss man diesen auch bedienen.“

Social Media ist Dialog: Kunden stellen Fragen, beschweren sich und geben Anregungen. Kommt hier keine Antwort zurück, so ist das, als wenn die Kundenhotline ans Telefon gehen würde und nach gestellter Frage wieder auflegt.

„Wir als führende Dialog-Spezialisten haben schon lange erkannt, dass Social Media-Kanäle viel Potenzial im Hinblick auf Kundenservice und -bindung bergen“, betonte Kling.

Das lässt sich aber nur mobilisieren, wenn der Dialog richtig geführt wird. Mit dem gkk Social Media Center sind diese neuen Kanäle intelligent, professionell und vor allem glaubwürdig in die Dialog-Aktivitäten und in den Marketing-Mix der Kunden zu integrieren. Zwei Community-Manager und zehn Social Media Agents werden die Dialoge in den Online Communities führen.

Im Social Media Center bietet gkk zudem die gesamte Klaviatur des digitalen Dialogs an: individuelle Strategien mit Bedarfsanalysen/Monitoring-Tools, Social Media-Workshops bis zu kompletten Lösungen inklusive Kreation, Programmierung und Datenbank.