

7. Vielen persönlich bekannt oder persönlich Vielen bekannt?

Warum Leuchtturm-Unternehmen mit ihren Kunden im Dialog stehen

Was ist erfolgversprechender: Wenn ein Lehrer vor der versammelten Elternschaft über die Unarten seiner Klasse klagt oder wenn er mit jedem Elternpaar die Besonderheiten des jeweiligen Schülers bespricht? Vermutlich die zweite Variante. Denn Einzelgespräche sind persönlich und können persönlich geführt werden. Das gleiche gilt für die Wirtschaft: Unternehmen erfahren viel mehr über die Ansprüche und Erwartungen ihrer Kunden, wenn sie mit ihnen in Dialog treten. Dank des Internets ist es ein Kinderspiel geworden, die Kunden direkt anzusprechen. Deshalb nutzen immer mehr Unternehmen die neuen technischen Möglichkeiten.

Kommunikation ist heute keine Einbahnstraße mehr. Sie funktioniert nach anderen Regeln als noch vor ein paar Jahren. Werbliche Kommunikation war früher nach dem Muster „one-to-many“ gestrickt: Ein Unternehmen verkündete seine Werbebotschaft und viele lauschten. Doch dieses Modell ist längst überholt. Viel verbreiteter ist heute die „eins-zu-eins“-Kommunikation, das heißt, dass ein Unternehmen direkt zu seinen jeweiligen Kunden spricht.

Soziale Netzwerke bieten eine ideale Plattform sowohl für „one-to-many“- als auch für „one-to-one“-Kontakte. Wenn ein Moderator eine Mitteilung an eine Gruppe von Abonnenten, an seine Follower, Fans oder Freunde sendet, dann entsteht eine „one-to-many“-Situation. Wenn aber ein Empfänger der Nachricht dem Moderator direkt antwortet oder von sich aus Kontakt zu ihm aufnimmt, kommuniziert er nach dem Muster „one-to-one“. Denn der Kontakt ist direkt, individuell und persönlich.