

Social Media in der Patientenkommunikation

Social Media Nutzung Von den Babyboomern bis zur Generation Z



2,6 Mrd. Social Media Nutzer weltweit

Generation „Z“ (13 – 19 Jahre)



8 Sek.

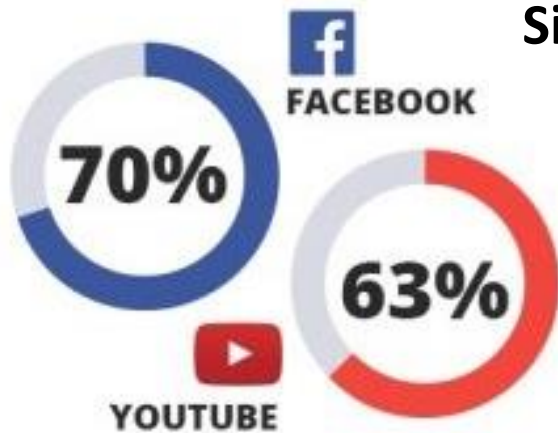
Durchschnittliche
Aufmerksamkeits-
spanne

63%

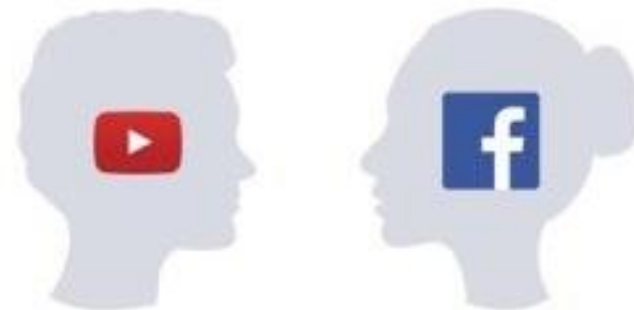
Bevorzugen „echte“ Menschen anstelle von
Prominenten in der Werbung



Millenials (20 – 35 Jahre)



Sind durchschnittlich 8h/Tag
online



Generation „X“ (36 – 49 Jahre)

80 %

... sind bei Facebook und/oder
Twitter ...

80 %

... aber nur die Hälfte der Accounts
ist aktiv!

76%

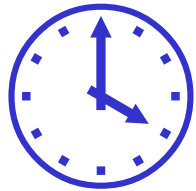


... der Generation X sind auf
mindestens einer Social Media
Plattform präsent



68% fällen
Entscheidungen
auf Basis von
Bewertungen

Babyboomer (50 – 65 Jahre)



27 Std.
pro Woche
online



55% der 50-60jährigen
sind bei Facebook

40% der über 60jährigen



65%
nutzen
LinkedIn



sind mehr als
10h/Woche
bei Facebook

FACEBOOK



60 Mio. Facebook
Business-Seiten
(Okt. 2016)

Facebook Nutzer



...aller Frauen und
Mädchen sind bei
Facebook



...aller
Männer
und Jungen
sind bei
Facebook

1,7 Mrd.
monatlich
aktive
Nutzer

293.000 Status Updates



136.000
hochgeladene
Fotos

510
Kommentare

Kommunikation via Social Media ist ein Muss, denn ...

90% haben Social Media schon
mind. einmal zur Kommunikation
mit einem Unternehmen genutzt

63% erwarten eine Feedback-
Möglichkeit via Social Media

Kommunikation via Social Media ist ein Muss, denn ...

Nutzer bevorzugen bei Befragungen Social Media als Feedback-Kanal



Social Media **34.5%**



Email **19.4%**



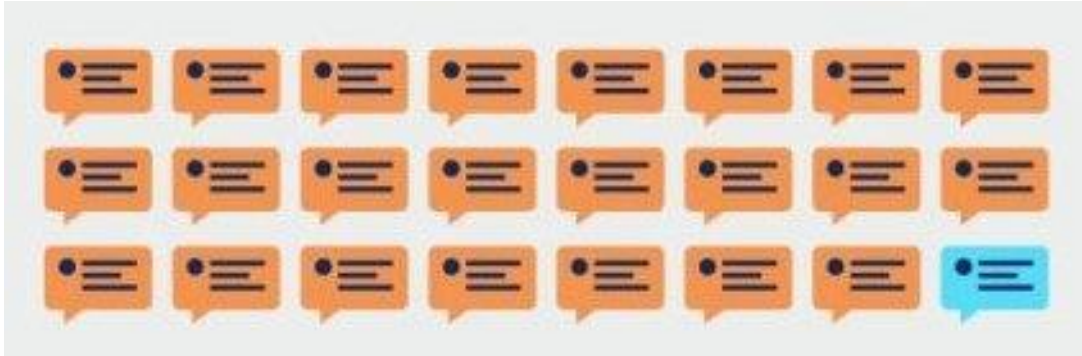
Website/live chat **24.7%**



Telefon **16.1%**



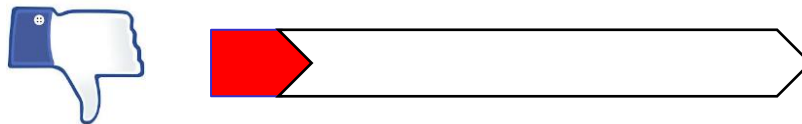
Defizite



**... auf 23 Werbebotschaften,
die Unternehmen im Schnitt
aussenden, entfällt nur 1
Antwort auf Kundenanfragen.**



**80% aller Unternehmen sagen, ihr Social
Media Auftritt sei „gut bis sehr gut“**



**8% ihrer Kunden und Konsumenten
stimmen dem zu ...**

Demografie

47%

**Kunden
Zwischen
18 – 34**

**Die meisten
Beschwerden via
Social Media
kommen von
Kunden
zwischen 18 – 34**

12%

**Kunden
über
50 J.**

**Immerhin etwas
mehr als jeder
10. Konsument
über 50 Jahren
hat Social Media
schon einmal für
Beschwerden
genutzt**

x 2

**doppelt so viel
Frauen
wie Männer**

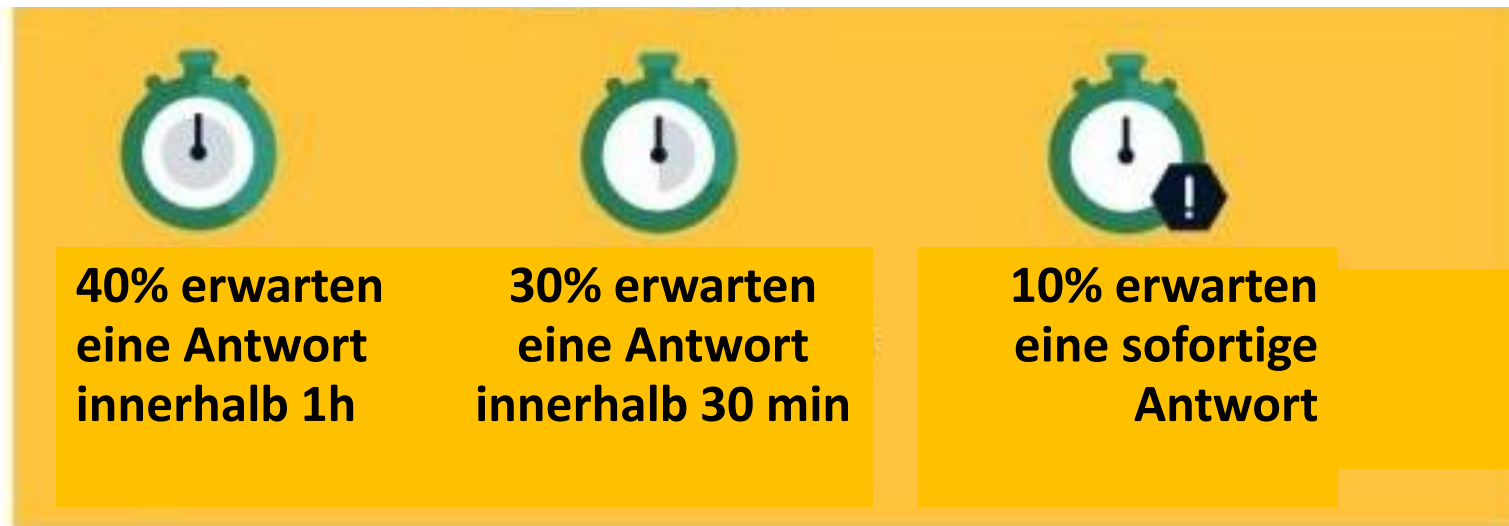
**Frauen nutzen
die Möglichkeit
zur Beschwerde
via Social Media
doppelt so
häufig wie
Männer**

Fakt ist ...

95% aller Kundenbeschwerden
via Social Media erreichen die
Unternehmen bzw. die richtigen
Ansprechpartner nicht

Wie macht man´s richtig?

Gute Social Media Kommunikation verbessert Kunden- und Patientenloyalität, allerdings ...



Antwortzeit \emptyset
⇒ 5h

Immerhin: 25% der Konsumenten bevorzugen eine direkte Lösung nach dem Erstkontakt mit dem Unternehmen.

Chancen



Antworten auf Beschwerden erhöhen die Loyalität.



75% der Nutzer teilen ihre guten Erfahrungen im Umgang mit Beschwerden.



Die Überwiegende Anzahl der Nutzer (> 2/3) hat mehr Vertrauen in ein Unternehmen, das sich via Social Media seinen Kunden stellt.



Höhere Weiterempfehlung bei entsprechender Reaktion auf Beschwerden.



> 70% aller Nutzer mit positiven Erfahrungen empfehlen das Unternehmen bzw. die Marke an Freunde und Bekannte weiter.

Fakten



Kostensparnis

Die Lösung einer Kundenbeschwerde via Social Media kostet im Schnitt **1 Euro – 1/6** einer vergleichbaren Aktion im Callcenter.

**Geschulte Social Media
Mitarbeiter können
Kundenbeschwerden produktiver
und schneller bearbeiten.**

Vorreiter



114 min



96,9%



14 min



97,5%

THE UNIVERSITY OF TEXAS
MD Anderson
~~Cancer Center~~

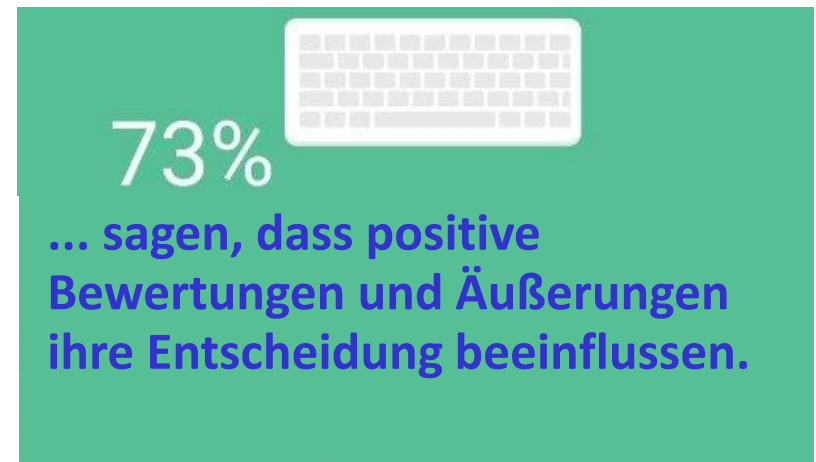
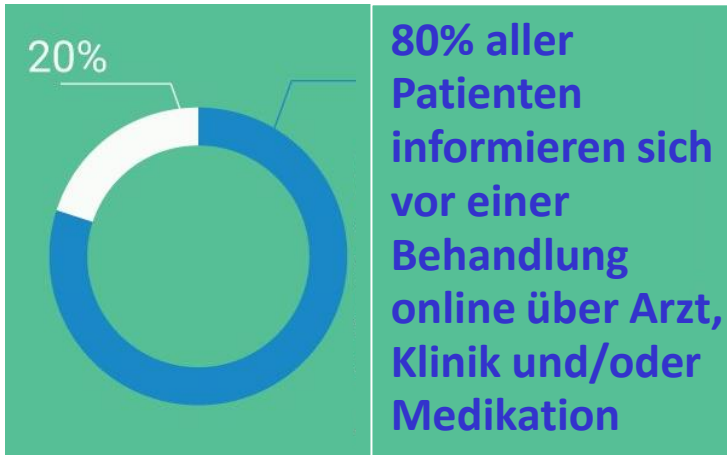


44 min



98,4%

Was zählt ...



Vielen Dank

Kontakt

Visioness GmbH

Hajo Neu

Kleingemünder Str. 72/10

69118 Heidelberg

T. 06221 - 7 390 390

M. h.neu@visioness.de

www.visioness.de