

Kurznachrichten

SMS ist auch für KMU salonfähig geworden

Viele Firmen nutzen heute SMS als Kommunikationsmittel für geschäftliche Zwecke. Wichtige Informationen lassen sich schnell und sicher übermitteln. Ein SMS erreicht im Gegensatz zu einem E-Mail den Empfänger immer und überall und ist kostengünstiger als ein Telefongespräch.

*Marco C. Glattfelder
Tom Kleiber*

Während ein Leben ohne für Teenager nicht mehr vorstellbar ist, stösst das SMS erst in jüngster Zeit auf das Interesse von KMU. Ob zu Marketingzwecken oder für die Kommunikation mit Aussendienstmitarbeitenden, der Einsatz von SMS ist interessant, weil heute beinahe jeder ein Handy hat und sich mit Kurznachrichten auskennt.

SMS ab PC

Dank neuer Applikationen können mit wenig Aufwand vom Arbeitsplatz nicht nur E-Mails, sondern eben auch SMS via Internet auf ein beliebiges Handy versendet werden. Der zu sendende Text wird über die Tastatur eingegeben oder aus einer bestehenden Datenbank übernommen. Auch die Handynummer wird direkt aus der Kunden- oder Mitarbeiterdatenbank gelesen. Verfügbar sind zum Beispiel Anwendungen, die direkt aus Microsoft Outlook Einzel- oder personalisierte Serien-SMS an alle in der Kontaktdatenbank eingetragenen Handynummern versenden.

Was beim E-Mail durch die Spam- und Virenproblematik unbefriedigend ist, ist beim SMS gelöst: Ob der Empfänger die Nachricht auf seinem Handy erhalten hat, wird senderseitig protokolliert. Und durch die Archivierung der Nachrichten ist – anders als beim Telefongespräch – jederzeit nachvollziehbar, wer wann welche Informationen erhalten hat.

Fallbeispiel 1: Interne Kommunikation

Das folgende Beispiel zeigt, wie eine Firma in Zurzach, die LKW vermietet, SMS zur internen Kommunikation einsetzt.

Die Koordination von Fahrzeugen bedingt eine ständige Kommunikation der Disposition mit den Chauffeuren. Die Arbeitsplätze der Disponenten wurden mit der Möglichkeit erweitert, direkt ab dem PC SMS zu versenden.

Neue Koordinaten oder Adressinformationen werden schriftlich dem Chauffeur auf das Handy übermittelt. Allgemeine Verkehrsinformationen werden mit einem

Serien-SMS direkt allen Chauffeuren zugestellt. Die Telefongebühren werden damit massiv reduziert. Auch ersparen sich die Disponenten die Zeit für erfolglose Telefonanrufe, wenn ein Mitarbeiter nicht erreichbar ist. Weil die Information schriftlich ist, gibt es keine Verständigungsfehler und damit auch keine Leerläufe.

Fallbeispiel 2: Kundenbindung

Eine Ford-Vertretung in Hinwil benutzt SMS, um Kunden kurzfristig über aktuelle Ausstellungen und Anlässe zu informieren. SMS hat sich dabei besonders in der Kombination mit dem Postversand bewährt: Nach der postalischen Einladung werden die Kunden kurz vor dem Anlass per SMS erinnert.

Die Auswertung hat gezeigt, dass die Teilnehmerzahl deutlich gesteigert werden konnte. Weil die Applikation direkt auf die Kundendaten zugreift, ist das Erstellen einer Kurznachricht mit einer Empfängerliste von mehreren hundert Handynummern in wenigen Minuten erledigt.



Unbegrenzte Möglichkeiten

Selbstverständlich ist die Kommunikation von PC zu Handy auch umgekehrt möglich. Beantwortet zum Beispiel ein Aussen-dienstmitarbeiter das vom Innendienst erhaltene SMS seinerseits mit einem SMS, wird dieses als E-Mail auf dem entsprechenden PC empfangen.

Durch die Integration der SMS-Funktionalität beispielsweise ins Microsoft Outlook können auch E-Mails oder Teile davon (zum Beispiel nur der Betreff) als SMS weitergeleitet werden. Oder es wird automatisch ein SMS als Erinnerung an einen im Kalender definierten Termin generiert. Der Garagist erinnert damit seinen Kunden an den vereinbarten Servicetermin vom nächsten Tag. Der Servicetechniker erhält automatisch die Informationen über den nächsten Kunden.

Den Möglichkeiten sind nahezu keine Grenzen gesetzt. Neben reinen Textnachrichten via SMS können selbstverständlich auch Bilder via MMS versendet werden. Dies eröffnet speziell für Marketingaktionen ansprechende Möglichkeiten.

Das ist zu beachten

Sollen mit SMS die Arbeit wirklich erleichtert und Kosten gespart werden, lohnt es sich, die Arbeitsplätze funktionell aufzurüsten und eine einfache Anbindung an die Kundendaten (Handynummer, inhaltliche Informationen) zu gewährleisten. Dafür gibt es Standardlösungen.

Was die Kosten für den Versand von SMS angeht, kann sich einem Unternehmen ein durchaus interessantes Kalkulationsfeld eröffnen: Im Vergleich zu den bekannten Mobilfunkanbieter offerieren Internetfirmen bis zu 50 Prozent tiefere Preise. Im zweiten Fall braucht es auch kein spezielles Handy-Abo.

Und schliesslich noch zum Stichwort Akzeptanz: Kunden schätzen nach verschiedensten Erfahrungen den sinnvollen Einsatz von SMS. Selbstverständlich muss die Möglichkeit bestehen, sich von der Verteilerliste streichen zu lassen. Das Erstellen und Versenden eines SMS oder MMS ist genauso einfach wie das eines E-Mails. Auch bei den Mitarbeitenden ist deshalb die Akzeptanz schnell gross.

Fazit

PC, Internetanschluss und Handy sind in den meisten Firmen vorhanden. Mit wenig Aufwand kann diese Infrastruktur dazu genutzt werden, Kunden direkter zu informieren, Mitarbeitende schneller zu erreichen, Telefonkosten zu senken und Arbeitsabläufe zu vereinfachen. Ob Mitarbeitende oder Kunden, an SMS hat man sich längst gewöhnt. Anfänglich im privaten Bereich, heute immer mehr auch in der professionellen Business-Kommunikation. ■

Fragen?

Marco C. Glattfelder

Geschäftsführer

Alphaobjects GmbH

Pfarrweid 10, 8856 Tuggen

Tel. 055 465 13 61

marco.glattfelder@alphaobjects.ch

www.alphaobjects.ch



Tom Kleiber

Geschäftsführer

Elligence AG

Hohlstrasse 192, 8004 Zürich

Tel. 043 317 11 11

tom.kleiber@elligence.ch

www.elligence.ch

