Ressort: Technik

Studie: Social Media verstärkt Markenbindung

Wiesbaden, 28.03.2013, 20:50 Uhr

GDN - Unternehmen können durch den richtigen Einsatz von sozialen Netzwerken das Verhältnis zu ihren Kunden und die Verkaufspotenziale beträchtlich steigern. Das ergab eine Studie der GKK DialogGroup in Zusammenarbeit mit Kia Motors Deutschland und der EBS Business School.

Die Untersuchung bestätigt demnach das positive Verhältnis von Marken-Fans zu ihrer Marke durch hohe Aktivität in den sozialen Netzwerken. Diese wiesen eine bis zu 30 Prozent stärkere Beziehung zur Marke auf. Zudem zeigen die Ergebnisse, dass dieses Engagement bei Fans die Kaufintention um etwa 20 Prozent steigert. Von Marken optimal genutzte Social Media-Plattformen wie etwa Facebook fördern und vertiefen laut den Forschern also die Markenbeziehung und steigern die Kundenbindung.

Bericht online:
https://www.germandailynews.com/bericht-10821/studie-social-media-verstaerkt-markenbindung.html

Redaktion und Veranwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:
Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:
UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS
contact (at) unitedpressagency.com
Official Federal Reg. No. 7442619