

TRUSTED ADVISOR 2023

BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES SZ-INSTITUTS



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

TRUSTED ADVISOR 2023

MOTIVATION

Als Trusted Advisor am Markt präsent zu sein, gibt Unternehmen eine starke Position und trägt maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei. Es ist hierbei wichtig, von den Kunden als vertrauenswürdiger Berater und Experte wahrgenommen zu werden.

Diese besondere Positionierung am Markt ist eng verbunden mit dem entgegengebrachten Vertrauen, exzellentem Service, Seriosität, kundenorientierter Beratung und hoher Kundenzufriedenheit. Trusted Advisor sind vertrauenswürdige Anlaufstellen für Kunden und andere Akteure, die Rat, Anleitung oder Unterstützung in ihrem Fachgebiet suchen.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Trusted Advisor 2023“ für etwa 1.700 Industrieunternehmen die Daten eines Social Listening. Das Social Listening untersucht hierbei die Aussagen in den Bereichen Vertrauen, Service, Seriosität, Kundenberatung und Kundenzufriedenheit. So wird das Thema breit und umfassend bewertet.

METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL LISTENING

Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst.** Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
 - a. Deutschsprachige Domains (.at- und .ch-Seiten werden ausgeschlossen)
 - b. Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite
2. Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.
3. Damit ist das Quellenset sehr umfangreich.



EINSATZ NEURONALER NETZE

Die im Processing verwendete Künstliche Intelligenz kategorisiert die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen die folgenden in dieser Studie verwendet wurden.

Die Darstellung auf der folgenden Folie veranschaulicht die Systematik unseres Modells.

VERWENDETE EVENTTYPEN

Die Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

Vertrauen: sich auf etwas verlassen, auf etwas zählen, verlässlich, zuverlässig, glaubwürdig, glaubhaft,

Service: Service für Kunden / Mitglieder / Käufer, Support, Kundendienst, Kundenmanagement

Seriosität: Authentizität, Professionalität, Glaubwürdigkeit

Kundenberatung: Beratungsqualität, Beratungskompetenz, Kundendienst, Kundenbetreuung

Kundenzufriedenheit: Kundenwertschätzung, Kundenerlebnisse, Qualität und Sicherheit für Kunden

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

Die zweite Stufe, das sog. Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

1. Der große Datentopf wird dazu von unserem Partner Skylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
 - a. Welches Unternehmen wird erwähnt?
 - b. Welches Thema wird besprochen? (sog. Eventtyp)
 - c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Die Zuordnung der Erwähnungen zu den jeweiligen Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die Themengebiete breit abbilden und umfassen.
3. Auf der letzten Stufe werden die Erwähnungen mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.



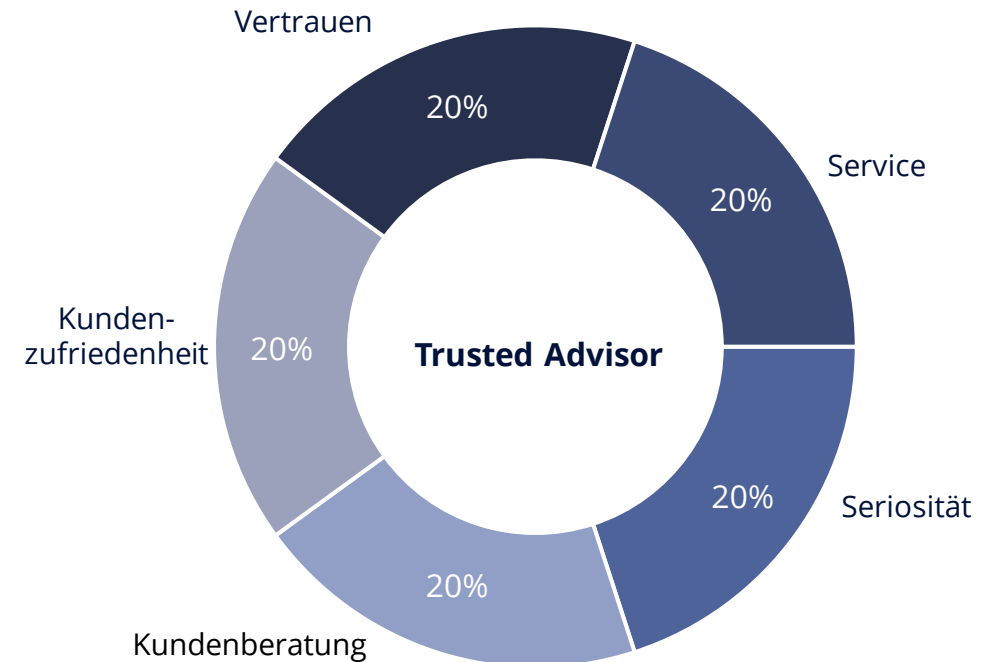
TRUSTED ADVISOR 2023

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance eines Unternehmens.

Die Messung der Performance beruht zu jeweils 20 % auf der Bewertung der Eventtypen Vertrauen, Service, Seriosität, Kundenberatung und Kundenzufriedenheit.



METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING

Für diese Studie konnten rund **260 Tausend Nennungen** zu den etwa **1.700** Industrieunternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Juli 2021** bis **30. Juni 2023** identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte für die Eventtypen ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jeden Themenbereich des Modells folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert aller Unternehmen

Anschließend werden diese Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Dieser so gewonnene Punktwert wird anschließend normiert. Das beste Unternehmen erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Unternehmen. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

TRUSTED ADVISOR 2023

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Trusted Advisor 2023**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der Sieger erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die mindestens **60** Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt werden etwa **340 Unternehmen** ausgezeichnet.





#

KONTAKT

TRUSTED ADVISOR 2023

STRATEGIC IMPACT THAT MAKES THE DIFFERENCE

Das IMWF liefert **Insights für die strategische und operative Steuerung** in Pressearbeit, Marketing und Risikomanagement. Weltweit. Hochverdichtet. Handlungsleitend für unsere Kunden.

Basis dafür ist die gesamte öffentliche Kommunikation zu Marken, Unternehmen und Institutionen auf 438 Millionen Webseiten weltweit. In 130 Sprachen. Allein in Deutschland analysiert das IMWF laufend die Kommunikation zu 27.000 Marken und Unternehmen sowie zu 4.000 politischen Akteuren. Täglich wertet das IMWF Millionen von Aussagen aus und nutzt dafür eigens entwickelte Instrumente der künstlichen Intelligenz. Damit gehört das IMWF zu den **führenden Anbietern von KI-basierten Inhaltsanalysen in Europa**.

Die millionenfache Kommunikation verdichtet das IMWF-Analyseteam zu strategischen und operativen Handlungsempfehlungen. Unser Anspruch ist die Verdichtung auf das Entscheidende. Und das extrem zeitnah, um die Reaktionsgeschwindigkeit unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen.

TRUSTED ADVISOR 2023

KONTAKT

Herausgeber der Studie

SZ Institut Süddeutsche Zeitung Media GmbH

Hultschiner Straße 8
81677 München

Fon: +49 89 2183 9922

E-Mail: kathrin.mueller@sz.de

www.institut.sz.de

Wissenschaftspartner

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH

Vermarktungspartner

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61

Fax: +49 221 67 78 67 99

a.goeschl@servicevalue.de

www.servicevalue.de