

Hermes, der Betriebsbote

→ **NACHRICHTENDIENSTE** Die Nutzerzahlen von Messengern explodieren – speziell die von WhatsApp. Grund genug, sich zu fragen: Wie kann man diesen Dienst zum betrieblichen Wohl einsetzen und welche Botschaften damit übermitteln?

Tipp 1 Den Kanal verstehen

E-Mails kann man sich vom Hals halten, Facebook-Kontakte annehmen oder ablehnen – doch wenn WhatsApp bimmelt und eine Nachricht anzeigt, erwarten die meisten Menschen eine Botschaft von Menschen aus ihrem engsten Kreis, die sie gern sofort und auch mit Freude und Spannung lesen möchten. WhatsApp gehört gefühlt zu den privatesten Kanälen. Speziell dann, wenn Sie die WhatsApp-Werbemöglichkeiten (dazu unten mehr) ausschöpfen wollen, sollten Sie dies beachten. Denn sobald sich Ihr Kunde durch eine WhatsApp-Nachricht belästigt oder gelangweilt fühlt, kann der Schuss nach hinten losgehen. Bildlich gesprochen: Mit einer E-Mail stehen Sie vor der Online-Haustür des Kunden. Mit WhatsApp befinden Sie sich schon mindestens im Hausflur!

Tipp 2 Ganz persönlich statt E-Mail oder Telefon

Mit WhatsApp kommuniziert man von Mensch zu Mensch («One-to-One») – so, wie man eben auch telefoniert oder mailt. Weil das Smartphone meist immer am Mann oder an der Frau ist und sich mit diesem Dienst auch visuell oder mit Sprachnachrichten kommunizieren lässt, ergeben sich klare Vorteile. Mal schnell ein Foto von einer Musterfläche während der Beratungsphase schicken? Einem Stammkunden per Bild und mit Kurzttext eine tolle Oberfläche vorstellen, die man eben auf einer Messe entdeckt hat? Termine abstimmen? Dafür eignet sich WhatsApp in der direkten Kundenkommunikation hervorragend. Zudem positioniert man sich damit als äußerst zeitgemäßer Betrieb. Wichtig ist natürlich auch in der direkten Kommunikation, dass Ihr Kunde dieser Form des Austausches ausdrücklich zustimmt.

Tipp 3 Per WhatsApp werben

WhatsApp weckt natürlich auch die Begehrlichkeiten, über diesen komfortablen Kanal gleichzeitig mehr als nur ein Gegenüber anzufunkeln. Im privaten Austausch ist dies durch die Gruppenfunktion möglich. Doch sobald Sie eine betriebliche Nachricht an viele Kunden gleichzeitig verschicken wollen, ist die Gruppenfunktion ein totales Tabu. Denn alle Gruppenmitglieder sehen dann Namen und Mobilnummer der anderen Empfänger und erhalten jede Nachricht, die von den Gruppenmitgliedern geschickt werden. Für den gewerblichen Nachrichteneinsatz hat WhatsApp daher andere, diskretere Möglichkeiten entwickelt. Nutzen Sie sie, um mit einer Nachricht Ihren Kundenverteiler über Unternehmens-News, Veranstaltungen oder Angebote zu informieren.

Von Götterbote Hermes wurde berichtet, dass er sich schneller als das Licht bewegen konnte, um die Botschaften von Göttervater Zeus zu den Irdischen zu bringen. Gefühlt genauso schnell sind die Hermesse unserer Zeit unterwegs: die Messenger Apps. Sie überbringen Botschaften in Wort, Bild und Ton von Mensch zu Mensch, von Mobilnummer zu Mobilnummer. Und das in Echtzeit, sofern das Smartphone oder das Tablet Empfang oder WLAN haben. Messenger-Dienste gibt es viele – WeChat, Snapchat oder der Facebook-Messenger sind einige davon. Zum unangefochtenen Primus hat sich WhatsApp entwickelt. Weltweit hat dieser Dienst Anfang 2017 die Eine-Milliarde-Nutzer-Grenze geknackt. In Deutschland hatten zum gleichen Zeitpunkt 37 Millionen Menschen WhatsApp auf ihrem mobilen Bildschirm – das sind stolze 45 Prozent der Bevölkerung. Was liegt da näher, als diesen Nachrichtendienst für die betriebliche Kundenkommunikation zu nutzen? Denken Sie darüber nach und lesen Sie unsere **10 Tipps!**

Tipp 4 Newsletter über WhatsApp verschicken

Für den Newsletter-Versand per WhatsApp gibt es bereits die passenden Werkzeuge. Statt der Chat- nutzt man die sogenannte Broadcast-Funktion. Vorteil: Die Empfänger sehen sich untereinander nicht, dafür kann aber jeder Angeschriebene Ihnen als Absender persönlich und direkt antworten – wiederum unsichtbar für die anderen. Mit Tools wie Whatsbroadcast (www.whatsbroadcast.com/de) können Sie Empfängerlisten und Inhalte erstellen, verwalten und verschicken. Übrigens direkt am Computer – das ist deutlich komfortabler als die Nutzung über Smartphone oder Tablet.

Tipp 5 Inhalte mit Mehrwert verbreiten

Relevant, unterhaltsam, überraschend, das Leben erleichternd – mindestens eine dieser Eigenschaften sollte auf jede Ihrer WhatsApp-Botschaften, die Sie in Ihrem Newsletter verteilen, zutreffen. Eine Aussage wie »Die Fassadensaison hat begonnen – lassen Sie Ihr Haus jetzt von uns schön machen!« zählt definitiv nicht dazu. Alles, was wie plumpe, unpersönliche Werbung wirkt, gehört nicht auf diesen Kanal – siehe Tipp 1. Dagegen sind besondere Angebote Ihres Betriebs, unterhaltsame Geschichten aus dem Unternehmen oder von Baustellen, Gewinnspiele, Umfragen oder Einladungen zu Veranstaltungen sehr gut geeignet. In Wort, Bild, Ton oder Video – und mit der klaren Vorgabe: In der Kürze liegt die Würze!

Tipp 6 Inhalte vernetzen, aber nicht wiederholen

Zugegeben, die Versuchung ist groß: Warum nicht eine Nachricht, die Sie auf Facebook oder Twitter schon gepostet haben, 1:1 per WhatsApp verschicken? Tun Sie's nicht. Wiederholungen widersprechen dem persönlichen Charakter, den dieser Kanal hat. Durchaus erwünscht sind aber Vernetzungen. Wenn Sie z. B. zu einer Veranstaltung per WhatsApp einladen, fügen Sie einen Link zur Langform dieser Einladung auf Ihrer Website hinzu.

Tipp 7 Auswahlmöglichkeiten bieten

Alle Ihre Infos oder nur ganz bestimmte? Geben Sie Ihren Newsletter-Abonnenten die Gelegenheit, Ihren WhatsApp-Newsletter zu einzelnen Themen wie z. B. Raumtrends, Fassadenschutz, Neues vom Betrieb, Veranstaltungen usw. abzufordern. So nerven Sie niemanden mit für ihn nicht relevanten Themen – und bekommen darüber hinaus mit, welche Themen insgesamt besonders hoch im Kurs stehen.

Tipp 9 Verteiler aufbauen

Nutzen Sie Ihre betriebliche Kommunikation, um Ihren WhatsApp-Verteiler aufzubauen. Geben Sie z. B. auf Ihren Flyern, Ihrem Briefbogen und allen weiteren Printprodukten den Hinweis auf Ihre WhatsApp-News, deren Vorteile für den Kunden und den Link zur Anmelde-möglichkeit auf Ihrer Webseite. Und natürlich sollten Sie auch mündlich im Gespräch Ihren neuen Messenger-Dienst erwähnen.

Tipp 10 Im Zweifelsfall Fachleute ran lassen

Die Vorstellung, auf diesem Weg schnell und ohne große Kosten Ihre Kundenbindungen zu vertiefen, gefällt Ihnen. Doch auf die Detailausarbeitung von Empfängerlisten und weiterem Technikram haben Sie keine Lust? In diesem Fall helfen Agenturen weiter, die sich mit sozialen Medien auskennen. Sie nehmen Ihnen einen Großteil der Arbeiten ab und achten zudem auf die wirkungsvolle Konzeption und Vernetzung Ihrer Online-Kommunikation.



Matthias Eigel
Kaleidoskop
Marketing-Service

»WhatsApp ist ein unkomplizierter Kanal, mit dem sich Kundenbindung in digitalen Zeiten wirkungsvoll pflegen lässt.«

Tipp 8

Keine Werbung ohne Einwilligung

Ihnen juckt es in den Fingern und Sie wollen sofort loslegen, Ihren ersten WhatsApp-Newsletter an alle Kunden-Mobilnummern zu verschicken? Moment: Dazu benötigen Sie die ausdrückliche Einwilligung jedes Adressaten. Diese erhalten Sie rechtlich sicher so: Bieten Sie Ihren WhatsApp-Newsletter als Abo an – auf Ihrer Webseite und in gedruckten Medien. Wer sich anmeldet, gibt automatisch sein Einverständnis.

DAS HABEN IHRE KUNDEN DAVON

Messages mit Mehrwert

Botschaften austauschen via WhatsApp? Davon profitieren Kunden. Sie können schnell und anschaulich über konkrete Auftragsdetails oder für ihn relevante Themen informiert werden. Und als WhatsApp-Newsletter-Abonnent erhalten Sie wirklich nützliche Informationen und Zugang zu Exklusivleistungen wie Angebote, Gewinnmöglichkeiten usw.