

Image not found

IBM Business Partner NetKatalog 

Veröffentlicht auf *IBM Business Partner NetKatalog* (<https://www.ibp-katalog.de>)

[Startseite](#) > Jeder Fünfte hält Nutzung von WhatsApp in der Kommunikation mit Unternehmen für überfällig

Fast 70 Prozent der Deutschen nutzen die Nachrichten-App WhatsApp für die alltägliche Kommunikation. Eine Businessversion des Messengerdiensts befindet sich schon im Testlauf, trotzdem wird das Potenzial von WhatsApp als Kommunikationskanal von Unternehmen kaum genutzt. Dabei ist immerhin jeder Fünfte in der Gesamtbevölkerung der Meinung, dass WhatsApp und Chats mit Unternehmen schon längst überfällig sind.

Jeder dritte WhatsApp-Nutzer findet darüber hinaus, dass die Kontaktfunktion über soziale Netzwerke oder Apps oftmals unkomplizierter ist, als über andere Wege (etwa per E-Mail, Post, Telefon) mit Unternehmen zu kommunizieren. Selbst 24 Prozent derjenigen, die WhatsApp bisher noch nicht nutzen, können sich vorstellen, als künftige Verwender WhatsApp zur Kommunikation mit Unternehmen zu nutzen. Dies zeigen die Ergebnisse der Studie „[WhatsApp im Kundenkontakt](#)“ [1] des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov.

Image not found

Grafik 

„Unternehmen sollten das Potenzial von WhatsApp in der Unternehmenskommunikation nutzen, um eine Vorreiterstellung einzunehmen, wenn WhatsApp hier ebenso alltäglich wird wie die Nutzung durch Privatpersonen“, so Markus Braun, Head of Business Unit Reports bei YouGov. „Der unmittelbare Kontakt der Nutzer zu den Unternehmen stellt Firmen aber auch vor große Herausforderungen, denn der direkte Dialog gewinnt weiter an Bedeutung.“

Hürden für die Unternehmen

Für Unternehmen, die in die persönliche Kommunikation per WhatsApp einsteigen wollen, ergeben sich neben den juristischen Unklarheiten, die das neue Gerichtsurteil des Amtsgerichts Bad Hersfeld aufwerfen, allerdings auch weitere Hürden, die zu beachten sind. So haben 45 Prozent der Potenzialgruppe, d. h. derjenigen, die die Nutzung zur Kommunikation mit Unternehmen als überfällig erachten, die Befürchtung geäußert, dass WhatsApp nur eine weitere Möglichkeit der Firmen sei, Daten über Kunden zu sammeln. Darüber hinaus hat die Potenzialgruppe signifikant häufiger einen AdBlocker auf dem Mobiltelefon installiert. Es empfiehlt sich daher, beim Einsatz von WhatsApp genau zu definieren, wozu und wie es genutzt werden soll, um den Bedenken der Nutzer zu begegnen. „Mit Werbung sollte hierbei eher zurückhaltend umgegangen und stattdessen die Vorteile wie die persönliche Ansprache, eine kurze Reaktionszeit oder die Anonymisierung in Gruppenchats hervorgehoben werden“, so Braun.

Kundenservice und Beratung gefragt

Die Mehrheit der befragten WhatsApp-Nutzer, die sich den Kontakt vorstellen können, würden den individuellen und direkten Kontakt wie Kundenservice/Supportanfragen (54 Prozent) oder Beratungsleistungen (42 Prozent) mit dem Unternehmen wählen und sich weniger für werbliche Aspekte wie Newsletter (28 Prozent) oder Gewinnspiele (27 Prozent) begeistern. Lediglich zwölf Prozent der Befragten können sich den Austausch über WhatsApp für die Stellensuche oder sogar den Bewerbungsprozess vorstellen.

Image not found

Grafik 

Um WhatsApp als Kontaktkanal zu etablieren, sollte die Ziel- und Potenzialgruppe vorab genau analysiert werden. Unternehmen können so abschätzen, ob es sich lohnt, WhatsApp als Kommunikations- und

Kontaktkanal direkt zu nutzen, und wie sich das Angebot in einen positiven Markeneindruck umwandeln lässt.

Schaut man sich beispielsweise die Zielgruppe der WhatsApp-Nutzer ist im Vergleich zu den Nicht-Nutzern im Detail an, zeigen sich die folgenden Unterschiede: So sind WhatsApp-Nutzer eher zwischen 18 und 34 Jahren alt (36 Prozent) und interessieren sich eher für Fitness, Training und Sport (38 Prozent), sowie den Gang ins Kino (60 Prozent), Restaurants (63 Prozent) oder Kneipen (39 Prozent).

Grafik

Image not found

http://www.digitalbusiness-cloud.de/sites/default/files/sites/default/files/whatsapp4_q_yougov_0.png

Für den Report wurde auf die 100.000 Datenpunkte umfassende YouGov-Datenbank zugegriffen, für die im Jahresverlauf 60.000 Deutsche kontinuierlich repräsentativ befragt werden. Die intelligente Vernetzung der Daten ermöglicht eine besonders detaillierte Analyse des Konsumentenverhaltens. Kombiniert wurde die Analyse mit einer zusätzlichen bevölkerungsrepräsentativen Befragung von 3.000 Personen ab 18 Jahren, die im Zeitraum vom 11.05 bis 22.05.2017 durchgeführt wurde.

Der vollständige Report kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten [hier heruntergeladen](#) [2] werden.

News-Quelle:

Digital Business Cloud

Quell-URL (abgerufen am 23.10.2018 - 19:16): <https://www.ibp-katalog.de/news/jeder-fuenfte-haelt-nutzung-von-whatsapp-der-kommunikation-mit-unternehmen-fuer-ueberfaellig>

Links:

[1]

https://reports.yougov.com/reportaction/WhatsApp_DE/Marketing?utm_medium=Media&utm_source=press&

[2] <http://yougov.de/report/whatsapp>