



WhatsApp im Kundenkontakt

Wie man Vertrauen in einem sehr vertrauten Medium schafft

WhatsApp – warum es sich lohnt, Kunden in diesem Medium anzusprechen

Facebook und Twitter wird von vielen Unternehmen in der direkten Kommunikation genutzt, WhatsApp auch aufgrund eigener Restriktionen eröffnet sich für Businesskunden aber nur langsam.

Dies bedeutet jedoch, dass das Kommunikationsmedium, das von Kunden am meisten genutzt wird, gleichzeitig nicht als Kommunikationskanal mit der Marke sein volles Potenzial entfalten kann.

Dieser Report zeigt deshalb, für wen sich die Überlegung, WhatsApp zu nutzen, direkt lohnt und wie die Potenzialgruppe für die Kommunikation mit Unternehmen über WhatsApp aussieht.



Wie groß ist die Bereitschaft, WhatsApp im Kontakt mit Unternehmen zu nutzen?



Was sind die Hürden im Kontakt mit Unternehmen?



Wie kann sich das Angebot in einen positiven Markeneindruck umwandeln?



Welche Marken sollten möglichst schnell WhatsApp als Kommunikations- und Kontaktkanal anbieten?

YouGov Reports

Wir analysieren für unsere **Reports** mit **YouGov Profiles** Daten aus unserem mehr als 100.000 Datenpunkte umfassenden, kontinuierlich aktualisierten und erweiterten Datensatz. Darunter die Ergebnisse unseres Markenmonitors **YouGov BrandIndex**, mit dem wir alleine in Deutschland die Einstellungen von Konsumenten zu mehr als 900 Marken in 16 markenimagerelevanten Dimensionen abbilden. Erhoben werden die Daten für unsere Analysen in täglichen, bevölkerungsrepräsentativen Umfragen in unserem internationalen YouGov Panel, dem weltweit mehr als 5 Millionen Menschen, in Deutschland mehr als 200.000 Menschen, angehören.

Sie möchten mehr erfahren oder weiterführende Analysen erstellen? Mit **YouGov Profiles** und dem **YouGov BrandIndex** können die für diesen Report verwendeten Daten jederzeit um vorhandene oder individuelle Daten ergänzt werden.

Wir wünschen Ihnen viele hilfreiche Inspirationen und Erkenntnisse sowie viel Freude beim Lesen.

Ihr YouGov-Team



1. Die Situation: WhatsApp ist die meistgenutzte Nachrichten-App für die alltägliche Kommunikation

Fast 70% der Deutschen nutzen WhatsApp.*

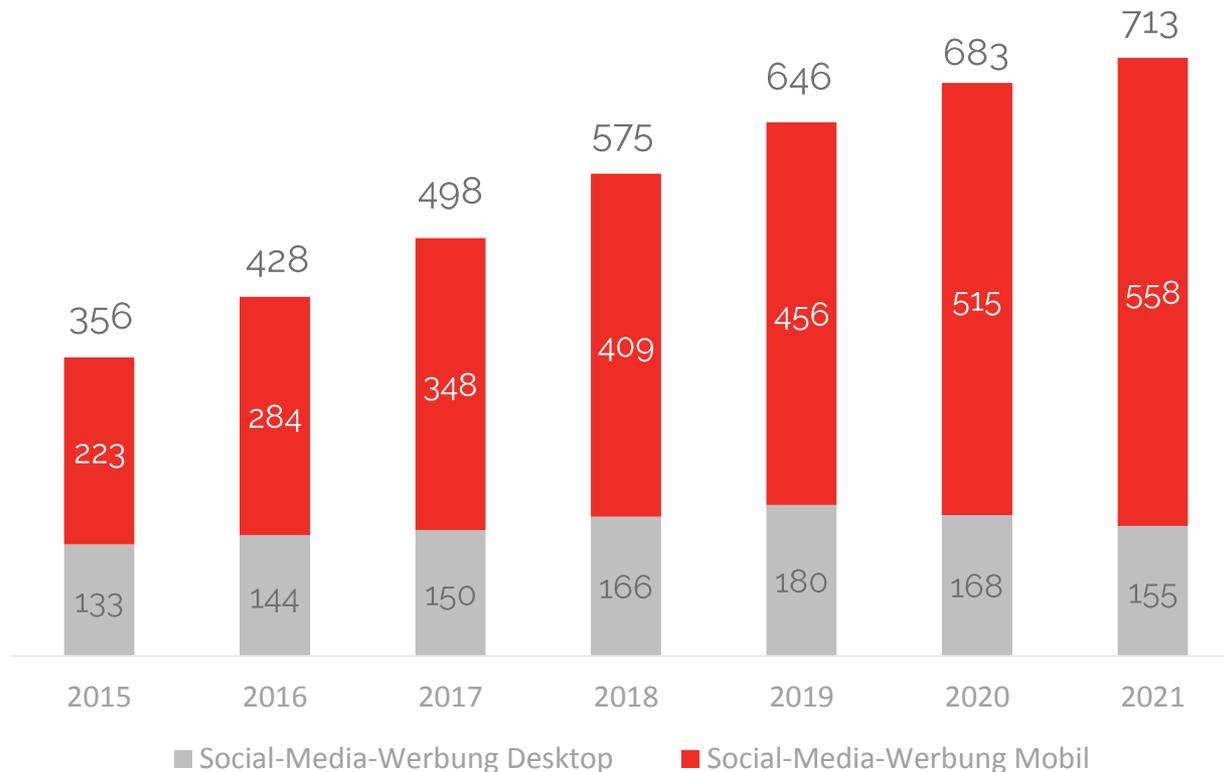
2 von 3 WhatsApp-Nutzern nutzen das Netzwerk mehrfach täglich.**

*Basis: Alle Befragten, n = 3.000

**Basis: YouGov Profiles, Stand 21.05.2017, WhatsApp-Nutzer, n = 12.140

Facebook und Twitter nutzen viele Unternehmen, WhatsApp hingegen ist noch Neuland

Die Ausgaben im Segment Social-Media-Werbung wächst seit 2015 stetig (Angaben in Millionen Euro)*:



Die Nutzerzahlen und Nutzungsbereitschaft von WhatsApp sind deutlich gestiegen in den letzten Jahren – hierfür wird WhatsApp benutzt

So sehen die WhatsApp-Nutzer aus*:

Hierfür wird WhatsApp genutzt**:

Eher zwischen 18 und 34 Jahre alt (36%)

Sind seltener Single (27%)

Haben eher Fitness, Training und Sport als Hobbys (38%)

Gehen eher in Kinos, Restaurants, Kneipen (60%/63%/39%)

Bevorzugen eher Bade- oder Wellnessurlaub (51%/21%)



*Basis: YouGov Profiles, WhatsApp-Nutzer, n ≥ 5.911, Vergleichsgruppe: Nicht-WhatsApp-Nutzer, n ≥ 6.738

**Basis: YouGov Profiles, WhatsApp-Nutzer, n = 12.234

2. Das Risiko: DER tägliche Kommunikationskanal von Konsumenten wird in der Kundenansprache nicht genutzt

5% der WhatsApp-Nutzer haben die App dazu genutzt, um einen Newsletter zu abonnieren.

* Basis: WhatsApp-Nutzer, n = 1.404

YouGov

Soziale Medien eignen sich zur massenhaften Verbreitung, der Eins-zu-eins-Gedanke wird nur selten umgesetzt

18% geben erst an, Unternehmen schon mal individuell über soziale Medien kontaktiert zu haben.*



Gleichzeitig bevorzugen 63% der WhatsApp-Nutzer den persönlichen Kontakt mit einem (Service-)Mitarbeiter.**

Der Kommunikationskanal, den Ihre Kunden tagtäglich nutzen, wird von Unternehmen bislang noch nicht berücksichtigt. Das Potenzial ist aber vorhanden: Immerhin jeder Dritte WhatsApp-Nutzer findet, dass die Kontaktfunktion über soziale Netzwerke oder Apps oftmals unkomplizierter ist mit Unternehmen als über andere Wege (z. B. per E-Mail, Post, Telefon)

3. Die Lösung: Jedes Unternehmen muss nun evaluieren, ob eine Nutzung von WhatsApp in Zukunft sinnvoll ist

Jeder Dritte WhatsApp-Nutzer hält die Kontaktfunktion über soziale Netzwerke oder Apps für unkomplizierter als z. B. über Post, E-Mail, Telefon.

Wer erfolgreich auf WhatsApp kommunizieren will, muss relevant bei der Potenzialgruppe sein...

25%
(19%)

interessieren sich
allgemein für
Marken

10%
(7%)

lesen täglich
Zeitschriften

18%
(13%)

haben in den letzten
zwölf Monaten ein neues
Auto gekauft

28%
(20%)

besuchen
Vergnügungsparks in
ihrer Freizeit

31%
(26%)

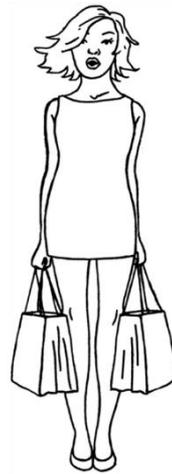
trinken Weiß- und
Weizenbier

27%
(19%)

nutzen ihr
Smartphone, um
ins Internet zu
kommen

45%
(41%)

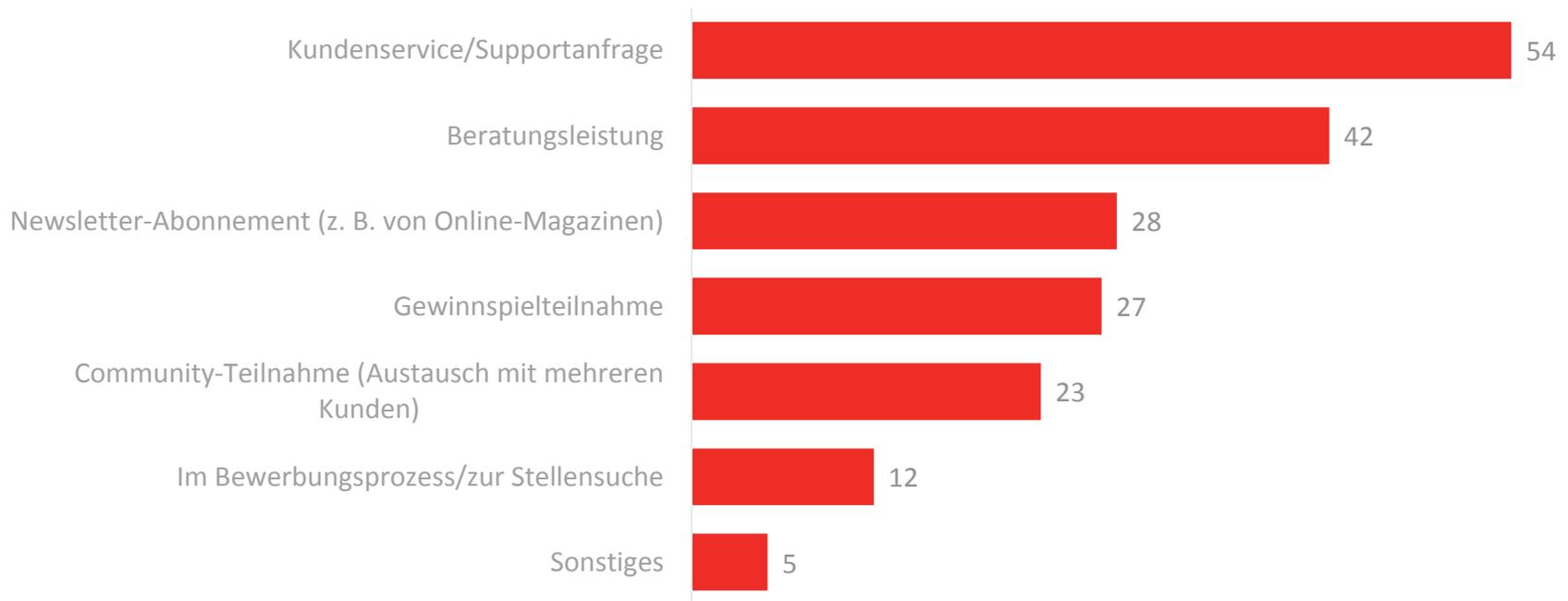
leben in einem
städtischen Umfeld



YouGov

...und wissen, wofür seine Kunden offen sind

Von den Personen, die angegeben haben, sich den Kontakt über WhatsApp vorstellen zu können, würden wählen...



Es zeigt sich, dass potenzielle Nutzer weitaus weniger für werbliche Aspekte auf WhatsApp begeistern würden, sondern der individuelle und direkte Kontakt im Vordergrund steht. Finden Sie genau heraus, welche Ansprüche Ihre Kunden an eine Kommunikation via WhatsApp mit Ihnen haben und richten Sie Ihre Strategie entsprechend aus.

Die Potenzialgruppe für WhatsApp ist deutlich eher Kunde von diesen Marken

Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung erwägt die Potenzialgruppe eher folgende Marken:



48% (38%)



23% (14%)



22% (13%)



21% (15%)



19% (11%)



HYUNDAI

14% (9%)



14% (8%)



Red Bull

12% (7%)

fireTV

12% (7%)



Diese Darstellung ist lediglich ein Beispiel, mit dem wir Ihnen zeigen können, wie Kunden Marken nutzen oder einschätzen. Mehr über Ihre Marken erfahren Sie mit dem YouGov BrandIndex:

<https://yougov.de/loesungen/brandindex/>

Wer das Potenzial bei seinen Kunden kennt, kann die Möglichkeiten von direkter Kundenkommunikation ausnutzen

Von denjenigen, **die WhatsApp bisher nicht nutzen**, können sich 24% vorstellen, es als zukünftige WhatsApp-Nutzer zum Kontakt mit Unternehmen zu nutzen.



Jeder Fünfte der Gesamtbevölkerung sagt, dass WhatsApp und Chats mit Unternehmen schon längst überfällig sind und Alltag sein sollten.



Lernen Sie Ihre konkrete Zielgruppe bei WhatsApp kennen mit unserem Analyse-Tool **YouGov Profiles** und entscheiden Sie schon heute, ob der Einsatz von WhatsApp für Sie zielführend ist.
www.yougov.de/loesungen/profiles

Steigen Sie in die persönliche Kommunikation ein, beachten Sie aber Hürden

45% der Potenzialgruppe haben trotz aller Vorteile die Befürchtung, dass WhatsApp nur eine weitere Möglichkeit für Firmen ist, Daten über Kunden zu sammeln.

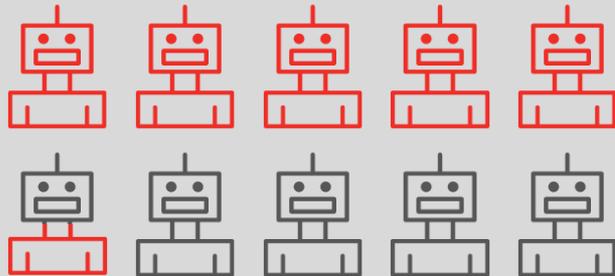
Hier sollten Vorteile wie die persönliche Ansprache, die Reaktionszeit sowie die anonyme Ansprache in Gruppenchats hervorgehoben werden, um diesen Bedenken zu begegnen.

Die Potenzialgruppe sagt signifikant eher, dass sie einen Adblocker auf dem Mobiltelefon installiert hat.

WhatsApp zu verwenden, bedeutet nicht, auch Werbung erhalten zu wollen. Achten Sie auf eine zurückhaltende Gestaltung der Inhalte von beispielsweise Newslettern und nutzen Sie nur ausgewählte Möglichkeiten für Werbung.

Von direktem Kontakt via WhatsApp zur Kommunikation via Chatbot ist es nicht mehr weit

Das sieht auch die Potenzialgruppe so: Knapp **die Hälfte** kann sich grundsätzlich vorstellen, bei Fragen an Unternehmen **mit einer künstlichen Intelligenz** oder einer Maschine (sog. Chatbots) zu kommunizieren.



56% der Potenzialgruppe sagen auch, dass **künstliche Intelligenz einfach der nächste Schritt in der Evolution ist.**

3 Handlungsempfehlungen für Ihren Erfolg

1

WhatsApp als Werbekanal ist ein schwieriges Thema mit großen Risiken. Setzen Sie deshalb zunächst auf das, was WhatsApp und seine Nutzer besonders gut können: Den direkten Eins-zu-eins-Kontakt mit Mitarbeitern Ihres Unternehmens. Erweitern Sie die Möglichkeiten Ihrer Kunden, Sie zu kontaktieren. So senken Sie die Hürden für eine direkte Ansprache und steigern das Potenzial für eine hohe Kundenzufriedenheit immens.

2

Auch wenn die Möglichkeiten zum Kundenkontakt über WhatsApp noch begrenzt sind, wägen Sie frühzeitig ab, ob ein Einstieg für Sie lohnenswert ist. Nur so sind Sie ganz vorne mit dabei, wenn WhatsApp in der Unternehmenskommunikation ebenso alltäglich wird wie die Nutzung bei Privatpersonen.

3

Nehmen Sie Bedenken bei Ihrer Zielgruppe ernst – ob es die Datensammlung über WhatsApp oder das Bespielen mit werblichen Inhalten ist. Platzieren Sie beim Einsatz von WhatsApp prominent, zu welchem Zweck Sie dies nutzen, und stellen Sie die Vorteile in den Vordergrund, um Bedenkenträger abzuholen.

Methodik

Datengrundlage

Für diesen Report wurden Personen bevölkerungsrepräsentativ zu ihrer X befragt. Diese Exklusivdaten wurden mit vorhandenen Daten aus dem YouGov Cube verknüpft und zeigen so völlig neue Einblicke in Einstellungen, Soziodemographie und das Einkaufsverhalten der Potenzialgruppe.

Stichprobe

Repräsentativbefragung von n = 3.000 Personen (18+)
Befragungszeitraum: 11.05.2017 – 22.05.2017

Profilierung von YouGov Profiles-Daten (Stand: 21.05.2017)

YouGov Reports

Große Trends und granulare Details einer Branche oder eines Themas verstehen

- Mit YouGov Reports erwecken wir die Daten zu unterschiedlichsten Fragestellungen durch hoch visuelle und leicht verständliche PowerPoint-Berichte zum Leben.
- Die Daten für unsere Reports stammen dabei kommen von Umfragen und Analysen mit unseren Forschungslösungen YouGov Profiles, YouGov BrandIndex und YouGov Omnibus. In unseren Reports analysieren wir diesen Datenschatz durch die Untersuchung zentraler Hypothesen und die tiefgründige Interpretation der Daten.
- Die Ergebnisse werden verständlich aufgearbeitet und präsentiert. Dabei hinterfragen die Reports bisherige Annahmen und beantworten Fragen wie „Was ist die Herausforderung?“, „Wie kann ich sie bewältigen?“ und „Was ist zu tun?“ .
- Weiterführende Analysen mit YouGov Profiles und YouGov BrandIndex sind dabei jederzeit möglich.

YouGov Profiles

Zielgruppen detailliert kennenlernen

Was ist Profiles?

Unser Zielgruppenanalyse- und Segmentierungs-Tool YouGov Profiles ermöglicht Ihnen **einfachen, schnellen** und **flexiblen** Zugang zu umfassenden und **detaillreichen Beschreibungen** von Verbrauchern in Deutschland.

YouGov Profiles bietet Ihnen:

- ✓ Detaillierte Charakterisierung Ihrer Zielgruppe
- ✓ Kontinuierlich erweiterte und aktualisierte Paneldaten
- ✓ 190.000 frei verknüpfbare Datenpunkte –
Mehr als nur soziodemographische Merkmale

Möchten Sie Ihre Kunden noch besser kennen lernen?

Erfahren Sie hier, was wir schon über Ihre Kunden wissen:

www.yougov.de/loesungen/profiles



YOU GOV IN ZAHLEN

Mehr als

5 MILLIONEN

PANEL-MITGLIEDER WELTWEIT

SEIT **1991** IN DEUTSCHLAND

31

YOU GOV
STANDORTE
WELTWEIT

700

MITARBEITER
AUF DER
GANZEN WELT

24 MILLIONEN

ABGESCHLOSSENE UMFRAGEN IM LETZTEN JAHR

23000

PRESSENENNUNGEN IM
LETZTEN JAHR

>20000

KUNDENBEZIEHUNGEN IM
LETZTEN JAHR

38

YOU GOV -
PANELS
WELTWEIT

20

RANG IM AMA
GOLD
BRANCHEN-
REPORT

YouGov

Sie haben noch Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



Svenja Becker
Consultant

T + 49 221 42061 – 221
Svenja.Becker@yougov.de