

Der E-Mail-Newsletter war gestern

Innovatives Online-Marketing dank WhatsApp



Der klassische E-Mail-Newsletter steckt in der Krise. Die Öffnungsraten sinken. Empfänger sind genervt von der Werbung per elektronischer Post. Immer wieder versuchen Werbetreibende Qualität und Akzeptanz der Newsletter zu verbessern. An der Betreffzeile wird für eine höhere Öffnungsraten gefeilt. Individueller zugeschnittene Werbeinformationen sollen eine höhere Kundenzufriedenheit erreichen. Die Not ist mittlerweile so groß, dass potenzielle Newsletter-Abonnenten mit Gutscheinen in Höhe von bis zu 15 Euro gelockt werden, um die Werbebotschaften regelmäßig zu konsumieren.

Deutsche lieben WhatsApp

Erste Unternehmen haben die Vorteile erkannt, WhatsApp als Alternative zum herkömmlichen Newsletter einzusetzen. Denn der Dienst ist für viele Deutschen zur virtuellen Austauschplattform Nummer 1 geworden und kennt keine Altersgrenzen: Der Schüler nutzt es genauso wie seine Eltern. Und liegen die Interessen gleich auf, wird eine Gruppe gegründet. Ob Hausaufgaben, Sportverein, Clique oder Familie: Kaum einer ist nicht Mitglied einer Gruppe und nutzt die Vorteile.

Broadcast-Listen sind das neue Instrument für Firmen

Für Unternehmen als Alternative zum herkömmlichen E-Mail-Newsletter hoch interessant sind die sogenannten Broadcast-Listen. Seit Ende des vergangenen Jahres sind sie für iPhone-Nutzer verfügbar. Im Gegensatz zu den Standardgruppen sind die Gruppenteilnehmer nicht für jeden in der Gruppe einsehbar. Empfänger erhalten die Broadcast-Nachricht wie eine ganz normale Nachricht – also in einem individuellen Chat. Sie sehen weder, dass sie Teil einer Broadcast-Gruppe sind, noch wer die Nachricht ebenfalls erhalten hat. Antworten werden dementsprechend auch nicht an jeden, sondern nur an den „Betreiber“ der Broadcast-Gruppe gesendet. Nervige Nachrichten-Pingpongs entfallen somit. Um Nachrichten an bestimmte Kontakte in einer Broadcast-Liste senden zu können, muss der Kontakt die Telefonnummer des Absenders in seinem Adressbuch gespeichert haben. Damit haben die Benutzer die Kontrolle darüber, von wem sie Broadcast-Nachrichten empfangen möchten.

Meldungen intern schneller verbreiten

So bieten Broadcast-Listen Unternehmen eine gute Möglichkeit, Gruppen wie Vertrieb, Geschäftsleitung oder Mitarbeiter allgemein schneller mit Meldungen zu versorgen. Ein Frankfurter Hotel nutzt den Dienst als weiteres Kontaktmedium. Ein Autohersteller wiederum testet WhatsApp zur Personalrekrutierung. Azubis können sich bei einer Krankenkasse in einer Gruppe austauschen. Damit das Versenden von

Nachrichten über ein Smartphone nicht zur Qual wird, bietet mittlerweile eine Handvoll Betreiber an, webbasiert über ihre Seiten – sogar zeitlich geplant – Nachrichten zu versenden.

Die Listen können für jegliche Art der Endkundenkommunikation eingesetzt werden: Angebote & Aktionen, Aktuelles, Gewinnspiele, Tipps, Umfragen, Mittagstisch etc. Wird auf eine Webseite für weitergehende Informationen verlinkt, ist eine mobil-freundliche Darstellung der Homepage allerdings zwingend erforderlich.

Mit der richtigen Strategie zum Erfolg

Wie ist die richtige Strategie für Unternehmen, WhatsApp als Kommunikationskanal zu nutzen? Zunächst sollte man alle Interessengruppen betrachten und sich nach dem Nutzen eines möglichen WhatsApp-Services bei jeder einzelnen Gruppe fragen. Ist dieser gegeben, empfiehlt sich, in einem gemeinsamen Redaktionsgespräch Inhalte, Intervalle und Gruppen-Verantwortliche zu bestimmen. Ratsam ist zudem, eine zusätzliche Mobilfunknummer zu schalten, damit die Kommunikation nicht über das Smartphone des Geschäftsführers läuft.

Nach einem halben Jahr sollte man sich die Frage stellen, wie der Service positiv zur Wertschöpfung im Unternehmen beigetragen hat. – Und Gefahren? Echte Firmeninternas und sensible Infos gehören nicht in dieses Medium, gleichwohl die Bereiche geschlossen sind.

Werbefreie Tage sind gezählt

Der Erfolg von WhatsApp, kostenlos und bislang werbefrei zu sein, könnte allerdings bald einen Dämpfer erhalten: Neben der Tatsache, dass Unternehmen den Dienst als Newsletter-Alternative für sich entdecken könnten, wird in Branchenkreisen gemunkelt, Facebook plane noch in diesem Jahr die Einführung von Werbeformaten. Es bleibt spannend!



Mittagstisch direkt auf das Handy: das Café Vianotta auf dem Trierer Petrisberg.

Der am schnellsten wachsende Internetdienst der Geschichte

Mit einer neuen Funktion beim Nachrichtensofortversand-Dienst „WhatsApp“ tut sich jedoch eine echte Alternative auf: Denn jeder Deutsche kennt den Handy-Messenger. Immerhin 30 Millionen Deutsche nutzen die kostenlose SMS-Alternative auf ihrem Mobilfunkgerät zum internetbasierten Austausch ihrer Textnachrichten, Bilder, Videos und Ton-Dateien. Seit kurzem kann auch darüber telefoniert werden.

WhatsApp wird weltweit von 800 Millionen Menschen genutzt und gilt als der am schnellsten wachsende Internetdienst der Geschichte. Seit letztem Jahr gehört der Dienst dem börsennotierten US-Unternehmen Facebook.



Autor
Thomas Stiren
rdts AG