

WHATSAPP BUSINESS IST WIRKLICH DA

WhatsApp ist endgültig im professionellen Kundenservice angekommen. Was bisher nur Privatpersonen vorbehalten war, ist für Firmen inzwischen nicht nur möglich, sondern dringend nötig. Große und mittelständische Unternehmen haben heute die Chance, ihren Kundenservice zu revolutionieren und nahtlos mit ihren Kunden über die beliebteste Messenger App der Welt zu kommunizieren.

Rund 81 Prozent der deutschen Internetnutzer verwenden WhatsApp. Der Instant-Messaging-Dienst hat weltweit mehr als 1,5 Milliarden Nutzer, die täglich rund 65 Milliarden Nachrichten verschicken – in Deutschland gingen diese Nachrichten bisher zum Großteil an Freunde, Kollegen und Familie. Denn besonders mit Inkrafttreten der EU-Datenschutzgrundverordnung wurde die kommerzielle Nutzung von WhatsApp nicht nur von Datenschützern stark angezweifelt, auch WhatsApp selbst hat den Einsatz der App für Unternehmenszwecke sehr stark reglementiert und tut dies zum Teil auch heute noch.

Business API für offizielle Partner

Die Nutzung der normalen App erscheint zwar unkompliziert, ist aber durch den Zugriff auf die gespeicherten Kontakte auf privaten Smartphones rechtlich nicht für Unterneh-



men erlaubt. Besonders für mittlere und große Unternehmen mit großen Servicevolumen ist die Betreuung ihrer Kunden per Smartphone auch nahezu unmöglich. Für diesen Zweck hat WhatsApp seine offizielle Business API eingeführt, die nun zwar den Kundenservice DSGVO-konform möglich macht, deren Nutzung aber weiterhin mit großen Hürden verbunden ist. Die Freigabe der WhatsApp Anbindung und die technische Integration erfolgen heute nur über offizielle Partner.

Eine Zusammenarbeit mit darauf spezialisierten Dienstleistern ist nicht nur für die gesetzeskonforme Einbindung unabdingbar, sondern macht besonders bei solch großen Volumen auch in Bezug auf die personelle Umsetzung Sinn.

**Keep it simple:
Einfachheit
überzeugt**

Richtig im Einsatz hilft WhatsApp Business dabei, den eigenen Kundenservice noch schneller zu machen, Reaktionszeiten zu minimieren, Kosten zu reduzieren und die Kundenzufriedenheit nachhaltig zu steigern. Dabei ist die App keineswegs nur Kommunikationstool für die „Generation Z“. Besonders die Einfachheit macht den Messenger immer attraktiver für alle Altersgruppen. Unabhängig von der Zielgruppe stellen jedoch alle User ähnliche hohe Erwartungen an das Kommunikationsverhalten. Der Service muss authentisch sein, echte Konversationen und schnelle Antworten liefern – keine leichten Herausforderungen für Kundenserviceabteilungen. Wettbewerbsvorteile für Unternehmen bieten sich aktuell nur, wenn sie es schaffen,

den Kundenservice per WhatsApp schnell einzuführen, die eingesetzten Kundenberater Service auf Augenhöhe liefern und die Kommunikationsstrategie auf den Kanal abgestimmt ist.

Mehr als nur Textnachrichten ...

Im Kundenservice per WhatsApp geht mehr, als Textnachrichten zu versenden. Kunden haben den Kontakt zu Unternehmen nun

jederzeit und überall unmittelbar dabei und erwarten permanent einen echten Mehrwert. Sie wünschen sich Beratung, wollen reklamieren, Bilder austauschen oder Terminzusagen bekommen – und all das, wenn sie Zeit haben, nicht innerhalb der Servicezeiten der klassischen Telefonhotline.

Whatsapp revolutioniert den Kundenservice

Besonders an dieser Stelle können erfahrene Dienstleister helfen. Und auch wenn bereits zahlreiche Marken die Bedeutung von WhatsApp im Kundenservice längst erkannt haben, kämpfen viele besonders mit der Qualitätssicherung, der Anzahl der Anfragen und der Erreichbarkeit. Der Service per WhatsApp kann Kunden wirklich nachhaltig begeistern. Vorausgesetzt, Unternehmen nutzen die Chance und sind auch bereit für alle Möglichkeiten, die WhatsApp zukünftig für ihren Kundenkontakt bietet.

Zukunft aus Tradition

Die TAS AG ist einer der größten familiengeführten Servicedienstleister für Kundendialog und bietet Kunden- und Vertriebskommunikation auf höchstem Niveau. 1992 gegründet ist die TAS heute mit über 500 Mitarbeitern in Deutschland überall dort Impulsgeber, wo Bedarf an innovativen Customer Service-Diensten und Outsourcing-Strategien besteht. Das Leistungsportfolio umfasst unter anderem den Kundenservice über sämtliche Dialogkanäle hinweg, ganzheitliche Vertriebsunterstützung, Consulting sowie praxisnahe Schulungsangebote für Kundenberater und Führungskräfte. Mit unserer Erfahrung aus über zwei Jahrzehnten realisieren wir Projekte für namhafte Auftraggeber im In- und Ausland.



Über TAS

TAS AG
 Kohlgartenstraße 13 · D – 04315 Leipzig
 Telefon: +49 341 355 95 0 · Fax: +49 341 355 95 101
 E-Mail: info@tasag.de · Internet: https://tasag.de/



Die TAS AG ist einer der größten familiengeführten Servicedienstleister für Kundendialog und bietet Kunden- und Vertriebskommunikation auf höchstem Niveau. 1992 gegründet ist die TAS heute mit über 500 Mitarbeitern in Deutschland überall dort Impulsgeber, wo Bedarf an innovativen Customer Service-Diensten und Outsourcing-Strategien besteht. Das Leistungsportfolio umfasst unter anderem den Kundenservice über sämtliche Dialogkanäle hinweg, ganzheitliche Vertriebsunterstützung, Consulting sowie praxisnahe Schulungsangebote für Kundenberater und Führungskräfte. Mit unserer Erfahrung aus über zwei Jahrzehnten realisieren wir Projekte für namhafte Auftraggeber im In- und Ausland.

Autoren:
 Nicole Wagner-Geyer,
 Leiterin Marketing
 Christian Geyer, Vorstand


