MESSENGER PLAYBOOK

Der ultimative Guide für erfolgreiche Kommunikation auf WhatsApp & Co

WhatsApp & Co For Your Next Level

Dass der Chat per WhatsApp und Co zu den beliebtesten Kommunikationsformen unserer Zeit gehört, brauche ich niemandem mehr zu beweisen – eine Blick auf das eigene Handy und dessen Nutzung reicht.

Wenn wir heute alle privat viel lieber chatten als telefonieren oder E-Mails schreiben, warum tun sich dann Unternehmen so schwer, diesen Kanal auch anzubieten?
Wie können Unternehmen von Kundenzentrierung oder Personalisierung sprechen und dann trotzdem Service wie vor 30 Jahren anbieten?
Nachweislich erzielen Unternehmen mit einem guten Service und einem innovativem Image eine höhere Kundenbindung und damit mehr Umsatz bei geringeren Kosten.

Ähnlich sieht es im Marketing aus. Die Zeit der Marktschreier ist vorbei, propagierte das Cluetrain-Manifest bereits 1999. Aber ein echter Dialog zwischen Unternehmen findet auch heute noch nicht statt.

All das, und noch viele mehr können Messenger für Unternehmen leisten!

Auf den folgenden Seiten unseres Playbooks werden wir Dich hoffentlich dazu motivieren und inspirieren, Messenger für Dein Unternehmen einzusetzen.
Wir geben Dir ein paar Tipps & Tricks mit auf den Weg, unterstützen mit Statistiken und Argumenten und lassen viele erfolgreiche MessengerPeople zu Wort kommen.

Viel Spaß beim Lesen, Staunen & Verstehen!

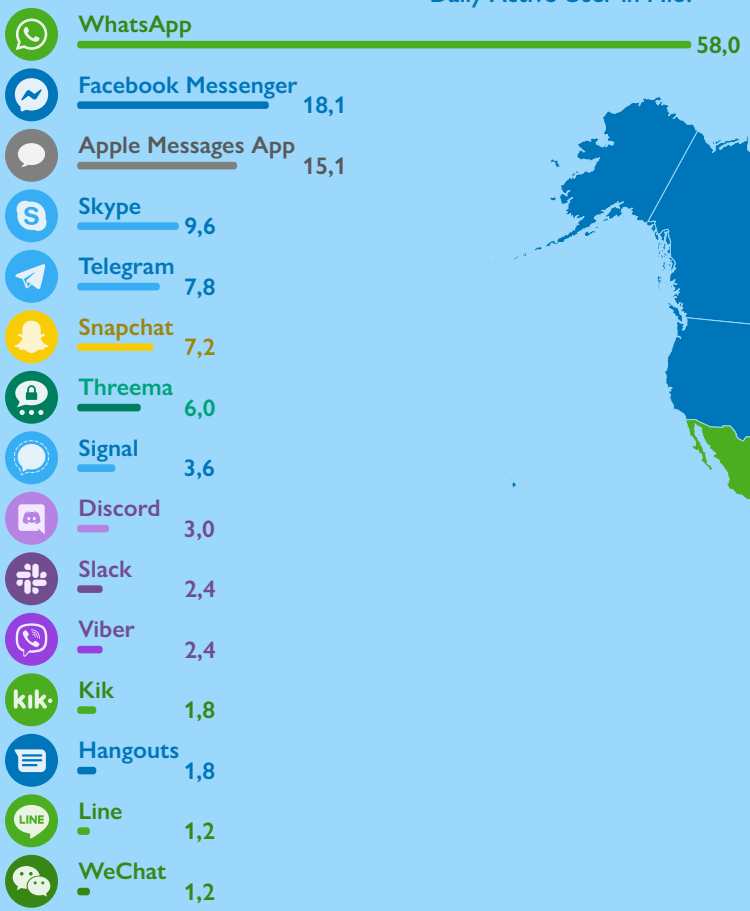
Matthias „Messenger Matze“ Mehner

WHATSAPP

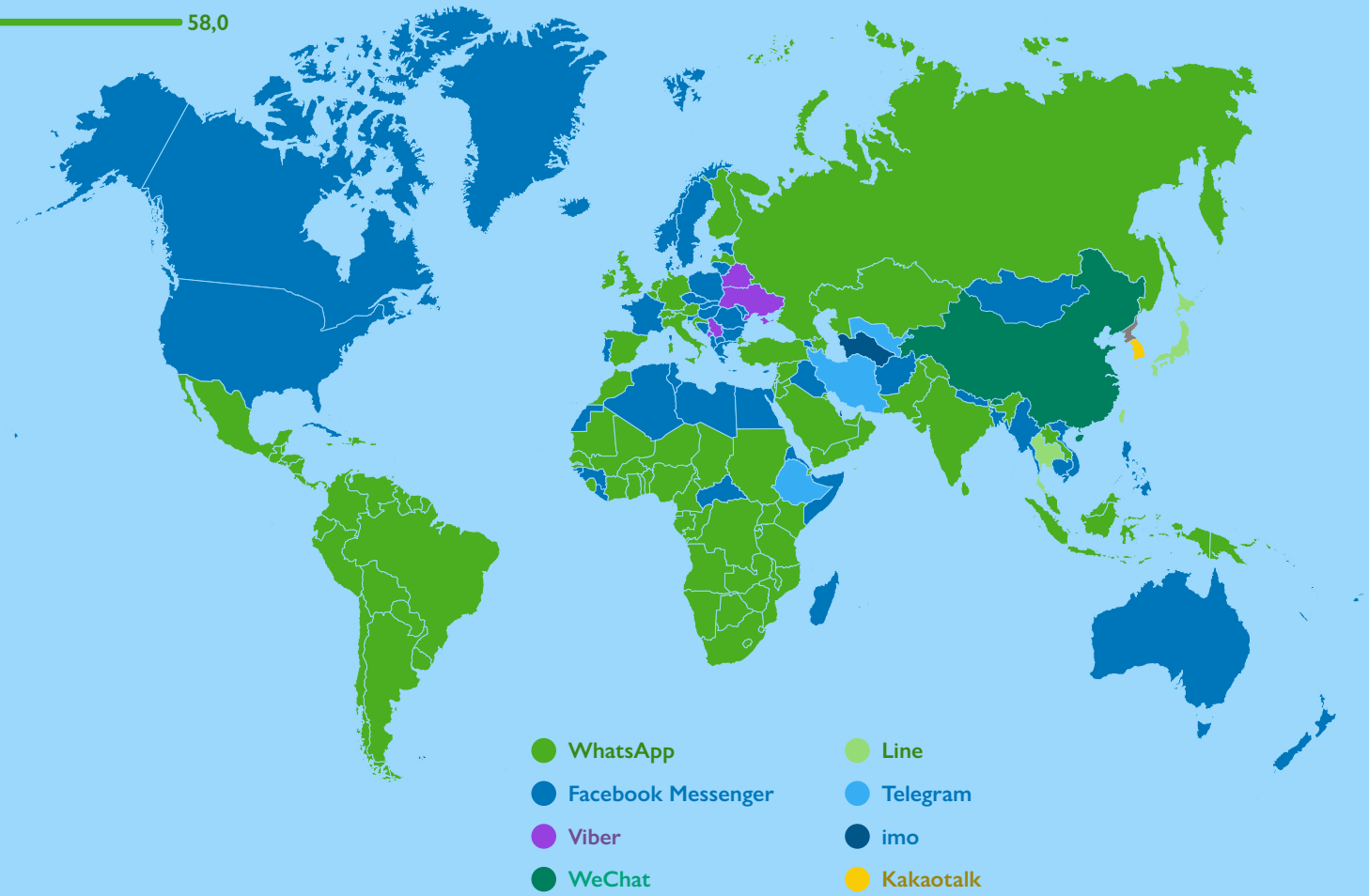
Der beliebteste Messenger der Welt

Top Messenger Apps in Deutschland

Daily Active User in Mio.



Top Messenger Apps weltweit



Quellen: Facebook | Statista | Adzine | Hootsuite | we are social | Similarweb

Inhalt

Willkommen im Zeitalter von Conversational Commerce · · · · 5
Darum wollen Deine Kunden WhatsApp & Co · · · · · · · · · · 8
Darum willst Du als Unternehmen WhatsApp & Co · · · · · · · 9
Die 7 wichtigsten Kundenservice-Kennzahlen · · · · · · · · · · 10
Top KPIs dank Messenger in der Kundenkommunikation · · · · 11
Diese Möglichkeiten hast Du heute mit WhatsApp · · · · · · · · 13
Neu für WhatsApp: Promotional Messages · · · · · · · · · · · 14
Instagram Messaging · 18

E-Commerce · **23**
Erwin Müller Versandhaus · 25
MissPompadour · 26
Wish · 27
Brille24 · 28
Women's Best · 29
T1TAN · 30
hessnatur · 31

Autohändler · **33**
BMW · 35
Autohaus Ostermaier · 36

Tourismus · **38**
TUI · 40
Heimathafen Hotels · 41

Energiebetriebe · **42**
Harz Energie · 44

Einzelhandel · **46**
INTERSPORT · 48

B2B · **50**
Weicon · 52
TONEART · 53
Transgourmet · 54
stylink · 55

Banken · **56**
Sparda-Bank München · 58

Versicherungen · **59**
Klaus Versichert · 61

Human Ressources · **62**
TruckHero · 64
Manpower · 65

Preisgekrönte Messenger Kampagnen · · · · · · · · · · · · · **67**

MessengerPeople · **68**
Die Spezialisten für Messenger Kommunikation · · · · · · · · · 69
Ausgezeichnete Software · 70
Die Lösung für Deine Messenger-Erfolgsgeschichte · · · · · · · 72

Willkommen im Zeitalter von Conversational Commerce

Conversational bedeutet *Gespräch*, also die Unterhaltung zwischen Kunde und Unternehmen. Conversational kennen wir von Sprachassistenten wie Alexa oder Siri. Aber auch das geschriebene Wort, zum Beispiel ein Chat per WhatsApp oder mit einem Chatbot zählt dazu.

Früher im Tante-Emma-Laden war diese Unterhaltung zwischen Kunde und Unternehmen ganz normal.

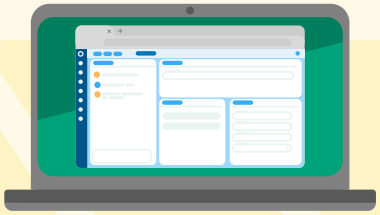
Das Internet änderte alles! Beratung gibt es kaum, Service nur versteckt! Verkauft wird nur noch über den Preis – einen Kampf den kein Unternehmen auf Dauer gewinnen kann!

Messenger bringen jetzt das Beste aus dem Tante-Emma-Laden und dem Onlineshop zusammen!

Direkter Zugang, Feedback und persönliche Beratung bestimmen die Zukunft – das Zeitalter von Conversational Commerce!

»Messenger sind Frontends, wie Apps und Webseiten, nur mit reduzierten Interfaces.
Ich kann jetzt Conversational Marketing und Conversational Commerce machen, statt Scrollen und klicken.«

Martin Sinner
Gründer idealo.de



Websites
2000s

Apps
2010s

Conversations
2020s

»Messenger Kommunikation bringt **das Beste aus zwei Welten** zusammen.«

Markus Gehring
Chief Digital Officer
TUI Deutschland

WHATSAPP&CO entlang der gesamten CUSTOMER JOURNEY

Marketing

Newsletter,
Lead-Generierung &
Conversational Marketing

Beratung

Digitale, persönliche
Beratung per Chat,
Chatbot und Multimedia

Bestellung

Schnell und direkt
die Wünsche der Kunden
aufnehmen und verarbeiten.

Bezahlung

Apple Pay, Facebook Pay
und bald: WhatsApp Pay

Lieferung

Paketverfolgung, Zahlungserinnerung
oder Bordkarte direkt per
WhatsApp Notification
auf den Sperrbildschirm.

Kundenservice

Schneller, effizienter und persönlicher
für Kunden da sein!
Mit Hilfe von Chatbots 24/7.

Kundenbindung

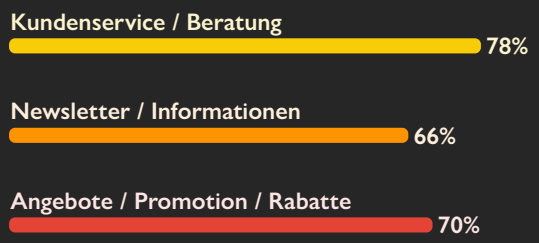
Cashback, Upselling
und Support für
die besten Kunden!

Weiterempfehlung

25% mehr positives Feedback
und Weiterempfehlung.
In 86% der beliebteste Kanal im NPS.

Darum wollen Deine Kunden WhatsApp & Co

Was Konsumenten per Messenger wollen



Hochschule Aalen

Verfügbarkeit
WhatsApp ist ihr bevorzugter Kommunikationskanal.

Einfach
Chatten ist schnell, direkt & gelernt.

Flexibel
Gespräche können genau dann stattfinden, wenn es passt.

Geschwindigkeit
Sie erhalten schnell und direkt eine Antwort.

Cross Device
Der Chat kann auf dem Desktop im Büro begonnen und in der Bahn auf dem Smartphone weitergeführt werden.

Multimedia
Es ist unkompliziert Videos, Bilder oder Sprachnachrichten zu verschicken.

Verbindlich
Sollte später noch eine Frage aufkommen, sind sowohl der Kontakt, als auch der Dialog noch verfügbar.

Darum willst Du als Unternehmen WhatsApp & Co

✓ Reichweite
Du nutzt eine App, die bereits 90% aller Deutschen installiert haben.

✓ Effizienz
Du beantwortest Anfragen im Schnitt 60% schneller als per Telefon oder E-Mail.

✓ Automatisierung
Durch Automatisierung sparst Du noch einmal bis zu 80% Aufwand.

✓ Kosten
Die Kosten für teure Callcenter und komplizierte CRM-Systeme sparst Du Dir!

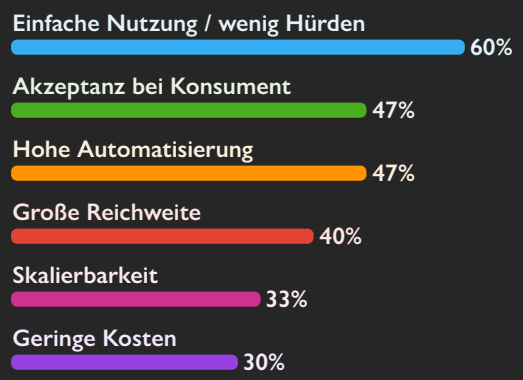
✓ Kundenbeziehung
Du genießt eine Kundenkommunikation ohne Shitstorms, Trolle und mit viel ehrlicherem Feedback.

✓ Mitarbeiter
Deine Service-Mitarbeiter sind happy – denn der Kundenkontakt per WhatsApp ist positiver und motivierender.

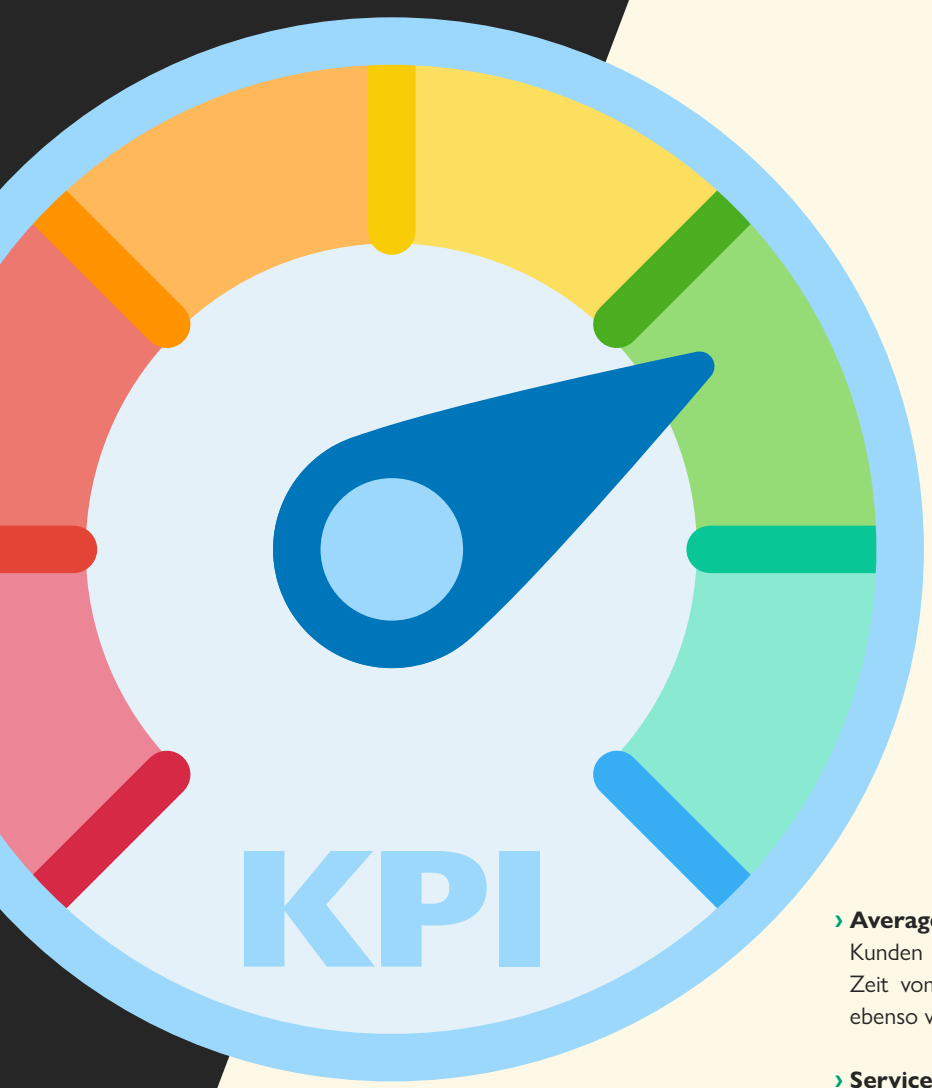
✓ Kundenbindung
Als Teil der WhatsApp-Kontaktliste gehörst Du quasi in den engsten Kreis Deiner Kunden.

✓ Erfolg
Deine Kunden sind happy, Dein Net Promoter Score steigt und Dein Unternehmen wird ein voller Erfolg!

Diese Vorteile sehen Unternehmen im Einsatz von Messenger Apps



Hochschule Aalen



Die 7 wichtigsten Kundenservice-Kennzahlen

› **Average Handling Time (AHT)**
Kunden wollen schnelle Lösungen. Daher ist die gesamte Zeit vom ersten "Hallo" bis zur abschließenden Lösung ebenso wichtig, wie die Zeit bis zur ersten Antwort.

› **Service Level**
Wie viele Anfragen beantworten Unternehmen innerhalb eines definierten Zeitraumes? Das ist das Service Level KPI im Kundenservice.

› **Customer Effort Score (CES)**
Die Kundenservice-Kennzahl, die angibt, wie schnell und einfach Kunden ihr Problem schildern und mit Deinem Service lösen können.

› **Cost per Contact**
Jeder Kontakt zum Kunden benötigt Ressourcen. Ziel im Kundenservice sollte es sein, diese Kennzahl, bei gleichbleibender Kundenservice-Qualität, so niedrig wie möglich zu halten.

› **Conversion Rate / Up & Cross Selling**
Die Kennzahl zeigt, wie viel Prozent der beratenen Kunden später ein Produkt kaufen oder eine Dienstleistung buchen.

› **Customer Satisfaction Score (CSAT)**
Die CSAT-Skala kann aus regulären Zahlen bestehen, aber auch aus Sternen, Smileys, Einhörnern etc. Damit forderst Du deine Kunden direkt auf, ihre Zufriedenheit zu bewerten.

› **Net Promoter Score (NPS)**
Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Deine Kunden eine Weiterempfehlung für Dich aussprechen?

Top KPIs dank Messenger in der Kundenkommunikation

Unsere **Erfahrung aus 5 Jahren Messenger Kommunikation** mit über 2.000 Unternehmen aus den verschiedensten Branchen, zeigt welche Erfolge Du mit WhatsApp & Co in der Kundenkommunikation erzielen kannst.

60%
Schnellere Klärung

80%
Höhere Servicequalität

75%
Geringere Kosten

80%
Bessere Reviews

79%
Höhere Empfehlungsrate

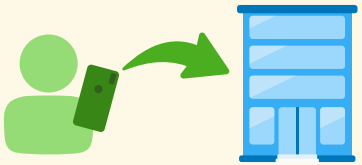
53%
Größere Kaufbereitschaft

»Wir verzeichnen spürbare **Umsatzsteigerungen** mit unserem Messenger-Service.«

Thomas Zeitz
Geschäftsführer
TONEART

Diese Möglichkeiten hast Du heute mit WhatsApp

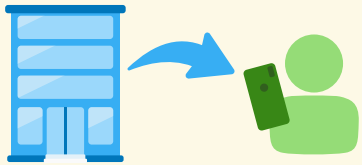
Nutzer-initiierte Nachrichten



Kund:in schreibt an Unternehmen

- Kein Opt-in erforderlich
- Antwort-Nachrichten innerhalb von 24h kostenlos
- Keine Freigaben der Nachrichten durch WhatsApp

Unternehmen-initiierte Nachrichten



Unternehmen schreibt an Kund:in

- Opt-in der Kund:innen erforderlich
- Preis pro Nachricht, in Deutschland ab 0,07€
- Der Nachrichtentyp muss vorab von WhatsApp freigegeben werden

Use Cases

Kundenservice

Beratung

Werbe-Nachrichten

Buchungs-/ Zahlungsbestätigungen

Updates

Erinnerungen

Verifizierung

Neu für WhatsApp: **Promotional Messages**

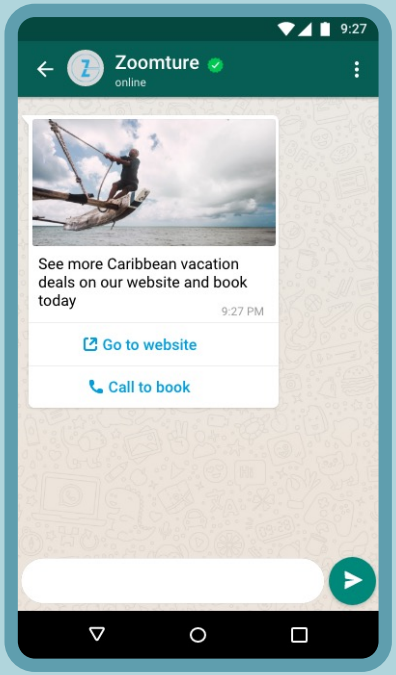
Seit Juni 2021 erlaubt WhatsApp wieder eine Art WhatsApp Newsletter.
Damit kannst Du als Unternehmen über die WhatsApp Business API Kund:innen-Verteiler wieder proaktiv Nachrichten, die einen werblicheren Charakter haben, schicken.
Mit dem neuen Möglichkeiten kannst Du Kund:innen auf Wunsch Produktempfehlungen auf Basis der letzten Einkäufe, relevante Angebote oder hilfreiche Informationen per WhatsApp direkt auf ihr Smartphone zusenden.

Spielregeln dabei sind:
Als Unternehmen brauchst du ein Opt-in von Deinen Nutzer:innen, WhatsApp macht einen kurzen Qualitäts-Check deiner Nachrichten – das ist aber kein großes Hindernis – und diese Art von Nachrichten sind kostenpflichtig.

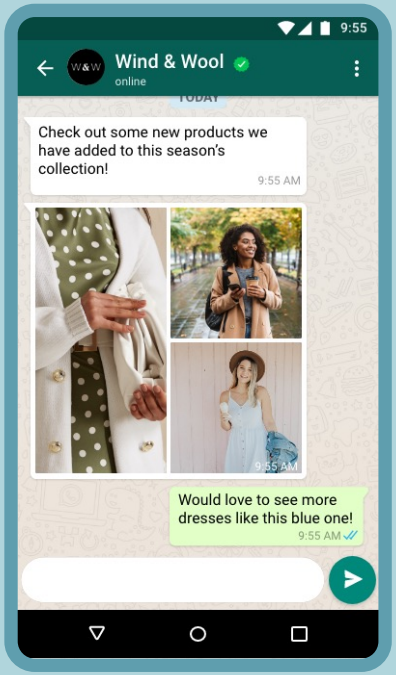
Du als Unternehmen musst also für den Versand von ausgehenden Nachrichten bezahlen, wenn diese außerhalb eines 24-Stunden-Servicefensters an Kund:innen gesendet werden.
Die Preise von WhatsApp variieren von Land zu Land. Zurzeit kostet eine Benachrichtigung in Deutschland 0,0766€, bei höherem Volumen sinken die Kosten pro Nachricht.

Mit den Möglichkeiten jetzt auch Promotional Messages zu verschicken wird WhatsApp zu einem unverzichtbarem Werkzeug für die gesamte Customer-Journey, vor allem im Conversational Commerce.

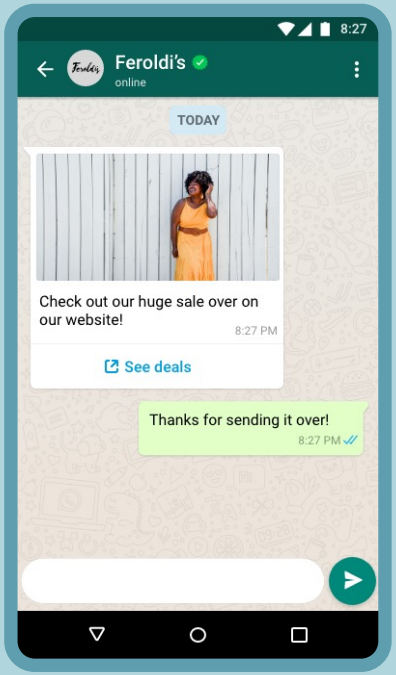
Beispiele für Promotional Messages



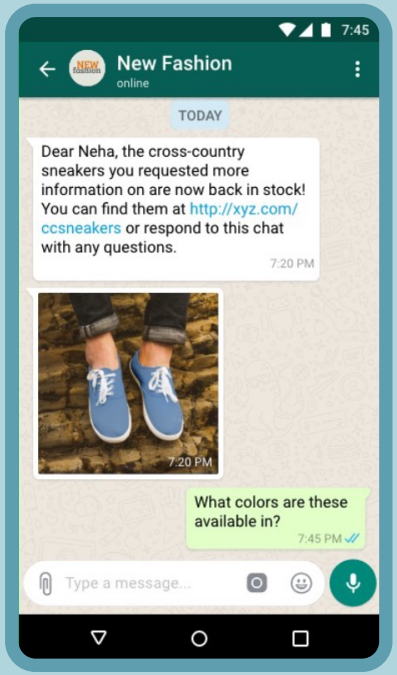
Upselling



Neue Produkte



Aktionen



Produkt wieder verfügbar

50.000 Abonnenten für neuen WhatsApp-Newsletter im ersten Monat

Dieta Social®

Erwin Müller®

»**Jede** WhatsApp-Nachricht **spart** uns aufwändige **E-Mails oder Anrufe**.«

Zum Case

Welcome to the Family

Instagram Messaging

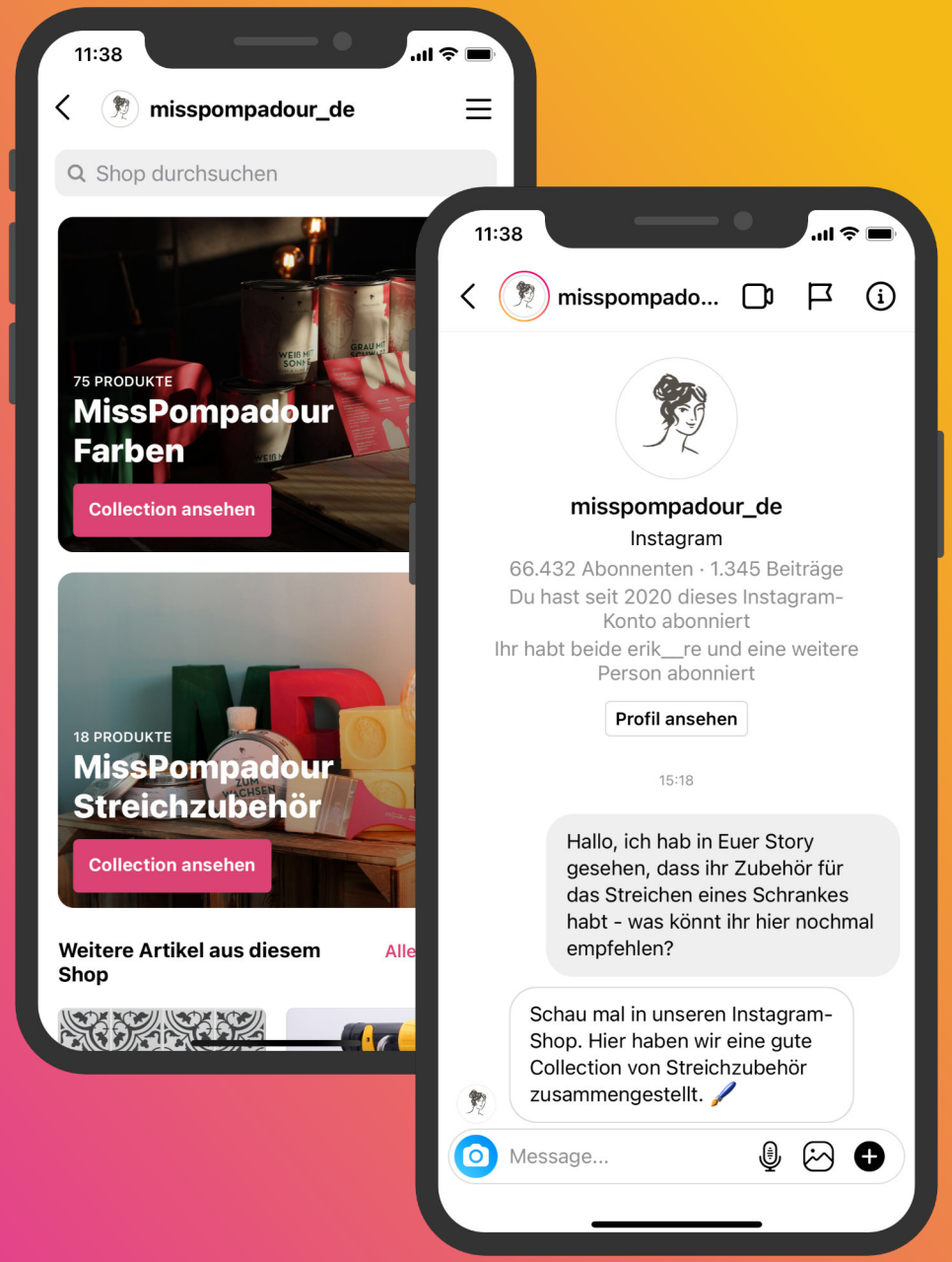
Seit Juni 2021 können Unternehmen Instagram Messaging professionell über die **Messenger API for Instagram** nutzen!

Miss Pompadour

» Durch die Messenger API für Instagram können wir unser **Social Commerce erfolgreich skalieren**.

Die Beratung, der Verkauf und die Kundenbindung auf Instagram kann jetzt in einem Tool direkt von unserem Team bearbeitet werden.«

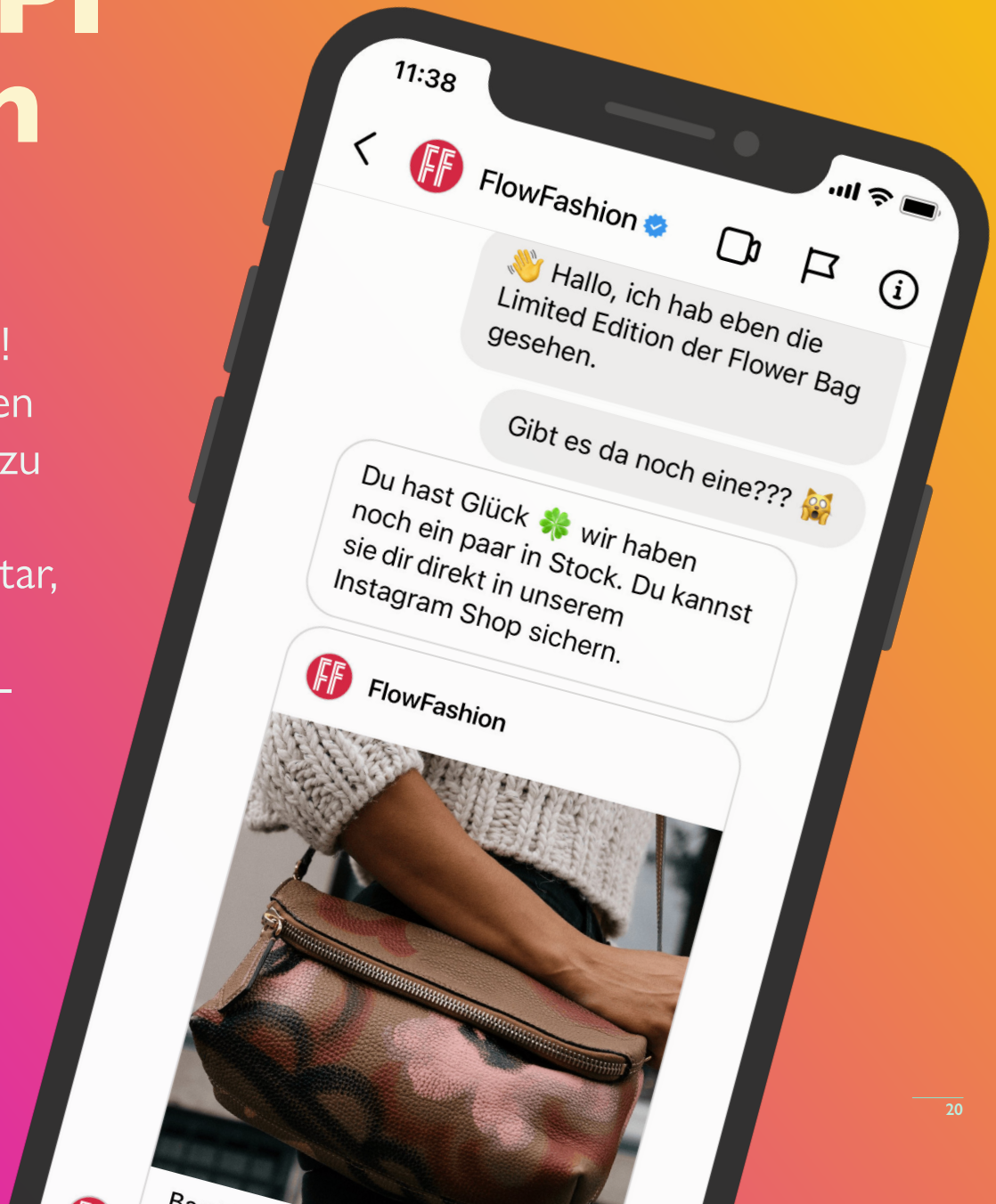
Erik Reintjes › Geschäftsführer MissPompadour



Messenger API for Instagram

Schaufenster und Verkaufsgespräch!

- Seit 21. August 2021 für alle möglich!
- 150 Mio. Menschen pro Monat nutzen Instagram DM um an Unternehmen zu schreiben
- Entry Point über DM, Post Kommentar, Story Mention
- Chatbots, Videos, Bilder, Sprachnachrichten etc. möglich



Erste Erfolgsbeispiele

Kiehl's SINCE 1851

20% Conversion-Rate
von Beratung zu Verkauf

Ford

Verdopplung der Leadgenerierung
von Februar 2021 bis März 2021

SEPHORA

15% weniger Antworten
pro Gespräch, um eine Anfrage zu klären

AMARO

58% Kostenreduzierung
bei der Hotline

SHEIN

Reduzierung der
Antwortzeit um 73%

AVON

88% der Neukund:innen
auf der Avon.pl-Website kamen über den Messenger

https://de-de.facebook.com/business/success

MESSENGER COMMUNICATION INNOVATORS

Die erfolgreichsten Kunden-Cases

· E-Commerce · Autohändler · Tourismus · Energiebetriebe · Einzelhandel ·
· B2B · Banken · Versicherungen · Human Ressources ·

Messenger Kommunikation im E-COMMERCE

Beim Onlineshopping ist es Kunden möglich Preise und Produkte mit wenigen Klicks zu vergleichen. Hierbei ist es schwer sich als Unternehmen von der Masse abzuheben. Ein wirklicher USP kann hier die persönliche Beratung und schneller Service per Messenger sein.

Auch weitere Erwartungen der E-Commerce-Kunden, wie etwa Omni-Channel-Bestell-Optionen, eine einfache Retourenabwicklung, flexiblere Lieferungen, Schnelligkeit oder auch Echtzeit-Tracking, können dank Messenger besser erfüllt werden.

WhatsApp & Co stellen sich damit besonders im E-Commerce als DER Kanal dar, mit dem sich wichtige KPIs unterstützen lassen:

› Steigerung der Conversion
Kunden, die via WhatsApp & Co beraten werden, schließen im Durchschnitt 33% öfter einen Kauf ab.

› Weniger Kaufabbrüche
Bei ca. 70% der Kunden führen komplizierte Zahlungsoptionen zum Kaufabbruch. Messenger-Payment verhindert das.

› Geschwindigkeit
Per WhatsApp & Co können Kundenanfragen im Durchschnitt 30% schneller beantworten werden.

› Einfache Automatisierung
Durch die Unterstützung von Chatbots im Support kann bis zu 80% Bearbeitungsaufwand eingespart werden.

› Besserer Service, weniger Kosten
Retouren können über Multimedia-Inhalte schneller behandelt oder sogar vermieden werden.

› Cross Selling & Up-Selling
Durch die persönliche und individuelle Beratung können zusätzliche Angebote besser verkauft werden.

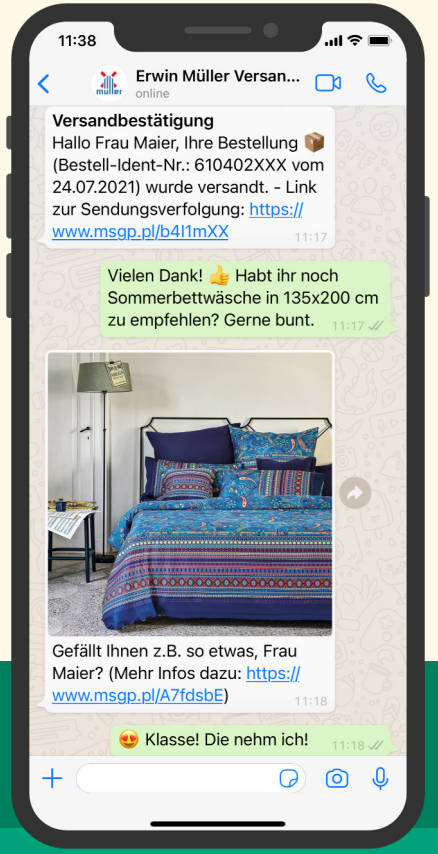
»Über WhatsApp können wir schnell eine Lösung finden und **Retouren vermeiden** – ein großer wirtschaftlicher Vorteil.«

Harald Goßler
Head of Customer Services
hessnatur

Erwin Müller®

»**Jede** WhatsApp-Nachricht **spart** uns aufwändige **E-Mails oder Anrufe**.«

Christian Wirth › Erwin Müller Versandhaus GmbH



Über 10.000 Liefer-bestätigungen pro Monat

4.000 Anfragen pro Monat

Hohe Akzeptanz in allen Altersgruppen

HERAUSFORDERUNG

Der traditionelle Versandhaushändler Erwin Müller hat sich durch ständige Innovation zu einem mehrfach ausgezeichneten Onlineshop weiterentwickelt. Der Händler verzeichnet tausende von Bestellungen pro Monat, bei denen besonders Nachfragen nach dem Bestellstatus Zeit und Kosten verursachen. Durch die angebotenen Produkte Heimtextilien, Wäsche & Homewear, erreichen sie bisher überwiegend die ältere Zielgruppe, was sie durch die Ergänzung moderner Kanäle wie WhatsApp auflösen wollen.

LÖSUNG

Der Erwin Müller Versandhaus GmbH war die schnelle und günstige Einführung von WhatsApp sehr wichtig. Innerhalb weniger Tage war der WhatsApp-Service mit der Messenger Communications Plattform von MessengerPeople online. Ein zentraler Administrator bei Erwin Müller sichtet alle eingehenden WhatsApp-Nachrichten und weist sie dem passenden Mitarbeiter zu.

Der WhatsApp-Service ist beim Versandhändler schnell gewachsen. Der Kanal wird von den Kunden bei Anfragen zu Produkten, Bestellungen, Retouren aber auch für konkrete Bestellungen stark genutzt, so integrierte das Team WhatsApp auch in seinen Bestellprozess. Kund:innen haben dabei die Möglichkeit sich zu entscheiden, ob sie die Lieferbestätigung per WhatsApp oder per E-Mail erhalten wollen. Ergebnis: Die meisten wollen per WhatsApp informiert werden. Dafür hat das Communication Center der Erwin Müller Versandhaus GmbH einen einfachen Chatbot aufgesetzt, der mit dem Bestellsystem verknüpft ist. Kund:innen bekommen so für ihre Bestellung automatisiert ihre Lieferbestätigung mit Link zur Sendungsverfolgung per WhatsApp-Push-Nachricht geschickt.

Erwin Müller möchte den Kundenservice zukünftig mit einem noch besseren Autorouting optimieren und den Versand von proaktiven Messages (sog. Business Initiated Messages) mit Marketing-Inhalten an einen ausgewählten Kundenverteiler ausprobieren.

Miss Pompadour

»**9 von 10** WhatsApp-Beratungs-Chats **führen zum Verkauf** unserer Produkte.«

Erik Reintjes › Geschäftsführer

90%
Conversion Rate

>500 Anfragen
am Tag

Erfolgreiches
Conversational Business

HERAUSFORDERUNG

MissPompadour ist ein mittelständischer Online-Farbenhändler, der zu Beginn über eine private WhatsApp-Nummer mit seinen Kunden kommunizierte.
Die täglich eingehenden 500 Kundenanfragen waren mit dem privaten WhatsApp Handy schnell nicht mehr zu managen.
Auch die WhatsApp Business App konnte die Anforderungen für eine skalierbare Kundenkommunikation über WhatsApp nicht erfüllen.

LÖSUNG

Für MissPompadour ist WhatsApp der richtige Kanal für den Verkauf ihrer beratungsintensiven Produkte. Kunden können Fotos und Videos schicken und unkompliziert empfangen und so schnell und einfach beraten werden. So hat sich WhatsApp zum essenziellen Baustein für ihr E-Commerce entwickelt.

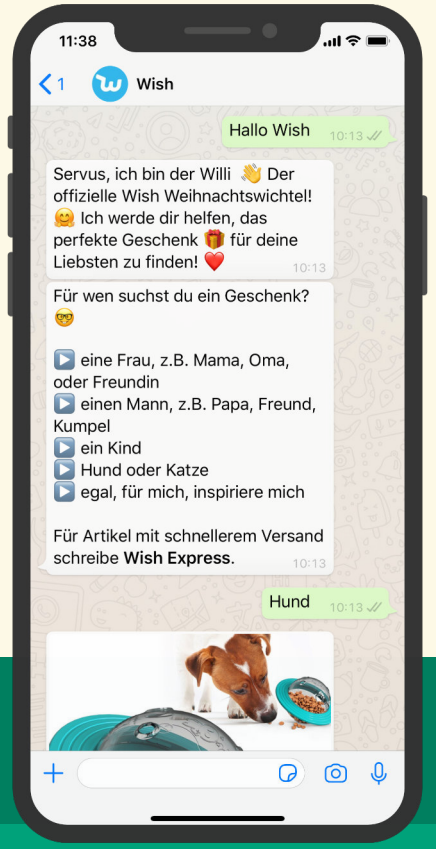
Um den Service professionell und möglichst effizient anzubieten, entschied sich der Farbhändler für die Umstellung auf die WhatsApp Business API. Innerhalb von zwei Wochen zog das Team seinen Service auf die MessengerPeople Lösung mit der WhatsApp Business API um.

Mit dem speziell für WhatsApp-Service und Conversational Commerce entwickelten Ticketsystem beantwortet das Team die zahlreichen Anfragen und Bestellungen effizient am Desktop mit mehreren Agenten gleichzeitig.

MissPompadour setzt dabei von Montag bis Samstag 12 Mitarbeiter zur Beantwortung der Anfragen ein. Viel Aufwand, aber effizienter und erfolgreicher als Service über Telefon oder E-Mail, zeigt ihre Erfahrung.

»Unser **WhatsApp Chatbot** war in **weniger als 3 Tagen** aufgesetzt.«

Stefanie Kunze › Marketing Manager DACH



WhatsApp-Chatbot
ohne Programmieraufwand

Direkter Verkauf
über WhatsApp

WhatsApp-Produktkatalog
mit 5.000 Artikeln

HERAUSFORDERUNG

Über Wish werden täglich ca. 2 Millionen Artikel verkauft. Besonders zur Weihnachtszeit suchen die Kunden vermehrt nach Geschenken.
Wish hat sich an dieser Stelle von der Idee eines Weihnachts-Chatbot inspirieren lassen und trat mit MessengerPeople in Kontakt.

LÖSUNG

Mit dem in die Softwarelösung von MessengerPeople integrierten Chatbot Builder und einer kurzen Schulung konnte Wish innerhalb von wenigen Tagen *Willi* ihren Beratungs-Chatbot auf WhatsApp aufsetzen.
Die Marketing Managerin für DACH konnte den Chatbot komplett ohne Programmierkenntnisse oder zusätzliche IT-Ressourcen aufbauen. Nach einer Woche hatte der Chatbot schon 5.000 Produkte im Angebot.

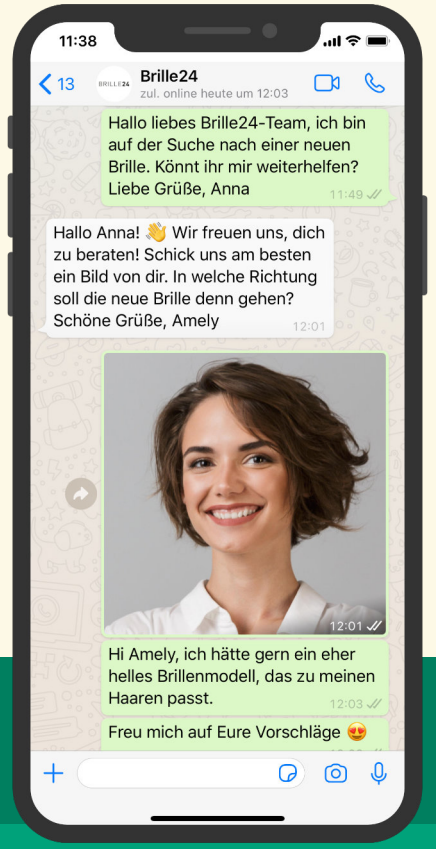
Kunden texten dem Chatbot, für wen sie ein Geschenk suchen – ob Mama, Papa, Freund oder Freundin – und *Willi* schickt dann per WhatsApp passende Geschenkideen mit direktem Link zum Onlineshop.

Um den Kauf im Sinne von Conversational Commerce noch weiter anzuregen, bietet der Chatbot automatisch die Option des *Wish Express* und einen Gutschein an.

BRILLE24

»Das Serviceangebot wird altersübergreifend sehr gut angenommen. Wir haben die **Anzahl unserer Nutzer innerhalb eines Jahres verdoppelt.**«

Andreas Sobing › Head of CRM



1.200 Anfragen
pro Monat

85% Klickrate
auf Produktempfehlungen

Weniger Retouren
durch Multimedia-Beratung

HERAUSFORDERUNG

Bei Brille24 haben Kunden über 4.000 Brillenmodelle zur Auswahl. Bei solch einer großen Auswahl fällt es den Kunden aber manchmal schwer sich zu entscheiden und sie wünschen sich eine persönliche Beratung wie im Store.

LÖSUNG

Um seinen Kunden persönlichen, aber dennoch unkompliziert Beratung ohne Warteschleife oder E-Mail-Ping-Pong zu bieten nutzt Brille24 WhatsApp, Facebook Messenger und Telegram.

Über den Messenger Chat klären Mitarbeiter Produktanfragen, vereinbaren Termine für einen Sehtest oder geben eine Style-Beratung. Der Kunde sendet dabei ein Bild von sich ohne Brille. Basierend auf den abgefragten Vorlieben vom Kunden wird eine Produktempfehlung ausgesprochen und per WhatsApp-Nachricht ein Link zum Brillenmodell aus dem Shop geschickt, über den direkt bestellt werden kann.

Alle Anfragen, egal von welcher Messenger App aus sie gestellt werden, managt der Mitarbeiter über das speziell entwickelte Ticketsystem der Softwarelösung von Messenger-People. Dabei lassen sich ganz ohne Probleme Bilder senden wie empfanden oder Links verschicken. Über ein Kundenprofil und eine vollständig nachvollziehbare Chathistorie hat der Kundenservice-Mitarbeiter immer den Überblick und kann schnell und adäquat reagieren, auch wenn er eine Anfrage vom Kollegen übernimmt.

WOMEN'S BEST™
ENJOY THE DIFFERENCE

»WhatsApp ist mit der MessengerPeople Lösung ein **perfektes Tool** und **erleichtert die Abläufe** im Team wesentlich.«

David Kurzmann › CEO & Co-Founder

50% weniger
Bearbeitungszeit

70% weniger
E-Mails

Positive Bewertungen
auf Verbraucherportalen

HERAUSFORDERUNG

Women's Best erreicht jährlich 1,3 Milliarden Menschen in 50 Ländern. Mit dem schnellen Wachstum der Firma, war ein gezieltes Kanalisieren und schnelles Abwickeln ihrer Kundenanfragen erforderlich. E-Mail und Web-Chat konnte das nicht mehr erfüllen.

LÖSUNG

Die Einführung von WhatsApp stellte sich für Women's Best als perfekter Kanal für ihre Zielgruppe und ihre Anforderungen im Service heraus – schnell, direkt und jeder nutzt es.

Gemeinsam mit MessengerPeople war WhatsApp als Kommunikationskanal innerhalb von vier Wochen aufgesetzt. Dank der intuitiven Messenger Communication Platform kann das Support-Team die zahlreichen Anfragen rund um Produkte oder Bestellungen effizient bearbeiten. Für den Versand von Bestellbestätigungen sowie Informationen zum Bestell- und Versandstatus, setzt Women's Best automatisierte WhatsApp Notifications ein.

Für den First-Level-Support hat das Team von Women's Best, über den Chatbot Builder der Messenger Communication Platform, einen virtuellen Assistenten im Einsatz. Ohne Programmierkenntnisse aufgesetzt, fragt er erste wichtige Informationen wie Sprache, Kontaktdaten oder Bestellnummer ab. Die individuelle Beratung findet dann über einen Kundenservice-Mitarbeiter statt.

FACEBOOK for Business
ERFOLGSGESCHICHTE

T1TAN

»Durch den WhatsApp-Kanal sind wir für unsere Kunden **nahbarer als jeder große Sportartikel-Hersteller**.«

Matthias Leibitz › CEO & Co-Founder

Starke
Kundenloyalität

Hohe
Retention Rate

50% aller Anfragen
übernimmt der Chatbot

HERAUSFORDERUNG

Ganz nah am Kunden – das hat oberste Priorität bei dem Torwarthandschuh Hersteller T1TAN. Unter diesem Servicegedanken will das Team seinen Kunden immer genau den Kommunikationskanal bieten, den diese am meisten nutzen.

LÖSUNG

2018 startet das Unternehmen mit WhatsApp Newslettern. Es zeigte sich aber schnell, dass die Kunden auch verstärkt den Austausch mit dem Team proaktiv suchen.

Gemeinsam mit MessengerPeople lief in wenigen Tagen der T1TAN Messenger-Service über die WhatsApp Business API. Im Team gibt es einen Verantwortlichen, der alle über WhatsApp eingehenden Kundenanfragen über die Softwarelösung von MessengerPeople beantwortet. Kunden können alle Fragen rund um Bestellungen, Retouren, aber auch zum Alltag eines Torhüters – wie pflege ich meine Handschuhe, wie kann ich ein noch besserer Torwart werden – stellen.

Zu Prozess- und Effizienzsteigerung unterstützt ein Chatbot bei der Beantwortung der Fragen. Der Chatbot kümmert sich um wiederholende Anfragen der Kunden – auf Deutsch und auf Englisch. Er versorgt Kunden automatisiert mit den neusten Infos zu Produkt-Launches, Pflegehinweisen oder Online-Fitnesstrainings.

hessnatur

»Unser WhatsApp-Service hilft uns, Retouren zu reduzieren und somit **Kosten einzusparen**.«

Iris Schulz › Spezialistin Wholesale/Vertriebsplattform

Kosteneinsparung
bei Reklamationen

Schnellere Bearbeitung
von Kundenanfragen

Höhere
Servicequalität

HERAUSFORDERUNG

Das Geschäft von hessnatur hat sich in den letzten Jahren stark in den E-Commerce verlagert. Dabei verlor das Telefon stark an Bedeutung im Kundenservice. Dass brachte die Frage auf, wie Service effizient über digitale Kanäle abgebildet werden kann und dabei auch Prozesse zur Kostenreduktion optimiert werden können.

LÖSUNG

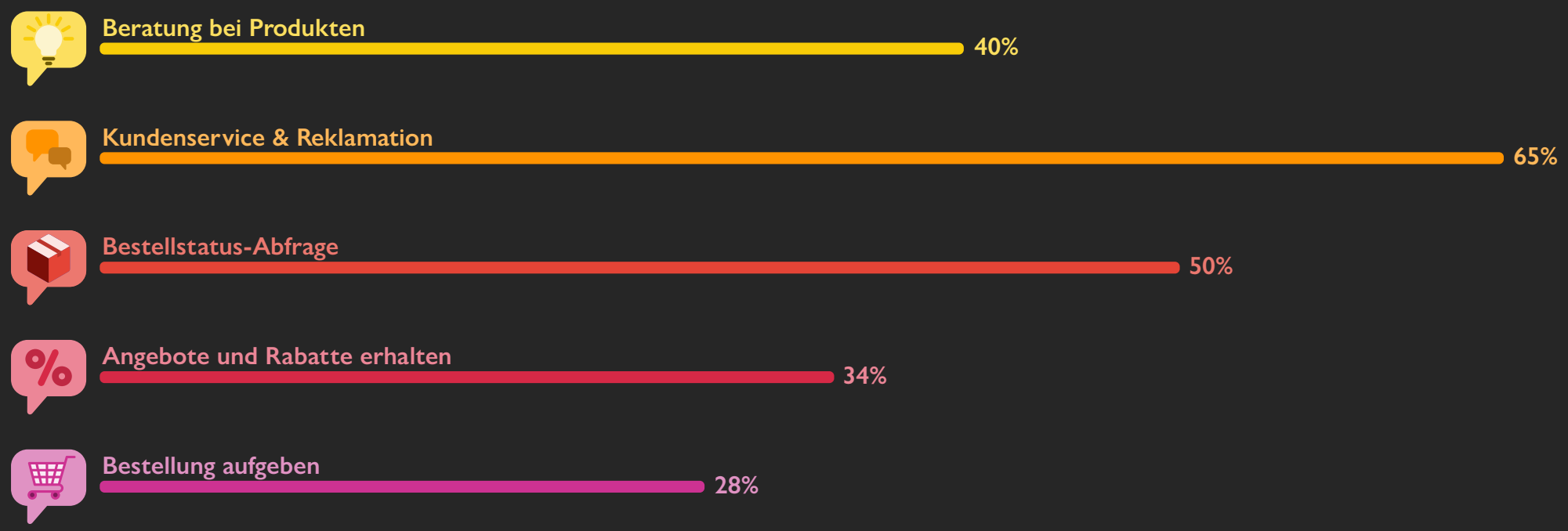
Über die Memacon, Premium Partner Agentur von MessengerPeople, erfuhr hessnatur von der Möglichkeit WhatsApp in der Kundenkommunikation einsetzen zu können und implementierte den Service in wenigen Wochen.

Seither steigt die Zahl der Anfragen über WhatsApp stetig, auch, weil der Service über den E-Mail-Newsletter, den Onlineshop und die E-Mail-Signatur der Mitarbeiter beworben wird. Das nehmen die Kunden sehr gut an und melden sich seither verstärkt über WhatsApp.

Im Fall von Reklamationen erwies sich WhatsApp als großer Kostenvorteil. Durch das einfache Senden und Empfangen von Bildern können Reklamation deutlich schneller und unkomplizierter geklärt werden. Die Zahl der Rücksendungen ist seither signifikant zurückgegangen und damit auch die Kosten für Retouren.

Online-Shopper wollen
SERVICE UND BERATUNG
per WhatsApp

Für welche Zwecke würdest Du gern mit einen Onlineshop per WhatsApp chatten?



Quelle: MessengerPeople Umfrage 08/2020 by appinio

Messenger Kommunikation im AUTOHÄNDLER

Heute schon bieten viele Autohändler ihren Kunden ein digitales Informationsangebot. Aber ihr Service ist oftmals noch sehr analog. Im Autohaus sorgt das für ein hohes Anrufvolumen und für den Kunden oft für unnötige Wartezeiten. Hier können Messenger wie WhatsApp Abhilfe schaffen.

Anwendungsfälle, wie Autohäuser Messenger einsetzen können:

› **Terminvereinbarung**
Ganz ohne Warteschleife oder Rückruf inkl. Push-Nachricht für Terminerinnerung

› **Probefahrten-Management**
Dank Chatbot können in wenigen Minuten alle relevanten Informationen vom Kunden vorliegen

› **Kaufberatung**
Vom Autokonfigurator bis hin zu individueller Beratung mit Einsatz von Video, Fotos, etc.

› **Werkstatt-Service**
Reparaturstatus-Update und Reminder zur Inspektion oder TÜV per Push-Notification

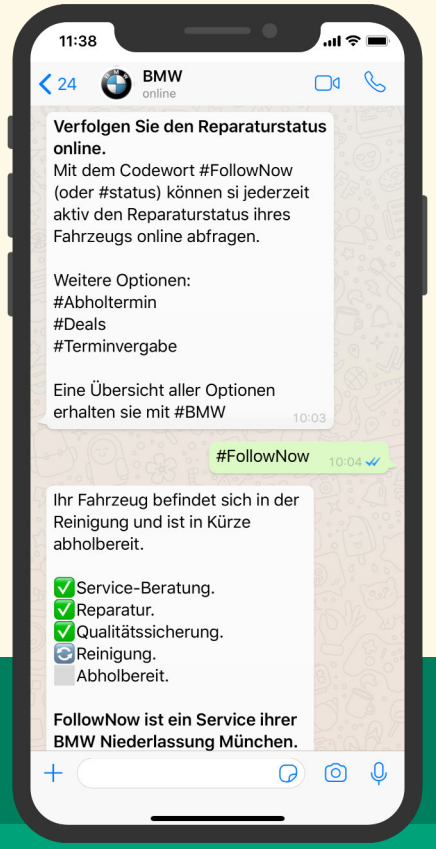
› **Pannenhilfe und Schadensmeldungen**
via Foto und Video

»Unsere **Servicequalität** hat sich durch den WhatsApp-Service **merklich verbessert.**«

Albert Rösch
Leiter Serviceberatung
BMW Niederlassung München

»Die Zahl der **Rückrufbitten** ist **massiv zurückgegangen**. Statusabfragen per Telefon sind nahezu bei Null.«

Albert Rösch › Leiter Serviceberatung



60% weniger
Rückrufe

Über 90%
Weiterempfehlungsrate

80% der Anfragen
beantwortet der Chatbot

HERAUSFORDERUNG

In den BMW-Niederlassungen gehen täglich zahlreiche Anfragen zu Reparatur-Status der Autos oder Terminvereinbarungen ein. Das Callcenter erfasst die Rückrufbitte und meldet sie dem Serviceberater, der den Kunden zurückruft. Dieses Vorgehen verursacht hohe Kosten und verzögert die Kommunikation.

LÖSUNG

Über das interne Tracking-System „Follow Now“ erfasst BMW diese Information automatisch. Für BMW lag es deshalb nahe, auch die Statusauskunft an den Kunden zu automatisieren.

Zunächst experimentierte BMW mit einer App. Für die einmalige Statusabfrage eigens eine App herunterzuladen, zeigten sich nur wenig Kunden bereit. Also wechselte der Automobilhersteller zu WhatsApp – was quasi jeder auf seinem Smartphone hat.

Mit der MessengerPeople-Lösung verlief die Anbindung an die WhatsApp Business API mit dem BMW Tracking-System völlig reibungslos. So können Kunden den Reparatur-Status nun mit einer WhatsApp-Nachricht abfragen. Bei komplexeren Anfragen stellen Serviceberater den Kunden in Echtzeit die erforderlichen Informationen per Chat bereit. BMW kann außerdem automatische Updates verschicken und für Arbeiten an Fahrzeugen das Einverständnis von Kunden anfordern.

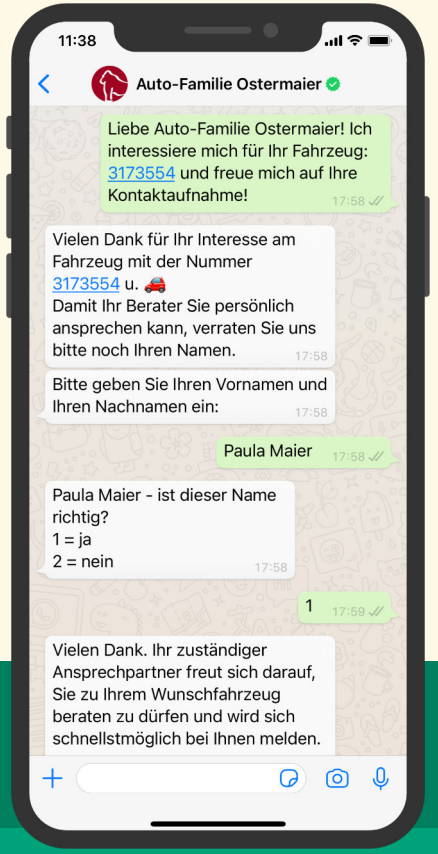
FACEBOOK for Business
ERFOLGSGESCHICHTE

OSTERMAIER
Ihre Auto-Familie

Autohaus Ostermaier

»Wir haben in drei Monaten **17 Autos** über WhatsApp **verkauft**.«

Andreas Jerchel › Leiter Marketing und Digitaler Vertrieb



Über 13%
Conversion Rate

128 Neukunden-Kontakte in 3 Monaten

Große Nachfrage
für WhatsApp im Service

HERAUSFORDERUNG

Dem Autohaus Ostermaier ist es wichtig, so mit ihren Kunden zu kommunizieren, wie es ihnen am liebsten ist. Dass WhatsApp eine potenzielle Lösung bot, war früh bekannt, jedoch stand letzten Endes die Sorge der DSGVO-Konformität im Wege. Darüber hinaus sollte sich der neue Kanal gut in die CRM-Prozesse integrieren lassen.

LÖSUNG

Mit der Messenger Communication Platform fand das Team eine DSGVO-konforme Softwarelösung für den Einsatz von WhatsApp. In wenigen Schritten konnte das Autohaus mit Hilfe von MessengerPeople WhatsApp - über die offizielle WhatsApp Business API - als zusätzlichen Kommunikationskanal einsetzen.

Für den Start entschied sich das Autohaus WhatsApp im Vertrieb einzusetzen. Ostermaier passte den kostenlos von MessengerPeople zur Verfügung gestellten WhatsApp-Autohaus-Chatbot “Lacky ” in wenigen Arbeitsstunden auf ihren Use Case an. Der Chatbot wurde dabei so adaptiert, dass er die Anfragen für das Team schon einmal vorqualifiziert und dann direkt an das CRM und einen Berater überträgt.

Hierfür wurde WhatsApp mit dem AutoCRM-Zugang von Ostermaier verbunden. Bei der Kontaktaufnahme direkt aus einem Angebot auf der Website, werden die Angebotsdetails automatisch mitgeschickt. Im Hintergrund wird das Lead-Management Team von Ostermaier über AutoCRM informiert, dass es eine neue Anfrage per WhatsApp gibt und weist die dem Verkaufsberater am jeweiligen Standort zu. Dieser bearbeitet die Anfrage dann als Agent in der Messenger Communication Platform. Über diese werden alle WhatsApp-Anfragen zentral gemanagt.

Weil der Einsatz von WhatsApp im Autohaus Vertrieb so gut läuft, plant Ostermaier bereits die Ausweitung des Kanals auf den Service.

Branchenlösung

Lacky – der Autohaus Chatbot

*Der Messenger Chatbot ermöglicht Autohäusern einen **schnellen, effizienten und DSGVO-konformen Einsatz von WhatsApp & Co** als Service-Kanal.*

***Lacky** beantwortet die gängigsten Kundenanfragen im Autohaus automatisiert. Er lernt dazu, arbeitet auch am Wochenende, begrüßt wiederkehrende Kunden freundlich und wenn er nicht weiter weiß übergibt er an einen menschlichen Kollegen.*

Das kann Lacky:

- *Abfrage von Personalien, Kennzeichen und Kilometerstand*
- *Pannenhilfe und Schadensmeldung via Foto und Video*
- *Terminvereinbarungen*
- *Abwicklung von Kosten-Freigabe-Prozessen*
- *Übermittlung von Reparatur-Status*
- *Beantwortung von FAQ wie Öffnungszeiten oder Anfahrt*

Demo-Video von „Lacky“

Messenger Kommunikation für TOURISMUS

Rund 60% der Deutschen buchen ihre Reise in einem Reisebüro. Gleichzeitig steigt die Zahl der digitalen Angebote, was den Kostendruck in der Touristikbranche zunehmen lässt. Mit WhatsApp und Co können Reiseveranstalter, Reisebüros oder Hotels die persönliche Beratung und den Service digitalisieren, ohne bei der Kundenbeziehung und -bindung Einbußen machen zu müssen.

Anwendungsfälle, wie Tourismus-Unternehmen Messenger einsetzen können:

› **Individuelle Reiseberatung**
Persönliche Beratung im 1:1 Chat inkl. Versand von Fotos z. B. des Hotels, Links oder individuellen Angeboten.

› **Chatbot für Reiseinspiration**
Chatbot fragt Kunden Reisewünsche automatisiert ab und schlägt erste Angebote vor, bevor Berater übernimmt.

› **Reiseinformationen per WhatsApp-Notification**
Nach der Buchung, erhält der Kunde die Buchungsbestätigung, Echtzeitinformationen zum Flug etc. per WhatsApp.

› **Beratung während des Urlaubs**
Urlauber können per WhatsApp nach Tipps für Aktivitäten o. Ä. fragen und exklusive Angebot erhalten.

› **Cross- & Upselling**
Direkter Kontakt zum Urlauber vor, während oder nach dem Urlaub bietet Möglichkeiten Zusatzleistungen oder Angebote zu verkaufen.

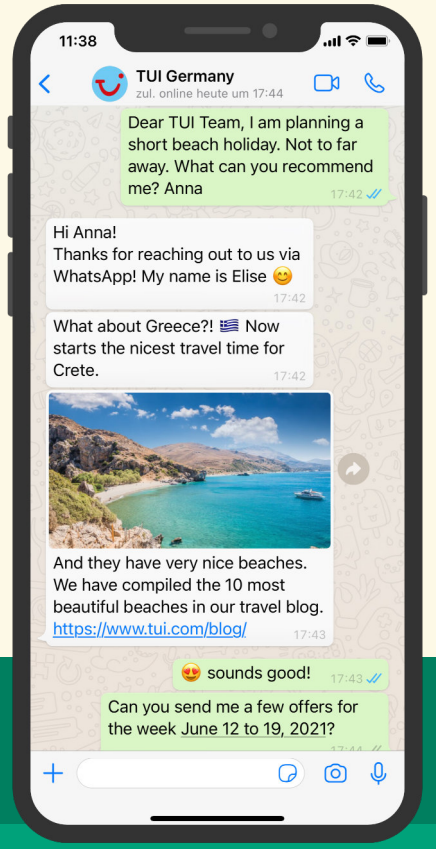
»Ein Telefonat dauert ca. 5-10 Minuten, eine WhatsApp-Anfrage nur 2-3 Minuten. Das **steigert unsere Effizienz** sehr.«

Christian Sroka
Leiter Marketing
Heimathafen Hotels

TUI

»Der WhatsApp-Service kommt gut an. Durch die **gute und effiziente Beratung** werden auch **Reisen vermittelt**.«

Julie Desmet › Digital Business Solution Manager



Effizientere Bearbeitung des Anfragevolumens

65% Click-Through-Rate auf Links

Ø 90% aller Anfragen übernimmt der Chatbot

HERAUSFORDERUNG

TUI sah 2019 das Potenzial von WhatsApp als direkten und persönlichen Kanal zum Kunden.
Dem Team war aber von Anfang klar, dass es eine professionelle und skalierbare Lösung für die Umsetzung eines WhatsApp-Services benötigt, sowie eine gute Strategie, um für ihre tausenden von Kunden zufriedenstellenden Service zu bieten.

LÖSUNG

Mit der MessengerPeople Lösung fand TUI eine professionelle und DSGVO-konforme Softwarelösung.

Bei seinen Kunden führte der Konzern WhatsApp schrittweise ein, um ein Gespür für den Kapazitätsbedarf zu bekommen. Nach der Testphase nutzte TUI alle Kanäle, wie Social Media, Presse, Website, etc. um auf den Service aufmerksam zu machen.

Für das Handling der Anfragen wurde ein eigenes WhatsApp-Service-Team gegründet.
Bei der Bearbeitung der Anfragen nutzt TUI im ersten Schritt einen FAQ-Chatbot, der die wichtigsten Fragen sofort beantwortet - vor allem in der Corona-Pandemie eine große Unterstützung!

Aber auch Kunden, die „nur“ Inspiration suchen, bekommen vom Chatbot erst Hilfe und erhalten passende Informationen. Wird es konkreter, übernehmen die TUI Mitarbeiter. Sie beraten individuell und erstellen passende Angebote.

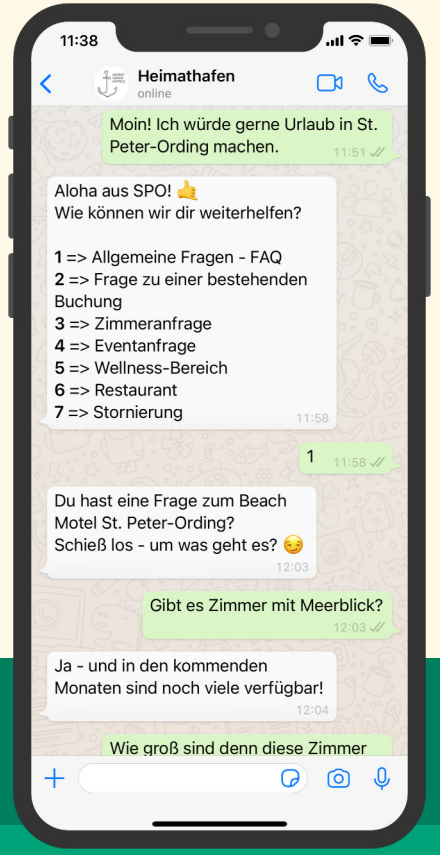
Der Service über WhatsApp ermöglicht es TUI mehrere Kundenanliegen parallel zu bearbeiten und das Anfragevolumen effizienter zu bearbeiten.
Im April 2021 erweiterte TUI seinen Messaging-Service um den Apple Business Chat. Kunden können nun auch über iMessage mit TUI Deutschland in Kontakt treten. Das Service Center verwaltet WhatsApp und Apple Business Chat im Tool MessengerPeople.

HEIMAT
HAFEN
HOTELS

Heimathafen Hotels

»Der **WhatsApp** Service **nimmt** uns im Alltag viel **Arbeit ab**. «

Christian Sroka › Leiter Marketing



60% aller Anfragen
beantwortet der Chatbot

WhatsApp beliebtester
Kanal bei Kunden

Über 50% weniger
Bearbeitungszeit pro Anfrage

HERAUSFORDERUNG

Die Hotelgruppe Heimathafen Hotels bekommt täglich viele Anfragen per E-Mail. Diesen Aufwand will das Hotel reduzieren. Ein Live-Chat inkl. Chatbot auf der Website brachte hier aber keine zufriedenstellende Abhilfe, vor allem weil der Chatbot nicht im richtigen Zeitpunkt an den menschlichen Mitarbeiter übergab.

LÖSUNG

Mit MessengerPeople hat Heimathafen ihren Chatbot von der Website auf Messenger übertragen und wie einen Live-Chat auf der Website integriert. So bleibt der Kontakt über den Website-Besuch hinweg im WhatsApp-Chatverlauf erhalten.

Durch den Chatbot Builder konnte der Bot auch so optimiert werden, dass er im richtigen Moment an einen Mitarbeitern übergibt und so die Servicequalität steigert.

Die Anfragen über Messenger managt das Reservierungsteam für alle 5 Hotels zentral. Die 10 Mitarbeiter beantworten als einzelne Agenten in der Messenger Communication Platform eingehende Anfragen und lassen sich dabei vom Chatbot unterstützen.
Der Bot beantwortet vor allem wiederkehrende Fragen und entlastet so den Kundenservice und das E-Mail-Postfach sowie die Hotline.

Inzwischen kommen über WhatsApp & Co nicht nur klassische Rückfragen zum Spa-Angebot, Öffnungszeiten o.ä., sondern auch Buchungen von Zimmer oder Zusatzleistungen rein.

Messenger Kommunikation für ENERGIEBETRIEBE

Stadtwerke und Energieversorger stehen vor der Herausforderung sich im harten Preiskampf abheben zu müssen und gleichzeitig Prozesse möglichst kosteneffizient abzubilden.
Mit Services über WhatsApp und Co können Energiebetriebe sich gleich in mehrerer Hinsicht Wettbewerbsvorteile verschaffen: Sie können ihren Kunden zeitgemäßen Service bieten, aber auch Kosten durch automatisierte Prozesse sparen.

Anwendungsfälle, wie die Energiebranche Messenger einsetzen kann:

› **Auslesen des Zählerstands**
Kunde übermittelt Zählerstand per Textnachricht oder Foto und die Informationen laufen automatisiert ins CRM

› **Störungsmeldungen via WhatsApp-Notification**
Hat sich der Kunden für den Service angemeldet, erhält er Störungsinfos direkt per Push-Nachricht

› **Kundenservice**
Persönliche Beratung bei Verträgen und Tarifen im 1:1 Chat

› **Chatbots für Standard-Prozesse**
Datenaktualisierung und Zählerstand per einfachem Chatbot erfassen

»Kommunikation über WhatsApp **spart unnötige Prozesse** und **Kosten.**«

Stefan Gehrig
Leiter Kundenservice
Harz Energie

Harz Energie
einfach. bestens. versorgt.

Energie

»Kunden schicken uns ihren Zählerstand per WhatsApp-Foto. Das ist für alle Beteiligten **einfach, schnell und komfortabel.**«

Stefan Gehrig › Leiter Kundenservice

4.100 Anfragen
im Jahr

85%
Kundenzufriedenheit

Ø 1 Std. Reaktionszeit
bei WhatsApp-Anfragen

HERAUSFORDERUNG

Als regionaler Energiedienstleister versorgt Harz Energie mehr als 135.000 Kunden mit Strom, Erdgas und Trinkwasser. Bei der Kundenkommunikation setzte der Energieversorger auf E-Mail und Live-Chat. Das Unternehmen wollte seinen Service aber noch effizienter und nutzerfreundlicher machen.

LÖSUNG

WhatsApp erwies sich für Harz Energie als spannender Kanal, da bereits andere Energieversorger mit MessengerPeople erfolgreich auf WhatsApp setzten. Heute deckt Harz Energie über WhatsApp ein breites Spektrum an Anfragen ab – von Rückfragen von Neukunden über Anliegen von Bestandskunden bis hin zu generellen Auskünften zur Preisgestaltung oder Öffnungszeiten.

Um das Ganze effizient zu managen, nutzt der Energieversorger die Vielzahl an Automatisierungsmöglichkeiten der Messenger Communication Platform: von einer individuellen Kundenansprache bis hin zur Möglichkeit, Nachrichten zu Rechnungen, Zählerstandübermittlung oder Übergabeprotokollen vollautomatisch per Chatbot abzuwickeln.

Als entscheidender Vorteil von WhatsApp erwies sich, dass Kunden ganz einfach ein Foto ihrer Rechnung, ihres Zahlungsnachweises oder ihres Zählerstandes senden können. Harz Energie kann diese zentral empfangen und diese können über eine Schnittstelle zum System ohne manuellen Aufwand dort gespeichert werden.

FACEBOOK for Business
ERFOLGSGESCHICHTE

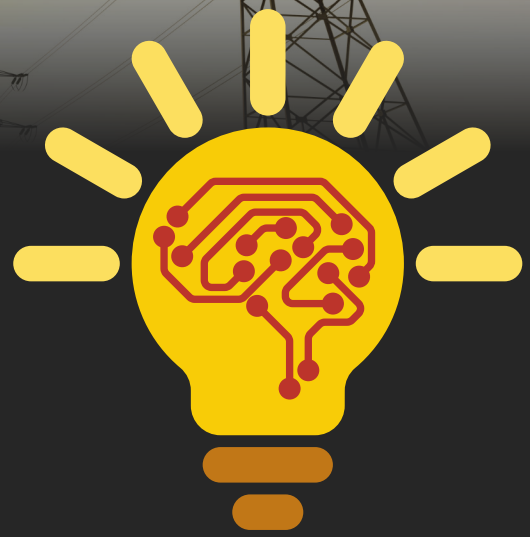
Branchenlösung
WhatsEnergy

WhatsEnergy bietet – speziell für Energieversorger und Stadtwerke – die ***erste KI-Lösung zur Zählerstandserfassung über Messenger*** *wie WhatsApp.*

Die Branchenlösung sorgt für Zeit- und Kostenersparnis und unterstützt bei der Automatisierung gängiger Kundenservice-Angelegenheiten.

So funktioniert WhatsEnergy

- *Kunden schicken ein Foto oder eine Nachricht per Messenger an den Energieversorger*
- *Die MessengerPeople-Technologie erkennt die Daten auf dem Foto mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz*
- *Die Daten laufen vollautomatisiert ins System des Energieversorgers ein!*
- *Sie werden automatisiert einer Plausibilitätsprüfung unterzogen*
- *Darüber hinaus können Endkunden unkompliziert Rückfragen per Messenger stellen*



Demo-Video von „WhatsEnergy“

Messenger Kommunikation im EINZELHANDEL

Der Einzelhandel, ob Drogeriekette, inhabergeführte Modegeschäfte oder große Kaufhäuser, sieht sich zwei entscheidenden Herausforderungen gegenüber: Erstens wächst der Onlinehandel stetig und macht es Kunden einfach alles im Internet einzukaufen. Zweitens muss der stationäre Handel neuen und bestehenden Kunden ein zeitgemäßes Kundenerlebnis bieten.

WhatsApp und Co können die Lücke zwischen stationärer und digitaler Kundeninteraktion schließen und dabei konkret den Absatz fördern.

Anwendungsfälle,
wie der Einzelhandel Messenger einsetzen kann:

› **Digitale Kundenberatung mit *Drive-to-store*-Mechanik**
Kunden können sich digital persönlich beraten lassen und die Ware im Store kaufen, wenn sie sich entschieden haben.

› **Kundenservice am Point of Sale**
Über einen Chatbot kann der Kunden ganz einfach per WhatsApp Informationen zu Produkten im Store abfragen.

› **Terminvereinbarung**
Ist die Vorort-Beratung unverzichtbar, kann der Termin unkompliziert per Messenger Chat vereinbart werden.

› **Verfügbarkeits-Check per Messenger**
Per Messenger-Nachricht kann der Kunde von zu Hause oder auch im Laden checken, ob oder ab wann das gewünschte Produkt verfügbar ist.

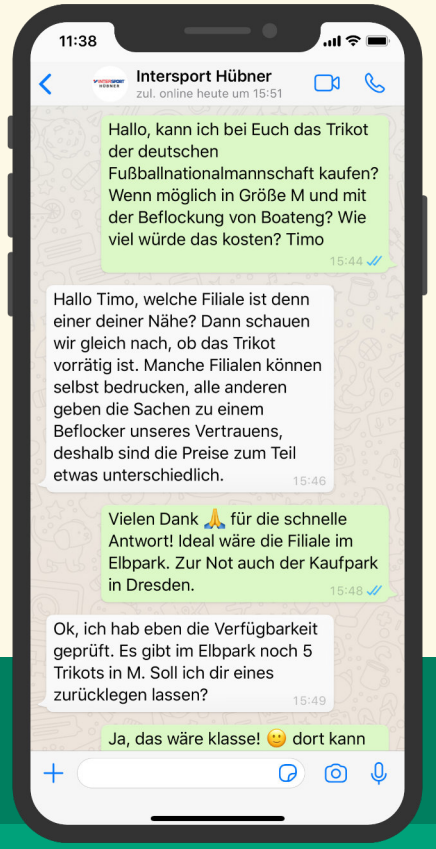
»Nahezu **nach jeder Messenger-Anfrage** erfolgt ein **Besuch in einer Filiale.**«

Kerstin Marci
Marketing
INTERSPORT

INTERSPORT HÜBNER

»Für uns liegt der Vorteil von WhatsApp und Co vor allem in der **geringen Einstiegshürde** und der Möglichkeit des individuellen Chats mit Kunden.«

Kerstin Marci › Marketing Manager



400 Anfragen
pro Filiale im Monat

90% In-Store
Conversion

Starke Kundenbindung

HERAUSFORDERUNG

Mitarbeiter sind bei hohen Betriebszeiten im Laden oftmals überlastet und können nicht alle Kunden gleichzeitig betreuen oder Anfragen per Telefon oder E-Mail entgegennehmen. INTERSPORT Hübner will seine Kunden aber möglichst immer persönlich und direkt beraten und so die Kundenbindung stärken.

LÖSUNG

Durch den Service via Messenger können sich Kunden von INTERSPORT Hübner vorab über interessante Produkte informieren und anschließend im Shop vor Ort eine Entscheidung treffen. Das Team kann Kundenanfragen synchron wie asynchron beantworten und verliert so keine Chance Kunden persönlich zu beraten. Via Chat beantwortet das Team alle Fragen bzgl. Sortiment, Verfügbarkeiten, Serviceleistungen, Kundenbestellungen u.v.m.

Mit Hilfe der Software-Lösung von MessengerPeople kommunizieren mehrere Filialen ganz einfach und über alle relevanten Messenger mit den Kunden. Die Mitarbeiter arbeiten dabei in definierten Rollen und effizient im Team über eine Plattform zusammen.

7 HACKS für professionellen Kundenservice über WHATSAPP&CO

1

› **Qualität**
Nutze die Möglichkeit der asynchronen Kommunikation, um die Kundenanfrage an den **passenden Berater** weiterzugeben.

2

› **Schnelligkeit**
Kundenanfragen sollten **innerhalb von 24 Stunden** beantwortet werden, um die Servicequalität zu gewährleisten.

3

› **Integration**
WhatsApp & Co sollten **in die bestehende Customer Service Struktur integriert** sein.

4

› **Tonalität**
Mach Dich dich **als Unternehmen nahbar.** Du kommunizierst auf dem selben Kanal wie Familie & Freunde.

5

› **Medien**
Verwende **multimediale Inhalte**, um komplexe Fragestellungen besser und schneller zu beantworten.

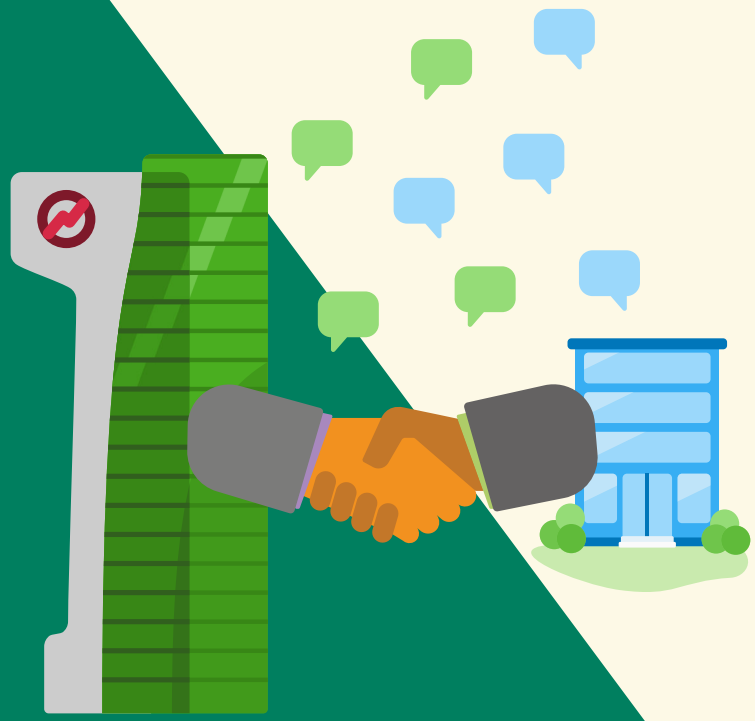
6

› **Automatisierung**
80% der Kundenanfragen wiederholen sich. Hier helfen **Chatbots**. Wird es komplizierter übernimmt ein menschlicher Agent.

7

› **Feedback**
Mehr als Beschwerdemanagement:
Befrage regelmäßig Deine Kunden und erfahre so deren Erwartungen.

Messenger Kommunikation im B2B



Auch zwischen Geschäftspartnern wird die Kommunikation über WhatsApp und Co immer beliebter.
B2B-Unternehmen stehen heute genauso vor Herausforderungen eine besonders persönliche Beratung bieten und die Kundenbindung stärken zu müssen. Und das 100% DSGVO-konform.

Hierbei kann Messenger Kommunikation zielführend unterstützen: Geschäftsbeziehung werden durch den persönlichen individuellen Kontakt gestärkt und der Direktvertrieb kann dadurch gefördert werden. Darüber hinaus können Geschäftspartner unkompliziert per Smartphone Anfragen stellen und erhalten schnell und direkt Antworten.

Anwendungsfälle,
wie B2B-Unternehmen Messenger einsetzen können:

› **Push-Nachrichten (WhatsApp Notifications)**
Kunden erhalten per Messenger Terminerinnerungen, Bestellbestätigungen oder Liefer-Status.

› **Bestell-Option**
Kunden können direkt per Chat-Nachricht bestellen oder erhalten einen Sofortlink zum gewünschten Produkt.

› **Produktberatung und -einführung**
Mit Messengern kann jedes Format genutzt und komplexe Produkte anschaulicher erklärt werden.

› **Teilautomatisierter Kundenservice**
Ein First-Level-Chatbot fragt alle relevante Daten ab und ermöglicht Mitarbeitern auf Kunden schnell und individuell einzugehen.

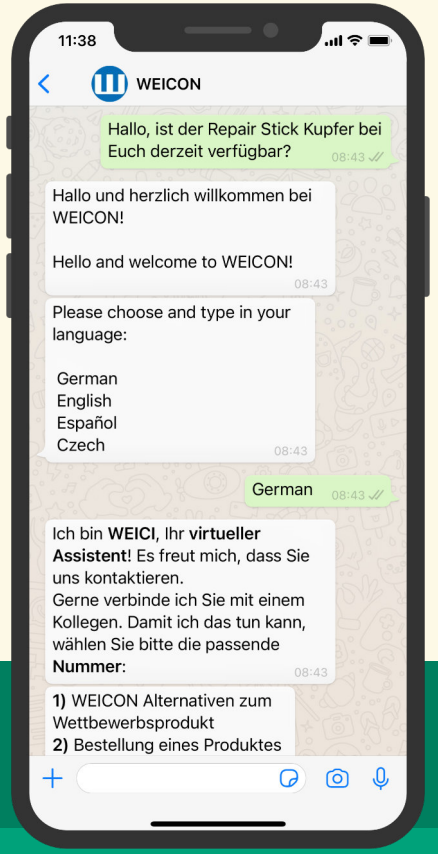
»Der große Vorteil von WhatsApp ist, dass es **problemlos direkt auf dem Feld** genutzt werden kann.«

Oksana Chitos
Internationaler Koordinator
Südzucker AG

WEICON®

»Wir haben mit dem WhatsApp-Service einen **Wettbewerbsvorteil**. Kunden fragen uns konkret nach Produktalternativen.«

Tina Spengler › Head of Marketing Department



24/7 Service
über Chatbot

Vollautomatisierte Hilfe
bei Händlersuche

USP unter
den Konkurrenten

HERAUSFORDERUNG

Der mittelständische Kleb- und Dichtstoffhersteller WEICON aus Münster hat Niederlassungen auf der ganzen Welt. Kundenservice hat bei WEICON oberste Priorität, weshalb sie ständig nach Verbesserungen in den Bereichen Servicequalität, Kundennähe und Informationsaustausch suchen. Ziel: ein unkomplizierter Kommunikationskanal über den 24/7 Service weltweit angeboten werden kann.

LÖSUNG

Für das Ziel über WhatsApp Produktanfragen, Anwendungsfragen oder Reklamationen aus allen Zielmärkten schnellstmöglich beantworten zu können, integrierte WEICON die MessengerPeople Softwarelösung.

Mit dem Einsatz der 100% DSGVO-konformen WhatsApp Business API über die Messenger Communication Platform hat das Team ihr Technik- oder Vertriebsteam unkompliziert in die Bearbeitung der eingehenden WhatsApp-Anfragen eingebunden. Für die Teams in den verschiedenen Ländern wurden eigene Agenten-Accounts angelegt, sodass die jeweiligen Experten die Fragen der Kunden direkt selbst beantworten können oder der Chatbot an der Stelle eines Mitarbeiters dem Kunden hilft. Den Chatbot baute das Team über den integrierten Chatbot Builder auf und adaptierte diesen für die diversen Märkte. Der Chatbot liefert z. B. bei der Händlersuche sofort Hilfe und hat auch eine großen Wissensdatenbank zu Produktinformationen.

Kund:innen schicken seither von überall auf der Welt ihre Fragen und bekommen schnell Antwort. Dabei schätzen beide Seiten vor allem den Vorteil des einfachen Versendens und Empfangens von Bildern, Videos oder auch Dateien, wie Gebrauchsanweisungen.

TONEART
mediavision
creative.agency & studios

»Wir verzeichnen **spürbare Umsatzsteigerungen** mit unserem Messenger-Service, da wir unsere Kunden gezielt an passende Produkte heranführen können.«

Thomas Zeitz › Geschäftsführer

24/7 Kundenservice
mit Chatbot

Effizient skalierbarer
Personalaufwand

Umsatzsteigerung
durch Direktvertrieb

HERAUSFORDERUNG

Bei mehr als 30.000 Besuchen des TONEART Onlineshops für professionelle Kameratechnik pro Monat und der Komplexität der Produkte, klingelt die Service-Hotline im Sekundentakt. Anfragen können so nicht immer sofort beantwortet werden. Außerdem müssen Mitarbeiter auch oft wiederkehrende Anfrage beantworten. Dieses Vorgehen verursacht hohe Personalkosten und ineffizientes Arbeiten.

LÖSUNG

Mit dem Einsatz von Messenger Apps wie WhatsApp oder Facebook Messenger ermöglicht TONEART seinen Kunden das Team jederzeit unkompliziert zu kontaktieren. Servicemitarbeiter können sich zeitversetzt um die Bearbeitung der Anfrage kümmern oder der Chatbot beantwortet simple Fragen sofort. Er greift dabei direkt auf die Datenbank zurück oder leitet den Kunden auf die relevante Website. Auch der Leasingablauf läuft über den Chatbot und beschleunigt diesen Prozess.

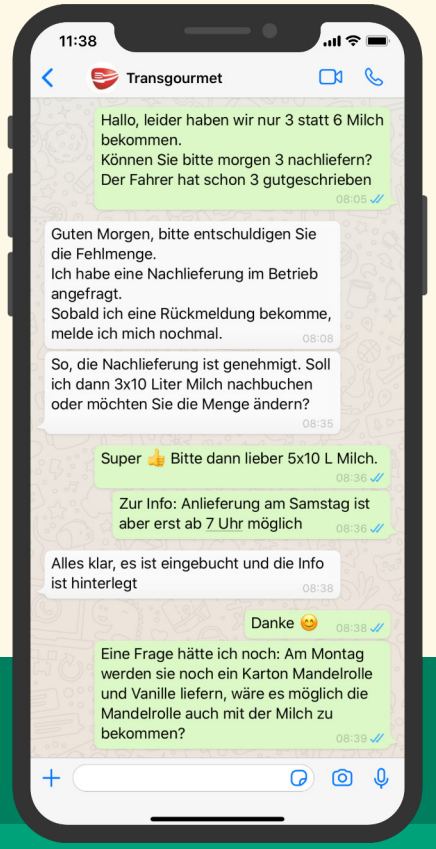
Komplizierte Fragen der Kunden werden über das Ticketsystem an Spezialisten von TONEART verteilt, die dann im direkten Chat mit den Kunden kommunizieren. Das spart Zeit und hinterlässt einen professionellen Eindruck beim Kunden.

Mit der Möglichkeit Bilder, Datenblätter und Sofortlinks im Chat unkompliziert zu verschicken, versorgt TONEART seine Kunden mit den für sie relevanten Informationen, die ausschlaggebend für einen Kauf sind.

TRANSGOURMET

»Durch die asynchrone Kommunikation sehen wir eine **Steigerung in der Effizienz und Produktivität** der Kundenbetreuung.«

Lukas Ratschke › Leiter Projekt- & Innovationsmanagement



Gestiegene Produktivität

Hohe Kundenzufriedenheit

Professionalisierter Messenger-Service

HERAUSFORDERUNG

Im dynamischen B2B-Gastronomie-Bereich können Kunden keine beträchtliche Zeitverzögerung in Kauf nehmen. Beim griff zum Telefon kommt es aber oft zu Wartezeiten oder relevante Daten sind gerade nicht griffbereit. Darunter leidet der Kunde sowie die Produktivität der Kundenberatung von Transgourmet.

LÖSUNG

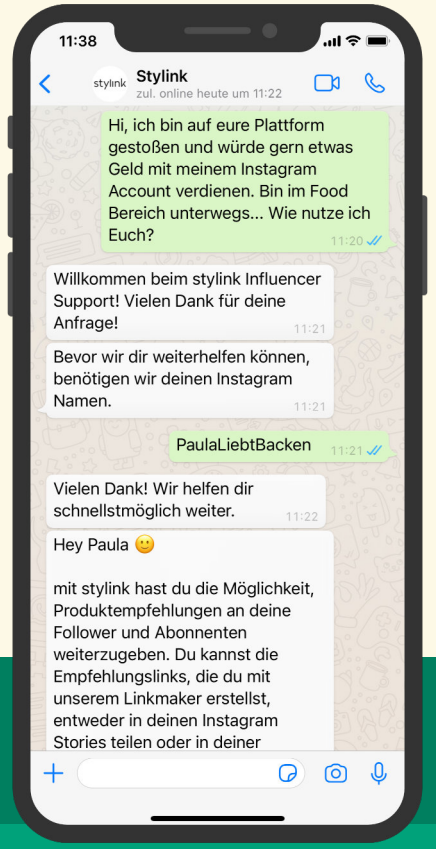
Bevor es überhaupt einen offiziellen WhatsApp-Service gab, kontaktierten Kunden von Transgourmet das Team bereits per WhatsApp, über die Handynummern der Mitarbeiter. Das war weder skalierbar noch datenschutzkonform. Daher entschied sich Transgourmet für eine professionelle Lösung mit der WhatsApp Business API. Mit Hilfe der Softwarelösung von MessengerPeople laufen alle WhatsApp-Kundenanfragen seither über eine Rufnummer und ein System, sodass alle Kundenchats zentral gesichert sind und dabei alles 100% DSGVO-konform läuft.

Produktauskünfte, Verfügbarkeitsanfragen, Bestellungen, Stornierungen oder auch allgemeine Servicethemen werden über den WhatsApp-Service gemanagt. Hinzu kommt, dass gerade für Reklamationen der Bildversand ideal ist. Im Gegensatz zu Telefon und E-Mail wird hier viel Zeit gespart.

stylink

»Der **Invest** in eine professionelle **WhatsApp Business Lösung** war für uns **klar**.«

Michael Elschenbroich › COO



Effizientere Terminkoordination

Influencer bevorzugen WhatsApp-Service

Vollständige Integration in CRM-System

HERAUSFORDERUNG

Von Anfang an bot stylink, eine Affiliate-Plattform für Influencer, ihren über 62.000 Kunden an, sie über WhatsApp zu kontaktieren.
Mit der WhatsApp Business App kam das Team aber schnell an seine Grenzen: die Chats waren auf einem Handy isoliert, keine CRM-Anbindung und Automatisierung möglich und es konnten nicht mehrere Mitarbeiter gleichzeitig Anfragen beantworten.

LÖSUNG

Das Team stieg auf die Messenger Communications Platform von MessengerPeople um, die direkt an die WhatsApp Business API angebunden ist.
Sie bietet dem Team die Möglichkeit ihren WhatsApp-Service zentral, mit mehreren Mitarbeitern über Desktop zu managen.

Mit automatisierten WhatsApp Notifications vereinfachte stylink die Terminvereinbarung mit den Influencern und schickt jetzt Direktlinks zur Terminvereinbarung und Reminder- und Follow-up Nachrichten per WhatsApp. Für stylink bedeutet das mehr Zuverlässigkeit und schnellere Absprache, da die WhatsApp-Nachrichten weniger übersehen werden als E-Mails.

Mit MessengerPeople wurde der WhatsApp-Service auch mit dem CRM verbunden. So fließen heute alle abgefragten Informationen und Chatgespräche in ein zentrales Kundenprofil ein.

Messenger Kommunikation für BANKEN

Von der Privatbank über Kreditinstitute bis hin zu Online-Banken - alle behaupten, kundenzentriert zu sein. In der Realität haben Banken jedoch mit der Schließung von lokalen Filialen, überlasteten Hotlines und einer Flut von E-Mails zu kämpfen. Messenger bietet Banken eine einfache Möglichkeit, kundenzentrierten Service zu bieten und das jenseits von E-Mail-Support oder Website-Kontaktformularen. Offizielle Softwarelösungen für Messenger Kommunikation ermöglichen Banken einen DSGVO-konformen Einsatz WhatsApp & Co.

Anwendungsfälle, wie Banken Messenger einsetzen können:

› Persönlicher Kundenservice
Kunden können individuelle Beratung und Informationen erhalten, ohne einen Termin in der Filiale vereinbaren zu müssen.

› Automatisierte Finanzberatung (z. B. Kredite)
Bei einer Kreditanfrage, fragt ein Chatbot den Kunden alle wichtigen Informationen automatisiert ab
(Betrag, Laufzeit des Kredits, etc.).

› Teilautomatisierte Kundenbetreuung
Ein Chatbot kann FAQs beantworten, Standard-Dialoge führen oder Kundenanfragen vorqualifizieren.

› Wichtige Informationen über Push-Benachrichtigungen
Kunden erhalten Notifications als Erinnerung für Termine, Zahlungsaufforderungen, Kreditrückzahlungen oder bei Unregelmäßigkeiten in ihren Kontobewegungen.

»Die Bedenken bzgl. Datenschutz konnten wir mit der **DSGVO-konformen Lösung** von MessengerPeople schnell ausräumen.«

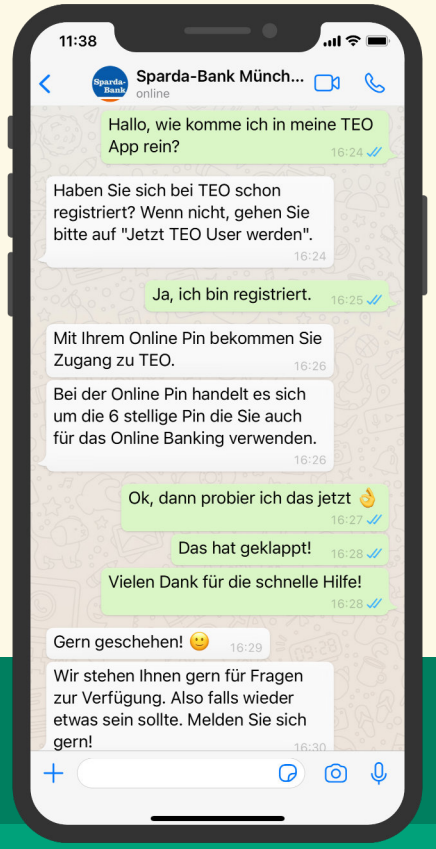
Christoph Lutz
Social Media & Online Manager
Sparda-Bank München

Sparda-Bank

Sparda-Bank München

»Schnelle Antwort, **schnelle Lösung** ist gleich zufriedener Kunde. Das macht WhatsApp & Co. im Service so **angenehm**.«

Christoph Lutz › Social Media & Online Manager



1.000 Anfragen
pro Monat

Ø 10 Minuten
Reaktionszeit

Positiveres Feedback
als per E-Mail oder Telefon

HERAUSFORDERUNG

Die Sparda-Bank München will ihren Kunden immer über innovative und effiziente Wege bei Problemen helfen und ist deshalb ständig auf der Suche nach neuen Möglichkeiten.
In WhatsApp sah das Team großes Potenzial. Jedoch stand die Frage offen, ob WhatsApp datenschutzkonform eingesetzt werden kann.

LÖSUNG

Mit der Messenger Communication Platform – die direkt an die WhatsApp Business API angeschlossen ist – fand die Bank eine passende DSGVO-konforme Softwarelösung.
Mit der Softwarelösung ist der WhatsApp-Service von einem Smartphone mit auslesbarem Kontaktbuch losgelöst. Um die rechtskonforme Datenspeicherung und -verarbeitung innerhalb Europas inklusive Auftragsverarbeitungsvertrag kümmert sich MessengerPeople.

Die intuitive Oberfläche des Ticketsystem für Messenger Kommunikation half der Bank, WhatsApp schnell in das Customer Support Team einzubinden.

Die Bank beantwortet über WhatsApp Fragen, wie zu Öffnungszeiten oder Konditionen zu verschiedenen Produkten und ähnlichem und vereinbart Beratungstermine.

Mit Einführung einer 2-Faktor-Authentifizierung könnten auch kontobezogene Dienstleistungen angeboten werden.

Messenger Kommunikation für VERSICHERUNGEN

Neben 500 Versicherungen mit 200.000 Vermittlern gibt es in Deutschland auch zahlreiche Online-Vergleichsportale. Versicherungen geraten dabei nicht nur unter Preisdruck, sondern auch, weil Kunden immer wieder auf Probleme bei der Erreichbarkeit hinweisen. Messenger wie WhatsApp können dafür sorgen, dass der Kundenkontakt sehr persönlich ist, aber deutlich effizienter.

Anwendungsfälle, wie Versicherungen Messenger einsetzen können:

› **Kundenberatung**
Einfacher First-Level-Chatbot kann erste Standarddaten erfassen und auf Basis dieser Eingabe schon erste Produkte vorschlagen bzw. an den Kundenberater übergeben.

› **Automatisierte Schadensmeldung**
Kunden melden per Messenger den Schaden mit Bildern. Ein Chatbot fragt dabei alle benötigten Informationen ab.

› **Erinnerungs-Service**
Kunden werden per WhatsApp-Notification über Tarifänderungen, Vertragslaufzeiten, Fälligkeiten oder Termine erinnert.

› **Einfacher Austausch von Unterlagen p**
Per WhatsApp und Co können einfach Unterlagen wie Ausweisedokumente, Formulare etc. Ausgetauscht werden.

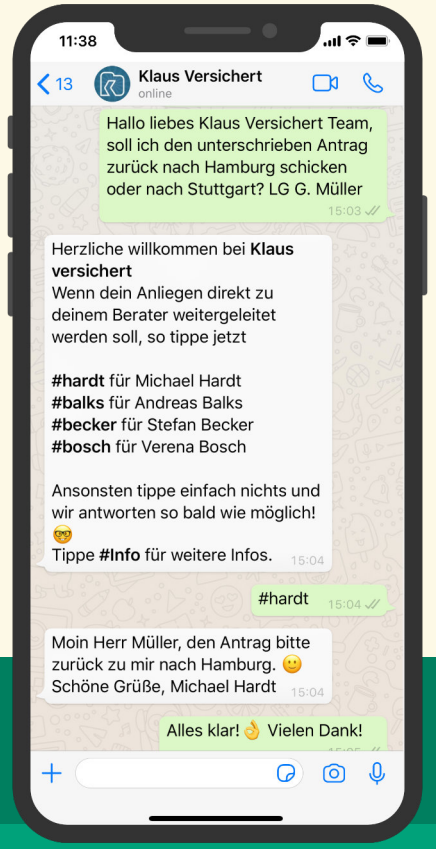
»Dank der Beratung über WhatsApp ist unser Kontakt zu den Kunden jetzt **noch besser und effektiver.**«

Tobias Rußmann
Gründer und Geschäftsleiter
Klaus Versichert

Klaus Versichert

»Durch den WhatsApp-Chatbot werden unsere **Berater stark entlastet**, da Anfragen automatisiert richtig zugewiesen werden.«

Tobias Rußmann › Gründer und Geschäftsleiter



Über 1.100
WhatsApp-Service-Nutzer

Bessere Erreichbarkeit
der Kunden

80% der Schadensfälle
laufen über WhatsApp

HERAUSFORDERUNG

Klaus Versichert ermöglicht die Verwaltung von Versicherungsverträgen ganz einfach zentral und digital. Dabei wickelt das Team Anliegen der Kunden schnell und unkompliziert ab. Der Anspruch an persönlichen und schnellen Service ließ sich aber über Telefon und E-Mail nur schwer erfüllen. Eine Chat-Funktion schien die Lösung – auch um Prozesse wie Schadensmeldung zu beschleunigen.

LÖSUNG

Als praktikabelste Lösung - neben einer Eigenentwicklung oder einer Chat-Lösungen von der Stange - erwies sich für das Team WhatsApp. Bei der Wahl der Softwarelösung überzeugte MessengerPeople mit seinen Referenzen.

Die moderne Softwarelösung, ermöglicht Klaus Versichert 100-prozentigen professionellen und DSGVO-konformen Service via WhatsApp. Über die browserbasierte Lösung können alle Berater gleichzeitig Kunden beraten und dank des Autoroutings werden Anfragen sofort dem richtigen Ansprechpartner zugewiesen.

Prozesse wie Schadensmeldung oder die Übermittlung des Kilometerstands wickelt Klaus Versichert seit der Einführung von WhatsApp deutlich effizienter ab. Kunden können unkompliziert Fotos schicken und haben Zeit benötigte Informationen zusammensuchen, ohne, dass der Versicherungsberater am Telefon wartet.

Messenger Kommunikation für HUMAN RESSOURCES

Der Fachkräfte- und Nachwuchsmangel auf dem Arbeitsmarkt betrifft mittlerweile fast alle Branchen.
Für Unternehmen und Organisationen gilt, dass sie die besten Bewerber nicht nur erreichen, sondern sie auch schnell und effektiv rekrutieren müssen. Mit Messenger Kommunikation sind Recruiter direkt im Telefonbuch potenzieller Mitarbeiter und können den Recruiting-Prozess durch die direkte und schnell Kommunikation deutlich beschleunigen.

Anwendungsfälle, wie Personaldienstleister & HR-Abteilungen Messenger einsetzen können:

› Jobberatung
Ein Chatbot erstellt mit dem Bewerber ein Qualifikationsprofil oder das HR-Team berät individuell im Chat.

› Stellensuche / Job Alert
Bewerber erhalten per WhatsApp auf Anfrage oder per WhatsApp Notification mit Opt-in offene Stellenanzeigen.

› Bewerbung per Messenger
Ein Chatbot fragt automatisiert alle nötigen Informationen für eine Bewerbung ab und übergibt diese an den Recruiter.

› Bewerber-Management
Nachfragen zum Stand der Bewerbung, Terminvereinbarung oder fehlende Informationen werden über Messenger geklärt.

› Onboarding
Ein Chatbot beantwortet neuen Mitarbeitern die gängigsten Fragen zum Unternehmen.

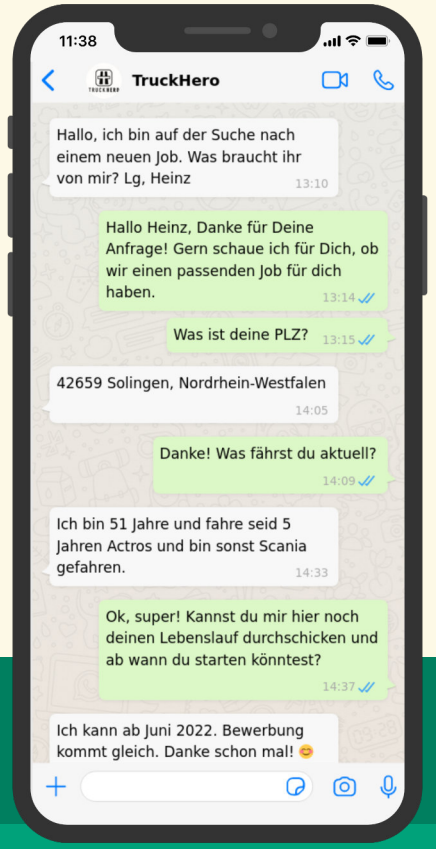
»Es kommen bis zu **70% der Bewerber über WhatsApp**. Die Abbruchrate im Chatbot ist sehr überschaubar.«

James Groh
Digital Coordinator
Manpower

TRUCKHERO

»Wir haben eine viel bessere Rückmeldequote. Unsere Wahrnehmung ist besser und wir konnten eine engere Bindung zu den Bewerber:innen aufbauen.«

Olaife Orolade › Marketing Manager



2.000 Bewerberkontakte
in 3 Monaten

3x schnellere
Bearbeitung von Anfragen

40 Bewerbungen
pro Monat

HERAUSFORDERUNG

Der Fachkräftemangel stellt für Unternehmen aller Branchen ein zunehmendes Problem dar, auch für den Personalvermittler TruckHero der Speditionen mit LKW-Fahrer:innen zusammenbringt.
So ging das Unternehmen auf die Suche nach neuen innovativen Wegen, potenzielle Mitarbeiter:innen auf sich aufmerksam zu machen, aber auch den Bewerberprozess für beide Seiten zu vereinfachen.

LÖSUNG

Der Personalvermittler TruckHero führte WhatsApp ein. Zuerst über die WhatsApp Business App, die über ein Smartphone läuft.
Aufgrund der großen Resonanz waren die Anfragen bald nicht mehr über die App professionell zu managen. Sie stiegen auf die WhatsApp Business API – die offizielle Lösung für mittlere bis große Unternehmen – über MessengerPeople um. Über diese Lösung konnte der Personaldienstleister sein Bewerberkommunikation professionell skalieren.
TruckHero hat damit nicht nur seine Reichweite vervierfacht, sondern kann nun auch dreimal so viele Bewerberanfragen beantworten als zuvor über die WhatsApp Business App, da mehrere Mitarbeiter:innen nun gleichzeitig Chats bearbeiten können.

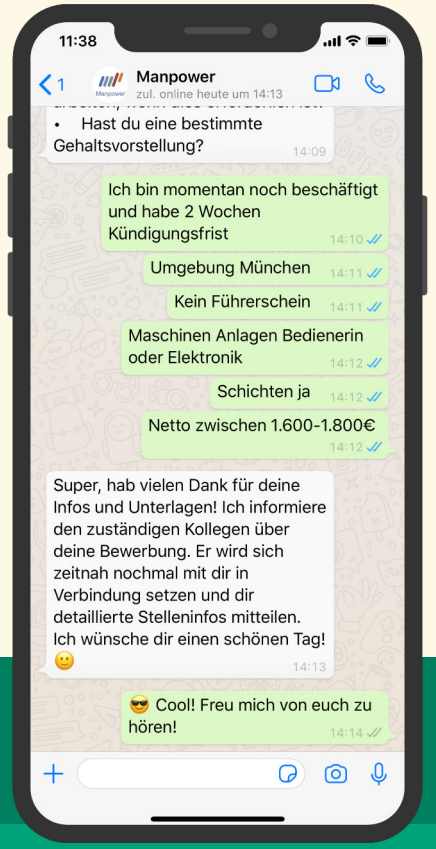
Darüber hinaus gewinnt das Team auch deutlich einfacher und schneller neue Mitarbeiter:innen für ihre Speditionen.
Die Bewerber werden zum Beispiel durch WhatsApp Notifications an anstehende Bewerbungsgespräche oder Follow-ups erinnert, mit der Möglichkeit direkt per Button zusagen oder absagen zu können. Das Unternehmen hat auch ein Empfehlungsprogramm auf WhatsApp erstellt, bei dem Fahrer andere Fahrer werben können.

Seitdem TruckHero den Kanal nutzt, haben sie eine viel bessere Rückmeldequote und eine engere Bindung zu den Bewerbern aufgebaut. Allein in den ersten drei Monaten dieses Jahres haben sich die aktiven Nutzer von knapp 250 auf 1.000 erhöht.

ManpowerGroup

»Wir haben nötige **Informationen** per WhatsApp **schneller vorliegen** als bei telefonischer Abfrage.«

James Groh › Digital Coordinator



Jeder dritte Bewerber meldet sich per WhatsApp

Deutlich bessere Antwort-Rate

Zeitersparnis im Recruiting-Prozess

HERAUSFORDERUNG

Dass der Dialog mit Bewerbern der Schlüssel für erfolgreiches Recruiting ist, hat die ManpowerGroup Deutschland schon sehr früh erkannt.
So war es für das Unternehmen auch naheliegend den beliebtesten Kommunikationskanal WhatsApp für seine Bewerberkommunikation einzusetzen.

LÖSUNG

Über die Messenger Communication Platform von MessengerPeople implementierte die Manpower Group Deutschland WhatsApp als direkten Bewerbungskanal sowie Kanal für Rückfragen.

Die Bewerbung verläuft dabei teilautomatisiert: Der Bewerber wird mit Hilfe eines Chatbots durch den Recruiting-Prozess geführt. Der Chatbot fragt alle wichtigen Informationen zur Stellenausschreibung automatisiert ab. Und übergibt diese an den Recruiter. Mit den Informationen geht das Team dann in den weiteren Prozess.

Rückfragen, fehlende Informationen und Dokumente oder weitere Schritte, wie ein Termin für ein Bewerbungsgespräch, werden auch auf WhatsApp mit den Bewerbern geklärt.

MESSENGER COMMUNICATION HEROES

Preisgekrönte Kampagnen von Partner-Agenturen

THE /INDIE/ AWARDS

CASTENOW

deutscher digital award

RCKT.

Deutscher Preis für Onlinekommunikation

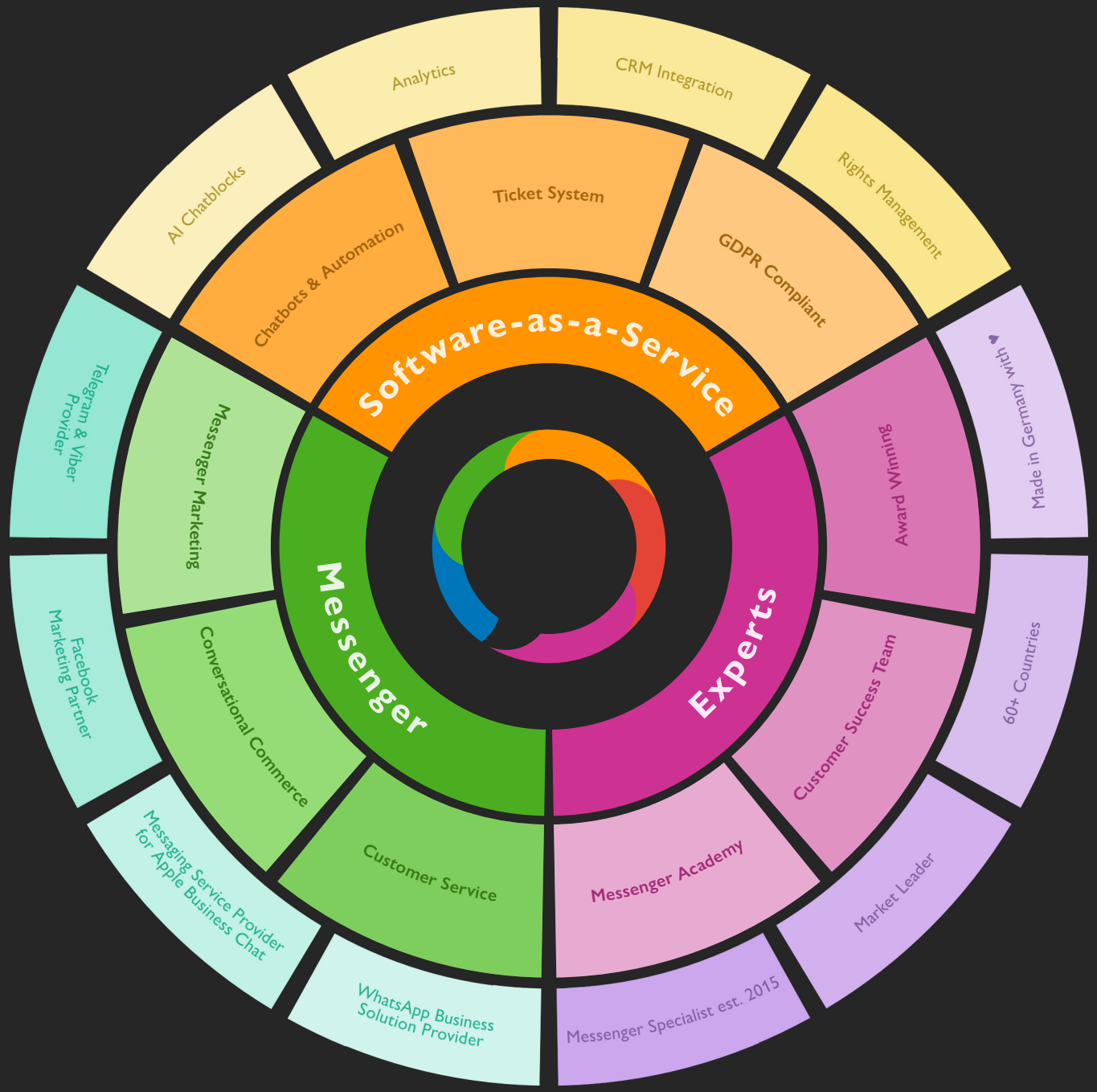
Doyle Dane Bernbach

deutscher digital award

JUNG vMATT

messenger people

DIE SPEZIALISTEN
FÜR MESSENGER KOMMUNIKATION


Analytics
CRM Integration
AI Chatblocks
Ticket System
Rights Management
Chatbots & Automation
GDPR Compliant
Software-as-a-Service
Telegram & Viber Provider
Messenger Marketing
Award Winning
Made in Germany with ♥
Messenger
Experts
Facebook Marketing Partner
Conversational Commerce
Customer Success Team
60+ Countries
Messaging Service Provider for Apple Business Chat
Customer Service
Messenger Academy
Market Leader
WhatsApp Business Solution Provider
Messenger Specialist est. 2015

Deloitte.

Technology Fast 50 2019

FINANCIAL TIMES

Europe's Fastest Growing Companies

DEUTSCHER EXZELLENZ-PREIS

Beste Softwarelösung

Best Retail Cases

1. Platz Anwendervoting

brand eins

Innovator des Jahres

kressPRO

#1 Digital-Spezialdienstleister Messenger 2020

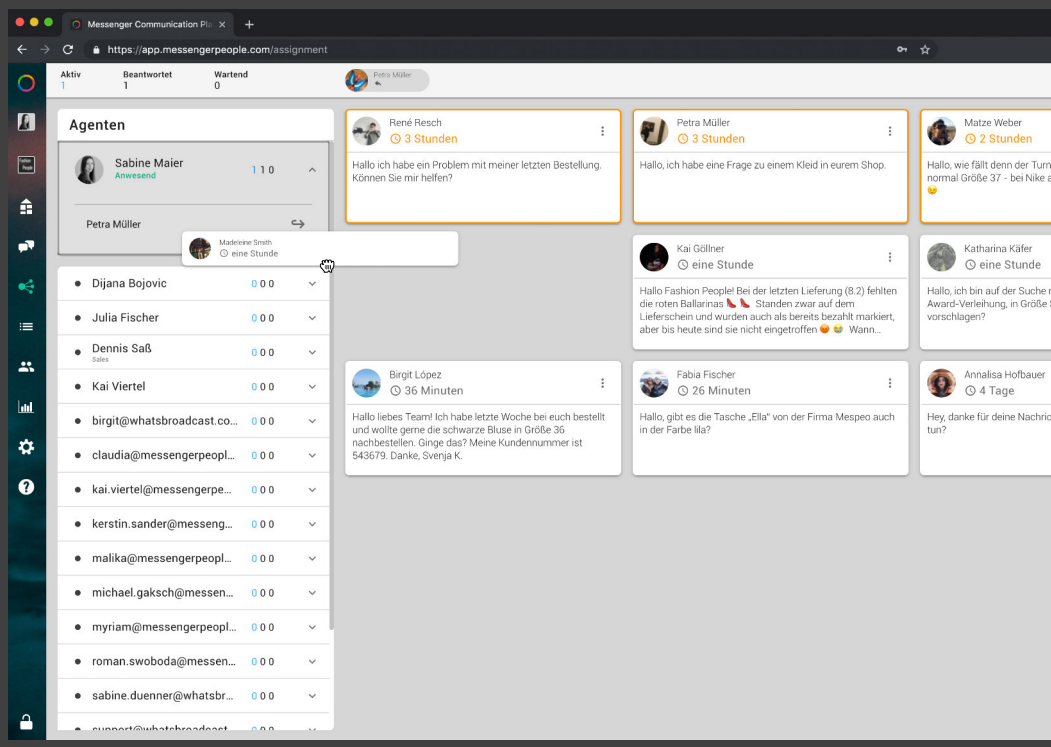
»In puncto **Service und Geschwindigkeit** sind die Spezialisten bei MessengerPeople **einfach top**.«

Tim Bünger
Gründer und Geschäftsführer
I love DESIGN

Die Lösung für Deine Messenger-Erfolgsgeschichte

Egal ob Marketing, Kundenservice, Beratung oder Notification! Egal ob manuell, teil- oder sogar vollautomatisiert – mit der **Messenger Communication Platform** managst Du deine Kundenkommunikation perfekt!

- Unified-Messenger-Lösung
- DSGVO-konform
- Multiagent-Ticketsystem
- Rollen- & Rechtemanagement
- Desktop-optimiert
- Sofort einsetzbar
- CRM-Schnittstelle
- Chatbot Builder



Meta Business Partner

Business Solution Provider

Messaging Service Provider

»Die **Messenger Communication Platform** bietet zahlreiche Funktionen, um den Kunden **perfekt** zu beraten.«

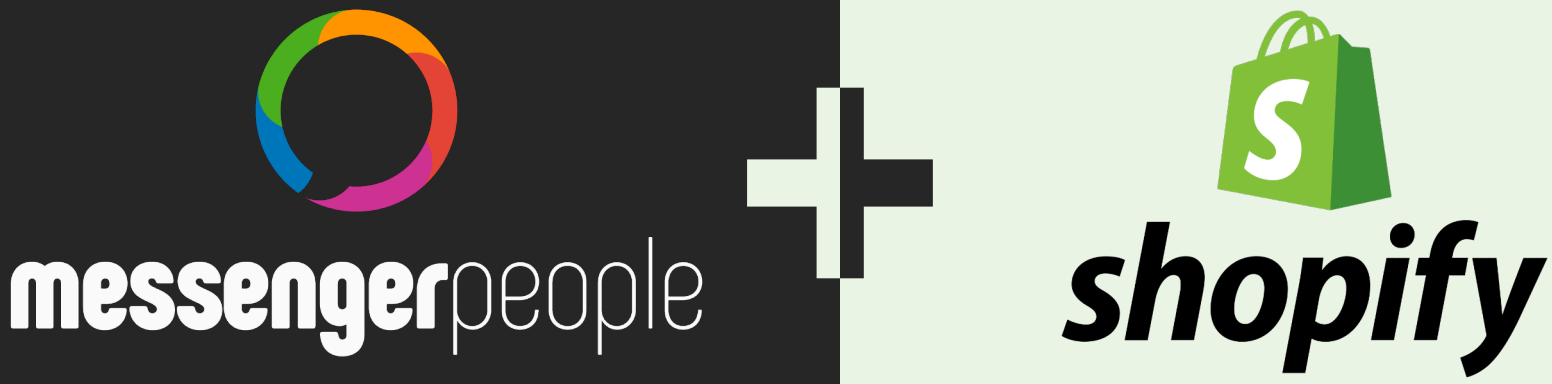
Tobias Rußmann
Gründer und Geschäftsleiter
Klaus Versichert

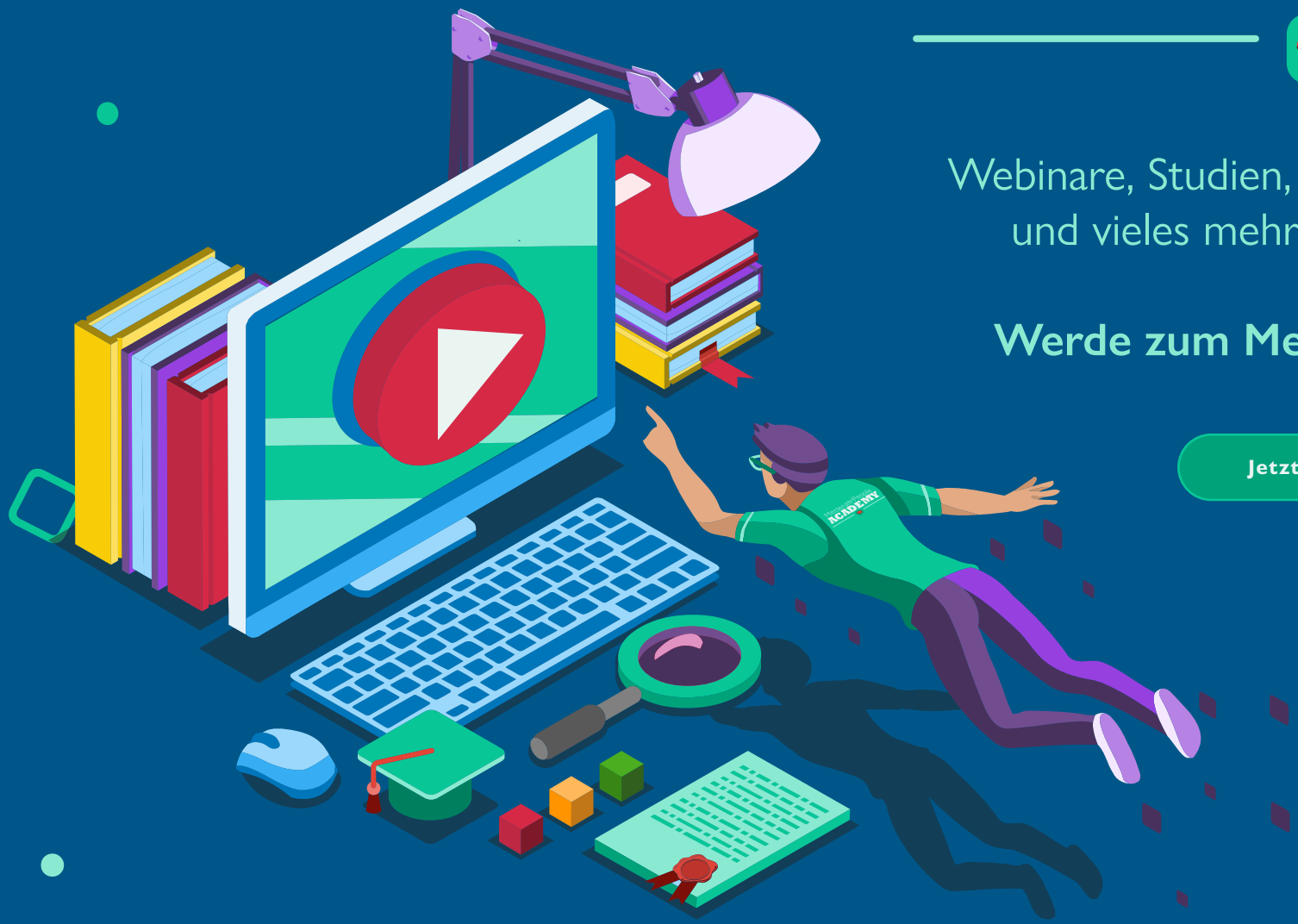
Du willst wissen, wie Du **WhatsApp & Co. für Dein Unternehmen** einsetzen kannst?

Vereinbare eine persönliche Live-Demo mit unseren Messenger-Experten!

Jetzt Live-Demo vereinbaren

Coming soon!





MessengerPeople ACADEMY

Webinare, Studien, Case Studies, Vorträge und vieles mehr kostenlos für Dich.

Werde zum Messenger-Experten!

Jetzt anschauen

©2021 MessengerPeople GmbH
4. überarbeitete Auflage
September 2021

Autoren:
Matthias Mehner
Katharina Kremming

Satz und Gestaltung:
Sören Purz

Herausgeber:
MessengerPeople GmbH
Seidlstraße 8
80335 München
+49 89 416173-180
info@MessengerPeople.com

Datenschutzbeauftragter:
Peter Pock
datenschutz@MessengerPeople.com

Geschäftsführer: Franz Buchenberger, Maximilian Tietz, Matthias Mehner
Registergericht: Amtsgericht München
Registernummer: HRB 238421
USt-IdNr.: DE298369190

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung von MessengerPeople unzulässig.
Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung,
Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

Du hast konkrete Fragen? Meld Dich einfach bei uns!

Jetzt mit uns über WhatsApp chatten!

messenger people