



PRODUCTIONS

DIGITAL MARKETING SOLUTIONS

Mittwoch, 15. November 2017

Chatbots und Messenger-Marketing Übersicht / Whitepaper

1. Definition Chatbot und Messenger-Marketing

Oftmals ist nur von sogenannten Chatbots die Rede (einfachheitshalber in dieser PDF-Datei auch), dabei kann dieses Thema noch in zwei Unterbereiche aufgeteilt werden: Chatbots an sich und Messenger-Marketing.

In diesem Dokument möchte ich einen Überblick geben, was Chatbots und Messenger-Marketing sind und was mit ihnen erreicht werden kann.

Chatbots:

Vereinfacht gesagt sind Chatbots einfache Softwareprogramme, die in Messenger-Plattformen (z.B. Telegram, Facebook Messenger, WeChat) integriert sind und Kundenanfragen selbstständig beantworten können.

Erhält eine Facebook-Seite eine Nachricht von einem Kunden oder Fan, kann dem Bot beigebracht werden, diese selbstständig zu beantworten.

Auf Websites kann ebenfalls ein Chatfenster eingeblendet werden. Die potentiellen Kunden können so vom Chatbot bereits die ersten Fragen beantwortet bekommen.

Messenger-Marketing:

Wie der Name schon sagt, handelt es sich hierbei um Marketing über einen Messenger (=Kurznachrichten-Plattform).

Es ist in gewisser Weise vergleichbar mit E-Mail-Marketing, nur dass eben keine Emails, sondern Privat-Nachrichten über z.B. Facebook versendet werden.

Über diesen Kanal können bequem Updates zu neuen Produkten, Besondere Veranstaltungen oder sonstige relevante Inhalte per Push-Notification an die Abonnenten geschickt werden.



PRODUCTIONS

DIGITAL MARKETING SOLUTIONS

Mittwoch, 15. November 2017

2. Dringlichkeit von Chatbots im digitalen Marketing

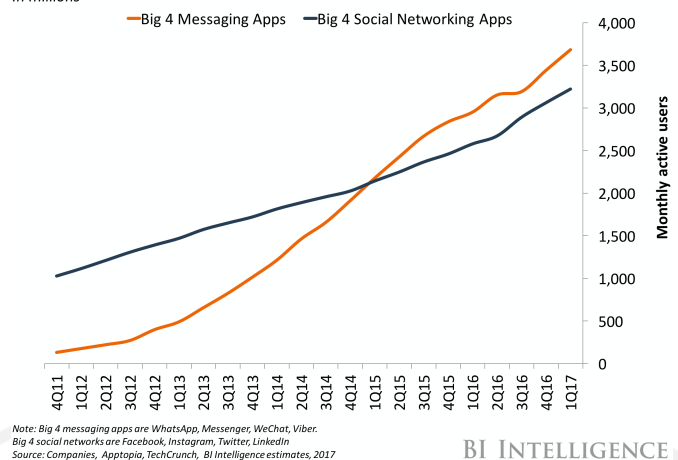
65% der Zeit, die der Mensch mit digitalen Medien verbringt läuft über mobile Geräte. Hinzu kommt, dass die Nutzerzahlen von sozialen Netzwerken bereits von denen der Messengerdienste überholt wurden (siehe Abbildung).

Als Folge dieser Bewegung, hin zur vermehrten Nutzung mobiler Geräte und der steigenden Nutzerzahlen bei Messengern, sind Unternehmen jeder Branche auf eine neue Art und Weise der Kundenkommunikation angewiesen

E-Mail als Kommunikationskanal ist auch nicht mehr sehr ausgiebig, wenn man sich die Öffnungsraten (ca. 18-25%) und „CTR“ (= Click-Through-Rate) (ca. 1-4%) anschaut. (Quelle: <https://mailchimp.com/resources/research/email-marketing-benchmarks/>)

Messaging Apps Have Surpassed Social Networks

Global monthly active users for the top 4 messaging apps and social networks, In millions



BI INTELLIGENCE

Hier bieten Chatbots durch die Broadcast-Funktion eine hervorragende Lösung, um mit Kunden in Kontakt zu treten und die Beziehung auszubauen.

So gehören Spamfilter der Vergangenheit an! Vorausgesetzt, die Facebook-Richtlinien werden eingehalten. Mit Messenger-Broadcasts liegen die Öffnungsraten zwischen 80% bis nahezu 100% und CTRs liegen bei mind. 30%.

Ein weiterer Punkt, der für Chatbots, bzw. Automatisierung spricht, ist die stetig steigende Anzahl von Online-Unternehmen. Diese sind natürlich 24h erreichbar. Chatbots mit künstlicher Intelligenz ermöglichen dann auch einen 24h erreichbaren Kundensupport, zumindest für Standardfragen.

Dabei muss auch keine externe App heruntergeladen werden. Die User müssen sich an kein neues „User Interface“ (kurz UI) gewöhnen und es muss nichts konfiguriert oder aktualisiert werden.



PRODUCTIONS

DIGITAL MARKETING SOLUTIONS

Mittwoch, 15. November 2017

3. Anwendungsmöglichkeiten von Chatbots

Die Anwendungsmöglichkeiten sind bereits jetzt schon sehr umfassend. Unternehmen können über Chatbots im Facebook Messenger bereits:

- einfache Transaktionen abwickeln,
- Rückgaberichtlinien kommunizieren,
- Umfragen durchführen,
- Leads durch Sequenzen / Funnels gewinnen ,
- über Chat Pop-Ups auf Websites Hilfe anbieten,
- Reservierungen entgegennehmen oder
- FAQs beantworten.
- ...

Über die Broadcast Funktion lassen sich bequem:

- Gutscheine / Rabatte an z.B. VIPs schicken,
- Umfragen zu neuen Produkten durchführen,
- Content-Marketing Strategien umsetzen,
- Gewinnspiele durchführen oder
- besondere Events ankündigen.
- ...

Durch Machine Learning ist es Chatbots möglich, die Nachrichten an User sehr stark zu personalisieren. Dies funktioniert durch sog. Tags / Attribute, die dem User zugeordnet werden, wenn er bestimmte Buttons drückt oder Eingaben macht.

Der Bot lernt so mehr über den User und kann sich im späteren Gesprächsverlauf auf diese Attribute und Tags zurück beziehen und die Zielgruppe lässt sich besser segmentieren.

Gibt der User z.B. an, lieber Autos als Blumen zu mögen, „merkt“ sich das der Bot. Wenn ein neues Auto auf den Markt kommt, kann an alle, die Autos mögen, ein Newsletter gesendet werden. Dadurch ist der User um einiges motivierter, die Nachricht zu lesen, weil er sich tatsächlich für das entsprechende Thema interessiert.

Mittwoch, 15. November 2017

4. Anwendungsbeispiel

Zuletzt will ich noch auf ein Anwendungsbeispiel eines Chatbots von einem meiner Kunden eingehen.

Der Bot für den im Lebensmitteleinzelhandel tätigen Kunden wurde primär dazu entwickelt, eine Liste für Newsletter-Abonnenten zu erstellen, um an diesen dann Rabattaktionen, neue Produkte und Ernährungstipps zu schicken.

Außerdem liefert er Antworten auf die gängigsten Fragen.

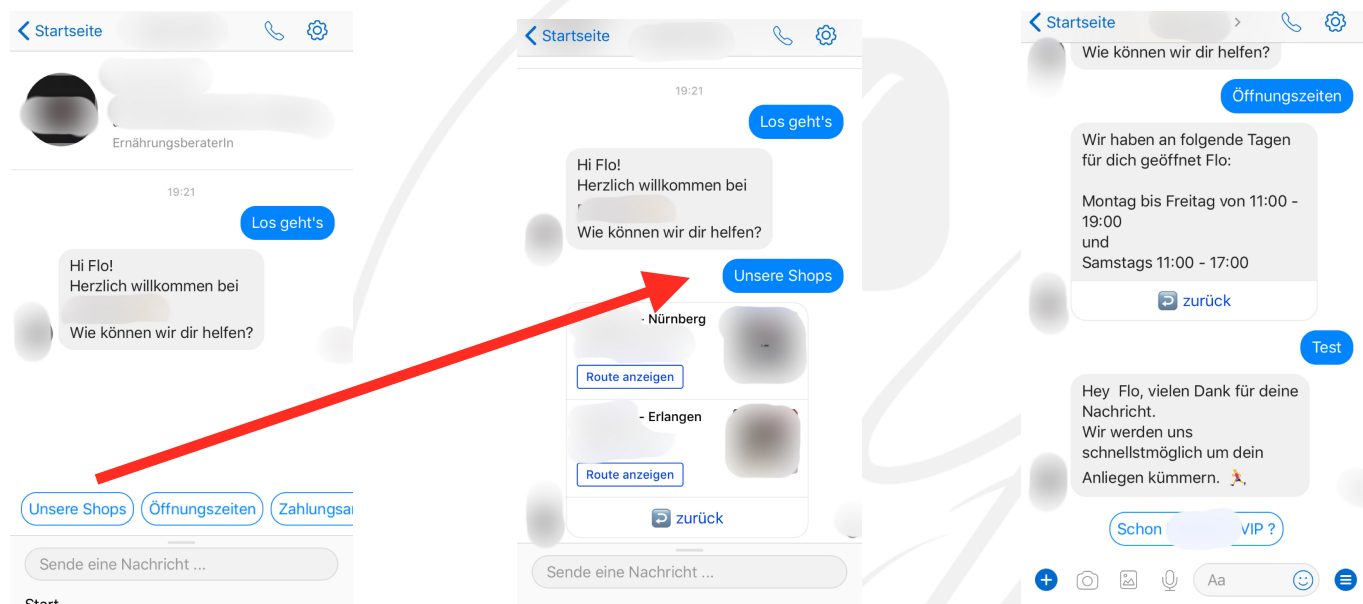
Hier ein Ausschnitt aus dem Messenger:

Tritt man das erste Mal mit der Seite in Kontakt, ist man schon „Abonntent“ des Bots. Der Bot begrüßt einen mit Namen und bietet gleich Hilfe an.

Er bietet „Unsere Shops“, „Öffnungszeiten“, „Zahlungsarten“ und Infos zur „Persönlichen Beratung“ über Quick-Reply Buttons zur Auswahl.

Erkennt er eine Texteingabe nicht, gibt er dennoch eine kurze Antwort und bietet gleich an, VIP zu werden.

Damit lässt sich nochmal eine extra Zielgruppe aufbauen, die dem Empfangen von Nachrichten gezielt zustimmt.



Neue „VIPs“ lassen sich außerdem durch die in den Shops ausliegen QR-Codes, durch in Facebook-Posts verbaute Links oder andere „Growth-Tools“ gewinnen.

Mittwoch, 15. November 2017

5. Fazit

- Mit einem Chatbot bringen Sie Ihre Facebook-Seite und Marketing auf den **neusten Stand** und sind im heute **wichtigsten Kommunikationskanal** vertreten.
- Newsletter erreichen **unglaubliche Öffnungsraten**.
- Sie können Ihre **Kundenbindung** auf ein neues Level heben und so das **Vertrauen** der Kunden **stärken**.
- **Zeit und Kosten sparen** durch automatische Antworten zu FAQs rund um die Uhr.
- Die Einbindung auf Websites bietet eine **effektive Alternative zu Kontaktformularen**, da den Kunden bei gängigen Fragen sofort geholfen wird und sie später leichter über Retargeting zu erreichen sind.
- Interaktive Methode um **hochwertige Leads** und **Kundendaten** zu **sammeln**.
- **Verkaufspitch & Retargeting** lassen sich durch gesammelte Daten **personalisieren**.

Ich hoffe eine groben Überblick und informative Einblicke in das Thema Chatbots / Messenger-Marketing gegeben haben zu können. In einem persönlichen Gespräch lassen sich auch individuelle Anliegen genauer beleuchten und ich kann Ihnen offene Frage beantworten.

Mit freundlichen Grüßen
Florian Huber

Vereinbaren Sie ein unverbindliches Beratungsgespräch mit mir:
Mobil: 0176 982 555 13 E-Mail: florian@31fps.de