

Presseinformation, 12. November 2019

So funktioniert “Mundpropaganda” über Instagram und WhatsApp

Persönlicher Meinungs austausch ist das wirksamste und vor allem ehrlichste Marketinginstrument. Bei neuen Kaufentscheidungen ist, gerade bei der derzeitigen Reizüberflutung, die Empfehlung eines Freundes sehr hilfreich. Empfehlungsmarketing ist und bleibt ein großer Erfolgsfaktor.

Pasching. Die Entwicklung des digitalen Zeitalters lässt sich in allen Lebenslagen beobachten. Generation Z lernt bereits während der Schulzeit die sozialen Medien kennen und Handys sind auch in der alten Generation nicht mehr wegzudenken. Die Änderungen vollziehen sich in voller Geschwindigkeit. So auch die altbewährte Mundpropaganda: Dort, wo man früher noch seinen Nachbarn um Rat fragte, kommen heute die sozialen Medien ins Spiel. Die Kunden von heute informieren sich online und treffen dann eine Kaufentscheidung. Es ist wichtig in diesen Medien vertreten zu sein - nicht nur mit einem Unternehmensprofil, sondern auch durch die Meinungen der Kunden.

Kunden aktivieren Kunden: Mit Instagram, Facebook und WhatsApp

Zu den Kommunikationskanälen mit dem größten Potenzial zählen die sozialen Netzwerke wie Facebook, Instagram und WhatsApp. Das Paschinger IT-Unternehmen hello again geht diesen Schritt mit und hebt die altbewährte Mundpropaganda auf ein neues, digitales Level. Neben dem klassischen Punktesammeln im digitalen Treue-Club wird auch der beliebte Kommunikationskanal WhatsApp als Möglichkeit für Treuepunkte eingesetzt: Lädt ein Bestandskunde seine Freunde über WhatsApp ein, vermehrt sich sein Treuekonto. Bei Villacher Bier war diese neue Funktion der volle Erfolg: Über 50% der Neuregistrierungen im Villacher Bierbotschafter-Club wurden über Einladungen an Freunde von Bestandskunden kreiert.

Eine weitere Möglichkeit, wie Bestandskunden, neue Kunden aktivieren, sind die Kanäle Instagram und Facebook. Bei hello again können Endkunden jetzt auch auf diesen Kanälen profitieren: Postet ein Kunde auf seinem Instagram-Kanal ein Foto von seinem Friseurbesuch und verlinkt seinen Salon, bekommt er auch nach dem Friseurbesuch automatisiert Punkte auf seinem Treuekonto gutgeschrieben. Ähnlich verwenden diese Funktion einige Fitnessstudios: Checked ein Kunde im Studio ein und teilt dies auf

Facebook seinen Freunden mit, profitiert er gleich doppelt. Er bekommt Treuepunkte für den Check-In vor Ort und für das Teilen des Check-Ins auf Facebook.

Mit der Erweiterung der Kommunikationskanäle auf die sozialen Medien, schafft es hello again den Kunden zum echten Markenbotschafter zu machen und die Reichweite für das Unternehmen deutlich zu erhöhen. Denn jeder weiß: Einem Freund vertraut man einfach mehr als einem Unternehmen. Empfehlungsmarketing nimmt auch vor dem digitalen Wandel nicht halt. Es ist und bleibt eines der wirkungsvollsten Marketinginstrumente. "hello again ermöglicht seinen Kunden jetzt Empfehlungsmarketing 4.0." ,ergänzt CEO und Founder Franz Tretter.

Kunden zu wahren Fans machen

Das sich der Loyalty-Spezialist "hello again" dem Thema digitale Kundenbindung voll und ganz gewidmet hat - ist längst bekannt. Die Kundenbindungs-Apps von hello again erscheinen im individuellen Design des jeweiligen Kunden und machen Schluss mit unpersönlicher Massenkommunikation.

Für Unternehmen wird durch die Einbindung von Instagram, Facebook und WhatsApp die Möglichkeit geschaffen ihre Kommunikationskanäle auszubauen, ihre Kunden zu integrieren und die von früher bekannte Mund-zu-Mund-Propaganda auf die neuen sozialen Medien zu übertragen. Die Kommunikation kann individuell und auf das Kundenverhalten abgestimmt werden. Betriebe können einfacher den je, ihre Marke pushen und Marketingaktivitäten noch gezielter ausrichten. Laufkundschaften werden so zu Stammkunden, was sich wiederum positiv auf den Umsatz niederschlägt. Der IT-Spezialist will mit seiner maßgeschneiderten App-Lösung eines: Unternehmen sollen ihre Kunden nicht nur begeistern, sondern zu wahren Fans machen!

Facts & Figures

Die hello again GmbH ist ein Joint Venture der Gründer von Runtastic und Szene1. hello again verfügt über mehr als 13 Jahre Erfahrung im Bereich Community-Aufbau und mobiler Softwareentwicklung, sowie langjährige Erfahrung zum Thema IT-Sicherheit und Kundenanforderungen im Handel.

Bereits 2013 wurden erste Projekte in Richtung digitaler Kundenkarte über berührungslose Kundenbindungskarten realisiert. Weitere Entwicklungsschritte folgten durch die Integration digitaler Kundenbindungskarten in bestehende Apps einiger Kunden. Danach die Expansion auf mittlerweile mehr als 200 zufriedene Kunden, darunter auch zahlreiche Kunden aus dem Handel.

CEO und Gründer von hello again ist Ing. Franz Tretter, MSc. Mit technischem Background aus der HTL Steyr und einem Master in Online Media Marketing auf der FH in Krems wurden die Grundlagen für seine digitale unternehmerische Tätigkeit gelegt. Tretter war 13 Jahre CEO der Szene 1 GmbH und Direktor der Szene1 New Media AG. Für Runtastic war Tretter als Product Manager im Einsatz. Mit hello again bietet er nun maßgeschneiderte Loyalty-Apps mit automatisiertem Customer Loyalty Management für den B2B Markt an.

Leser-Kontakt:

hello again GmbH
Randlstraße 18a
4061 Pasching
T +43 5 991
hello@helloagain.at | www.helloagain.at

Presse-Kontakt:

Ing. Franz Tretter, MSc
franz.tretter@helloagain.at
0699/1132 1021

Bildtexte

Mundpropaganda über Facebook, Instagram und WhatsApp

CEO & Founder Franz Tretter