



WARUM

WHATSAPP

DER GAMECHANGER FÜR DEIN

BUSINESS

IST. WIE DU DEINEN KUNDENSERVICE ÜBER WHATSAPP VON

CHATGPT

ERLEDIGEN LÄSST, UND VIELES MEHR.



HEY! 🙌
SCHÖN, DASS DU REINSCHAUST.

DU WILLST ALSO UNSER WHITEPAPER LESEN? COOL,
LOS GEHT'S. 🚀🚀🚀

WIR HABEN VIELE THEMEN - DIE BUTTONS WEISEN
DIR DEN WEG.

WAS INTERESSIERT DICH BESONDERS?

SOWAS VON 2023! - SEITE 3

FÜR LEAD-GENERATOREN - SEITE 6

PERFEKTE TERMINE - SEITE 12

WHATSAPP-FUNNELS - SEITE 16

BUSINESS CASES - SEITE 19

CHATGPT - SEITE 21

SO KANNST DU STARTEN - SEITE 23



KURZFASSUNG BITTE! - SEITE 29

|

DIE LANGFASSUNG BITTE...

OK, HIER IST DIE **LANGFASSUNG** !

WORUM GEHT'S?

95% aller Menschen in Deutschland nutzen WhatsApp regelmäßig privat.

Etwa ein Drittel aller Unternehmen und Arbeitstätigen nutzen WhatsApp Kommunikation intern oder im manuellen Kontakt mit Kunden.

Aber nur **2%** der Unternehmen nutzen WhatsApp für Prozessautomatisierungen im Marketing, Presales, Sales, Aftersales, Fulfillment, Recruiting, Logistik, Management oder in anderen Unternehmensbereichen.

**WARUM?
WEIL SIE
KEINE
AHNUNG
HABEN, WIE
ES GEHT!**

Sei klüger als die anderen!!!!

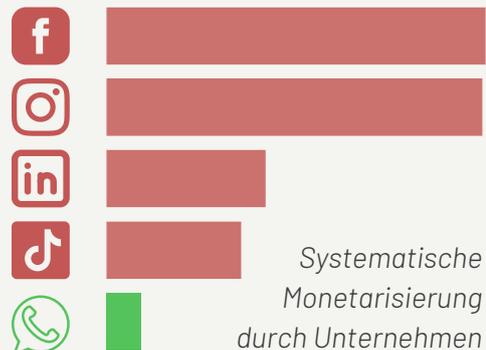
WARUM WHATSAPP?

Facebook und Instagram sind vollständig von Unternehmen durchpenetriert und durchmonetarisiert.



Linkedin hat noch viel Potenzial. Tiktok auch.

Doch Whatsapp ist für deutsche Unternehmen eine **Wüstenlandschaft**. Das ist deine Chance.



Systematische
Monetarisierung
durch Unternehmen

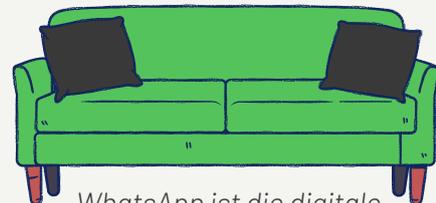
HABE ICH 'WAS VERPASST? WHATSAPP IST DOCH NUR ZUM CHATTEN...?!

Ja. Das ist die offensichtliche Nutzungsart. Aber wusstest du, dass du sehr einfach **Chatbots** für WhatsApp erstellen kannst, mit dem deine Kunden interagieren können, ohne dass du anwesend bist? Die Einsatzbereiche zeige ich dir in diesem Whitepaper - sie sind nahezu grenzenlos und können bis zu 85% von deinen gesamten Unternehmensprozessen automatisieren.



CHATBOTS? DAS SIND DOCH DIESE NERVIGEN WIDGETS AUF DEN WEBSEITEN, DIE MIR NIE DAS GEBEN, WAS ICH BRAUCHE...

Joah... Ja. Das sind die Chatbots von 2008, die für schlechte Bewertungen sorgen. Wir sprechen hier von Chatbots à la 2023. Chatbots, die du, deine Kunden und deine Mitarbeiter lieben werden, 100% nützlich für alle Beteiligten sind und in eurer **digitalen Komfortzone** passieren - der App, über die ihr ständig mit Freunden und Familie chattet.



*WhatsApp ist die digitale
Couch deiner Kunden*

OK, UND NUR WEIL DER CHATBOT DANN AUF WHATAPP LÄUFT, ÄNDERT ES ETWAS?

Ja. Es gibt kein Lead-Funnel, kein Formular, keine Customer Journey mit einer annähernd so hohen **Click-Through-Rate** (CTR) wie WhatsApp: Von 50% bis 95% (je nach Produkt/Dienstleistung). Es gibt nichts, das so viele Integrationsmöglichkeiten wie ein Chatbot nutzen kann (offene APIs). Es gibt nichts Bequemerer als ein Kommunikationstool, das keinen ständigen Login benötigt, alle nutzen und keine zusätzlichen Werkzeuge erfordert.

OK, UND NUN?

ABER MEINE KUNDEN BRAUCHEN PERSÖNLICHEN KONTAKT!

Ja - an der entscheidenden Stelle: bei der Beratung und bei der Unterstützung ihrer Entscheidungsfindung. Und bei 1:1 Coachings noch in den 1:1 Gesprächen.

Ansonsten braucht dein Kunde das Gegenteil: transparent verfügbare Informationen, eine lückenlose **User-Experience**, automatische Terminbuchungen und Erinnerungen, unbürokratische und papierlose Prozesse sowie einen 24/7-Kundenservice in seiner Muttersprache.



DU WILLST SAGEN, MEINE KUNDEN SOLLEN WHATSAPP VERTRAUEN?

Erstens: Ja! In einem unserer Chatbots 2021 hatten wir eine automatisierte Umfrage unter 1500 frischen Leads laufen, wie sie die User-Experience fanden. Gefragt wurden sowohl die Leads, die den Chatbot vorzeitig/unvorhergesehen abgebrochen hatten (Gruppe A), als auch die, die die programmierten Gespräche vollständig abgeschlossen hatten... nachdem sie dem Bot **109 Fragen** beantwortet haben, unter anderem die intimsten Fragen zum Vermögen, den Einkommen und den Schulden (Gruppe B). Die durchschnittliche User-Experience wurde von der Gruppe A mit 82 von 100 Punkten bewertet, die von Gruppe B mit 91 von 100 Punkten.

Zweitens: In anderen Ländern sind die User es längst gewohnt, dass WhatsApp von Unternehmen monetarisiert wird: Es werden **Werbeanzeigen** zwischen den **Status-Meldungen** gezeigt und Chatbots für alle Lebenslagen genutzt. In Deutschland stehen wir am Anfang: Meta wird die Plattform zunehmend monetarisieren und Nutzer werden sich zunehmend daran gewöhnen über WhatsApp mit Unternehmen zu kommunizieren. Der Schlüssel ist es, zu den ersten zu gehören.



	2021	2020	2019	2018
Operating activities	1,125	1,125	1,125	1,125
Investing activities	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Financing activities	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets	(10,047)	(5,896)	(21,246)	(13,313)
Purchases of investments	6,061	1,836	8,886	2,706
Maturities of investments	7,836	2,663	15,273	4,030
Proceeds from investments	(292)	(447)	(358)	(1,194)
Investing	(5,568)	(1,570)	(7,883)	(6,527)
Financing	(2,133)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Issuance of common stock	10,610	4,023	10,610	4,023
Repurchase of common stock	(8,477)	(10,774)	(9,227)	(10,774)
Dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net change in cash	(1,506)	(6,117)	(5,192)	(7,280)
Free cash flow	815	815	815	815
Capital expenditures	(317)	(317)	(317)	(317)
Acquisitions, net of cash acquired	(173)	(173)	(173)	(173)
Dividends paid	(1,015)	(1,015)	(1,015)	(1,015)
Common stock repurchases	(606)	(606)	(606)	(606)
Common stock cash dividends paid	(1,483)	(1,383)	(1,383)	(1,383)
Net cash used in financing	(2,513)	(6,751)	(5,383)	(7,350)
Investing	(498)	(491)	(934)	(1,055)
Additions to property and equipment	(627)	(600)	(9,502)	(60)
Acquisition of companies, net of cash acquired, and purchases of intangible and other assets				

GENERIERST DU **LEADS** ?

DANN BLEIBE AUF DER SEITE

SONST WEITER AUF SEITE 12

|

KOMM ZUM PUNKT - ICH GENERIERE LEADS. WIE SOLL WHATSAPP MIR JETZT HELFEN?

Stell dir vor, dein Lead trägt sich in ein Formular ein und erhält in derselben Sekunde eine WhatsApp Nachricht von deinem Chatbot mit einer persönlichen **Begrüßung per Sprachnachricht**. Charmant oder?



UND DANN HABE ICH MEHR SOCIAL PROOF?

Und dann bekommt dein Lead vollautomatisch noch ein nettes Video von dir mit Informationen zu deinem Produkt oder deiner Dienstleistung. Das bedeutet: Du hast zusätzliche, kostenlose Nutzfläche, um das **Vertrauen** deiner künftigen Kunden aufzubauen, Autorität und Kompetenz zu zeigen und Social Proof vorzuweisen.





UND WIE QUALIFIZIERE ICH DANN DEN LEAD?

Du kannst ihm vom Chatbot jede Frage stellen lassen - und du wirst auch überrascht sein, was der Lead dir alles beantworten wird. Warum? Weil's WhatsApp ist. Weil's durch Sprachnachrichten, Videos und Fotos **interaktiv** ist. Weil's das digitale Sofa des Leads ist. In keinem Lead-Formular der Welt beantwortet dir ein Lead freiwillig und mit Spaß an der Sache so viele Fragen, wie über WhatsApp.

WIE GUT IST DER LEAD DANN QUALIFIZIERT?

Der Lead ist danach genauso gut qualifiziert, wie wenn du mit ihm eine halbe Stunde telefoniert hättest - oder länger oder kürzer, je nachdem wie gut du deine Leads in der Regel qualifizierst. Der Punkt ist, dass du am Ende eigentlich gar keinen "ein bisschen vorqualifizierten Lead" mehr hast, sondern einen **vollständig qualifizierten Kaufinteressenten**.

WAS HEIßT VOLLSTÄNDIG QUALIFIZIERT?

Vollständig qualifiziert bedeutet, dass du weißt:

- ob dein Lead das Geld hat, dein Produkt oder deine Dienstleistung zu bezahlen (**B**udget)
- ob er der Entscheidungsträger ist (**A**uthority)
- ob er ein echtes Bedürfnis hat für dein Produkt oder deine Dienstleistung (**N**eed)
- ob für ihn jetzt der richtige Zeitpunkt ist zu kaufen (**T**iming)

In der Fachsprache nennt man das die **BANT-Kriterien**.

ICH MUSS MICH ALSO NUR NOCH UM DIE LEADGEWINNUNG UND DEN ABSCHLUSS KÜMMERN?

Ja, genau das bedeutet es. Keine repetitiven Aufgaben und Gespräche mit Leads, die gar nicht Kunden bei dir werden KÖNNEN.

HAST DU ZAHLEN? CASE-STUDIES?

Ganz einfaches Rechenbeispiel: Wir haben von Februar 2022 bis Juli 2022 unter dem Brand *123lead* 1450 Leads von Immobilienkaufinteressenten durch unsere Qualifikationssysteme geschleust. Bis heute ist uns keine Branche bekannt, die einen höheren Qualifikationsaufwand erfordert: Die Anforderungen, um eine Immobilie zu finanzieren, sind:

- Vollständig, leserlich und korrekt ausgefüllte und unterschriebene Selbstauskunft für den Antragsteller und gegebenenfalls für den Ehegatten/die Ehegattin
- zwischen 4 und 25 (!) weiteren Unterlagen, je nach Konstellation (Vermögen, Schulden, Einkommen, Familiensituation, Immobilienbestand, Darlehen)

Der reine Nettozeitaufwand für die Qualifizierung ohne Automatismen beläuft sich auf durchschnittlich 45 Minuten.*

Wir haben diesen Aufwand auf durchschnittlich 15 Minuten pro Lead senken können. Endresultat:

- 30 Minuten Zeitersparnis x 1450 Leads = 43.500 Minuten = 725 Stunden = 30 Werktage Zeitersparnis.
- 66% weniger repetitive Tätigkeiten
- 100% weniger Frustration
- 200% mehr Fokus auf Vertrieb

Wir haben die Zahlen auf 500 Leads normiert und in eine **Fallstudie** gepackt. Die volle Fallstudie findest du auf der nächsten Seite. Wenn du Fragen dazu hast, melde dich gerne.



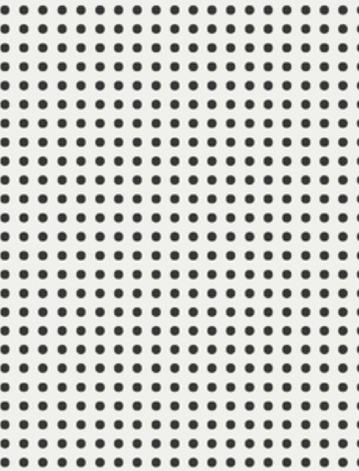
* Ca. 60% aller Immobilienleads können in unter 10 Minuten in einem kurzen Telefonat disqualifiziert werden. Ca. 40% werden die Erstberatung in Anspruch nehmen, viele werden Unterstützung beim Ausfüllen der Selbstauskunft benötigen, Rückfragen haben und Entscheidungshilfe brauchen, ehe sie dann zu einem späteren Zeitpunkt im Prozess ausscheiden, etwa durch fehlende Unterlagen, sich ändernde persönliche Umstände oder andere Ursachen. Zu dem Zeitpunkt werden in der Regel bereits 30 Minuten bis drei Stunden Zeitaufwand pro Kaufinteressent entstanden sein.

Marketing



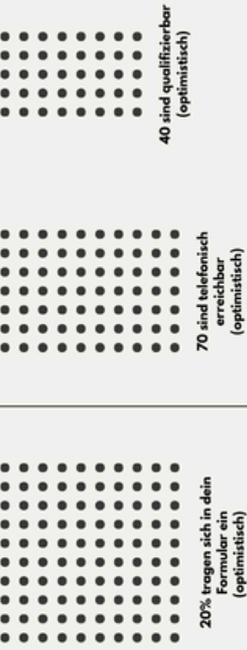
Deine Ad

Normaler Funnel



500 besuchen deine Landingpage

Qualifizierung



20% tragen sich in dein Formular ein (optimistisch) = 100 Leads

70 sind telefonisch erreichbar (optimistisch)

40 sind qualifizierbar (optimistisch)

75% = 30 erscheinen zuverlässig zur Erstberatung und erweisen sich nach dann noch als qualifiziert (optimistisch)

40% = 12 closebar, d.h. 15 reichen die Unterlagen vollständig ein (optimistisch), 3 erweisen sich erst dann als disqualifiziert

Abschluss



83% schließen ab = 10 Kunden

Leadverwertungsquote = 10 aus 100 = 10%
Page Visitor/Customer-Ratio = 10 aus 500 = 2%

manuelle Arbeit

dein Status Quo

Marketing



Deine Ad

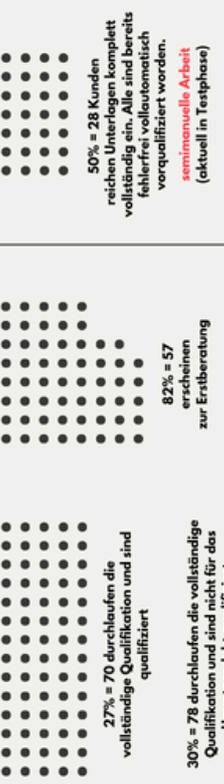
ActiveLead Pro



52% betreten unser System (d.h. schicken erste Nachricht ab) = 260 Leads

500 besuchen unser System

Qualifizierung



50% = 28 Kunden reichen Unterlagen komplett vollständig ein. Alle sind bereits fehlerfrei vollautomatisch vorqualifiziert worden. *semiautomatische Arbeit* (aktuell in Testphase)

82% = 57 erscheinen zur Erstberatung

27% = 70 durchlaufen die vollständige Qualifikation und sind qualifiziert

30% = 78 durchlaufen die vollständige Qualifikation und sind nicht für das Hauptprodukt qualifiziert, dafür aber für ein Alternativprodukt

Abschluss



83% schließen bei uns ab = 23 Kunden

78 Kunden werden vollautomatisch an Partner weiterverkauft

Leadverwertungsquote = 101 aus 260 = 38,8%
WhatsApp Visitor/Customer-Ratio = 101 aus 500 = 20,2%

123lead Fallstudie

Leadeffizienz der Ad: +260%
Leadpreise (CPL): -61,6%

Summe: 148 aus 260 sind verwertbar = 56,9% Click-Through-Rate (CTR)

+9,6% Show-up-rate zur Erstberatung

+20% Success Rate bei der Sammlung der Finanzierungsunterlagen

+ 288% Leadverwertungsquote
+ 910% Visitor/Customer-Ratio

NEVER CHANGE A RUNNING SYSTEM! BEI MIR FUNKTIONIERT ES, UND DAS BLEIBT AUCH SO!



Gut, dass du das erwähnst. Die Magie ist, dass sich nichts an deinen bestehenden Vertriebssystemen ändert, bis du dich aktiv dafür entscheidest vollständig umzusteigen. Bis dahin ist die WhatsApp-Qualifizierung lediglich eine **Ergänzung**.

Gehen wir das Ganze noch einmal durch. Auf der nächsten Seite findest du ein Schema. Das ist die Erklärung dazu:

Es ist egal wo du deine Werbung schaltest...

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Tiktok
- Google
- etc.

... egal wie dein Funnel aussieht...

- Lead-Ad
- Perspective Funnel
- Videofunnel auf einer eigenen Landingpage
- Freebie-Download
- Webinar-Funnel
- Terminfunnel
- Newsletterfunnel
- etc.

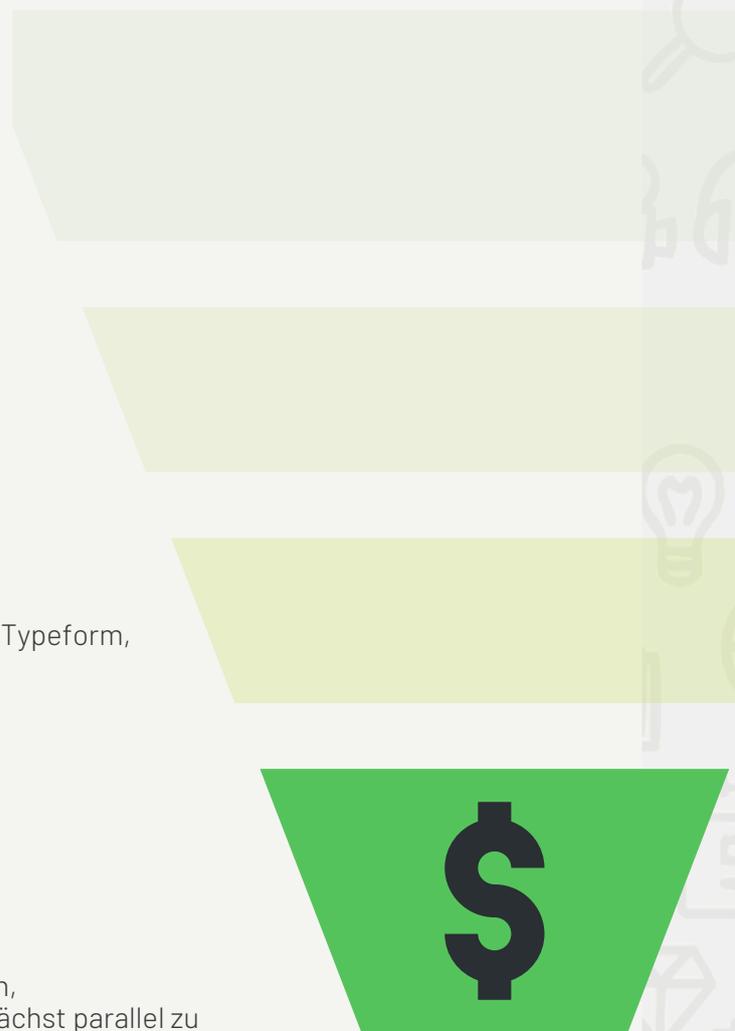
... egal wo sich dein Lead einträgt...

- Ads-Formulare (Facebook-Leadformular etc.)
- Landingpageformulare (Wordpress, Onepage, Typeform, Paperform etc.)
- Terminkalenderformulare (Calendly etc.)
- etc.

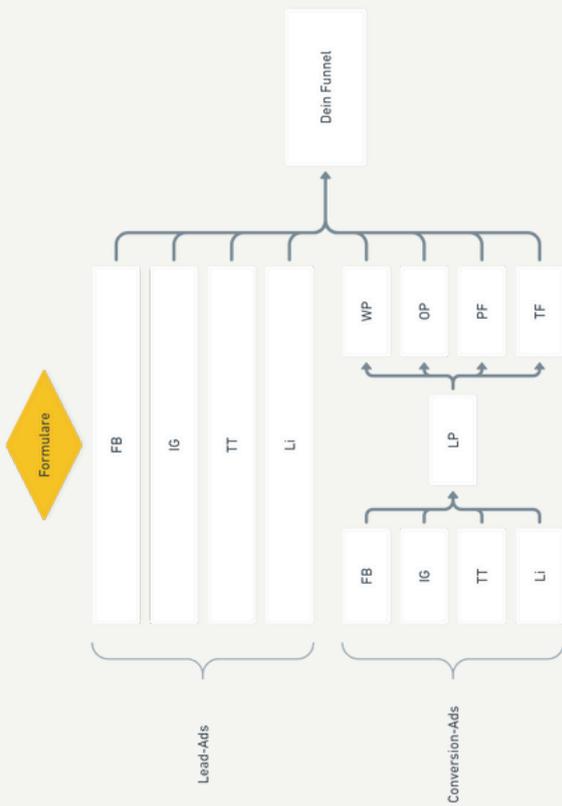
... und egal was danach passiert...

- dein Team ruft die Leads selbst an
- die Leads kommen zum Webinar
- die Leads erhalten Follow-Up Newsletter
- etc.

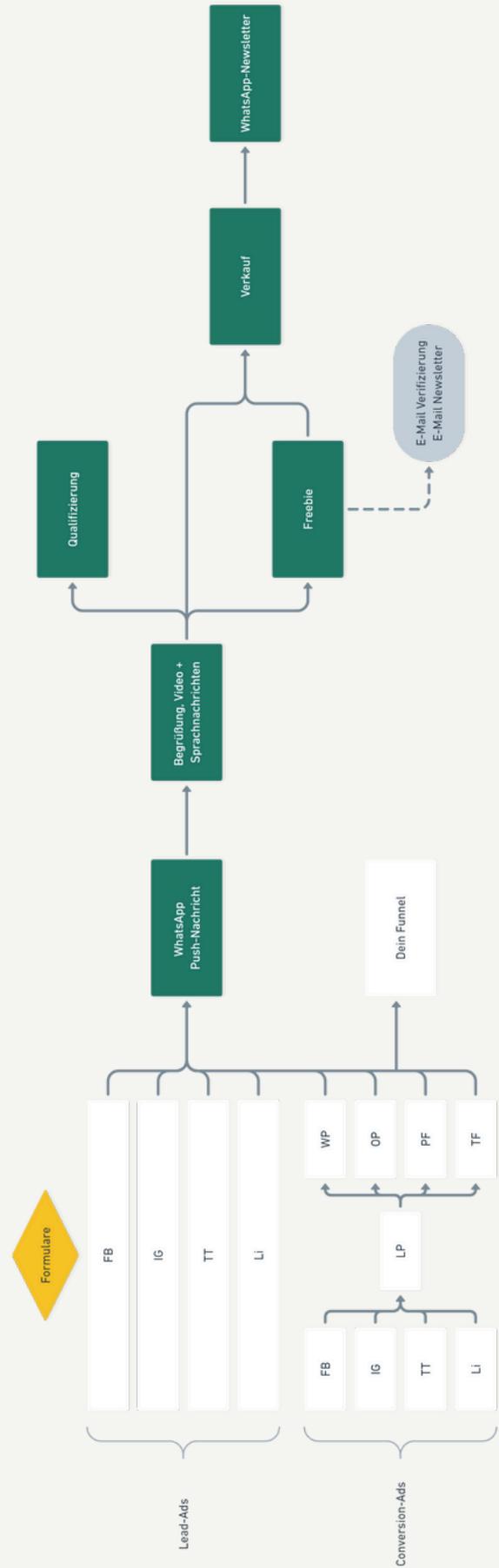
.. die WhatsApp Strecke beginnt automatisch dann, wenn der Lead sich eingetragen hat, und läuft zunächst parallel zu den bestehenden Prozessen. Wenn der WhatsApp-Funnel A/B-getestet ist und reibungslos funktioniert, wirst du schnell feststellen, dass alle anderen Funnelgestaltungen und Kommunikationskanäle schlechter funktionieren als WhatsApp, und wirst selbst schrittweise WhatsApp deine anderen Funnels ablösen lassen wollen.



VORHER



NACHHER



HAST DU **TERMINE** MIT DEINEN KUNDEN?

DANN BLEIBE AUF DER SEITE

SONST WEITER AB SEITE 15

KANN ICH DANN AUCH DIE TERMINVEREINBARUNG AUTOMATISIEREN?

Genau genommen haben wir hier das Rad fast neu erfunden.

Wir haben zwei Systeme entwickelt: das eine nennen wir **ABC** und das andere **PASS**.

WAS IST DAS DENN?!

OKOK... HIER KOMMT DIE AUFLÖSUNG:

ABC steht für "a buttonclick" und beschreibt, dass deine Kunden nur einen einzigen Klick (oder "Drück") benötigen, um sich bei dir einen Termin zu buchen.

PASS steht für 'Perfect Appointment Scheduling System' und beschreibt ein System, das die Nichterscheinungsquote von Leads zum Termin (No-Show-Rate) auf 0,0% senkt.



ABC-TERMIN? ERKLÄR DAS MAL GENAUER.

Schau mal, normalerweise müssten deine Kunden oder Leads jetzt deinen Terminkalender (Calendly, Google, Calenso, Outlook etc.) öffnen und ihre Daten jedes Mal eintragen, um sich einen Termin bei dir zu buchen.

Stattdessen kannst du dir vom Chatbot einfach deine Verfügbarkeiten aus deinem Terminkalender auslesen lassen und deinen Kunden konkrete Terminvorschläge auf verschiedenen Buttons in WhatsApp anzeigen.

Die Kunden wählen dann den passenden Terminvorschlag mit dem Klick auf den Button aus und der Chatbot trägt den Termin selbständig im Kalender ein und erstellt, wenn nötig, einen einzigartigen Online-Meeting-Link (Zoom, Google Meet).

Zu dem Zeitpunkt, wenn deine Bestandskunden oder frische Leads deine WhatsApp Automationen betreten, liegen in deinem CRM doch bereits alle Daten vor, die später wichtig sind, damit sie sich einen Termin buchen können - ich spreche hier von Name, Vorname, E-Mail-Adresse und Telefonnummer. Wozu dann der Umweg über Calendly? Deine Kunden müssen weder auf Links klicken, noch die App wechseln, den Browser öffnen oder sonst etwas...

.... dadurch steigt die User Experience auf Bestnote und ganz nebenbei wirst du feststellen, dass die Lead-**Reibungsverluste** bei der Terminierung, welche du zuvor aufgrund des App-Wechsels hattest, um bis zu 86% sinken.

WANN PASST ES DIR ZEITLICH AM BESTEN?

MONTAG, 01.01.2024, 17:00

DIENSTAG, 02.01.2024, 10:00

ANDEREN TERMIN WÄHLEN

UND MIT "PASS" KANN ICH DIE NO-SHOW-RATE VOLLSTÄNDIG ELIMINIEREN?

Kennst du das, wenn ein Kunde nicht zum Termin erscheint, du hast dich vorbereitet, extra die Zeit geblockt und schaust dann in die Röhre? Bzw. du lächelst dich in Zoom selbst an.

Ja, nun, das ist jetzt Geschichte.

Das "Perfect Appointment Scheduling System" ist ein Terminerinnerungssystem für deine Kunden, welches dafür sorgt, dass die Nichterscheinungsquote auf 0,0% sinkt.

Und es funktioniert so: Sobald dein Kunde seinen ABC-Termin gebucht hat, erhält er eine WhatsApp-Nachricht, die folgende Elemente beinhaltet:

- Buchungsbestätigung,
- Termindetails,
- falls zutreffend: den Konferenzlink,
- den "Termin-verschieben"-Button,
- den "Termin-absagen"-Button
- und den Hinweis, dass x Stunden vor dem Termin eine Terminerinnerung kommt, mit der dein Kunde unbedingt **interagieren** muss, damit der Termin bestehen bleibt.

Du kannst diesen Zeitraum frei wählen - wir empfehlen 6 Stunden.

X Stunden (oder 6 Stunden) vor dem Termin bekommt der Kunde dann die besagte WhatsApp-Nachricht mit der Terminerinnerung und einem "Teilnahme-bestätigen"-Button. Dann hat der Kunde Y Stunden (oder 4 Stunden) Zeit, auf den Button zu drücken. Wenn er das nicht tut, erhält er einen automatischen Anruf. Die künstliche Stimme erinnert höflich an den Termin und fordert den Kunden auf, die "1" zu drücken, um seine Teilnahme zu bestätigen, und "2" zu drücken, um den Termin zu verschieben.

Nimmt der Kunde weder den Anruf an, noch interagiert er mit der WhatsApp-Nachricht innerhalb von Z Stunden (oder 1 Stunde vor dem Termin), wird der Termin automatisch aus dem Terminkalender gelöscht und der Kunde bekommt eine WhatsApp-Nachricht, die ihm eine neue Möglichkeit bietet bei dir einen Termin zu buchen.

Dadurch hast du nie wieder Aufwand mit Terminfindung, Absagen und Umbuchungen, spammst deine Kunden nicht mit SMS und E-Mail-Erinnerungen zu und vor allem: hast nie wieder die Situation, dass deine Kunden nicht zum Termin erscheinen.

P

A

S

S



KANN ICH AUCH NACH DEM STATTEGFUNDENEN TERMIN NACHRICHTEN VERSCHICKEN?

Es ist nicht nur möglich, sondern beabsichtigt. Nachdem der Termin fertig ist bekommt der Kunde automatisch Nachrichten, die ihn weiter durch den Funnel laufen lassen.

Wir haben beispielsweise folgende **After-Salescall** Automationen bei uns im Einsatz:

1. Angebots-/Vertragsfunnel
2. Qualifizierungsfunnel II
3. Testimonial Funnel,
4. Bewertungsfunnel,
5. Umfragefunnel,
6. Gutschein-Funnel
7. Marketing/Upsell-Funnel

und alle anderen Funnels sind auch denkbar.

WAS??? DAS GEHT ALLES ÜBER WHATSAPP???



Die Möglichkeiten sind **grenzenlos**.

ERZÄHL MIR MEHR ZU DIESEN WHATSAPP-FUNNELS!

GERNE!

FUNNEL-LISTE AUFKLAPPEN



1. ANGEBOTS-/VERTRAGSFUNNEL

Du musst nie wieder deine Verträge selbst erstellen. Du hinterlegst einfach Vorlagen in einem E-Signature-Tool und der Chatbot überträgt alle Daten, die in deinem CRM vorhanden sind oder dein Lead im Qualifikationsprozess über WhatsApp dem Chatbot mitgeteilt hat, an das E-Signature-Tool und trägt sie in die Vorlage ein. Wenn die Angebots- oder Vertragsvorlage vollständig ausgefüllt ist, wird sie dem Kunden über WhatsApp zur Verfügung gestellt - zusammen mit einem Link, über den der Kunde mit dem Finger auf seinem Bildschirm direkt unterschreiben kann. Wenn die **Unterschriften automatisiert** gesetzt sind, wird der Vertrag automatisch weitergeleitet - zum Beispiel an die Rechnungsabteilung oder das Management. Du hast mit dem ganzen Prozess jedenfalls nichts zu tun.

2. QUALIFIKATIONSFUNNEL

Manchmal willst du deine Kunden erst nach deinem ersten persönlichen Gespräch vollständig qualifizieren - und das ist auch ok so. Schließlich kaufen Kunden nicht dein Produkt oder deine Dienstleistung, sondern DICH. Was du aber nicht machen musst, ist den Kunden persönlich zu qualifizieren... denn das ist der quälendste Teil deiner Arbeit. Widmet euch in eurer Gesprächszeit lieber den schönen Dingen - dem Aufbau einer **Vertrauensbeziehung** und der Beratung. Am Ende des Gesprächs kündigst du deinem Kunden einfach an, dass du ihn wieder "zurück in den Bot schickst", um die restlichen Details zu klären... und gehst in den verdienten Feierabend.

3./4./5. TESTIMONIAL/REVIEW/UMFRAGE

Social Proof ist wichtig für deine zukünftigen Kunden, aber leider hast du gar keine Zeit, dich um Testimonials und Bewertungen zu kümmern? Dann geht es dir genauso wie uns auch... bevor wir auch das über WhatsApp automatisiert haben. Oder lasse deine Kunden an einer Umfrage teilnehmen.

6. GUTSCHEIN-FUNNEL

Falls es zu deinem Geschäftsmodell passt, kannst du deine Kunden sehr einfach mit **Gutscheinen** über WhatsApp belohnen - beispielsweise auch für eine Bewertung oder ein Testimonial. Die Gutscheine können unikal und optional auch zeitlich und mengenmäßig limitiert werden.

F
U
N
N
E
L

7. MARKETING-FUNNEL / UPSELL-FUNNEL

Verschiebe doch deine Newsletter-Strecke einfach von E-Mail zu WhatsApp. Du hast richtig gelesen. Du kannst Newsletter auch per WhatsApp verschicken. Genauso wie automatisierte Grüße zum Geburtstag, Oster und Weihnachten. Genauso wie der halbjährliche Reminder für die Routine-Untersuchung beim Zahnarzt, die weihnachtliche Rabattaktion oder den Kfz-Versicherungswechsel im Oktober.

WHAT?? DAS GEHT AUCH???

NA KLAR! WIE IST DIE ÖFFNUNGSRATE DEINES E-MAIL-NEWSLETTERS?

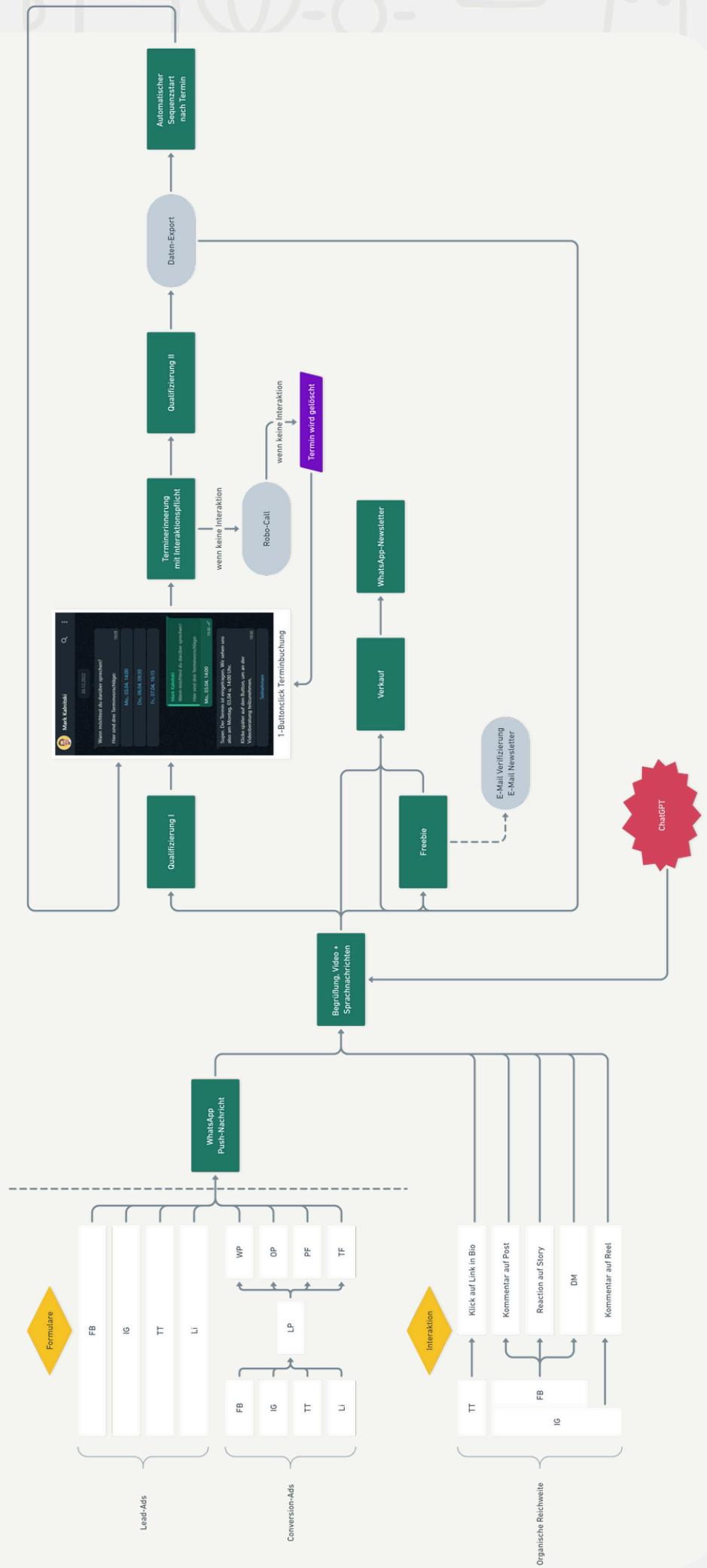
SO 45% ETWA, WARUM?

NAJA, BEI WHATSAPP IST SIE HALT BEI 96%...

EIN KUNDE VON UNS, DER AUSSCHLIEßLICH MIT E-MAIL NEWSLETTERN GEARBEITET HAT, HAT SEINEN UMSATZ AUS DEM STAND UM 370% ERHÖHT DURCH DIE VERLAGERUNG AUF WHATSAPP. IST SCHON ZIEMLICH NICE.



WIE SIEHT EINE OPTIMALE CUSTOMER JOURNEY ÜBER WHATSAPP DANN IM ENDEFFEKT AUS?



GIBT'S AUCH WAS FÜR **AFTERSALES** ?

JA.
MUSS MAN HALT NUR MAL ERSTELLEN.

UND **RECRUITMENT** ?

JA, AUCH MÖGLICH.



UND **FULFILLMENT** ?

JA, DAS AUCH...



UND...

JAHA AAAA...





IST MEIN BUSINESS DENN DAFÜR GEEIGNET?

JA, WENN DIR IRGENDETWAS HIERVON
BEKANNT VORKOMMT...





KÖNNEN WIR ENDLICH ÜBER CHATGPT SPRECHEN?

OKOK...



KANN ICH MEINEN KUNDENSERVICE VOLLSTÄNDIG VON CHATGPT ERLEDIGEN LASSEN?

Ja.

UND ICH KANN CHATGPT SELBST ÜBER WHATSAPP BENUTZEN UND MUSS DAFÜR NICHT AUF DIE SEITE VON OPENAI?

Ja.

UND WENN ICH WILL, DASS CHATGPT NUR BUSINESS-RELEVANTE FRAGEN BEANTWORTET? GEHT DAS AUCH?

Ja.

DAS HEIßT ALSO, DASS ICH JETZT SCHON EIN EIGENES CHATGPT MODELL ERSTELLEN UND ES TRAINIEREN KANN?

Ja.

UND HABE ICH DIE MÖGLICHKEIT DIE ANTWORTVORSCHLÄGE VON CHATGPT ERST MANUELL FREIZUGEBEN?

Ja. Noch Fragen?

IST JA ECHT CRAZY, WAS ALLES MÖGLICH IST!

MEINE FRAGE IST JETZT: WAS JETZT? WIE STARTE ICH? WIE GEHT'S JETZT WEITER?

Gut, kommen wir zur Umsetzung.

Wie immer heißt es: du bringst entweder soooooo viel Zeit und soo wenig Geld mit.

Oder du bringst so viel Zeit und soooooo viel Geld mit.

Es gibt grundsätzlich immer die drei Möglichkeiten:

1. Do it yourself
2. Done with you
3. Done for you.

Auf Deutsch: Entweder du lernst selbst Chatbots zu bauen, Prozesse zu automatisieren und verschiedene Tools untereinander zu integrieren. Oder du möchtest dabei strategisch und technisch unterstützt werden. Oder du möchtest die ganze Projektierung und Umsetzung auslagern.

WAS BIETET IHR DENN AN?

Ich dachte schon du fragst nie. 🙄

Also, wir decken alle drei Bereiche ab.

1. Wir haben eine Automation Community in der du dich mit anderen austauschen kannst und Zugriff auf einen umfangreichen und vollständigen Online-Kurs bekommst, mit dem du dir als Selbstlerner alle Grundlagen selbst beibringst.
2. Wenn du möchtest, können wir dich strategisch und technisch über Monate hinweg begleiten. Dafür haben wir die botscaler Akademie ins Leben gerufen.
3. Die letzte Möglichkeit ist, dass wir dein Projekt für dich umsetzen - unser botscaler Done-For-You-Service.

1
DIY

2
DWY

3
DFY



LANGSAM. WAS LERNE ICH IN DER BOTSCALER AUTOMATION COMMUNITY?

In über 100 Lektionen lernst du alles, was du zur Automatisierung deines Business benötigst. Der Kurs hat eine Gesamtlauzeit von über 22 Stunden, fängt bei 0 an und bringt dich in dieser kurzen Zeit auf ein absolutes Expertenlevel. Drei Dinge werden dabei garantiert:

1. Du brauchst keinerlei Vorkenntnisse und der ganze Kurs folgt strikt dem no-code Prinzip. Heißt: wir bilden keine ITler aus, sondern...
2. ... zeigen dir ausschließlich höchstgradig praxisrelevanten, business-tauglichen Content. Trotz notwendiger technischer Tiefe ist der ganze Kurs an Praxisfällen ausgerichtet.

Weitere Informationen findest du unter www.botscaler.de und members.botscaler.de.

STUFE 1

COMMUNITY + KURSE + LIVE-CALLS + SOFTWARE!

- Die beste Automation Community Deutschlands ;-) Baue dein Netzwerk aus!
- LIVE-CALLS zwei mal im Monat! Stelle so viele Fragen, wie du willst!
- Onlineportal mit 22+ Stunden (!!!) Kurs-Material; einzelne Module wurden über 3500 Mal gekauft und über 470 Mal mit im Schnitt 4,78-Sternen bewertet.
- Das Kursmaterial bildet dich in den Bereichen KI, Chatbots und Integrationen umfassend aus und verleiht dir die Fähigkeit einfache bis mittelschwere Chatbots, Integrationen und KI-Anwendungen zu bauen.
- Geeignet von blutigem Anfänger bis zum Entwickler!
- Die beste Multichannel Chatbot-Software der Welt - unsere (Zwinkersmilie):
- Facebook, Instagram, WhatsApp, Google Business Telegram und 12 weitere Chatbot-Channels
- Vollständige OpenAI-Integration, hauseigenes eCommerce System, vollständige GoHighLevel-Integration, Calendly und 30 weitere Integrationen
- Basis-Kundenservice (E-Mail, 48 Response Time an Werktagen für First-Level Requests)
- 98% Uptime Garantie

JETZT DER COMMUNITY BEITRETEN



UND WIE SIEHT EURE DONE-WITH-YOU AUS?

Wenn du die Abkürzung gehen willst und die größten Wachstumshebel in deinem Business am schnellsten eingesetzt haben möchtest, ist unsere Akademie für dich das Richtige.

In zwei Live Call pro Wochen in 12 Wochen bekommst du eine "Miniausbildung" von NULL zum Integration und Chatbot Professional.

Eine Beratung dazu kannst du hier buchen:
calendar.botscaler.de.

STUFE 2

AKADEMIE

- Alles von Stufe 1.
- Auf den Grundlagen aus den Kursen aufbauend bilden wir dich zusammen mit anderen zum Chatbot-Marketing-Professional, low-code Automation Expert und zum absoluten KI-Pionier deiner Branche aus.
- Alle starten auf demselben Level. Dann machen wir nach einem festen Programm drei Monate lang zwei Mal die Woche Expertentraining = 24 Live Calls, die NICHT aufgezeichnet werden. Danach kannst du ChatGPT for Business, WhatsApp Marketing und Low-Code Integrations im Schlaf und wirst dein Business auf Autopilot stellen können.
- Maximal 30 Teilnehmer. Nächster Start wird auf der Webseite angekündigt, die Anmeldung erfolgt auch dort. Anzahl der Seats begrenzt.
- Exklusive Teilnehmergruppe: Netzwerke mit gleichgesinnten Unternehmen und schließe Partnerschaften.

[AUF DIE WARTELISTE](#)



UND WIE SIEHT EURE DONE-WITH-YOU AUS?

Alternativ kannst du auch die Abkürzung nehmen, und ein Eins-zu-Eins-Mentoring in Anspruch nehmen, mit unbegrenztem Zugriff auf meinen Terminkalender.

Eine Beratung dazu kannst du hier buchen:
calendar.botscaler.de.

STUFE 3

MENTORING

- Alles von Stufe 2.
- Wir betreuen dich persönlich bei deinem Projekt und packen, wo nötig, sogar selbst ein bisschen mit an, damit du deinen Use-Case in unter einem Monat realisieren kannst.
- Unbegrenzter Support über WhatsApp, 12 Stunden Response Time an Werktagen. (Voraussetzung: Teilnahme an der Akademie.)
- Du bekommst auf Anfrage unsere Platinum Templates, die wir für uns selbst entwickelt haben, gratis! Aktuell auf Lager haben wir:
- vollständig konversationeller (button-loser) ChatGPT Chatbots für alle (!) Anlässe (Wert: 10.000€)
- Perfect Appointment Scheduling System (PASS) mit 0%-No-Show-Rate Garantie (Wert: 4.500€)
- WhatsApp Webinarfunnel mit automatischem Upsell vor und nach dem Webinar (Wert: je 1800€)
- und über 100 weitere kleinere Templates für JEDEN Use-Case.

DIREKT LOSLEGEN



UND WENN ICH AN EUCH OUTSOURCEN WILL?

Dann nennen wir das unseren Done-For-You Service.

Tatsächlich lässt sich auch nicht jede Automatisierung vollständig ohne Programmierung lösen. Beispielsweise unser ABC-Termin und PASS kommen nicht ohne den hierzu extra von uns erstellten Skripten aus.

Dafür haben wir ein Abonnement-Modell entwickelt. Wir sind für dich jederzeit auf Abruf und leisten in der Regel selbst komplexe Automationen in nur 72 Stunden. Du kannst uns so oft in Anspruch nehmen, wie du möchtest.

STUFE 4

OUTSOURCEN

- Schuster, bleib bei deinen Leisten. Wenn du mit alldem nicht befassen und die kürzeste aller Abkürzungen gehen möchtest, dann engagiere uns einfach.
- Wir sind auf Abruf - wann immer du etwas benötigst.
- Im Schnitt leisten wir selbst komplexe Integrationen innerhalb von 72 Stunden.
- Wir stellen deine Unternehmensprozesse auf Autopilot.
- Grinsen-im-Gesicht-Garantie.
- Achtung: nur Integrationsdienste (keine KI und Chatbot Services, da diese Wochen/Monate dauern können).

[JETZT ANMELDEN](#)



UND AUF WELCHEM BOT MACHT IHR DAS DANN?

Auf unserem eigenen.

Anmelden und kostenlos testen kannst du unser Bot-Building-System unter bot.botscaler.de.

Erst Ergebnisse - erst dann der Upgrade. Hier ist unser Pricing:

JETZT KOSTENLOS DURCHSTARTEN SPÄTER FÜR EINEN PLAN ENTSCHEIDEN

FREE	FÜR STARTER BUSINESS LITE	BUSINESS COMPLETE
<ul style="list-style-type: none">✓ 1 Bot✓ 1 Workspace Member✓ 200 Botusers	<ul style="list-style-type: none">✓ 1 Bot✓ 5 Workspace Member✓ 1000 Botusers	<ul style="list-style-type: none">✓ 1 Bot✓ 5 Workspace Member✓ 11000 Botusers
Teste sämtliche Funktionen 14 Tage lang kostenlos und uneingeschränkt.	Automatisiere dein komplettes Marketing für WhatsApp, Facebook und Instagram Leads.	Eroberere mit WhatsApp eCommerce und Google Maps Chatbots konkurrenzlose Märkte.
€0 /mo	<ul style="list-style-type: none">✓ Zapier, Make✓ Google Sheet✓ Stripe, Paypal✓ OpenAI✓ Fb, IG, WhatsApp✓ 100+ kostenlose Templates✓ 19 Miniapps	<ul style="list-style-type: none">✓ Zapier, Make, Pabbly✓ Google Sheet✓ Stripe, Paypal✓ OpenAI✓ Fb, IG, WhatsApp, TG✓ Google Business, SMS, +10 andere Channels✓ Native eCommerce✓ Shopify✓ GoHighLevel Integration✓ Fb Conversion API✓ E-Mails in den Flows✓ Multilanguage Flows
ADDONS <ul style="list-style-type: none">+ 1 Bot+ 1 Workspace Member+ 1000 Botusers		
je €7 /mo	€29 /mo	€129 /mo

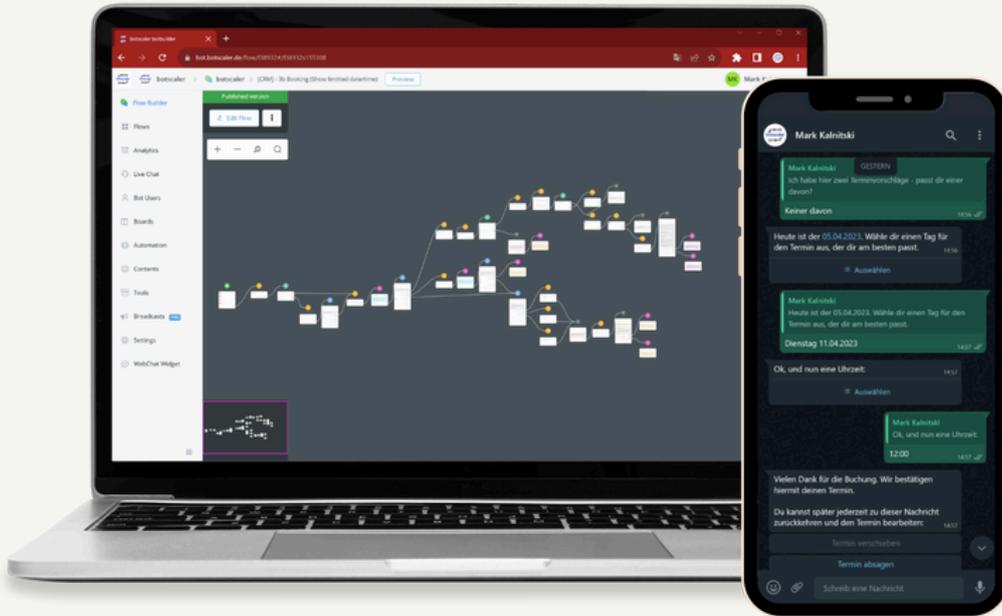
DIE KURZFASSUNG BITTE...

OK, HIER IST DIE **KURZFASSUNG** :

1. DIE MÖGLICHKEITEN MIT WHATSAPP CHATBOTS UND CHATGPT SIND GRENZENLOS.
2. DU KANNST EINER DER ERSTEN SEIN, DIE WHATSAPP SYSTEMATISCH MONETARISIEREN.
3. LASS DEIN LEADQUALIFIZIERUNG, DEINE TERMINVEREINBARUNG, DEINEN NEWSLETTER, DEINE RABATTAKTIONEN, DEIN RECRUITING, DEINEN KUNDENSERVICE UND DEIN FULFILLMENT VOLLAUTOMATISCH ÜBER WHATSAPP LAUFEN.
4. LERNE EINFACH IN UNSEREM [BOTSCALER KURS](#) WIE CHATBOTS GEBAUT WERDEN - KEINE SORGE, DU MUSST NICHT CODEN.
5. ODER ARBEITE MIT UNS ZUSAMMEN, DANN HELFEN WIR DIR ENTWEDER IN UNSERER [BOTSCALER AKADEMIE](#) ODER DURCH UNSEREN [BOTSCALER DONE FOR YOU SERVICE](#) DEIN BUSINESS AUF AUTOPILOT ZU STELLEN.

COOL, DANKE!

GEKAUFT!



DAS WHITEPAPER WURDE ERSTELLT VON

**MARK KALNITSKI
HEAD OF PRODUCT**

**CHATBOT-BUILDER: [BOT.BOTSCALER.DE](https://bot.botscaler.de)
CRM SYSTEM: [CRM.BOTSCALER.DE](https://crm.botscaler.de)
COMMUNITY UND KURSE: [WWW.BOTSCALER.DE/MEMBERS](https://www.botscaler.de/members)
SUPPORT: [WWW.BOTSCALER.DE/TICKET](https://www.botscaler.de/ticket)**

**SOCIAL MEDIA:
TIKTOK: [@BOTSCALER](https://www.tiktok.com/@botscaler)
INSTAGRAM: [@BOTSCALER](https://www.instagram.com/botscaler)
FACEBOOK: [@BOTSCALER](https://www.facebook.com/botscaler)
YOUTUBE: [@BOTSCALER](https://www.youtube.com/botscaler)**

BOTSCALER UG (HAFTUNGSBESCHRÄNKT)

**MARKGRAFENSTRASSE 62
D-79115 FREIBURG
HRB 278260, AG FREIBURG
UID: DE359313471**

**TEL: +49 (0) 761 / 45 89 57 06.
FAX: +49 (0) 761 / 55 76 90 09**