

PRESSEMITTEILUNG

WhatsApp als neuer Kontaktkanal im B2B-Vertrieb

Jedes fünfte B2B-Unternehmen nutzt WhatsApp zur Kundenkommunikation, mangelnde Rechtssicherheit dennoch große Eintrittsbarriere

Karlsruhe/Köln, 13. Februar 2019. Seit der Messengerdienst WhatsApp im August letzten Jahres die offizielle Businessschnittstelle gelauncht hat, haben bereits einige B2B-Unternehmen Erfahrung mit der Kundenkommunikation über den Messenger gesammelt. Ob WhatsApp in der B2B-Kundenkommunikation langfristig Einzug hält, zeigt der aktuelle B2B E-Commerce Konjunkturindex, eine Initiative der IntelliShop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln.

Wird WhatsApp zum Erfolgsfaktor in der B2B-Kundenkommunikation?

Jedes fünfte B2B-Unternehmen nutzt WhatsApp bereits zur Kundenkommunikation. Etwa ebenso viele, 18 Prozent, sehen heute bereits einen hohen Stellenwert von WhatsApp in der B2B-Kundenkommunikation. Im Gegenzug schätzen jedoch rund 80 Prozent der befragten Unternehmen den aktuellen Stellenwert von WhatsApp (noch) als „eher gering“ oder „sehr gering“ ein. Neben offenen Fragen rund um die **Einsatzmöglichkeiten von WhatsApp** in der direkten Kundenkommunikation ist vor allem die **mangelnde Transparenz rund um die Rechtssicherheit** des Messengerdienstes eine Eintrittsbarriere für die Nutzung.

Nutzen vor allem für individuelle Kundenbetreuung

Zwei Drittel der Befragten schreiben WhatsApp im Rahmen der **individuellen Kundenbetreuung sowie im direkten Kundensupport einen hohen Nutzen zu**. Als Vertriebskanal für produktbezogene Informationen oder Produkt-Releases oder als **Alternative zum klassischen E-Mail-Marketing** sehen die Befragten WhatsApp eher weniger. Nur 24 bzw. 18 Prozent der Teilnehmer bewerten WhatsApp hier als nützlich.

WhatsApp-Nutzung im Außendienst meist nicht zentral geregelt

Ob Außendienstmitarbeiter über WhatsApp mit Kunden kommunizieren, wird bei der Hälfte der befragten Unternehmen nicht von der Geschäftsleitung vorgegeben. 48 Prozent der Befragten geben an, dass es in ihren Unternehmen den Außendienstmitarbeitern selbst überlassen ist, ob sie mit Kunden per WhatsApp kommunizieren oder nicht. Vorteile werden dabei in der sehr **direkten und unkomplizierten Kommunikation** gesehen.

Positive Beurteilung der aktuellen Umsätze zum Jahreswechsel

61 Prozent der Befragten beurteilen die E-Commerce-Umsätze ihres B2B-Unternehmens im November/Dezember 2018 als (sehr) positiv. Dadurch steigt der Index der aktuellen E-Commerce-Umsätze deutlich auf 150,0 Punkte (plus 15,7 Punkte). Auch der Index zur Beurteilung der aktuellen Gesamtumsätze kann einen Anstieg gegenüber der Vorbefragung verzeichnen. Er steigt um 7,5 Punkte auf nun insgesamt 138,9 Punkte. Im Vergleich zum Vorjahr sind beide Werte jedoch etwas niedriger.

Auch wenn die Erwartungen für die Umsatzentwicklungen in den kommenden zwölf Monaten bei diesen Aufwärtstrends nicht mithalten können, sind beide trotz leichten Minus weiterhin auf einem positiven Niveau deutlich über der neutralen 100-Punkte-Grenze. Im Vergleich zur Vorbefragung im September/Oktober sinken die Erwartungen an die E-Commerce-Umsätze leicht um 1,7 Punkte auf 161,1 Punkte. Die Gesamtumsätze fallen um 4,6 Punkte auf knapp 158,3 Punkten.

Den vollständigen Berichtsband zum kostenlosen Download finden Sie unter:
www.b2b-ecommerce-index.de

*Sie sind ebenfalls eine B2B-Ecommerce Unternehmen und möchten zukünftig selbst an der Befragung teilnehmen? Die Teilnahmemöglichkeiten als Panelist finden Sie unter: **www.b2b-ecommerce-index.de/umfrage/teilnahme/***

Über den B2B E-Commerce Konjunkturindex

Der B2B E-Commerce Konjunkturindex beruht auf einer zweimonatlichen Befragung von Entscheidern und Projektverantwortlichen aus deutschen B2B-Unternehmen. Die Unternehmen beurteilen ihre aktuellen Umsätze und ihre Erwartungen an die Umsatzentwicklung in den folgenden zwölf Monaten auf einer 5-Punkte-Skala von „sehr negativ“ bzw. „stark verschlechtern“ bis „sehr positiv“ bzw. „stark verbessern“. Die ausgewiesenen Werte des B2B E-Commerce Konjunkturindex berechnen sich als Differenz der Anteile positiver und negativer Beurteilungen der aktuellen bzw. erwarteten Umsätze und Ausgaben plus 100. Somit bedeutet ein Wert von 100, dass der Anteil positiver Rückmeldungen genauso groß ist wie der Anteil negativer Rückmeldungen.

Für die Erhebung wurden im Zeitraum vom 14.01.2019 bis zum 27.01.2019 36 Entscheider und Projektverantwortliche aus überwiegend international tätigen B2B-Unternehmen online befragt. Es handelt sich um nicht repräsentative Umfrageergebnisse. Thema der Befragung war der Einsatz von WhatsApp im B2B-Vertrieb. Die Studie wurde im Auftrag der Intellishop AG in Zusammenarbeit mit dem ECC Köln durchgeführt. Die Ergebnisse stehen zum kostenlosen Download unter folgendem Link zur Verfügung: www.b2b-ecommerce-index.de

Die nächste Erhebung startet im März 2019. Teilnehmen können alle B2B-Unternehmen, die Umsätze über internetbasierte und digitalisierte Angebots- und Auftragsprozesse generieren. Mit Ihrer Teilnahme an den Umfragen des B2B E-Commerce Konjunkturindex können auch Sie dazu beitragen, mehr Transparenz in den deutschen B2B-Onlinehandel zu bringen und profitieren außerdem von kostenfreien Ergebnissen.

Die Teilnahmemöglichkeiten als Panelist finden Sie unter:
www.b2b-ecommerce-index.de/umfrage/teilnahme/

Über die IntelliShop AG

Als deutscher Softwarehersteller entwickelt die IntelliShop AG seit 2004 Enterprise B2B-Commerce-Lösungen für die internationalen Vertriebs- & Handelsstrukturen von Großkunden. Die IntelliShop Experten setzen ihren Fokus auf eine kompromisslose Kundenzufriedenheit und eine zielgerichtete, digitale Umsatzsteigerung. Ergänzt werden die Produkte durch zusätzliche Dienstleistungen im Bereich Professional Services und Outsourcing-Services.

Zu den Kunden gehören zum Beispiel Eppendorf, Miltenyi Biotec, Wieland Electric, Gemü, Jordan, Knauf, Kaut-Bullinger, Nordwest Handel, T-Mobile, telering oder eismann.

www.intellishop-software.com

Über das ECC Köln

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club (www.ecc-club.de) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. *Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln.*

Was können wir für Sie tun? www.ecckoeln.de

Ihr Redaktionskontakt

IntelliShop AG
Alina Harthan
Amalienbadstraße 41
76227 Karlsruhe

Tel. +49 721 381341-717
Fax +49 721 381341-760
alina.harthan@intellishop.ag

ECC Köln
Melanie Günther
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Tel. +49 221 943607-23
Fax +49 221 943607-59
m.guenther@ifhkoeln.de