

MEDIENINFORMATION

WhatsApp ist der beliebteste Kanal für Freundschaftswerbung

- *Aklamio-Auswertung: 63 % aller Empfehlungen kommen von mobilen Endgeräten*
- *WhatsApp wichtigster Kanal*
- *Multichannel-Freundschaftswerbung kann Unternehmen einen Uplift von 10 bis 20 % einbringen*

Berlin, 6. September 2016_ Der Wert persönlicher Empfehlungen ist ungebrochen – und verlagert sich zunehmend in die digitale Welt. Vor allem Mobile wird für die User immer interessanter: Aklamio hat sich das Empfehlungsverhalten seiner aktuell 500.000 User in Deutschland genauer angeschaut. Demnach kamen im ersten Halbjahr 2016 bereits 63% aller Empfehlungen über mobile Endgeräte. In Hinblick auf die Nutzung einzelner Kanäle führt WhatsApp das Ranking an: 44 % aller mobil getätigten Empfehlungen entfallen bereits auf den Messenger.

Wie Aklamio außerdem ermittelte, steht WhatsApp vor allem bei Themen rund um Telekommunikation hoch im Kurs. So werden Produkte wie Internet-Flats, All-Net-Flats oder DSL sowie Smartphones (Hardware) besonders gern über WhatsApp empfohlen, aber auch Kreditinstitute und Banken sowie Zahlungsanbieter sind vorn mit dabei.

Trends wie diese zeigen, dass werbetreibende Unternehmen nicht nur gut darin beraten sind, ihr Empfehlungsmarketing überhaupt aufzubauen, sondern auch auf einen Multichannel-Ansatz zu setzen. „Unternehmen sollten die eigenen Kunden entscheiden lassen, über welche Kanäle sie werben wollen“, erklärt Robert Wetzker, CEO und Mitgründer von Aklamio. Durch die Bereitstellung der passenden Kanäle lassen sich die Abschlüsse pro Werber deutlich steigern. „Die klassische Freundschaftswerbung per E-Mail ist inzwischen nur noch ein Kanal von vielen. Tendenz sinkend.“, so Wetzker.

Dass Unternehmen Empfehlungsmarketing unbedingt aus dem Schattendasein herausholen sollten, belegen auch weitere Zahlen: So erreicht der Traffic aus Empfehlungen Conversionrates von bis zu 40% und damit ein Vielfaches herkömmlicher Werbekanäle. Denn: „92% der Kunden vertrauen mehr auf die Empfehlung von Freunden und Bekannten als auf klassische Werbeanzeigen.“ Ein Umstand, den Unternehmen auf keinen Fall unterschätzen sollten.

Bis zu 25 % Umsatzpotenzial verschenken werbetreibende Unternehmen, die ihre Kunden nicht gezielt als Markenbotschafter einsetzen. Hierfür bietet Aklamio eine

exklusive Technologie, um Freundschaftswerbung direkt und unkompliziert in die eigenen Angebote und eine Omnichannel-Umwelt zu integrieren. Aktuell vertrauen bereits mehr als 1.500 deutsche Partner dem Service von Aklamio; 500.000 Empfehler sind inzwischen allein in Deutschland registriert. Dies entspricht einem Wachstum von 300% über die letzten 12 Monate.

Über Aklamio

2011 gründeten Robert Wetzker (CEO) und Holger Grosse (CTO) Aklamio. Der Spezialist für Empfehlungsmarketing mit Hauptgeschäftssitz in Berlin beteiligt Endverbraucher, die ihre Lieblingsprodukte und Dienstleistungen per E-Mail, Facebook, Twitter oder WhatsApp teilen, an den generierten Umsätzen. Werbetreibende Unternehmen können sich entweder als Partnership registrieren lassen oder die exklusive Technologie für Freundschaftswerbung direkt in ihre eigenen Systeme integrieren und so durch Kundenempfehlungen ihren Umsatz steigern. Aklamio ist neben Deutschland derzeit in Österreich, der Schweiz, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien verfügbar. Noch in diesem Jahr soll das Angebot um weitere 12 Länder erweitert werden. In Deutschland vertrauen bereits 1.500 Partner auf den Service von Aklamio; 500.000 Empfehler werden von aklamio bereits am Erfolg ihrer Empfehlungen beteiligt.

Weitere Informationen unter www.aklamio.com/for-companies

Verfügbares Bildmaterial: Infografik Multichannel

