

Der WhatsApp-Share Button



© Artistan - Fotolia.com

#61919737

Es gibt einen „share“ Button für Whatsapp. Angeblich wird der auf BuzzFeed schon öfter geklickt als der Twitter-Button. Ist ja auch attraktiver, Inhalte von Person zu Person zu teilen, anstatt mit der ganzen Community. Da diese Funktion schon vor der Übernahme durch Facebook verfügbar war, erklärt sich auch langsam der hohe Kaufpreis von Whatsapp. Vorerst ist der Button nur für iOS verfügbar, Android wird aber sicher bald nachziehen.

Implementiert wird er durch eine denkbar einfache Code-Zeile, der einen nativen Deeplink zu Whatsapp erzeugt: `Send`

Für HTML oder Java sehen die Zeilen folgendermaßen aus:

HTML: `Send`

Javascript: `(navigator.userAgent.match(/(iPhone)/g)) ? $(".whatsappLink").fadeOut() : null ;`

Zu beachten ist dabei, dass der Nutzer von einem Smartphone kommt – die Zielseite muss also nutzbar für mobile Geräte sein! Außerdem wird in einer Konversation auf Whatsapp über den geharten Inhalt geredet – es wäre sinnvoll, Absätze zur Verfügung zu stellen, die schnell markiert und kopiert werden können. Auch eine Überschrift oder ein Teaser sollte so aussagekräftig wie möglich sein.

Bedenkt man die halbe Milliarde Nutzer von Whatsapp weltweit und die 30 Millionen Nutzer in Deutschland, hat der Whatsapp Button gute Chancen, ein wichtiges Marketingmittel zu werden. Vor

allem und gerade wegen der Verbindung zu Facebook!

Update 1.7.2014:

Es gibt für WordPress ein Plugin, welches dir automatisch einen WhatsApp-Share Button einbindet, wenn der Nutzer mit einem iOS oder iPhone unterwegs ist. Das Plugin findet ihr hier:

<http://www.edelnerd.de/WhatsApp-sharer.zip>,

der Tipp kommt von hier: <http://www.edelnerd.de/anleitungen/online-inhalte-per-whatsapp-button-teilen>.

Danke, Carsten, für das Plugin!

Und noch ein Update (17.9.2014):

Torben Leuschner hat einen interessanten Test mit dem Whatsapp Button gemacht: Auf die mobile Version einer Webseite bastelte er einen Whatsapp-Button, auf der Desktopversion einen Facebook Share Button. Das Ergebnis war erstmal eindeutig

“Die Conversion Rate des WhatsApp-Buttons war auf mobilen Geräten vier Mal höher, als die des Facebook-Buttons auf Desktops-Browsern.” Nachzulesen auf [OnlineMarketing.de](http://www.onlinemarketing.de).

Natürlich ist dieser Test nur bedingt aussagekräftig. Ein Whatsapp-Button ist für die direkten Freunde gedacht, mit Facebook lassen sich ungleich mehr Menschen erreichen. Und sicher ist es nicht sinnvoll auf der Desktop Version einen Whatsapp Button einzubauen. Aber auf der mobilen Version wäre ein direkter Vergleich zwischen Facebook- und Whatsapp-Button recht interessant.

Torbens Hinweis über einen Xing-Button wenig beachteten Gedanken ins Spiel: Je nach Zielgruppe und Inhalt, könnten Marketeers mit verschiedenen Buttons experimentieren, um eine optimierte Verbreitung des Contents zu generieren. So könnte man zwei Versionen eines Whitepapers erstellen, einmal mit einem Xing-, LinkedIn- und GooglePlus- Button, einmal nur mit Facebook-Button (oder Mail-Button). Wer Studien, Untersuchungen oder Erfahrungsberichte über solche A/B Tests kennt, her damit!

Update 18.9.2014

Laut [Techcrunch](http://techcrunch.com) wird Facebook mit der App “Moments” den Nutzern anbieten, Nachrichten und Links



nur mit dem engsten Freundeskreis zu teilen. erinnert sehr stark an Whatsapp, die App soll aber erstmal unter Facebook Mitarbeitern getestet werden.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX