



Sie haben Lust, Ihren Kunden etwas Neues anzubieten und möchten regelmäßig mit ihnen in Kontakt bleiben? Dann ist vielleicht ein Whats-App-Newsletter für Ihre Werkstatt genau das Richtige: kostenlos, nicht viel Aufwand und Sie können auf einen Schlag jede Menge Kunden erreichen.

Allerdings haben Whats-App-Newsletter auch Nachteile. Deswegen sollten Sie sich gut überlegen, ob ein Whats-App-Newsletter die Anforderungen erfüllt, die Sie sich wünschen:

Vorteile eines Whats-App-Newsletters:

- kostenlos
- wenig Aufwand
- hohe Öffnungsrate durch Push-Notifications
- kurz & knapp - abverkaufsfördernd

Nachteile eines Whats-App-Newsletters:

- es werden nur Bestandskontakte erreicht
- Datenschutzrechtlich nicht einwandfrei
- kaum Auswertungsmöglichkeiten
- Standardversion: Maximal 100 Empfänger

Whats-App-Newsletter erstellen

Einen Whats App-Newsletter zu erstellen ist eigentlich ganz einfach. Nutzen Sie das Gerät, das auch der Absender von den künftigen Whats-App-Newslettern sein soll. Gehen Sie auf Chats und dann oben auf „Broadcast“. Dort können Sie eine neue Liste erstellen. Wählen Sie nun erste Whats-App-Kontakte, die Sie in den Newsletter aufnehmen möchten. Bis zu 100 Handynummern können Sie der Broadcast-Liste hinzufügen.



So funktioniert die Whats-App-Broadcast-Funktion

Sie können nun eine Nachricht an die gewünschte Broadcast-Liste versenden. Jeder Empfänger erhält Ihre Nachricht als normale Chat-Nachricht in Whats App. Das bedeutet: Der Empfänger kann auf Ihre News ganz normal antworten. Die Antwort empfangen dann allerdings nur Sie, nicht die anderen Mitglieder der Broadcast Gruppe. So können Sie mit einem geringen Zeitaufwand und ohne Ausgaben in einen Dialog mit bis zu 100 Kunden treten.

Mehr Empfänger? Zwei Lösungen.

Wenn Sie mehr als 100 Kunden erreichen möchten, gibt es zwei Möglichkeiten: Die erste ist ganz einfach mehrere Broadcast-Listen anzulegen und die Nachricht dann jeweils an die entsprechenden Listen zu versenden. Wenn Sie allerdings 1.000 Kontakte haben, wird das schnell unübersichtlich. Bei so vielen Kontakten empfiehlt es sich, auf einen professionellen Anbieter für Whats-App-Newsletter zurück zu greifen. Im Internet finden Sie unterschiedliche Anbieter, die spezielle Software-Lösungen für den Massenversand von Whats-App-Newsletters entwickelt haben.

Der Vorteil, wenn Sie auf professionelle Services zurückgreifen: Die Abwicklung und der Versand an viele Empfänger ist deutlich einfacher. Zusätzlich stehen Ihnen praktische und professionelle Lösungen zur Verfügung. Aber: Natürlich lassen sich das die Software-Anbieter auch bezahlen. Es macht also Sinn, dass Sie vor der Entscheidung für einen Anbieter, genau Preise und Leistungen vergleichen.

Achtung Fremdanbieter: Wenn Sie sich dazu entscheiden, mit einem professionellen Anbieter für Whats-App-Newsletter zusammenzuarbeiten, denken Sie daran, einen Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung abzuschließen. (Eine entsprechende Vorlage finden Sie hier: <https://www.gdd.de/gdd-arbeitshilfen/praxishilfen-ds-gvo/praxishilfen-ds-gvo>)

Mit diesem stellen Sie sicher, dass der Dienstleister mit Ihren Kundendaten sorgsam umgeht.

Datenschutz beim Whats-App-Newsletter

Grundsätzlich gilt: Whats App kann aktuell nicht komplett rechtssicher im geschäftlichen Umfeld eingesetzt werden. Die Datenschutzrichtlinien des Messenger-Dienstes lassen den gewerblichen Einsatz aktuell nicht zweifelsfrei zu. In der Realität nutzen jedoch viele Kleinunternehmen den Service, um optimal und unkompliziert mit Kunden kommunizieren zu können. Sie sollten als Unternehmer immer einschätzen, wie das Verhältnis von Nutzen und Risiko ist und anhand dessen eine Entscheidung treffen.

Unabhängig vom Einsatz von Whats App ist es unbedingt geboten, ausschließlich die Kunden anzuschreiben, deren Freigabe Sie haben. Das bedeutet: Die Kunden müssen explizit ihr Einverständnis zum Empfang des Whats-App-Newsletters geben. Das kann allerdings auf unterschiedlichen Wegen passieren.

Flyer

Verteilen Sie für Ihre Werkstatt Flyer, auf denen auf den Whats-App-Newsletter hingewiesen wird. Auf dem Flyer können Sie prominent die Handynummer angeben, so dass Kunden sich dann mit einer Nachricht an diese Telefonnummer (zum Beispiel „Start“) anmelden können.

Sie müssen dann die jeweiligen Nummern manuell in Ihre Broadcast-Liste aufnehmen. Dieses Verfahren nennt man einfaches Opt-In-Verfahren.

Einverständnis am Tresen

Alternativ können Sie Ihre Kunden auch in der Werkstatt zum Newsletter einladen. Lassen Sie sich das vom Kunden aber unbedingt schriftlich geben, am besten mit einer Unterschrift. Diese Einverständniserklärungen sollten Sie dann archivieren, so dass Sie im Fall des Falles nachweisen können, dass ein Einverständnis vorlag.

Double-Opt-In

Wenn Sie sich mit dem Thema schon einmal beschäftigt haben, kennen Sie sicher auch das so genannte Double-Opt-In-Verfahren. Dieses Verfahren ist die sicherste Variante, das Einverständnis einzuholen, es muss jedoch technisch umgesetzt werden, damit auch eine Dokumentation vorliegt.

Der Kunde meldet sich - online - an und erhält dann eine Rückversicherung via Mail oder Whats App, die er erneut bestätigen muss. Diese Lösung bieten alle professionellen Anbieter an.

Unabhängig davon, für welche Lösung Sie sich entscheiden: Beachten Sie, dass Sie bei allen

Varianten auf die Möglichkeit des Widerrufs hinweisen, so will es das Datenschutzgesetz. Grundsätzlich sollten Sie Ihren Kunden jederzeit die Möglichkeit geben, sich von Ihrem (Whats-App)-Newsletter wieder abzumelden.