

Pressemitteilung

WhatsApp Business für kleine Unternehmen – Chancen und Herausforderungen

München, 09.12.2021 – Die Software-Bewertungsplattform Capterra führte eine Studie zur Akzeptanz und Nutzung von WhatsApp und WhatsApp Business durch. Dazu wurden mehr als 1000 WhatsApp-Nutzer in Deutschland befragt, um mehr über die Vorteile, Probleme und Datensicherheitsbedenken der Konsumenten zu erfahren.

Highlights der Studie:

- 68 % der WhatsApp-Nutzer fühlen sich unwohl, ihre Kreditkarten- oder Kontendaten mit WhatsApp zu teilen; und fast die Hälfte der Nutzer würde die Bezahlungsfunktion nicht nutzen, wenn sie verfügbar wäre.
- 36 % haben ihre Datenschutzeinstellungen eingeschränkt, ein Drittel der Nutzer sind sich hingegen der Option nicht bewusst.
- Bedenken zur Datensicherheit zeigen sich vor allem, wenn es um das Teilen von Kreditkarten & Kontendaten, Bildarchiv, Adressbuch und Kaufhistorie geht.
- 55 % finden die Terminvereinbarung über WhatsApp hilfreich.

Was halten Nutzer von den Kernbereichen in WhatsApp Business?

- Terminvereinbarungen in WhatsApp sind beliebt

55 % der befragten Nutzer haben bereits einen Termin mit einem Geschäft oder Service per WhatsApp vereinbart. Dabei wurden vor allem Termine für Restaurants und Bars, ärztliche Termine oder Schönheitsservices ausgemacht. 86 % finden die Terminvereinbarung über WhatsApp hilfreich bzw. sehr hilfreich. Kunden sind sehr interessiert an der einfachen Terminvergabe und schnellen Kontaktaufnahme und würden die Option oft nutzen, wenn sie verfügbar wäre.

- Die neuen Funktionen zum Produktkatalog und Warenkorb sind noch ungenutzt

Produktkatalog und Warenkorb sind noch weitgehend unbekannt in Deutschland. So haben 92 % der WhatsApp-Nutzer noch nie davon gehört. Nur 5 % haben diese Funktionen bereits genutzt. Sie finden jedoch auch bei den Nicht-Nutzern Anklang: 42 % geben an, dass der Produktkatalog und Warenkorb wertvoll sein könnten. Allerdings zeigen sich Vorbehalte, dass der Shop den Chat nutzen könnte, um Werbung/Spam zu schicken (29 %).

- Bezahlen auf WhatsApp zeigt geringe Erfolgsaussicht in Deutschland

Geldüberweisungen über WhatsApp sind bereits in Indien und Brasilien möglich. Es ist daher nicht auszuschließen, dass diese digitale Zahlungsmethode auch in Deutschland in nicht allzu ferner Zukunft möglich sein wird. Allerdings würde knapp die Hälfte der Nutzer (48 %) die Bezahlungsfunktion nicht nutzen wollen. Immerhin geben 43 % an, sie würden die Funktion ausprobieren und 9 % wollen sie auf jeden Fall nutzen. Als die Hauptgründe für die Ablehnung wurde die Präferenz anderer Zahlungsmittel (47 %) und Datensicherheitsbedenken (34 %) bei Zahlungen über WhatsApp genannt.

- Umfragen zur Kundenzufriedenheit auf WhatsApp werden selten durchgeführt

WhatsApp-Umfragen sind eine kostengünstige Strategie für ein schnelles, unkompliziertes Kundenfeedback. Nur 5 % haben bisher an einer Umfrage zur Kundenzufriedenheit über WhatsApp teilgenommen. Dabei wollten Kunden vor allem teilen, was ihnen an den Produkten und Dienstleistungen des Geschäfts gefällt. Kunden sind durchaus offen, an Umfragen teilzunehmen, besonders im Gegenzug für einen Anreiz wie einem Preisnachlass, Gutschein oder Geschenk (26 %).

Herausforderung: Die Datensicherheit der Plattform

„Die verschiedenen Einsatzbereiche von WhatsApp Business hören sich vielversprechend an. Das größte Problem des Messaging-Dienstes sind jedoch Bedenken zur Datensicherheit. Vor allem, wenn es um die Weitergabe von persönlichen Daten, Zahlungen per WhatsApp sowie der Aufzeichnung von Bildarchiv, Kreditkarten und Kaufhistorie geht, haben Nutzer kein Vertrauen in die Anwendung“, erklärt Ines Bahr, Senior Content Analyst bei Capterra.

WhatsApp-Nutzer sollten die App-Einstellungen zur Privatsphäre anpassen. Ein Drittel der Nutzer wussten nicht, dass der Zugriff begrenzt werden kann. Immerhin haben 36 % die Weitergabe von Daten bezüglich Geo-Standort, Mikrofon-Zugang oder Online-Status eingeschränkt. 26 % wissen von den Datenschutzeinstellungen, aber haben sie nicht geändert.

Kleine Unternehmen können WhatsApp nutzen, um über den gesamten Verkaufszyklus mit ihren Kunden zu kommunizieren. Die App kann eine Bereicherung für Kunden sein, vor allem wenn keine persönlichen Daten geteilt werden müssen. Es sollte jedoch nicht die alleinige Form der Kontaktaufnahme sein.

Methodik der Umfrage

Die Online-Umfrage wurde im November 2021 mit 1029 Teilnehmern aus Deutschland durchgeführt. Qualifizierte Teilnehmer sind zwischen 18 und 75 Jahre alt und nutzen WhatsApp.