

Leitfaden

Push Marketing

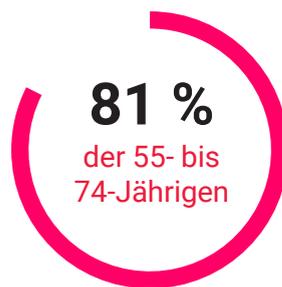
Content Distribution & Remarketing für intensive Kundenbeziehungen
auf Desktops, iOS- und Android-Phones mit und ohne App

 **Signalize**

Marketing-Kommunikation im Messaging-Zeitalter

Smartphones in Kombination mit Social Media und Messenger-Diensten haben das Kommunikationsverhalten nachhaltig verändert. Unternehmen benötigen eine agilere Marketing-Kommunikation als bislang, um mit ihren Kunden Schritt zu halten. Die neuen Kommunikationsformen stellen Marketer aber nicht nur vor Herausforderungen, sondern bringen auch die Chance mit sich, viel dichter an den Kunden heranzukommen und häufiger in Kontakt zu treten. Dies gelingt allerdings nur dann, wenn die Kommunikation passend und wertvoll ist. Denn in der neuen Messaging- und Feed-Ära entscheidet der Kunde, wer ihn wie informieren, inspirieren, unterhalten und mit Angeboten versorgen darf.

**Nutzer da
erreichen,
wo sie sind.**



besitzen ein Smartphone
in Deutschland

Quelle: Deloitte Mobile Consumer
Survey 2018

Kommunikation findet primär mobil statt: Selbst die Generation 55+ nutzt ihr Smartphone und die neuen Kommunikationskanäle intensiv.

**Nutzer so
erreichen,
wie sie es
wollen.**



Gefragt sind kurze, knackige Inhalte in hoher Frequenz.

Nutzer wollen dabei die Auswahl haben, über welche Kanäle sie auf dem Laufenden gehalten werden möchten.

Und sie erwarten wertvolle Kommunikation, die zu ihnen passt.

**Der direkte
Draht zum
Kunden ist
so wichtig
wie nie
zuvor.**

Owned Media First.

Zwei Herausforderungen beschäftigen Marketer aktuell: Einerseits ist Ad Remarketing durch stärker durchgesetzte gesetzliche Vorschriften und die Einschränkungen von Browserseite massiv in Gefahr.



Remarketing versus Datenschutz

Wird die Pflicht zu informierter, gleichwertiger Cookie-Zustimmung und -Ablehnung erfüllt, leidet Cookie-basiertes Advertising gewaltig.

Ebenso verschärfen Apple und Mozilla stetig die Tracking Protection ihrer Browser.

Eine Alternative bietet hier Permission Marketing, das ohne persönliche Daten auskommt und ausgewiesener Maßen DSGVO-konform ist.

Andererseits wird der Zugang zum Kunden immer stärker durch Gatekeeper kontrolliert und zum Kern des Geschäftsmodells erklärt. Das erzeugt unweigerlich Abhängigkeiten und steigende Kosten.



Gatekeeper-Plattformen

Wer den Kundenzugang kontrolliert, kontrolliert den Markt.

Im heutigen Online-Markt sind es vor allem die sogenannten GAFAs (Google, Amazon, Facebook und Apple), die den Markt mit attraktiven Services dominieren.

Je größer allerdings die Abhängigkeit, desto größer das Risiko, bei Algorithmus-, Kosten- und anderen Änderungen abgehängt zu werden.

Warum ein neuer Kanal?

Es gibt doch E-Mail!

Strategisch gesehen sind E-Mail- und Push-Marketing sehr ähnlich. Im Marketing-Mix sollte es aber nicht um die Frage gehen, ob E-Mail, Social Media oder Push. Vielmehr ist die

intelligente Kombination aller relevanten Kanäle entscheidend, wobei Push einzigartige Vorteile bietet:

E-Mail versus Push Notifications

- E-Mail ist nicht Realtime, sondern landet erst einmal im Postfach, womöglich noch im Werbe-Tab. Push Notifications hingegen haben eine nahezu 100%ige Sichtbarkeit gegenüber 25% Öffnungsrate bei E-Mail*.
- E-Mails zu erstellen und versenden ist aufwändig. Push Notifications zu erstellen macht sogar richtig Spaß: Kurzttext, Link und Thumbnail-Bild – fertig!
- E-Mail eignet sich für umfassendere Inhalte und wöchentliche bis monatliche Updates, die sich nicht so auf der Website wiederfinden. Push Notifications vertragen häufigere Frequenzen und promoten auch „kleine“ News, Tipps, Angebote und andere Info-Häppchen hervorragend. Eben Kommunikation im Messenger-Stil.

*Quelle: Branchen Benchmark E-Mail Marketing Newsletter2Go 2019

Hier sind sie:

Die drei Arten von Push Notifications

Übersicht:

Web Push

Auf Desktops und Android-Smartphones.

App Push

Nachrichten aus nativen iOS- und Android-Apps.

Wallet Push

Benachrichtigungen via Wallet News Card auf iPhones.

01.

Web Push

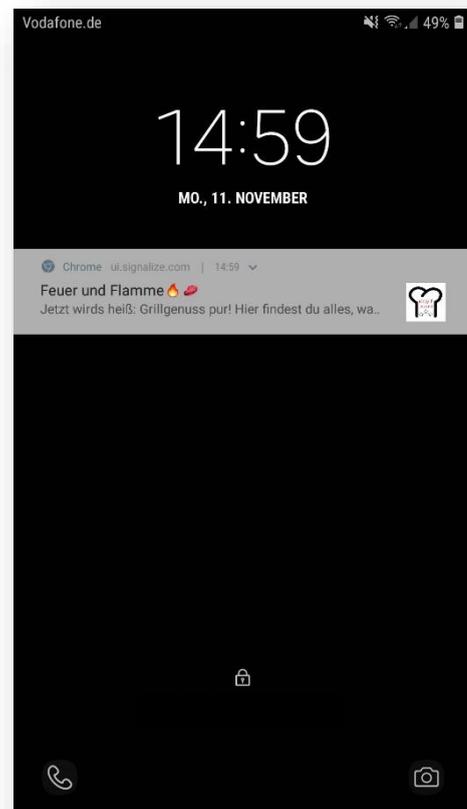
Messenger-like via Browser ohne Inhalts- und Versand-Limits

So funktioniert Web Push

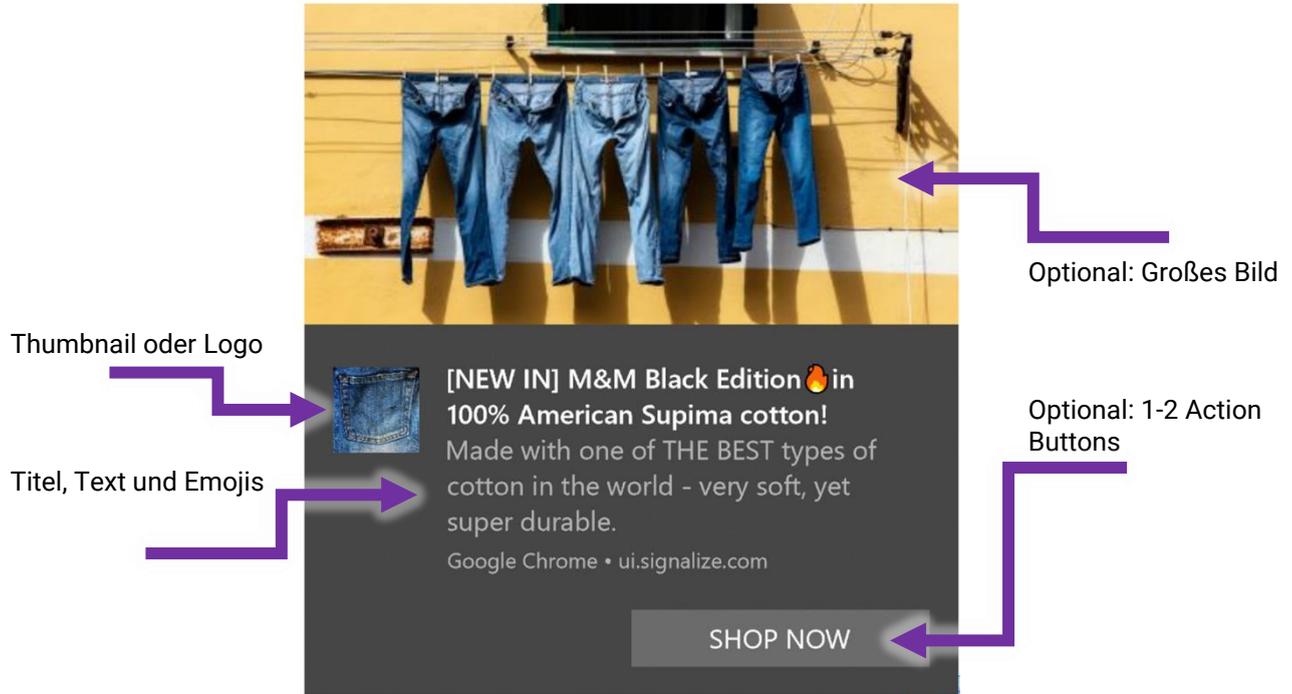
Auf der Website können Besucher zum Empfang von Nachrichten einwilligen.

Anschließend erhalten Empfänger Nachrichten direkt auf ihrem (Sperr-) Bildschirm.

Per Klick auf die Nachricht werden sie auf die Zielseite geführt.

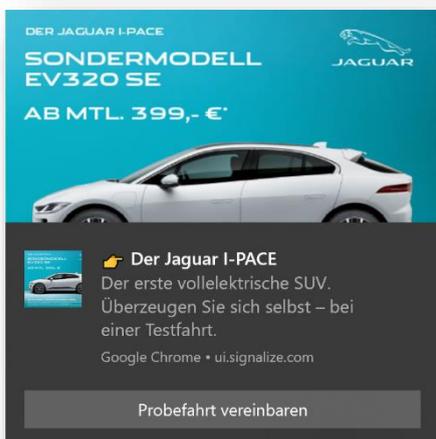


Anatomie einer Web Push Notification



The diagram illustrates the components of a web push notification using a notification for jeans as an example. The notification is shown in a dark grey box with a white background for the main content area. The components are labeled as follows:

- Thumbnail oder Logo:** A small image of a pair of jeans in the top left corner of the notification content area.
- Titel, Text und Emojis:** The main text of the notification, including the title "[NEW IN] M&M Black Edition 🔥 in 100% American Supima cotton!", the description "Made with one of THE BEST types of cotton in the world - very soft, yet super durable.", and the source "Google Chrome • ui.signalize.com".
- Optional: Großes Bild:** A large image of several pairs of jeans hanging on a rack, positioned above the notification box.
- Optional: 1-2 Action Buttons:** A "SHOP NOW" button located at the bottom right of the notification box.



DER JAGUAR I-PACE
SONDERMODELL EV320 SE
 AB MTL. 399,- €

Der Jaguar I-PACE
 Der erste vollelektrische SUV. Überzeugen Sie sich selbst – bei einer Testfahrt.
 Google Chrome • ui.signalize.com

Probefahrt vereinbaren



MALTO DEXTRIN 12

TNT Maltodextrin 12 - Jetzt in der Dose mit Dosierlöffel!
 Wir haben die Verpackung angepasst und sind auch dem vielfachen Wunsch nach einem Dosierlöffel nachgekommen.
 Google Chrome • powerfitnessshop.signalize.com

Jetzt bestellen mehr Infos



"Das doppelte Lottochen" 🤔 🐶
 Heute Abend liegen rund 7 Mio. Euro im Lottojackpot. Dazu noch einmal rund 3 Mio Euro im Spiel 77. Die Gassi-Runde kann also schon mal größer ausfallen. 🐾 🐾
 Google Chrome • saartoto.de

Hier mitspielen

02.

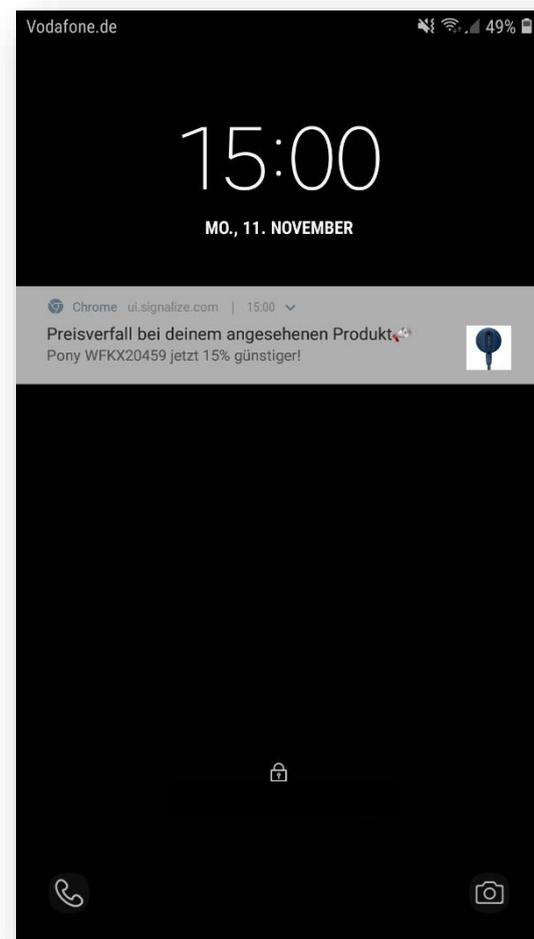
App Push

Ein Must-have für Apps

Besonders für Apps

Für viele wertvolle Benachrichtigungen aus Apps ist eine Anbindung per API an Backend-Systeme sinnvoll. So können zum Beispiel Informationen zu Reisebuchungen und Ähnliches versendet werden.

Daneben können auch beliebige Aktionen in den Apps oder auch längere Inaktivität Benachrichtigungen auslösen.



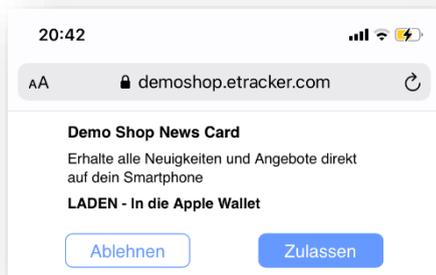
03.

Wallet Push

Mehr als nur Web Push-Ergänzung für iOS

So funktioniert Wallet Push

Auf der Website werden iOS-Besucher zum Hinzufügen einer News Card eingeladen.



Nach Hinzufügen der Card können Empfänger Nachrichten erhalten. Gleichzeitig kann die Wallet Card aktualisiert werden mit Angeboten, Codes und vieles mehr.

Außerdem lassen sich QR-Codes hinzufügen, Loyalty-Funktionen oder Geo-Fencing nutzen.



Push Notification Entscheidungs- Matrix

Wenn du eine Website hast und dir Kundenbindung wichtig ist...

>> Nutze Web Push Notifications

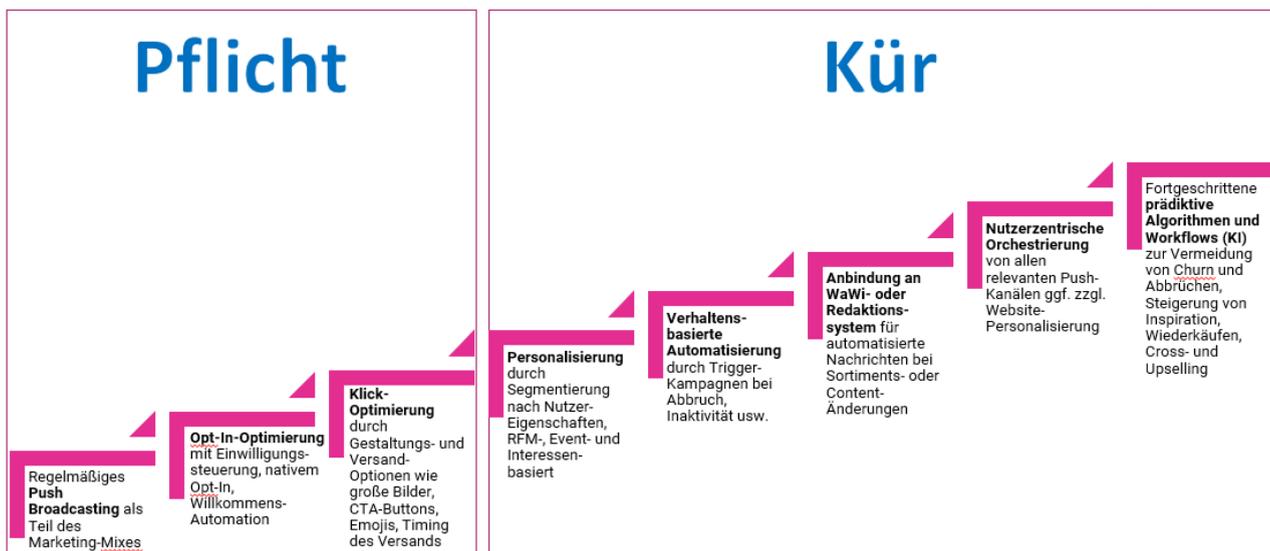
Wenn du eine App und ausreichend aktive Nutzer hast...

>> Nutze App Push

Wenn du eine Website hast und einen signifikanten iPhone-Anteil...

>> Nutze Wallet Push

Mit Blitzstart einfach loslegen



Schneller Time-to-Market und minimaler IT-Aufwand

Die Integration in Website und App ist dank Plugins für Standardsysteme in wenigen Minuten erledigt.

Mittels Feeds, Schnittstellen und angebotenen Diensten wie Zapier kann Mobile Push flexibel und nahtlos mit bestehenden CRM, ERP, PIM und Data Warehouses zusammenwirken.

Triggering, Automation Workflows und Customization

Der Schlüssel für hochindividualisierte Kommunikation auf Best-in-Class Niveau ist ein umfassend integriertes Tracking mit Audience Data Platform.

Entscheidend ist dabei auch die Service-Orientierung des Anbieters, um auf individuelle Anforderungen flexibel reagieren zu können.



Fazit: Push Marketing ist...

- » **der direkteste Weg zu Nutzern mit hohem Interesse**
- » **ein neuer Remarketing-Kanal in einem Ad-ähnlichen Format**
- » **günstig dank Versand-Flat und kostenlosen Basic-Editionen**
- » **effektive Content Distribution**
- » **State-of-the-Art Kommunikation**
- » **Datenschutz-konformes Permission Marketing**
- » **schnell integriert und eingerichtet**
- » **einfach nutzbar und macht Spaß**
- » **sensationell erfolgreich datengetrieben (verhaltens- und interessenbasiert)**
- » **besonders einfach automatisierbar in Kombination mit Wawi, CRM & Shop**

Über Signalize

Signalize ist die Push Marketing Automation Plattform, mit der Kunden zu Freunden werden. Für das Messaging-Zeitalter gebaut, wird Web und Mobile Push Marketing so für jedermann zum Kinderspiel. DSGVO-konform und auf Basis eigener Daten versenden Marketer mit **Signalize Free** Kurznachrichten in Echtzeit – absolut kostenlos, ohne Volumenbeschränkung und ohne Empfänger-Limit.

Signalize Premium bietet darüber hinaus umfangreiche Segmentierungs- und Automatisierungs-Funktionen sowie Multi-Sprachen-Unterstützung für die gehobenen Ansprüche von Marketing- und Kommunikationsprofis. Außerdem ermöglicht Signalize Premium den zentralen Versand von Nachrichten auch an MacOS-Nutzer sowie per Wallet und App Push über eine Oberfläche.

Einzigartig ist das Signalize Datenmanagement, bei dem sämtliche Touchpoints der Website und App zur Audience-Segmentierung verwendet werden können – komplett integriert und ohne aufwendiges Tagging.

Signalize ist die neue SaaS-Lösung von etracker, dem langjährigen Analytics-Experten aus Deutschland. Sie basiert im Kern auf der etablierten Audience-Tracking-Technologie, die mehrfach für den Datenschutz ausgezeichnet wurde.

www.signalize.com