

Erfolgreiche Push Notifications in nur sieben Schritten



Zielgerichtet mit Web Push Marketing Kunden ansprechen. Dies geschieht mit klickbaren Kurznachrichten, sogenannten Push Notifications, die direkt im Browser jeden Endgeräts erscheinen /

Foto: Collage Signalize/ Shutterstock

Mehr denn je sind Online-Marketer heute gefordert, die Zielgruppen ihres Unternehmens überall zu erreichen, optimal anzusprechen und letztlich auch zum Kauf, zur Kontaktaufnahme oder zu jedweder gewünschten Website-Conversion zu animieren. Ohne relevante Inhalte ? das ist mittlerweile bekannt ? geht es nicht, doch Format und Kanal spielen eine ebenso wichtige Rolle. Denn in Zeiten, in denen immense Mengen digitalen Inputs auf die Menschen einströmen, gilt es der immer kürzer werdenden Aufmerksamkeitsspanne und der wachsenden Konkurrenz im Internet mit ?snackable Content? smart entgegenzuwirken. Genau das kann Web Push Marketing leisten! Web Push Marketing ist ein Ansatz des Direktmarketings, mit dem sich Botschaften passgenau, ereignisbezogen sowie schnell und mit hoher Frequenz an die Zielgruppe übermitteln lassen. Dies geschieht mit klickbaren Kurznachrichten, sogenannten Push Notifications, die direkt im Browser jeden Endgeräts erscheinen, selbst wenn sich dieses im Sperrmodus befindet. Web Push ist ein WC3-Standard, den alle Browser unterstützen ? mit Ausnahme von iOS Safari, hier können Online-Marketer die Nachrichten aber über die iOS-Wallet ausspielen. So lassen sich potenzielle Kunden dort erreichen, wo sie ohnehin einen Großteil ihrer Zeit verbringen ? nämlich online.

Alle Vorteile von Web Push Marketing

- Die SMS-ähnlichen Kurznachrichten erregen Aufmerksamkeit und sind eine willkommene Abwechslung zu Newsletter-Artikeln.
- Ob via Browser oder iOS-Wallet ? Push

Notifications kommen immer an, sowohl auf dem Desktop als auch mobil.
 - Kein Datenschutz-Stress, denn der Datenschutz ist im W3C-Standard eingebaut. Alles läuft über den Browser und der Nutzer hat die Kontrolle.
 - Web Push Marketing lässt sich ohne Programmierkenntnisse implementieren.
 - Segmentierung, Automatisierung und die Anbindung an Drittsysteme eröffnen erhebliche Potenziale im Web Push Marketing.

Wie funktioniert der Push Service für Unternehmen?

Um die Kurznachrichten versenden zu dürfen, muss ein Nutzer lediglich durch Klicken eines Dialogfelds (Opt-in) einwilligen, Push Notifications vom Websitebetreiber erhalten zu wollen. An- und Abmeldung vom Web Push Service erfolgen ausschließlich über den Browser ? und das absolut datenschutzkonform, weil es keiner Erhebung personenbezogener Daten bedarf. Dass sich Web Push Marketing dank des eingebauten Datenschutzes ohne zusätzliche Anstrengungen rechtskonform einsetzen lässt, dürfte für viele Online-Marketer ein immenser Vorteil sein.

1. Web Push in die Marketing-Strategie einbinden

Das Potenzial von Web Push Marketing entfaltet sich, wenn Online-Marketer dieses gewinnbringend in ihre Marketing-Strategie integrieren. Web Push hat zahlreiche Vorteile gegenüber dem Newsletter-Versand, wie etwa eine höhere Akzeptanz, größere Sichtbarkeit und bessere Klickraten. Dennoch spielt es vor allem in der Ergänzung anderer Kanäle seine Vorzüge aus. So lassen sich beispielsweise Themen und Inhalte aus Newsletter-, Social Media- oder Event-Kampagnen problemlos wiederverwerten und als Push Notifications aufbereiten. Die einzelnen Nachrichten sowie ganze Kampagnen gilt es stets sorgfältig zu planen und festzuhalten, mit welchen Botschaften, Bildern und Angeboten welches Ziel im wahrsten Sinne ?gepusht? werden soll.

2. Das passende Tool auswählen

Die benötigte Web Push Lösung sollte leicht zu implementieren und zu bedienen sein. Wenn ein solches Tool ganz einfach via Code Snippet oder Plug-in verfügbar ist, sind Online-Marketer im Nu startklar. Ein komfortabler Editor für das Erstellen der Push Notifications inklusive mehrsprachiger Vorlagen, Vorschaufunktion, Testversand und individueller Zeitsteuerung sowie RSS-to-Push-Optionen ist hier ein großes Plus, um Web Push Marketing einfach und effizient umzusetzen. Zudem ist eine Überprüfung ratsam, inwieweit das Web Push System gestattet, zu skalieren oder interne Systeme anzubinden. Nur so ist gewährleistet, dass die Lösung mit zukünftigen Anforderungen mitwachsen kann.

3. Push Service-Abonnenten gewinnen

Um dafür zu sorgen, dass ein Push Service abonniert wird, muss er einen Mehrwert bieten: praktische Tipps, exklusive Angebote oder brandheiße News noch vor allen anderen. Nur wer von Anfang an mit seinen Push Notifications überzeugt, kann Abonnenten gewinnen und langfristig binden. Zudem generiert die eigene Domain das Dreifache an Registrierungen im Vergleich zu Subdomains, so der