

# Brevo



## **Der ultimative Leitfaden für Push- Benachrichtigungen**

Revolutioniere dein Kundenengagement

Sich von der Masse abzuheben, wird für Unternehmen immer mehr zur Herausforderung. Traditionelle Marketingstrategien sättigen schnell die Kommunikationskanäle und machen Werbebotschaften schwer verdaulich.

Angesichts dieser Herausforderung gewinnt eine Lösung an Bedeutung: Push-Benachrichtigungen. Diese direkte und personalisierte Methode ermöglicht eine effektive Kommunikation mit Verbraucher:innen, indem sie relevante Informationen zum richtigen Zeitpunkt bereitstellt.

Dieser Leitfaden hat das Ziel, tief in den Kern dieser effektiven Marketingstrategie einzutauchen. Finde heraus, warum und wie Push-Benachrichtigungen sowie On-Site-/In-App-Benachrichtigungen heute eine Chance darstellen, die User Experience zu verbessern, die Kundenbindung zu festigen und vor allem die geschäftliche Performance zu steigern.

Mit unserem lehrreichen Ansatz, konkreten Zahlen und Fallbeispielen wirst auch du zum:r Expert:in für Push-Benachrichtigungen.

## Part 1

# Warum Push- Benachrichtigungen?

Unternehmen sind ständig auf der Suche nach effektiven Marketingstrategien, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Push-Benachrichtigungen zeichnen sich als eine leistungsstarke Lösung aus, mit der Nutzer:innen direkt auf ihren persönlichen Endgeräten eingebunden werden können.

Aber warum genau solltest du also Push-Benachrichtigungen in deine Marketing-Strategie einbauen und wie kann sie dein Customer Engagement beeinflussen?

## INTERESSANTE ZAHLEN

Die Zahlen sprechen für sich:

### Starke Entwicklung

**15%**

der größten Marken  
nutzen Push-  
Benachrichtigungen

**2x**

im Laufe der letzten 18  
Monate

### Hohe Opt-in-Rate

**10%**

für Websites

**60%**

für Apps

### Beeindruckende CTR

**3-9%**

für Push-Benachrichtigungen

**4-15%**

Für On-Site/In-App  
Benachrichtigungen

### Effizientes Re-Engagement

**30%**

der benachrichtigten  
Nutzer:innen tätigen einen  
neuen Kauf

**2x**

mehr Seitenbesuche von den  
benachrichtigten  
Nutzer:innen

Mit Push-Benachrichtigungen und On-Site-/In-App-Benachrichtigungen kannst du deine **Markenbekanntheit steigern**, indem du deine Abhängigkeit von Werbekanälen verringerst.

Diese Zahlen zeigen deutlich, dass Push-Benachrichtigungen nicht nur ein vorübergehender Trend sind, sondern eine wichtige Strategie, um das **Engagement zu steigern** und die **Neukundengewinnung anzukurbeln**.

## Direkt und relevant

Mit Push-Benachrichtigungen können **relevante Sofortnachrichten** direkt auf die Smartphones der Nutzer:innen gesendet werden, wodurch eine **sofortige Verbindung** zwischen Marke und Verbraucher:in entsteht.

## Umfangreiche Personalisierung

Durch **erweiterte Segmentierung und die Analyse von Nutzerdaten** ermöglicht die Push-Benachrichtigung die Personalisierung von Nachrichten für verschiedene Zielgruppensegmente, wodurch die **Relevanz und Effektivität** von Kampagnen gesteigert wird.

## Steigerung des Engagements und der Retention

Indem nützliche und personalisierte Inhalte angeboten werden, animieren Push-Benachrichtigungen Nutzer:innen dazu, **stärker mit der App oder der Website zu interagieren**, wodurch das **Engagement und die Bindung gesteigert** werden.

## Messbarkeit und Optimierung

Jede Push-Benachrichtigung liefert **genaue Kennzahlen** (Opening Rate, Interaktionen, Konversionen), die eine **kontinuierliche Optimierung** der Kampagnen zur Erreichung der gesetzten Ziele ermöglichen.

Push-Benachrichtigungen bieten somit einen direkten und leistungsstarken Kanal für die Kommunikation mit deinen Kund:innen, indem sie sie dort erreichen, wo sie am aktivsten sind: auf ihren Smartphones und Computern. Durch die Nutzung dieser Strategie können Unternehmen **ihre Kundenbindung steigern, die Wirkung ihrer Mitteilungen maximieren und letztendlich ihr Wachstum ankurbeln**.

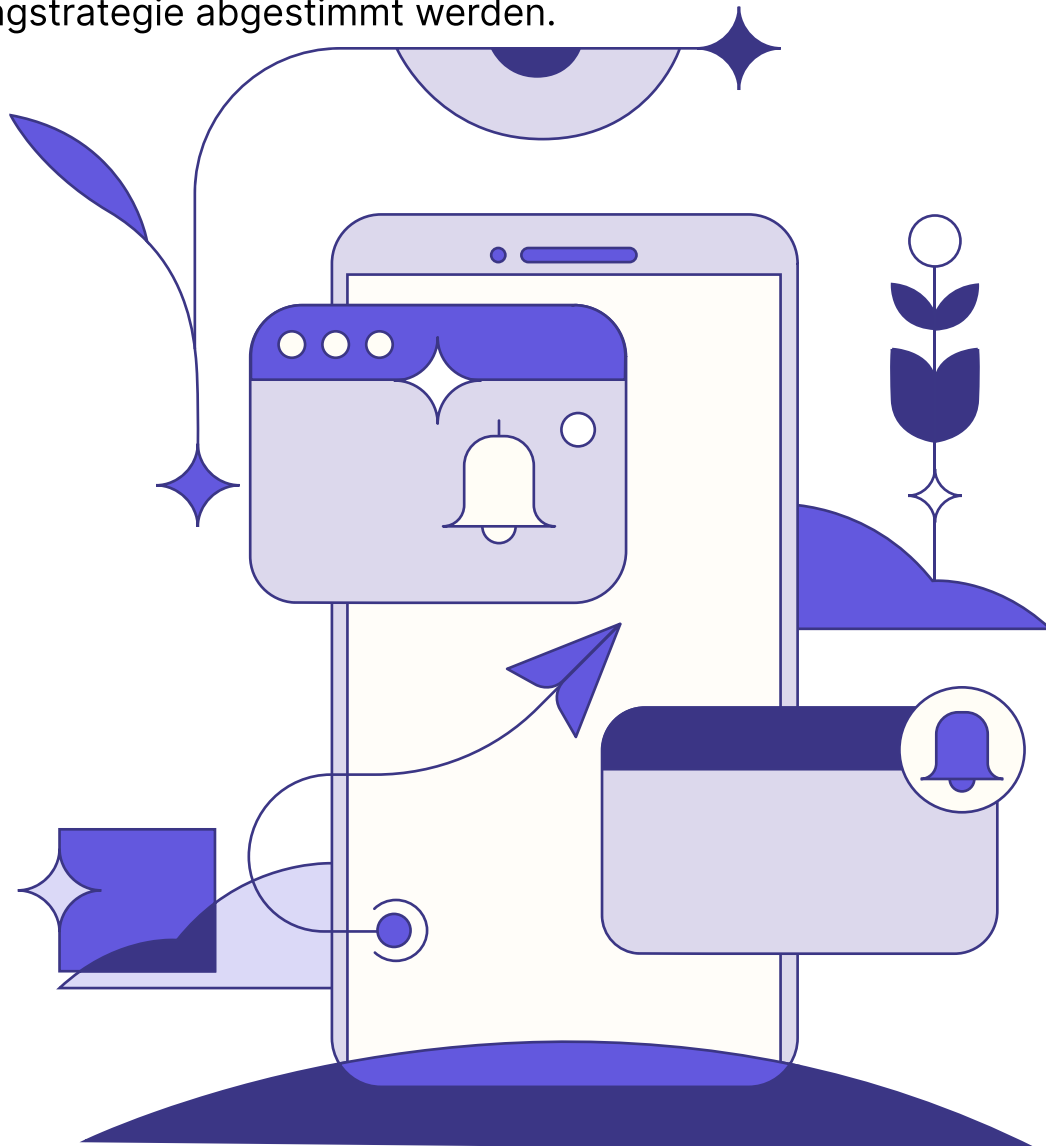
Part 2

# **Push- Benachrichtigungen verstehen**

## WIE FUNKTIONIERT DAS?

Die Push-Benachrichtigungen senden Nachrichten direkt an die Endgeräte der Nutzer:innen, die im Vorfeld ihr **Einverständnis** gegeben haben, diese zu empfangen. Diese vorherige Zustimmung gewährleistet ein höheres Maß an **Aufmerksamkeit und Engagement**, denn die Botschaften erreichen Personen, die bereits ein **Interesse an der Marke oder dem Produkt** geäußert haben.

Ist die Zustimmung der Nutzer:innen einmal eingeholt, lassen sich die Push-Notification-Kampagnen **individuell anpassen und auf bestimmte Zielgruppen zuschneiden**, um genau die richtigen Nutzer:innen im passenden Moment anzusprechen. Ganz gleich, ob es darum geht, eine zeitlich begrenzte Verkaufsaktion anzukündigen, an einen nicht abgeschlossenen Einkauf zu erinnern oder schlichtweg Neuigkeiten zu verbreiten – jede Push-Benachrichtigung kann präzise auf die spezifischen Ziele der Marketingstrategie abgestimmt werden.

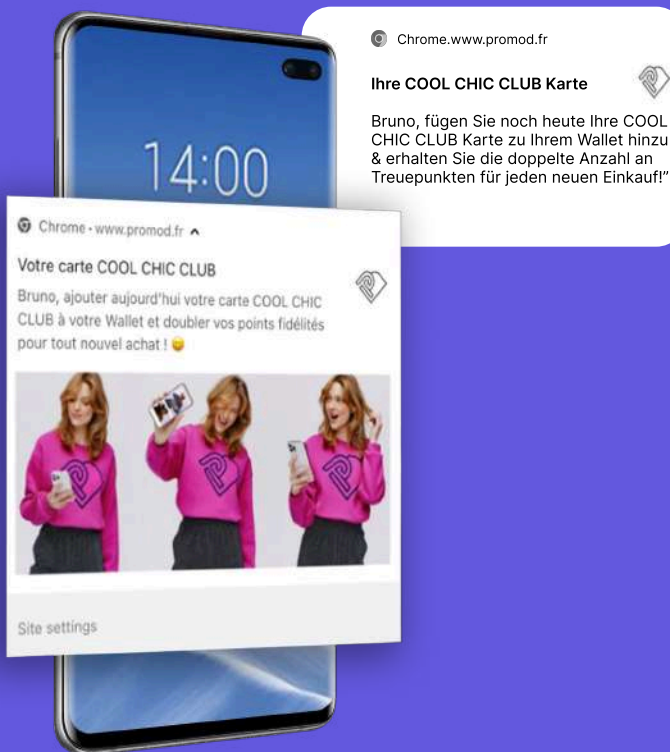


# WAS IST EINE PUSH-BENACHRICHTIGUNG?

Es ist wichtig, den Unterschied zwischen Push-Benachrichtigungen und On-Site-/In-App- Benachrichtigungen zu verstehen. Es gibt 2 Arten von Push-Benachrichtigungskampagnen, deren Unterschied fein, aber wichtig ist:

## Web-Push-Benachrichtigungen

Eine Push-Benachrichtigung ist eine Art Alarmnachricht, die sofort angezeigt wird, ohne dass die Nutzer:innen die Anwendung oder Webseite gerade besuchen.

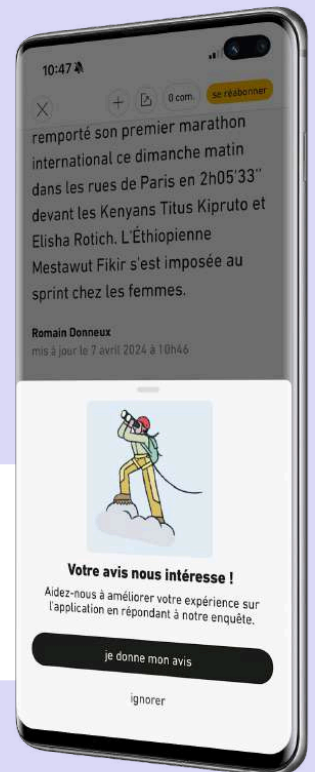


### Zielgruppe:

- Nutzer:innen, die ihr Opt-in gegeben haben
- Alle mobilen und Desktop-Plattformen
- Nutzer:innen können anonym bleiben
- DSGVO-konform: keine Cookies, keine IP-Adresse

## On-Site / In-App-Benachrichtigungen

Un message on-site / in-app est un message qui s'affiche pendant que l'utilisateur visite une application ou un site web.



### Ihre Meinung interessiert uns!

Helfen Sie uns, Ihre Erfahrungen mit der App zu verbessern, indem Sie an unserer Umfrage teilnehmen.

Meine Meinung teilen

### Zielgruppe:

- ALLE NUTZER:INNEN
- Alle mobilen und Desktop-Plattformen
- Nutzer:innen können anonym bleiben
- DSGVO-konform: keine Cookies, keine IP-Adresse



## Web-Push-Benachrichtigungen

Das sind Benachrichtigungen, die im Webbrowser eines Nutzers angezeigt werden, **auch wenn dieser nicht auf deiner Website aktiv ist**. Diese Web-Benachrichtigungen werden Nutzer:innen jedes Mal angezeigt, wenn der Browser geöffnet wird, und schieben sich bei Desktops in die obere oder untere rechte Ecke des Bildschirms oder bei mobilen Geräten auf den Startbildschirm.

Die Benachrichtigungen richten sich an alle Nutzer:innen, sowohl auf dem Desktop als auch auf mobilen Geräten. Sie können **in Echtzeit oder zeitgesteuert** versendet werden, können durch das Verhalten der Besucher:innen auf der Website oder durch ein bestimmtes Ereignis ausgelöst werden.

Mit einem zusätzlichen CTA sind diese Push-Benachrichtigungen eine wertvolle Hilfe, **um das Engagement und die Conversion Rate zu steigern!**



**Sie fehlen uns**  
Haben Sie schon unsere News gesehen?



**Vous nous manquez**  
Avez-vous vu nos dernière nouveautés ?

*"Warten Sie nicht länger und buchen Sie Ihren Urlaub in der Sonne!"*

*\* Eine Stornierung ist bis zu 30 Tage vor dem Aufenthalt kostenlos.*

**6% → 3%**

CTR

Hinzufügen zum Warenkorb

Target von Campings.com:  
Besucher:innen, die keine Aktionen auf der Website durchgeführt haben.

**20%**

der Abonnent:innen kehren auf die Oxybul-Website zurück

Oxybul lockt inaktive Nutzer:innen zurück

# PROMOD

Dies wird zum Beispiel von der Marke Promod angeboten. Die Marke schickt eine personalisierte Push-Benachrichtigung an Besucher:innen, die noch einen offenen Warenkorb haben. Sie erhalten so die Möglichkeit, ihren Einkauf mit einem speziellen Rabatt zu beenden.

# 9%

der Conversion-Rate  
nach dem Versand von Web-  
Push-Benachrichtigungen



 Ihr Promod Warenkorb  
[www.promod.fr](http://www.promod.fr)



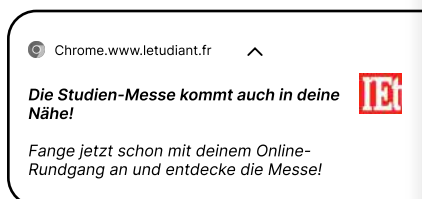
Sie sind nur noch wenige Klicks von Ihrer Lieblingsmode entfernt! Der kurze Jeansrock für Damen wartet in Ihrem Warenkorb auf Sie!



Schnell zugreifen ✨ Kostenlose Lieferung ab 30€!

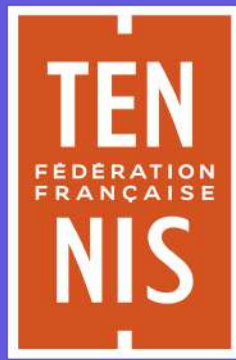
## App-Push-Benachrichtigungen

Diese Benachrichtigungen werden an Nutzer:innen gesendet, die deine App installiert haben. Sie können **bestimmte Nutzersegmente** ansprechen, die auf ihrem Verhalten oder ihren Vorlieben basieren, wodurch die Nachricht sehr **personalisiert und relevant** wird.



Dies ist die beste Möglichkeit, die Nutzer:innen deiner App durch gezielte, geplante oder automatisierte Benachrichtigungen zu engagieren. Sie hilft dir dabei, mit **(potenziellen) Kund:innen zu interagieren und inaktive Kund:innen wieder an deine App zu binden.**



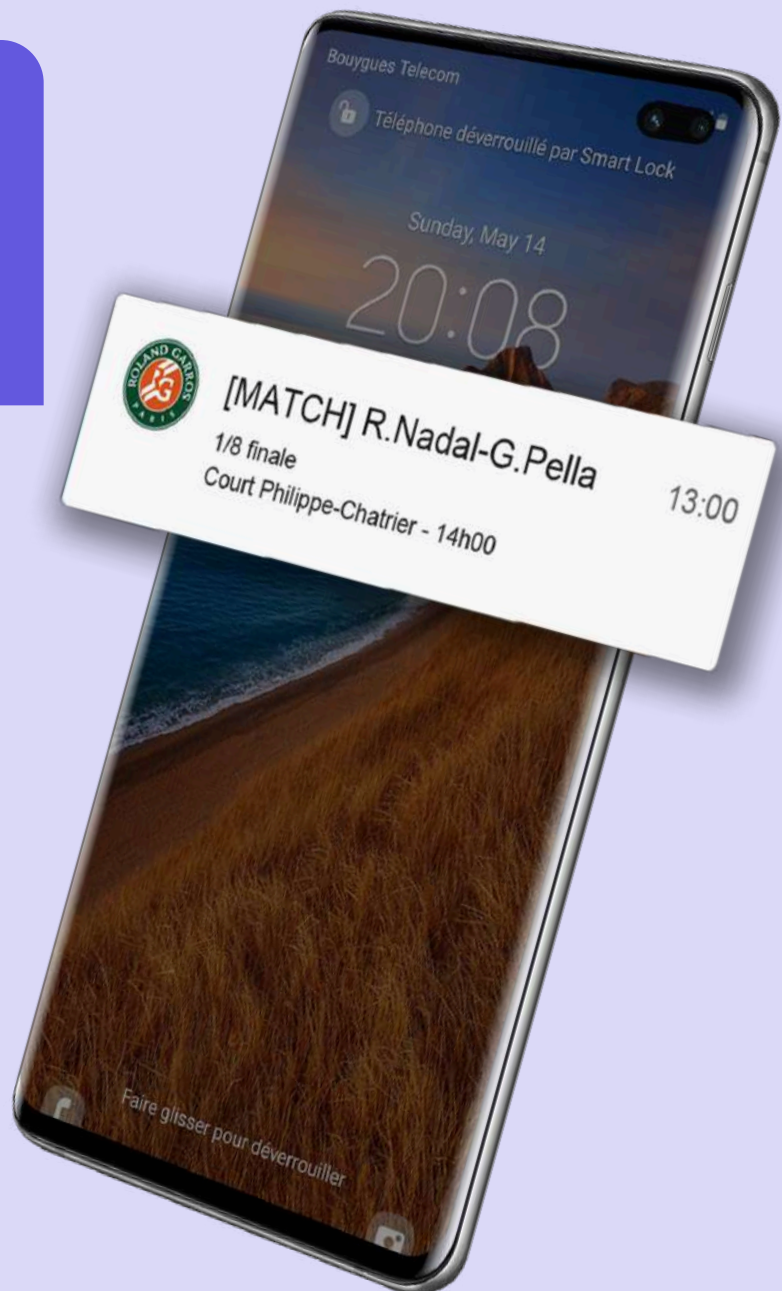


Die FFT nutzt diese Lösung, um das Engagement der Abonnent:innen ihrer Roland Garros App zu steigern.

Wie funktioniert das? Mithilfe von standortbezogenen Push-Benachrichtigungen. Die FFT informiert Besucher:innen von Roland Garros über die Highlights, basierend auf ihrem Standort.

**32%**

der Abonnent:innen  
besuchen die App erneut

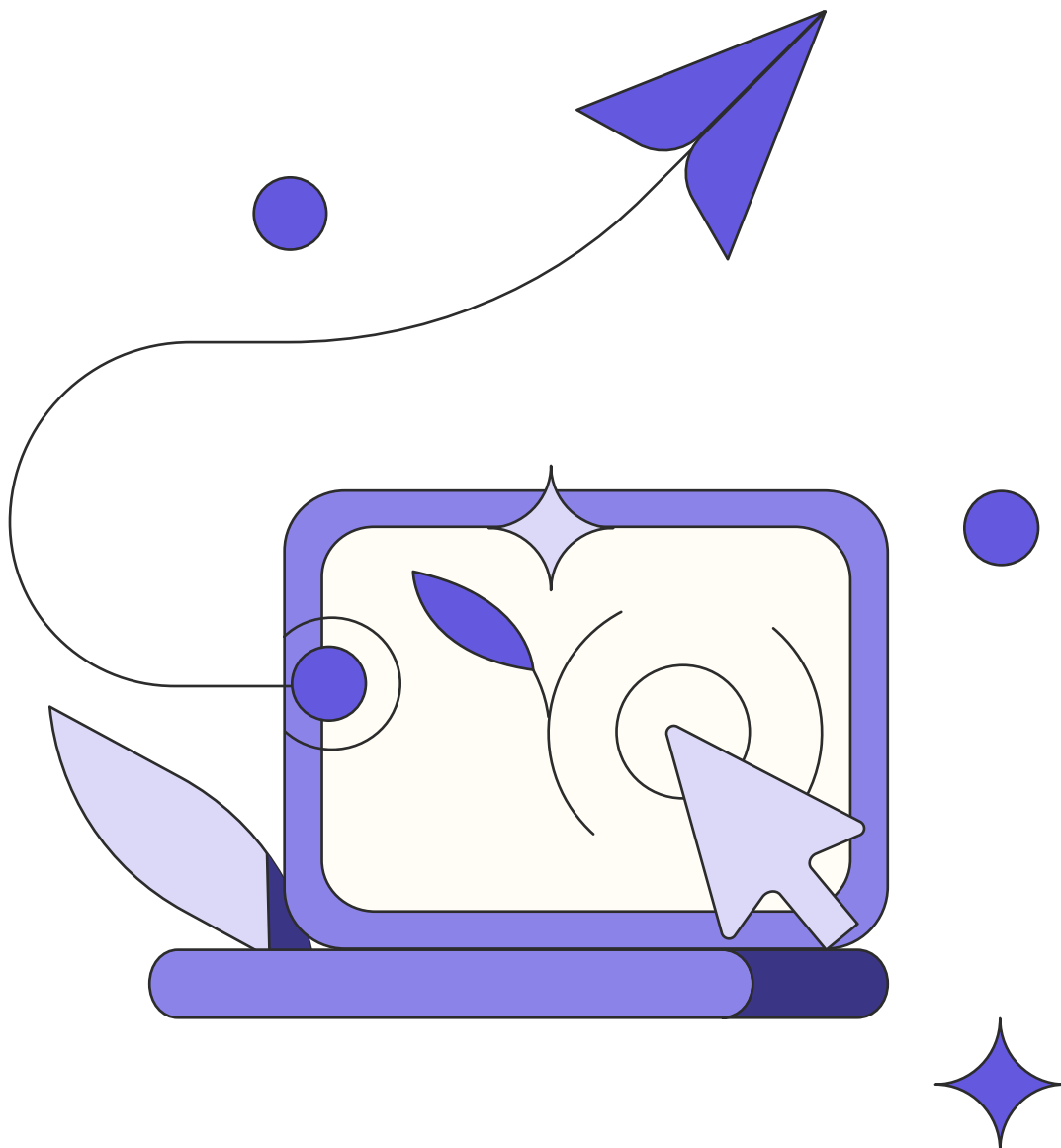




## In-App/On-Site Benachrichtigungen

Im Gegensatz zu den zuvor gesehenen Push-Benachrichtigungen werden diese In-App-/On-Site-Mitteilungen innerhalb der App oder der Website selbst angezeigt. Sie ziehen die Aufmerksamkeit der Nutzer:innen auf sich, während sie sich mit deinen Inhalten beschäftigen. **Auf diese Weise erreichst du deinen gesamten Traffic, auch diejenigen, die keine Push-Nachrichten abonniert haben.**

Das Format dieser Benachrichtigungen ist flexibel und kann auch hier abhängig vom **Verhalten der Besucher:innen ausgelöst** werden (Ankunft auf der Website, Verlassen der Website, Aufrufen einer Seite usw.). Außerdem kannst du deine Nutzer:innen **segmentieren**, um personalisierte Nachrichten zu versenden.



Die Marke SonoVente, Anbieter von Musikzubehör, nutzt Push-Benachrichtigungen, um sich bei Besucher:innen zu bedanken, die dem Erhalt von Benachrichtigungen zugestimmt haben. Auf diese Weise kann eine Beziehung durch das Aufzeigen verschiedener Vorteile aufgebaut werden.

So begrüßt SonoVente seine Opt-In-Besucher:innen:

## Opt-In Bestätigung

Begrüßung aller neuen Abonnent:innen



## 1 Tag später

Bewerben von Sonderangeboten



## 1 Woche später

Vorstellen von Produktneueheiten



# DIE ROLLE VON ONSITE- / IN-APP-NACHRICHTEN BEI DER KUNDENAKQUISE UND FÜR DAS USER ENGAGEMENT

Onsite-/In-App-Nachrichten, die oft als aufdringliches Marketinginstrument wahrgenommen werden, können in Wirklichkeit eine entscheidende Rolle bei der Kundenakquise und dem Engagement der Nutzer:innen spielen, wenn sie tatsächlich strategisch und gezielt eingesetzt werden.

Richtig eingesetzt, werden sie zu einem starken Kommunikationsmittel, das die Aufmerksamkeit der Nutzer:innen zum richtigen Zeitpunkt auf sich zieht und sie zu einer Handlung anregt. Hier sind einige Möglichkeiten, wie Onsite-/In-App-Benachrichtigungen das Engagement der Nutzer:innen bereichern können:

## Datenerfassung

Onsite-/In-App-Benachrichtigungen sind äußerst effektiv für die Datenerfassung, da sie Besucher:innen dazu ermutigen, sich für einen Newsletter anzumelden oder Benachrichtigungen zu erhalten. Wenn im Gegenzug etwas Interessantes angeboten wird (z. B. ein Gutscheincode oder exklusive Vorteile), kannst du deine Datenbank an Nutzer:innen, die hohes Engagement zeigen, deutlich vergrößern.

# L'EQUIPE

# 15% CTR

Ein Beispiel dafür ist das Sportmagazin L'Equipe, das Onsite-/In-App-Nachrichten nutzt, um seine stärksten Nutzer:innen über ihre Vorteile zu informieren.

### Vorteile für Abonnent:innen

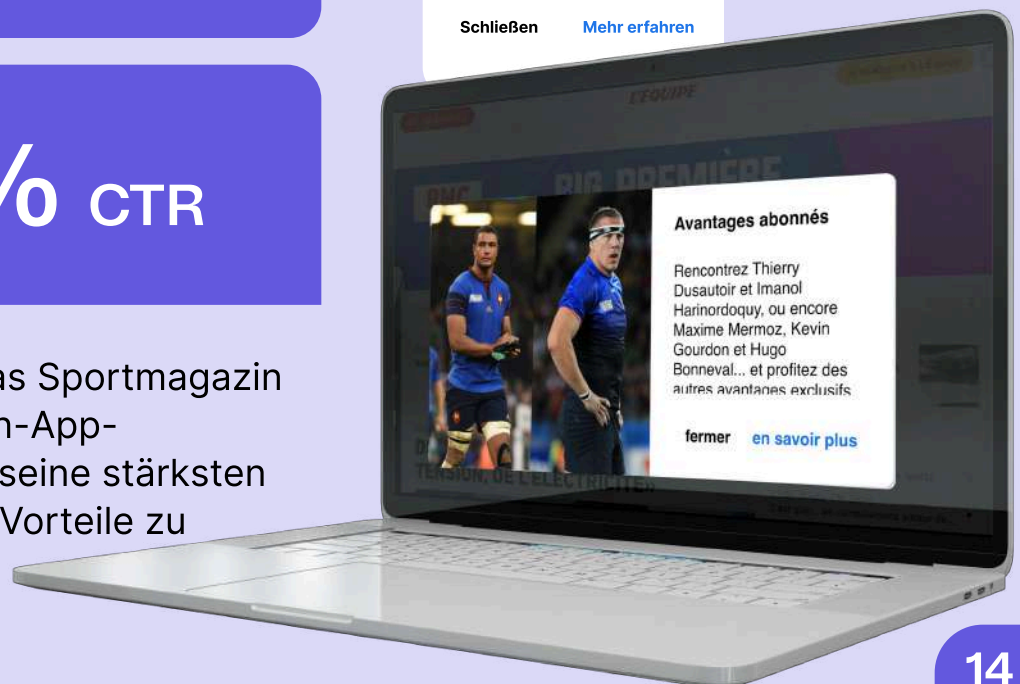
Lernen Sie Spieler wie Thierry Dusautoir, Kevin Gourdon ... kennen und profitieren Sie von exklusiven Vorteilen.

Schließen [Mehr erfahren](#)

### Avantages abonnés

Rencontrez Thierry Dusautoir et Imanol Harinordoquy, ou encore Maxime Mermoz, Kevin Gourdon et Hugo Bonneval... et profitez des autres avantages exclusifs.

fermer [en savoir plus](#)



## Exklusive Werbeaktionen und Angebote

Sie ermöglichen es, exklusive Werbeaktionen und Angebote deutlich sichtbar hervorzuheben. Eine gut getimte On-Site/In-App-Benachrichtigung, die auf einen Flash-Sale oder ein Sonderangebot aufmerksam macht, kann die Conversion Rate erhöhen und zu sofortigen Verkaufsabschlüssen führen.

## Verbesserte User Experience

Entgegen der weit verbreiteten Meinung können On-Site/In-App-Benachrichtigungen die User Experience verbessern, wenn sie personalisiert und zielgerichtet sind. Beispielsweise kann eine solche Benachrichtigung, die Nutzer:innen, die auf einer Produktseite unschlüssig wirken, Hilfe über einen Live-Chat anbieten, eine willkommene Unterstützung bieten und die Chancen auf eine Konversion erhöhen.

## Feedback und Umfragen

On-Site/In-App-Benachrichtigungen sind ein effektiver Weg, um Nutzer:innen um Feedback und die Teilnahme an Umfragen zu bitten. Dieses Feedback kann entscheidend sein, um Produkte/Dienstleistungen zu verbessern und die Marketingstrategien an die Bedürfnisse und Vorlieben der Nutzer:innen anzupassen.

**L'ÉQUIPE**

**10% CTR**

Auch hier nutzt das Sportmagazin L'Equipe On-Site/In-App-Benachrichtigungen, um die Meinungen seiner Nutzer:innen in Form von Multiple-Choice-Fragen zu erfassen.



*Ihre Meinung interessiert uns!  
Helfen Sie uns, Ihre Erfahrungen mit der App zu verbessern, indem Sie an unserer Umfrage teilnehmen.*

**Meine Meinung teilen**



## **Reduzierung der Warenkorb-Abbruchrate**

Strategisch auf Warenkorb- oder Checkout-Seiten eingesetzt, können On-Site/In-App-Benachrichtigungen Anreize (wie einen kleinen Rabatt oder kostenlosen Versand) bieten. Dadurch wird die Abbruchrate des Warenkorbs gesenkt, da die Nutzer:innen ermutigt werden, den Kauf abzuschließen.

## **Segmentierung und Personalisierung**

Dank der Weiterentwicklung von Tracking- und Analysetechnologien können On-Site/In-App-Benachrichtigungen stark segmentiert und personalisiert werden, um entsprechend des spezifischen Verhaltens der Besucher:innen oder ihres Browserverlaufs angezeigt zu werden, wodurch ihre Relevanz und Wirksamkeit erhöht wird.

## **Erinnern an die Zustimmung**

Im Rahmen der Einhaltung der DSGVO spielen On-Site/In-App-Benachrichtigungen eine zentrale Rolle, um an die Zustimmung zur Verarbeitung personenbezogener Daten zu erinnern und so sicherzustellen, dass die Interaktionen transparent und unter Wahrung der Privatsphäre der Nutzer:innen bleiben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass On-Site/In-App-Benachrichtigungen, wenn sie gut ausgeführt werden, nicht nur das Engagement der Nutzer:innen erhöhen, sondern auch als wichtiger Hebel für Konversionen und die Verbesserung der User Experience dienen können. Ihr Erfolg hängt davon ab, ob es gelingt, ein Gleichgewicht zwischen Aufmerksamkeit erregen und Wert liefern herzustellen, während gleichzeitig eine positive Nutzer:innen User Experience aufrechterhalten wird.

Part 3

# 5 effektive Strategien zur Aktivierung von Kund:innen

Damit Kampagnen mit Push-Benachrichtigungen deine Ziele erreichen und bestenfalls übertreffen, ist es wichtig, dass du bewährte Strategien verfolgst, die Engagement und Conversion maximieren:

# 1. DIE ZIELGRUPPE GENAU SEGMENTIEREN

Eine effektive Segmentierung ist der Grundstein für eine erfolgreiche Push-Benachrichtigungskampagne. Teile dein Publikum in Gruppen ein, die auf verhaltensbezogenen, demografischen und psychografischen Daten basieren, um deine Nachrichten zu personalisieren. Sende z.B. Werbeaktionen für Sportprodukte nur an Nutzer:innen, die sich die Sport-Kategorie auf deiner Website angesehen haben.

Es ist also möglich, die Zielgruppe durch On-Site/In-App-Benachrichtigungen zu segmentieren!

Die Marke Promod bietet dies an, indem sie alle Besucher:innen, die sich für Benachrichtigungen entscheiden, automatisch mithilfe eines Pop-ups kategorisiert.

Das Pop-up bietet den Besuchern:innen die Möglichkeit, sich für die Benachrichtigungen anzumelden, indem sie ihre Präferenzen auswählen.

# 5%

Opt-In

Abonnieren Sie unsere Push-Benachrichtigungen und wählen Sie die Inhalte, die Sie interessieren:

- Damen
- Herren
- Jeans
- Nachhaltige Mode

JETZT ABONNIEREN



## 2. NACHRICHTEN PERSONALISIEREN, UM DIE RELEVANZ ERHÖHEN



Bei der Personalisierung geht es um mehr als nur darum, den Vornamen der Nutzer:innen in die Benachrichtigung einzufügen. Nutze Daten über Verhalten und Vorlieben, um Texte zu erstellen, die wirklich mit den Bedürfnissen und Interessen jedes Segments übereinstimmen.

Benachrichtigungen, die Produkte auf der Grundlage früherer Käufe oder angesehener Artikel empfehlen, haben eine deutlich höhere Click-Through-Rate.

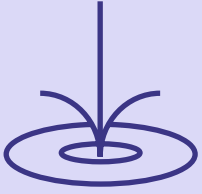
## 3. DEN RICHTIGEN ZEITPUNKT WÄHLEN



Das Timing von Benachrichtigungen kann erheblich ihre Wirksamkeit beeinflussen. Analysiere Nutzungsdaten, um festzustellen, wann Nutzer:innen am aktivsten sind und am ehesten reagieren.

So können beispielsweise Benachrichtigungen, die am frühen Abend versendet werden, für ein B2B-Segment effektiver sein, während das Wochenende für Kund:innen von Freizeitprodukten besser geeignet sein kann.

## 4. KLARE HANDLUNGSAUFFORDERUNGEN VERWENDEN



Jede Push-Benachrichtigung oder On-Site/In-App-Benachrichtigung sollte einen klaren Call-to-Action (CTA) enthalten, der Nutzer:innen zu der gewünschten Handlung auffordert. Ob "Jetzt kaufen", "Mehr erfahren" oder "Anmelden" - achte darauf, dass der CTA sichtbar und aussagekräftig ist.

## 5. KONTINUIERLICH ANALYSIEREN UND OPTIMIEREN



Ein wichtiger Faktor für den Erfolg von Push-Benachrichtigungen ist, dass sie in Echtzeit gemessen und optimiert werden können. Analysiere regelmäßig die Leistung deiner Kampagnen anhand von KPIs wie Click-Through Rate, Conversion Rate oder der Abmelderate.

Verwende diese Informationen, um deine Strategie zu optimieren und die Wirksamkeit deiner Mitteilungen kontinuierlich zu verbessern.

# FAZIT

In diesem Leitfaden haben wir aufgezeigt, wie Push-Benachrichtigungen die Kundenakquise und das Kundenengagement steigern können.

Das alles ist möglich, wenn du deine digitale Marketingstrategie optimierst.

Wenn du die empfohlenen Vorgehensweisen anwendest, die Interaktionen personalisierst und deine Kampagnen kontinuierlich optimierst, kannst du nicht nur die Erwartungen deiner Kund:innen erfüllen, sondern auch ihre Bedürfnisse vorhersehen. Push-Benachrichtigungen sind nicht einfach nur ein Kommunikationsmittel; sie sind ein mächtiger strategischer Hebel, der, wenn er richtig eingesetzt wird, die Kundenakquise, die Kundenbindung und die Lifetime Value von Kund:innen deutlich steigern kann.

Wir hoffen, dass dir dieser Leitfaden das Wissen und die Inspiration vermittelt hat, die du brauchst, um Push-Benachrichtigungen effektiv in deine Marketingstrategie zu integrieren!



# Brevo

## Stärke dein Customer Engagement mit Push-Benachrichtigungen

Entscheide dich für Push-Benachrichtigungen, um deinen Kund:innen näher zu sein und ihr Engagement zu steigern.

[Demo anfragen](#)