

Case Study:

Push Marketing Automation

Kunde: Deutscher Anwaltverlag

Branche: Juristischer Fachverlag

Website: www.anwaltverlag.de



Signalize

Automatisierte zeitgemäße News vom Deutschen Anwaltverlag

Über den Deutschen Anwaltverlag

Der Deutsche Anwaltverlag aus Bonn zählt zu den renommiertesten, praxisorientierten juristischen Fachverlagen in Deutschland. In über 500 lieferbaren Titeln und 15 Zeitschriften findet der Anwalt für jeden Fall das richtige Werkzeug. Die Reihen „AnwaltFormulare“, „AnwaltsPraxis“, „AnwaltKommentar“ und „Das Mandat“ bieten Informationen aus erster Hand – von Praktiker für Praktiker.

Zur Familie des Deutschen Anwaltverlags zählen noch weitere starke Marken wie der ZAP-Verlag, Das Deutsche Anwalt Office, der Deutsche Notarverlag, der zerb Verlag und ReNoSmart. Das Online-Angebot umfasst insgesamt zehn Websites, zu denen neben den klassischen Verlagsangeboten auch eine Online-Bibliothek für Rechtsanwalts- und Notarfachangestellte gehört.

Die Herausforderungen

- Viele Websites mit ständig neuem Content und aktualisierter Literatur
- Begrenzte Marketing- und Tech-Ressourcen
- Kommunikation soll modern, schnell, flexibel und praktisch sein
- Direkter Kundenzugang und 100%ige Datenschutzkonformität sind elementar

In kaum einem beruflichen Umfeld ist es so wichtig, immer auf dem Laufenden zu sein, wie in dem der Juristen/Juristinnen. Ob neueste Rechtsprechung, Vorgehensweisen oder Fristen – sind Anwälte, Notare und ReNos nicht auf dem aktuellen Stand, kann dies gravierende Folgen haben. Daher ist die zeitnahe Information über neue Inhalte und Verlagsangebote extrem bedeutsam.

Aufgrund der vielen Themen und Änderungen ist es schon eine große Herausforderung an sich, alle Website-Inhalte auf dem aktuellen Stand zu halten. Wie aber nun noch die Kunden über Neuigkeiten informieren?

Eine einfache, schlanke, moderne Kommunikationsform im Stil von Instant Messaging war gefragt, wobei WhatsApp und Facebook Messenger nicht in Frage kamen, da ein Broadcasting von News gegen deren Richtlinien verstoßen würde.

Was tun, wenn selbst 2-3 Minuten Aufwand pro Nachricht zu viel sind?

Die Einführung von Push Notifications mit dem Dienst Signalize hat die Verheißungen voll und ganz erfüllt, nämlich minimale IT-Aufwände bei der Integration zu erzeugen, von Nutzern der Website positiv aufgenommen zu werden (in Form von hohen Einwilligungsraten) und der

Erstellung von Nachrichten in nur wenigen Minuten. Auch die Klickraten konnten sich sehen lassen: stets deutlich über 10%.

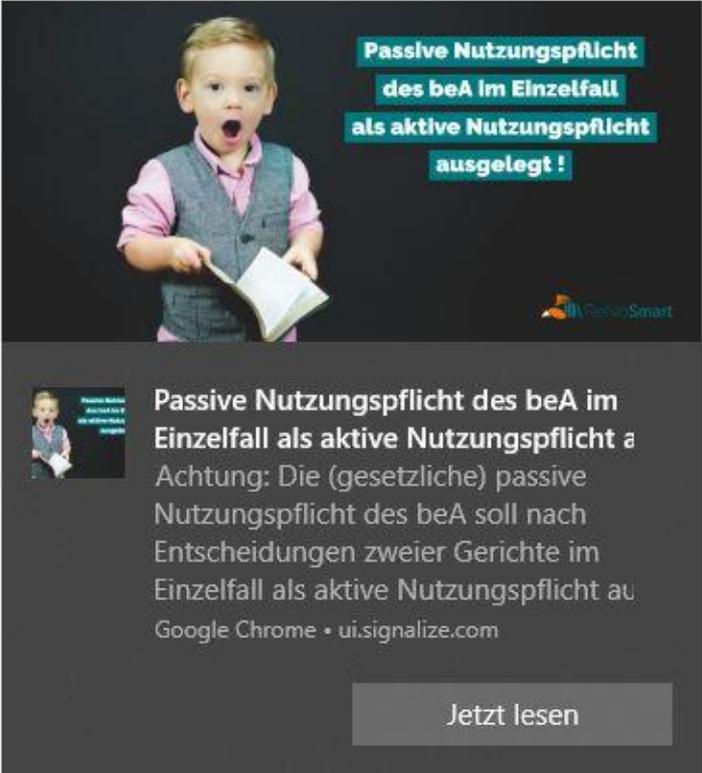
Dennoch gelang es nur sporadisch, eine Nachricht zu versenden, da zu viele Aufgaben auf dem kleinen Marketing-Team lasteten. Deshalb kam recht früh der Wunsch auf, den Versand noch einfacher zu gestalten und zwar möglichst komplett automatisiert bei neuen Inhalten auf der Website.

Die Lösung: Marketing Automation

RSS-to-Push Automation

Auch wenn RSS-Reader aus der Mode gekommen sind, ist ein RSS-Feed nach wie vor in den meisten Content Management Systemen vorhanden und damit ein großartiges Vehikel, um neue Inhalte strukturiert weiterzugeben. Signalize bietet die Möglichkeit, RSS-Links zu hinterlegen und automatisch regelmäßig abzufragen. Sobald neue Inhalte festgestellt werden, können daraufhin Nachrichten mit den passenden News versendet werden.

Damit nicht jeder Abonnent über jede Neuigkeit informiert, sondern nur mit gewünschtem Content versorgt wird, werden dem Subscriber bereits beim Opt-In Themen zur Auswahl gestellt, zu denen er mittels Push-Nachrichten informiert werden möchte. Dies erhöht die Kundenzufriedenheit wie die Kundenbindung.



**Passive Nutzungspflicht
des beA im Einzelfall
als aktive Nutzungspflicht
ausgelegt !**

**Passive Nutzungspflicht des beA im
Einzelfall als aktive Nutzungspflicht a**
Achtung: Die (gesetzliche) passive
Nutzungspflicht des beA soll nach
Entscheidungen zweier Gerichte im
Einzelfall als aktive Nutzungspflicht au
Google Chrome • ui.signalize.com

Jetzt lesen

Web Push Nachricht vom Deutschen Anwaltverlag

Verhaltensbasierte Kampagnen

Weitere automatisierte Prozesse sorgen dafür, dass Nachrichten versendet werden, ohne dass sich Mitarbeiter im Alltag damit beschäftigen müssen. Besuchen Empfänger über einen längeren Zeitraum nicht die Website, werden sie mit einer passenden Nachricht angesprochen, ebenso, wenn sie Produkte im Warenkorb stehen lassen. Dank des bei Signalize integrierten Nutzer- und Event-Trackings, konnte die Reaktivierungs- und Erinnerungskampagne in wenigen Minuten gestartet werden.



Reaktivierungs-Push vom Deutschen Anwaltverlag

Das Ergebnis kann sich sehen lassen

Automatischer Versand im Wochentakt

Weil es vollständig automatisch geht, werden mindestens einmal pro Woche Nachrichten verschickt, egal wie hoch die Arbeitsbelastung im Team ist. Jetzt kann die Kundenbindung per Push nicht mehr vergessen werden oder „hinten runterfallen“.

300% mehr Klicks und Konversionen

Obwohl die Ansprache per Push-Nachricht nicht mehr individuell angepasst und optimiert werden kann, bspw. durch Einfügen von passenden Emojis, liegt die durchschnittliche Klickrate nur geringfügig unter der manuell erstellten. Insgesamt führte die Automatisierung zu einer 300%igen Steigerung der Klicks pro Monat, da die Versandhäufigkeit deutlich gesteigert werden konnte.

Fazit

Auch wenn Marketing Automation mittels künstlicher Intelligenz gehypt wird, lassen sich exzellente Mehrwerte und Entlastungen schon durch „einfache“ regelbasierte Automatisierungen erzielen.

RSS-to-Push ist ein vielfach bewährtes Beispiel für automatisierte Content Distribution. Daneben gibt es viele weitere empfehlenswerte Wenn-dann-Regeln wie getriggerte Benachrichtigungen bei stehengelassenen Warenkörben, bei längerer Inaktivität, als Follow-up bei Downloads und viele mehr.

Eine zusätzliche Steigerung der Relevanz kann erzielt werden, indem man die automatisierten Kampagnen segmentiert versenden lässt: RSS-to-Push je nach Interessenschwerpunkten auf Basis bisher angesehener Artikel oder bestellten Produkten.



„Push Notifications sind hervorragend dazu geeignet, unsere Kunden über die neuesten Inhalte auf dem Laufenden zu halten. Über die Anbindung von Signalize an unseren RSS-Feed erfolgt die Benachrichtigung unserer Kunden über neue Beiträge und Angebote komplett automatisch. So können wir uns auf die Content-Erstellung und kreative Kampagnen konzentrieren.“

Thorsten Thierbach
Leitung Marketing und Vertrieb Deutscher Anwaltverlag