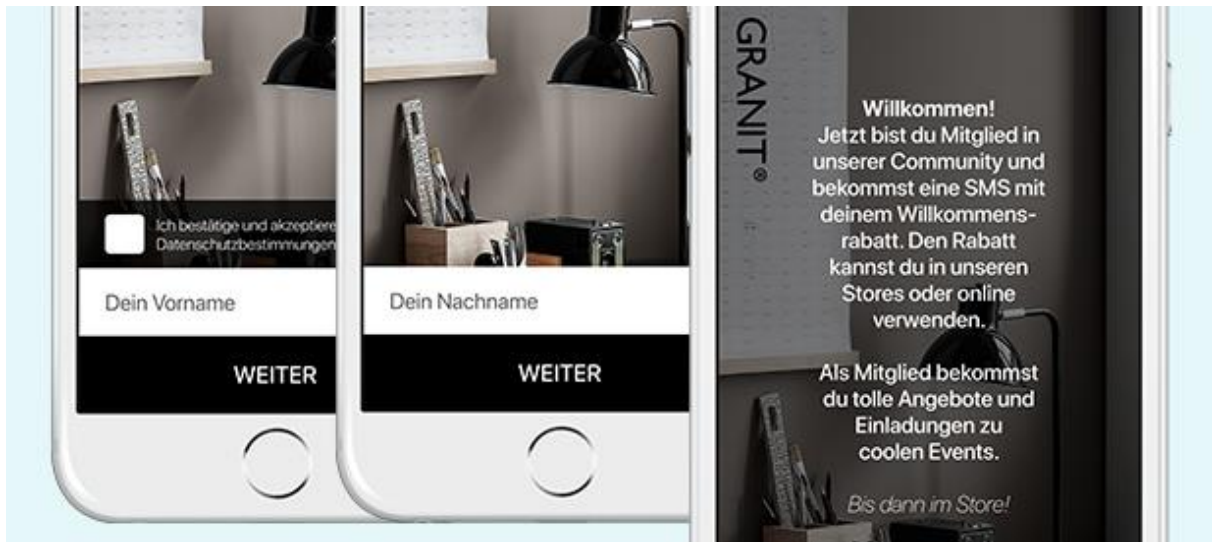


Per SMS zum Kundenclub: GRANIT erreicht Anmeldequote von 75 %

Um mehr Mitglieder für seinen Kundenclub zu gewinnen hat unser Kunde Granit – ein schwedischer Anbieter für Wohnaccessoires – eine neue Registrierungsmöglichkeit eingeführt. Statt Papierkarten auszufüllen oder sich auf der Unternehmens-Webseite anzumelden bietet Granit die Möglichkeit, einen Anmelde-Link direkt aufs Smartphone zu erhalten. Dieser wird per SMS versendet und führt den Anwender direkt zum mobilen Registrierungsformular. Die Antwortquote für die per SMS getriggerte Anmeldung liegt bei durchschnittlich 75 %.



Die Wahrscheinlichkeit für verwertbare Rückmeldungen steigt, je einfacher Kunden auf Fragen des Unternehmens antworten können. Das ist unter anderem einer der Gründe, warum die Rücklaufquote von per E-Mail versendeten Um- und Anfragen nur selten einen zweistelligen Prozentwert erreicht: Die meisten Menschen rufen ihre E-Mails über ihr Smartphone ab, doch meist sind Datenerhebungen noch immer nicht für die mobilen Endgeräte optimiert. Sie zu beantworten wäre für Anwender schlichtweg umständlich.

Ein anderes Problem: Die täglich zunehmende E-Mail-Flut in unseren privaten Postfächern. Landet die Umfrage mit sich anderen E-Mails im Postfach, steigt nur die Wahrscheinlichkeit des Übersehens. Über einen anderen Kanal würde die gleiche Nachricht eine ganz andere Aufmerksamkeit erhalten. Hier kommt die SMS ins Spiel. Denn: In Sachen Aufmerksamkeit ist sie ungeschlagen.

Beide Punkte waren für unseren Kunden Granit ausschlaggebend, um einen neuen Kanal auszuprobieren. Der Anbieter für Wohn- und Lifestyle-Accessoires wollte sowohl neue Mitglieder für den Kundenclub gewinnen, als auch die Kontaktdaten bestehender Mitglieder vervollständigen. Für die Übermittlung der Anmelde- und Fragebögen setzt er seit März 2019 erfolgreich SMS ein. In jeder Textnachricht befindet sich ein individueller Link, der direkt zur Online-Umfrage führt. Hier kann der Kunde in einer für Mobilgeräte optimierten Maske seine Daten ergänzen. Nach absenden der Antworten erhält der Teilnehmer als Anreiz und Dankeschön einen Rabatt-Gutschein, der ebenfalls per Link in einer SMS zugesandt wird.

Im Schnitt kommt Granit in Deutschland auf eine Click-Through-Rate von 71 %, von denen wiederum 92,3 % die Anmeldung abschließen. Insgesamt erreicht Granit damit eine Teilnahmequote von 66,3 %. In Finnland liegt die Rücklaufquote sogar bei knapp 84 %.

So funktioniert es im Detail:

- Mit LINK Collect erstellt Granit innerhalb weniger Minuten einen auf ihr Anliegen zugeschnittenen und für Mobilgeräte optimierten Fragebogen.
- Auf zwei Weisen können sich Kunden registrieren:
 - Durch das Hinterlassen der Handynummer beim Bezahlvorgang an der Kasse, woraufhin ein Mitarbeiter eine SMS mit dem Link zum Registrierungsformular versendet.
 - Durch einen Aufsteller im Geschäft, der Kunden anbietet, das Kennwort "GRANIT" per SMS an eine Kurzwahl zu senden. Daraufhin erhält der Kunde automatisch den Link zur Registrierung per SMS.
- Über den Link gelangt der Teilnehmer in beiden Fällen auf seinem Mobilgerät zur Registrierung im Browser. Die entsprechende Landing Page kann Granit mit wenigen Klicks im Kundenportal selbst mit eigenen Fragen und im eigenen Design erstellen.
- Die Auswertung der Daten erfolgt in Echtzeit. Diese kann Granit im Portal-Dashboard und – dank API-Anbindung – im eigenen CRM-System einsehen.

Mehr zu der mobilen Umfrage-Lösung von LINK Mobility unter <https://linkmobility.de/products/umfragen-aufs-smartphone-senden>.