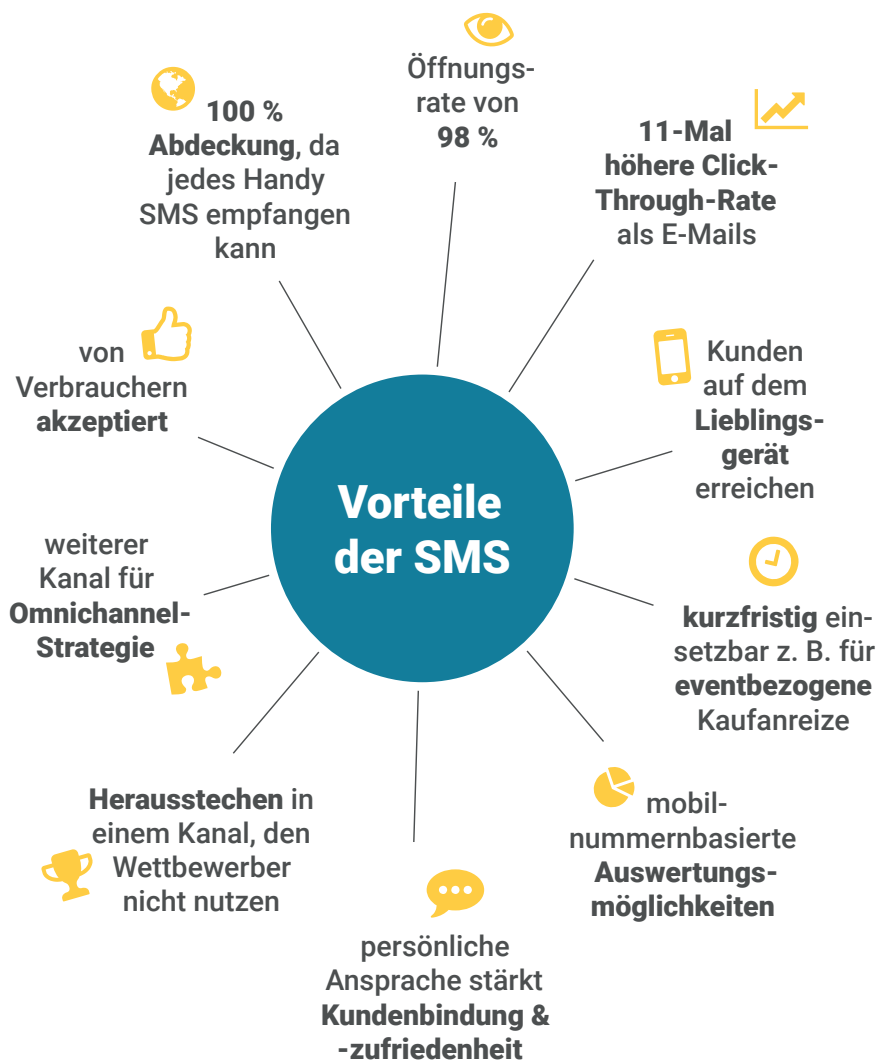


# Wie können sich Marken in der Ansprache ihrer Kunden erfolgreich von Wettbewerbern abheben?

link mobility

Werbebotschaften über E-Mail oder Messenger werden kaum noch wahrgenommen. Warum? Weil diese Kanäle hoffnungslos überlaufen sind. Was es braucht, ist ein Kanal mit Aufmerksamkeitsgarantie: die SMS. Sie ist bei Kunden aller Altersklassen etabliert, akzeptiert und kann von wirklich jedem Mobiltelefon empfangen werden.



**SMS-Kampagnen performen im Vergleich zu E-Mail-Kampagnen**

\* HelloWorld (vormals Cellit)

mehr als  
**7x**  
besser.\*

**68%**  
der  
Verbraucher

**sind bereit ihre Handynummer mit einer Marke zu teilen, die sie nutzen.\***

\* Sinch, Mobile Consumer Engagement 2020

**Im Vergleich zu Print-Gutscheinen ist die Einlöserate von SMS-Coupons**

\* J&C

**10x**  
höher.\*

**75%**  
der  
Verbraucher

**sind einverstanden, SMS-Nachrichten von Marken (nach Opt-In) zu erhalten.\***

\* LeadsBridge

## Einsatzgebiete von SMS

- Info-SMS für anstehende Angebote & Aktionen
- Steigerung der Kundenbindung, z. B. durch personalisierte Angebote zu Geburtstagen
- Versand von mobilen Gutscheinen
- Durchführung von Gewinnspielen
- Abfrage von Feedback

## Herausforderung und Chance zugleich: Die Mobilnummer von Endkunden

Kunden zur Registrierung animieren z. B. über Aufsteller im Laden, Kassenbons, Prospekte, Social Media oder die eigene Website. Nebenbei können ergänzende Informationen abgefragt werden, bspw. zu Produktpräferenzen.

