

Brevo Wallet

Das Mobile Wallet für deine Strategie

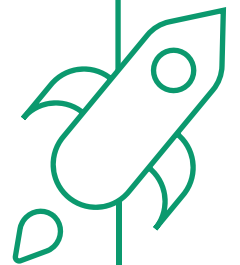
Häufig gestellte Fragen

Wie ist die Customer Experience?

Was sind die Unterschiede zu anderen Kanälen?

Was ist, wenn ich kein Treueprogramm anbiete?

Was ist, wenn ich bereits eine App habe?



**Ich nutze
bereits viele
verschiedene
Marketingkanäle.**

Das Ziel des Mobile Wallets soll nicht sein andere Kommunikationskanäle einzustellen, sondern **als effektive Ergänzung der konventionellen** Kanäle dienen, die häufig bereits angereizt sind.

Es ermöglicht, **Kund:innen zu erreichen**, die sich von klassischen Kommunikationsmitteln wie E-Mails (die kaum geöffnet werden) oder SMS (die zu aufdringlich sind) abgewendet haben.



SMS werden als aufdringlich empfunden, sind teuer, bieten nur eine eingeschränkte Customer Experience und stellen keinen exklusiven Kommunikationskanal dar.

Zusammenfassung

Das Mobile Wallet bietet eine **ausgezeichnete Customer Experience dank zielgerichteter Push Benachrichtigungen**. Das alles ist möglich, ohne eine App herunterzuladen. Kund:innen werden über einen Kanal erreicht, den sie jeden Tag nutzen: **ihr Smartphone**.

Die zentrale Herausforderung liegt darin, **die Zielgruppe auf ihrem Hauptkommunikationsmittel, dem Smartphone, zu erreichen**. Das Mobile Wallet ermöglicht es, **Kund:innen mit nur zwei Klicks zu engagieren**. Die Retention Rate von Kund:innen mit Mobile Wallet ist wesentlich höher als die herkömmlicher mobiler Apps und sie generiert gleichzeitig mehr Traffic für jegliche Point of Sales – und somit auch mehr **Umsatz**.

Das Mobile Wallet ergänzt die klassische E-Mail Kommunikation, jedoch ohne die selben Inhalte in der gleichen Form anzubieten (Push-Benachrichtigungen mit höherer/niedrigerer Frequenz). Gleichzeitig ersetzt das Wallet die Kommunikation via SMS, indem sie ähnliche Inhalte wesentlich **kostengünstiger** anbietet und die DSGVO respektiert.

«Das Mobile Wallet ergänzt die Kommunikationsstrategie von Jacadi mit einem innovativen Kanal, der einen größeren Einfluss als die herkömmlichen Kanäle bietet.»



*Déborah Mazzucato,
Direktorin für Kundenmarketing
bei Jacadi*

**Ich habe kein
eigenes
Treueprogramm,
kann ich trotzdem
Brevo Wallet nutzen?**

Damit du unsere Mobile-Wallet Lösung nutzen kannst, **benötigst du kein eigenes Treueprogramm**. Das Mobile Wallet ist in aller erster Linie ein neuer Kommunikationskanal, über den Angebote und neue Serviceleistungen einer Marke **per Push-Benachrichtigung** angeboten werden können. Tatsächlich verfügen über die Hälfte unserer Kund:innen nicht über ein eigenes Treueprogramm und nutzen das Mobile Wallet um deinen Markenkommunikation mit deinen Kund:innen zu teilen.

Die Anwendungsfälle sind sehr unterschiedlich, doch alle haben eines gemeinsam: der Versand von Push-Benachrichtigungen. Es müssen also keine neuen Marketinginhalte eigens für das Wallet entwickelt werden, vielmehr können Inhalte über diesen neuen Kundenkanal wirkungsvoll mit der Zielgruppe geteilt werden.

Der Fall The Kooples

The Kooples bietet weder ein **Treueprogramm noch eine App an**. Die Marke hat sich also für das Mobile Wallet entschieden, um ihre Kommunikationsmittel zu ergänzen und **ihre Angebote und Serviceleistungen zu bewerben**.

Das Mobile Wallet, ein Kommunikationskanal, der Marken Folgendes ermöglicht:

+89%

höherer Umsatz pro Kunde
mit Mobile Wallet

+90%

mehr Wiederholungskäufe von
Kund:innen mit Mobile Wallet



**Ich biete bereits
eine eigene App
an, was bringt mir
das Mobile Wallet?**

Solltest du bereits eine eigene App haben, **kannst du das Mobile Wallet zusätzlich wirksam einsetzen**. Tatsächlich nutzen viele unserer Kund:innen **App und Mobile Wallet gleichzeitig**. Über die App kannst du in der Regel mit deinen aktivsten Kund:innen interagieren – aber durchschnittlich sind das nur 5% deiner tatsächlichen Kundenbasis.

5%

deines Kundenstamms nutzen deine App durchschnittlich

Hinzu kommt, dass **Apps sehr häufig deinstalliert** werden – bis zu 90 % nach drei Monaten – während das Mobile Wallet vorinstalliert und nicht deinstallierbar ist.

Die Retention Rate von Kund:innen mit aktiver Wallet-Karte **erzielt hervorragende Ergebnisse: Sie liegt bei knapp 90%!** Bei manchen unserer Kund:innen liegt sie sogar bei 98 %.

Zusammenfassung

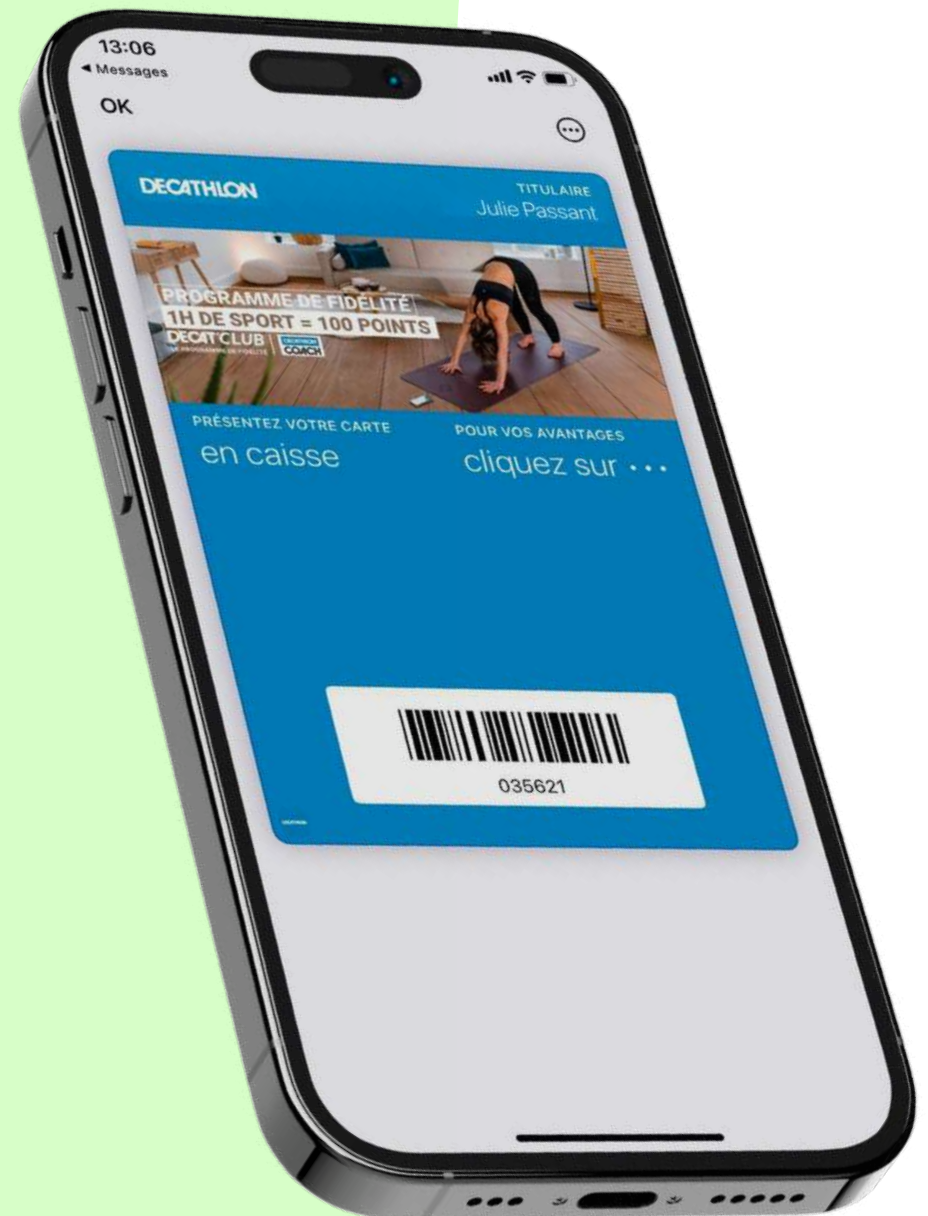
Die Nutzung des Mobile Wallets kann zusätzlich zur App die Marketing-Strategie ergänzen. Sie ermöglicht es, denjenigen Teil der Kundenbasis zu erreichen, der nicht mit der App interagiert.

So kannst du auch Kund:innen erreichen, die nicht ausreichend motiviert sind, deine App herunterzuladen. Da sie jedoch dennoch an deiner Marke interessiert sind, entscheiden sie sich für das **Mobile Wallet und können über Push-Benachrichtungen** erreicht werden.



Die Customer Journeys werden zwischen App- und Wallet- Inhaber:innen segmentiert. Wenn ein Kunde über beide verfügt, wird die App bevorzugt eingesetzt. Es sollte jedoch nicht unterschätzt werden, dass die Entwicklung und Instandhaltung einer App zeit- und kostenintensiv sein kann. **Viele unserer Kund:innen nutzen sowohl ihre App als auch das Wallet ergänzend, wie z. B. McDonald's und Decathlon.**

Du kannst das Mobile Wallet auch nutzen, um die **Kontaktmöglichkeiten mit deinen App-Usern zu erhöhen.** Animiere sie dazu, das Wallet herunterzuladen und erreiche so diejenigen, die nicht für die Push-Benachrichtigungen der App eingewilligt haben. Wallet und App können demnach im Zusammenspiel genutzt werden, **um eine große Zielgruppe zu erreichen und effektiv mit Kund:innen zu interagieren.**



**Welchen Vorteil
bietet das Wallet
im Vergleich zu
häufig genutzten
Kanälen wie
E-Mail oder SMS?**

Das Wallet bietet erhebliche Vorteile verglichen mit den konventionellen genutzten Kanälen wie E-Mail oder SMS. Im Vergleich zur E-Mail ermöglicht das Wallet eine größere Sichtbarkeit und stärkere Einflussnahme, da E-Mails häufig nicht geöffnet werden (nur 20–30 %). Mit der Nutzung des **Mobile Wallets** kannst du die **Highlights deiner Marke** einem größeren **Kundenspektrum** sichtbar machen.

Marketingaktionen mit dem Mobile Wallet sind:

Bis zu
10-mal
effektiver als E-Mails, um über ein Angebot zu informieren

Im Vergleich zur SMS ist das Mobile Wallet in Bezug auf die **Personalisierung, die niedrigeren Kosten und eine bessere Customer Experience** überlegen.

Die SMS ist häufig unpersönlich und besteht aus Transaktionsnachrichten, während das Mobile Wallet den **unbegrenzten Versand von personalisierten Push-Benachrichtigungen** ermöglicht, die zu einem **engeren Kundenverhältnis** führen.

In Bezug auf Effizienz und Kosten erweist sich das Wallet als **4-mal günstiger als SMS** und bietet gleichzeitig eine bessere Interaktion mit deinen Kund:innen.

Außerdem führt das Mobile Wallet zu **höherem Engagement**, was bei unseren Kund:innen unter anderem zu einer durchschnittlich höheren Kaufhäufigkeit bei ihren Wallet-Nutzer:innen führt.

Die Erfolgsstory von Courir

Die Handelskette für Schuhe Courir verzeichnete einen starken **Anstieg der Kaufhäufigkeit und des Umsatzes pro Kunde** bei jeder ihrer Kundengruppen:

Bei Neukund:innen: 2x

Bei aktiven Kund:innen: 2x

Bei inaktiven Kund:innen: +30%

Das Mobile Wallet ist ein effektives Mittel, um einen Teil deiner **inaktiven Kundenbasis (durchschnittlich 4 %) zu "reaktivieren"**.

Sie ermöglicht eine regelmäßige Kundeninteraktion, die über E-Mails hinausgeht. Mit Push-Benachrichtigungen kannst du nicht nur aktuelle Angebote bewerben, **sondern auch besondere Erlebnissen oder angebotene Serviceleistungen hervorheben und so deine Kund:innen auf emotionaler Ebene binden.**

Das Wallet kann auch **zu Wiederholungskäufen anregen**. Durch eine effektive Kundenansprache über personalisierte und passende Angebote können **Push-Benachrichtigungen Kund:innen dazu bewegen, einen erneuten Kauf zu tätigen.**

Die Erfolgsstory von L'Occitane

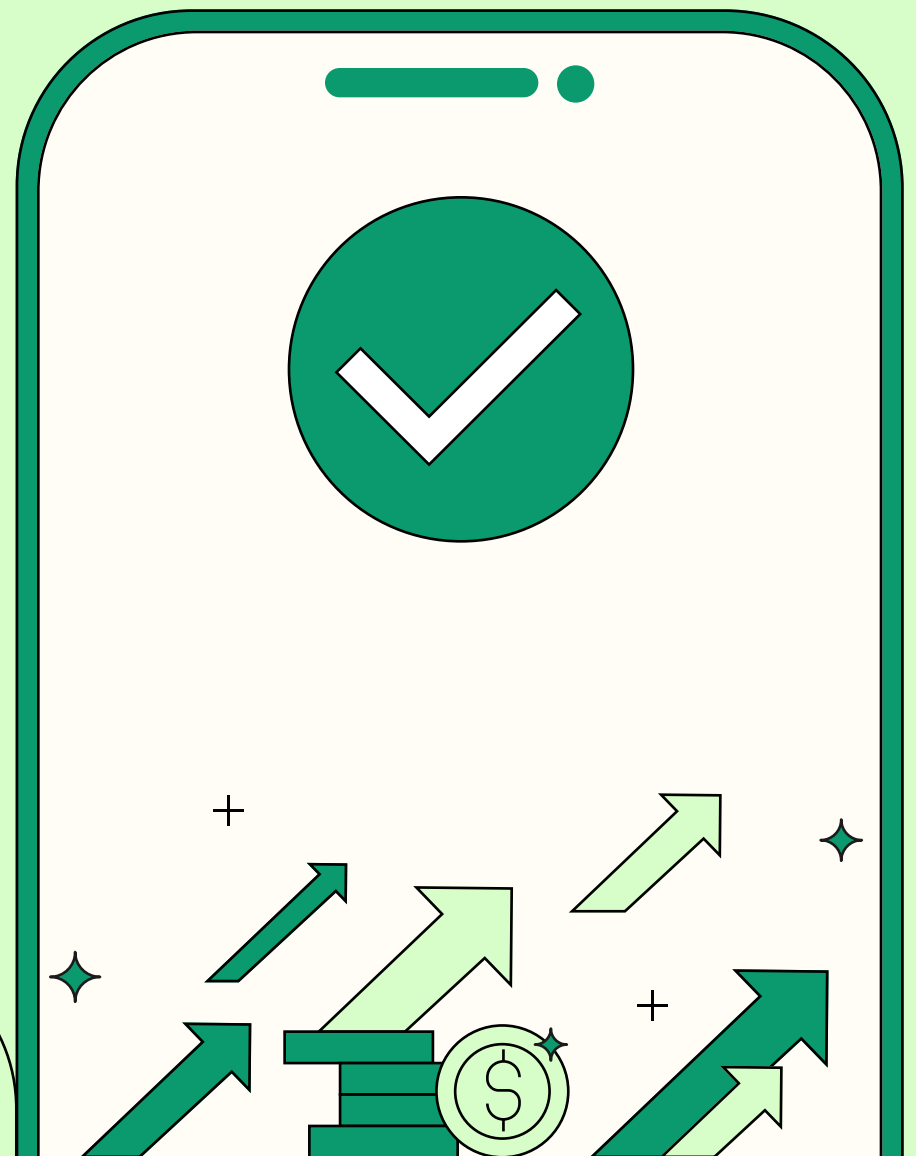
25%

der Kund:innen, die eine Push-Benachrichtigung zum Black Friday erhielten, tätigten daraufhin einen Einkauf

Zusammenfassung

Verglichen mit E-Mail oder SMS bietet **diese Lösung eine weniger gesättigte, personalisierbare und kosteneffektive Alternative** mit zugleich sehr hohen Retention Rate, was das Wallet zu einem bevorzugten Tool für die Kundenbeziehung und -bindung macht.

Gleichzeitig stellt es ein effizientes und DSGVO-konformes Mittel dar, um deine Kund:innen auf dem Smartphone zu erreichen.



**Wie hilft mir die
Lösung, die
Customer Experience
zu verbessern?**

Die Mobile Wallet-Lösung trägt **auf mehrere Arten zu einer besseren Customer Experience bei.**

Zunächst bietet sie ein **reibungsloses und einfaches Nutzungserlebnis für deine Kund:innen an**, da das Wallet-Karte mit nur zwei Klicks zum Apple Wallet und zu Google Pay hinzugefügt werden kann. So haben deine Kund:innen ihre **Karte immer zur Hand**, direkt auf ihrem Smartphone, was sie praktisch und leicht zugänglich macht.

Weiterhin kannst du, abhängig von verschiedenen Anwendungsfällen, die Customer Experience auf verschiedene Weise verbessern.

Bei Treueprogrammen beispielsweise haben die Kund:innen mithilfe der Wallet **stets einen Überblick über ihre Treuevorteile** und erhalten Erinnerungen, ihre Punkte einzulösen. Darüber hinaus ist das Wallet auch für **Bordkarten, Tickets und Einladungen** von Vorteil, da Push-Benachrichtigungen sicherstellen, dass die Kund:innen **kein wichtiges Ereignis verpassen.**



Die Marke Salomon beispielsweise nutzt das Mobile Wallet, **um die Anmeldungen zu deinen Veranstaltungen zu digitalisieren.** Der Sportartikelhersteller **reduziert so seine No-Show-Rate**, indem er Erinnerungen und Hinweise zu Änderungen der Veranstaltung an alle registrierten Personen über das Wallet verschickt.

Zusammenfassung

Die Mobile Wallet-Lösung trägt auf mehrere Arten zu einer besseren Customer Experience bei.

Zunächst bietet sie ein reibungsloses und einfaches Nutzungserlebnis für deine Kund:innen an, da das Wallet-Karte mit nur zwei Klicks zum Apple Wallet und zu Google Pay hinzugefügt werden kann. So haben deine Kund:innen ihre Karte immer zur Hand, direkt auf ihrem Smartphone, was sie praktisch und leicht zugänglich macht.

Weiterhin kannst du abhängig von verschiedenen Anwendungsfällen die Customer Experience auf verschiedene Weise verbessern.

**Wie kann ich das
Mobile Wallet in
meine Omnichannel
-Strategie
integrieren?**

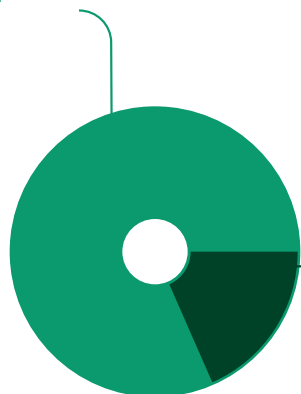
Das Mobile Wallet kann nahtlos in eine bestehende Omnichannel-Strategie integriert werden, da sie eine Ergänzung zu konventionellen Kanälen wie E-Mail usw. bietet. Sie ist ein wirksames Instrument, um deine **Kund:innen auf ihren Smartphones zu erreichen**. Sie schlägt eine Brücke zwischen der realen und der digitalen Welt und **boostet so die Drive-to-Store- und Drive-to-Web-Strategien** der Marken.

Darüber hinaus haben wir **Schnittstellen zu Marktführern wie Selligent, Adobe, Salesforce usw.** entwickelt, die es dir ermöglicht, deine Wallet-Aktivitäten zu steuern und dein Targeting direkt aus deinem CRM heraus durchzuführen.

Diese Integration erleichtert die Nutzung von Mobile Wallet in deinen Customer Journeys und ermöglicht dir **eine 360-Grad-Sicht, die mit deiner Omnichannel-Strategie im Einklang steht**.

Ein Beispiel von The Kooples:

52% der Wallet-Kund:innen wechseln zwischen den Kanälen der Omnichannel-Strategie



verglichen mit nur 16% der Kund:innen ohne Wallet

Zusammenfassung

Kurz gesagt: Mobile Wallet bietet eine **praktische und ergänzende Lösung**, um deine Kund:innen **kostengünstig** über ihre Smartphones zu erreichen. Dank der **Schnittstellen** zu den wichtigsten CRMs auf dem Markt kannst du das Mobile Wallet problemlos in deine Marketingstrategie integrieren und in deine Customer Journeys einbeziehen. Dies ermöglicht dir einen **einheitlichen Omnichannel-Ansatz und steigert die Wirksamkeit deiner Marketingmaßnahmen**.

Eine Studie ergab, dass Kund:innen, das Mobile Wallet verwenden, **dreimal so häufig Omnikanalaktivitäten** durchführen wie Kund:innen, die es nicht verwenden.



Brevo Wallet

Email

team@brevo-wallet.com

Telefon

[+49 30 52006181](tel:+493052006181)

Mehr als 250 Unternehmen vertrauen uns

