

Direkte Kundenansprache

Websms startet Messaging-Innovation für Mobile Marketing



Foto: websms

14.10.2014. Die Software-Firma Up to Eleven bietet über ihre Servicemarke Websms eine App an, die selbstständig erkennen kann, ob der Empfänger einer Nachricht auf seinem Handy gerade über eine IP-basierte Verbindung oder per SMS erreichbar ist. Entsprechend lassen sich SMS-Kampagnen deutlich kostengünstiger durchführen als bisher.

Websms ergänzt mit dem neuen Zusatzservice „SMS2App“ den optimalen Kundenkommunikation-Mix in den Bereichen Service, Sales und Marketing. Dabei nimmt sich SMS2App Kurzmitteilungen über neue Angebote, Benachrichtigungen über einen erfolgten Warenversand oder geänderten Öffnungszeiten an: Die intelligente Logik der Lösung erkennt, ob ein Kunde die Information über eine App am [Smartphone](#) empfangen kann und wählt den passenden Versandweg aus – entweder als Push-Nachricht direkt in die App oder als klassische SMS. Somit ist laut Anbieter garantiert, dass die Nachricht in jedem Fall ankommt, also auch ohne eigens installierte App oder in Regionen mit schlechter Datenverbindung.

Umfangreiche Programmierbibliotheken

Benachrichtigungen per SMS2App sind dabei im Vergleich zu klassischen SMS-Kampagnen bis zu 70 Prozent günstiger. So betragen die Kosten pro Nachricht über eine Datenverbindung lediglich 1,5 Cent. Dadurch lassen sich selbst Sales-Aktionen mit hohem Volumen und niedriger Marge vergleichsweise preiswert umsetzen.

Den Versand der mobilen Nachrichten starten Marketing-Profis unkompliziert über das Web-Interface von Websms oder über die Websms-Schnittstelle. Diese lässt sich mit wenigen Schritten in beliebige Software-Umgebungen integrieren. SMS2App kann mit niedrigem Programmieraufwand zu bestehenden [Apps](#) hinzugefügt werden. Für diesen Zweck stehen umfangreiche und gut dokumentierte Programmierbibliotheken (SDK) zur Verfügung.

Neue Chancen für das Cross-Channel-Marketing

Martin Schuster, Head of Messaging & Content Services bei Up to Eleven, der Dachmarke von Websms, erklärt: „Der Handel muss sich mit seinen Angeboten und Informationen optimal auf den Smartphones seiner Kunden positionieren. Messages, die direkt in der Nachrichtenzone von Android, iPhone & Co. landen, sind dazu das Mittel schlechthin.“ Mit SMS2App würden die Vorzüge

von SMS mit den Vorteilen von Push-Nachrichten verknüpft – bei sinkenden Messaging-Kosten. Eine [Multi-Channel-Strategie](#) lasse sich dadurch optimal und kostengünstig umsetzen.

(Up to Eleven/asc)