xamoom | Mobile Content Night 2021.01

Gewinnspiele

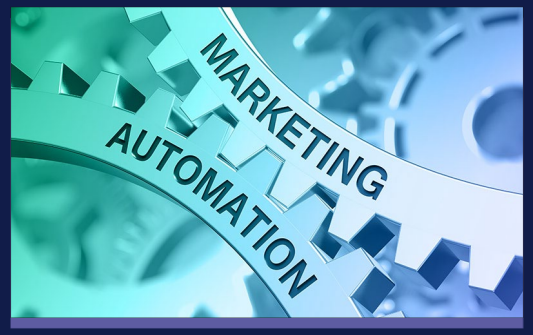
xamoom

Agenda

State of the Mobile

Warum Gewinnspiele?

Regeln und praktische Umsetzung



Marketing-Automation

xamoom

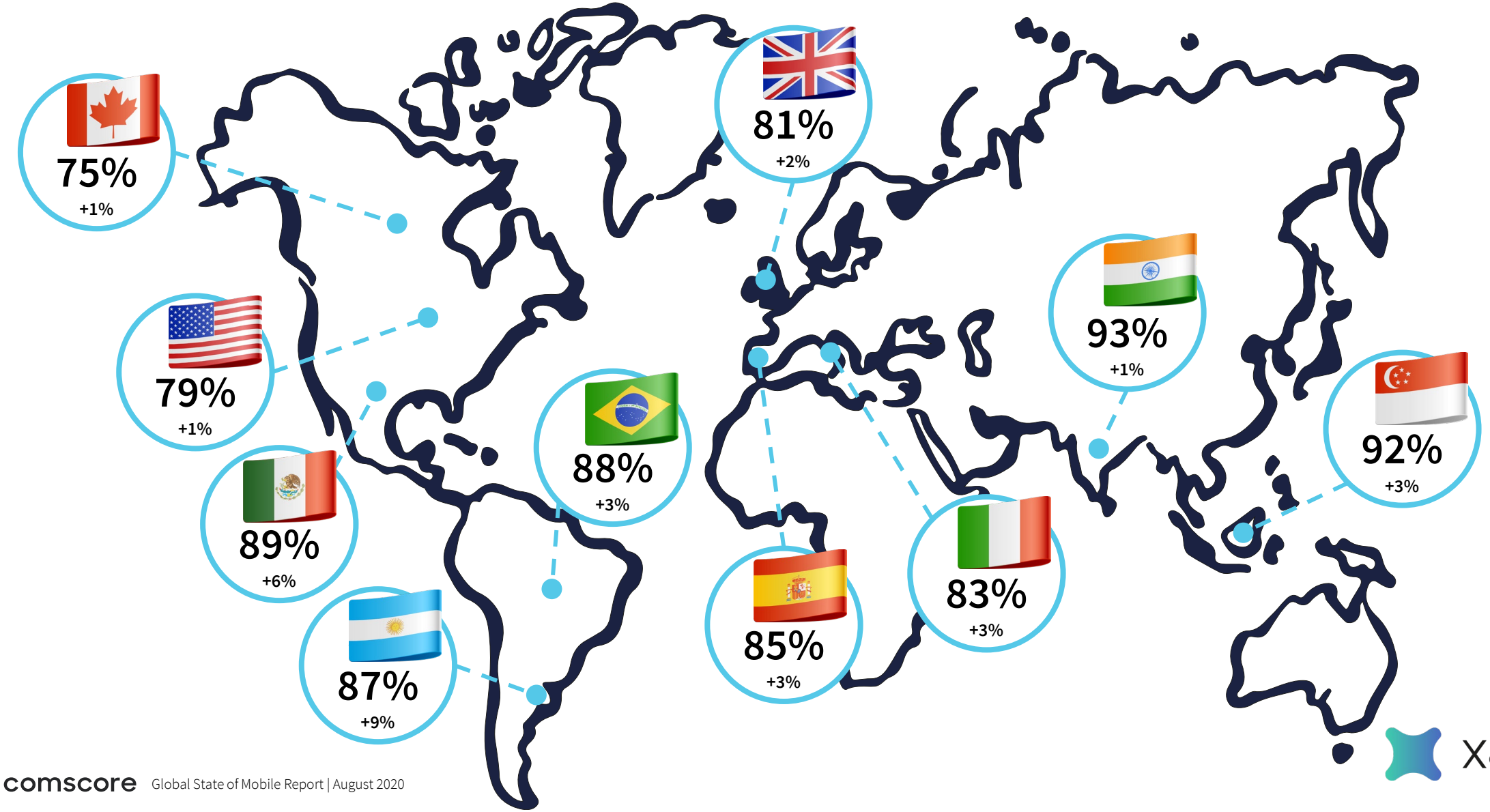
State of the Mobile

Ein paar Zahlen zur Bedeutung von Mobile

xamoom

Immer mehr mobile Mediennutzung

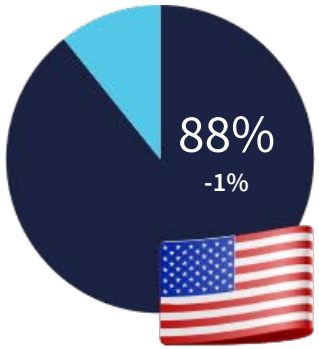
Anteil des Smartphones an allen digitalen Minuten



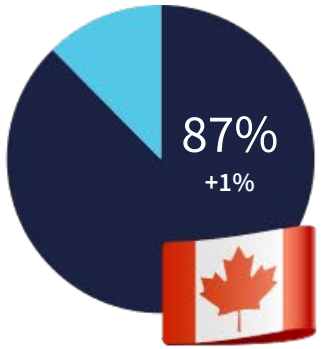
xamoom

Der überwiegende Teil der Nutzung findet in Apps statt

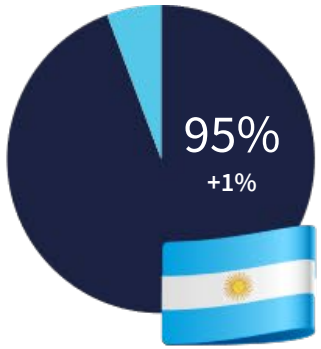
App vs. mobiles Web – Anteil der mobilen Nutzung



USA

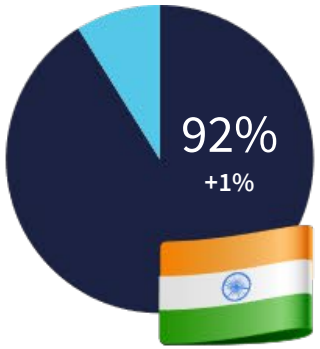


Kanada

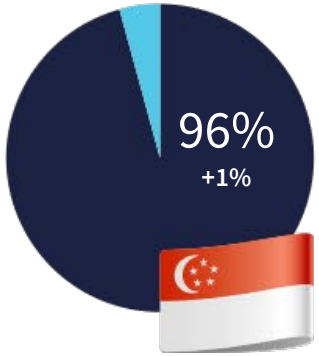


Argentinien

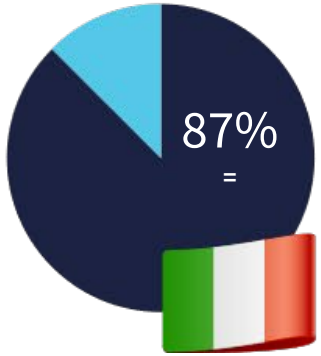
Brasilien



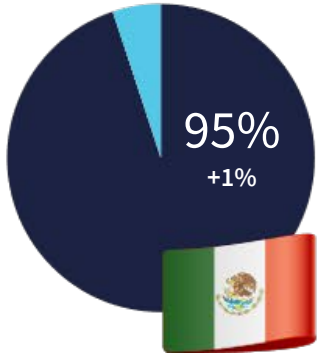
Indien



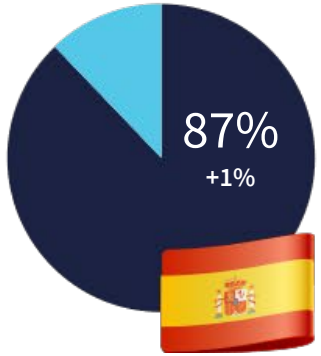
Indonesien



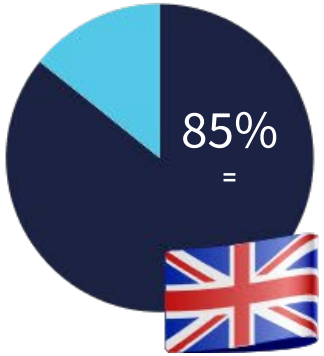
Italien



Mexiko



Spanien



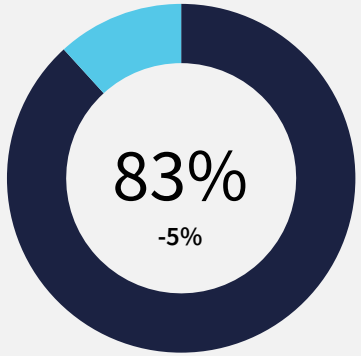
UK

Apps | Mobile Web

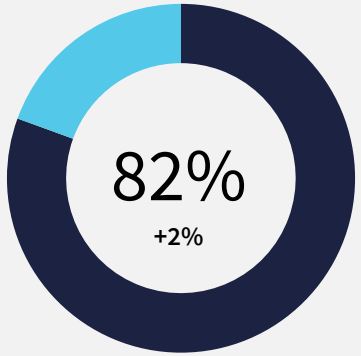
Einzelne Kategorien tendieren gar zu „App only“

Anteil der mobiler Apps vs. alle anderen digitalen Plattformen

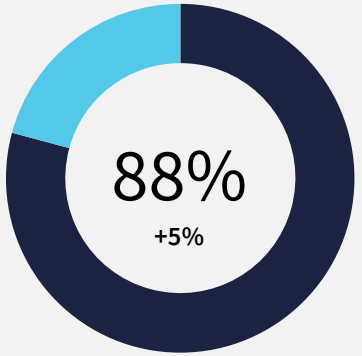
Social Media & Messenger



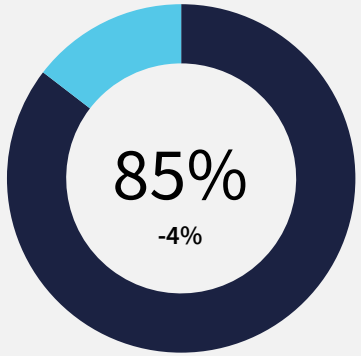
News, Wetter, Information



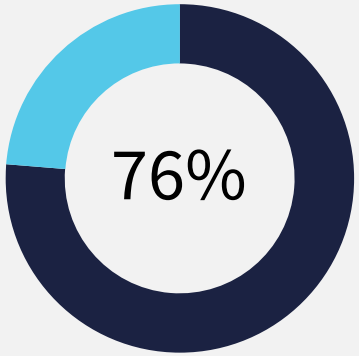
Services, Coupons, Ermäßigungen



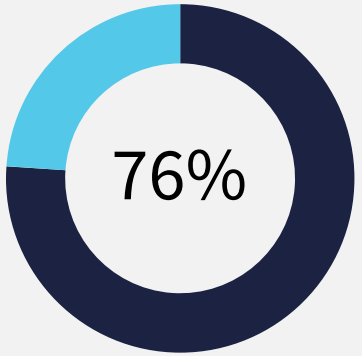
Lifestyle & Dating



Verzeichnisse, Quellen, GPS, Navigation

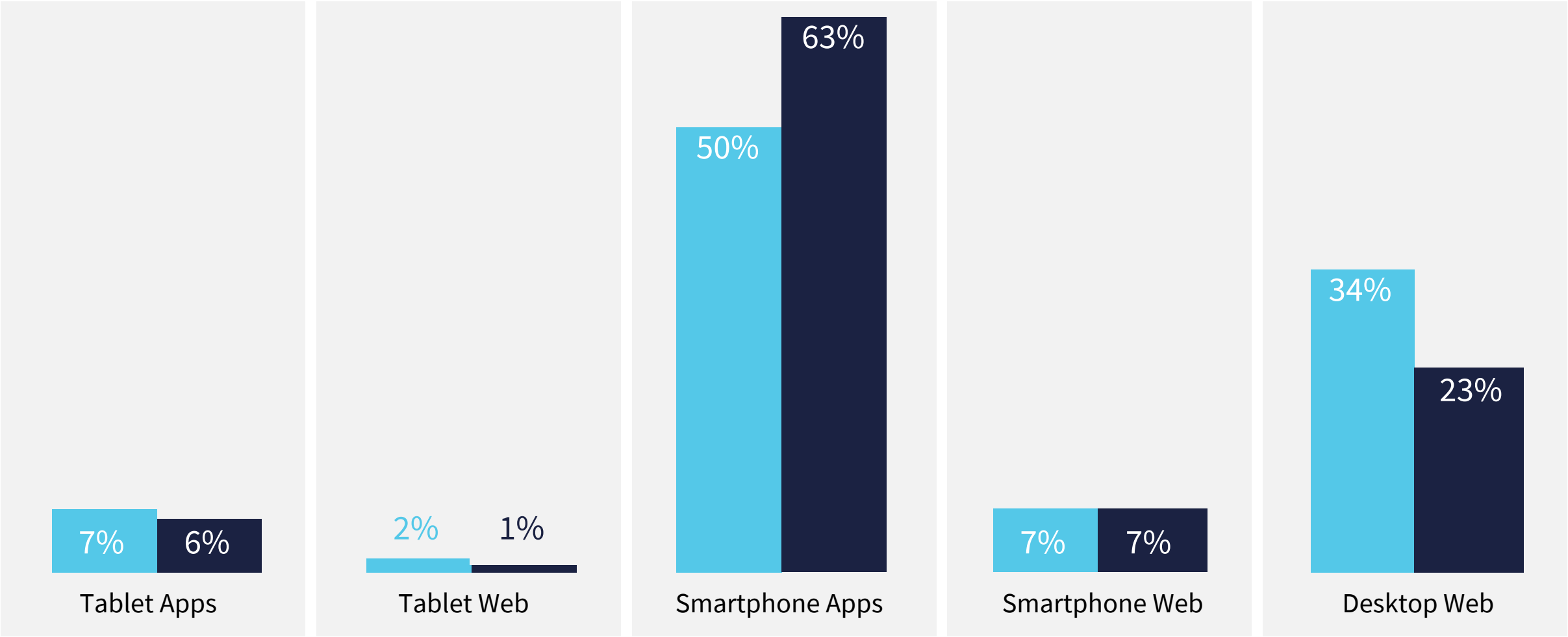


Travel & Food



USA: Mobile Apps sind der einzige Wachstumsbereich für digitale Medien

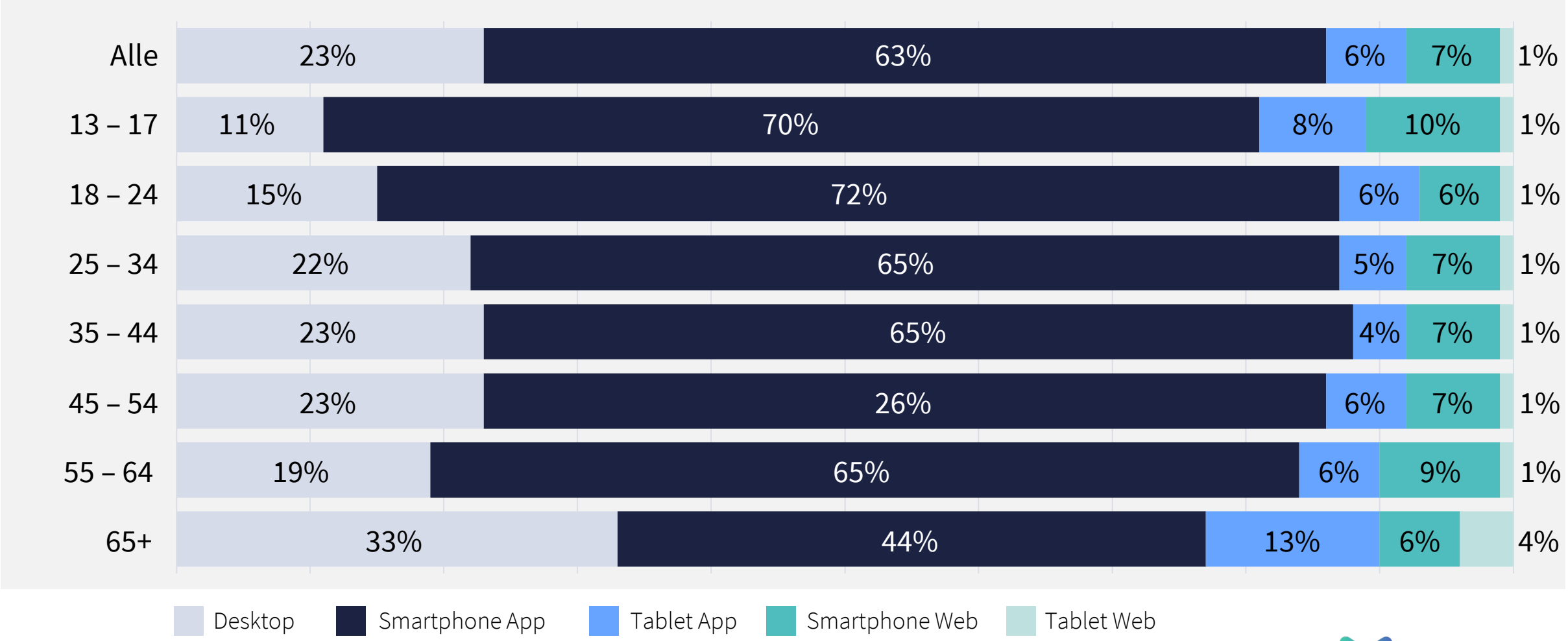
Gemessene Mediennutzung in Minuten pro Plattform



xamoom

Mobile ist Nummer eins in allen Altersgruppen

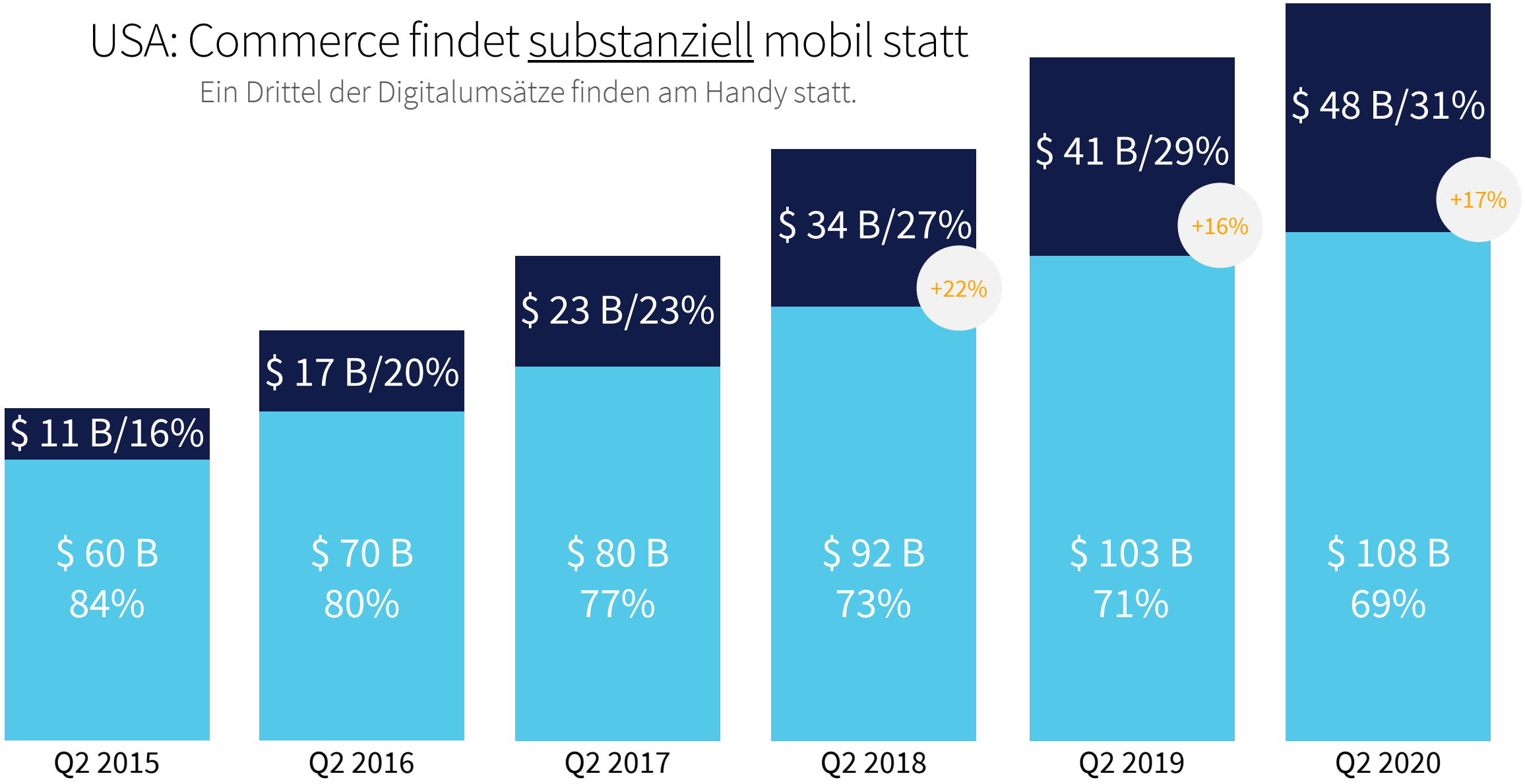
Bis zu 89 Prozent der Mediennutzung findet nicht am Desktop statt.



xamoom

USA: Commerce findet substanziell mobil statt

Ein Drittel der Digitalumsätze finden am Handy statt.



xamoom

Key Take-Aways

- Mobile-only wird Standard
- Ohne App, wird es schwer, aufs Handy von (potenziellen) Kunden zu kommen
- Commerce ist möglich, aber kaum wer macht‘s

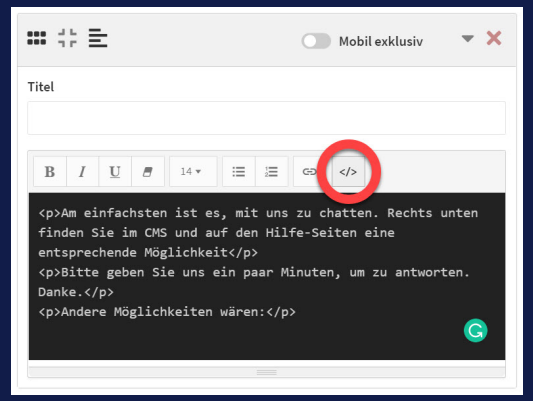
xamoom

Neu bei xamoom

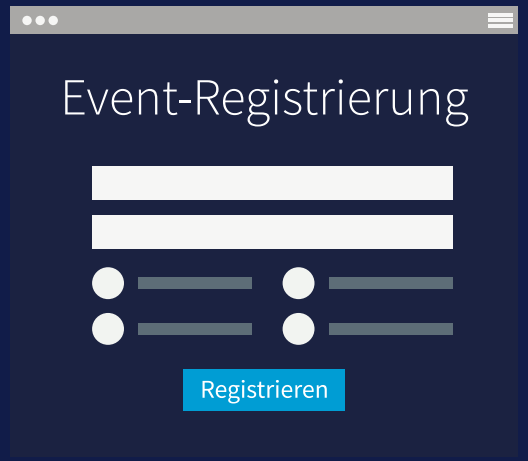
Wir stehen nie still, sondern arbeiten ständig an der Weiterentwicklung unserer Plattform.

xamoom

Was gibt es Neues?

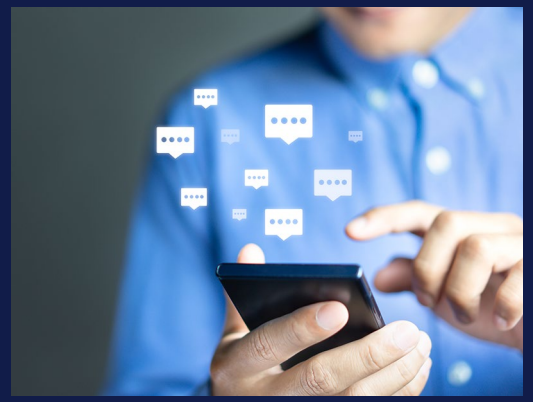


Klein, unscheinbar, aber enorm hilfreich: Texteditor kann HTML Code bearbeiten.



xamoom.forms: vom einfachen Kontaktformular über die Lead-Generierung bis hin zu mCommerce.

Neue Kunden:
Wir stellen uns breiter und zukunftssicherer auf!



Messaging: Starte deine Unterhaltung direkt aus der App heraus.

Ziel: Von internationalen Beispielen lernen und immer wieder neue Möglichkeiten für unsere Kunden schaffen.

xamoom

Gewinnspiele

als Marketing-Tool

xamoom

Welche Arten von Gewinnspielen gibt es?

asdf

Give-Away

Gewinnspiel, Tipp-Spiel, Quiz

Wettbewerb,
Geschicklichkeitsspiel

Lotterie

...

Glücksspiele, die vom Veranstalter zum Zwecke der Werbung oder der Datensammlung ausgerichtet werden und vom Spieler keinen unmittelbaren finanziellen Einsatz erfordern.

xamoom

Warum macht man Gewinnspiele

Weil sie wirken. Wer von uns macht nicht gerne ein Schnäppchen oder bekommt etwas Cooles geschenkt?

- Neue Kunden
- Bestehende Kunden
- Marken-Interaktion
- Sales-Tool

- Neues Produkt
- Bewusstseinsbildung
- App-Installationen
- Angebotsbreite zeigen

...

Gewinnspiele erzielen eine große virale Wirkung. Jeder gewinnt gerne etwas – erst recht wenn der Preis einen Anreiz darstellt.

xamoom

Das Handy hat alles, um es spannend zu machen!

Internet-Zugang

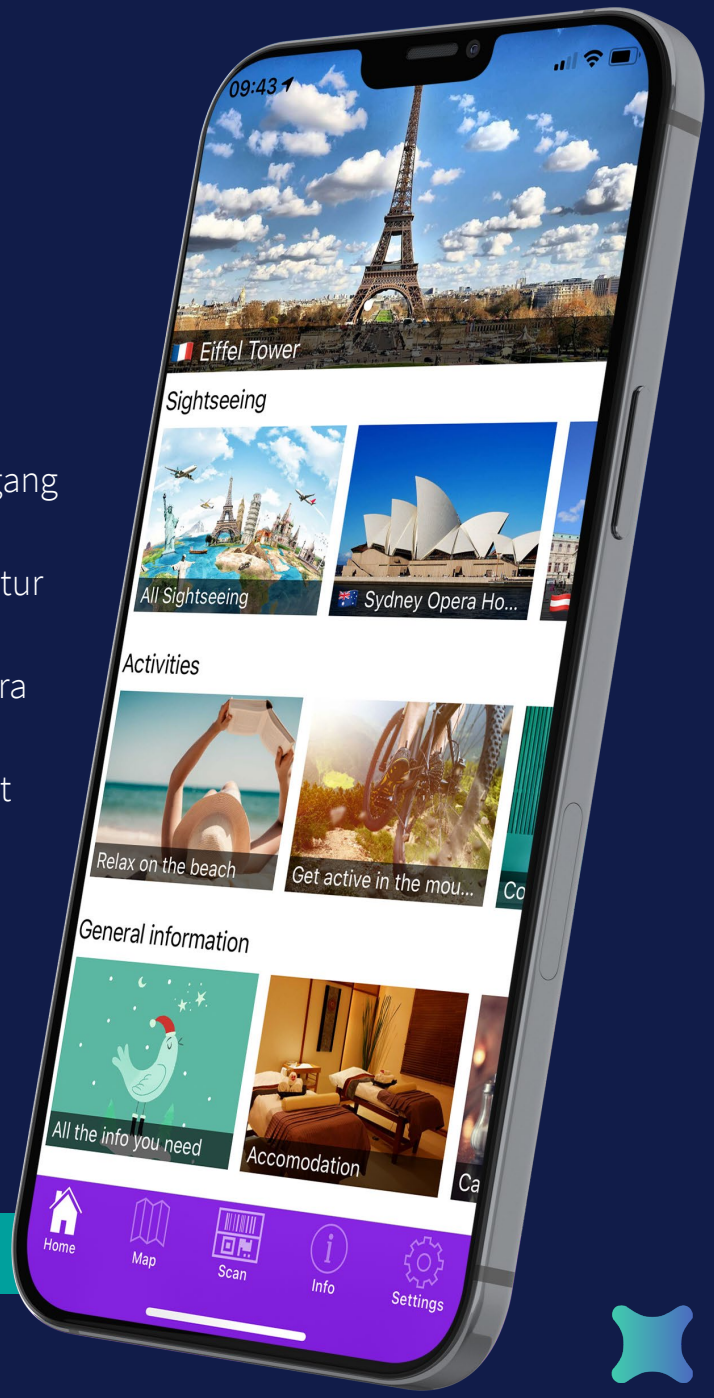
Tastatur

Kamera

E-Mail- und Messaging-Client

Objekt-Identifikation mit , QR, NFC

Orts-Identifikation mit GPS



Und es ist immer mit dabei

xamoom

Praktische Umsetzung

xamoom

Rechtliche Voraussetzungen

Konsumentenschutz & Datenschutz

- Es dürfen keine Einnahmen/Gewinn damit erzielt werden
- Glücksspiel (Zufall) und Geschicklichkeitsspiel (Können, Quizz, Tempo)
- Gewinne sind grundsätzlich steuerpflichtig (5% Glücksspielabgabe), Bagatellgrenze von 500 Euro im Jahr (dh. Gewinne von unter 10.000 Euro).
- Kinder und Jugendliche: Man muss von verminderter bis nicht gegebener Geschäftsfähigkeit ausgehen. Die Teilnahmebedingungen müssen besonders klar formuliert sein. Eltern müssen im Bedarfsfall Einverständniserklärung geben. Besser: Teilnahme erst ab 18 Jahren!
- Teilnahmebedingungen müssen klar formuliert und einsehbar sein. Es reicht auch ein Link auf eine Website.
- Kopplungsverbot an Geschäft.
- Wenn Newsletter-Abo beworben wird, muss Nutzer selbständig auf OK klicken.

xamoom

Teilnahmebedingungen

Was darin enthalten sein muss.

- Teilnahmefrist: wann das Gewinnspiel läuft und insbesondere, wann es endet.
- Termin für die Auslosung der Preise bzw. Ziehung der Gewinner
- Kreis der berechtigten Teilnehmer (und wer ausgeschlossen ist)
- Hinweis, dass der Erwerb von Produkten und Dienstleistungen den Ausgang des Gewinnspiels nicht beeinträchtigen
- Regeln, nach denen die Gewinner bestimmt werden
- Wie die Gewinne zu den Gewinnern gelangen
- Unter Umständen Hinweise, dass die Preise nicht getauscht, übertragen werden dürfen bzw. nicht in Bargeld abgelöst werden.
- Datenschutzhinweise, insb. welche Daten gesammelt werden
- Genaue Angaben zum Gewinn
- Hinweis, dass der Rechtsweg ausgeschlossen ist

xamoom

Rechtliche Gefahren

Was droht im Falle des Falles.

- Wenn es nicht Ihre eigene Plattform ist, muss man sich auf Facebook, Instagram, etc. an zusätzliche Regeln halten.
  Folge: Bann von teuer erworbenen Facebook/Instagram-Fans
- Klagen wird wohl kein Teilnehmer, sondern die Konkurrenz
  Folge: Zivilklage wegen unlauterem Wettbewerb.

Achtung! Dies ist keine Rechtsberatung!

xamoom

Basis: Conditional Content

Ein Identifier, unterschiedliche Inhalte. Weil derselbe Einheitsbrei selten passt.

SAISONAL & EVENTS: Inhalte automatisiert „vorprogrammieren“

ZIELGRUPPEN spezifisch ansprechen; spezielle Inhalte für Kinder und Erwachsene

ABWECHSLUNG: Niemals der selbe Inhalt, stets eine neue Überraschung

BESUCHSFREQUENZ Belohnung für treue Besucher, die mehrmals wieder kommen

TAGESZEIT: Unterschiedliche Inhalte zur Steuerung der Auslastung. Gutschein in Randzeiten, Weiterleitung in Spitzenzeiten, Spezielle Inhalte außerhalb der Öffnungszeiten, …

PLATTFORM: Unterschiedliche Inhalte für Web & App, QR/NFC/iBeacon

GEWINNSPIELE mit Zufallsgenerator und maximaler Gewinneranzahl

Ein Identifier, unterschiedliche Inhalte je nach Situation.

xamoom

Parameter von Gewinnspielen

Welche Möglichkeiten gibt es, den Gewinn zu steuern?

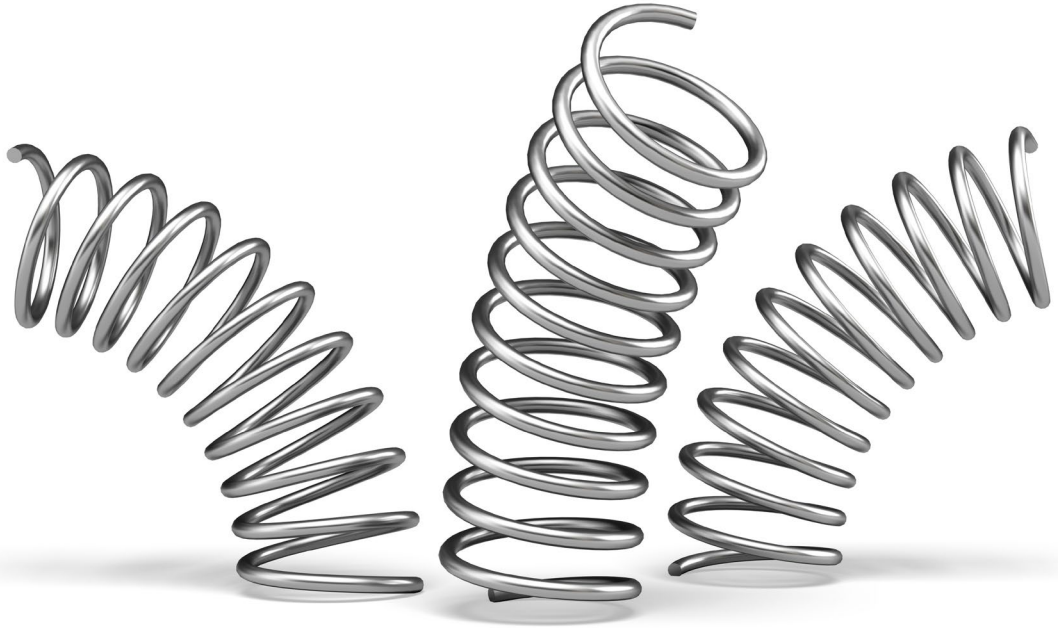
PLATTFORM Soll nur in der App oder auch im mobilen Web gewonnen werden?

WAHRSCHEINLICHKEIT: Wie hoch soll die Gewinn-Wahrscheinlichkeit sein?

BELOHNUNG für treue Besucher erwünscht?

MAXIMALE Anzahl an Gewinnen

WO soll die Teilnahme möglich sein?



WANN soll gewonnen werden?

ZUGANGSTECHNIK: Soll der Gewinn beim Scannen eines Objekts (EAN am Produkt) eher eintreten?

Sonderwünsche? Wenn sinnvoll, integrieren wir diese.

xamoom

Die Gewinn-Seite

DATENEINGABE per Formular
oder Messaging/E-Mail-Client

SCHUTZ der Seite, weil
verhindert wird, dass sie
geteilt werden kann.
Zugriff nur „SPOT ONLY“.

xamoom

Demo

xamoom

Marketing Automation

xamoom

Alles geht automatisch

KEINE EXTRA ARBEIT, vieles ist automatisierbar.

MITARBEITER müssen keine Aufgaben erfüllen, die sich ständig wiederholen.

FEHLERFREI da kein menschliches Zutun nötig ist.

INTEGRATION in Ihre IT-Umgebung.

xamoom

Beispiel

Ab der Registrierung läuft alles vollautomatisch – entweder direkt oder über Zapier.

Anmeldung

Nutzer meldet sich mit Name und E-Mail an und erlaubt die Datenspeicherung.

Bestätigung im Browser:

Unmittelbar nach der Anmeldung gibt es eine Meldung, die den Erfolg meldet und weitere Schritte ankündigt.

Zwei E-Mail-Benachrichtigungen:

SendGrid

1. Teilnehmer bekommt Bestätigungs-Mail
2. Veranstalter erhält Mail mit Daten des Nutzers
3. Eventuell kommt später noch ein weiteres Mail, dass die Verlosung unmittelbar bevorsteht.

Nachricht im Slack-Channel:

Alle Daten der Anmeldung werden an den Channel #marketing gesandt.

In Google Tabelle speichern:

Für die spätere Verlosung.

An Mailchimp übergeben:

Ist der Teilnehmer schon im Newsletter, passiert nichts. Ist er noch nicht angemeldet, wird überprüft, ob die Zustimmung gegeben wurde und er erhält eine Double-Opt-In-Mail.

xamoom

Demo

xamoom

Open for discussion

xamoom

Mobile Content Night

MCN 2 | Messaging & Besucherlenkung
Do, 8. April 2021, 17 – 19 Uhr

Downloads: xamoom.com/de/mcn

xamoom

Georg Holzer

CEO | +43-680-2009030 | georg@xamoom.com

Passionately designed in Klagenfurt

facebook.com/xamoom

@xamoom

Ganghofergasse 13, Klagenfurt

+43-463-930 330