

# Mit Facebook Lead Ads zu mehr Newsletter-Empfängern

Kundenkommunikation mit höchster Präzision

Facebook Lead Ads sind ideal, um gezielt neue Newsletter-Abonnenten zu generieren. Mit seiner Schnittstelle verbindet Inxmail die Facebook-Welt mit dem E-Mail-Marketing. Die Integration ermöglicht eine automatisierte Übertragung der Daten, die in Echtzeit für den Versand von Mailings verwendet werden können. Der Freiburger Verlag Herder setzt die Integration ein,

um neue Empfänger für den Newsletter seines Fachmagazins „kindergarten heute“ zu gewinnen – und steigerte damit seine Conversion Rate.

**HERDER**

**Case Study**

Herder



# Anforderungen

## Bessere Performance für Newsletter-Anmeldungen

Bereits seit 2003 versendet der Verlag Herder seine Newsletter zu unterschiedlichen Themenwelten und Fachmagazinen mit der E-Mail-Marketinglösung von Inxmail. Um neue Empfänger für den Newsletter des Fachmagazins „kindergarten heute“ zu gewinnen, schaltet der Verlag Lead-Ads-Kampagnen in Facebook.

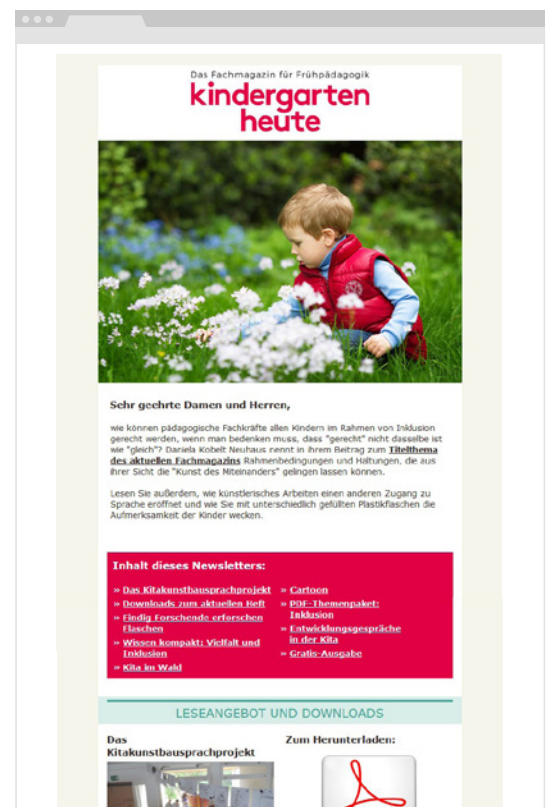
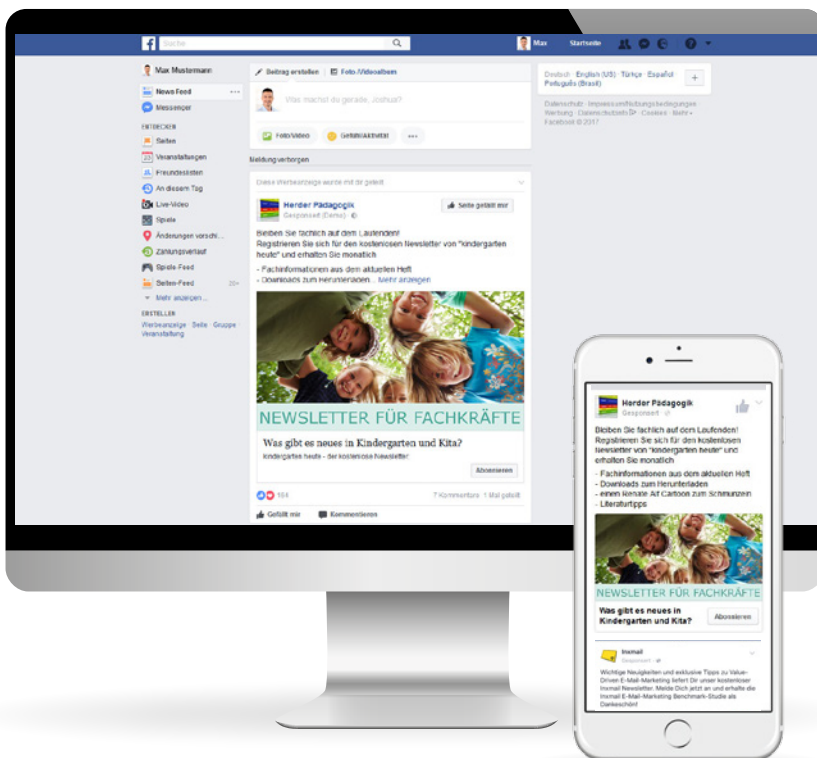
Über die Lead Ads kann ein Facebook-Nutzer sich direkt zum Newsletter anmelden ohne Facebook verlassen zu müssen. Durch einfache und mobil optimierte Formulare ist für den User die Newsletter-Anmeldung sehr komfortabel – für das Online-Marketing-Team von Herder war das zu Beginn nicht der Fall. Die in Facebook generierten Adressen mussten manuell aus Facebook heraus exportiert und in Inxmail Professional importiert werden. Die Folge: Neuanmelder bekamen ihre Double-Opt-in-Anmeldemail zeitverzögert. Das wiederum wirkte sich negativ auf die Bestätigungsquote und die Performance der Lead Ads aus.

# Umsetzung

## Adressgenerierung über Facebook Lead Ads

Alle Facebook-User, die den ausgewählten Zielgruppenkriterien entsprechen, sehen in ihrer Timeline eine Lead Ad von Herder. In diesem Fall zielt die Anzeige auf pädagogische Fachkräfte und bewirbt den Newsletter von „kindergarten heute“. Klickt ein Interessent auf diese Anzeige, öffnet sich direkt in Facebook ein Formular zur Newsletter-Anmeldung.

Der Clou dabei: Die Kontaktdaten wie Name und E-Mail-Adresse des Users sind bereits automatisch vorausgefüllt – auf Basis der in Facebook geteilten Informationen. Dabei können die Nutzer selbst entscheiden, welche Informationen aus Facebook sie zur Verfügung stellen möchten und sie können diese ergänzen und bearbeiten. Nach dem Absenden der Daten erhält der Interessent mit der Inxmail Integration automatisch eine Double-Opt-in-Mail – und das ohne Zeitverzögerung. So kann der zukünftige Abonnent nach dem Blick in sein Postfach seine Anmeldung direkt bestätigen.



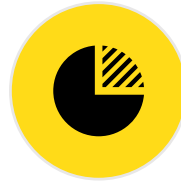


## Lösung

Mit Integration Datenübertragung in Echtzeit

Durch die Inxmail Integration zu Facebook Lead Ads entfällt die manuelle Übertragung der Newsletter-Interessenten mittels einer CSV-Datei. Denn sobald der Absende-Button in Facebook geklickt wurde, kommt die Schnittstelle ins Spiel: Sie ermöglicht die automatisierte Übergabe der Empfängerdaten von Facebook an die E-Mail-Marketinglösung.

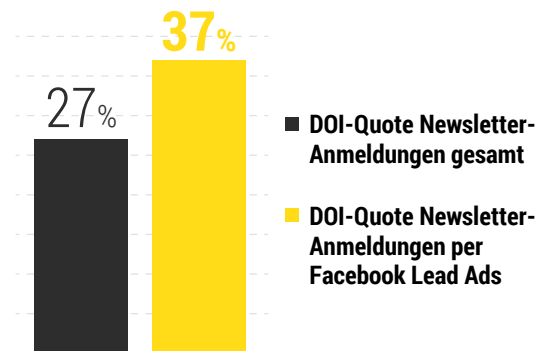
Das Besondere dabei: Die Daten werden in Echtzeit übergeben. Somit wird das Double-Opt-in-Mailing live versendet. Das zahlt sich zum einen für das Marketing-Team von Herder aus. Dieses hat durch die Automatisierung mehr Zeit für andere Aktivitäten im Online-Marketing. Zum anderen wirkt sich der Live-Versand der Bestätigungsmail positiv auf die Anmeldequote aus.



## Ergebnisse

Effizientere Abläufe, höhere Anmeldequote

Mit dem Live-Versand des Double-Opt-in-Anmeldemailings kommuniziert Herder mit dem Facebook-User genau in dem Moment, in dem er auch Zeit und großes Interesse hat. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Anmeldung bestätigt wird, ist also sehr groß. Das wirkt sich positiv auf die Conversion Rate aus und zahlt sich aus. Die Double-Opt-in-Quote der über Facebook Lead Ads generierten Newsletter-Empfänger ist um 37% höher als bei allen restlichen Newsletter-Anmeldungen. Die Kosten pro Abonnent sind seit der Einführung der Inxmail Schnittstelle günstiger und damit auch die Gesamtausgaben für die Facebook Lead Ads.



## Thomas Deyen

Senior Online-Marketing-Manager Verlag Herder

Facebook ist mittlerweile der Adressgenerierungskanal Nr. 1 für unsere Newsletter, was die Kosten pro Lead betrifft. Die Lead-Quote nach Double-Opt-in ist höher und dadurch sind auch die Lead Ads günstiger. Da die manuelle Datenübertragung entfällt, bleibt außerdem mehr Zeit, um andere Hebel zu optimieren. Das haben wir der Schnittstelle von Inxmail zu verdanken.

## Die Vorteile auf einen Blick

- » Automatisierte Übertragung der Interessentendaten in Echtzeit durch die Facebook Lead Ads Integration für Inxmail Professional.
- » Mehr Effizienz: Manuelles Übertragen der Leads mittels CSV-Datei entfällt.
- » Zielgerichtete Ansprache sowie hohe Reichweite und Leadqualität bei Facebook.
- » Hohe Conversion Rate durch optimierte Formulare sowie Live-Versendung der Double-Opt-in-Anmeldemailings.
- » Rechtssichereres E-Mail-Marketing durch Double-Opt-in.

## Über den Verlag Herder

Seit über 200 Jahren steht der Verlag Herder für anspruchsvolle Inhalte und innovative Dienstleistungen. Glaube, Bildung und Werte sind die wesentlichen Themen des Verlags aus Freiburg, der als einer der ältesten in Deutschland bereits in sechster Generation in Familienhand ist. Schwerpunkte des Programms liegen traditionell auf Fachwissen der Bereiche Theologie, Religion und Spiritualität sowie Pädagogik und Kindergarten. Hinzu kommen Sachbücher aus Gesellschaft und Politik, zu Psychologie und Lebensfragen sowie ein umfangreiches Geschenk- und Hörbuchprogramm.

[www.herder.de](http://www.herder.de)

**Weitere Case Studys: [www.inxmail.de/cases](http://www.inxmail.de/cases)**

