

# In nur vier Schritten zu Ihrer Daten- Strategie



**Call-to-Action**

Aktivierende  
Kommunikation



**Landingpage**

Ermöglicht  
Interaktion



**Daten**  
Auswertung  
Verhaltens



**Interaktion**  
Erfahrungen, das  
aufgezeichnet wird

Information ohne Interaktion  
ist, wie zu säen ohne zu ernten.

**Der Campaigning Core Loop ist das zentrale Element im Movement Campaigning. Er ist der Generator, der aus kommunikativem Treibstoff speicherbare Mobilisierungsenergie produziert.**

Ein Campaign Core Loop besteht aus vier Elementen. Ein

- **Call-to-Action** führt Kontakte auf eine
- **Landingpage**, wo der Besucher mit uns in
- **Interaktion** tritt, aus der wir
- **Daten** über diese Person gewinnen.

Das Ziel des Campaign Core Loop ist simpel: Jeder Kommunikationsanlass wird genutzt, um mehr Daten zu sammeln. Das können Daten zum gezielten Anreichern unserer Kontaktprofile sein, oder neue Kontakte, mit denen wir unsere Basis, und damit die Kraft der Kampagne, verbreitern. Auf den folgenden Seiten behandeln wir die einzelnen Elemente des Campaign Core Loop.

# Call-to-Action

**Aktivierende Kommunikation bedeutet, jeden Kommunikationsanlass mit einer Aufforderung zur Interaktion zu versehen, einem Call-to-Action.**

Ein Call-to-Action ist, banal gesagt, ein Link. Im einfachsten, und häufigsten Fall führt er auf eine Landingpage, auf der dann eine Interaktion stattfinden kann. Er kann aber auch in eine App leiten, oder direkt die Interaktion auslösen.

Für die Kommunikation können die unterschiedlichsten Kanäle zum Einsatz kommen: Social Media, E-Mail, Blogs, Ads, WhatsApp, SMS, Offline-Aktionen, ... Solange ein Call-to-Action platziert werden kann, ist alles gut.

Ein Campaign Core Loop kann nur eine, oder mehrere dieser Maßnahmen beinhalten. Grundsätzlich gilt: Je mehr Kontakte angesprochen werden, und je gezielter, desto besser. Meistens gibt es mehrere E-Mail-Varianten, und begleitende Social Media Posts.



**Jetzt mitmachen!**



**Profi-Tipp:** Mit der richtigen Infrastruktur, zum Beispiel dem Cambuildr, können Call-to-Actions auch sofort beim Anklicken eine Interaktion auslösen.

Die Abstimmung ob, zum Beispiel, Obst oder Gemüse gesünder ist, findet direkt im E-Mail mit zwei Links statt:

[Ich finde Obst gesünder.](#)

[Ich finde Gemüse gesünder.](#)



# Landingpage

**Die Landingpage ist das Interaktions-Angebot des Campaign Core Loop und bildet den zentralen Anlaufpunkt für alle Kommunikationsmaßnahmen.**

Auf der Landingpage passieren meistens drei Dinge:

- Der **Besucher wird kommunikativ abgeholt**, der Inhalt der Landingpage knüpft also nahtlos an Nachricht(en) und Call-to-Action(s) an.
- Die angebotene **Interaktion wird inhaltlich aufgeladen** und dem Besucher möglichst einfach erklärt.
- Die von Besuchern durchgeführten **Interaktionen werden aufgezeichnet**.

Um nachhaltigen Nutzen aus dem Campaign Core Loop zu ziehen, ist das Sammeln von Daten der absolute Schlüssel. Im einfachsten Fall sind diese Daten nur die Interaktion selbst („User hat Aktion X gemacht“). Jeder Anlass kann aber auch genutzt werden, um weitere Daten zu sammeln: Name, PLZ, Interessen, Vorlieben, ...



**Profi-Tipp:** Abseits von Standard-Signup-Landingpages gibt es spezialisierte Lösungen für komplexe Interaktionen.

Der Cambuildr bietet sechs interaktive Landingpage-Arten und kann auch Daten von Drittanbietern, wie zum Beispiel Typeform oder Unbounce, zentralisiert erfassen.



## Interaktion

**Die Interaktion selbst ist der Dreh- und Angelpunkt des Campaign Core Loop: Sie bietet unseren Kontakten die Möglichkeit, sich aktiv zu beteiligen und generiert wertvolle Daten.**

Rein technisch gesprochen ist eine Interaktion im Sinne des Campaign Core Loop lediglich ein über eine E-Mail-Adresse identifizierbarer Klick. Das klingt zwar banal, gibt uns aber großartige Möglichkeiten, die Interaktion zu gestalten.

Der inhaltliche und kreative Ansatz entscheiden darüber, wie erfolgreich eine Interaktion ist – nicht die zugrunde liegende Mechanik.

Es macht einen großen Unterschied für den Erfolg einer Interaktion, ob der Inhalt sagt „wir wollen die Welt retten, gibt’ uns deine E-Mail-Adresse!“ oder „Rette jetzt mit deiner Unterschrift die Welt!“.



**Profi-Tipp:** Vor allem für Kontakte, die tiefer in die Kampagne involviert sind, ist es wichtig, dementsprechend höherwertige Interaktionen anzubieten. Der Cambuildr

zum Beispiel ermöglicht vom simplen Commitment bis hin zum Erstellen einer eigenen, persönlichen Kampagne ein breites Spektrum an Interaktionen.

## Daten

**In einer digitalen Kommunikationskampagne sind Daten unser Kapital. Sie ermöglichen es uns, zu personalisieren, zu segmentieren und unsere Kontakte zielgenau mit den richtigen Angeboten zu aktivieren.**

Daten zu sammeln allein reicht dafür aber nicht aus. Man muss die gesammelten Daten auch nutzen, und zwar so automatisiert wie möglich. Bei zehntausenden Kontakten ist es schlicht nicht möglich, jeden einzeln zu kennen.

Deshalb muss die Technologie diese Aufgabe erfüllen: Wir teilen die Gesamtheit der Daten in verschiedene Segmente auf, die automatisch auf Basis des Verhaltens und der Merkmale unserer Kontakte gebildet werden.

In der Kommunikation richten wir uns dann immer an ein Segment. So fühlt sich jeder unserer tausenden Kontakte individuell behandelt, während unser Verwaltungsaufwand sich auf das Managen einer handvoll Segmente beschränkt.



**Profi-Tipp:** Während klassische Datenbanken meist nach reinen

**Merkmale** segmentieren (Alter, Geschlecht, Region, ...) segmentieren wir im

Movement Campaigning zum überwiegenden Großteil nach **Verhalten**. Die technische Infrastruktur sollte also verhaltensbasierte Selektionen ermöglichen.

**Verhaltensorientierte Segmentierung:**  
Die Kraft der Daten nutzen

## » Missing Link «

Kommunikation ohne Interaktion ist,  
**wie säen ohne zu ernten.**

Heben Sie Ihre digitale Kommunikation auf ein neues Niveau. Bieten Sie zu jedem Kommunikationsanlass echte Interaktionen. Sammeln Sie daraus Erkenntnisse in umfangreichen Datenprofilen und nutzen Sie Automatismen, um immer effektiver zu kommunizieren. Klingt kompliziert?

**Der Cambuildr macht es kinderleicht.**

**Mitmach-Landingpages:**  
Online-Interaktion leicht gemacht

Sie haben Fragen zum Cambuildr,  
oder Interesse an einer Produkt-Demo?

**Kontaktieren Sie uns jetzt!**

+43 1 532 32 99

**hallo@cambuildr.com**

www.cambuildr.com

