

+Babbel

Wie die Sprachlern-App Babbel die Mobile User Experience personalisiert

Während eines herausfordernden und unvorhergesehenen Jahres für viele Unternehmen, konnte Babbel 2020 folgende Ergebnisse erzielen:

+200%

Anmeldungen in der EU im Vergleich zum Vorjahr

+100%

mehr Umsatz in den USA im Vergleich zum Vorjahr

+25%

mehr Nutzer-Engagement



“

Auf einer Skala von 0 bis 100 sind wir jetzt bei einer 20 mit allem, was wir [in puncto Personalisierung] erreichen wollten. Und letzten Endes bestehen die Motivation und der Erfolg darin, den Nutzer zu involvieren... [und] jeder durchläuft seine ganz eigene Journey beim Erlernen einer Sprache. Unsere Aufgabe ist es, jedem einzelnen Lernenden bei dieser Journey zu helfen. Jeder, der zu Babbel kommt, hat ein bestimmtes Ziel vor Augen. Und wir stellen ihm die Mittel zur Verfügung, dieses Ziel zu erreichen.“

– Nina Pollex, Director of CRM bei Babbel

Das Unternehmen

Die Berliner Sprachlern-App Babbel ist seit 2007 auf dem Markt. Als Marktführer bietet sie ihren Kunden flexible ein-, drei- und sechsmonatige, sowie jährliche Abos an. Während der Pandemie verzeichnete die App ein dreistelliges Wachstum und ab März 2020 verdoppelten sich die Lernaktivitäten. Zusammen mit Emarsys baute das Unternehmen seine Werbemaßnahmen weiter aus, um sich neben E-Mail-Marketing auch auf das personalisierte Mobile Marketing zu konzentrieren.

Die Herausforderung

Das Unternehmen musste sich etwas einfallen lassen, um agil zu bleiben und sich gegen kleinere, agile Wettbewerber auf dem Markt durchsetzen zu können. Neben der Einführung eines Live-Tutor-

Programms und einer kostenlosen Version für Studenten, musste sich Babbel der Personalisierung innerhalb der App widmen. Das Ziel bestand darin, Nutzer mit einer hohen Konversionsbereitschaft den Weg zum Aboabschluss zu ebnet und den noch unsicheren Interessenten die Wahl durch passende Vorschläge und Kurse zu erleichtern.

Das Ergebnis

Bis dato stellten E-Mails Babbels zentralen Kommunikationskanal dar. Durch die Investition in Mobile – und damit in personalisierte In-App- und Push-Nachrichten – erzielte das Unternehmen 50% mehr Konversionen als durch E-Mails allein. Durch die Implementierung der Personalisierung innerhalb der App stieg Babbels Markenbekanntheit, was wiederum zu mehr Abonnenten und einem höheren Engagement führte.

Die Lösung

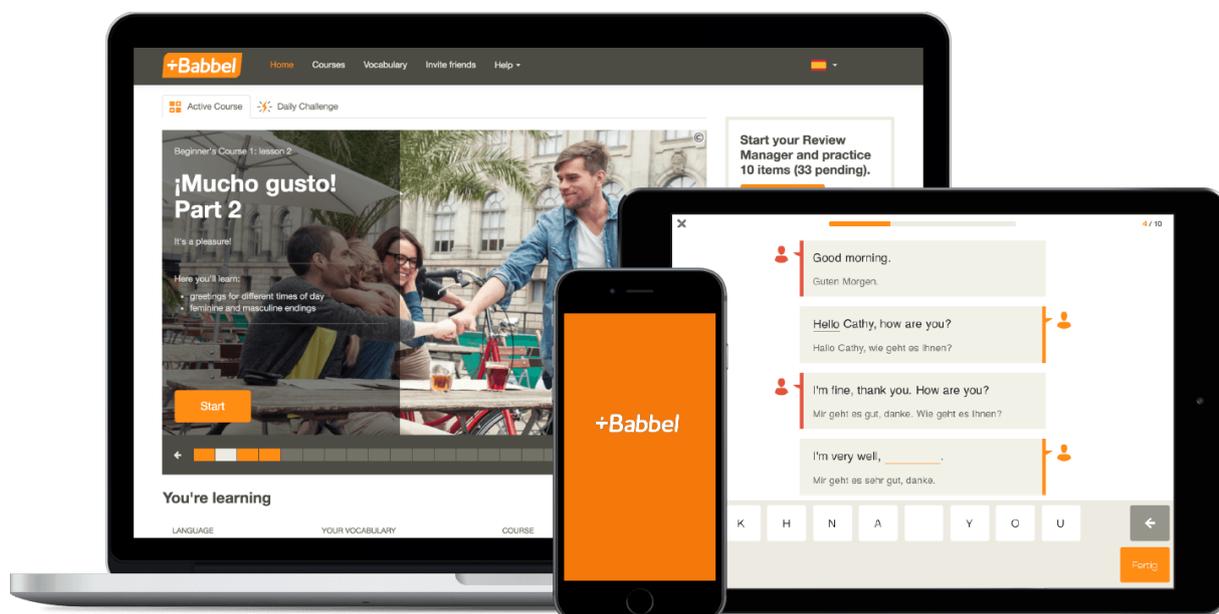
Mithilfe der Customer Engagement Plattform von Emarsys entwickelte Babbel Programme, um Insights zu seinen Kunden und ihrem Engagement beim Erlernen einer neuen Sprache zu gewinnen. So konnte das Team die Nutzer nach hohem, mittlerem und niedrigem Motivationslevel segmentieren und dann gezielt zum richtigen Zeitpunkt mit ihnen interagieren.

Des Weiteren konnte Babbel folgende Punkte umsetzen:

- Kanalunabhängige, kundenorientierte Personalisierung, um mit den Lernenden über

Abodienste, Kursabschlüsse, nächste Schritte und empfohlene Lerninhalte zu kommunizieren – vom Onboarding bis zum Abschluss eines Kurses

- Echtzeit-Versand von In-App- und Push-Benachrichtigungen, um Nutzer an Lernaktivitäten zu erinnern sowie über verbleibende Kurszeiten und neue Lerninhalte wie z.B. Podcasts und Artikel zu informieren
- 50% mehr Konversionen durch die Kopplung aus Push-Benachrichtigungen und E-Mails (statt reinen E-Mails)
- Effektive Nutzung von Verhaltensdaten zur Gewinnung von Kundeninsights, um die Customer Journey beim Erlernen einer neuen Sprache besser nachzuvollziehen

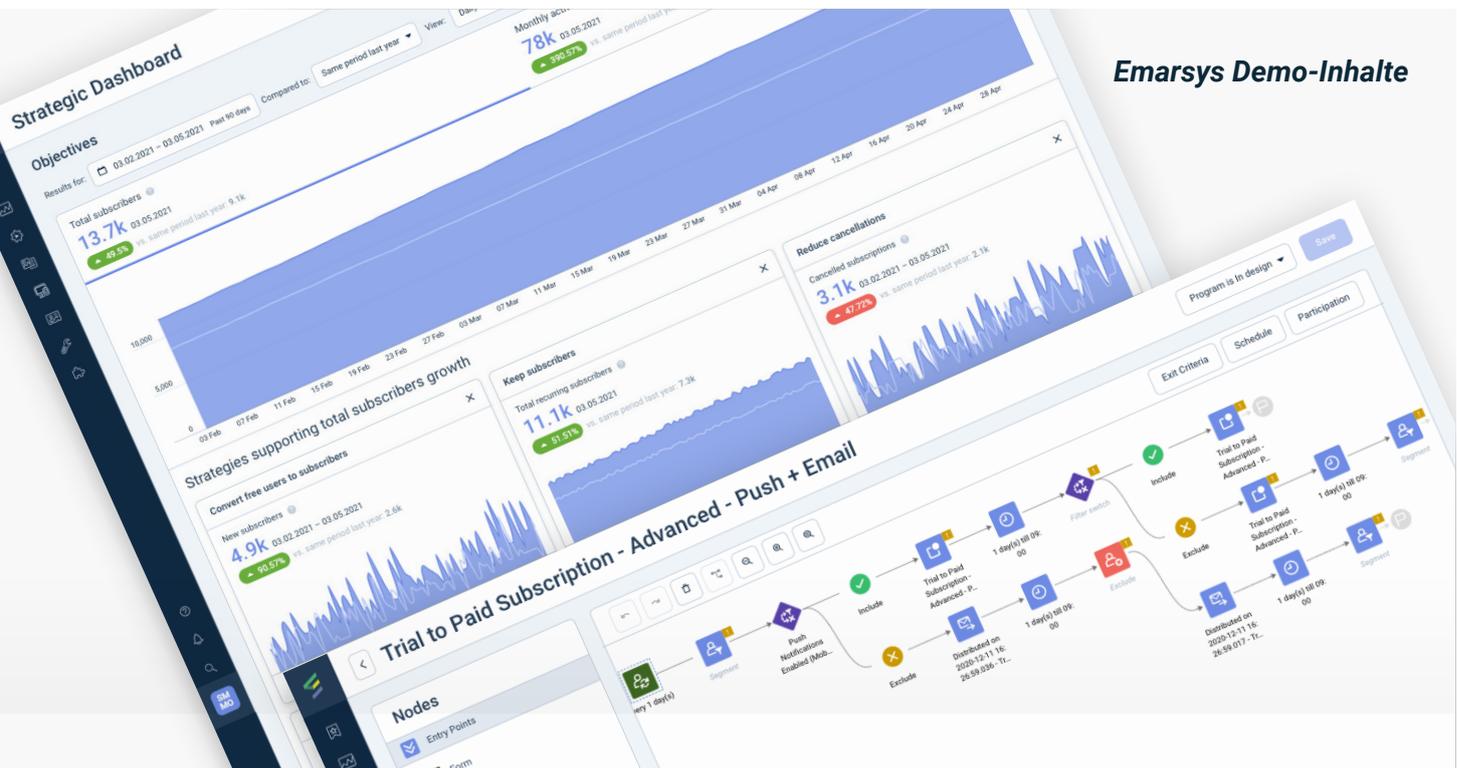


Die Ergebnisse

Durch seine Investitionen im Mobilbereich verzeichnete Babbel insbesondere in den USA – seinem bis dato größten Markt – ein beachtliches Wachstum im Vergleich zum Vorjahr. Zudem konvertierten Push- und mobile Benachrichtigungen besser als E-Mails, dem bisherigen Hauptkanal zur Kommunikation des Unternehmens. Auch das Engagement in wichtigen Segmenten verzeichnete einen Anstieg.

- 200% mehr europäische Abonnenten zwischen März und April 2020 im Vergleich zum Vorjahr
- 100% ROI Umsatzsteigerung in den USA im Vergleich zum Vorjahr
- 50% bessere Konversionsrate durch die Kombination aus Push-Benachrichtigungen und E-Mails (im Vergleich zu reinen E-Mails)
- 25% mehr Nutzerengagement

Babbels Vision ist eine einheitliche User Experience auf allen Plattformen und Geräten (Web, E-Mails, Computer, Mobilgeräte). Diese soll ganz auf den jeweiligen Nutzer und seine Vorlieben, Programme und gebuchten Kurse zugeschnitten werden.



Emarsys Demo-Inhalte