



# Wie du deine Web-Push-Nachrichten richtig analysierst.

A large, friendly-looking cartoon panda is depicted on the right side of the page. It has a white face with black ears, eyes, and a nose, and a black body. A yellow lightbulb is attached to its neck, with several yellow dashed lines radiating from it to indicate it is glowing. A speech bubble originates from the panda's mouth, containing the text.

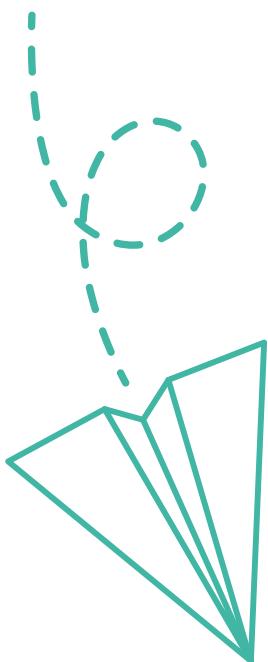
Ein PushPanda®  
How-To-Guide

# WEB-PUSH Nachrichten richtig analysieren.

Jede Webseite wird nach einem bestimmten Standard erstellt und dieser sorgt dafür, dass Dienste wie PushPanda® funktionieren.

## Wie funktionieren also Web-Push Nachrichten?

Damit eine Web-Push-Nachricht zugestellt werden kann benötigt es drei Parteien: **Website, gültiges Push-Abo, Browser.**



### Die Website bietet Besucher A die Möglichkeit, Push-Nachrichten zu abonnieren.

Besucher A gibt sein Einverständnis und surft über Google Chrome. Der Browser (Google Chrome) speichert dieses Einverständnis und ist somit in der Lage, eine Push-Nachricht an Besucher A zu senden.

### Wo werden diese Push-Nachrichten erstellt?

Mit PushPanda® bekommst du ein **übersichtliches Backend, das du leicht und intuitiv bedienen kannst**. PushPanda® konzentriert sich auf das Wesentliche.

## Wie funktioniert der Versand?

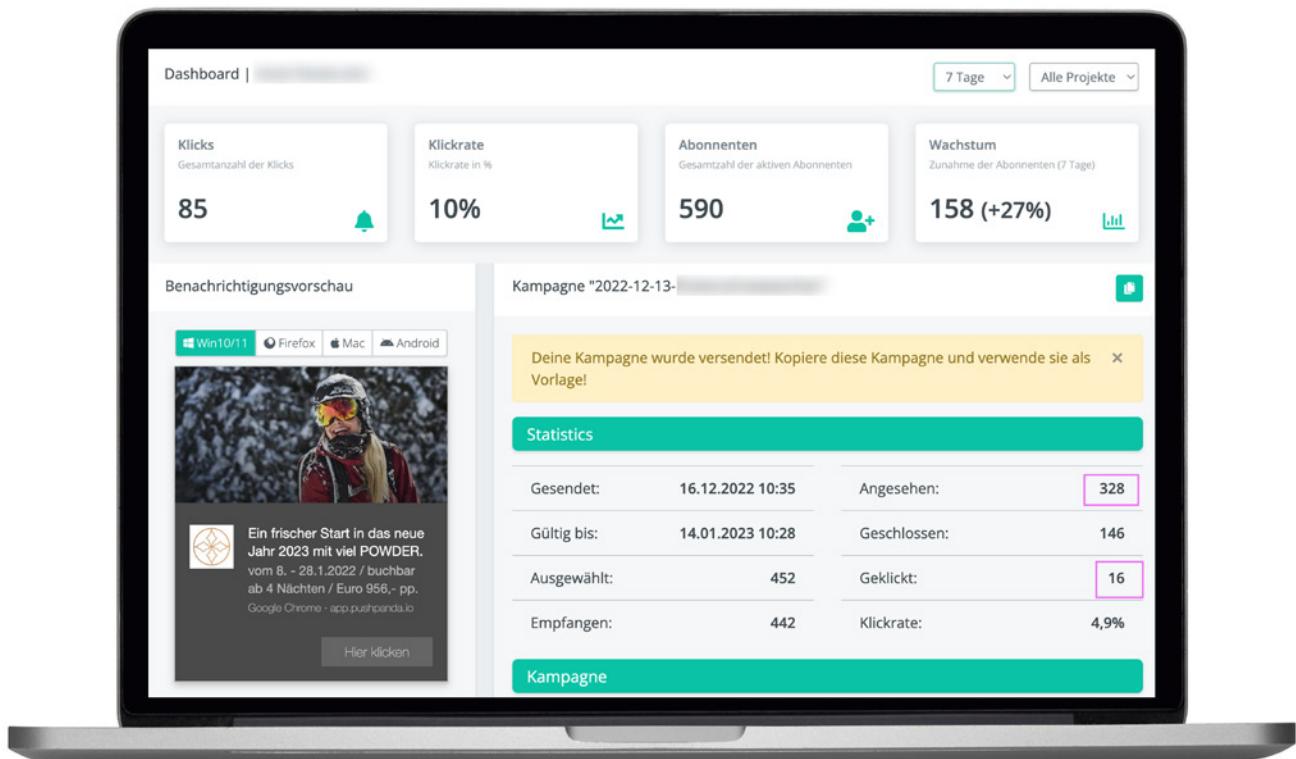
Sobald die Nachricht im Backend von PushPanda® erstellt ist, wird diese über den Browser an Besucher A gesendet und am Bildschirm dargestellt. Die Nachricht kann auf jedem Endgerät, also Desktop, Tablet und Mobile, empfangen werden.

Der Besucher A muss den Browser (z.B. Google Chrome) nicht geöffnet haben und muss nicht auf der Website surfen, um die Nachricht zu erhalten.



# Das PushPanda® Dashboard

Einfach, intuitiv und voller Effizienz.



Im einfachen und übersichtlichen PushPanda® Dashboard findest du folgende wichtige Kennzahlen für jede deiner Web-Push-Nachricht(en):

<b>Gesendet</b>	Das Datum, an dem du deine Push-Nachricht verschickst hast.
<b>Gültig bis</b>	Das Datum, an dem die Nachricht nicht mehr zugestellt wird.
<b>Ausgewählt</b>	Die Abonnenten, die anvisierten Empfänger deiner Push-Nachricht.
<b>Empfangen</b>	Alle Empfänger deiner Push-Nachricht.
<b>Angesehen</b>	Im E-Mail Marketing ist diese Kennzahl vergleichbar mit der Öffnungsrate. Im Push-Marketing handelt es sich um alle Empfänger, welche die Nachricht gesehen haben.
<b>Geschlossen</b>	Alle Empfänger, welche die Nachricht geschlossen haben.
<b>Geklickt</b>	Im E-Mail Marketing ist diese Kennzahl vergleichbar mit den Klicks auf einen Link. Im Push-Marketing sind das auch alle Empfänger, welche den Link in der Push-Nachricht geklickt haben.
<b>CTR (Click-Through-Rate)</b>	Diese Kennzahl ist ebenfalls aus dem E-Mail Marketing geläufig. Die CTR deiner Push-Nachricht gibt das Verhältnis von Klicks zu der Gesamtzahl der angesehenen Push-Nachrichten.

Das PushPanda® Dashboard zeigt zusätzlich noch die Anzahl deiner Abonnenten und Kampagnen. Gibt eine Übersicht aller Endgeräte, Browser-Typen, Betriebssysteme, Sprachen und Länder deiner Empfänger-Audiences.

# Voll automatisiertes Kampagnentracking

Wie du mit Push-Marketing einen positiven ROAS kreierst.

Wir bieten dir übrigens auch ein völlig automatisiertes Kampagnentracking an. Du musst dich nicht mit der Vergabe von UTM-Parametern beschäftigen, sondern darfst das Ergebnis bei Google Analytics einfach nur staunend betrachten. Google Analytics und auch andere gängige Website-Analyse-Tools können durch UTM Parameter erkennen, woher die Besucher kommen.

Ein Beispiel: Wir wollen messen, wie viele User über unsere Push-Nachricht den neuen Blog Artikel aufrufen.

Die gängige URL lautet: <https://www.meine-url.at/webpush-pushpanda-kampagne>

**Tracking Einstellungen**

Analytics/Tracking Parameter verwenden

Tracking Dienst

Google Analytics ([Website](#))  
 Matomo Analytics ([Website](#))  
 Fathom Analytics ([Website](#))

Medium

webpush

Quelle

pushpanda

Kampagne

2022-11-02-Winterangebote-de-mobil



## Betrachtest du dein Ergebnis bei Google Analytics mit der ROAS Berechnung, wirst du feststellen, wie effizient Push-Nachrichten sind.

ROAS ist übrigens die Abkürzung für Return On Advertising Spend (auf Deutsch: Zurückführen auf die Werbeausgaben) und ist eine Kennzahl im Online-Marketing. Der ROAS beschäftigt sich mit der Rentabilität eines Werbeträgers oder eines Werbemittels. Es beschreibt den erzielten Umsatz pro investiertem Euro für eine Werbemaßnahme.

**Berechnung:** (Werbeumsatz / Werbekosten) x 100

**Ein Beispiel:** Ein Werbetreibender erstellt Google Ads Anzeigen und bietet auf das Keyword „hotel tirol“. Seine Kosten für diese Anzeigen liegen bei € 5.000. Er erzielt 2 Conversions. Dadurch erzielte er Einnahmen von € 1.250. Wird nun die obige Formel angewendet, stellt man fest, dass der ROAS bei 25 % liegt. Ganz konkret heißt das jetzt, der Werbetreibende hat ein Werbebudget von € 5.000 festgelegt. Am Ende der Kampagne erzielte der Werbetreibende einen Umsatz von € 1.250. Somit hat der Werbetreibende pro investiertem Euro € 0,25 zurück erhalten. Die restlichen € 0,75 kann man demnach als Verlust ansehen.

**Ein weiteres Beispiel:** Ein Werbetreibender erstellt Google Ads Anzeigen und bietet auf das Keyword „hotel tirol“. Seine Kosten für diese Anzeigen liegen bei € 5.000. Er erzielt 0 Conversions. Dadurch erzielte er Einnahmen von € 0. Wird nun die obige Formel angewendet, stellt man fest, dass der ROAS bei 0 % liegt. Ganz konkret heißt das jetzt, der Werbetreibende hat ein Werbebudget von € 5.000 festgelegt. Am Ende der Kampagne hat der Werbetreibende einen Umsatz von € 0 erzielt. Somit hat der Werbetreibende einen großen Verlust gemacht.

## Und jetzt kommt Push-Marketing ins Spiel.

Der Werbetreibende hat ein Werbebudget von € 5.000 festgelegt und erhält dadurch im Monat mehrere tausend Website Besucher. Der Werbetreibende setzt erfolgreich den Businessplan von PushPanda® für € 29 im Monat ein. Er erzielt mit einer monatlichen Push-Nachricht 2 Conversions, in Höhe von € 1.250.

Ganz konkret heißt das jetzt, der Werbetreibende hat ein Online Marketing Budget von € 29 eingesetzt. Am Ende der Kampagne erzielte der Werbetreibende einen Umsatz von € 1.250. Wird nun die obige Formel angewendet, stellt man fest, dass der ROAS bei 4310 % liegt. Somit hat der Werbetreibende pro investiertem Euro € 431 zurück erhalten. **Je höher der ROAS-Wert, desto besser!**

Du hast als Ziel, den ROAS deiner Werbeanzeigen zu verbessern?  
Dann ist der Einsatz des Push-Marketing-Tool PushPanda® die beste Lösung für dich.  
**PushPanda® ist einfach und unglaublich effizient.**



**Nutze Web-Push-Marketing  
in deinem Online-Marketing-Mix.**

**PushPanda®**

**Das wirklich einfachste Push-Marketing-Tool.  
Made with ❤ in Austria for every website.**

**JETZT KOSTENFREI STARTEN**



**PUSHPANDA®**

**PushPanda® – Web Push Nachrichten**  
Tel: +43 512 401010 | [hi@pushpanda.io](mailto:hi@pushpanda.io)  
[www.pushpanda.io](http://www.pushpanda.io)