



ProCampaign stellt Advanced Loyalty System 2.0 vor

ProCampaign geht mit neuem Funktionsumfang für sein Loyalty System in die nächste Runde

Bremen, März 2023. Aktuelle Verbrauchenumfragen belegen eine schwindende Markentreue durch inflationsbedingte Preissteigerungen.¹ Um dieser Strömung entgegen zu treten, benötigen Unternehmen Kundenbindungskonzepte, die echte und nachhaltige Mehrwerte bieten können: Ein klares Profil in den Kundenbindungsmaßnahmen, Transparenz in der Kommunikation und Kundenzentrierung. Eine auf Konsumierende 2023 zugeschnittene Lösung bietet die neue Version *Advanced Loyalty System for ProCampaign*.

Die Voraussetzung: keine Grenzen für das Regelwerk

Individualisierte Treueprogramme steigern Umsätze, analysieren Kundenverhalten, stärken Markenbindung und unterstützen abteilungsübergreifend von Vertrieb bis Category Management. Den hier wachsenden Bedarf an flexiblen, hochindividualisierbaren Loyalty-Lösungen beantwortet die DSGVO-konforme Customer Data Plattform *ProCampaign* mit seinem inhouse weiterentwickelten System. Über das Tool verwalten Markenartikler und Store Brands Kundenkarten und Treuekonten für das individuelle oder gemeinschaftliche Sammeln von Bonuspunkten sowie für die Umsetzung von Cashback-Aktionen. Dabei verbindet das Programm Online- und Instore-Aktivitäten von Konsumenten so, wie es der unternehmensspezifischen Retail-Strategie entspricht. Neben Einkäufen belohnt *Advanced Loyalty System for ProCampaign 2.0* auch Engagement wie die Anmeldung zum Newsletter oder die Bewertung von gekauften Produkten. Die Bonuspunkte Engine berechnet selbst komplexe Regeln für die Punkte- und Prämienvergaben automatisiert und in Echtzeit. Dank personalisierter Push-Nachrichten auf dem Kassenschein erfahren Kunden ihren aktuellen Punktestand, erhalten Gutschein-Codes und informieren sich über neue Promotions.

Der Ansatz: Kundenbindung ist kein Stand Alone

Die Beziehung zwischen Kunde und Handel digitalisiert sich auch im stationären Bereich zunehmend. Mit der Digitalisierung steigt die Menge an First-Party- Konsumentendaten, die für Marketingverantwortliche bereit stehen, um Kundensegmente und Kundenverhalten im integrierten Cockpit zu analysieren. Dieses Potenzial ausschöpfend, fungiert *ProCampaign* als Hub, der Kundendaten in 360Grad Profilen speichert und anreichert, Marketingkampagnen automatisiert und hyperpersonalisiert sowie Kanäle miteinander verschmilzt. Die SaaS-Plattform definiert Loyalty als integralen Bestandteil des Retail Ecosystems und verknüpft CRM mit Marketingautomation, Retail Analytics sowie Instore Marketing, Gewinnspielen. Das Ergebnis: Owned Media und eine höhere

¹ <https://www.handelsjournal.de/markentreue-unter-druck.html>

Pressekontakt

eigene Reichweite frei Haus. Kassensysteme, Online-Shops, Apps, Websites oder andere Touchpoints integriert das System über REST-API aufwandarm.



Die Produkt-DNA: Datenschutz und Datensouveränität

Über Kundendaten und Kundentransaktionen aus dem Bonuspunkteprogramm gewinnen Unternehmen eine wachsende Basis an First-Party-Data, aus denen verschiedene Unternehmensbereiche Wissen und Nutzen ziehen. Diese eigene Datenbasis ermöglicht einen datenschutzkonformen Umgang mit personenbezogenen Daten. Durch seinen Privacy-by-Design-Ansatz trägt *ProCampaign* den Datenschutz bereits in seiner Produkt-DNA. Permission- und Consent-Management inklusive und 100% DSGVO-konform. Hinter das Thema Datenschutz bei personalisierter Kundenansprache können Marketers und IT-Verantwortliche mit der Software getrost einen Haken setzen.

Loyalty beginnt meist mit Newsletter-Anmeldungen und Social Media LeadAd-Kampagnen. Den Touchpoint wählen die Konsumenten. Dies berücksichtigend, verfügt *Advanced Loyalty System for ProCampaign 2.0* über einen Konnektor zu den beliebtesten Social Media Plattformen. Hier laufen die über Kampagnen generierten Leads und Newsletter-Abonnements direkt in den zentralen Daten-Hub. Von Anfang an sind damit Profildaten sicher und verwertbar gespeichert.

„Unsere Loyalty-Programme müssen sich mit Siebenmeilenschritten vom Gießkannenprinzip entfernen“, fordert Jörn Bittner, Senior Consultant für ProCampaign und Loyalty-Experte. „ 20 Prozent Rabatt auf alle Artikel einer Produktkategorie oder 10 Euro Nachlass beim ersten Kauf sind die Klassiker heute. Die Frage ist, ob das Sinn ergibt. Damit werden Käufe bonifiziert, die wahrscheinlich eh stattgefunden hätten. Wir müssen dahin kommen, dass sich der sinnvolle Gutscheinwert an der Kaufhistorie aus dem 360 Grad Profil berechnet. Hyperpersonalisierung, hier also jedem Profil sein eigener Gutscheinwert, das ist ein diskussionswürdiger Ansatz, der den echten Kundenwert reflektiert. Mit unserer neuen Version des Advanced Loyalty Systems stellen wir dem Handel die technologische Basis für mehr Kunden- und Markentreue bereit.“

Keyfeatures im Überblick

- Zentrales Kundenkarten- und Konten-Management
- Social Media Konnektor zur Nutzung von LeadAd-Kampagnen
- Flexible Punkteberechnungslogik für die Vergabe von Bonuspunkten
- Echtzeiterfassung der Käufe, Aktivitäten und Teilnahmen
- Personen und Karten zugeordnete Punktespeicherung auch auf Sammelkonten
- Punkte Ausschüttung im Zahlvorgang, als Gutschein/Rabatt oder zum Beispiel in Gratisprodukten
- Omnichannel Anlaufstelle für Personal und Kundenkarteninhaber als Online-Kundenportal und App
- Unkomplizierte Anbindung von Kassensystemen, ERP-Systemen, Websites, Onlineshops und Service Management Systemen über API-Schnittstellen

Pressekontakt

Tanja Muhme & Rebecca Hollmann ■ Borgmeier Public Relations ■ Rothenbaumchaussee 5 ■ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -15 ■ E-Mail: muhme@borgmeier.de



Über ProCampaign

ProCampaign ist die sichere Customer Data Plattform der Consultix GmbH mit Sitz in Bremen. Die Digital-Marketing-Software trägt als einzige Lösung am Markt das Europäische Datenschutz-Gütesiegel EuroPriSe und ist damit die Antwort auf die DSGVO in Deutschland sowie auf die GDPR aller EU-Mitgliedsstaaten. Namhafte international agierende Unternehmen, exemplarisch aus den Branchen Hospitality, Retail, Food und Fashion, betreuen mit diesem plattformbasierten Produkt für Kundenkommunikation und -Management sowie Kampagnenführung und Loyalty Management weit über 100 Millionen Kundenprofile in mehr als 50 Ländern. Mehr unter: www.procampaign.de

Pressekontakt

Tanja Muhme & Rebecca Hollmann ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg
Tel.: 040/4130 96 -15 ▪ E-Mail: muhme@borgmeier.de