
Exzellente Markenkommunikation

Netto-Online-Shop erhält den German Brand Award 2020

Maxhütte-Haidhof, im Juni 2020 – Netto Marken-Discount freut sich über die Auszeichnung „German Brand Award“. Als Gewinner der Kategorie »Excellence in Brand Strategy and Creation« ehrt die Jury die starke Markenführung des Netto-Onlineauftritts. Der German Brand Award-Wettbewerb entdeckt, präsentiert und prämiiert einzigartige Marken und Markenmacher.

Mit ausgezeichnetener Customer Journey werden Offline-Kunden zu Online-Shoppern

Alles in einem Einkauf besorgen zu können – das One-Stop-Shopping – ist gelebter Anspruch des Netto-Online-Shops. Um diesen Erwartungen gerecht zu werden, baut Netto in Zusammenarbeit mit seiner Digitalagentur dotSource seine Online-Präsenz bereits seit einigen Jahren erfolgreich zu einem einheitlichen Markenbild mit einzigartiger Customer-Journey und individualisierbarem Einkaufserlebnis aus. Der German Brand Award prämierte am 18. Juni 2020 diese praxisorientierte Kommunikation in der Kategorie »Excellence in Brand Strategy and Creation«, Unterkategorie »Brand Communication – Web & Mobile«.

Exzellente Markenkommunikation basiert auf ausgezeichnetener Technologie

Mit dem modernisierten Technologie-Stack – den Software-Lösungen, auf denen der Netto-Onlineauftritt aufgebaut ist – verfügt Netto über eine hoch performante Online-Plattform: Dies ist die perfekte Grundlage für die Weiterentwicklung eines modernen Cross-Channel-Auftritts. Auf netto-online.de vereinen sich verschiedene Serviceangebote: der Onlineshop für das Non-Food-Segment, lokale Angebote der Netto-Filialen sowie Rezepttipps. Die Funktion »Einkaufsliste« unterstützt zudem im Sinne eines kanalübergreifenden Kundenerlebnisses bei der Planung des Wocheneinkaufs. Der Ausbau einer individualisierten Markenerfahrung über alle Berührungspunkte mit den Kunden hinweg, ist der nächste logische Schritt für Netto. Dabei steht der Kunde mit seinen Wünschen, Ideen und Bedürfnissen immer im Mittelpunkt.

„Unser Anspruch ist es, unseren Kunden ein optimales Einkaufserlebnis zu bieten – sowohl in den Netto-Filialen als auch im Netto-Online-Shop. Wir freuen uns über die Auszeichnung des German Brand Awards, die unser Qualitätsversprechen bestätigt und uns zugleich motiviert, das digitale Angebot für unsere Kunden weiter auszubauen“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Der German Brand Award ist die Auszeichnung für erfolgreiche Markenführung in Deutschland. Er wurde 2020 zum fünften Mal verliehen und konnte mit 1.200 Einreichungen aus 14 Ländern eine große internationale Resonanz erzielen.

Online-Shop – Vielfalt per Mausklick

Seit Livegang erfreut sich der Netto Online-Shop wachsender Beliebtheit. Ergänzend zu einem umfassenden Filial-Sortiment von rund 5.000 Produkten bietet Netto in seinem Online-Shop eine Auswahl an Artikeln für Haus, Freizeit, Garten, Drogerie- und Lebensmittel. Mehrmals wöchentlich werden verschiedene Rubriken und aktuelle Filialangebote präsentiert. Neben zahlreichen Aktionsangeboten profitieren Kunden von attraktiven Online-Services wie der Möglichkeit zur Vorbestellung frischer Wurst- und Fleischspezialitäten in vielen Netto-Filialen. Zum Online-Angebot zählen neben der Netto-Reisewelt wechselnde Themenwelten rund um Wein, Haus & Garten und viele mehr. Auch DeutschlandCard-Punkte können im Netto-Online-Shop gesammelt und für die Bezahlung eingelöst werden.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,5 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Lieferanten, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit rund 5.100 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de