

Pluspunkte im Verbund

Reichweite, personalisiertes Marketing, ein toller USP und noch mehr Gründe, weshalb Unternehmen von Payback ganz besonders profitieren.

WIEN. Worin liegen die Vorteile generell, an einem Multipartner-Loyaltyprogramm teilzunehmen? Und was hat Payback anderen Programmen on top voraus? Ein kurzer Überblick und Statements ausgesuchter Payback Partner will diese und mehr Fragen beantworten.

Kunden(ver)bindung wird in einer immer komplexeren Handelswelt zunehmend

wichtig. Vor allem dort, wo „reale“ und digitale Welt aufeinandertreffen, ist erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement eine wirksame Erfolgsstrategie und ein großer Wettbewerbsvorteil. Die Kundenbindung einzelner Unternehmen, potenziert um Partner, ergibt einen besonders effizienten Mix an rationalen und emotionalen Anreizen zum Erstkauf und Wiederkauf.



© Fressnapf

”

Durch die im Programm mitwirkenden Partner können wir neue Zielgruppen erschließen und auch die Bindung unserer bestehenden Kunden erhöhen.

Gerhard Resinger
Fressnapf

“

”

Dass wir Payback Partner sind, eröffnet uns die Möglichkeit, neue und relevante Zielgruppen anzusprechen.

Fritz Wutscher jun.
sehen! Wutscher

“



© sehen! Wutscher



© Payback

Dieser Mix übertrifft die Möglichkeiten sogenannter Standalone Programme bei Weitem. Payback als Multipartner-Bonusprogramm erzeugt Effekte, die die Profitabilität eines Unternehmens steigern, wenn sie geschickt eingesetzt werden.

Reichweite erhöhen

„Durch die im Programm mitwirkenden Partner können wir neue Zielgruppen erschließen und auch die Bindung unserer bestehenden Kunden durch zielgenaue Ansprache erhöhen“, weiß Gerhard Resinger, Direktor Einkauf & Marketing bei Fressnapf, um die Macht des sogenannten Cross-Sellings via Payback.

Davon ist man auch bei sehen! Wutscher überzeugt. „Dass wir Payback Partner sind, eröffnet uns die Möglichkeit, neue und relevante Zielgruppen anzusprechen“, sagt Fritz Wut-

scher jun., Augenoptiker und Managing Director bei sehen! Wutscher, und spricht gleich einen weiteren Vorteil an: „Dabei kommt uns vor allem die große digitale und analytische Kompetenz von Payback zugute.“

Riesige Erfahrung

Payback hat sich in den vergangenen 20 Jahren ein immenses Know-how angeeignet, was das Aufsetzen und Betreiben großer Loyalty-Systeme betrifft. Die wichtigsten Vorteile dabei: Payback ist ein *neutraler* Dienstleister im Zentrum des Partnerverbunds und kann als solcher völlig demokratisch agieren. Die große Erfahrung, was den stationären Handel, aber genauso E-Commerce betrifft, kommt *allen* Partnern zugute. Und: Insbesondere bei Big Data sowie AI / KI kann Payback trumpfen. Aber genauso bei der Planung und