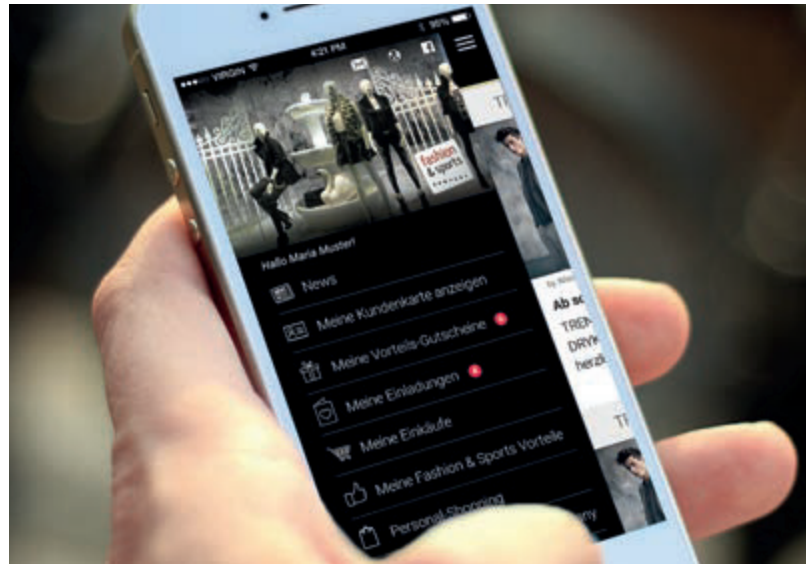


Die Konsumenten immer und überall erreichen: Das gelingt per Smartphone-App.

# Kundenkarte goes Smartphone-App

## Hutter & Unger: Neue Lösung für die integrierte digitale Kommunikation mit den Kunden



„Die Plastikkarte hat als CRM-Instrument ausgedient“, ist Andreas Unger, Geschäftsführender Gesellschafter der Wertinger Werbeagentur Hutter & Unger, überzeugt. Er ist ebenso sicher: „Das Smartphone wird die entscheidende Rolle bei der Kundenbindung von morgen spielen.“ Während die Kunststoff-Cards Portemonnaies überfüllen, daher oft zu Hause gelassen oder gar nicht erst akzeptiert werden, ist das Smartphone immer dabei, fast jeder Deutsche nutzt es. Diese Entwicklung kann sich auch der Modehandel stärker als bisher zunutze machen. Die Handelsmarketing-Experten von Hutter & Unger haben eine App für Android-, iOS- und Windows-Smartphones entwickelt. Diese beinhaltet nicht nur die Kundenkarte in Form von QR- oder Barcode, sondern eröffnet zugleich diverse digitale Dialogmöglichkeiten und bietet den Endverbrauchern neue persönliche Mehrwerte.



Andreas Unger, Hutter & Unger: „Das Smartphone ist stetiger Begleiter der Kunden – mit der App sind Sie es auch!“

tion direkt mit integriert ist. Auch Rabatte und Bonus-Schecks können via App versendet und verwaltet werden. „So ruft man sich als Händler automatisch öfter bei seinen Kunden ins Bewusstsein und ist bei Kaufentscheidungen stets präsent“, erläutert Andreas Unger. Wird die Personal-Shopping-Funktion der App angeklickt, öffnet sich ein Menüfeld, über das der Kunde seine Wunsch-Filiale, seinen bevorzugten Berater und Termin wählen kann.

ale, seinen bevorzugten Berater und Termin wählen kann.

Die App, die permanent weiter entwickelt wird, ist modular aufgebaut. Händler können, müssen sich aber nicht für alle Bausteine entscheiden. Soll der Kunde z.B. seine letzten Einkäufe einsehen und online Feedback dazu geben können? Dazu lässt sich die App mit der Kundenpotenzial-Diagnostic von Hutter & Unger verbinden. (vgl. mb 2/2016). Apropos verbinden: Individuelle Schnittstellen zu den WWS-/KIS-Systemen der Händler ermöglichen den effizienten Datenaustausch. Mit der App gehen überdies ein neues Kampagnensteuerungs- und KIS-Monitoring-Tool einher. Beinahe in Echtzeit werden hier die Daten ausgewertet und Response-Kontrollen durchgeführt. War die letzte WhatsApp-Nachricht erfolgreich? Kommt das geplante Bademoden-Mailing für den Kunden in Frage? Das neue Online-

Tool verfeinert die bestehende KIS-Diagnostic von Hutter & Unger, die auch die klassischen Werbekanäle abdeckt, weiter. Auf Basis der Informationen kann das Marketing nun noch exakter und kurzfristiger auf das (Einkaufs-)Verhalten der jeweiligen Konsumenten abgestimmt werden. In die Entwicklung eingeflossen sind zwei Jahrzehnte praktische Erfahrung aus Marketingplanungen und der Entwicklung von Dialogmarketing-Kampagnen. [sh](#)



Ein neues Online-Tool ermöglicht KIS-Diagnostic und Kampagnen-Steuerung.

Mehr Informationen zu diesem Thema: [www.hutter-unger.de/leistungen/smartphone-app](http://www.hutter-unger.de/leistungen/smartphone-app)

Diese und weitere Artikel der BTE KompetenzPartner finden Sie im Internet unter [www.bte-kompetenzpartner.de](http://www.bte-kompetenzpartner.de).

## App die Post

Pling, pling: Mittels Push-Notification erreicht die App die Konsumenten direkt, auch dann, wenn diese unterwegs sind. Sie sehen auf dem Sperrbildschirm, quasi der Startseite des Smartphones, dass es neue Nachrichten ihres Modehauses gibt, z.B. einen Einkaufsgutschein oder eine Einladung zum Late-Night-Shopping, wobei die Anmelde-Funk-