

Kauf-Aktivierung per Kunden-App

Automatisiert, kostensparend, kreativ:
Das Tool von Hutter & Unger bietet wieder neue Funktionen

Sichtbar zufriedene App-Nutzer: Silke Görtz und Jörg Jacobs vom Kaufhaus Martini in Erkelenz.



Seit 2016 ist die Kunden-App von BTE KompetenzPartner Hutter & Unger am Markt. Rund 180 Händler nutzen sie bereits und profitieren von automatisierten Kampagnen, ob Neukunden-, Geburtstags-, Kundenwerben-Kunden-, QR-Code-Partnerkampagnen oder diversen Gewinnspielen. Das Marketing-Tool wird stetig weiterentwickelt, aktuell meldet die Wertinger Werbeagentur gleich vier neue Funktionen:

Das neue Erfolgs-Dashboard visualisiert die Kampagnen-Performance auf einen Blick. Es zeigt unter anderem an, welche Kundenanzahl zum Kauf aktiviert wurde. Auswertungs-Optionen wie KIS-Diagnostic, Neukunden-Entwicklungs-Monitoring und detaillierte Kampagnen-Auswertungen zählen bereits länger zum Leistungsspektrum der Hutter & Unger-App – ebenso wie die Visualisierung von Kundenströmen.



Die Hutter & Unger-App wird händlerspezifisch gestaltet.

- Beim Sofort-Bonus handelt es sich um eine After-Sales-Maßnahme, um die Wiederkehr-/Kaufgeschwindigkeit zu steigern. Der Gutschein wird just in time nach dem Kauf mit Euro-Wertangabe in der App angezeigt. Im ersten Schritt wurde der automatisierte Datenaustausch mit der Software von Advarics eingerichtet.
- Aktuell wird die WhatsApp-Integration umgesetzt. Damit kann automatisiert die Einwilligung eingeholt werden, Kampagnen auch über die beliebte Social-Media-Plattform auszuspielen zu dürfen.

- Schon jetzt zeigt die App, sofern gewünscht, den Kunden ihre Einkäufe an. Jetzt folgt der rechtssichere TSE-Kassenbon. Er ersetzt auf Verbraucherwunsch den Papierausdruck an der Kasse, auch hier beginnend mit den Advarics-Nutzern.

„Unsere Kunden-App verzeichnet erheblich bessere Responses als postalische Mailings und E-Mail-Newsletter, die in puncto Kauf-Aktivierung weit abgeschlagen sind. Die Verbraucherakzeptanz ist hoch“, freut sich Andreas Unger, geschäftsführender Gesellschafter von Hutter & Unger, und liefert

Statements seiner Handelskunden als Beleg: „Über 60 Prozent der Kolossa-Kunden nutzen die App, und ihr Umsatz liegt um 49 Prozent über den Umsätzen von Kunden ohne App“, berichtete beispielsweise Jörg Kolossa vom gleichnamigen Modehaus in Nienburg auf dem letztjährigen BTE-Kongress 'Fashion-Emotion 4.0' in Köln. Roman Pollozek von Pollozek in Pfarrkirchen sprach auf dem Unitex Fashion Festival 2024 von fast 63 Prozent App-Nutzern und ebenfalls signifikant höheren Umsätzen mit dieser Kundengruppe. Beim Kaufhaus Rid in Weilheim sind es nach Angaben von Florian Lipp, Mitglied der Geschäftsführung, sogar über 90 Prozent der kaufenden Stammkunden, die in diesem Fall die sog. Rid-App nutzen.

Die Erfahrungen mit einzelnen Kampagnen: Paul Wilke vom Schuhhaus Heinmüller in Knüllwald, meldet eine Kauf-Aktivierung auf den vollautomatisierten Welcome-Gutschein von über 55 Prozent. Und Jörg Jacobs vom Kaufhaus Martini in Erkelenz stellt fest, dass bis dato 43 Prozent der ausgespielten Geburtstagsgutscheine einen Kauf zur Folge hatten. SH

Die Kunden-App von Hutter & Unger verfügt über folgende Schnittstellen (weitere auf Anfrage möglich):

Advarics, Ariston/His, Etos/Apollon, Fee, Futura/Remira, h+p/KAP, Hiltes, Intelligix, Irics, Landau/Infoman, Limmer Soft, Prohandel, Sontec/b4Win, TopM/Elius6, Value IQ.

Dieser Artikel sowie alle bisher veröffentlichten Berichte über die BTE KompetenzPartner sind unter Praxistipps auf der Website www.bte-kompetenzpartner.de zu finden.