

PromoServer



- **Steigerung der Kundenbindung** durch maßgeschneiderte Kundenaktionen
- **Steigerung des Umsatz** durch zufriedene Kunden
- Abwicklung **aller Kundenbindungsinstrumente** durch ein System
- **Anbindung** an Warenwirtschaft, Kasse, Webshop, CRM-System

■ Erfolgsfaktor Kundenbindung

Kundenbindungsprogramme im Einzelhandel spielen eine zentrale Rolle, um Kunden bei steigendem Wettbewerbsdruck langfristig an ein Unternehmen zu binden.

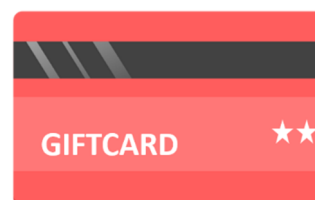
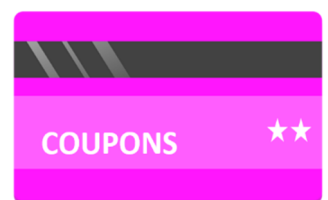
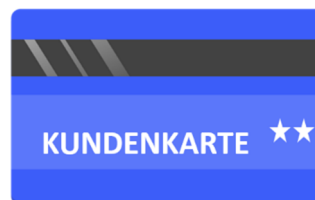
Mit der Ausweitung der Verkaufs- und Kommunikationskanäle hat sich die Herausforderung Kundenbindung sehr stark verändert und verlangt nach Softwarelösungen, welche in Echtzeit über alle Kanäle hinweg den Kunden die versprochenen Services bereitstellen können. Viele Unternehmen hadern mit vorhandenen Softwareprodukten und -architekturen, welche oftmals nur als Einkanallösung konzipiert wurden. Die Folge davon sind enttäuschte Kunden, höhere Kosten in der Neukundengewinnung sowie lange Projektlaufzeiten zur Einführung von neuen Services und Kundenbindungskonzepten.

Genau hierzu bietet der **Promoserver** von Superdata eine innovative Lösung für eine erfolgreiche Kundenbindung. Dieser ermöglicht die Durchführung von Multichannel Promotions stationär, online oder mobil. Der **PromoServer** unterstützt beim Einsatz von Kundenkarten, Gutscheinen, Coupons, Promotions oder Rabattaktionen die Abwicklung, Auswertung und Planung.

Der **PromoServer** kann an das Warenwirtschaftssystem angebunden werden und wird gemäß den kundenspezifischen Anforderungen konfiguriert. Über Webservices kommuniziert der **PromoServer** in Echtzeit mit dem Kassensystem, dem Webshop oder CRM-System, so dass eine schnelle korrekte Abwicklung erfolgt.

■ Steigerung des Kundenservice

Der **PromoServer** vereint alle Kundenbindungsinstrumente in einem System und stellt diese über sämtliche Verkaufskanäle zur Verfügung. Der Kundenservice steigt, da die Kunden die gleichen Services und dieselben Preise stationär, online und mobil erhalten. Damit erhöht sich die Loyalität von Bestandskunden und Neukunden können einfacher akquiriert werden.



■ Identifikation der Kunden

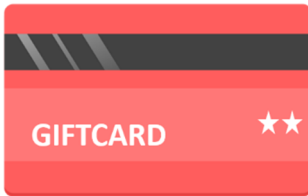
Die Identifikation des Kunden erfolgt beim **PromoServer** durch die individuelle Kundenkarte, das Smartphone, eine Giftcard, einen Gutschein oder einen Coupon. Per Scan oder Eingabe der Kundennummer werden alle hinterlegten Angaben aufgerufen.



PromoServer

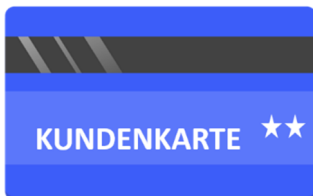
■ Einsatzmöglichkeiten PromoServer

Der **PromoServer** kann komplexe Rabattsysteme abbilden und bietet folgende Einsatzmöglichkeiten:



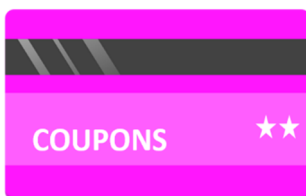
1. Giftcards und Gutscheine in Eigenregie:

- Aufladen, bezahlen
- Stammkunden & anonyme Kunden
- Aufladbar oder zur einmaligen Nutzung
- Ohne dazwischen liegenden Serviceprovider
- Online und stationär nutzbar



2. Kundenkarte:

- Punkte sammeln und einlösen
- VIP Karten für Topkunden
- Bonuskarte für Gruppen (Vereine, Verbände, Familien etc.)
- Online und stationär nutzbar



3. Couponing / Promotions / Rabatte:

- Preise, Nachlässe und Rabatte in € oder % für Artikel oder Gruppen von Artikeln
- Rabatte für Warengruppen
- Auslösung von Rabatten und Promotions durch Coupons
- IndustriegCoupons, bei denen der Rabatt als Zahlungsmittel gebucht wird und nicht die Umsatzsteuer mindert
- Drucken von Coupons an der Kasse über eine Promotion als Auslöser, Einlösung des Coupons über Folgepromotion
- Individuelle Rabatte/Promotions pro Kunde oder Kundengruppe
- Kombination aller Promotions mit Tag/Uhrzeit
- Summenrabatte auf Basis Anzahl Artikel, Warenkorbsumme
- Pflege von Promotions für alle Filialen, Gruppen oder einzelne Filialen und Vertriebsschienen