

KNÜLLERANGEBOTE AUS DEM TANTE EMMA-LADEN IM ZEITALTER DER DIGITALISIERUNG

Blueprint – Teil 1 unseres Retail Summits

Hamburg, April 2018: Zum mittlerweile fünften Mal veranstaltete Comosoft am vergangenen Mittwoch ihre Kundenveranstaltung Blueprint – dieses Jahr wieder im Empire Riverside Hotel im Herzen Hamburgs unter dem Motto Back to the Future, womit sich dem aktuellen Trend der Branche gewidmet wurde: der Renaissance des klassischen Mediums Print. Durch die digitale Transformation öffneten sich in den letzten Jahren für die Druckbranche diverse Türen. Dabei spielen die Konzepte One-to-Many, One-to-Few bis hin zu One-to-One eine ebenso große Rolle wie auch die technischen Innovationen.

In seiner Begrüßungsrede erklärte Peter Jozefiak, Geschäftsführer von Comosoft, dass laut einer Studie von Microsoft heutzutage die Aufmerksamkeitsspanne eines Goldfisches 12,5% länger ist als die eines Kunden. Dies bringt eine große, aber nicht unlösbare Herausforderung mit sich: Die kommunizierten Inhalte müssen relevant und auf die persönlichen Vorlieben des Kunden abgestimmt sein. Wer also seine Kunden kennt und weiß, welche Faibles und Interessen sie haben, der kann mittels One-to-One-Kommunikation ganz gezielt relevante Botschaften über verschiedene Kanäle aussenden.

Wie das funktioniert, wurde praxisnah vor Ort veranschaulicht: Beim Check-in der Veranstaltung durfte sich jeder Gast ein Goodie aus Tante Emmas Marktstand nehmen – ohne zu wissen, dass „Tante Emma“ sich genau merkte, welcher Gast welche persönliche Vorliebe hat. Am Nachmittag zeigte Paul Kawano schließlich in seiner One-to-One-Demo anwenderorientiert und beruhend auf den „Kundendaten“ von Tante Emmas Marktstand, wie einfach eine personalisierte Aussendung erfolgen kann, wenn man weiß, was die eigenen Kunden mögen. Alle Gäste bekamen daraufhin einen individualisierten E-Mail-Newsletter zugesendet, in dem persönliche „Knüllerangebote, die Sie auch interessieren könnten“ vollautomatisch und auf dem vorherig ausgesuchten Produkt basierend eingebettet waren. Das Ganze wurde realisiert mit LAGO DIM und funktioniert natürlich auch in Print – hierfür wurden vor Ort personalisierte Flyer gedruckt.

Wie wertvoll Tante Emmas Konzept von damals ist, bewies auch Gerhard Märtterer in seinem Vortrag „Was Tante Emma intuitiv richtig machte und wie ihre Urenkel trotz Alexa & Co. weiter wachsen können“. Denn Tante Emma betrieb täglich One-to-One-Kommunikation am Point-of-Sale und rollte spontan Word-of-Mouth-Kampagnen aus. Der Unterschied ist nur, dass Tante Emmas Urenkel tausendfach mehr Kunden, mehr Produkte und mehr Kommunikationskanäle haben. Welche Lösungen die Eversfrank Gruppe für diese Herausforderung parat hat, präsentierte Gerhard Märtterer dem Publikum anhand von vielen konkreten Beispielen.

Schlussendlich stellte John Parsons in seinem Vortrag die große Frage: „Are print and digital mortal enemies?“. Sein Fazit: Nein, mit den richtigen Entscheidungen können Print und Digital nicht nur koexistieren, sondern sich gegenseitig optimal ergänzen und die Profitabilität steigern – zum Beispiel mit Print-to-Web-Lösungen wie Image Recognition oder Augmented Reality.

Nach einem erfolgreichen Konferenztag im Empire Riverside Hotel ließ das Team mit allen Gästen den Tag bei bestem Wetter und kühlen Getränken mit einer Barkassenfahrt durch den Hamburger Hafen ausklingen. Im Anschluss folgte eine Besichtigung der Plaza-Terrasse der Elbphilharmonie, von der die Teilnehmer Hamburg aus einer ganz neuen Perspektive entdeckten. Der Abend wurde in CARLS Brasserie mit Blick auf die „Elphi“ genossen. Das Comosoft-Team bedankt sich ganz herzlich bei allen Gästen und freut sich schon auf das nächste großartige Event!

PRESSE INFO

COMOSOFT
MULTICHANNEL SOLUTIONS

Christin Oswald | Sales Assistant
Email: c.oswald@comosoft.de
Telefon: +49 40 85 33 18 - 0
www.comosoft.de

Über die Comosoft GmbH – Multichannel Solutions

Die Comosoft GmbH mit Hauptsitz in Hamburg, gehört zu den weltweit führenden Technologieanbietern im Bereich der PIM- und Multi-Kanal-Lösungen für den Handel und Versandhandel sowie E-Commerce. Mit eigener Software-Entwicklung in Hamburg und Kiel als auch innovativen Partnern, setzt Comosoft kontinuierlich neue Maßstäbe in der effizienten und effektiven Multikanal Medienproduktion: Print, Online & Mobile!

Die Software LAGO ist dabei in drei Ausführungen Professional, Enterprise und Custom erhältlich. Während sich LAGO Professional speziell an kleinere Organisationen richtet, welche eine besonders schnelle System Einführung und intuitives Arbeiten wünschen, bietet LAGO Enterprise einen höheren Automatisierungsgrad, um explizit versteckte Optimierungspotenziale in Ihren Marketingprozessen ausschöpfen zu können. Mit LAGO Custom werden Kunden individuelle Entwicklungsleistungen angeboten, um jeder Anforderung eine entsprechend Lösung zu bieten.
www.comosoft.com

Bildmaterial liefern wir Ihnen gerne auf Anfrage.

Ansprechpartnerin: Christin Oswald | Sales Assistant | Tel.: +49 40 853318-0 | c.oswald@comosoft.de