

Erfolgstrend "Social Commerce" am Beispiel vom tellaclick Bonusprogramm

16.06.2011, 15:11 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *tellaclick*

Presseagentur: *tellaclick*



tellaclick Online-Shop

"Social Commerce": Seit etwa zwei Jahren wird dieses Thema bei Web 2.0 Kennern gern diskutiert. Währenddessen sind viele Web 2.0 Projekte um ihre Existenz besorgt, zumal viele Betriebe damit beschäftigt sind ihre eigene Community aufzuziehen und sie sich unter dem Schatten der "Großen", wie Facebook, Twitter & Co gegenseitig bekriegen. Selbstverständlich geht es dabei ganz stark darum, wer die Trends zuerst erkennt, wer sie setzt und wer die Möglichkeiten nutzt, wenn man sich über Fragen den Kopf zerbricht wie:

- Was ist da draußen von den Usern gefragt?
- Bringt es ihnen Spaß?
- Was begeistert sie und schafft für die Communities "Lock-in-Effekte", um die User auch zu halten?

Als gutes Beispiel allen Voran macht es www.tellaclick.com vor. tellaclick ist als Bonusprogramm im Bereich Social Commerce in Deutschland tätig. Das Bonusprogramm Portal www.tellaclick.com führt momentan mit über 500 Online-Shops eine Partnerschaft die auf Umsatzbeteiligung basiert. Alle Online-Shops und ihre Produkte können via Suchmaske verglichen werden. Sobald ein tellaclick-Kunde sich für einen Shop oder Produkt z.B. Tamaris Schuhe, Lacoste Schuhe oder Rieker Stiefel entscheidet, klickt der Kunde auf "zum Shop" und wird sofort zum Online-Shop weitergeleitet. Ab jetzt weiss der Online-Shop, dass der Kunde von tellaclick kommt. Die Folge ist, dass tellaclick nun eine Provision am Umsatz ausgeschüttet wird, welches sich tellaclick mit dem Kunden in Form von Punkten teilt. Auf diese Weise können tellaclick-Kunden Punkte sammeln und im Anschluss Punkte gegen Geld und Gutscheine einlösen. Das Social Commerce kommt in Verbindung mit den Empfehlungen über Facebook und Twitter zustande. Alle tellaclick-Kunden müssen nicht zwangsweise etwas einkaufen, um an die begehrten Punkte zu gelangen. Sie können auch einkaufen lassen.

Dazu brauchen sie nur einen Shop oder Produkt aus dem tellaclick Bonusprogramm weiterzuempfehlen und zu kommentieren.

Beispielhaft legt tellaclick offen, wie viel Potential in diesem Segment steckt, wie erfolgreich es sich vermarkten lässt und wie die Zukunft aussehen kann.

Die Präsenz vom tellaclick Bonusprogramm im Internet macht sich seit Monaten verstärkt bemerkbar und das Wachstum der Community steigt rasant nach oben.

Die Formel für ein solch erfolgreiches Unternehmen ist so einfach wie genial: Das tellaclick Bonusprogramm kombiniert ein trendiges Erlösmodell mit der Kooperationen von starken Marken wie z.B. OTTO, TUI Fly oder Adidas (mittlerweile betreut tellaclick über 500 Online-Shops).

Portrait

Bei der riesigen Anzahl an Internetseiten und Informationen wird es – insbesondere im Bereich des Konsums – immer schwieriger, schnell und einfach den gewünschten Anbieter oder das benötigte Produkt zu finden. Das Bonusprogramm Unternehmen tellaclick UG (haftungsbeschränkt) wurde daher gegründet, um Webnutzern einerseits einen Vergleich über 400 Partner-Shops und 20 Millionen Produkten zu geben und andererseits kaufende Kunden mit Geld- und Gutscheinen zu belohnen.

Das tellaclick Bonusprogramm bietet eine kategorisierte Übersicht an Online-Shops und -Produkten, die während der Suche miteinander verglichen werden können. Wird ein Kauf über das Bonusprogramm im selektiertem Shop getätigt, geht eine Bestätigung vom Partner-Shop innerhalb kurzer Zeit an das Bonusprogramm und der Einkäufer kann somit Punkte sammeln. Für das Punkte einlösen stehen die Menüpunkte “Geld zurück” und “Gutscheine” mit einer Gutschein-Auswahl von über 50 Anbietern zur Auswahl.

Im Mittelpunkt steht dabei ganz klar das Punkte sammeln im Bonusprogramm. Das Punkte sammeln kann der Webnutzer auch über generierte Einkäufe seiner Freunde bewerkstelligen. In den Shop- und Produktanzeigen aus dem Bonusprogramm sind integrierte Facebook und Twitter Empfehlungstools mit denen sich Shops und Produkte aus dem tellaclick Bonusprogramm empfehlen lassen. Jeder generierte Kauf aufgrund der Empfehlung, z.B. von Freunden, kommt dem Empfehlenden Bonusprogramm Nutzer mit Punkten zugute. Der Mehrwert für alle tellaclick Nutzer ist einerseits ein ganz klarer Zeitgewinn sowie eine präzise Eingrenzung seines Bedarfs und die Belohnung für alle Einkäufe über das Bonusprogramm.

News-ID: 546836 • Views: 763 (Stand: 03.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/546836/Erfolgstrend-Social-Commerce-am-Beispiel-vom-tellaclick-Bonusprogramm.html>