

cadooz AG: Rückenwind für den Vertrieb

25.08.2011, 12:56 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *cadooz AG*

Presseagentur: *BrunoMedia Communication GmbH*

Am 21./22.9. präsentiert der erste Full-Service-Anbieter für Gutscheine, Sachprämien und Incentives seine Produkte und Services auf der dmexco 2011

Hamburg/Köln, 25. August 2011. Die Hamburger cadooz AG, erster Fullservice-Anbieter für Gutscheine, Sachprämien und Incentives, präsentiert seine Produkte am 21. und 22. September 2011 auf der dmexco in Köln, der Fachmesse für digitales Marketing, in Halle 8.1 / Stand 17C.

"Auf dem internationalen Branchentreff für digitales Marketing werden wir gezielte Marketinglösungen und effiziente Incentivierungskampagnen vorstellen", erklärt Florian Welsch, Vorstand der cadooz AG. "Egal ob Online oder Offline – cadooz Gutscheine, PoS-Promotions und Incentives unterstützen jede Kampagne, erhöhen den Absatz und erschließen neue Kundengruppen."

Angebote von cadooz verstärken die Wirkung jeder Online-Kampagne. Für gezieltes digitales Marketing ist der BestChoice eShop mit mehr als 70 Top-Online-Anbietern, die ideale Prämie für die internetaffine Zielgruppe. Im BestChoice eShop (www.cadooz.de) kann der Empfänger des BestChoice Einkaufsgutscheins, ob Kunde, Mitarbeiter oder im Vertrieb, rund um die Uhr bei namhaften Anbietern (wie amazon.de, sportscheck.com etc.) online einkaufen und seine Prämie individuell auswählen. Innerhalb von Sekunden erhält der Empfänger seine Wunschgutscheine auf Basis eines alphanumerischen Codes, der auf allen Trägermedien einsetzbar ist.

Zusätzlich bietet cadooz allen Kunden mit cadooz Research eine direkte Erfolgsmessung und Zufriedenheitskontrolle der Marketingaktion nach der Online-Einlösung der Gutscheine an. Die Umfragen werden mithilfe einer professionellen Marktforschungssoftware erstellt, mit einer neutralen Kontrollgruppe verifiziert, und nach Abschluss umfassend ausgewertet. Die professionelle Abwicklung gepaart mit Serviceleistungen auf höchstem Niveau nutzen viele hochkarätige Geschäftskunden (u.a. ARAL, SAP, RWE und ATU). Denn: Gutscheine sprechen die Zielgruppe direkt, ohne Streuverluste und ohne hohe Kapitalbindung an und bleiben dem Empfänger besonders positiv sowie nachhaltig in Erinnerung.

Auf der diesjährigen dmexco wird cadooz seine gesamte Produktpalette für Empfehlungsmarketing, Vertriebs- und Mitarbeiterincentivierung präsentieren – vom BestChoice (Einkaufsgutschein) und dem ExperienceChoice (ErlebnisGutschein) über den DriversChoice (TankGutschein) bis hin zum größten deutschen KinoGutschein MovieChoice.

Portrait

Die cadooz Gruppe hat ihren Sitz in Hamburg. Unter ihrem Dach werden die cadooz AG, die cadooz rewards GmbH, die

cadooz Austria GmbH, und die yamando GmbH zusammengefasst. Hauptgesellschafter der cadooz Holding ist seit 2006 Palamon Capital Partners, L.P., ein unabhängiges britisches Finanzbeteiligungshaus. Vorstand der cadooz AG ist Florian Welsch und den Aufsichtsratsvorsitz bekleidet Dr. Holger Kleingarn. Über 80 Mitarbeiter arbeiten für die Tochterunternehmen der cadooz Gruppe an den Standorten Hamburg, München und Wien. Das Unternehmen ist mit der Gutscheinexpertise der cadooz AG und cadooz Austria, der Sachprämienkompetenz der cadooz rewards sowie dem Erlebnisangebot der yamando GmbH der erste Full-Service-Anbieter für Gutscheine, Sachprämien und Incentives in Deutschland.

News-ID: 565073 • Views: 816 (Stand: 14.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/565073/cadooz-AG-Rueckenwind-fuer-den-Vertrieb.html>