

rainmaker lässt Suppentropfen sammeln

07.11.2005, 14:48 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *rainmaker medien-network GmH*

Campbell's "Heisse Tasse" verwaltet Sammelbögen, Kundenkonten und Treueprämien einfach, schnell und effizient im Internet

Hamburg, 07. November 2005. Die Hamburger Kommunikationsagentur rainmaker hat für die Campbell's-Marke "Heisse Tasse" ein System entwickelt, mit dem sich verkaufsfördernde Sammelpunkte (Suppentropfen) ganz einfach im Internet verwalten lassen. Grundlage ist die Homepage des Marktführers (www.heisse-tasse.de) in Kombination mit der Online-Registrierung der Kunden und einem Barcode-System, mit dem sämtliche Daten schnell und fehlerfrei den registrierten Heisse-Tasse-Kunden zugeordnet werden können.

Das Besondere: Alle an dem Projekt "Suppentropfen" beteiligten Dienstleister lassen sich durch die internetbasierte Anbindung miteinander verknüpfen – ohne aufwändige Datentabellen oder Problemen bei den Schnittstellen. Der Kunde schickt seine gesammelten Punkte ein, sucht sich online seine Prämie aus – der Rest läuft dann fast automatisch. Der Kontakt zum Kunden über E-Mail und die Verwaltung seines Punktekontos sind genauso in die Prozesse eingebunden wie Konfektionierung, Versand und Nachverfolgung der verschickten Prämienpakete. Die Verknüpfung zum Lagerbestand sowie die geplante Datenübergabe zum hauseigenen Customer-Relation-Management-System (CRM) vervollständigen das Angebot.

Mit diesem neuartigen Produkt gelingt es rainmaker, ein einfaches, leicht zu bedienendes und kostengünstiges System zu etablieren. "Enthalten sind nur Funktionalitäten, die der Kunde auch wirklich benötigt", erklärt Oliver Maître, Geschäftsführer von rainmaker. Natürlich handele es sich bei diesem Produkt weder um ein komplettes Warenwirtschafts- noch um ein CRM-System. "Aber Campbell's kann durch unser System sehr, sehr viele treue Kunden verwalten und durch die funktionierende Technik auch weiterhin als treue Kunden behalten", so Maître.

Die Vorteile des rainmaker-Systems im Einzelnen

- + Ausbau einer bestehenden Website als Marketingtool mit Kundenbindungselementen, Logistik- und Fulfillmentkonzept
- + Die Abläufe rund um den Prämienshop werden digitalisiert – wobei auch Kundenanmeldungen über Fax und Brief problemlos mit eingebaut werden können
- + Es werden nur die Funktionalitäten eingebaut, die wirklich notwendig sind; der dafür benötigte Etat bleibt dadurch überschaubar
- + Punkteverwaltung und –erfassung erfolgt durch ein webbasiertes System; Campbell's kann auf diese Art und Weise eine große Zahl von Kunden sinnvoll verwalten
- + Statistikfunktion möglich (z.B.: Altersdurchschnitt, PLZ-Bereich, männlich/ weiblich)
- + Keine Riesen-Excel-Tabellen oder aufwändige Datenbanken
- + Sämtliche Kundendaten sind bereits online und damit elektronisch verfügbar; die Kundendaten müssen kein weiteres Mal angefasst werden
- + Sofortiges Verknüpfen von Sammelpunkten mit Kundendaten und Prämienversand möglich

+ Campbell's hat immer alle aktuellen Daten im Überblick:

Wie viele Pakete sind wo unterwegs?

Wie sieht der Lagerbestand aus?

Was wird besonders nachgefragt?

+ Integrierter Workflow: Auch der Fulfillment-Partner ist komplett integriert

Portrait

Kontakt:

ECOIQUEST Kommunikation

Dagmar Rutenbeck

Telefon: 040-419 15 88-0

mail: rainmaker@ecoquest.de

News-ID: 67099 • Views: 78 (Stand: 06.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/67099/rainmaker-laesst-Suppentropfen-sammeln.html>