

1-2-3.tv erhält Personalisation Award 2014

08.07.2014, 08:27 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: 1-2-3.tv

Presseagentur: 1-2-3.tv Unternehmenskommunikation

Best Practice im Bereich Multi-Channel Kundenansprache

Unterföhring, 08. Juli 2014: 1-2-3.tv, Deutschlands erstes Multichannel-Auktionshaus erhält den Personalisation Award 2014. Den Preis vergibt der international agierende Realtime Analytics-Spezialist prudsys AG erstmalig für sogenannte Best Practice Personalisierungs-Modelle im Rahmen der jährlich stattfindenden prudsys-Anwendertage vom 02. bis 03. Juli in Berlin. Zahlreiche prudsys-Kunden – wie die Otto-Gruppe, Baur, Conrad, Bertelsmann oder auch buch.de – nehmen an der Veranstaltung teil, um sich über aktuelle Anwender-Beispiele für Echtzeit-Personalisierung auszutauschen.

Die vierköpfige Fachjury würdigte die innovative, personalisierte Echtzeit-Kundenansprache des Münchener Homeshopping-Anbieters, die alle Vertriebs- und Kommunikationskanäle (TV, Online, Mobile, Telefonie) gleichermaßen integriere. Jens Scholz, Vorstand prudsys AG, hob in seiner Jurybegründung den dadurch entstehenden Kunden-Mehrwert hervor: „Mit der Integration sämtlicher, relevanter Informationen über alle Kommunikationskanäle hinweg führt 1-2-3.tv seine Kunden gezielt und transparent durch die Vielfalt von Sortiment und Shoppingangeboten.“ Newsletter sowie Online- und Mobile-Shop präsentierten dank dieser Systematik dem einzelnen Kunden speziell und individuell auf seine Bedürfnisse zugeschnittene Inhalte, die so auch im direkten Callcenter-Gespräch zur Verfügung stünden: „Unter Einbeziehung der individuellen Kunden-Präferenzen schafft 1-2-3.tv hervorragende Voraussetzungen für eine solide und passgenaue Ansprache und Beratung. Grund genug für uns, dieses Konzept zu prämiieren.“

Mathias Schwenck, Chef der 1-2-3.tv IT, nimmt diese Auszeichnung als Ansporn, den eingeschlagenen Weg weiter zu verfolgen: „Die Herausforderung besteht für uns als Multichannel-Anbieter in der integralen Nutzung so unterschiedlicher Vertriebswege wie dem „sequentiellen Fernsehen“ einerseits, dem „omnipräsenten Internet“ und unseren mobilen Shoppingangeboten andererseits.“ 1-2-3.tv arbeite konsequent an der Verschmelzung aller Medien. So böte etwa die „filmische“ Produktpräsentation im 1-2-3.tv Onlineshop bereits heute große Vorteile gegenüber anderen Wettbewerbern. Zudem arbeite man derzeit daran, die online und in Echtzeit generierten Erkenntnisse aus dem Vorschlagsmarketing auch im Bereich der Planung von TV-Shows einzusetzen.

Wörter: 282

Zeichen inkl. Leerzeichen: 2.420

Portrait

Über 1-2-3.tv

Bei Deutschlands erstem Multichannel-Auktionshaus bestimmen die Kunden den Preis! Ob im Fernsehen, Internet oder Mobil übers iPhone: 365 Tage im Jahr, 7 Tage die Woche, jeweils 20 Stunden Live! Seit dem Sendestart im Oktober 2004 haben bereits über 1.000.000 Kunden großen Shopping-Spaß an der 1-2-3.tv Auktions-Action.

Verbreitung

1-2-3.tv ist in insgesamt mehr als 35 Mio. Haushalten in Deutschland und Österreich empfangbar. Der Sender verbreitet sein Angebot im analogen und digitalen Kabel sowie über den Satelliten ASTRA 1M (Transponder 1.103, Downlink-Frequenz 12460,50 MHz, MS/s 27,5, FEC 3/4, horizontale Polarisation, Position 19,2° Ost). Seit Juni 2013 strahlt 1-2-3.tv sein Angebot auch in HD-Qualität aus. Zudem empfangen mehr als eine halbe Million Fernsehhaushalte in Berlin-Brandenburg 1-2-3.tv über das „Überallfernsehen“ DVB-T (Kanal 59 über die Senderstandorte Alexanderplatz (10 kW) und Schäferberg (5 kW)). Im Internet oder mobil können 1-2-3.tv Fans ihren Sender täglich auch zwischen 06.00 und 02.00 Uhr per Livestream verfolgen.

Angebot

Jährlich werden in über 65.000 Auktionen Artikel aus sechs Sortimentsbereichen zu atemberaubenden Preisen versteigert. Und wer sicher sein möchte, sein Lieblingsprodukt auf jeden Fall zu erhalten, kann jeden Artikel bereits vor einer Auktion im Internet (www.1-2-3.tv) oder über die Bestell-Hotline 01806 00 10 20 (Festnetzpreis 0,20 €/Anruf; Mobilfunkpreis max. 0,60 €/Anruf) bestellen. Eine wachsende Web-Gemeinde bevorzugt inzwischen das direkte Stöbern unter den 6.000 ständig wechselnden 1-2-3.tv Web-Angeboten.

Service

Bei allem Schnäppchenfieber und Auktions-Spannung – in puncto Bestellung, Beratung und Lieferung ist 1-2-3.tv seinen Kunden ein verlässlicher Partner. Sie können auf alle klassischen Standards des deutschen Versandhandels vertrauen: Einmonatiges, uneingeschränktes Widerrufsrecht, 24monatige Gewährleistung und SSL-Verschlüsselung bei allen Online-Transaktionen. Entsprechend zertifizierte TÜV-Saarland den kompletten Bestellprozess. Und die Kunden wählen ganz flexibel zwischen den Zahlarten Kauf auf Rechnung, Kreditkarte, Lastschriftverfahren und den Internet-Zahlsystemen Sofortüberweisung und PayPal.

News-ID: 804362 • Views: 1318 (Stand: 27.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/804362/1-2-3-tv-erhaelt-Personalisation-Award-2014.html>