

Kundenclub-App

Hervis rückt bei der Kundenbindung von der klassischen Karte ab. Die App-Launch-Kampagne kommt von LDD.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Anfang Oktober launchte der österreichische Sportartikelhändler Hervis eine neue Kundenclub-App. Die umfassenden Kommunikationsmaßnahmen, die rund um den Launch gesetzt wurden, wurden von der Multi-Channel-Dialog-Agentur LDD Communication konzipiert und begleitet. Ziel der App ist es, das Vorteilsprogramm von Hervis auch digital zugänglich zu machen – weg von der klassischen Kundenkarte hin zur App also.

Lange Zusammenarbeit

David Tews, Leitung Marketing International bei Hervis: „Mit dem Upgrade unseres Sports-Clubs wird das Hervis-Erlebnis noch smarter, persönlicher und vorteilhafter. Was im Zuge des Neustarts eine besondere Herausforderung darstellte, war die Kommunikation.“ Denn, so Tews weiter, der bisherige Kundenclub wurde mit Anfang Oktober eingestellt, was eine einmalige App-Registrierung notwendig machte. „Aufgrund der jahre-



Annika Schmid ist Consultant bei LDD und Projektverantwortliche.

langen guten Zusammenarbeit mit LDD war es für uns ein logischer Schritt, auch bei diesem channelübergreifenden Projekt die Dialog-Spezialisten mit an Bord zu nehmen“, so Tews.

Zum Launch der App wurde eine eigene Design-Linie entwickelt, die das Corporate Design von Hervis, sowie ein Wording-Konzept durchgängig umsetzte. Darauf aufbauend, wurde ein

dreistufiges Print-Mailing umgesetzt, das bestehende Clubmitglieder zur App-Registrierung motivieren sollte. Bereits im Frühjahr wurde die Vorankündigung versendet, im Sommer dann das Hauptmailing.

Mit Multi-Channel zum Erfolg

Begleitet wurde die Kampagne auch mit weiteren Maßnahmen und über mehrere Kanäle – etwa durch ein animiertes Erklärvideo oder verschiedene POS-Werbemittel zur Bewerbung der App. Projektverantwortliche bei LDD war Annika Schmid: „Eine besondere Freude und zugleich Herausforderung war es, sämtliche Aktionen von Österreich aus auf alle sechs Länder, in denen Hervis vertreten ist, auszurollen – neben Österreich auch Deutschland, Slowenien, Kroatien, Ungarn und Rumänien.“ Tews zieht ein positives Resümee: „Dem gemeinsamen Engagement und Know-how aller Beteiligten ist es zu verdanken, dass auch dieses ambitionierte Projekt ein voller Erfolg werden konnte.“



| first pitch goes digital

Verstärkung in der Agentur

bettertogether holt neue Expertin an Bord.

WIEN. Barbara Riedl, ehemalige PR-Managerin und Pressesprecherin von Ikea Österreich, verstärkt seit Oktober die Wiener Kommunikationsagentur bettertogether. Die Expertin für strategische Unternehmenskommunikation wird in der Agentur künftig den Bereich Nachhaltigkeit verantworten.

„Managementenerfahrung in globalen Organisationen, Ex-

pertise in komplexen Projekten, umfassende Kenntnisse in sehr breit gestreuten Themenfeldern von Kulturmanagement bis Veranstaltungsorganisation – das alles kann ich jetzt in den Dienst der bettertogether-Kunden stellen“, freut sich Riedl. Am Beginn ihrer Karriere war sie Journalistin und als Redakteurin bei der APA tätig, wo sie die Leitung der APA-Journale innehatte. (red)



© Kurt Keimrath

Die ehemalige Ikea-Sprecherin Barbara Riedl ist seit Oktober bei bettertogether.