

PRESSEMITTEILUNG

2. September 2014

ERWIN HYMER GROUP: neues Vorteilsprogramm zur Kundenbindung

Neues Kundenbindungsprogramm vereint Kundenkarte und Reise-Community

Eine Verbindung von praktischem Reiseportal und Vorteilskarte ist das neue FREEONTOUR-Programm der elf Reisemobil- und Caravan-Spezialisten unter dem Dach der ERWIN HYMER GROUP (EHG). Deren Aktivitäten zur Kundenbindung fanden bisher losgelöst voneinander statt. Das wird sich mit FREEONTOUR nun ändern, doch die Kommunikation durch die einzelnen Marken bleibt. Für diese komplexen Anforderungen setzt die EHG auf die Erfahrungen des Kundenbindungsspezialisten AVS.

Auf dem diesjährigen Caravan Salon in Düsseldorf wurde es vorgestellt: das neue Vorteilsprogramm der ERWIN HYMER GROUP. Für einen Jahresbeitrag von 29,90 Euro erhalten die Teilnehmer die FREEONTOUR-Kundenkarte. Damit bekommen Reisende in ganz Europa Rabatte auf Campingplätzen, Fährfahrten, beim Tanken und beim Sightseeing, zum Beispiel in Freizeitparks, Zoos und Museen. Käufer eines Reisemobils erhalten die Vorteilskarte ein Jahr lang kostenlos. Flankierend hat die EHG zum Aufbau einer Community das kostenfreie FREEONTOUR-Onlineportal erstellt mit detaillierten Reiseberichten, Planungstools sowie einem europaweiten Stellplatzführer.

Dr. Dominik Suter ist der Geschäftsführer von Dethleffs und gleichzeitig der Caravaning Customer Connect GmbH, die FREEONTOUR betreibt. „Mit dem Programm bündeln wir unser Know-how und bieten zum Vorteil unserer Kunden einen noch leistungsstärkeren Auftritt, als es uns unter den Einzelmarken möglich gewesen wäre.“ Gleichzeitig legt er aber auch Wert darauf, dass die Kunden weiterhin von ihrer „persönlichen“ Marke angesprochen werden. Eine besondere Herausforderung, die man mithilfe des Kundenbindungsspezialisten AVS meistert.

Der Dienstleister setzt dafür eine Kommunikationsmatrix ein, die es ermöglicht, die Teilnehmer von FREEONTOUR mit individuell auf sie zugeschnittenen Materialien zu versehen. Darüber hinaus übernimmt AVS einen Großteil des komplexen Handlings. Das Unternehmen stellt die nötige

PRESSEMITTEILUNG

IT-Infrastruktur bereit, erfasst die Teilnahme-Anträge von Kunden, zieht die Mitgliedsbeiträge ein und bindet auch die verschiedenen Vorteilspartner in das Programm ein. „Für diese umfangreichen Aufgaben greifen wir auf eine speziell für den Betrieb von Kundenbindungsprogrammen ausgerichtete IT-Infrastruktur sowie erfahrenes Projektmanagement-Team zurück“, erklärt Dirk Fischer von AVS. „Und mit unserem eigenen Lettershop ist auch der Versand individualisierter Mailings in kleinen Mengen problemlos möglich.“

Weitere Informationen unter www.avs.de.

Hintergrund

AVS bietet ein umfassendes Leistungsportfolio rings um die Kernthemen Kundengewinnung und Kundenbindung. Dazu werden auch die Synergien mit BSW.Der Bonusclub im Konzernverbund der VVS Holding genutzt. Von der speziellen Touristik- oder Verlagslösung bis hin zum Multipartnersystem für den Handel - von der singulären Lettershop-Leistung bis zum Online-Bonusprogramm. Das Besondere dabei: Auf Wunsch offeriert AVS nicht nur die systemische Lösung und einen ergebnisorientierten Einführungs- und Betreuungs-Support, sondern berät und betreut auf Basis der eigenen umfassenden Erfahrungen auch bereits in der Konzeptionsphase eines Kundengewinnungs- oder Kundenbindungsprojekts. So lassen sich Risiken minimieren und Chancen optimal nutzen.

Pressekontakt:

Birgit Raphael

Fröhlich PR i.A. der AVS GmbH

Tel.: 0921 / 75935-63

Mail.: b.raaphael@froehlich-pr.de