

PRESSEMITTEILUNG

DAS FUTTERHAUS digitalisiert sein Kundenkartenprogramm

Der Fachhändler für Tiernahrung und -zubehör bietet Tierfreunden in Kürze eine eigene App.

Als wichtigen Schritt in der digitalen Transformation bietet DAS FUTTERHAUS Kundenkarteninhabern ab März den Zugriff auf Angebote und Services jederzeit digital via App. Mittelpunkt der App ist in der aktuellen Ausbaustufe die digitale Ausspielung der Angebotswerbung sowie exklusiven Rabattaktionen speziell für Futterkarteninhaber.

Über 1,2 Mio. Kunden sind derzeit aktive Nutzer der DAS FUTTERHAUS Kundenkarte – Tendenz steigend. „Durch die Digitalisierung und den Ausbau unseres Kundenbindungsprogramms möchten wir zusätzliche Touchpoints schaffen und den Kreis der Nutzer erhöhen“, so DAS FUTTERHAUS Geschäftsführer Kristof Eggerstedt. „Unsere App ermöglicht uns zukünftig eine noch personalisiertere, deutlich individuellere Kundenansprache und erhöht die Attraktivität unseres Loyalty-Programms immens.“

Nicht nur der vereinfachte Anmeldeprozess soll das Wachstum der Nutzer fördern. Perspektivisch soll die App um zahlreiche Funktionen ausgebaut und erweitert werden. Zum Start bietet die App neben der digitalisierten Kundenkarte, Rabatten und Coupons zunächst informative Inhalte rund um die Haltung von Tieren. Darüber hinaus haben User die Möglichkeit, Profile ihrer eigenen Haustiere anzulegen.

„Mit der App haben wir uns einen wichtigen, neuen Kanal für unser Marketing erschlossen“, erklärt Kristof Eggerstedt. So könnten durch die App nicht nur bestehende Vermarktungsanstöße digitalisiert, sondern auch klassische LEH-Werbemittel wie das Streuprosppekt verlängert werden. Viel Potenzial sieht das Unternehmen zudem in der Möglichkeit der regionalen Angebotsaussteuerung. „Perspektivisch soll dies auch die Ausspielung von Coupons über Geomarketing umfassen, etwa um LEH-Kunden für den Fachhandel zu gewinnen.“

Eine wichtige Rolle bei der Entwicklung der App spielten Kundenanalysen zum Einkaufsverhalten, die mit der Einführung des neuen CRM in 2023 einhergingen. „Im Durchschnitt kaufen unsere Kunden alle sieben Wochen bei uns ein. Guckt man genauer hin, stellt man jedoch fest, dass es eigentlich keinen Durchschnittskunden gibt“, so Kristof Eggerstedt. So kaufe der eine Kunde lediglich einmal im Jahr ein, während andere eine wöchentliche Kauffrequenz aufweisen würden. „Mit der App möchten wir genau auf diese sehr unterschiedlichen Einkaufsverhalten eingehen und Kunden zielgerichtet mit Rabatten und Aktionen für einen Kauf aktivieren.“

Die DAS FUTTERHAUS App wird Kunden voraussichtlich Ende März zur Verfügung stehen.

DAS FUTTERHAUS-Franchise GmbH & Co. KG
Nadine Giese-Schulz, Tel.: +49 4121-4397-750
Ricarda Gürne, Tel.: +49 4121-4397-755
E-Mail: presse@futterhaus.com