



Die App wird im Corporate Design des Händlers individualisiert. Die Funktionen sind modular wählbar.

Hutter & Unger-Kunden mit Erfolg, wie permanente Auswertungen und Analysen der Händler beweisen.

Jetzt setzt sich also auch im stationären Einzelhandel durch, was in anderen Marktsegmenten Marketing und Vertrieb bereits nachhaltig revolutioniert hat: 'myTaxi', McDonalds, Amazon & Co. sind nur einige Beispiele. „Wir sind bereits seit 2016 mit unserer 'smart.+APP' am Markt. Inzwischen werden wir nicht nur vom BTE und Unternehmensberatern empfohlen, sondern auch von Unitex, KATAG und WWS-Anbietern“, berichtet der Agentur-Chef und erklärt weiter: „Innerhalb von vier Wochen bringen wir erfahrungsgemäß rund zehn Prozent der Endkunden in die App, nach sechs Monaten sogar 30 Prozent.“

### Schlagkräftig wie Amazon agieren

Mit einem Cloud-System von Hutter & Unger, dem sog. 'smart.KIS', können die Händler selbst Kampagnen steuern sowie analysieren und erhalten zudem Zugriff auf ihre Kundenbeziehungen und Artikelverkäufe – das gilt auch für Handelskunden ohne App-Nutzung. Dank Automatisierungen werden bei der App Kampagnen allerdings noch effizienter angesteuert.

Die Grundlage: Sieben in der Branche weit verbreitete Warenwirtschaftssysteme sind per Online-Schnittstelle an die App angebunden, zwei weitere in Abstimmung. „Mit innovativer, automatisierter und dadurch effizienter Kampagnen-Steuerung sowie Monitoring in der Cloud versetzen wir den stationären Einzelhändler in die Lage, so zu agieren wie Amazon, Zalando & Co. Und dabei werden Marketing-Kosten drastisch reduziert“, macht Andreas Unger auf den Nutzen aufmerksam.



Andreas Unger, Hutter & Unger: „Unsere Expertise schützt vor Risiken wie Funktionsstörungen und Mehrkosten.“

### Das sagt der Handel zur Kunden-App

„Wir haben über die App eine Kauf-Response von 34 Prozent“, berichtet beispielsweise Roman Pollozek von Pollozek Mode & Lifestyle aus Pfarrkirchen.

Lars Messerich vom Modehaus Messerich, Bitburg, verzeichnet auf den Zehn-Euro-Einkaufsgutschein für die Erstregistrierung sogar „eine sagenhafte Einlösequote von 59 Prozent“ und resümiert: „Die App war eine gute Entscheidung.“

Christian Hauptfleisch von Intersport Wohleben aus Dörfles-Esbach hat ausgerechnet, wie hoch die Portokosten gewesen wären, wenn alle über die App versendeten Einladungen, Gutscheine und Co. postalisch verschickt worden wären: 133.000 Euro in 18 Monaten.

Sina Sperlich fasst für die Händler der Unitex zusammen: „Einige Unitex-Händler setzen die Kunden-App bereits ein und sind begeistert. Endverbraucher-Akzeptanz und hohe Responses bei den Kampagnen bestätigen die Erfolge. Deshalb ist Hutter & Unger ein exklusiver Partner von Unitex-Connect, und wir empfehlen unseren Mitgliedern die Kunden-App.“

Die App wird für jeden Händler individualisiert und ist modular aufgebaut. Welche Händler die Kunden-App bereits einsetzen, welche Module es gibt sowie weitere Daten und Fakten finden interessierte Händler unter [www.kunden-app.com](http://www.kunden-app.com). Hier können sie auch einen Demo-Zugang anfordern. ■

# Erfolgreiche App

Bereits über 80 POS vertrauen auf die Kunden-App von Hutter & Unger

„Wir haben bereits über 1.000.000 Kunden-Kontakte via App-Kampagnen für den Einzelhandel realisiert“, freut sich Andreas Unger, geschäftsführender Gesellschafter der Wertinger Werbeagentur Hutter & Unger. Er ergänzt: „Mehr Erfahrung hat keiner, und davon profitieren unsere Kunden.“ Denn Kunden-Apps etablieren sich zunehmend als Marketing-Instrument. Bei