



**SMILE & DRIVE
IMPLEMENTIERUNG VON COMARCH
LOYALTY MANAGEMENT BEI
OMV**



DER KUNDE

OMV ist ein internationales Öl- und Gasunternehmen mit Sitz in Wien. Im Jahr 2013 verzeichnete der Konzern einen Umsatz von 42,42 Mrd. Euro. Damit ist die OMV Aktiengesellschaft eines der größten börsennotierten Industrieunternehmen Österreichs. Das Unternehmen fokussiert sich auf das sogenannte "profitable Wachstum" in den Geschäftsbereichen Exploration & Production (E&P), Gas & Power (G&P) sowie Refining & Marketing (R&M). OMV betreibt ein Gaspipelinennetz in Österreich und Gasspeicher-Anlagen in Österreich und Deutschland mit einer Kapazität von 2,6 Milliarden Kubikmetern. Im Geschäftsbereich Refining & Marketing verfügt OMV über eine jährliche Raffineriekapazität von 17,4 Mio. Tonnen.

GESCHÄFTLICHE HERAUSFORDERUNGEN

Die strategischen Ziele, die OMV mit der Implementierung eines Loyalitätsprogramms verfolgt, sind die weitere Erhöhung des Marktanteils und die Generierung langfristiger, nachhaltiger Erträge.

ZIELE VON SMILE & DRIVE

- Eine konsistente Programmmarkenbildung und -positionierung erreichen
- Kunden eine besondere Behandlung bieten
- Das Vertrauen der Kunden gewinnen
- Optimale betriebliche Abläufe sicherstellen
- Sich durch innovative und besondere Angebote von der Konkurrenz abheben

Das von OMV durchgeführte Bonusprogramm SMILE & DRIVE prägt die Kundenerfahrung durch vier wesentliche Elemente. Dazu gehören ein einfacher Zugang, attraktive Vergaberegeln, eine ansprechende Kommunikation und geeignete Einlöseprozeduren. Das OMV-Bonusprogramm und die dazugehörigen Funktionalitäten sollen sich

schrittweise weiterentwickeln. Hierfür gibt es zwei Gründe: Zum einen gilt es, das im Rahmen des Programms erworbene Wissen über die Kunden zu berücksichtigen, zum anderen muss das Programm für die Kunden interessant bleiben.

PROGRAMMREGELN

Die Registrierung für das Programm kann online erfolgen oder direkt an einer Tankstelle. Anschließend erhalten die Kunden ein Begrüßungspaket per Post.

Bis zu fünf Teilnehmer können sich zusammenschließen und Punkte auf demselben Konto sammeln. In einem solchen Szenario ist ein Teilnehmer (der Hauptteilnehmer) berechtigt, Punkte sowohl zu sammeln als auch einzulösen, während die anderen Teilnehmer Punkte ausschließlich sammeln können.

Die Programmteilnehmer erhalten Punkte an Tankstellen für den Kauf von Mineralöl- oder anderen Produkten, im Rahmen von Marketingkampagnen und Promotions sowie im Internet (für das Abonnement des Newsletters, die Aktualisierung der Benutzerdaten, die Werbung neuer Teilnehmer usw.). Über das OMV-Call-Center können sie Punktekorrekturen vornehmen lassen.

Für die Einlösung der Punkte stehen den Kunden verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung. Sie können verschiedene Arten von Prämien in der Verkaufsstelle oder über den Prämienkatalog erhalten. Des Weiteren können die Punkte gegen Sachgutscheine von OMV eingetauscht werden, die dann z. B. für eine Autowäsche gültig sind.

Besondere Arten der Einlösung, die angeboten werden, sind die Punktespende und das Prämien Gewinnspiel, bei dem die Teilnehmer hochwertige Prämien gewinnen können. Den Teilnehmern ist es außerdem möglich, sich für die automatische Prämienvergabe anzumelden. Bei dieser Option sammeln die Teilnehmer Punkte, bis sie die für eine zuvor ausgewählte Prämie benötigte Anzahl erreicht haben. Die Prämie wird ihnen dann automatisch zugeschickt. Alternativ können sich die Teilnehmer auch dafür entscheiden, mit einer Kombination aus Punkten und Geld zu bezahlen. Im Rahmen des SMILE & DRIVE-Programms bietet OMV auch



Coupons an, die in einer Tankstelle, im Internet, per Post oder über das Call-Center eingelöst werden können. Die Bonuspunkte des OMV-Loyalitätsprogramms verlieren ihre Gültigkeit nach 36 Monaten.

Im Kundenportal können die Teilnehmer ihren aktuellen Kontostand überprüfen, die Transaktionshistorie einsehen, ihre persönlichen Daten aktualisieren und Prämien anfordern. Sie haben Zugang zu Informationen über das Programm, erhalten personalisierte und gezielte Mitteilungen und haben die Möglichkeit, an Umfragen teilzunehmen. Comarch Loyalty Management ermöglicht die Erstellung bzw. Ermittlung von Kundensegmenten. Die Segmentierung erfolgt auf Grundlage aller verfügbaren Kunden- und Transaktionsdaten, wie z. B. der Programmnutzung und dem erreichten Umsatzvolumen.

DIE IMPLEMENTIERUNG

OMV profitiert von den innovativen Funktionen des Systems Comarch Loyalty Management. Neben Standardfunktionalitäten für die Kontoverwaltung sowie die Administration von Programm, Promotions und Prämien enthält das Comarch-System Tools für die Verwaltung von Coupons, Gutscheinen und Prämien Gewinnspielen. Die Kommunikation

mit den Programmteilnehmern wird durch innovative Assistenten unterstützt, mit deren Hilfe sich Nachrichten für Kassenboni, SMS, E-Mail und Internet erstellen lassen. Durch die Verwendung von Teilnehmerstufen ist es möglich, den wertvollsten Programmteilnehmern eine besondere Behandlung zu bieten.

Das OMV-Bonusprogramm SMILE & DRIVE wurde nach einer zweijährigen Vorbereitungszeit im Herbst 2010 in der Tschechischen Republik eingeführt. Seit Oktober 2011 wird das Programm auch in der Slowakei angeboten. Während grundlegende Programm-Mechanismen in beiden Ländern ähnlich sind, hat jedes Land die Möglichkeit, eigene landesspezifische Marketing- und Kundenbindungskampagnen zu erstellen und umzusetzen.

Das System Comarch Loyalty Management wurde bei OMV mit den Komponenten Business Administration, Contact Center und der CMS-basierten Customer Web Application implementiert. Zudem wurden in das Kundenbindungssystem OMV-interne Systeme (wie SAP-Lösung, ECR-/Kassensystem) sowie externe Dienstleister (z. B. für Prämienbereitstellung, Datenerfassung und Lettershop-Leistungen) eingebunden.

EINSATZ



„Bereits in den ersten Monaten nach der Einführung des Programms konnten wir positive Ergebnisse verzeichnen.

Mehr als eine halbe Million Kunden sind dem SMILE & DRIVE-Programm beigetreten und die Zahl der Teilnehmer nimmt stetig zu. Positive Auswirkungen ergeben sich durch den Kundeneinblick, den wir im Programm gewinnen. So können wir unser Marketingbudget effektiver einsetzen.“

Julia Sandor,
International Loyalty Manager bei OMV

ÜBER COMARCH

Comarch ist ein weltweit führender Anbieter zum Aufbau und Einsatz effektiver und individueller Kundenbindungsprogramme, mit denen Unternehmen ihre Kundenbeziehungen verbessern und die Kundenbindung stärken können. Im Rahmen der Plattform Comarch CRM & Marketing bietet Comarch zukunftsorientierte Marketinganwendungen, die die gesamte Bandbreite von Marketingprozessen unterstützen. Dazu zählen die umfassende Verwaltung von Kundenbindungsprogrammen, die Kundendatenanalyse sowie die Durchführung von Multi-Channel-Kampagnen.

Copyright © Comarch 2016. Alle Rechte vorbehalten.