

toom Baumarkt nutzt Produkttests zur Kundenbindung

Höheres Customer Engagement durch eine Product-Experience-Plattform powered by Voycer

München, 22.04.2016 Die deutsche Baumarkt-Kette *toom* führte Anfang Februar 2016 eine Product-Experience-Plattform (PX-Plattform) auf Basis der SocialVOYCE-Technologie der Voycer AG ein. Im ersten Pilotprojekt schreiben ausgewählte Produkttester auf der Plattform ihre persönlichen Erfahrungsberichte beim Renovieren und Streichen mit der Wandfarbe *toom Premiumweiss*. Die Kennzahlen und Erfolge sind überzeugend.

Anfang Februar ging toom mit seiner neuen Product-Experience-Plattform, nach wenigen Tagen Planungs- und Implementierungszeit live. Bereits nach 2 Wochen verzeichnet die Plattform **1.297 registrierte User** und **916 Bewerbungen** von potenziellen Produkttestern. 5 Tester wurden ausgewählt, die nach Erhalt des Produkts ihre [Testberichte](#) auf der Produkttest-Plattform veröffentlichten. Auf Basis der vorgegebenen Kriterien wurde das Produkt beurteilt und von den Testern beschrieben. Der so entstandene authentischer User generated Content unterstützt das Empfehlungsmarketing.

Der erste Test lieferte die Basis für den Aufbau eines nachhaltigen Testerpools & Kundenbindung. So führte ein Mailing an die Plattform-User zu einer überdurchschnittlichen **Responsequote von 13%** (Conversion zur erneuten Bewerbung)

„Durch die einzigartige Produkt-Test Plattform von Voycer stehen wir nun in direktem Kontakt zu unseren Kunden, erhalten neue Ideen zur Anwendung von Produkten und gewinnen einzigartigen User Generated Content“ so *René Haßfeld (Geschäftsführer Vertrieb und Marketing, toom Baumarkt GmbH | REWE Group)* über das erfolgreich in den eigenen Online-Auftritt integrierte Engagement-Format.

Konsequentes Customer Experience Management (CEM) ist für 36 % der Unternehmen* schon heute der entscheidende Differenzierungsfaktor. Customer Engagement verbessert dabei die Customer Experience nachweisbar. So wurde die PX-Plattform als Customer Experience Baustein ohne Integrationsaufwand, mit dem Fokus auf Engagement konzipiert. Die Lösung wird direkt auf der Website des Herstellers oder Händlers integriert und als Cloud Lösung durch Voycer betrieben. Damit unterstützt die PX-Plattformen von Voycer das CEM mit einer einfachen, schnellen Lösung für hohes User Engagement

*Studie: Kundenbindung im Zeitalter des Digitalen Shoppings (2015) Voycer in Kooperation mit „Der Handel“, bev & goetzpartner



Über Voycer

Die Voycer AG bietet seit Ende 2012 eine Customer Engagement-Lösungen zur Kundenbindung und Kundengewinnung über neue Social Engagement-Formate an. Durch konsequente Weiterentwicklung dieser Lösung ist Voycer heute der einzige Full-Service Anbieter im Bereich Customer Communities, Produkt Experience Plattformen und Customer Engagement-Formate für Handel, Hersteller und Dienstleister.

Das Kernprodukt SocialVOYCE ist eine modulare und flexible Whitelabel Technologie (Software-as-a-Service). Darüber hinaus entwirft Voycer auf Basis von Benchmark-Erfahrungen individuelle Community-Strategien mit einem klaren ROI. Community-Experten begleiten auf Wunsch den Aufbau der eigenen Customer Community mit erprobten Services & Methoden, um so das erfolgreiche Wachstum der Community zu sichern.

Zu den aktuellen Kunden gehören unter anderem Conrad Electronic, Messe München, DER Touristik und toom Baumarkt.

Kontakt:

Voycer AG
Melanie Seidel
Chief Community Officer
Rosenheimerstr. 145 d
81671 München
Tel.: 089 / 80 99 07 809

E-Mail: m.seidel@voycer.com
Web: www.voycer.com
Blog: <https://voycer.com/de/blog/>