

Kundenbindung mit Vergnügen: Media Markt startet mit dem Media Markt Club eigenständiges Loyaltyprogramm

- **Media Markt Club soll zum führenden Kundenbindungsprogramm im Einzelhandel ausgebaut werden**
- **Vernetzung aller Vertriebswege mit starker lokaler Ausrichtung und zentraler Rolle der Märkte vor Ort für die Kundenbindung**
- **Kundenclub bietet umfassende Sofort-Vorteile und etabliert die digitale und papierlose Verwaltung aller Kundenbelege**

Ingolstadt, 15.02.2016: Nach einer erfolgreichen Pilotphase in zehn Märkten geht am 18. Februar 2016 bundesweit mit dem Media Markt Club das neue und innovative Kundenbindungsprogramm von Deutschlands führendem Elektrofachhändler an den Start. Im Fokus stehen nicht Preis- und Rabattangebote, sondern die Schaffung von kundenspezifischen Mehrwerten durch zahlreiche Sofort-Vorteile, ausgewählte nationale und lokale Serviceleistungen, sowie clubspezifische Aktionen und Events. Ziel ist es, den Club innerhalb der nächsten Jahre zum größten Kundenbindungsprogramm im Einzelhandel zu etablieren.

„Wir haben in den vergangenen Jahren erfolgreich unser Multichannel-Geschäft vorangetrieben und zählen heute zu den führenden Multichannel-Händlern in Deutschland. Nun gehen wir den nächsten Schritt und implementieren auf dieser Basis unsere Customer Relationship Management(CRM)-Strategie. Den Startpunkt setzen wir mit dem Launch des Media Markt Clubs“, so Wolfgang Kirsch, CEO Media-Saturn Deutschland und in der Media-Saturn-Unternehmensgruppe zugleich verantwortlich für die Markenführung von Media Markt. „Damit wollen wir unsere Kunden und ihre individuellen Ansprüche und Bedürfnisse noch besser kennenlernen und verstehen, um ihnen künftig mit attraktiveren und individuell zugeschnittenen Angeboten und Leistungen einen deutlich größeren Mehrwert zu bieten. Der Club wird ein elementarer

Bestandteil unserer CRM-Strategie und einer der zentralen Bausteine auf unserem Weg zu einem kundenzentrierten Unternehmen sein. Mit ihm werden wir die Zufriedenheit unserer Kunden mit unseren Leistungen und damit ihre Loyalität zu unserer Marke maßgeblich stärken.“ Neu, und in dieser Form im Vergleich zu anderen Kundenbindungsprogrammen einzigartig, ist das Leistungsspektrum des Media Markt Clubs. Er setzt weniger auf rationale Elemente wie Rabattierungen, sondern konzentriert sich in Anlehnung an die Positionierung der Marke Media Markt auf emotionale Faktoren wie Vergnügen, Spaß und Überraschung.

Media Markt führt sein neues Kundenbindungsprogramm zeitgleich an allen 262 Standorten im Bundesgebiet sowie online ein. Media Markt setzt dabei bewusst auf einen starken lokalen Fokus, in enger Verbindung mit dem Onlinegeschäft: Mit dem Media Markt Club werden einerseits alle Services und Vertriebswege nahtlos miteinander vernetzt, gleichzeitig kommt den Märkten vor Ort mit der lokalen Ausrichtung des Clubs als physischer Kunden-Touchpoint eine zentrale Rolle bei der Intensivierung der Kundenbindung zu.

Die Kundenvorteile

Die Programmlogik des Media Markt Clubs schafft mit nationalen und lokalen Vorteilen konkrete Mehrwerte für jeden einzelnen Kunden: Events, exklusive Services und Produkte sowie „money can't buy“ Aktionen stehen im Mittelpunkt: dazu zählen regelmäßige, individuelle Club-Informationen und Angebote, die Verlängerung der regulären Umtauschzeit auf 28 Tage, eine kostenlose Standardlieferung, Geschenke und Gewinnmöglichkeiten. Besondere lokale Events für Mitglieder in den Media Märkten vor Ort runden die Club-Vorteile ab.

Für Club-Kunden führt Media Markt zudem das sogenannte „papierlose Leben“ ein: Über die neue Club-Karte und die dazu gehörige App werden alle Kassenzettel beim Bezahlen automatisch digital registriert und verwaltet. Die gesamte Administration seiner Einkaufsbelege erfolgt

somit für den Kunden künftig papierlos und er kann jederzeit, etwa im Garantie- oder Servicefall, schnell und einfach auf alle seine Einkaufsbelege zugreifen.

Der Weg zur Mitgliedschaft ist schnell, einfach und kostenlos. Ab dem 18. Februar können sich Kunden entweder in ihrem Media Markt vor Ort, online oder via Smartphone registrieren und erhalten dann ihre persönliche Club-Karte. Mit der Karte oder der kostenlosen Club-App können sie sofort von den umfassenden Vorteilen des Clubs profitieren.

Internationaler Roll-out in Planung

Der Roll-out des Club-Konzepts beginnt in Deutschland, soll aber auch in allen anderen europäischen Ländern, in denen Media Markt vertreten ist, absehbar als eigenständiges Programm umgesetzt werden. Langfristiges Ziel ist es, auf diese Weise ein länderübergreifendes CRM-Programm zu etablieren.

Über Media Markt

Media Markt, Deutschlands und Europas Elektrofachhändler Nummer Eins, wurde 1979 gegründet und wird heute unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH als eigenständige Vertriebsmarke geführt. In Deutschland ist das Unternehmen derzeit mit 262 Märkten vertreten; Ende 2015 beschäftigte Media Markt hier mehr als 14.100 Mitarbeiter. Insgesamt findet man europaweit in 14 Ländern mehr als 800 Media Märkte mit rund 46.000 Mitarbeitern. Kennzeichnend für Media Markt sind die einzigartige Auswahl an Markenprodukten zu Tiefpreisen, kompetente Beratung, guter Service, ein unverwechselbarer Werbeauftritt und seine dezentrale Struktur. Im Zuge der Expansion erschließt Media Markt auch neue Vertriebskanäle, insbesondere über den Online-Handel. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie vereint Media Markt die Vorteile des stationären und des Online-Handels unter dem Dach einer vertrauten Marke.

Kontakt:

Media Markt
Unternehmenskommunikation
Eva Simmelbauer
Wankelstraße 5
D-85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-1111
Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: presse@mediamarkt.de