

## *Benutzerfreundliche Loyalty Platform*

### **Brevo führt All-in-One-Lösung für Treueprogramme ein**

- Mit der neuen Lösung können Händler:innen individuelle Treueprogramme konfigurieren und verwalten, ohne interne technische Ressourcen zu benötigen.
- Die *Loyalty Platform* erweitert die bestehende Produktpalette und bietet Schnittstellen zur Customer Data Platform und dem CRM-System eines Unternehmens.
- Treueprogramme sind beliebt: Laut YouGov-Befragung wünschen sich 69 Prozent der Deutschen ein Treueprogramm von ihren bevorzugten Marken.

**Berlin/Paris, 17. September 2024.** Die Entwicklung eines Treueprogramms war bislang mit hohen Kosten und komplexer interner Verwaltung verbunden. Brevo, führender Anbieter für CRM-Systeme, ändert dies nun: Heute stellt das Unternehmen seine neue, ganzheitliche Lösung vor, mit der Unternehmen jeder Größe einfach und ohne interne technische Ressourcen Treueprogramme konfigurieren und verwalten können. Die *Loyalty Platform* ist ab sofort für Unternehmen in Europa und den USA verfügbar. Mehrere Unternehmen haben sich bereits für die neue Lösung von Brevo entschieden, u. a. *Asmodée*, der weltweit größte Spieleverlag und führender französischer Verleger und Vertreiber von Brettspielen.

#### ***Loyalty Platform* mit einfacher Handhabung und verschiedenen Schnittstellen**

Die intuitive *Loyalty Platform* von Brevo ermöglicht eine einfache Konfiguration von Treueprogrammen. Dabei unterstützt das System Händler:innen von Beginn an dabei, sinnvolle Treue-Abstufungen für ihr Geschäft zu erstellen und schlägt attraktive Belohnungen und Angebote vor, die auf die verschiedenen zuvor definierten Kundensegmente zugeschnitten sind und die Wirkung des Programms maximieren. Eine erweiterte Kontakt-Segmentierung via Customer Data Plattform ermöglicht es außerdem, bei bestimmten Handlungen der Treueprogramm-Mitglieder personalisierte Automatisierungs-Szenarien auszulösen, z.B. eine Push-Benachrichtigung auf das Smartphone der Person bei Erreichung der nächsten Stufe oder ein Newsletter mit Angeboten auf Grundlage der aktuellen Treuepunkte zu verschicken.

Nutzer:innen der Lösung steht außerdem ein Dashboard mit detaillierten Berichten zur Verfügung, mit dem die Leistung des Treueprogramms in Echtzeit verfolgt und bei Bedarf adaptiert werden kann. Auch Kund:innen können jederzeit den Stand ihrer Treuepunkte verfolgen und so stärker mit der Marke interagieren.

*„Wir bei Brevo glauben fest daran, dass die Verwaltung eines Treueprogramms ohne technische Eingriffe möglich und leicht mit dem CRM-System verbindbar sein muss, um einerseits neue Kund:innen zu gewinnen und andererseits bereits vorhandene Kundschaft zu binden. Mit unserer neuen Loyalitäts-Lösung bieten wir einen All-in-One-Ansatz, der die Verwaltung dieser Programme vereinfacht“, sagt **Armand Thiberge, CEO und Gründer von Brevo.***

### **Treueprogramme beliebt bei deutschen Verbraucher:innen**

Eine vergangene Woche veröffentlichte, von Brevo in Auftrag gegebene [YouGov-Befragung](#) unter 2.057 Konsument:innen in Deutschland zeigt, dass sich hierzulande mehr als jede zweite Person (69 Prozent) ein starkes Treueprogramm von Marken wünscht. Aus der Befragung geht außerdem hervor, dass Kundenkarten aus Treueprogrammen vor allem von Konsument:innen im Alter zwischen 18 und 44 Jahren in digitaler Form geschätzt werden: 66 Prozent dieser Gruppe präferieren digitale gegenüber physischen Kundenkarten, gegenüber 44 Prozent der über 45-Jährigen. Als einen Grund für die Präferenz hin zu digitalen Kundenkarten geben 71 Prozent der 18- bis 44-Jährigen die Möglichkeit an, direkt per Push-Benachrichtigung Angebote und Informationen auf ihrem Smartphone zu erhalten.

*„Die Entwicklung unserer Loyalty Platform ist ein weiterer Meilenstein für Brevo und seine Kunden. Von nun an ist es für Unternehmen kinderleicht, ihren Kund:innen ihr Bedürfnis nach einem Treueprogramm zu erfüllen. Für uns ist der Launch der Loyalty Platform ein logischer nächster Schritt auf unserem Weg zu einer 360-Grad-Plattform, die alle Bedürfnisse unserer User deckt“, kommentiert **Maximilian Modl, Deutschlandchef von Brevo.***

## Über Brevo

Brevo ist die intuitivste Customer Relationship Management (CRM) Suite, die allen Unternehmen und Non-Profit-Organisationen nachhaltiges Wachstum ermöglicht. Mit Brevo erhalten Unternehmen einen 360°-Einblick in die Customer Journey und können über die Marketing- und Sales-Plattform ihre Kampagnen ganz einfach über E-Mail, SMS, WhatsApp, Chat und vieles mehr ausspielen und steuern. Heute vertrauen über 500.000 Unternehmen - darunter Ebay, Doctolib, Sodexo, Louis Vuitton, Carrefour und Michelin - auf die zuverlässige Technologie von Brevo, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen. Im Januar 2023 erreichte Brevo mit einem jährlichen Umsatz von 100 Millionen US-Dollar den begehrten Centaur-Status und beschäftigt weltweit mehr als 800 Mitarbeitende. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Paris. [www.brevo.com](http://www.brevo.com)

## Medienkontakt

Nicolas Kollat  
Communications Manager DACH  
[nicolas.kollat@brevo.com](mailto:nicolas.kollat@brevo.com)

