

Presse-Information

So kommt Bewegung rein – Mit Touren den Erlebnisfaktor von digitalen Marktplätzen steigern

Diverse Studien belegen es längst: Digitale Marktplätze sind gewünscht! 84 % der Bürger wünschen sich einen regionalen Marktplatz in ihrer Region und möchten mobil einkaufen (Quelle: KPMG Consumer Barometer, 4/2015). Für Initiatoren regionaler Marktplätze ergeben sich daraus zahlreiche Anforderungen: Wie erhöhe ich die Frequenz in der Innenstadt und im Einzelhandel? Wie schaffe ich einen attraktiven, nachhaltigen Mehrwert für die Bürger und Besucher meiner Stadt?

Die Männerwelt kennt es: Innenstadtbesuche mit der Liebsten können schon einmal in Langeweile und Frust ausarten. Da wäre es doch praktisch, wenn der anstrengende Shoppingtag interessante Überraschungen bereithält. Themenspezifische Touren können hier weiterhelfen und sind eine ideale Ergänzung, um Endnutzern eines regionalen Marktplatzes einen interaktiven Mehrwert zu bieten. So kann sich der Endkonsument während einer Shopping-Tour über kleine Belohnungen wie beispielsweise mobile Angebote, Rabatt-Coupons oder Mini-Games erfreuen, die er durch das Erreichen festgelegter Punkte freischalten kann.

Das Zusammenführen der leckersten Orte der Innenstadt in einer Gastronomie-Tour kann sowohl für Bürger als auch Touristen zum kulinarischen Highlight werden. Anhand einer Filterfunktion und Kategorisierung bestimmt der Endkonsument hier selbst, welche Restaurants/Bars in die Tour einbezogen werden. Auch hier kann der Nutzer durch das Erreichen bestimmter Lokalitäten Angebote, Coupons oder seine Belohnung (wie z. B. ein Freigetränk) erhalten.

Auch weitere nützliche Extras können in themenspezifischen Shopping- oder Sightseeing-Touren platziert werden. Shoppen macht bekanntermaßen hungrig. Beispielsweise erhält der Nutzer nach einer gewissen Zeit einen Hinweis zu den aktuellen Mittagstischangeboten direkt auf seinem Smartphone. Doch nicht nur auf Geschäfte und Restaurants kann bei solchen Touren verwiesen werden. Nützliche Hinweise wie z. B. der Weg zum nächsten Bankautomaten, Toiletten, Taxi-Stände u. v. m. sind für den Endkonsumenten eine echte Alltagserleichterung. Nach jeder beendeten Tour gewinnt der Konsument zudem eine „Trophäe“. So lässt sich auf kompetitive Weise ein Community-Charakter erzeugen, bei dem die Nutzer ihre Trophäensammlungen spielerisch vergleichen können.

Egal ob für Shopping, Gastronomie, Sightseeing, Events, Nachtleben oder Wanderungen. appyvenues versteht es themenspezifische Touren gezielt und zur nachhaltigen Umsetzung von digitalen Marktplätzen einzusetzen.

Über appyvenues

Von der Idee bis hin zum ganzheitlichen Marketingkonzept begleitet appyvenues Städte, Tourismus und Einzelhandel bei der digitalen Umsetzung von regionalen Marktplätzen – online und mobil.

Die ortsbezogene Interaktion auf der Fläche (z.B. durch Beacons, NFC-Tags, QR-Codes, etc.) ermöglicht ein sinnvolles Location Based Marketing und schafft damit einen attraktiven Marketingkanal für den Tourismus und den inhabergeführten Einzelhandel. Der direkte Kontakt zu Kunden und Besuchern dient nicht nur der Erschließung neuer Zielgruppen. Auch Kundenbindungsaktionen durch Loyalty-Funktionen, wie z.B. mobile Angebote, mobile Gutscheine und Treuepunkte, können dadurch gewinnbringend vorangetrieben werden. Als cleveres Marketinginstrument mischt appyvenues Inhalte aus Stadt, Tourismus und Einzelhandel, um daraus ein nachhaltiges Marketingkonzept für attraktive Innenstädte zu erarbeiten.

www.appyvenues.de



Abb.: Mit Touren den Erlebnisfaktor von digitalen Marktplätzen steigern

Kontakt

Hannes Becker (Marketingleiter)
1eEurope Deutschland GmbH
Max-Eyth-Str. 38
71088 Holzgerlingen
Telefon: +49 (0)7031 46 17 341
hannes.becker@1eEurope.de