Global Blue optimiert mit SAS seine weltweite Kundenkommunikation

Betreiber des weltweit größten Tax-Free-Shopping-Netzwerks steuert die Customer Journey zentral und durchgängig

Heidelberg, 7. November 2017 - Die Global Blue Service Company nutzt Marketinglösungen von SAS, einem der weltgrößten Softwarehersteller, um ihre Kundenansprache zu optimieren. Mit SAS Marketing Automation und SAS Real-Time Decision Manager hat das marktführende Steuerrückerstattungsunternehmen eine zentrale Marketingplattform aufgebaut, um die globale Kommunikation zu unterstützen. Die Plattform bietet Live-Updates zum Status von Rückzahlungen bei Tax-Free-Shopping. Darüber hinaus liefert sie kontextbezogene Echtzeit-Benachrichtigungen, die Käufer Schritt für Schritt durch den Erstattungsprozess leiten und zu einem erfolgreichen Abschluss führen.

Global Blue hat mit Einzelhändlern rund um den Globus eines der weltweit größten Netzwerke für Tax-Free-Shopping entwickelt. Die internationalen Kunden seiner Partner profitieren beim Einkauf von einem rückwirkenden Preisnachlass, weil sie nach Warenausfuhr die Umsatzsteuer erstattet bekommen. Da Kunden ihre Kontaktdaten beim Tax-Free-Einkauf hinterlassen, ist Global Blue in der Lage, ihnen in Echtzeit Updates zu schicken. Mit SAS ist der Finanzdienstleister dann in der Lage, Reisende und Käufer an jedem Punkt ihrer Customer Journey bedarfsgerecht und in Echtzeit zu kontaktieren, beispielsweise mit aktuellen Informationen, Statusänderungen sowie Zahlungsbenachrichtigungen, -bestätigungen und -erinnerungen.

In der Praxis sieht das so aus: Global Blue setzt die SAS Lösungen ein, um weltweit E-Mails und SMS-Nachrichten zu versenden. Marketingaktivitäten werden sowohl im Batch-Verfahren als auch in Echtzeit umgesetzt.

"Mit SAS haben wir ein wirklich zentrales Marketing implementiert, in dem alle relevanten Informationen zum Kunden kanalübergreifend zusammenlaufen", erklärt Karin Lorenz, VP Traveller Engagement bei Global Blue. "Auf diese Weise schaffen wir gleichzeitig einen Mehrwert für unsere Partner und ein rundum zufriedenstellendes Einkaufserlebnis für unsere Kunden."

"Die unterschiedlichsten Branchen setzen auf SAS, um ihr Marketing zu verbessern", führt Andreas Heiz, Senior Manager Competence Center Customer Intelligence bei SAS DACH, aus. "Finanzdienstleister stehen insofern vor besonderen Herausforderungen, als sie einerseits hohe Sicherheitsstandards haben müssen, andererseits die Kunden sehr anspruchsvoll sind und immer den besten Service erwarten. SAS sorgt dafür, dass Global Blue beiden Seiten gerecht wird.?

circa 2.400 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,2 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 139,7 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an mehr als 83.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild