



App-Feature sorgt für interaktives Einkaufsvergnügen

App-Feature sorgt für interaktives Einkaufsvergnügen
GETTINGS bringt Gamification-Trend in deutsche Geschäfte
"GETTINGS Explore" heißt das neue App-Feature für Smartphones mit dem die GETTINGS GmbH das Einkaufen spannender und unterhaltsamer macht. Mit "GETTINGS Explore" bringt Gettings - eine Tochter der E-Plus Gruppe - Gamification in deutsche Läden. Dieser neue Trend wendet Prinzipien aus der Welt der Spiele auf die Alltagswelt an. Mit verschiedenen Kampagnen will GETTINGS zeigen, welches große Vermarktungspotential in der Verbindung aus einem realen Produkt mit der digitalen Welt mittels Gamification steckt.
10.000 Sofort-Gewinne mit GETTINGS
Den Anfang machte eine Gamification-Aktion, die GETTINGS gemeinsam mit der Johnson Johnson GmbH in allen dm-drogerie markt Filialen in Deutschland startete. Dabei stand eine spielerische Markeninterpretation von bebe Young Care Pflegeprodukten durch das Gamification-Prinzip im Mittelpunkt. Das Prinzip war ganz einfach: Sobald der Kunde den Produkt-Barcode eines bebe Pflegeprodukts über die GETTINGS-App auf dem Smartphone eingescannt hatte, erhielt er nicht nur viele nützliche Informationen zum Produkt, sondern konnte sofort an einem Gewinnspiel teilnehmen. Es erschien ein virtuelles Rubbellos, das der Konsument freirubbeln musste und damit ganz einfach gewinnen konnte. Wer zu den glücklichen Gewinnern zählte, konnte sich sein bebe quickclean Produkt direkt an der Kasse mitnehmen. Deutschlandweit wurden 10.000 Produkte verlost.
Gamification: Der Trend zum interaktiven Einkaufsvergnügen
Gamification, das bei "GETTINGS Explore" neu eingesetzt wird, vereint die Systematik von Bonusstempelkarten, Treueaktionen und Gewinnspielflyer und macht obendrein auch noch richtig Spaß. Dafür sorgen in der Gettings-App, wie der Name Gamification schon vermuten lässt, spielerische Elemente und Aktivierungen durch kleine Gewinnspiele. Gamification setzt auf die Psyche der Konsumenten und geht davon aus, dass diese motivierter sind etwas zu tun, wenn es Spaß macht, kurzweilig ist und sie sich dabei mit anderen messen können. Das Einkaufen wird also zu einer Art realem Computerspiel bei dem man Bonuspunkte sammeln, Highscores erreichen und Gewinne einsammeln kann.
"Super App" begeistert Nutzer
Dass diese neue Art einzukaufen gut ankommt, zeigt die große Beteiligung und Begeisterung für das Gamification-App-Feature "GETTINGS Explore". "Danke für ein Gewinnspiel bei dem man auch wirklich gewinnt", schreibt eine GETTINGS-App-Nutzerin, die die Gewinnspielaktion ausprobiert hat und sofort begeistert war. "Bin gespannt, was noch alles bei Gettings demnächst zu haben ist", meint eine andere Nutzerin und vergibt fünf Sterne für die "super App".
Nach dem Erfolg von "GETTINGS Explore" soll es in Zukunft weitere Features für die Gamification-App geben. GETTINGS-Geschäftsführer Boris Lücke ist sich sicher, dass die Gamification-Aktion mit Johnson Johnson nur der Anfang eines neuen Shopping-Erlebnisses ist: "Unser Ziel ist es, GETTINGS zum wichtigsten Service rund um Shopping und Konsum zu machen. Gemeinsam mit unseren zahlreichen Markenpartnern sorgen wir für ein attraktives Angebot für jedermann."
E-Plus Mobilfunk GmbH Co. KG
E-Plus-Platz
40468 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (211) 448-0
Telefax: +49 (211) 448-2222
Mail: info@eplus.de
URL: <http://www.eplus-unternehmen.de/>

Pressekontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Firmenkontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.