

**PRESSEINFORMATION**

## **Kundenbindungssystem Comarch Loyalty Management bei OMV**

*Dresden, 03.05.2012* – **Nach Einführung des Treueprogramms OMV SMILE & DRIVE Ende 2010 in Tschechien bietet der integrierte, internationale Öl- und Gaskonzern OMV seit Ende 2011 das Treueprogramm auch in der Slowakei an. OMV SMILE & DRIVE basiert auf der Plattform Loyalty Management von Comarch. Die auf Kundenbindung fokussierte CRM-Lösung bietet umfassende Informationen und Funktionen, um das Treueprogramm optimal zu managen.**

Das Treueprogramm an den OMV Tankstellen in Tschechien und der Slowakei richtet sich an Kunden, die neben Kraftstoffen auch sogenannte Convenience Goods (Artikel des alltäglichen Bedarfs) und Dienstleistungen kaufen. Die Plattform **Loyalty Management von Comarch** wurde eingeführt, um diese Kunden mit den passenden Angeboten optimal anzusprechen. Die Plattform bietet unter anderem Anwendungen zum **Kampagnenmanagement** sowie zum **Auswerten von Kundendaten und -verhalten**. Das Unternehmen wird damit in die Lage versetzt, auf die richtigen Informationen zuzugreifen und die Aktivitäten entsprechend zu steuern.

„Wir möchten in einem immer härter werdenden Wettbewerb unsere Bestandskunden halten, deren Markentreue erhöhen sowie neue Kunden gewinnen“, erklärt Oliver Göpfert, Business Program Manager bei OMV für das Loyalty Management. „Mit der **erweiterten Integrationsfähigkeit**, die das Comarch Loyalty Management bietet, können die Anforderungen aus dem Business optimal durch IT unterstützt werden“, ergänzt Ezio Zanelli, OMV Program Manager auf der IT-Seite. Krzysztof Salawa, der das Projekt seitens Comarch leitet, führt aus: „Der Wettbewerb auf dem Kraftstoffmarkt veranlasst immer mehr Unternehmen dazu, ihren Kunden mehr als Kraftstoffe anzubieten – das Mehr an Service macht heute eine gute Tankstelle aus. Informationen über Kunden, ihre Gewohnheiten und Vorlieben sind daher für die Unternehmen von unschätzbarem Wert.“

Diese weitere Implementierung von Comarch Loyalty Management in der Kraftstoffbranche unterstreicht die starke Position von Comarch in diesem Marktsegment. Derzeit sind Comarch-Kundenbindungssysteme unter anderem bei BP in sechs Ländern (Deutschland, Großbritannien, Spanien, Frankreich, Portugal, Polen), bei LOTOS (Polen), Statoil/PremiumClub (Polen) und Okko (Ukraine) im Einsatz. Weltweit betreut Comarch eine Vielzahl von Kundenbindungslösungen in unterschiedlichen Branchen. Mehr als 1,7 Mio. Transaktionen von 70 Millionen Kunden auf drei Kontinenten werden täglich im Comarch Data Center verarbeitet.

*Comarch ist ein weltweit tätiger Anbieter von IT-Lösungen für Geschäftsprozessoptimierung und Kundenbeziehungsmanagement mit Hauptsitz im polnischen Krakau und über 3.500 Mitarbeitern in 19 Ländern. Das Angebotsportfolio umfasst Lösungen für die Branchen Telekommunikation, Banken und Versicherungen, Handel und Dienstleistungen sowie Business-Software für mittelständische Unternehmen (ERP, CRM, BI, EDI, DMS/ECM). IT-Infrastrukturlösungen, Hosting- und Outsourcing-Services ergänzen die Angebotspalette. Als Full Service Provider bietet Comarch darüber hinaus umfassende Dienstleistungen zur Einführung und Integration der Lösungen. Comarch ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit rund 300 Mitarbeitern an 15 Standorten präsent.*

*Weitere Informationen:*

Comarch AG, Chemnitzer Str. 50, 01187 Dresden  
Martina List, Pressereferentin  
Tel.: +49 (89) 1 43 29 1229  
Fax: +49 (89) 1 43 29 1114  
E-Mail: [martina.list@comarch.com](mailto:martina.list@comarch.com)  
[www.comarch.de](http://www.comarch.de)