

6 GUTE GRÜNDE FÜR EINEN DIRECT-TO-CONSUMER ANSATZ

Vom Marktplatz-Ansatz, über Social Selling bis zum eigenen Shop, der direkte Vertrieb birgt ein großes Potential für ALLE Hersteller

VOLLE KONTROLLE ÜBER DAS MARKENERLEBNIS

Im Direktvertrieb kann der Hersteller das Markenerlebnis entlang der gesamten Customer Journey steuern. Im Einzelhandel bestimmt der Händler das Erlebnis. Die Marke kann es nur bis zum Point of Sale beeinflussen.



KUNDEN BESSER KENNEN LERNEN

Der direkte Kontakt zum Kunden über die gesamte Customer Journey erlaubt es mehr Daten und Opt-Ins zu sammeln - von der E-Mail Adresse, über erweiterte Kundendaten bis hin zu Wünschen und Interessen

HÖHERE BINDUNG UND MARKENTREUE

Hersteller können mit innovativen Loyalty-Ansätzen und Treueprogrammen punkten und Konsumenten von treuen Kunden über Fans zu echten Markenbotschaftern aufbauen



INNOVATIVERE ENTWICKLUNG

Das direkte Feedback der Kunden und das Wissen über den Bedarf gibt wertvollen Input für die Produktentwicklung. Der direkte Zugang ermöglicht personalisierte Produkte und Ansprache

HÖHERE UMSÄTZE

Die Conversion kann deutlich verbessert werden über individuelle Incentivierung und durch ein besseres Erlebnis am POS. Der Zwischenhändler fällt weg, Hersteller können direkt zum Einzelhandelspreis verkaufen und so die Marge erhöhen, also den Nettoumsatz steigern.



DER KUNDE WÜNSCHT ES

55%

der Konsumenten würden es vorziehen bei einer Marke direkt zu kaufen anstatt bei einem Mehr-Marken-Händler.¹

Unsere Experten sind ihre Lösungspartner in Sachen D2C - von der Strategie, bis zur Umsetzung

voycer.com/d2c

hello@voycer.com

+49-89-8099078-00