

Internet-Kaufhaus

Das Internet-Kaufhaus Emma geht bei der Kundenwerbung besonders aggressiv vor und ist daher Wettbewerbshütern ein Dorn im Auge. Schnäppchen- und Rabattjäger dagegen fühlen sich bei Emma besonders wohl. Das Motto lautet: Kunden werben Kunden.

Das Sortiment von Emma besteht aus Luxusartikeln aller Art: Ob Delikatessen, edle Spirituosen, Tabakwaren, Parfums, Schmuck, Reizwäsche, Geschenkartikel, Golf und Polo Ausrüstung, Kreuzfahrten in Luxuslinern – was immer betuchte Damen und Herren begehren mögen, bietet Emma in reicher Auswahl an.

Die Einkaufsbedingungen sind angenehm: Der Katalog ist informativ und enthält zu jedem Artikel einen Link auf eine beschreibende WWW-Seite mit Bildern und Detailinformationen des Herstellers. Besonders schätzen Kunden die Möglichkeit, dass auf diese Seiten jede sachlich formulierte Kundenmeinung aufgenommen wird. Auf Wunsch kann man sich per eMail in vereinbarten Mindestabständen zu bestimmten Warengruppen über neu in das Sortiment aufgenommene Artikel informieren lassen. Die Garantie, unbeschädigte Waren (außer Lebensmitteln) innerhalb eines Monats ohne Angabe von Gründen zurückgeben zu können, bedeutet laut Emma "unbeschwertes Einkaufen pur". Wegen der schon erwähnten Werbemodalitäten kommt es bei Emma allerdings zu weniger Retoursendungen als bei anderen Versandhäusern.

Wie lauten diese Modalitäten? Ein Emma Kunde A, der einen neuen Emma Kunden B wirbt, erhält von allen Umsätzen, die B jemals tätigt, 5% auf sein eigenes Rabattkonto gutgeschrieben – natürlich abzüglich der Retouren und der dadurch verursachten Bearbeitungsgebühren. Eine Gutschrift für einen Einkauf von B taucht daher erst einen Monat später auf dem Rabattkonto von A auf. Bei eigenen Einkäufen werden A solange 20% Rabatt gewährt, bis sein Rabattkonto verbraucht ist. Vorgriffe auf einlaufende Rabatte sind nicht möglich.

Eine besondere Attraktion ist die jährliche Verlosung der beliebten Kreuzreisen Mit Emma in 80 Tagen um die Welt, an der die 10% erfolgreichsten Werber (über deren Rabattkonto die höchsten Summen geflossen sind) teilnehmen. Die Anzahl der verlosteten Reisen hängt dem Vernehmen nach von dem von Emma erzielten Jahresgewinn ab.

Um seinen anspruchsvollen Kunden gerecht zu werden, ist Emma stets auf der Suche nach neuen, interessanten Artikeln. Artikel, die sich nicht gut verkaufen und/oder von Kunden mehrfach schlecht beurteilt werden, fliegen aus dem Sortiment.

Emma ist unzufrieden mit seiner bisherigen Softwareunterstützung und erwartet von Ihnen einen aussagefähigen Prototypen einer neuen Lösung. Der Prototyp soll in der beschriebenen Weise die Sortimentspflege, den Katalog einschließlich Kundenmeinungen, die Abwicklung von Einkäufen (mit Rabattbehandlung und Retouren) und die Ermittlung des Geschäftsergebnisses sowie der erfolgreichsten Werber unterstützen. Weiteren Anregungen steht Emma aufgeschlossen gegenüber.