

Deutsche Bahn nastavuje budoucí směr věrnostního programu BahnBonus s technologickým partnerem Comarch

29.7.2025 - Komerční sdělení | ČTK

Zahájení projektu v roce 2025

Společný implementační projekt bude zahájen v průběhu roku 2025 s cílem plně přesunout stávající věrnostní program BahnBonus na modulární platformu řízení zákaznické loajality Comarchu (CLM) v rámci modernizace celkové architektury řízení vztahů se zákazníky společnosti DB Fernverkehr AG.

Zaměření na zákazníka - rychlejší implementace vylepšení

Přechodem na infrastrukturu společnosti Comarch si DB Fernverkehr AG klade za cíl vytvořit modulární, vůči budoucnosti odolné a flexibilní IT prostředí pro svůj věrnostní program ve spojení s dalšími oblastmi, zejména pro přímý marketing a zákaznický servis. Cílem je vytvořit nabídky pro zákazníky s rychlým uvedením na trh pomocí nejmodernějších IT řešení.

„IT řešení pro řízení zákaznické věrnosti od společnosti Comarch nás během celoevropského výběrového řízení přesvědčilo svým velmi vysokým výkonem a atraktivní nabídkou. Těšíme se na spolupráci se společností Comarch na svém věrnostním programu a na související příležitosti k dynamičtějšímu rozvoji BahnBonus v budoucnosti,“ vysvětluje Katharina Jendritzky, hlavní projektová manažerka projektu implementace řízení vztahů se zákazníky ve společnosti DB Fernverkehr AG.

Dlouhodobé partnerství

Smluvním základem spolupráce je dlouhodobá rámcová dohoda. Oba partneři tak sázejí na udržitelné partnerství založené na důvěře a vytvářejí podmínky pro neustálé inovace v oblasti řízení věrnosti.

Systém řízení zákaznické věrnosti od Comarchu bude využíván se všemi možnostmi přizpůsobení. Modulární architektura systému umožňuje přizpůsobení na míru potřebám společnosti DB Fernverkehr AG a zároveň zajišťuje škálovatelnost a technologickou budoucnost.

„Jsem velmi potěšen důvěrou, kterou v nás vložila společnost DB Fernverkehr AG – toto ocenění je pro nás nejen milníkem, ale také silným signálem společné inovační síly. Přeprogramování zákaznické věrnosti znamená inteligentní kombinaci digitální excelence a zaměření na uživatele. Dnes musí ti, kdo chtějí věrné zákazníky, nabídnout více než jen body: relevanci, přístup a skutečnou přidanou hodnotu. Přesně na tom nyní pracujeme společně s DB – s nadšením, zkušenostmi a jasnou ambicí vytvořit něco udržitelného. Na všech úrovních. Nyní to vše uvádíme do pohybu – na základě dat, udržitelně a s velkým nasazením,“ vysvětluje Mariusz Kolasa, ředitel Loyalty Consulting DACH ve společnosti Comarch.

Kontakt: Michał Ostasz, michal.ostasz@comarch.com

Logo – https://mma.prnewswire.com/media/1120901/COMARCH_Logo.jpg

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/deutsche-bahn-nastavuje-budouci-smer-vernostniho-progr>

amu-bahnbonus-s-technologickym-partnerem-comarch/2703337