

Revolution bei Jö: Die neue App für Millionen von Treuepunkten!

Der Jö Bonus Club modernisiert ab 2. Juni 2023 sein Treueprogramm: Digitale App, mehr Datenschutz und individuelle Angebote für 4,5 Millionen Mitglieder.



Österreich - Am 2. Juni 2023 beginnt eine umfassende Modernisierung des Jö Bonus Clubs, Österreichs größtem Kundenbindungsprogramm. Der Club, der seit seiner Gründung im Mai 2019 über 4 Millionen Mitglieder gewonnen hat, beabsichtigt einen Umstieg von der traditionellen Plastikkarte auf die Jö-App. Diese neue digitale Lösung wird das Punktesammeln sowie das Einlösen von Vorteilen erheblich vereinfachen. **oe24 berichtet, dass** die App mit einem verbesserten Design und intuitiven Funktionen aufwartet. Datenschutz ist ein zentraler Punkt der Überarbeitung, da die Kunden nun mehr Kontrolle über ihre persönlichen Daten haben.

Der Jö Bonus Club hatte ursprünglich die Idee, ein

vereinheitlichtes Kundenbindungsprogramm zu bieten. Der Erfolg stellte sich schnell ein: Nach nur drei Monaten betrug die Mitgliederzahl bereits 3 Millionen, und heute sind es über 4,5 Millionen. **Retail Report berichtet, dass** das Programm ein breites Partnernetzwerk umfasst, das Lebensmittelhändler und weitere Branchen integriert. Wichtig ist, dass das bestehende Punktesystem mit „Ös“ erhalten bleibt und Mitglieder die Freiheit haben, zwischen einer analogen oder digitalen Nutzung zu wählen.

Personalisierung und individuelle Angebote

Die Jö-App wird die Analyse der Vorlieben der Nutzer ermöglichen und gezielte Angebote aufzeigen, was zur individuellen Anpassung von Aktionen führt. Dies steht im Einklang mit den allgemeinen Trends im Einzelhandel, wo die Bedeutung von loyalitätsfördernden Programmen ständig steigt. Laut **KPMG** sind solche Programme entscheidend für die Förderung der Kundenbindung und Umsatzsteigerung, da sie den Nutzern Mehrwerte wie Treuepunkte, Rabatte und exklusive Vorteile bieten.

Ein besonders relevantes Thema sind die Senioren unter den Mitgliedern. Trotz einer steigenden Nutzung digitaler Angebote sind viele ältere Menschen weiterhin auf die klassischen Plastikkarten angewiesen. Es wurden bereits Ausnahmeregelungen erarbeitet, um sicherzustellen, dass auch diese Kundengruppe von Rabatten profitieren kann. Aktuelle Zahlen belegen, dass 761.400 Personen über 65 in den letzten 12 Monaten bei Partnerunternehmen eingekauft haben, wobei der Großteil noch die haptische Karte benutzt.

Wirtschaftlicher Erfolg und Zukunftsperspektiven

Seit der Einführung des Programms haben Mitglieder insgesamt 870 Millionen Euro gespart, allein 120 Millionen Euro in diesem

Jahr. Dies zeigt den klaren Wert für die Konsumenten, die von den Vorteilen des Jö Bonus Clubs profitieren können. **Retail Report fügt hinzu**, dass die Jö-App auch die Möglichkeit bietet, mit „j&GO!“ zu bezahlen, was seit 2021 in Zusammenarbeit mit Bluecode möglich ist.

Die Zukunft des Jö Bonus Clubs sieht vielversprechend aus, da neue Kooperations- und Angebotsmöglichkeiten angestrebt werden. Der Fokus liegt weiterhin auf der Nutzung von Kundendaten und KI-gestützten Analysen, um den Mitgliedern maßgeschneiderte Angebote zu präsentieren und die Bedürfnisse der Kunden zu verstehen. Damit wird der Club nicht nur die Kundenbindung intensivieren, sondern auch seine Marktposition weiter festigen.

Details	
Ort	Österreich
Quellen	• www.oe24.at • retailreport.at • kpmg.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at