



Berlin, den 01.04.2016

Neue Website www.call-a-pizza.de jetzt noch nutzerfreundlicher

Ab dem 06. April 2016 liefert die neue Website zahlreiche zusätzliche Features für eine bessere Kommunikation zwischen Besteller und Call a Pizza-Store, einen überzeugenderen Markenauftritt und wertvolle Hintergrundinformationen für die Home Delivery-Kunden sowie die Marketing-Spezialisten des Franchise-Unternehmens.

Die Erwartungen und Wünsche an eine Website verändern sich so schnell wie bei keinem anderen modernen Kommunikationsinstrument. Das wissen die Macher der bundesweit aktiven Franchisekette *Call a Pizza*. Nach umfangreicher Recherche und zahlreichen Gesprächen mit den Kunden des Pizzabestelldienstes steht nun eine neue Website zur Verfügung, die die Führungsposition des 1985 gegründeten Systemgastronomen weiter unterstreicht.

Einzigartige Besteller-Funktion

Die innovative Website zeichnet sich durch ihre Balance zwischen dem nutzerfreundlichen Bestellsystem und dem Markenauftritt aus. So wurde beispielsweise modernes Design mit hoher Usability verbunden. Neben vielen weiteren Funktionen können die Kunden nun über ihr eigenes Benutzerkonto alte Bestellungen einsehen und gegebenenfalls wiederholen, Cross Selling-Aktionen nutzen und Hintergrundinformationen zu den *Call a Pizza*-Produkten sowie zur Unternehmenshistorie und -philosophie erhalten. Darüber hinaus ist kurzfristig ein eigenes Bonusprogramm geplant, bei der jede getätigte Bestellung mit einem Mehrwert honoriert wird.

Mehr Möglichkeiten für den Franchise-Nehmer

Die neue Website bildet auch die Grundlage für innovative Kundendialoge über alle Kanäle hinweg. So haben die Franchisenehmer unter anderem erstmalig die Möglichkeit, individuelle Rabatte und Stellenangebote einzustellen, ihre Kunden über Lieferzeiten zu informieren und Bewertungen der Besteller zu erhalten. Diese gehen direkt an den Franchisenehmer, um ein eventuell aufgetretenes Problem umgehend zu klären oder Kundenanfragen zu beantworten. Damit schafft *Call a Pizza* die Voraussetzungen für eine bessere Kommunikation mit dem Endverbraucher. Das und die wesentlich größere

Transparenz stärken das Vertrauen und die Markenbindung, denn davon ist Unternehmensgründer Thomas Wilde fest überzeugt.

Mit der verbesserten Website haben die Partner nun auch ein weiteres Steuerungstool an der Hand, um neue Strategien für höhere Responsequoten zu planen. Außerdem können sie durch integrierte Statistikinstrumente den Erfolg einer einzelnen Marketing-Aktion besser nachverfolgen.

Geschaffen von Online Pizza-Delivery-Spezialisten

Für die Entwicklung und Umsetzung der aktuellen Website konnte *Call a Pizza* die Agentur *Ottomatik* aus Braunschweig gewinnen. Sie ist mit ehemaligen Mitarbeitern des Kernteams besetzt, die für den Internetauftritt von *pizza.de* verantwortlich waren. Die dort gesammelten Erfahrungswerte kommen nun dem Berliner Unternehmen, den Franchise-Partnern und den *Call a Pizza*-Kunden zu Gute.

Das Franchise-Unternehmen *Call a Pizza*

Call a Pizza zählt hierzulande zu den Marktführern der Pizza Bringdienste. Das inhabergeführte Franchise-Unternehmen mit bundesweit 102 über die ganze Nation verteilten Standorten, erwirtschaftete bei einem kontinuierlichen, gesunden Wachstum 2015 einen Nettoumsatz von 51,3 Millionen Euro. Der Unternehmenssitz und die Franchisezentrale befinden sich in Berlin. Geschäftsführer ist Thomas Wilde.

Weitere Informationen unter www.call-a-pizza.de/presse

E-Mail: presse@call-a-pizza.de

Telefon: 030 - 34540700

Text vom 03.04.2016

Veröffentlichung ab 06.04.2016 erlaubt

Zeichenanzahl inkl. Leerzeichen: 3.372

Wir freuen uns über ein Belegexemplar:

Call a Pizza Franchise GmbH

Thomas Wilde

Heerstraße 14

14052 Berlin