

CM.com wird Namenssponsor des niederländischen Circuit Zandvoort und nimmt die digitale Transformation in Angriff

Der offizielle Name der Rennstrecke wird

CM.com Circuit Zandvoort

CM.com engagiert sich als Namenssponsor des Circuit Zandvoort. Diese rein niederländische Partnerschaft ist das Ergebnis einer erfolgreichen Zusammenarbeit, die mit dem Heineken-Dutch-Grand Prix in der Formel 1 begonnen hatte. Beide Partner teilen eine gemeinsame Vision über die Zukunft von Sport- und Freizeitveranstaltungen, in der die Innovation einen höheren Stellenwert denn je hat. Die Tools von CM.com bieten allen Dauerkarteneinhabern des Circuit Zandvoort ein noch besseres Erlebnis und dienen gleichzeitig dazu, den Veranstaltungsbesucher vor, während und nach der Veranstaltung so gut wie möglich zu führen. Die Tools von CM.com gewähren auch einen besseren Schutz gegen verschiedene Sicherheitsrisiken.

Digitale Transformation

Nach der erfolgreichen Implementierung der CM.com-Tools in die konkrete Praxis des Ticketverkaufs für den Formel 1 Heineken Dutch Grand Prix auf dem Circuit Zandvoort treiben CM.com und Circuit Zandvoort gemeinsam mit Conversational Commerce die Umstellung der Rennstrecke auf die Digitaltechnologie nun weiter voran. Die intelligenten mobilen Kommunikations- und Zahlungslösungen von CM.com bieten den Besuchern des Circuit Zandvoort auf der gesamten *Customer Journey* ein optimales Fan-Erlebnis.

CM.com verfügt über Lösungen, die die Besucher des Circuit Zandvoort proaktiv mit relevanten, personalisierten Informationen über den Besuch einer Veranstaltung versorgen können, sobald sie das digitale Ticket erhalten haben. Von der Vor- und Vor-Ort-Registrierung über verschiedene Erinnerungen bis hin zur Nachbetreuung über eine Vielzahl von Kanälen wie Whatsapp, Facebook Messenger und Apple Business Chat.

Die Nachfrage nach intelligenten digitalen Lösungen in der Veranstaltungsbranche hat durch COVID-19 zugenommen. Fragen der Sicherheit und Gesundheit sind heute für Veranstaltungsorte wie der Circuit Zandvoort relevanter denn je. Die Tools von CM.com können die Rennstrecke in die Lage versetzen, einen personalisierten Service auf der Grundlage von Informationen über die Veranstaltungsbesucher anzubieten und während der gesamten *Customer Journey* relevante Informationen mit ihnen zu teilen. Dadurch kann das Kundenerlebnis in Zukunft auf ein noch höheres Niveau gehoben werden.

Conversational Commerce

Neben dem intelligenten Registrierungsprozess und dem personalisierten Erlebnis des Ticketverkaufs für Veranstaltungen am Circuit Zandvoort bietet CM.com eine ganze Palette von Lösungen an, um den

Veranstaltungsbesuch zu einem einzigartigen Kundenerlebnis zu machen. So können die Besucher beispielsweise über die CM.com-Anwendung etwas zu essen und zu trinken bestellen. Sie bezahlen gleich und holen die Bestellung später mit einem QR-Code ab. Auf diese Art und Weise braucht man sich nicht nach Speisen und Getränken anzustellen oder Wertmarken zu kaufen. Dies gewährleistet nicht nur einen reibungslosen Ablauf, sondern verringert auch die Gesundheitsrisiken, indem Warteschlangen verhindert und Kontaktmomente begrenzt werden.

Überfüllung vermeiden

Wenn Informationen darüber vorliegen, wann und wie ein Besucher zu einer Veranstaltung kommen möchte, kann der Zustrom von Besuchern kontrolliert und zeitlich gestaffelt werden. Mit den Tools von CM.com kann der Circuit Zandvoort seine Besucher beispielsweise über die optimalen Abfahrtszeiten informieren und ihnen mitteilen, wo es gerade voll ist und wo nicht. Autofahrer erhalten Routenbeschreibungen, Fahrzeiten und Informationen über Parkplätze. Besucher, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, erhalten persönliche Reisehinweise. All das, um die Besucher optimal zu bedienen und ihnen einen unvergesslichen Tag zu bereiten. Darüber hinaus trägt CM.com auch dazu bei, große Menschenansammlungen bei Events zu vermeiden, sodass kein Gesundheitsrisiko entsteht.

"Die digitale Innovation in der Veranstaltungsbranche hat sich seit dem Ausbruch von COVID-19 beschleunigt. Unsere Mission ist es, das Leben der Menschen durch Technologie einfacher, sicherer und schöner zu machen. Nach einer Serie von F1-Rennen ohne Publikum wollen die Formel-1-Fans ihre Idole wieder im wirklichen Leben bewundern. Es wird noch darüber spekuliert, wie genau dies im nächsten Jahr aussehen wird, aber wir werden die Fans auch in der veränderten Situation so gut wie möglich bedienen, damit sie den Sport so genießen können, wie sie es von CM.com Circuit Zandvoort gewohnt sind.

Die Zusammenarbeit reicht über einen neuen Namen für die Rennstrecke hinaus. Wir werden all unsere Instrumente einsetzen, um dem Veranstaltungsbesucher ein VIP-Erlebnis zu bieten. Neben dem hohen Bekanntheitsgrad bei einigen Zielgruppen verbindet der Circuit Zandvoort mit seiner Vielfalt an (sportlichen) Aktivitäten und seinem internationalen Charakter die Menschen durch Sport und Emotionen, was voll und ganz im Einklang mit unseren Ambitionen steht. Das macht Circuit Zandvoort zu einem ebenbürtigen Partner, mit dem man zusammenarbeiten kann", sagt Jeroen van Glabbeek, CEO von CM.com.

Robert van Overdijk, CEO Circuit Zandvoort: "Der Circuit Zandvoort ist offiziell für die Formel 1 bereit. Wir haben kürzlich die Lizenz der Klasse 1 erhalten. Nach der physischen Transformation mit angepassten Einrichtungen und Infrastrukturen machen wir mit unserem Partner CM.com auch eine digitale Metamorphose durch. Abgesehen von unserer Übereinstimmung in technischer Hinsicht stellten wir schnell fest, dass unsere beiden Organisationen eine gemeinsame Vision und einen gemeinsamen Ehrgeiz haben; wir sind beide leidenschaftlich daran interessiert, neue Möglichkeiten des kundenorientierten Denkens zu erschließen.

Wir haben mit CM.com, das über langjährige Erfahrungen im Bereich der Mobilfunktechnologie und des Zahlungsverkehrs verfügt, einen zuverlässigen Partner gefunden, den wir nun voller Stolz auch zum Namen unseres Circuits hinzufügen. Jedes Mal, wenn wir Kontakt mit unseren Kunden haben, wollen wir deren Wünsche und Erwartungen unbedingt erfüllen. Mit dem Wissen und den Tools von CM.com können wir die Erwartungen unserer Besucher noch übertreffen."

Über CM.com

CM.com (AMS: CMCOM) ist ein weltweit führender Anbieter von Cloud-Software für den Conversational Commerce, der es Unternehmen ermöglicht, ihren Kunden ein hervorragendes Kundenerlebnis zu bieten. Unsere Kommunikations- und Zahlungsplattform versetzt Marketing, Vertrieb und Kundendienst in die Lage, die Interaktion mit dem Kunden über mehrere mobile Kanäle zu automatisieren und dabei mithilfe bequemer Zahlungserlebnisse den Umsatz zu steigern, Kunden zu gewinnen und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Über den niederländischen Grand Prix

Die Organisation des Formel 1 Heineken Dutch Grand Prix liegt in den Händen der Dutch Grand Prix (DGP). Die DGP ist ein Unternehmen, an dem SportVibes, TIG Sports und Circuit Zandvoort zu gleichen Teilen beteiligt sind. Als DGP-Berater fungiert Sporting Director Jan Lammers, ein bekannter ehemaliger Rennfahrer.

Die DGP möchte den Fans in den Niederlanden ein unvergleichliches Erlebnis bieten. Der F1 Heineken Dutch Grand Prix wird in einem festlichen Rahmen organisiert, mit Aktivitäten für die ganze Familie. Mit der Veranstaltung will DGP der Welt zeigen, wofür die Niederlande stehen, wenn es um das ultimative Kundenerlebnis, Innovation, Unternehmertum und orangefarbene Erfahrung geht.

Die DGP hat eine Vereinbarung mit der Formel 1 (FOM) für drei Jahre getroffen und wurde unter anderem dank der Unterstützung bekannter niederländischer Unternehmen wie Pon, VolkerWessels, Jumbo, CM.com, Talpa Network und Heineken gegründet.

Über CM.com Circuit Zandvoort

Der zwischen dem Nordseestrand und den Dünen gelegene CM.com Circuit Zandvoort hat eine reiche Vergangenheit im Rennsport vorzuweisen. Auf der Rennstrecke, die 1948 eröffnet wurde und auf der der Grand Prix 1952 zum ersten Mal ausgetragen wurde, spürt man noch immer den Zauber der damaligen Zeit. Das ganze Jahr über werden hier verschiedene Veranstaltungen und Rennen organisiert, deren Höhepunkt die Wiederkehr des Großen Preises der Niederlande im Jahr 2021 ist. Auf dem Programm stehen auch andere Sportveranstaltungen wie Radrennen, Lauf- und Inline-Skating-Wettbewerbe.

Darüber hinaus eignet sich das Gelände der Rennstrecke perfekt als einzigartiger und multifunktionaler Ort für Firmenveranstaltungen. Die flexible Nutzung von Innen- und Außenräumen ermöglicht es, Veranstaltungen jeden Formats zu organisieren.