



Das neue Visa-Logo!

lichter und einfacher

2014 präsentiert sich die Marke Visa in Europa mit einem neuen Erscheinungsbild. Die optische Neuausrichtung hat Visa Europe für einen frischen und modernen Markenauftritt entschieden, einen hohen Wiedererkennungswert erstellt und Mitgliedern mehr kreativen Gestaltungsspielraum einräumt, so dass Unternehmen.

Das neue Visa Logo präsentiert sich in einem intensiven Blautönen mit Farbverlauf. Weitere Kernelemente der neuen Visa Markenidentität sind „Streamer“ – blaue und orangefarbene Streifen – die an die historischen Wurzeln des Visa Logos,

in seiner flaggenähnlichen Darstellung, erinnern. Mit der Neuausrichtung in Europa will Visa Europe eine stärkere optische Annäherung an die globale Marke Visa, die von Visa Inc. verantwortet wird, erreichen. Ziel ist es, die Wiedererkennung der Marke Visa für Karteninhaber und Händler auf der ganzen Welt sicherzustellen.

Im Zuge der Neugestaltung wurde auch das V PAY Design einer Überarbeitung unterzogen. Mit dem neuen Design wird die visuelle Wahrnehmung des Produkts gestärkt und – durch die Abstimmung bestimmter Visa und V PAY Markenelemente – eine konsistente Markenidentität sichergestellt.

Bei dem neuen V PAY Design entfällt, ebenso wie bei Visa, das orangefarbene Flügel-element im Buchstaben „V“.

Erste Visa Karten mit neuem Logo sind seit Ende 2014 im Umlauf. Händler (stationärer Handel und eCommerce), die neu eine Visa-Kreditkartenakzeptanz abgeschlossen haben, müssen die überarbeiteten Akzeptanzlogos seit 1. Januar verwenden. Das gilt auch für bestehende E-Commerce-Händler mit Visa-Akzeptanz. Für bestehende Händler im stationären Handel besteht derzeit keine zeitliche Anforderung zum Austausch der Logos.

www.visa.de

Individuell und schnell verfügbar

Connox – Online-Versand für Wohndesign

Weltweit kaufen über 200.000 design-orientierte und qualitätsbewusste Menschen im Connox Wohndesign Shop ein. Verschiedene Designstile und Epochen, Produkte mit einem hohen Maß an Funktionalität und Qualität, renommierte Herstellerunternehmen, Auszeichnungen, Designpreise und Qualitätssiegel – damit überzeugt der Möbelanbieter seine Kunden. Die Auswahl der mehr als 11.000 Produkte mit ausführlichen Produkt- und Hintergrundinformationen und der ausgezeichnete Kundenservice prägen das Erfolgskonzept.

connox
WOHNDESIGN VERSAND

Thilo Haas, Geschäftsführer der Connox GmbH, erklärte der P.O.S.-Redaktion, warum „Wohnen und Einrichten“ online funktioniert.

Was ist ihr Erfolgsrezept, Herr Haas?

Wir nehmen die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden sehr ernst. Ausgiebige Informationen, eine hohe Transparenz und überdurchschnittlicher Kundenservice sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren im Online-handel. Gerade im hochpreisigen Segment und ohne die Möglichkeit, Produkte genauer unter die Lupe zu nehmen, sind ausführliche Produktbeschreibungen erforderlich. Alle Informationen zu Preisen, Versand und Lieferung, Datenschutz und Sicherheit sowie Zahlungs- und Retourenmöglichkeiten halten wir so transparent wie möglich. Online können unsere Kunden ihre Bestellung unkompliziert nachverfolgen. Dieser Service hat besonders in der Möbelbranche einen hohen Wert: Die Lieferung von Möbeln kann unter Umständen einige Wochen in Anspruch nehmen. Glücklicherweise kommt das bei uns nicht so oft vor, denn mehr als die Hälfte unserer Waren stehen im Lager zum sofortigen Versand bereit.

Qualitätsmöbel und Designobjekte befinden sich meist im hochpreisigen Segment. Wirkt sich das auf die Zahlungsweise Ihrer Kunden aus?

Ja. Viele Kunden zahlen per Vorkasse – bei einem durchschnittlichen Warenwert von mehr als 100 Euro lohnt es sich, Skonto abzuziehen. Eine weitere beliebte Zahlart ist die Rechnung. Für den hohen Preis verlangen die Kunden von uns ein wenig Vertrauen. Der Anteil der Kreditkartenzahlungen liegt bei etwa 15 Prozent. Generell wird eine große Bandbreite an Zahlungsmöglichkeiten gefordert.

Die Kreditkartenakzeptanz muss in diesem Zahlungsportfolio dabei sein?

Auf jeden Fall, das ist ganz wichtig für unsere internationale Kundschaft. Die Kreditkarte ermöglicht den bargeldlosen Zahlungsverkehr unkompliziert über die Grenzen hinaus. Die meisten ausländischen Kunden bestellen aus Österreich, der Schweiz und den skandinavischen Ländern. Aber auch Menschen aus den USA, Australien und Latein-Amerika bestellen bei Connox.

Connox greift auf eigene IT-Lösungen zurück. Was macht die EC Suite für Onlinehändler so attraktiv?

Ihre hohe Flexibilität. Wir können auf zahlreiche Funktionen für Warenwirtschaft, Marketing und Suchmaschinenoptimierung zurückgreifen. Der Zahlungsprozess lässt sich problemlos integrieren. Außerdem hält die Lösung umfassende visuelle Möglichkeiten im Frontend des Shops bereit.

Geben Sie uns zum Abschluss noch ein paar Tipps? Was ist 2015 Trend?

Trend ist, was gefällt und die Individualität unterstreicht. Beispielsweise humorvolle und spielerische Collagen sowie ein spontaner und unorthodoxer Stilmix. Bei den Materialien ist Luxus angesagt, mit eleganten Oberflächen

und dem Hang zum Glamour. Gefragt sind auch traditionelle und natürliche Materialien, Formen und Herstellungsverfahren. Im Sommer dürfen Produkte gern klar, hell und schlicht sein – mit einer gewissen Leichtigkeit. Bei den Farben dominiert Blau.

Was waren 2014 die Verkaufsschlager?

Oft verkauft haben wir im vergangenen Jahr Designklassiker wie die Eames Stühle von Vitra, Wohnaccessoires von Hay und die Fatboy Edison The Petit.

www.connox.de



Dipl. Oec. Kristian Lenz, Dipl. Red. Thilo Haas