



## Schauen Sie Ihren Kunden in die **Karten!**

Sehr geehrter Kunde

### Haben Sie sich schon folgende Fragen gestellt?

- Welche Maßnahmen setze ich ein, um die Kundenbindung zu intensivieren?
- Wie gestalte ich den Dialog mit meinen Kunden?
- Und wo stehe ich mit diesen Massnahmen im Wettbewerb?

### Kundenkarten als Teil des CRM

Beziehungsmarketing hat sich in vielen Unternehmen als Bestandteil der strategischen Ausrichtung etabliert. Dabei stehen der Aufbau und die Pflege langfristiger Kundenbeziehungen im Vordergrund des Interesses.

Es gibt dafür einen einfachen wirtschaftlichen Grund: Die Kosten für die Betreuung eines bestehenden Kunden sind wesentlich niedriger als die Kosten, die bei der Gewinnung eines neuen Kunden entstehen.

### Ihr Nutzen mit der Integration von beOneSPORT®

- Integrierte Kundendatenverwaltung
- Transaktionsdatenverwaltung bis auf Einzelartikelebene pro Kunde
- Standardauswertungen für Serienbriefe
- Automatische Kundenerkennung an der Kasse
- Individuelle Auswertungen betreffend
  - Einzelne Kunden und deren History
  - Auswertungen über Kundensegmente
  - Auswertungen über Produktgruppen



## Unser Angebot für Sie:

b1 consulting ag liefert Ihnen fixfertige Karten zu sofortigem Gebrauch. Folgende Möglichkeiten stehen Ihnen zur Verfügung:

- Druck: Ein- oder beidseitig, Monochrom, Vollfarbe oder gemischt
- Kartenfarbe: Weiss, Silber, Gold, usw...
- Personalisierungsgrad: Unpersonalisiert (fortlaufende Nummerierung)  
Personalisiert (Kundenname, Adresse, Kundennummer, usw...)
- Design: Nach Ihren Angaben
- Menge: ab 200 Karten pro Auftrag

### Interessiert?

Zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren. Wir beraten Sie gerne über die Möglichkeiten, wie Sie mit beOneSPORT® gezielte Marketingmassnahmen durchführen können.

## Einige Erfolgstitps mit dem Einsatz von Kundenkarten

### Newsletter

Versenden Sie in regelmäßigen Abständen Info-Schreiben oder kleine Angebots-Newsletter an Ihre Kundenkarten-Inhaber. Durch bestimmte Aktionen wie „Exklusiv für unsere Kundenkarten-Inhaber: Sommerkleidung jetzt mit doppelter Punktzahl!“. Dadurch können Sie Ihre Lagerbestände schon vor dem Schlussverkauf reduzieren und müssen die Ware nicht so drastisch reduzieren, wie in Vor-Schlussverkauf-Zeiten normalerweise üblich. Zudem fühlen sich Ihre Stammkunden besonders gut behandelt was sich wiederum positiv auf die Kundenbindung und den Umsatz auswirkt.

### Sonderveranstaltungen

Laden Sie Ihre Kundenkarten-Inhaber zu Sonderveranstaltungen ein. Das kann zum Beispiel die Vorstellung der kommenden Kollektion schon vor dem offiziellen Verkaufsstart sein oder was auch immer Ihnen zu Ihrem Sortiment einfällt. Entscheidend ist, dass sich die Kundenkarten-Inhaber zum einen in Ihr Geschäft bewegen und zum anderen als Mitglieder einer besonderen Gruppe empfinden. Ihr Vorteil: Umsatz und höhere Kundenbindung.

### Zugaben

Stellen Sie eine kleine Zugabe (Socken zum Paar Schuhe, Krawatte zum Anzug) exklusiv für Kundenkarten-Inhaber aus. Der Vorteil für Sie: Kunden kommen erst einmal gar nicht auf die Idee zu feilschen und haben das Gefühl, besondere Kunden zu sein. Das bindet.

### Service-Leistungen

Nutzen Sie die Macht der Verpackung. Bündeln Sie bereits bestehende Serviceleistungen zu einem „Paket“ und kommunizieren es zusammen mit der Kundenkarte. Dadurch erhält die Kundenkarte einen zusätzlichen Mehrwert und wird noch attraktiver.

Für Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihr b1c Team

