

Die Kundenkarte im Autohaus:

Fünf Marken. Eine Karte.



„Design, sportliche Eleganz und Moderne, das verbindet unsere Marken“, erklärt Michael Scholz, Gründer und Inhaber des Autohauses Scholz, das mit vier Filialen im Osten Dresdens vertreten ist. „Unser Anspruch besteht darin, dies kombiniert mit gutem Service zu übermitteln. Ein bisschen preußische Tugend kommt dann mit der Bonuskarte dazu.“

Je oller, je doller

Gerade im Service für ältere Fahrzeuge ist der Wettbewerb am größten. Deshalb gibt es für den Kunden mehr Anreize, je älter der Wagen ist: Fahrzeugalter ...

- unter 3 Jahre → 1-fache Punktzahl
- 3 – 7 Jahre → 2-fache Punktzahl
- ab 8 Jahre → 3-fache Punktzahl

Gute Argumente in einem hart umkämpften Markt

„Wir konzentrieren die attraktivsten Prämien auf die Umsatzsegmente, die dem größten Marktdruck ausgesetzt sind. Und wenn ein Kunde allein für die Werbung eines Neukunden mit 2.500 Punkte z. B. eine komplette Fahrzeugaufbereitung vom Profi erhält, dann ist das doch schon was“, erklärt Scholz. „...und diesen Kunden bringe ich den Espresso dann auch schon mal persönlich“, so der sympathische Kaufmann.

SmartLoyalty AG



Und das sind die Prämien:

250	• Räderwäsche
500	• Saison-Check
750	• 1 Jahr kostenloser Mobilitätsschutz
1000	• Werkstattdienstwagen für einen Tag
	• Rädereinlagerung für



Ihre Treue wird belohnt!
Mit der Autohaus Scholz-Bonuskarte sammeln Sie mit jedem Euro.



- Dantestraße 4-6
D-65189 Wiesbaden
- Tel.: +49(611) 900 96 - 0
Fax +49(611) 900 96 - 29
- info@smartloyalty.de
www.smartloyalty.de