

Die Kundenkarte im Autohandel:

Mercedes Schade und Sohn in Eisenach



Kundenbindung zum Autohaus und im Autohaus

„Wir machen keine kurzfristigen Sachen“, so Holger Schade, Chef eines traditionsreichen Unternehmens: „In unserer 110-jährigen Geschichte sehen wir die Karte als modernes Versprechen für gute Qualität und Service.“

„Mit sechs Standorten, an denen wir sowohl PKW als auch Nutzfahrzeuge vertreiben, dafür brauchen wir ein Instrument, das sowohl flexibel als auch zentral steuerbar ist“, so der studierte Ingenieur, der in seiner Nutzfahrzeug-Sparte auch die Marken VW, Skoda und Mitsubishi anbietet.

Kombinierte Kundenbindung – Bonussystem in den Häusern

„Ähnlich wie bei den Kollegen schaffen wir für unsere Kunden Kaufanreize. Mit einem ausgefeilten Punktesystem bedanken wir uns bei jedem Kauf bei unseren Kunden. Bei uns wird gepunktet für Kauf, für Service und für Weiterempfehlung“.

SmartLoyalty AG



Punkte für Umsatz:

100 Punkte entsprechen 1 Euro, das ist leicht zu merken. Die Staffel beginnt dann bei 15 Punkten für 20 Euro und steigert sich bis auf 5.200 Punkte für 4.000 Euro Umsatz.



Gutscheinsystem zu den Häusern

„Wir holen den Kunden mit abgestimmten Gutschein-Kampagnen ab. Die Zeiten sind nicht ganz einfach – was wir nicht wollen, ist es, uns an Rabattschlachten zu beteiligen. Aus diesem Grund arbeiten wir mit gezielten, sinnvollen Gutschein-Kampagnen für den Kunden.“

Wer sich bei uns für einen Wagen entscheidet, erhält z.B. einen Wertcheck für:

- 1 Liter Reserve Öl
- einen Ersatzwagen bei der Wartung
- eine Fahrzeugwäsche
- einen Urlaubsccheck etc.



Promotion-Modul

„Wir begleiten den Kunden bei der Nutzung des Fahrzeugs. Damit dies zuverlässig und gerecht geschieht, haben wir ein Promotion-Modul entwickeln lassen, das die Gutscheine:

- **selbständig generiert**
- **aussendet**
- **deren Einlösung kontrolliert**
- **und einen Report bereitstellt**

Damit diese freundlichen Erinnerungen auch wirklich beim Kunden ankommen, können wir ihn auf verschiedenen Kanälen erreichen“, erklärt der findige Kaufmann. „Entweder wir schicken sie ihm: per Post nach Hause, per E-Mail auf seinen Rechner oder weisen ihn persönlich bei seinem Besuch bei uns darauf hin. Ist der Kunde erst einmal bei uns, kümmern wir uns schon um ihn ... schließlich haben wir darin seit Generationen Erfahrung!“



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