Kundenkarten im Einzelhandel:

Endlich auf's richtige System gesetzt

SmartLoyalty AG

„Wir hatten schon lange vor, wieder etwas zum Thema Kundenbindung zu machen, aber das Tagesgeschäft und dann auch ein Umbau haben uns bisher abgehalten", sagt Frau von Dall`Armi Chefin der Papeterie Unterföhring.

Schnell und einfach loslegen

„Vor Jahren hatten wir schon eine Papiersammelkarte. Die war schon erfolgreich, aber auch mit viel Aufwand verbunden. Jetzt machen wir es richtig", schmunzelt die charmante Unternehmerin, „das Kundenkarten-Paket von SmartLoyalty ist so einfach und man hilft uns mit guten Tipps und tollen Ideen."

SmartLoyalty AG

Gestaffelte Bonusstufen und gezielte Kundenansprache

„Generell geben wir 1% Bonus an Punkten. Aber besonders gute Kunden belohnen wir dann individuell mit 3 verschiedenen Bonusstufen. Als nächste Aktion wollen wir die Karte gezielt ausgewählten Kundengruppen, wie z. B. Lehrern, zukommen lassen."

Günstiges System, guter Service

Natürlich hat uns die eigene Kundenkarte erst einmal Zeit und Geld gekostet. Aber beim Design der Karte und bei der Technik haben wir Unterstützung bekommen und zur Finanzierung über die Prisma ein Leasingangebot wahrgenommen. Dann paßt's schon", sagt die quirlige Bayerin und verschwindet schon wieder zum nächsten Kunden.

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