

Kundenbindung in der Apotheke: Anders sein / besonders sein



„Wir hatten vorher schon Erfahrung mit einem Kundenbindungssystem gemacht, bei dem wir über Taler unsere Kunden belohnt haben“ so Wolf Wagner, Apotheker und Unternehmer aus Geldern.

Mitarbeiten und Überblick behalten

„Das funktionierte zwar, war jedoch etwas umständlich und vor allem nicht sehr flexibel. Ich arbeite selbst voll mit und bei zwei Apotheken und einem Gesundheitszentrum kann ich nicht überall und immer vor Ort sein. Mir war aber wichtig, dass ich den Überblick habe.“

Das System

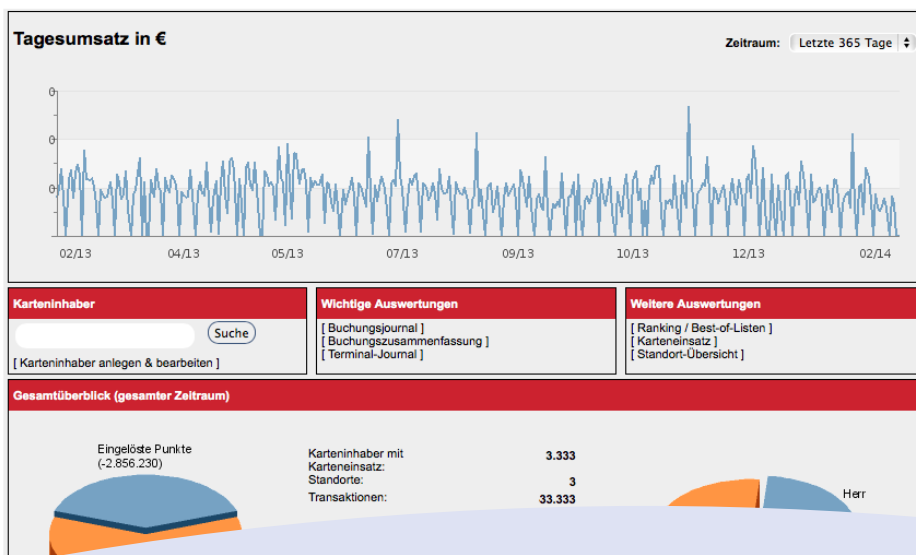
„Das neue System besteht aus einer schlaun Kundenkarte, die in allen Häusern eingesetzt werden kann. Über das Terminal kann auch der Kunde immer verfolgen was er an Punkten bekommt“ sagt Wagner. „Clever macht das die Software des Systems mit der ich:

- mir einen Überblick verschaffe
- Auswertungen mache
- gezielte Marketing-Aktionen starte.“



Apotheker
Wolf Wagner aus Geldern:
„Viel Zeit habe ich neben der Beratung nicht. Das Cockpit der Software verschafft mir einen schnellen Überblick.“

Ihr Cockpit





Das Sortiment steuern

„Es ist kein Geheimnis in unserer Branchen, dass man vom Verkauf so mancher Produkte nur schlecht leben kann. In Verbindung mit der hohen Dichte an Apotheken muss man sich absetzen und mit Service und einem besonderen Sortiment punkten. Was wir da im Einzelnen machen bleibt unser Geheimnis. Mit der Kundenkarte habe ich jedoch ein weiteres, attraktives Mittel den Verkauf

- von besonderen Produkten
 - zu besonderen Zeiten
 - und mit Events und Sonderaktionen
- zu unterstützen.“

Mächtig Marketing machen

„Der Wettbewerb wird sich noch verschärfen. Neben dem fundierten Fachwissen mussten wir Apotheker schon immer auch Unternehmer sein – und auch noch nebenbei Marketing treiben“ seufzt der Westfale. „Das Wichtigste für mich bleibt aber immer noch Menschen gut zu beraten und wenn die Kunden wegen der Kundenkarten und den damit verbundenen kleinen Extras noch lieber zu mir kommen – umso besser!“

The screenshot shows a user interface with a navigation bar containing: COCKPIT, AUSWERTUNGEN, MARKETING, VERWALTUNG, GUTSCHEINE. The main content area is titled 'Ranking / Best-of-Listen' and includes a sidebar with 'Überblick', 'Bonuskarten-Auswertungen', and 'Kennzahlen'. The 'Kennzahlen' section lists: » Ranking / Best-of-Listen, Punkteentwicklung, Karteneinsatz, Umsatzstatistik, Karteninhaber-Barometer. The main area has a 'Parameter der Auswertung' table:

Zeitraum	21.01.2014 - 20.02.2014
Analyse von	<input checked="" type="radio"/> Kartennutzung <input type="radio"/> Umsatz <input type="radio"/> Ø Umsatz pro Kartennutzung <input type="radio"/> Anzahl Punkte <input type="radio"/> Ø Punkte pro Kartennutzung <input type="radio"/> Eingelöste Prämienpunkte <input type="radio"/> Aktueller Punktestand
Standort	Alle Standorte
Karteninhaber-Gruppe	Alle Karteninhaber
Anzahl Datensätze	500

Buttons at the bottom: 'Auswertung anzeigen!', 'Auswertung herunterladen!'.

wagner Apotheken
Bonuscard-Gutschein

Manfred Mustermann
Gutschein-Code: 01010101
Gültig bis: 06.02.2014
Standort: London

Geburtstagsgutschein
500 Bonuspunkte

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