Die Kundenkarte im Autohandel:

Autohaus Nauheim Wertchecks und Promotion

„Keinen Frage, das war schon ein Stück Arbeit ca. 2.000 aktiven Kundenkarteninhabern die Karte zu erklären und zu übergeben“, so Stefan Nauheim, Geschäftsführer der Nauheim Autohäuser in Hessen. „Aber das ist jetzt eine schöne aktive Basis mit der wir arbeiten können. Auch wenn meine Servicemitarbeiter gut drauf sind und die Karte noch mal mit allen Vorteilen präsentieren gilt auch für die Kundenkarte: Dran bleiben und Vorbild sein als Chef“, so Nauheim.

SmartLoyalty AG

Service kostet ... und zu verschenken haben wir nichts

„Wir haben zwar Leihwagen und eine Tankstelle auf dem Hof, trotzdem kosten das alles Geld“, sagt der Kaufmann. „Klar bieten wir kostenlosen Service - aber nicht für alle und einfach so. Das Bonuspunkte-System ist für uns erst mal der Starter um den Kunden zu motivieren die Karte direkt einzusetzen.

Gutscheinsystem: Jeden Monat eine Erinnerung

Wie ein guter Ehemann erinnern wir unsere Kunden mit einem Mix aus

- **exklusiven Angebot** und
- **Wertgutscheinen**

monatlich daran, dass WIR der gute und attraktive Partner sind! Dieses ‚Erinnerungssystem‘ läuft das gesamte Jahr über. Zwei Dinge sind dabei Vorrausetzung:

- **die Aussendungen müssen wertig sein**
- **die Aussendung darf weder zu viel Zeit noch Geld kosten**

Stefan Nauheim, Geschäftsführer der Auto-Nauheim GmbH: „Gutscheine müssen auch einen gefühlten Wert für den Kunden haben. Mit den Daten, die das Gutschein-Modul von SmartLoyalty bereitstellt, lernt man aber schnell, was ankommt.“

SmartLoyalty AG

Promotion-Aktionen dürfen nicht vom Tagesgeschäft abhalten

„Welche Kunden welche Gutscheine bekomme selektiere ich über das System“, so Nauheim. „Dabei erhält der Kunde, der schon den zweiten Wagen kauft oder mir einen Neukunden geworben hat, etwas anderes als ein Kunde, der sich seit 14 Monaten nicht mehr hat blicken lassen.

Ein Report sagt mir, mit welchem Erfolg die einzelnen Aktionen gelaufen sind. Da wir die Gutscheine per Mail verschicken können wir genau bestimmen

- **wer die E-Mail mit dem Gutschein geöffnet hat**
- **wer tatsächlich eingelöst hat**

Und auch da mussten wir erst lernen welche Angebote mehr und welche weniger gut angenommen werden. Aber das darf dürfen die Kollegen selber herausfinden“, endet der gestandene Auto-Mann.

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