

Die Kundenkarte im Einzelhandel:

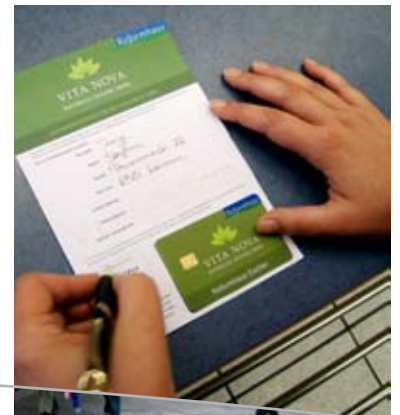
Vita Nova – In der Gruppe stark



SmartLoyalty AG

Kundenbindungssystem für über 100 Filialen

„Alle reden vom gesunden Leben und guter Ernährung. Damit der Kunde zum Fachmann kommt und vor allem bleibt, sorgt die „Vita Nova Card“. Eine Gruppe der cleversten Reformhaus-Besitzer war es leid, dass jeder Discounter seine Produkte mit der Bezeichnung BIO schmückte. Entschlossen wurde die Vita Nova Reformhausgruppe gegründet, die seit 2008 ein deutschlandweites Kundenbindungssystem in über 100 Filialen im Einsatz hat.



Einprägsame Dachmarke mit individueller Ausprägung

Entwickelt wurde ein Grunddesign, das jedoch um einen individuellen Eindruck ergänzt wurde. „Damit zeigen wir Größe im Verbund und gleichzeitig tragen wir dem Wunsch nach unternehmerischer Freiheit Rechnung: Die Karten sind auf einem Antragsformular aufgespendet und mit einer fortlaufenden Nummer versehen. So können die Karten sofort in der Filiale ausgegeben werden und sind direkt einsatzbereit. Das spart Zeit und Geld. Trotz allem behalten wir den Überblick“, so der Vorstand der Gruppe.





Bonusstufen bis 3% auf den Bon zur Kundenbindung

„Wir haben uns für wachsende Bonusstufen entschieden“, sagt Herr Escher, größter Gesellschafter der Vita Nova Gruppe und gleichzeitig Federführender für die Marketing-Konzeption. „Bis zu 3% Bonus geben wir mit der Karte – Natürlich muss dafür auch der Bon entsprechend hoch sein. Für uns muss sich das System ja auch rechnen!“, sagt Herr Escher als Kaufmann und Inhaber von mehr als 30 Reformhäusern: „Es gibt immer Kunden, die Karten einfach nicht mögen. Jenen drängen wir dann auch nichts auf. Ist das Personal gut geschult, findet die Karte jedoch breite Akzeptanz!“



Gutschein- und Geschenkkarten zur Neukundengewinnung

„Viele Menschen wissen, was wir alles verkaufen“, so Martin Merk, Gesellschafter der Gruppe. „Neben der Bonuskarte geben wir nun einen elektronischen Gutschein aus. Damit haben wir nun ein Instrument, so dass unsere überzeugten Kunden „etwas Gesundes“ verschenken können. Wir haben das Geld schon in der Kasse und lernen zusätzlich neue Kunden kennen – besser geht es ja gar nicht“, so Merk.



Gemeinsames Marketing über ein Online-System

Intelligente „Dreh- und Angelscheibe“ ist die gemeinsame Marketing-Plattform. Über eine gemeinsame Internetseite können:

- **Karteninhaber sich über Punktestand, News und Aktionen informieren**
- **Mitgliedsfirmen und Geschäftsführung Daten auswerten**

„Wir lassen unseren Gesellschaftern natürlich auch die Möglichkeit eigene Sonderaktionen durchzuführen. Wir engen Sie unternehmerisch mit dieser Lösung nicht ein“, so die Geschäftsleitung. Gleichzeitig führen wir zentral gesteuerte Marketingaktionen wie Mailings und Folder durch. Mittels dieser Kombination wird ein Schuh daraus – so wird Kundenbindung effektiv umgesetzt!



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