



## Zwei Baumärkte - ein Ziel: mehr Umsatz und mehr Kunden durch Kundenbindung

In der Baumarkt- und Heimwerkerbranche herrscht große Konkurrenz: umso wichtiger also, sich durch Angebot, Beratung und Preis vom Wettbewerb abzuheben. „Gerade im ländlichen Bereich möchte ich meinen Kunden ein umfassendes und aktuelles Warensortiment anbieten“, betont Jörn Winterfeldt, Inhaber von zwei Baumärkten in Sachsen-Anhalt.

### Zum treuen Stammkunden machen

„Unsere Kunden sind sehr preissensibel. Unsere kostenlose Kundenkarte, mit der die Kunden bei jedem Einkauf geldwerte Punkte sammeln, setzen wir dagegen. Mein Ziel ist es, den Gelegenheitskunden zum begeisterten Stammkunden zu machen, der gerne und regelmäßig zu uns kommt“, beschreibt Jörn Winterfeldt seine Beweggründe.

### Als Fachhandel digital auf der Höhe der Zeit sein!

„Gerade im digitalen Zeitalter ist es extrem wichtig, dem Kunden als stationärer Fachhändler einen echten Mehrwert zu bieten, ohne sich die Marge zu zerstören. Deshalb war ich auf der Suche nach einem zuverlässigen Kundenbindungsinstrument.“



Jörn Winterfeldt, Inhaber der zwei HEIMWERK-Baumärkte in Genthin und Burg



Das „Cockpit“ der Kundenkarten-Systemsoftware stellt schnell und grafisch aufbereitet die Daten zur Verfügung – von Zahlen zum kompletten System bis zum einzelnen Nutzer



## Unkomplizierte Einrichtung

„Die Einrichtung ging überraschend schnell und wir konnten vorhandene PCs nutzen. Diese wurden nur noch an den Scanner angeschlossen und dann ging es los.“

## Wachsende Bonusstaffel

„Das Konzept einer wachsenden Bonusstaffel, also mehr Prozente bei höherem Einkaufswert, versteht jeder und das erhöht den durchschnittlichen Bon“, freut sich Winterfeldt.

Rabatt	ab Einkauf
1%	0,01 €
2%	20,00 €
3%	100,00 €
4%	250,00 €
5%	500,00 €
7%	750,00 €
10%	1.000,00 €

## Die neue Datenschutzverordnung: mit der Kundenkarte eine echte Chance

„Zur Zeit ist die neue Datenschutzverordnung ja in aller Munde und einfach so gibt keiner mehr einfach seine Einwilligung die Kontaktdaten zu nutzen. Mit der Übergabe einer Kundenkarte geht das viel einfacher“, so Winterfeldt. „Durch die Erfassung der Daten lernen wir unsere Kunden und ihre Bedürfnisse gerade viel besser kennen. Dieses wertvolle Wissen wollen wir auch in Zukunft für uns nutzen. Von Gewinnspielen über persönliche Geburtstags-E-Mails bis zu automatisierten Anschreiben ist alles möglich. Da wird uns in nächster Zeit sicher nicht langweilig“.

## Die elektronische Geschenkkarte im Männerparadies

Auch die Geschenkkarte, die er seitdem anbietet, wird gut angenommen. „Das liegt wahrscheinlich daran, dass Männer wesentlich schwerer zu beschenken sind als Frauen. Und welcher waschechte Heimwerker freut sich nicht über Extra-Guthaben für sein neuestes Projekt?“, lacht der sympathische Baumarktchef und winkt zum Abschied.

