



Kundenbindung: Customer Relationship Management

Mit diesem bonVito-Modul können Coupons per E-Mail oder SMS an ausgewählte Kunden oder Kundengruppen verschickt werden. Das ideale Instrument für gezielte Marketingaktionen.

Kundendaten clever nutzen

bonVito speichert jeden mit der Karte getätigten Kauf und sammelt so wertvolle Daten über Ihre Kunden. Anhand von demografischen und verhaltensorientierten Kundenfiltern können Sie Ihre Kundenliste segmentieren und gezielt Empfänger für differenzierte Marketingaktionen auswählen.

Die auf Basis dieser Kundendaten versendbaren Coupons sind ein ideales Mittel, um Kundentreue zu belohnen, Kundenbindung zu stärken und den Bonumsatz zu steigern, oder auch um passive Kunden zu reaktivieren. So können für eine Aktion beispielsweise nur solche Kunden ausgewählt werden, die länger als vier Wochen inaktiv waren. Oder Sie überraschen treue Kunden mit einem jährlichen Geburtstagscoupon.

Weiterhin eignen sich die gezielten Coupons sehr gut, um die Wiederkehrfrequenz in umsatzschwachen Zeiten zu steigern. Sie haben zu wenige Gäste am Montag? Dann versenden Sie doch einfach Coupons, die 10 % Rabatt auf alle Hauptspeisen am Montag gewähren. Egal, welches Ziel Sie verfolgen: Durch die konkrete Ansprache von Kunden aus Ihrer Kundenliste wird der Streuverlust Ihrer Marketingaktionen minimiert.

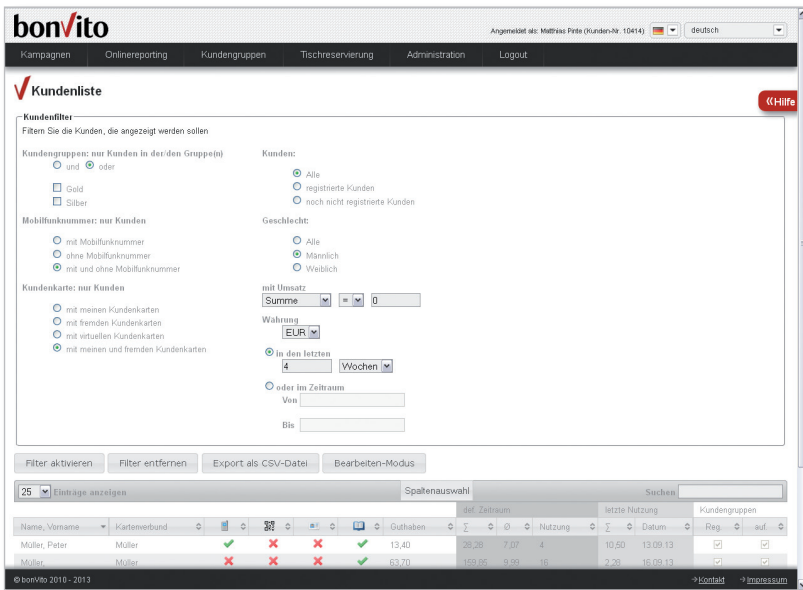
Coupons per E-Mail oder SMS

Bei Anlage der CRM-Kampagne können Sie zwischen einem prozentualen Rabatt, einer kostenlosen Produktbeigabe, einem Gutschriftsbetrag oder einem neuen festen Preis wählen. Nur die Kunden, die sich mit einer Kundenkarte oder über die bonVito-App bei Ihnen registriert

haben und folglich in Ihrer Kundenliste aufgeführt werden, können Coupons empfangen. Ihr registrierter Kunde erhält keinen Barcode oder Ähnliches, sondern nur eine Mitteilung über die Aktion, sodass spezielle Empfangsgeräte nicht notwendig sind. Zur Einlösung der Coupons genügt die Kundenkarte oder der in der bonVito-App enthaltene, individuelle Kundenkarten-Code. Das System gewährt beim Einlesen der Karte bzw. des App-Codes automatisch den per E-Mail oder SMS angebotenen Rabatt.

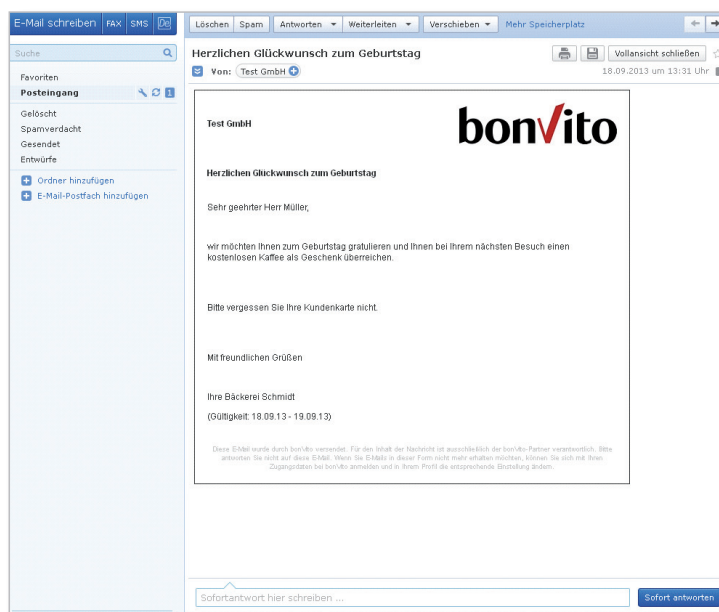
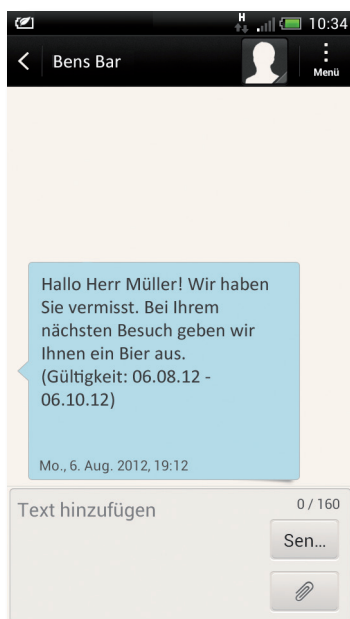
Beispielkampagnen:

- „Besuchen Sie uns am kommenden Mittwoch und erhalten Sie einen Kaffee gratis.“ (z. B. adressiert an Kunden, die Sie länger als vier Wochen nicht mehr besucht haben, um diese zu reaktivieren)
- „Am Dienstag erhalten Sie 20 % auf alle Friseurdienstleistungen.“ (z. B. adressiert an Kunden, die das erste Mal bei Ihnen waren, um diese zu belohnen und als Wiederkäufer zu gewinnen)
- „Am Wochenende: Jedes Körnerbrötchen nur 25 Cent.“
- „10 % Rabatt auf alle Brotsorten am Freitag.“



- Wann war Kunde XY das letzte Mal in einer meiner Filialen?
- Welche Kunden hatten in den letzten vier Wochen einen Umsatz kleiner als 10 €?

Für zielgerichtete Kampagnen ohne Streuverluste können Sie Ihre Kunden gezielt selektieren, z. B. nach demografischen Kriterien oder Umsatzvolumen.



Beispiele für eine SMS-Kampagne (links) und einen Geburtstagscoupon per E-Mail - mit entsprechenden Platzhaltern können Sie die Nachrichten sogar personalisieren!