

# DM-Tipp

## So wird Ihre Kundenkarte beliebt



**Kunden erwarten durch den Besitz einer Kundenkarte relevante Leistungen und Services. Auch Prestige-Gedanken und das positive Image des Unternehmens spielen mit, wenn es um den Beitrittsentscheid geht. Damit Sie mit dem Kartensystem den Kaufentscheid nicht nur kurzfristig positiv beeinflussen, sondern auch Loyalität erzeugen, sollten die Vorteile nicht bloss monetärer Natur sein. Karten, die dem Kunden zudem ein Gefühl von Exklusivität vermitteln und eine Produkt- und Erlebniswelt aufbauen, werden auch langfristig Erfolg bringen.**

## **18 Tipps und Ideen für attraktive Leistungen und Services**

1. **News und Tipps:** Informieren Sie Ihre Kunden in sinnvollen Abständen per E-Mail oder Post über interessante Neuheiten und geben Sie Tipps für die Anwendung. Solche Mehrwerte müssen nicht zwingend in Zusammenhang mit Ihrem Produkt stehen. So kann ein Fachgeschäft für Kinderkleidung zum Beispiel Ideen für die Freizeitgestaltung junger Familien vermitteln.
2. **Leistungen aus der Welt des Kunden:** Die Zusatzleistungen müssen nicht zwingend mit dem eigenen Angebot zu tun haben. Wichtig ist einzig, dass sie für die Kartenbesitzer relevant sind – das heisst, sie müssen «aus der Welt des Kunden» stammen. Berücksichtigen Sie also bei der Ausgestaltung der Leistungen die Bedürfnisse und Wünsche der verschiedenen Ziel- und Käufergruppen.
3. **Emotionalisierung:** Der Kunde muss sofort erkennen können, dass ihn der Besitz und Einsatz der Karte von «normalen» Kunden unterscheidet und ihn privilegiert; er ist Teil einer besonderen Welt. Dies wird besonders deutlich, wenn Sie es schaffen, mit einer guten Betreuung, mit Veranstaltungen und Erlebniswelten eine emotionale Bindung zu ihm aufzubauen.
4. **Kostenlose Veranstaltungen:** Laden Sie Ihre Kartenkunden zu Sonderveranstaltungen ein. Dazu ein paar Beispiele: Koch-Workshop mit bekanntem Koch, Auftritt eines Seifenblasen-Theaters für Kinder, Modeschau, Kaffee-Seminar mit einem Kaffee-Sommelier, Panini-Bilder-Tauschbörse, Beratungstag für Rasenfans, Madrid-Abend, passend zum neuen Gartenmöbelsortiment usw.
5. **Rabatte:** Gestalten Sie besondere Angebote für Kartenbesitzer und informieren Sie diese über befristete Rabattangebote.
6. **Sonderangebote:** Statt die Preise zu senken, können Sie auch die Belohnung erhöhen. Geben Sie den Karteninhabern zum Beispiel Extrapunkte auf den nächsten Einkauf.
7. **Zugaben:** Schenken Sie den Kartenkunden bei grösseren Käufen eine Kleinigkeit (zum Beispiel Socken zu Schuhen oder eine Krawatte zum Anzug). Sie fühlen sich so besonders behandelt.
8. **Proben:** Versenden Sie den Kunden Gutscheine für grosszügige Produktproben, die sie im Geschäft einlösen können.
9. **Warenreservation:** Gewähren Sie Ihren Kartenbesitzern die Möglichkeit, Waren für einige Tage reservieren zu lassen. Das hat auch Vorteile für Sie: Die Kaufverpflichtung steigt, je länger ein Produkt zurückgelegt ist. Das fördert den Umsatz.
10. **Testphase:** Bieten Sie den Karteninhabern an, dass sie Ware aus Ihrem Geschäft unverbindlich mit nach Hause nehmen können – zu Testzwecken oder um den Partner nach seiner Meinung zu fragen.
11. **Geburtstagsüberraschung:** Halten Sie für jeden Kunden, der an seinem Geburtstag Ihr Geschäft betritt, eine kleine Überraschung (Kinogutschein, etwas aus dem eigenen Sortiment usw.) bereit. Oder verschicken Sie einen Gutschein für Rabatt oder ein Geschenk vorab per Post.
12. **Kinderkarte:** Geben Sie eine extra Kinderkarte für die Kinder Ihrer Kundenkarten-Inhaber heraus. Immer wenn das Kind seine Karte bei Ihnen vorzeigt, erhält es ein Pixi-Büchlein oder etwas ähnliches. Dadurch bauen Sie schon in frühen Jahren eine echte Beziehung zu Ihren Kunden von morgen auf.
13. **Premium-Karte:** Nur Top-Kunden können Inhaber dieser Karte werden. Sie ist kostenpflichtig, dafür bekommen Inhaber dieser Karte den doppelten Bonus. Wichtig ist, dass die Premium-Karte hochwertiger aussieht als die Standard-Karte (Platin, Gold). Die angesprochenen Kunden fühlen sich als VIP und sind gerne bereit, für das Status-Symbol zu bezahlen. Der Vorteil für Sie: Höhere Kundenbindung und schnellere Refinanzierung des Kartensystems.
14. **Service-Leistungen:** Bündeln Sie neue und bereits bestehende Serviceleistungen zu einem Paket und stellen Sie dieses zusammen mit der Kundenkarte vor. Dadurch wird die Karte noch attraktiver.
15. **Vergünstigungen bei Kooperationspartnern:** Suchen Sie sich lokale Kooperationspartner, die Ihren Kunden gegen Vorlage der Kundenkarte eine Zugabe oder einen Rabatt gewähren. Vorteil für den Kooperationspartner: Er gewinnt neue Kunden. Vorteil für Sie: Die Karte bekommt zusätzlichen Nutzen und wird noch attraktiver.

16. **Gratis-Tragtaschen:** Wenn Sie sonst für Ihre Tragtaschen Geld verlangen, überlassen Sie sie den Besitzern Ihrer Kundenkarte kostenlos. Auch dies ist ein kleines Signal, mit dem Sie ihnen mitteilen: «Sie sind uns wichtig, wir möchten Ihnen den Einkauf so angenehm wie möglich machen.»
17. **Weiterempfehlung:** Verteilen Sie Ihren Kartenkunden codierte Weiterempfehlungskarten. Kommt auf diese Empfehlung hin jemand in Ihr Geschäft und kauft, bekommt der Karteninhaber eine Sonderprämie, die bei seinem nächsten Besuch gutgeschrieben wird.
18. **Kreative Ideen:** Heben Sie sich mit Ihren Leistungen vom Einerlei der Mitbewerber ab. Versetzen Sie sich in die Welt der Zielgruppe und schreiben Sie alles auf, was Ihnen einfällt! Zu jeder Branche und zu jedem Unternehmen lassen sich Extra-Privilegien und Service-Leistungen entwickeln, die für das Unternehmen einfach umzusetzen sind, für den Kunden aber klare Mehrwerte bedeuten.

Quelle: Fachverlag für Marketing & Trendinformationen, [www.kundenbindungs-ideen.de](http://www.kundenbindungs-ideen.de).

**Natürlich kann man mit einer Kundenkarte auch Punkte sammeln. Alles zum Kundenbindungsinstrument Bonusprogramm erfahren Sie im Teil 4 des kostenlosen [Onlinekurses «Kundenbindung»](#).**

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)