Kundenbindung 2020

5 +1 Tipps zur Steigerung von Gewinn & Kundenzufriedenheit

Neukunden Gewinnung ist wesentlich um einen Kundenstamm aufzubauen. Um sein Unternehmen im Zeitalter der Digitalisierung nachhaltig wachsen zu lassen, ist Kundenbindung jedoch ein Muss. Gemäss einer Studie der Harvard Business School, kann eine Steigerung der Retention-Rate von lediglich 5% zu **einer Gewinnsteigerung von 25-95% führen.**

Wieso lohnt sich Kundenbindung?

Kundengewinnung ohne Kundenbindung ist wie ein Fass ohne Boden, egal wie viel man oben reingiesst, es bleibt nichts solang keine Basis geschaffen wird. **Zusätzlich sagen 82% der Unternehmen,** dass Kundenbindung deutlich günstiger ist als Kundengewinnung.

Weiter lohnt sich die Kundenbindung für Unternehmen, da sich zeigt, dass treue Kunden bereit sind höhere Beträge in ihrem Unternehmen auszugeben. Die hier beschriebenen Erkenntnisse unterstützen weiter die Studie der Harvard Business School, wonach mit einer besseren Kundenbindung der Gewinn um 25-95% gesteigert werden kann.

Neben den finanziellen Vorteilen lohnt sich eine gute Kundenbindung auch im Zusammenhang der Kundenakquise. Ein treuer Kunde setzt sich mit dem Unternehmen auseinander und wird seine guten Erfahrungen auch mit Freunden und Bekannten teilen. Das Word of Mouth Marketing ist dabei gerade heute besonders effizient, da gemäss einer Studie von **Nielsen 92% der potentiellen Kunden** eine Empfehlung von Freunden oder Bekannten als besonders vertrauenswürdig einschätzen.

Kundenbindungsstrategien die funktionieren:

Wir haben nun gesehen, dass Kundenbindung mindestens genauso wichtig ist wie Kundenakquise, doch wie erreicht man eine effiziente Kundenbindung im Jahre 2020.

1. Sammeln sie Feedback

Ihr Produkt und/oder Ihr Service ist der Haupttreiber der Kundenloyalität. Doch herauszufinden was ein gutes Produkt / ein guter Service aus der Sicht des Kunden ist, liegt aus der internen Sicht nicht immer auf der Hand. Was aus ihrer Sicht das Wichtigste ist, kann für den Kunden völlig irrelevant sein. Um die Bedürfnisse der Kunden besser zu verstehen und dem Kunden zu zeigen, dass er wichtig ist, ist das Sammeln von Kundenfeedback unabdingbar.

Wird Kundenfeedback eingeholt, ist es unerlässlich, dass dieses durch Ihr Unternehmen wahrgenommen wird. Ansonsten besteht die Gefahr, dass sich der Kunde nicht ernstgenommen fühlt.

2. Personalisierung und Aufbau einer persönlichen Verbindung

Der Erfolg einer Marke hängt davon ab, wie gut die Journey eines Kunden auf ihn angepasst ist. Durch die Digitalisierung ist es Unternehmen möglich direkt auf die einzelnen Bedürfnisse der Kunden einzugehen. Der Kunde fühlt sich dadurch stärker als Individuum wahrgenommen und nicht nur einfach als beliebiger Kunde. Dies führt dazu, dass er auch eher eine persönliche Verbindung zum Unternehmen aufbaut und so mit einer tieferen Wahrscheinlichkeit zum Mitbewerber abwandert.

3. Überraschen sie ihre Kunden

Rabatte oder kleine Werbegeschenke sind eine hervorragende Möglichkeit ihren Kunden eine Freude zu machen. Doch oft geht das auf ihre Kosten und kann auf die Dauer teuer sein. Aus diesem Grund sollten sie lernen ihre Kunden auch mit kleinen gezielten Gesten zu überraschen. Dies kann bereits durch eine kleine Nachricht oder ein spezielles Dankeschön erreicht werden.

4. Aufbau eines wechselseitigen Treue-Programms

Treueprogramme sind nichts Neues! Schon lange kennt man die Stempelkarten aus Papier, welche gerne verloren oder vergessen gehen. Sie erlauben den Unternehmen die Treue der Kunden zu belohnen und so die Kundenbindung zu stärken. Der Erfolg dieser Treueprogramme ist jedoch schwierig zu messen und bietet kaum Möglichkeiten das Konsum- und Einkaufserlebnis zu personalisieren.

Die etwas weiterentwickelte Form der Treuekarte aus Papier sind Kundenkarten wie z.B. die Cumulus- oder die Supercard. Die Kundenkarten erlauben es Unternehmen, Daten Ihrer Kunden zu sammeln. Die Daten verschaffen ein besseres Verständnis der Kunden und darauf basierend die Möglichkeit, dem Kunden personalisierte Angebote zu schalten.

Die Zukunftsmusik schlägt einen anderen Takt an – weg von der einseitigen Vergabe von Rabatten, hin zu Dialog und wechselseitiger Beziehung! Das Ziel ist der Aufbau eines Treue-Programms, welches eine wechselseitige Beziehung und Dialog zwischen Unternehmen und Kunde erlaubt.

Dank dieser Wechselseitigkeit können Beziehungen langfristig aufrechterhalten werden. Wertschätzung kann dem Kunden zu jeder Zeit ausgesprochen werden und beschränkt sich nicht mehr auf den Zeitpunkt der Transaktion.

5. Koalitionäre Treue-Programme

Ausserhalb der Reise-, Hotel- und Flugbranche ist diese Form der Kundenbindung bisher gänzlich unbekannt. In Zukunft wird es in diversen weiteren Branchen Koalitionen bei Treue-Programmen geben. Eine solche Koalition ist zum einen für den Endkunden interessant, da ihm eine grössere Flexibilität und Auswahl geboten wird. Zum anderen ergeben Koalitionen mit starken Partnern auch für Unternehmen selbst Sinn.

Dank Koalitionen werden grössere Kundenstämme angesprochen, was den Aufwand und die Kosten der Kundengewinnung minimieren kann und Platz für Ressourcen schafft. Durch koalitionäre Treueprogramme können alle Beteiligten der Koalition vom Image und der Marke des anderen profitieren.

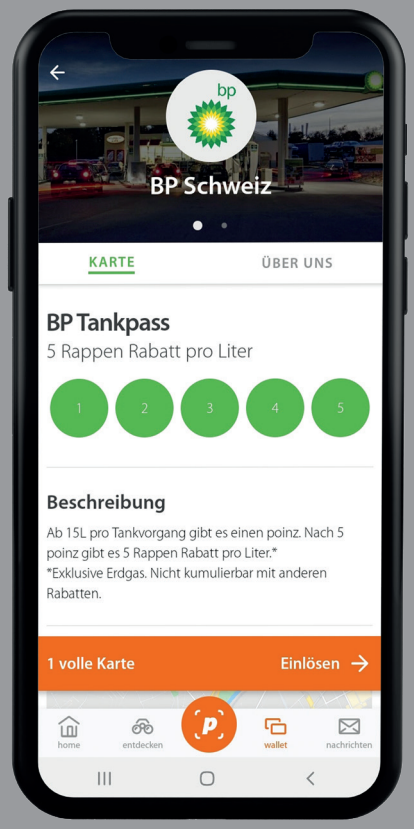
Koalitionen sollten mit Unternehmen eingegangen werden, welche das eigene Image unterstützen. Suchen Sie sich den richtigen Partner aus, der Ihre Produkte und Dienstleistungen ergänzt und eine ähnliche Grösse und Bekanntheit hat. Gemeinsam/Gegenseitig können Sie sich und Ihr Image stärken.

Geheimtipp - *poinz*

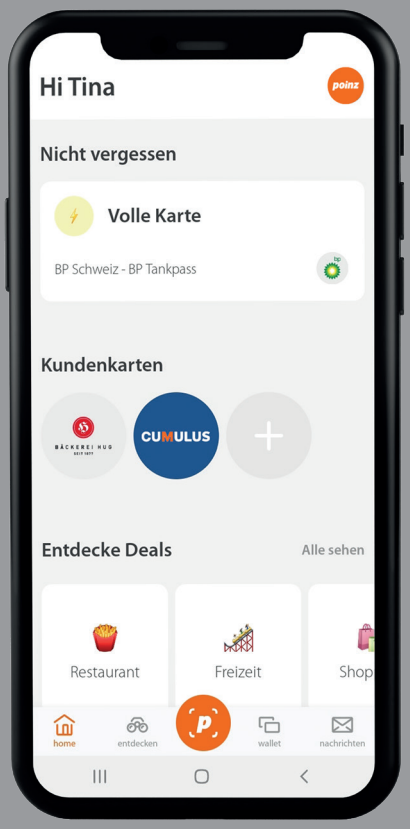
All die oben genannten Tipps und Tricks sind ein wichtiger Schritt in Richtung Kundenbindung, eine Umsetzung ebendieser braucht jedoch Ressourcen, Know-How und ein bestehendes Ökosystem, welches viele Unternehmen nicht zur Verfügung haben.

poinz, die ersten Community-Marketing-Plattform bringt alles unter ein Dach und verbindet es mit einer mobilen Lösung und aufbereiteten Insights. Mit poinz haben sie eine digitale Plattform mit welcher sie direkt mit ihren Kunden kommunizieren können und dies direkt auf seinem Smartphone. Belohnen sie ihren Kunden personalisiert für seine Treue und treten sie mit ihm in Kontakt, auch wenn er gerade nicht im Geschäft ist. Zusätzlich können sie von bereits über 1'900 Geschäften und über 700'000 Kunden profitieren und dein Treueprogramm der Zukunft starten und gleichzeitig Neukunden finden.

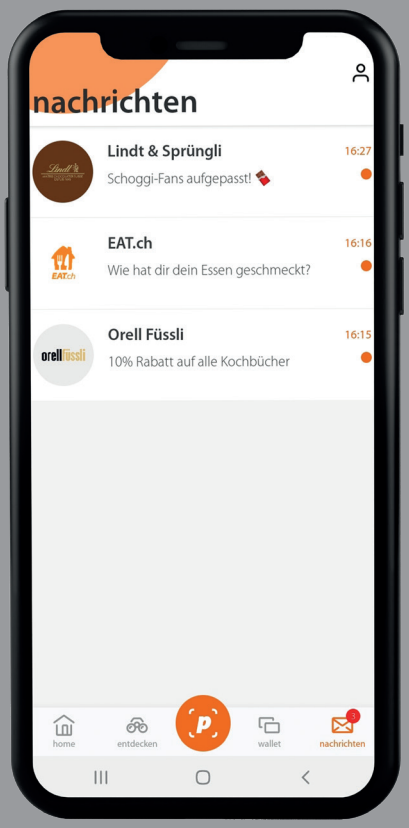
Interesse? Mehr Infos finden sie auf poinz.ch oder melden sie sich bei **ramon.ruesch@poinz.ch** für eine unverbindliche Präsentation.



Über 1'900 Geschäfte
Über 700'000 User



Digialisiere
deine Kundenkarte



Mit deinen Lieblings-
geschäften interagieren