

# Ich komme wieder!

KUNDENBINDUNG IN KRISENZEITEN



▲ Franz Tretter, CEO & Founder von hello again, mit CSO & CO-Founder Mario Pecile

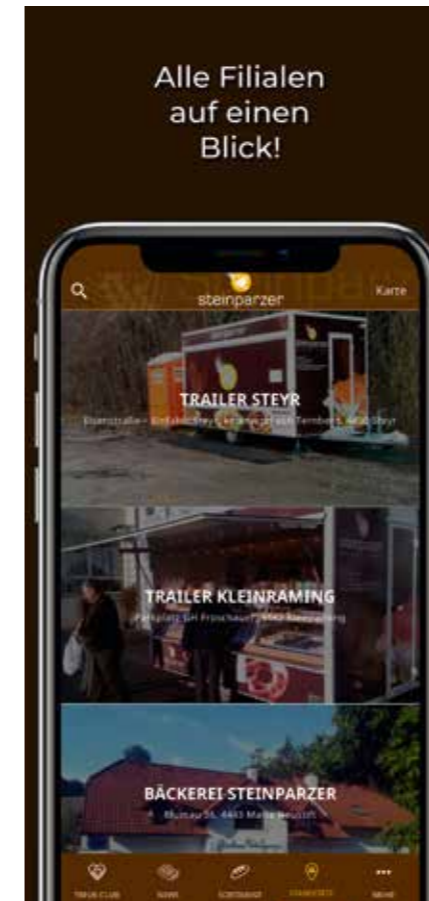
Spätestens während der Coronakrise wurde klar ersichtlich, wie wertvoll unsere Stammkunden sind. Bäckereien mit einem digitalen Treueprogramm nutzten dieses während der schwierigen Zeit intensiv zur Kommunikation mit ihren Kunden – mit Erfolg.

„Nicht nur in der Krise gilt: 80 Prozent des Umsatzes kommt von 20 Prozent der Kunden. Einen neuen Konsumenten zu gewinnen kostet zehn Mal so viel wie einen Stammkunden zu binden“, erklärt Franz Tretter, CEO & Founder von hello again, dem Paschinger Unternehmen für maßgeschneiderte Apps zur digitalen Kundenbindung. Gerade während der globalen Gesundheitskrise war es für Unternehmen von großer Bedeutung, aktiv mit ihren Kunden

zu kommunizieren. Bäckereien, die bereits über eine maßgeschneiderte Treue-App verfügen, nutzten die Chance: Mittels Push-Nachrichten oder E-Mail-Newsletter wurden die Kunden über neue Öffnungszeiten, Aktionen, Lieferservice, Produkte zum Selberbacken oder Prämien informiert. Gewinnspiele, Umfragen oder ein Brot-Quiz steigerten die Interaktion und Kundenbindung. „Gerade in Krisen wie diesen ist es ganz wichtig, ständig mit den Kunden in Kontakt zu bleiben. Digitale Lösungen wie von hello again ermöglichen es, flexibel und rasch auf veränderte Situationen zu reagieren. Viele Bäckereien nutzten darüber hinaus die Gelegenheit, Hauszustellung mit Bestellformular anzubieten oder mit Gutscheinen für mehr Frequenz in den Filialen zu sorgen“, sagt Tretter.

## KUNDEN ZUM ZURÜCKKOMMEN AKTIVIEREN

Mittels Treueprogrammen kann man gezielt Daten über die Kunden sammeln: Wer ist eigentlich in meiner Filiale? hello again ermöglicht es Bäckern, Konditoren und Chocolatiers aus einer Art Baukastensystem auszuwählen, welche Module sie in ihrer individuellen App benötigen. Die App selbst wird maßgeschneidert im Design des Unternehmens umgesetzt und mit den gewählten Unternehmensinhalten und Features ausgestattet. Auf diesem Weg können auch in Krisenzeiten mit Ausgangssperren & Co wichtige Informationen wie News, Öff-



▲ Zahlreiche Bäckereien in ganz Österreich setzen auf Treueprogramme.

nungszeiten, Aktionen, Produkte etc. auf Knopfdruck an die Kunden übermittelt werden. Das Treueprogramm ist schnell umsetzbar: Die Kunden können ihre Bons scannen oder Freunde einladen und somit Punkte sammeln. Das schafft Frequenz und steigert den Umsatz. Im Dashboard, also der Datenbank mit den Auswertungen, findet der Bäcker oder Konditor Informationen über die Kunden.

## VOM DORFBÄCKER BIS ZUM FILIALIST

„Die Erfahrungen unserer Kunden mit der Treue-App sind durchwegs positiv“, freut sich Tretter. So berichtet die Bäckerei Fürst Brot aus dem



Mostviertel: „Der Treue Club spornt zum Besuch in unseren Filialen an und zeigt, dass wir ein modernes Unternehmen sind. Die Kaufanreize für unsere Kunden durch Prämien, Rabatte und Aktionen funktionieren und es gibt eine spürbare Umsatzsteigerung. Dank der Einladefunktion haben wir neue Kunden dazugewonnen, auch das positive Feedback von Mitarbeitern und Kunden ist erfreulich. Beim Punktesammeln mittels QR-Code-Scan ist keine eigene Personaleinschulung nötig und der direkte Kundenkontakt mithilfe von Push-Nachrichten hat sich wirklich ausgezahlt.“ Ähnlich begeistert sind auch die Rückmeldungen der Bäckerei Steinparzer aus Maria Neustift: „Punkte für Prämien zu sammeln ist für viele Kunden ein Kaufargument. Die wöchentlich aktiven Nutzer und



Registrierungen werden kontinuierlich gesteigert, auch während der Coronakrise luden sich noch mehrere Menschen unsere App herunter. Der Treue Club wird von Jung bis Alt gut angenommen und wir konnten unsere Umsätze weiter steigern. Die Prämien richten sich nach den Zielgruppen – so wählen ältere Menschen häufig Brot oder Brioche, Berufspendler Snacks und Jüngere Coffee-to-go. Die Push-Funktion und die Einbindung auf Facebook sind richtig toll. Auch dass es Punkte für das Teilen auf Facebook gibt, bringt uns richtig viel zusätzliche Aufmerksamkeit.“ Fazit: Dank digitaler Technologien ist die Kommunikation mit unseren Kunden selbst in kontaktarmen Zeiten schnell und einfach umsetzbar. Kundenbindung zählt für nachhaltigen Unternehmenserfolg heute mehr denn je.