

Die Kunden Card im Überblick

Die gesamte G&i Marketing Konzeption Kunden Card des FairPayCard-Systems beruht auf wenigen, klaren Anforderungen:

- **Kaufkraftbindung**, keine „Rabattkarte“ zur Mitwirkung an Rabattschlachten und Sammeln von Prämienpunkten, deren Einlösung in Prämien keinerlei Vorteil für die Rabattgeber bieten
- Aufbau von **Marketinginstrumenten** zur persönlichen und gezielten Ansprache der Kunden
- Förderung der **emotionalen Bindung** durch die Identifikation mit ihrem Friseur

Die gesamte G&i Marketing Konzeption Kunden Card des FairPayCard-System verbindet verschiedene Anforderungen und Lösungen zum innovativsten System im Markt:

- **Kaufkraftbindung**: Das Geld bleibt also im System, die Kaufkraft bleibt gebunden, die Kundenbindung ist zusätzlich gestärkt
- **Reines Onlinesystem**: Im Gegensatz zu herkömmlichen Chipkartensystemen, bei denen die Werte offline auf der Karte gespeichert werden, ist das gesamte FairPayCard-System ein Online-System.
Alle Werte, Transaktionen & Stammdaten werden in einem zentralen Online-System gespeichert, dieses bringt unschätzbaren Vorteile gegenüber Offline Chipkartensystemen
- **Effektives Marketing**: Durch Analysen werden aussagekräftige Reports erstellt. Sie können individuelle Mailings für Stammkunden erstellen. Solchen Daten sind absolute Notwendigkeit, um gezielte und damit erfolgreiche Marketingaktionen fahren zu können, bei niedrigen Werbebudget können so wesentlich effektivere Aktionen eingesetzt werden
- **Kombination Geschenkgutschein/ Kundenkarte**: Inhaber einer Kundenkarte sind schon als Kunde gewonnen, aber effektive Neukundengewinnung und vor allem Kaufkraftbindung ist durch Geschenkgutschein sehr einfach zu erzielen



Ahornweg 20 • 37170 Uslar
Hotline: 05571 915 208 0 • Fax: 05571 915 208 3

E-Mail: werner.ilse@cosulting-gmbh.info

www.gundiconsulting-gmbh.de

„VIP Pflegepass“ zur Kundenbindung und Neukundengewinnung!



Mit der Service Card für Ihre Kunden.

DIE DIGITALE AUSGABE

ist da,

steigen Sie ein!

Kundenkarten sind heute zu einem Standard-Marketinginstrument geworden und die Kunden haben ihre Vorteile längst erkannt.

Bisher waren die Systeme jedoch mit zu wenig Nutzen für das Unternehmen verbunden.

EC Cash Geräte sind gängige Zahlungsmethoden, die dem Unternehmer jedoch keinen Vorteil bieten.

- **Kundenkarte "VIP Pflegepass"** für Damen und Herren in der Friseurdienstleistung, im Verkauf und „Maniküre plus“
- **Transparenz** - Ihre Menükarte zum VIP Pflegepass, präsentiert im Salon alle Vorteile für Ihre Kunden
- **Kunden** - erhalten lt. Menü den kalkulierten Rabattauf ihrem "VIP Pflegepass"
- **Alle Bausteine** - das Kundenbindende Marketing Konzept auf einen Blick
- **Terminal** - akzeptiert zusätzlich Giro Card und alle Kreditkarten als Zahlungsmittel
- **Neukunden** - gewinnen durch regelmässigen Einsatz von Gutscheinkarten
- **Kein Papier** - kein nachbestellen, kein archivieren für das Finanzamt, kein ausgeben von Werbemitteln, aber alles auf dem "VIP Pflegepass"
- **Werberücklauf** - Kundenverluste werden elektronisch ermittelt und für Gegenmaßnahmen erkennbar - ständige Marktanalyse
- **Leasing** - Terminal mit ausreichend Kundenkarten
- **Ihre Werbekosten** - werden sich entscheidend reduzieren bei wesentlich besserer Kundenansprache, also mehr Erfolg
- **Alleinstellungsmerkmal** in der Friseurbranche

Erfolge mit der Kundenkarte

Untersuchungen haben gezeigt, dass eine Kundenkarte sehr erfolgreich betrieben werden kann, wenn die Beweggründe von Kundenkarten-Nutzern berücksichtigt werden.

- 80% aller Kartenbenutzer wollen durch den Einsatz einer Kundenkarte Geld sparen und Preisvorteile erzielen, ohne an einer Kasse mit den Verkäufern "feilschen" zu müssen
- 70 % aller Kartenbenutzer wünschen sich spezielle Sonderangebote, Aktionen und ausgesuchte Service-Leistungen
- Kundenkarten - Inhaber sind beim Einsatz der Karte weniger preissensibel als Kunden ohne eine Kundenkarte
Hinzu kommt, dass die gesamte Kaufkraft des Kunden erhalten bleibt, ohne Umsatzverlust
- Der Kunde erhält einen Rabatt, aber spart nicht vor Ort, sondern erhält die Ersparnis auf sein Kartenkonto
- Dieses Rabattguthaben fließt beim nächsten Besuch wieder an die Akzeptanzstelle durch Zahlung mit der Kundenkarte zurück, so dass die Kaufkraft im System bleibt
Auch die scheinbare Vielzahl der Karten im Markt ist kein Hindernis:
- Zwar wollen 70 % aller Verbraucher nicht mehr als 5-6 Karten in ihre Geldbörse aufnehmen, aber 50 % aller Karteninhaber sind bereit die Karte zu wechseln, wenn ihnen eine andere Karte mehr Vorteile bietet
Die Demographische Verteilung von Kundenkarteninhaber ist ebenso interessant.
- Rund zwei Drittel sind Frauen, aus der Sicht von Friseuren die gewünschte Zielgruppe.

Die Einführung einer Kundenkarte für Friseure. Kartengestütztes Marketingsystem mit der Abwicklung von Kunden- und Gutscheinkarten zur Stärkung Ihres Friseurmarktanteils.