



99 Tipps zur Kundenbindung



Nicht nur zum Valentinstag sollten Sie Ihren Kunden etwas "Liebe" zeigen. Das Ziel ist zu sagen: ich danke Ihnen, und das in einer unerwarteten Weise. Wir zeigen eine Liste mit 99 Möglichkeiten, die Ihnen sicher die eine oder andere Idee gibt.

"Feiern" Sie Ihre Kunden bedeutet nicht, dass Sie Ihre traditionellen Aktionen zum Saisonende entfallen lassen. Diese Aktionen zählen nicht, denn sie sind ohnehin Teil Ihres Werbeplanes und in Ihrem Budget enthalten. Um wirksam zu sein, müssen Ihre speziellen Aktionen im Einklang mit Ihrer Marketing-Strategie stehen und nicht nur ein anderer Name für Ihren Kundendienst sein.

Um Ihnen dabei helfen, Ihre Kunden das ganze Jahr lang zu "lieben", sind hier 99 Möglichkeiten, um Ihre Kunden zu zeigen, dass Sie Ihre Kunden und deren Geschäft wirklich schätzen. Zu diesem Zweck versetzen Sie sich in Ihren Kunden und bewerten die Aktionen, die Sie anbieten. Beurteilen Sie aus Kundensicht wie Sie Ihre Kunden "umarmen". (Nur zur Klarstellung, wir sprechen hier im übertragenen Sinne, nicht von wirklicher Umarmung der Kunden)

Sicher ist nicht jeder der Vorschläge für Sie interessant, übernehmen Sie einfach nur die Vorschläge, mit denen Sie sich identifizieren können und die zu Ihrem Unternehmen passen.

Vergessen Sie nicht zu danken!

Dies gehört einfach nur zu altmodischen guten Manieren.

Danken Sie per E-Mail - Senden Sie Kunden eine persönliche E-Mail nach einem Kauf, keine Massenmail.

Senden Sie einen Dankesbrief - Mit der Zunahme der Online-Kommunikation wird diese Art der Danksagung nach einer Bestellung in vielen geschäftlichen und persönlichen Mailboxen gefunden.

Verfassen Sie Off-Line-Danksagungen handschriftlich - Dies ist eine ganz besondere Geste, die zu besonderen Anlässen wie Hochzeiten, Geburten, runden Geburtstagen oder Jubiläen sehr gut ankommt.



Senden Sie Kunden eine Dankespostkarte - Verwenden Sie einfach mal eine andere Kommunikationsalternative.

Lassen Sie die Danksagung Teil der Lieferung werden - Das funktioniert gut bei Online- und Katalogbestellungen.

Tweeten Sie Ihren Dank - Das zeigt der Allgemeinheit wie gut Sie Ihre "Twitter"-Kunden behandeln.

Teilen Sie Ihren Dank auf der Facebook-Wall mit!

Senden Sie Ihren Dank per SMS - Für diese Option benötigen Sie die Handy-Nummer Ihres Kunden und die Erlaubnis, ihn zu kontaktieren. Denken Sie daran, für einige Kunden kann es bei dieser Option zu Kosten kommen, z.B. Roaming-Kosten bei Auslandsaufenthalt.

Machen Sie ein Angebot das Ihr Kunde nicht ablehnen kann!

Hinweis: Alle Angebote und / oder Coupons sollten zeitlich begrenzt und nicht mit anderen Angeboten kombinierbar sein.

Geben Sie einen vorgezogenen Gutschein - Bieten Sie Ihrem Kunden einen Gutschein, der im Gegensatz zum allgemeinen Gutschein nicht erst ab Tag XX gültig ist. Dies erweckt beim Kunden ein "VIP-Gefühl".

Geben Sie nach einem Onlinekauf einen Gutschein für zukünftige Käufe - Das Ziel ist es, den Kunden zum nächsten Shop-Besuch zu motivieren.

Geben Sie nach einem Online-Kauf einen Geschäftsgutschein - Ziel ist es, den Kunden zu einem Besuch des Geschäftes zu veranlassen.

Überreichen Sie Kunden im Geschäft einen Gutschein für einen Online-Kauf - Ziel ist es, den Kunden auch für Onlinekäufe, z.B. ausserhalb der Öffnungszeiten, zu gewinnen.

Gewähren Sie dem Einzelhandelskunden die "Buy one, get one free"-Option - Im Wesentlichen ein Angebot zum halben Preis. In jahrelangen Test wurde aber herausgefunden, dass diese Art von Angebot besser funktioniert. Testen Sie selbst ob Ihre Ergebnisse variieren. Seien Sie aber vorsichtig und reservieren Sie dieses Angebot für besonders margenstarke Produkte.



Gewähren Sie Onlinekunden die "Buy one, get one free"-Option - Dies bringt Traffic auf die Internetseite und fördert die Steigerung des Verkaufs und die Verringerung der Lagerbestände. Alternativ kann diese Option besonders loyalen Kunden angeboten werden.

Gewähren Sie Katalogkunden die "Buy one, get one free"-Option - Dies ist ein klassisches Angebot für diesen Vertriebskanal.

Bieten Sie die "Buy one, get one half price"-Option an - Hier ist ein weiteres klassisches Direktmarketing-Angebot.

Senden Sie ehemaligen Kunden einen Coupon auf das Handy - Sie müssen die Erlaubnis Ihres Kunden und die Handynummer haben.

Machen Sie Angebote auf Mobile-Plattformen - nutzen Sie [foursquare](#) und ähnliche Plattformen zur Veröffentlichung Ihrer Coupons.

Machen Sie Angebote auf gezielten Mobil-Apps - Erreichen Sie gezielt Smartphone-Benutzer.

Machen Sie Ihren Kunden Angebote über Twitter - Denken Sie daran, die Benutzung von Twitter als Plattform macht Ihre Angebote einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich. Das kann aber auch als "pushen" Ihrer Werbeaktionen, nicht als besonderer Dank angesehen werden.

Fügen Sie ein Angebot in RSS feeds ein - Dies schränkt Ihr Angebot an die Kunden ein, die Ihre Feeds abonniert haben. Vorbehalt: Da Sie nicht wissen, wer Ihre Feeds abonniert hat, kann Ihr Angebot von jedermann angenommen werden.

Geben Sie Ihrem Kunden 15 Sekunden Zeit mit seinem Ruhm "zu prahlen"!

Stellen Sie Ihre Kunden ins Rampenlicht wenn Sie das Geschäft oder Büro betreten- Benutzen Sie z.B. eine besondere E-Mail-Adresse wie vip@firma.com.

Stellen Sie besondere Kunden auf Ihrer Websie als "Stars" vor - Erstellen Sie ein virtuelles schwarzes Brett oder setzen Sie Kunden auf Ihrer Facebook-Seite ins Rampenlicht.

Widmen Sie einen speziellen Bereich Ihres Blog der Arbeit Ihrer Kunden - fügen Sie ein Foto des Kunden und seiner Produkte hinzu.



Heben Sie Kunden in Ihren Rundschreiben per E-Mail hervor - dies kann ein guter Weg sein das Ihre E-Mails geöffnet werden.

Tweeten Sie Fotos Ihrer Kunden und deren Projekte - Dies ist ein guter Weg, um Ihre Reichweite zu erweitern.

Heben Sie Kunden in Ihren Katalogen hervor - Zeigen Sie Ihre "Liebe" zu Ihren Kunden in Ihren eigenen Werbematerialien, die Ihr Produkt verkaufen helfen.

Promoten Sie Kunden in Magazinspalten als PR- oder Markeninhalt - Verwenden Sie Kundenerfolgsgeschichten um die Basis Ihrer Inhaltsmöglichkeiten zu verbreitern.

Erstellen Sie Videos über Ihre Kunden - Lassen Sie Ihre Kunden sich mit eigenen Worten erklären.

Integrieren Sie Fragen und Anregungen Ihrer Kunden in Ihr eigenes Video - Das Video kann auf Ihrer Website und/oder bei Youtube veröffentlicht werden. Nehmen Sie Kunden mit ihren Fragen auf und beantworten Sie die Fragen im Video.

Verwenden Sie Fotos zufriedener Kunden in Ihrer Werbung - Werbung auf Flickr beinhaltet oft Kundenfotos.

Stellen Sie die Arbeit zufriedener Kunden in Ihren Werbeaktionen vor - Das ist eine gute Möglichkeit zu zeigen, das für Sie nicht nur Experten, sondern Menschen "wie Du und ich" Projekte verwirklichen und entsprechend akzeptiert werden.

Interviewen Sie Kunden auf Ihrer Website - Zeigen Sie Inhalte aus Kundensicht und schaffen Sie dadurch Vertrauen.

Sammeln Sie Kundenanregungen in der Videoeinleitung - Erstellen Sie ein Video mit Kundenanregungen. Konzentrieren Sie sich auf Ihr Angebot oder eine Frage von Bedeutung für Ihre Zielgruppe.

Interviewen Sie Kunden in Ihrem Blog - Heben Sie ein Kundenprojekt hervor und zeigen Sie, wie Ihr Kunde dieses Projekt umsetzte.

Belohnen Sie Ihre Kunden - "ein Geschenk von mir"

Kunden wollen immer etwas Besonderes zu bekommen, besonders, wenn es kostenlos ist.



Belohnen Sie Kunden mit einer E-Mail für eine Anmeldung - Dies bedeutet nicht, dass Sie mehr Werbe-E-Mails senden! Stattdessen senden Sie etwas wie ein Whitepaper oder einen Coupon.

Bieten Sie etwas für einen Download - Dies ist besonders nützlich für Business-to-Business-Angebote.

Präsentieren Sie Kunden die sich besonders einbringen - Geben Sie Kunden einen Grund sich besonders einzubringen. Dabei ist es wichtig, den Kunden zu vergegenwärtigen, dass Sie etwas Neues machen und es vorteilhaft ist, wenn der Kunde sich beteiligt.

Belohnen Sie die Mitteilung der Handynummer und die Erlaubnis, diese zu nutzen - Denken Sie daran, Ihr Ziel ist es, Ihre Mobil-Funkdatei zu erstellen.

Bieten Sie Ihren Kunden ein Geschenk beim Kauf eines besonderen Artikels an - Machen Sie den Artikel und das Geschenk wichtig für den Kunden.

Verschenken Sie kostenlose E-Bücher - Teilen Sie Ihr Wissen mit Interessenten, Kunden und der Öffentlichkeit. Erstellen Sie nützliche Inhalte, die Interessenten und Kunden sich wünschen.

Geben Sie kostenlose Whitepaper - Diese neigen dazu, für Business-to-Business-Umsätze verwendet zu werden. Dies ist eine ältere Option, aber sie ist immer noch nützlich.

Bieten Sie kostenlose E-Cards - Dies ist ein guter Weg, damit Kunden mehr Zeit auf Ihrer Website verbringen und eine neue Perspektive für Sie.

Verschenken Sie kostenlos herunterladbare Spiele - Können auf einem Computer, iPad oder Smartphone genutzt werden. (Natürlich können Sie auch Werbung, Branding haben oder bezahlte Upgrades auf eine ausführlichere Version anbieten.) Dieses Geschenk trägt sich selbst.

Herunterladbare Klingeltöne - Viele Menschen wollen ihren mobilen Sound personalisieren, so dass sie ihn erkennen können. Bieten eine Vielzahl von Optionen, die sich auf Ihr Angebot beziehen.

Geben Sie gratis Computerhintergründe - Die Funktionalität muss nützlich für das Publikum sein, kann aber Werbung und / oder Angebotspräsentationen enthalten.

Verschenken Sie freie MP3s - Dies ist ein guter Weg, um potenzielle Kunden auf Ihre Musik oder andere Audios aufmerksam zu machen. Es darf aber nicht nur ein Werbespot für Ihr Unternehmen sein. Das ist nichts Besonderes!



Bieten Sie kostenlose Apps - Da viele mobile Anwendungen regelmäßig eingesetzt werden, ist es wichtig, Perspektiven zum Herunterladen und Verwenden zu bieten. Stellen Sie daher sicher, dass sie zu Ihrem Produktangebot passt und eine nützliche Funktion hat.

Verschenken Sie kostenlose Videos, als Download und/oder DVD - Machen Sie daraus kein Werbevideo. Denken Sie an Weiterbildung und Unterhaltung.

Machen Sie eine Verlosung für Ihre Kunden - Geben Sie den Kunden Lose mit einer Chance, einige Waren oder eine Geschenk-Karte zu gewinnen. Es ist nützlich, um Kunden für eine E-Mail-Liste zu gewinnen.

Lassen Sie Kunden Ihre Ware testen - Dies hat sich bei Delikatessen, Wein und Ähnlichem bewährt.

Überraschen Sie Ihre Kunden mit einer unerwarteten Beigabe - Dies ist ein guter Weg, um neue Produkte zu testen.

Geben Sie zusätzliche Nutzungsanleitungen hinzu - Seien Sie ein kompetenter Partner für den Kunden. Das ist besonders gut für Handwerk, Elektronik und Software.

Geben Sie Gratis-Service - Dies kann für eine Apotheke, Tierhandlung oder Tierklinik nützlich sein. Hautärzte machen oft kostenlos eine Krebsfrüherkennungs-Untersuchung für neue Patienten.

Geben Sie kostenlose Probierpackungen - Jeder mag es, die Kenntnisse zu erweitern, besonders dann, wenn es um Aktivitäten geht, die mit Leidenschaft gemacht werden. Dies ist eine großartige Möglichkeit, um neue Nutzer zu locken.

Bieten Sie kostenlosen Zusatzservice - Die Reinigung der Fußmatten im Auto nach einer Reparatur schafft ein positives Service-Image.

Feiern Sie den Tag - Bieten Sie Ihren Kunden etwas Besonderes, das aus dem Üblichen heraus fällt, ohne besonderen Anlass wie Feiertage. Dies ist eine Idee um auch während der "sauren Gurkenzeit" Betrieb zu haben.

Nutzen Sie Ihre Geschäft für eine Buchlesung - Bauen Sie eine Real-Life-Community rund um Ihre Kunden auf. Tun Sie dies außerhalb der Arbeitszeiten, so dass Sie nicht die Arbeit zu unterbrechen oder den Geschäftsbetrieb stören.

Gründen Sie einen "Club" - Er kann zu einem Thema im Zusammenhang mit Ihrem Geschäft gehören oder einfach nur ein Vorteil für Ihre Kunden sein. Das Ziel ist es, Leute in Ihr Geschäft zu bekommen und dafür zu sorgen, dass es mit einer positiven Erfahrung wieder verlassen wird.



Stellen Sie online Foren zur Verfügung - Denken Sie an freies Training oder einen Vortrag, um ein breiteres Publikum zu erreichen.

Stellen Sie Shoppern Leckereien zur Verfügung - Denken Sie breit. Es kann eine Schüssel mit Süßigkeiten in der Nähe Ihrer Kasse oder auf einem Tisch sein. Aber übersehen Sie nicht die vierbeinigen Freunde Ihrer Kunden und geben Sie auch ihnen Leckereien oder sogar Wasser bei heißem Wetter.

Liefere Sie frei Haus - Erweitern Sie Ihre Reichweite. Dies ist eine großartige Möglichkeit, Ihr Angebot zu erweitern.

Bieten Sie kostenlosen Versand - Dies hat sich zu einem notwendigen Bestandteil des Online-Marketings entwickelt. Es funktioniert für Einzelhändler wie Kaufhäuser und anderen lokalen Unternehmen wie Reinigungen. Bevor Sie dieses Angebot unterbreiten, stellen Sie sicher, dass es finanziell Sinn macht.

Let's Party

Der schnellste Weg zu einem Kundenherzen geht oft über den Magen.

Eine Party für Ihre Kunden - Geben Sie Kuchen und Rabatte um Ihren Geburtstag zu feiern.

Begleiten Sie Ihre Kunden zum Kaffee - Öffnen Sie früher mit Kaffee und Frühstück für eine eingeladenen Gruppe und gewähren Sie dieser eine ganz besondere Zeit zum Einkaufen.

Brauchen Sie eine Kaffeepause - Locken Sie mit Kaffee und Keksen.

Bieten Sie etwas zum trinken an - Holen Sie sich Kunden zur Entspannung nach der Arbeit. Dies kann ein ungewöhnliches Erlebnis für Service-Organisationen werden. In Weinhandlungen erhalten Kunden oft Weinproben in entspanntem Rahmen.

Betreuen Sie Kinder - Bieten spezielle Aktivitäten für Kinder, wie eine spezielle Aktion, oder auch nur Babysitting an.

Ehre den BFF (business friends friend) - Machen Sie die Freunde Ihrer Kunden zu Kunden. Veranstalten Sie besondere Aktionen wie einen "Girls-Abend".

Buy one, send one to a friend - Dies ist eine weitere Runde im Spiel buy one und erhalte ein kostenloses Angebot.



Seien Sie Gastgeber für einen Filmabend - Zum Beispiel zeigt Lion's Brand Studio einen Film mit einem Strick-Szene, immer am letzten Donnerstag des Monats.

Veranstalten Sie eine Pyjama-Party für Kinder - Laden Sie Kinder in Ihr Geschäft zu einer Abendparty, die Erwachsenen werden schon etwas kaufen.

Bringen Sie die Party zu Ihren Kunden - Eine Party bei einem Kunden zu Hause wie eine altmodische Tupperwaren-Party.

Helfen Sie Kunden dorthin zu gelangen - Denken Sie darüber nach, welche Verbindungen den Kunden helfen, den Veranstaltungsort zu erreichen. Dies ist eine große Erleichterung für Nicht-Auto-Fahrer und Senioren.

Bieten Sie spezielle Dienste für spezielle Zielgruppen - Definieren Sie Gemeinsamkeiten für bestimmte Gruppen und bieten Sie in diesem Rahmen etwas besonderes.

Geben Sie den Kunden das Gefühl etwas besonderes zu sein - Fördern Sie die Seilschaften unter Ihren Kunden mit dem Ziel, allen das Gefühl zu geben, bei Ihnen besondere Kunden zu sein.

Feiern Sie besondere Anlässe mit Ihren Kunden

Dazu gehören Geburtstag, Jubiläum, Promotionen oder sogar das Jubiläum des 1.Einkaufs in Ihrem Betrieb.

Versenden Sie Geburtstagspost - Denken Sie daran, Sie können einfach nur den Tag und den Monat speichern. Seien Sie sensibel mit der Tatsache, dass gerade Frauen ihr Alter nicht offenbaren wollen.

Beglücken Sie Ihre Kunden mit einem Geburtstagsbrief/-karte - Dies ist nicht nur eine Chance für die Verkaufsförderung, es geht um Ihre Kunden und deren Bindung an Ihr Unternehmen.

Schreiben Sie Ihre Geburtstagwünsche auf des Kunden Facebook-Seite!

Markieren Sie den Kundengeburtstag auf Ihrer Webseite - Zeigen Sie Ihren Kunden Ihre hervorragende Art der Betreuung.

Erstellen Sie in Ihrem Geschäft ein schwarzes Brett mit den Geburtstagskindern - Es ist ein guter Grund, um weitere persönliche Daten von Ihrem Kunden zu erhalten.



Senden Sie Kunden eine spezielle Promotion zum Geburtstag - Viele Einzelhändler bieten spezielle Geburtstagsaktionen für den Tag, die Woche oder den Monat des Geburtstages.

Senden Sie eine E-Mail zur Erinnerung an besondere Anlässe - Dies ist eine großartige Idee für vergessliche Ehemänner und Großeltern.

Senden Sie eine SMS um Kunden an Geburts- und Jahrestage zu erinnern - Denken Sie daran, Sie benötigen die Erlaubnis, um diesen Kanal zu nutzen.

Rufen Sie Kunden zu besonderen Anlässen an - Das ist gut für Blumenhändler und verwandte Produkte.

Senden Sie Kunden eine Karte zum Jahrestag - Hinweis: Dies gilt für persönliche Jubiläen und diejenigen, die den Geschäftsverkehr mit Ihrer Organisation betreffen.

Machen Sie eine Spende!

Diese Vorschläge schaffen eine Win-Win-Situation. Sie unterstützen eine gute Sache und erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden und Ihre Freunde in Ihren Shop kommen.

Spenden Sie einen kleinen Teil des Umsatzes für wohltätige Zwecke - Lassen Sie das die Kunden wissen.

Stellen Sie Ihr Geschäft für Treffen zur Verfügung - Dies kann sehr nützlich sein, zumal Gruppen oft Probleme bei der Suche nach Treffpunkten haben. Der Verkauf nach dem Treffen ist ja nicht verboten.

Beteiligen Sie sich an einer Wohltätigkeitsorganisation!

Bieten Sie Kunden einen kleinen Rabatt für eine Spende!

Geben Sie eine Lagermöglichkeit für Spenden zur Zwischenlagerung - Dies kann sehr hilfreich für eine nicht-gewinnorientierte Organisation mit beschränkten Möglichkeiten sein.

Geben Sie Reste für wohltätige Zwecke - Dies ist eine gute Idee für Lebensmittelgeschäfte und Restaurants für Lebensmittel, die ein Ablaufdatum überschritten haben.

Seien Sie grün - Benutzen Sie recyclebare Produkte für Verpackungen und bieten Sie Rücknahmemöglichkeiten für Batterien an.



Erlauben Sie NFP-Organisationen Ihr Schaufenster für Informationen zu nutzen!

Legen Sie Flyer von not-for-Profit-Organisationen in Ihre Einkaufsstützen - dies kostet nichts und hilft Informationen zu verteilen.

Legen Sie Flyer von not-for-Profit-Organisationen in Ihre Pakete - Eine weitere Variante.

Legen Sie Flyer von not-profit-Organisation in die Nähe der Kasse - Holen Sie sich die Aufmerksamkeit der Kunden, indem Flyer für einer NFP an die Kasse legen.

Werben Sie für NFTs auf Ihren Tragetaschen - Hier ist ein weiterer Weg um eine NFP zu unterstützen.

Organisieren Sie für eine NFT eine Verlosung - Zeigen Sie Ihre Unterstützung für eine Organisation durch einige Werbung in Ihrem Geschäft. Dem Image hilfts.

Fazit: Denken Sie daran, Ihr Ziel ist, Ihren Kunden Lust auf weitere Käufe zu machen. Diese Tipps sind nicht nur ein weiteres Mittel zur Verkaufsförderung. Unabhängig davon, welche dieser Optionen Sie wählen, die Auswirkungen auf Ihr Geschäft werden Sie erkennen. Dies umfasst eine Vielzahl von Möglichkeiten wie verbesserter Kundenservice, guter Wille, Umsatzsteigerungen und zusätzliche Sichtbarkeit. Wie bei allen Marketing-Initiativen, ist es wichtig, eine Vielzahl von Alternativen zu testen, um zu sehen, welche am besten abschneidet. Damit Ihre Kunden sich freuen und Ihnen treu bleiben, sollten Sie eine Auswahl von Optionen das Jahr hindurch testen.