



NEXT LEVEL KUNDENBINDUNG

**DER LOYALTY-LEITFADEN FÜR MARKETER
IM OMNICHANNEL-HANDEL**

INKLUSIVE 5 HÜRDEN, AN DENEN VIELE BEIM SETUP SCHEITERN

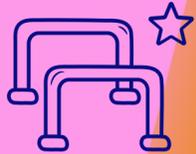
knistr

INHALT



DEIN EQUIPMENT

DU WILLST EIN LOYALTY-PROGRAMM _____ 4



THE CHALLENGES

INTERNE HÜRDEN ÜBERWINDEN _____ 6



MASTER THE LEVELS

DER KONKRETE 5-PHASEN-PLAN _____ 10



LET'S GO!

DU BRAUCHST EINEN LOYALTY ADVISOR _____ 12



CHOOSE YOUR PLAYER

WIR SIND DER TEAMMATE AN DEINER SEITE _____ 13

BOOOOM!

DEN ERSTEN SCHRITT HAST DU GESCHAFFT!

...denn Du hast diesen Leitfaden heruntergeladen, weil Du vermutlich in der gleichen Situation steckst wie viele Marketingentscheider im Omnichannel-Handelsumfeld. Der Umsatz geht zurück oder stagniert – Kund*innen wandern ab!

Und gerade deshalb glaubst Du an Strategien zur Kundenbindung...

...und deren Beitrag zur Zukunftsfähigkeit Deines Unternehmens. Richtig so!

Und nun ist genau das der Job – Kund*innen zu loyalisieren und von Eurer Marke zu begeistern. Leider stellt sich Dein Unternehmen dabei oft selbst ein Bein und macht die Umsetzung eines modernen Treueprogramms für Dich als Marketer schwierig bis fast unmöglich.

Glaub uns: diese Situation kennen wir gerade aus dem Handelsumfeld sehr gut. Viele Projekte haben wir stagnieren oder scheitern gesehen. Und eins stellen wir jedes Mal wieder fest:

Die Hürden sind immer dieselben.

Genau deshalb haben wir diesen Leitfaden erstellt. Egal, in welchem Stadium Du gerade rund um Dein Loyalty-Projekt bist, Du findest Dich sicher auf den folgenden Seiten wieder. Und bestimmt nimmst Du den einen oder anderen Tipp auf Deinem Weg zur richtigen Kundenbindungsstrategie mit.

READY, PLAYER ONE?

DEIM EQUIPMENT

DU WILLST EIN LOYALTY-PROGRAMM

Umfragen zeigen, dass viele Marketing-Verantwortliche längst erkannt haben, dass sie das **Omnichannel-Loyalty-Game mit modernen Kundenbindungsprogrammen gewinnen** können.

Aus der Arbeit mit vielen Unternehmen können wir sagen:

Wenn einen das Spielfieber erst mal gepackt hat, will man sein Programm am liebsten schon gestern gelauncht haben.

Gründe gibt es dafür genug: Schließlich können viele Unternehmen bereits **beeindruckende Erfolgsgeschichten und Best Practices rund um Loyalty** vorweisen. Kund*innen werden dort spielerisch eingebunden und sind begeistert. Nicht umsonst spricht man immer mehr von „**Joyalty**“. Man lernt sich in diesen Programmen kennen. Aus den Interaktionen werden wertvolle Informationen zum Kundenverhalten und ihrem Wert abgeleitet. Diese nutzt man direkt wieder dafür, um noch persönlicher und relevanter im Dialog zu werden. Das funktioniert! Der Weg scheint also klar zu sein, jetzt braucht es nur noch das Go der Geschäftsführung.

UNSER TIPP

Keep it simple – ein leicht verständlicher Ansatz auf den Punkt schafft Buy-In – bei der Geschäftsführung und später auch bei den Kund*innen!

FAKTEN

68%

der Unternehmen planen, ihre Investitionen in Kundenbindung zu erhöhen.

79%

der Händler mit einem bestehenden Loyalty-Programm werden dieses mit großer Wahrscheinlichkeit in den kommenden Jahren überarbeiten.

5x

günstiger ist es, bestehende Kund*innen zu halten, als neue zu gewinnen.

74%

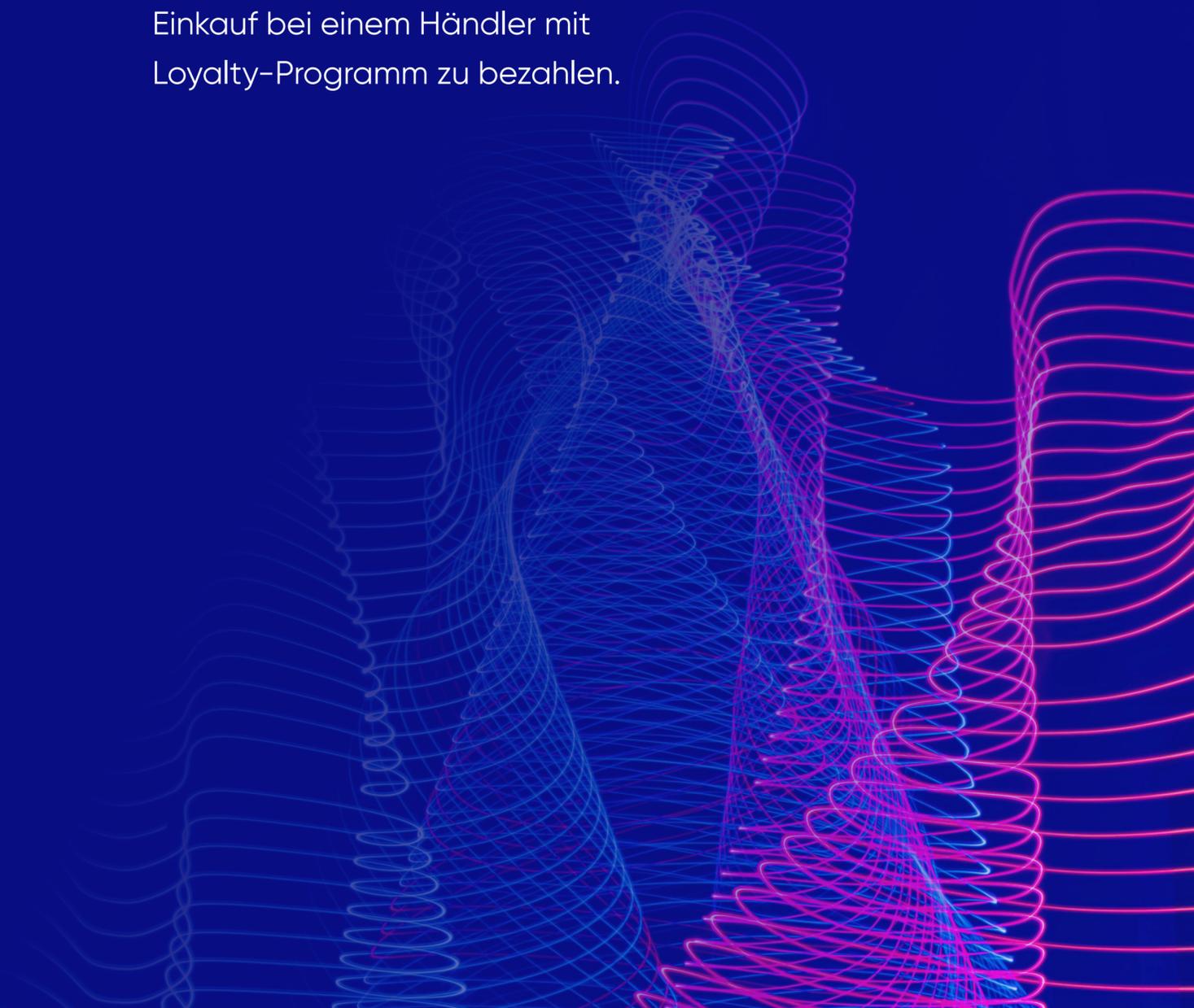
würden nicht nur häufiger, sondern auch mehr bei Händlern mit Loyalty-Programm kaufen.

Der Customer-Lifetime-Value von Teilnehmer*innen eines Treueprogramms ist höher, rund **25%**

31%

der Konsument*innen sind bereit, einen höheren Preis für ihren Einkauf bei einem Händler mit Loyalty-Programm zu bezahlen.

LEVEL UP



THE CHALLENGES

INTERNE HÜRDEN ÜBERWINDEN



#1 EURE KUNDEN(ER)KENNTNIS ALS SPIELBEGINN

Erste Challenge für den Marketer im Handel:

Ihr wisst nicht viel über Eure Kund*innen. Manchmal habt Ihr schon Informationen über Eure Zielgruppe oder sogar Daten aus einem Kundenbindungsprogramm oder von anderen Plattformen. Aber sie sind unstrukturiert abgelegt und wenig hilfreich. Oder (im schlimmsten Fall) nicht konsistent und qualitativ schlecht.

Klar ist: **Ihr braucht Wissen über die Kund*innen, um Eure neue erfolgreiche Loyalty-Strategie vorzubereiten, schließlich baut Ihr das Programm ja genau für diese Menschen!**

TIPP

Es gibt tolle Hacks, wie man Kundenwissen greifbar aufbereitet, damit man eine großartige Grundlage für den neuen Kundenbindungsansatz schafft!



#2 ALLEINE KOMMT MAN NICHT ANS ZIEL

EYDGEGER? CHECK.

Aber Gamer und Unternehmerinnen wissen: Nach der ersten Challenge steht man schon sehr bald vor der nächsten Herausforderung.

Und genau wie in Multiplayer-Spielen, **braucht man das gesamte Team, um die nächste Ebene zu erreichen.** Vor allen Dingen, wenn noch interne Hürden genommen werden müssen. Zusammen an einem Ziel zu arbeiten sorgt dafür, dass man eher und mit Leichtigkeit ankommt.

TIPP

Schon frühzeitig mit Gedanken um das Stakeholder Management beginnen. Und von Anfang an die Kolleg*innen zu Fans machen, die mit dem Programm arbeiten werden.



#3 DER EINSATZ FÜR KUNDENBINDUNG

Manchmal muss man einen Einsatz wagen, um später zu gewinnen. Wer im Game über einen Abgrund springt, kann meistens schon sehen, welche Belohnung auf der anderen Seite wartet.

Wer in Marketing investiert, nimmt oft erstmal nur den Abgrund wahr. Die Belohnung ist unsicher. Und was nicht messbar ist, wirkt zufällig. Deshalb ist es verständlich, wenn ein Loyalty-Projekt erstmal nach hohen Kosten aussieht.

Ein Loyalty-Case lässt sich rechnen. Schließlich ist es das Ziel des Programms, Marketing messbar effektiver werden zu lassen. **So erreicht man das nächste Level, auch bei Umsatz und Ertrag.** Noch mehr gewinnen kann man durch die Einbindung weiterer Partner in das Programm, die zum Erfolg beitragen und sich an Kosten beteiligen. Jetzt wird das Projekt interessant.

TIPP

Expert*innen verfügen über Rechenmodelle und markttypische KPIs, um den Loyalty-Case zuverlässig zu berechnen und damit zu überzeugen.

#4

SELBST BAUEN ODER SOFTWARE KAUFEN?

Und jetzt? Die Strategie ist durchgespielt, der Case lässt sich rechnen und auch Dein Team ist voll motiviert und bereit. Jetzt fehlt Dir nur noch **die Technologie für das Loyalty-Programm.**

Konstruiert man das selbst oder nimmt man einen Tech-Partner als weiteren Player dazu? Soll das Kundenwissen On-Premise oder in der Cloud gehalten werden? Wann soll das Programm live gehen? Wer stellt neue Releases bereit und begeistert Deine Kund*innen mit innovativen Features?

Wenn Du diese ganzen Fragen jetzt „on the run“ beantworten willst, kann das echt lange dauern. Aber das Gefühl sagt Dir vielleicht schon, dass es vielleicht besser ist, sich auf Expert*innen zu verlassen und sich selbst ums Kerngeschäft zu kümmern.

Andere haben diese Fragen rund um Make-or-Buy für sich schon beantwortet und können Dir helfen, wie Du Deine Optionen vergleichst!

TIPP

Lass Deiner Fantasie freien Lauf und entwickle Deine Wunsch-User-Stories! Eine gute Loyalty-Lösung sollte viele dieser Stories beherrschen. Wenn sie das nicht kann, hilft das schon bei der Entscheidung.

#5

FEHLENDE RESSOURCEN IN DER IT

Wenn Du mit einem Kundenbindungsprogramm starten willst, musst Du die neue Technologie hierfür fast immer integrieren. Vorbereitende Projekte sind nötig. **Und die Realität sieht meist so aus, dass auch hierfür IT-Ressourcen knapp sind.**

Denn es gibt viele Aufgaben, die intern konkurrieren. Das bringt Deine Kolleg*innen in die missliche Lage, dass die neuen Themen rund um das Loyalty-Programm einfach „on top“ kommen. Weil das nur selten funktioniert und zudem noch weitere Partner eingebunden werden müssen, verlangsamt sich Dein Projekt drastisch.

TIPP

Achte darauf, dass Du ausreichend Support hast, der Dich bei der Integration mit Rat und Tat unterstützen kann. IT-Teams müssen sehr frühzeitig geplant und Prioritäten gesetzt sein.

EIN TRUSTED ADVISOR HAT GENAU DIE AUFGABE, CHALLENGES MIT DIR ZU MEISTERN

Für manche Meilensteine brauchst Du einen TEAMMATE.

damit das alles jetzt nicht scheitert. Aber wie hat ein bekannter Gamer mal gesagt: „Was mich nicht umbringt, gibt mir Experience Points.“ – oder so ähnlich.

Klar ist: **Du brauchst die richtige Unterstützung. Was Dir dann hilft, ist mehr als ein Tech Partner. Du brauchst einen Trusted Advisor rund um Loyalty. Der Dir nicht nur den Rücken freihält, sondern mit Dir Hindernisse überwindet, Dich begleitet und Dein Team supportet.**

3-TEILIGE WEBINARREIHE ZUM LEITFADEN NEXT LEVEL KUNDENBINDUNG

Der Loyalty-Leitfaden für Marketer im Handel





MASTER THE LEVELS

DER KONKRETE 5-PHASEN-PLAN

1 SET THE STRATEGY

KNISTR schaut sich gemeinsam mit Deinem Team Eure Strategie und Positionierung an. Wir wollen Eure Loyalty Ziele verstehen und kreativ besprechen, wie man sie erreicht. Dazu ziehen wir weltweite Best Practices heran. Wir entwickeln Personas und Customer Journeys Eurer Zielkund*innen und beziehen so deren Erwartungen mit ein. Wenn Ihr bereits Kundendaten habt, werden wir diese analysieren, um noch besser zu verstehen, wie Eure Kund*innen handeln und was sie interessiert.

Also: Passend zu Eurer Strategie definieren wir genau das richtige Loyalty-Konzept für Eure Kund*innen. Denn nur so können wir zusammen erfolgreich sein.

Übrigens geht das ganz spielerisch und leichter als Ihr denkt. Wir haben tolle Werkzeuge vordefiniert, die uns bei der Diskussion unterstützen. Und die Ergebnisse dokumentieren wir gleich in visualisierten Formaten.

2 BUILD A TECH VISION

Das KNISTR Team weiß welche technischen Fragen beim Loyalty-Setup wichtig sind. Denn im Omnichannel-Handel kennen wir uns aus.

Am wichtigsten: was brauchen wir für das Loyalty-Programm an Technologie und wie wird diese an Deine bestehende Infrastruktur angebunden?

Erstmal machen wir es Dir einfach. Nämlich mit hervorragend dokumentierten Schnittstellen (APIs). Aber der Teufel liegt ja im Detail: Wie binden wir Kassensysteme und Online-Shops nun genau an? Wie automatisieren wir Kampagnen und managen unsere Zielkund*innen ganzheitlich? Du nutzt schon ein CRM oder CDP? Wie spielt das zusammen? KNISTR zeichnet mit Dir und Euren IT-Expert*innen ein visionäres Bild, wie sich die Loyalty-Umgebung in Eure Systemlandschaft einfügt und wie Daten nutzbar gemacht werden.



3 INVOLVE YOUR TEAM

Eigentlich steht Deiner Lösung nichts mehr im Wege. Du bist begeistert – und das schaffen wir gemeinsam auch mit Deinem Team! Vielleicht brauchst Du noch ein paar Argumente? KNISTR hat die richtigen Werkzeuge, um davon zu überzeugen, dass Loyalty sich lohnt. Denn mit dem Case lassen wir Dich nicht allein. Und wenn es darum geht, auch dem Vertrieb zu zeigen, dass sich mit einem Treueprogramm Ziele viel leichter und spielerischer erreichen lassen, dann sind wir an Deiner Seite!

In dieser Phase ist es wichtig, proaktiv, transparent & kompetent mit allen Beteiligten zu kommunizieren.

Loyalty funktioniert am besten als gemeinsame Sache. Und Unsicherheiten sollten besser schon früh beseitigt werden. Jetzt ist es super, wenn Du KNISTR als Deinen Trusted Advisor dabei hast und den schwierigsten Abschnitt des Spiels als Team löst.

4 NOW GET READY

Jump and Run ins Loyalty-Programm macht mit uns richtig Spaß! Denn wenn wir die ersten drei Hürden übersprungen haben, gehen wir mit Dir in die Umsetzung.

Das Gute: Auch im Onboarding sind wir als Teammate an Deiner Seite.

Wir sind nicht die, die Dich mit Deiner Software allein lassen. Und weil wir jeden Abschnitt des Spiels schon so oft durchgespielt haben, können wir Dir einen Readiness Support bieten, wie sonst niemand.

5 PUSH YOUR LIMITS

Du hast das letzte Level erreicht und bist bereit, Dein neues Loyalty-Programm abheben zu lassen? Dann ist es wichtig, dass Du jetzt nicht nachlässt. Dein Programm ist wie ein Flugzeug. Wenn Du nicht weiter Gas gibst, kann es an Höhe verlieren.

Deshalb sind Erfolgsmessung und stetige Weiterentwicklung wichtig. Und da steht das KNISTR-Team immer mit Tipps und Tricks bereit.





DU BRAUCHST EINEN LOYALTY ADVISOR

Hört sich nach Arbeit an? JA, das stimmt!

Aber Super Mario wurde ja auch nicht auf Anhieb durchgespielt.

Das Gute ist: wir können Dein Luigi sein! Frag einfach – wir nehmen Dich gern an die Hand.

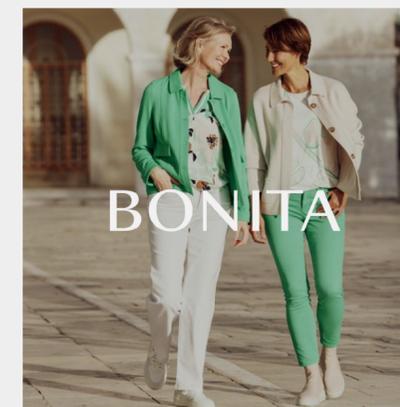
**KNISTR IST DEIN LOYALTY ADVISOR UND SAAS-TECH PARTNER.
MIT UNS LAUNCHST DU DEIN PERFEKTES KUNDENBINDUNGS-
PROGRAMM!**

KNISTR

UNTERNEHMEN, BEI DENEN WIR ERFOLGREICH SPIELEN

„Auf der Suche nach einem passenden Partner für den technischen Betrieb des „mein Bonita“ Kundenprogramm für unseren Kunden Bonita, haben wir mit KNISTR einen innovativen Experten gefunden. Der Launch des Loyalty Systems und die Migration bestehender Kundenkonten verliefen problemlos. KNISTR zeichnet sich durch Innovation und ein tiefes Verständnis für Omnichannel-Handel aus.“

Martin Farwick, Geschäftsführer bei INSIGHTS-OUT



„Es ist uns wichtig, dass wir unsere Kunden nicht an irgendwelche Rabatte oder Programme binden, sondern an uns als Unternehmen, das für seine Kunden bestimmte Werte verkörpert und dafür auch gemocht wird. KNISTR hat unseren Bedarf sofort verstanden und ist mit einem großen Zielgruppenverständnis und viel Kreativität an die Umsetzung gegangen. Dank der Kombination der Erfahrungen aus unserem bisherigen Programm mit der hochflexiblen Lösung von KNISTR ist eine hervorragende, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit viel Perspektive und Potenzial entstanden.“

Simon Engelhorn, COO bei engelhorn

UND VIELE WEITERE!



CHOOSE YOUR PLAYER

WIR SIND DER TEAMMATE AN DEINER SEITE

Im Omnichannel-Handelsmarketing zu arbeiten, ist häufig ein Spiel, das man besser mit mehreren Player*innen spielt.

Während sich Expert*innen eben noch einig waren, dass der stationäre Handel nicht mehr lange existiert, ist die Branche noch lange nicht „Game Over“. Die Spielregeln haben sich einfach ein bisschen geändert. **Du Dich auch?**

Es ist doch so: Menschen werden digital zwar auf Euch aufmerksam – sie möchten Produkte aber auch erleben, anfassen und testen. Im Real Life. Sonst wäre dieser Laden mit dem Obst im Logo ja auch komplett digital. Ist er aber nicht, weil es gut ist, mit Menschen über Produkte sprechen zu können, bevor man sie kauft.

Und weil Kundenbindung eben auch durch das Erlebnis im Geschäft entsteht. Dabei gewinnen letztlich beide:

Du lernst Kund*innen auf einer persönlichen und emotionalen Ebene kennen – und sie fühlen sich wertgeschätzt und angesprochen.

Hier kommt der No-Brainer: Wenn Du Deine Kund*innen besser kennenlernen und spielerisch einbinden möchtest und damit bereit bist, Deine Strategie für noch mehr Kundentreue auf das nächste Level zu heben –

DANN BRAUCHST DU EINEN ADVISOR! **KNISTR**



KNISTR IST DER FÜHRENDE LOYALTY CLOUD ANBIETER FÜR DEN OMNICHANNEL-HANDEL IN DACH

Wir haben Erfahrung bei der Projektierung, der Implementierung und dem Betrieb zahlreicher Kundenbindungsprogramme im Handelsumfeld. Dadurch bieten wir genau die Expertise und Innovationskraft, die Du für die Umsetzung Deiner individuellen Loyalty-Strategie brauchst.

Als **Dein Teammate** nehmen wir Dich von der ersten Idee bis zur fortlaufenden Weiterentwicklung an die Hand. Unsere cloudbasierte SaaS-Technologie ist führend und macht Loyalty spielerisch leicht.

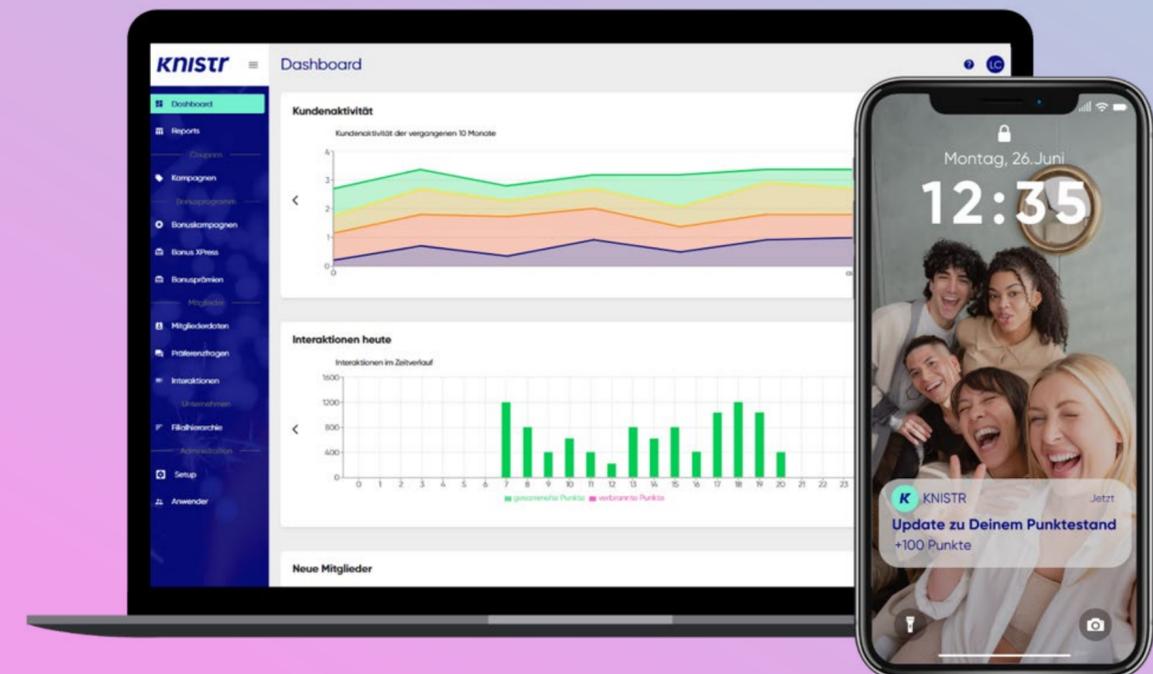
Klingt spannend? Dann buche hier Deinen Termin für ein kostenloses & unverbindliches Beratungsgespräch mit unseren Expert*innen:



LET'S PLAY!



KNISTR





KNISTR

Hugh-Greene-Weg 2 · 22529 Hamburg
knistr.com · hello@knistr.com



LEVEL UP · LEV