

Kundenbindung mit System:

mit Herz, Plan und dem richtigen Werkzeug. In drei Schritten zum Umsetzungsplan.

Digi-Morgen 10.06.2026

SABU

AGENDA

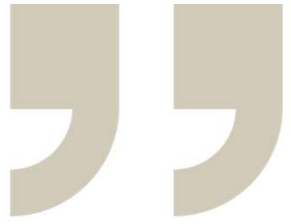
Einstieg

Baustein 1: Das Ziel

Baustein 2: Die Strategie

Baustein 3: Das Werkzeug

Zusammenfassung



Welches Tool/System oder welche Software ist die Beste?



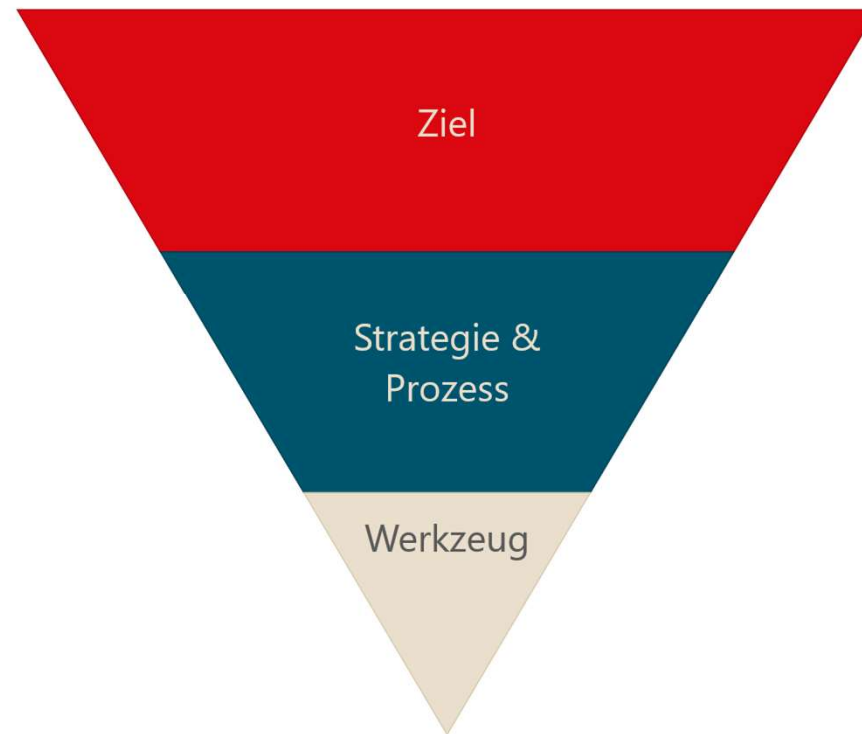
Veranschaulichung

- Zuerst Autokauf
- Dann Ziel festlegen



Der falsche Ansatz

So beginnen die meisten
Steht auf der Spitze – kippt



Die korrekte Reihenfolge

1. Ziel

Wohin?

2. Strategie & Prozess

Welcher Weg?

3. Tool / Werkzeug

Womit?

So ist es richtig
Steht stabil auf der Basis



Das Ziel trägt alles

Baustein 1: Das Ziel

Mit Herz!

SABU

Wunsch ≠ Ziel

Wunsch:

- Mehr Stammkunden
- Mehr Umsatz
- Höhere Kauffrequenz
- Etc.

Ziel:

- 70 % Stammkundenanteil
- 20% Umsatzsteigerung bei Stammkunden
- Verdoppelung der Kauffrequenz bei Stammkunden

Drei Ziele die Wirkung zeigen



Datenerfassung:

Wir erhöhen die Erfassungsquote an der Kasse von heute 15 % auf 50 % der Bons innerhalb von 6 Monaten



Datenqualität

Wir bringen den Anteil anschreibbarer Kontakte (gültige E-Mail/Mobilnummer + Einwilligung) von 30 % auf 70 % bis Jahresende %.



Umsatz

Wir reaktivieren 10 % der seit über 12 Monaten inaktiven Kunden innerhalb eines Quartals, mit einer gezielten Rückhol-Aktion.

Baustein 2: Strategie & Prozess

Mit Plan!

SABU



Die Strategie ist der Weg zum Ziel, der Prozess der
Weg in den Alltag

Die Strategie (der Weg zum Ziel)

Ziel:

Verdoppelung der Kauffrequenz
bei Stammkunden

Strategie:

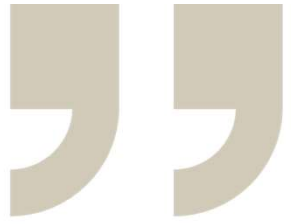
Kunden, die in den letzten
Monaten einmal bei mir gekauft
haben, lade ich rund drei Monate
später per E-Mail/Postmailing
persönlich wieder ins Geschäft
ein, mit einem kleinen Anreiz für
den zweiten Besuch.



Der Prozess (der Weg in den Alltag)

Damit aus dem Plan Alltag wird: drei Fragen, drei Antworten:

- **Datenerfassung?**
An der Kasse oder im Verkaufsgespräch, E-Mail/Adresse erfassen & Einwilligung einholen. Verkauf auf Kundennummer buchen
- **Auslöser?**
Drei Monate kein zweiter Kauf → automatische Ansprache.
- **Verantwortlich?**
MA/Inhaber prüft die Liste am Monatsende.



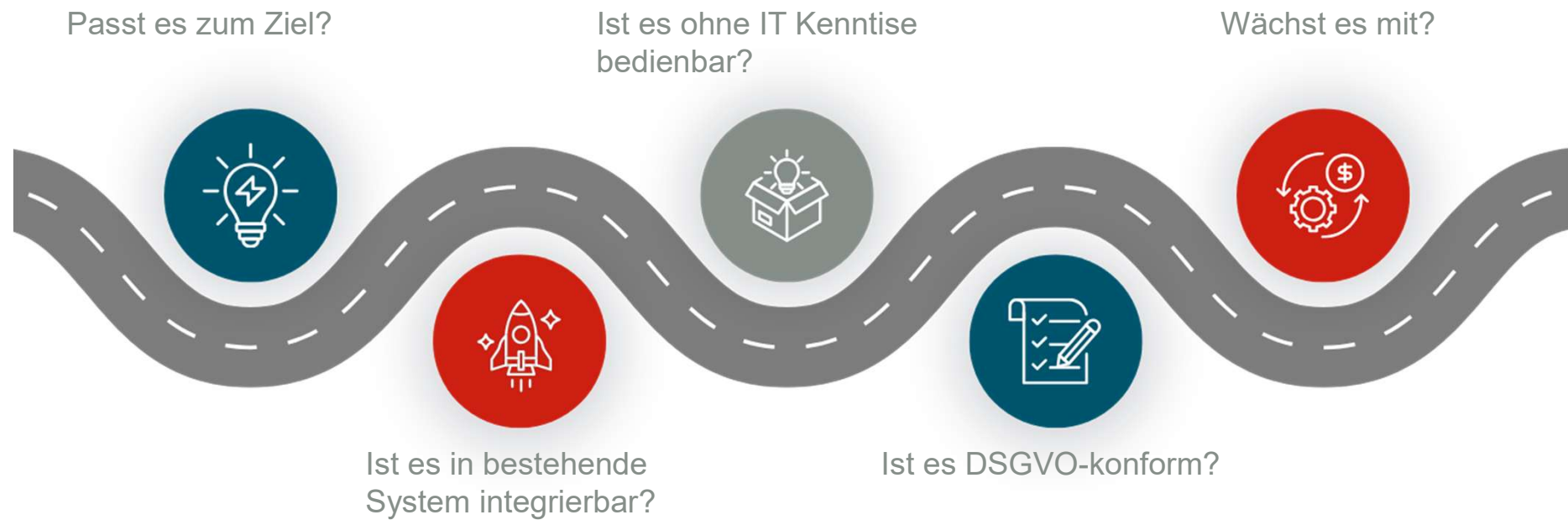
Der Clou!

Wir haben eine fertige Anforderungsliste.
Die Systemauswahl ist keine Mutprobe, sondern nur
ein Abgleich



Baustein 3: Das Tool/Werkzeug

Fünf hilfreiche Kriterien zum Abgleich



”

„klein anfangen“

Eine einzige Funktion, die Sie konsequent nutzen,
schlägt zehn, die Sie nie anfassen in einer Premium-
Software

“
17

ZIEL → STRATEGIE & PROZESS → Tool/Software

Wohin? → Welcher Weg? → Womit?

Möglicher Umsetzungsplan:

- Diesen Monat:
Festlegung messbares **Ziel**
- Nächsten drei Monate:
Auf welchem Weg (**Strategie**) und wie (**Prozess**) erreiche ich das Ziel
- Bis Ende des Jahres:
Auswahl einer (technischen) Lösung um Prozess zu etablieren

Vielen Dank für eure Teilnahme!

Kundenbindung mit System, Digi-Morgen 10.06.2026

SABU