

Stammkunden durch Kundenbindung

Von Dr. Martina ORTNER, Wien

Charakteristisch für die derzeitigen Marktbedingungen sind gesättigte Märkte und oft unberechenbare Kunden. Um Konsumenten überhaupt zu gewinnen, müssen Produkte und Präsentation interessant und einzigartig sein. Was ist zu tun, damit einmal gewonnene Kunden auch regelmäßig wieder kommen?

Erste Bedingung dafür, dass Kunden öfter als nur einmal kaufen, ist die Zufriedenheit sowohl mit dem Produkt als auch mit dem Service. Mittlerweile weiß jeder Direktvermarkter: Die Kunden sind zufrieden, wenn die Produkte qualitativ hochwertig, hygie-



Eine Stärke der Direktvermarkter ist ihre Kompetenz in puncto Lebensmittel. Im Gegensatz zu Verkäufern in Supermärkten haben Direktvermarkter die Chance ihre Kunden persönlich zu beraten bzw. ihre Wünsche direkt zu erfahren.

Erwartungen der Verbraucher

■ **Sicherheit:** Konsumenten wollen sich sicher fühlen. Durch qualitativ hochwertige Produkte, hygienische Produktion und Präsentation, Referenzen von anderen Kunden, Auszeichnungen, Gütesiegel, Untersuchungsergebnisse und Informationen zu Produkten kann diesem Bedürfnis entsprochen werden.

■ **Abwechslung:** Konsumenten wollen aus einer breiten Produktpalette auswählen. Dazu gehören unter anderem die ansprechende Präsentation, verschiedene Packungsgrößen, Rezepte, Tipps und immer wieder neue Erzeugnisse.

■ **Selbstbestätigung:** Kunden wollen lenge Zuwendung. Sie wollen aufmerksam behandelt und ernst genommen werden. Besonders wichtig ist die persönliche Ansprache und sich Zeit nehmen zum Zuhören.

■ **Nützlichkeit:** Kunden wollen sich und ihrer Familie etwas Gutes zubereiten, sie wollen etwas Gesundes und Wertvolles und sie wollen günstig einkaufen.

■ **Anerkennung:** Kunden wollen die Bestätigung dafür, dass sie richtig handeln. Sie möchten zum Beispiel hören: „Sie haben sich gut entschieden“, oder „Damit haben Sie eine gute Wahl getroffen“.

nisch einwandfrei und frisch sind. Selbstverständlich werden auch eine attraktive Präsentation, die entsprechende Verpackung sowie freundliches und kompetentes Personal erwartet. Aber Stammkunden sind mehr als „nur zufriedene Kunden“. Erst wenn Direktvermarkter eine Beziehung zu ihren Kunden aufgebaut haben und eine Kundenbindung zu ihnen oder ihrem Betrieb besteht, haben sie einen richtigen Stammkunden.

Stammkunden sind treue Kunden, die mehr und öfter einkaufen. Stammkunden reagieren weniger empfindlich auf Preiserhöhungen und probieren gerne neue Produkte aus. Stammkunden brauchen weniger Werbung, sie machen sogar für Sie Werbung und empfehlen Sie weiter. Direktvermarkter haben oft einen hohen Anteil an Kunden, die regelmäßig kommen. Sie müssen sich daher laufend mit neuen Ideen und Maßnahmen zur Kundenbindung beschäftigen um interessant zu bleiben.



Den Kunden zuhören

Grundsätzlich kaufen Konsumenten, um ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Die Grundbedürfnisse wie Hunger und Durst treten dabei aber immer mehr in den Hintergrund. Gefühle und Erlebnisse beeinflussen die Kauf- und letztendlich lösen Emotionen Kaufentscheidungen aus. Gute Vermarkter haben daher die Erwartungen ihrer Kunden im Auge. Sie wissen, die Kunden wollen die Wünsche nach „Sicherheit“, „Abwechslung“, „Selbstbestätigung“, „Nützlichkeit“ und „Anerkennung“ erfüllt haben. Die Erwart-

ungen von Kunden, die zum ersten Mal beim Direktvermarkter ein-

◀ Kundenbindung erreicht man auch durch Gemeinsamkeiten. Hoffeste eignen sich hervorragend um mit den Kunden zu plaudern und sich näher kennen zu lernen.