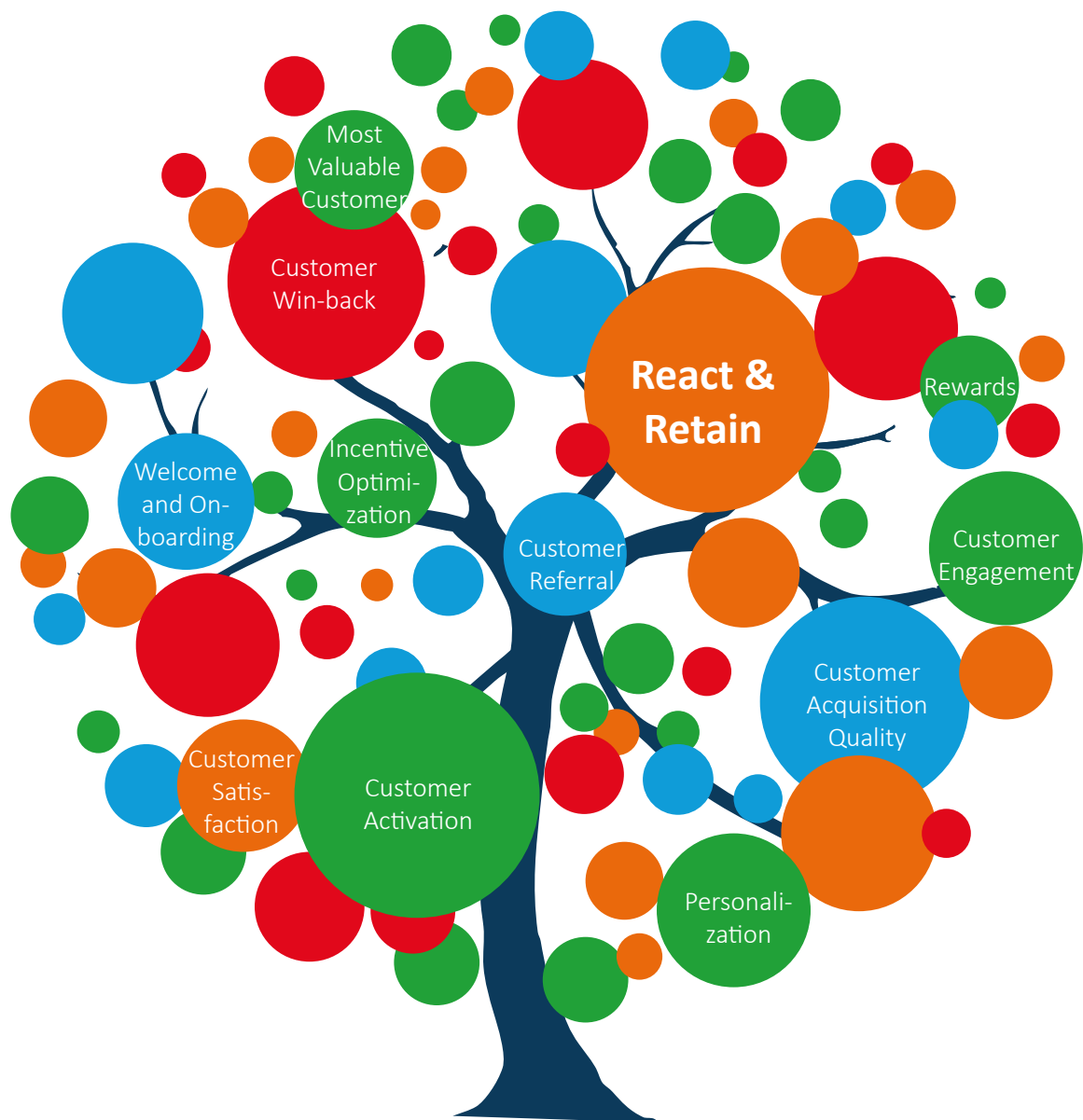


CASE STUDY

REACT & RETAIN

WENIGER KUNDENABWANDERUNG
STABILE, HÖHERE UMSÄTZE



Warum lohnt sich Kundenbindung?

50%

weniger Kundenabwanderungen bringen künftigen Wertzuwachs im Kundenstamm von

15 Mio.€



Im stetig härter werdenden Wettbewerb haben Verbraucher immer mehr Möglichkeiten zur Auswahl, wo und wie sie ihre gewünschten Produkte kaufen. Die zusätzlich weit verbreitete Preisorientierung und allorts anzutreffende Sonderangebote haben die Kundenbindung im Einzelhandel deutlich erschwert. Wenn aber Händler Kundenabwanderungen bereits vor deren Einsetzen verhindern, werden Investitionen in Kundenbindungsmaßnahmen automatisch enorm profitabel und steigern somit den langfristigen Unternehmenserfolg. Händler müssen also möglichst schnell herausfinden, wie und wann sie ihre Kunden ansprechen. Die Umsetzung einer passenden Marketing-Strategie mit klaren Zielen ist daher überlebenswichtig, um effektive Verkaufsförderung zu gewährleisten.

So ist auch bei einem Einzelhandelsunternehmen in Norddeutschland der Preisdruck der Online-Konkurrenz klar zu spüren. „*Preise binden keine Kunden*“, so der Geschäftsleiter Marketing, der vor allem in der Kundenbindung die Chance für den stationären Einzelhandel sieht. Die Kernfrage lautet für ihn: „*Was müssen wir heute tun, damit der Kunde morgen wiederkommt?*“ Bei einem Jahresumsatz von rund 62 Mio. Euro mit rund 75.000 aktiven Kunden, die ihre Kundenkarte nutzen, ist auch sein Unternehmen von sinkenden Besucherzahlen und geringer werdender Kauflust seiner Kunden betroffen.

Die Experten von Cloudspace Analytics haben hier im Rahmen eines Customer Revenue MAX Projekts ermittelt, dass eine Halbierung der Abwanderungsrate eine Steigerung des Customer Equity (künftiger Barwert des Kundenbestandes) um fast 15 Mio. Euro (+60%) bewirken kann. Kundenbindung hat einen schnell wirkenden Umsatzeffekt und ist auch hinsichtlich des Unternehmenserfolgs einer der wichtigsten Faktoren überhaupt. „*Wir wollen die Lebenszeit des Kunden verlängern und holen so mehr Wert aus jeder Kundenbeziehung. Das schlägt sich auch sehr positiv auf die Gesamtprofitabilität des Unternehmens durch.*“

Was bringt die Initiative React & Retain?

Hintergrund

Zu jedem Zeitpunkt sind etwa 10-20% der aktiven Kunden abwanderungsgefährdet. Sie laufen also Gefahr, zur Konkurrenz abzuwandern. *„Wenn es uns gelingt, diese gefährdeten Kunden rechtzeitig zu identifizieren und richtig zu ermuntern, können wir so drohende Umsatzverluste kostengünstig abwenden. Und zwar als dauerhaften Prozess“*, so der Marketingleiter.

Die Berater von Cloudspace Analytics haben berechnet, dass das Umsatzausfallrisiko bei monatlich 640.000 € und somit bei jährlich 7,7 Mio. € liegt. *„Da sind rund 7% des Gesamtumsatzes generell in Gefahr. Und 60% hiervon würden auf jeden Fall verloren gehen, wenn wir so weitermachen wie bisher!“*

Dass geeignete Maßnahmen einen Teil dieser Umsätze sichern können, beweisen viele Branchenbeispiele. Im vorliegenden Fall prognostizierten die Experten von Cloudspace Analytics Umsatzsteigerungen durch React & Retain gegenüber einer Kontrollgruppe von rund 320.000 € in den ersten 12 Wochen.

Zielsetzung

- Identifizierung von gefährdeten Kunden und deren Bewertung bezogen auf ihr künftiges Kaufverhalten
- Definition von Maßnahmen mit einem verbundenen Anreizsystem zum Wiederkauf
- Sammeln von Informationen zur Behebung der Störungen in der Kundenzufriedenheit (z.B. Wechselgrund)

Vorgehensweise

- Kundenanalyse: Identifizierung gefährdeter Kunden und Bewertung der Abwanderungsrisiken
- Definition geeigneter Maßnahmen hinsichtlich
 - Wirksamkeit
 - Wirtschaftlichkeit
- Kunden-Feedback aufnehmen
- Gezielte Ansprachen und Erfolgsauswertungen

bis zu 20%

der Kunden eines typischen Einzelhändlers drohen zur Konkurrenz abzuwandern.

7%

Gesamtjahresumsatz drohen ohne gezielte Maßnahmen für gefährdete Kunden unwiederbringlich verloren zu gehen.

Fallstudie

Planung der Retain-Initiative

Zielsetzung der Aktion

Robuster Test der React & Retain Systematik: Anschreiben (white mail) an bedrohte Kunden mit einer nach prognostiziertem Kundenwert gestaffelten Gutschein-Incentivierung für den nächsten Einkauf bei einem Aktionszeitraum von 4 Wochen.

Zielgruppenselektion

Mit Hilfe von Predictive Loyalty Segments können die Umsatzpotenziale jedes Kunden im Bestand quantifiziert werden. Somit kann auch die richtige Marketingmaßnahme treffsicher ausgewählt werden, die für die spezifische Kundensituation das beste Resultat verspricht.

Ansprachemechanik

Einstufiges Anschreiben inkl. im Aktionszeitraum einlösbares Gutschein gestaffelt nach Kundenwert/Kundenstatus:

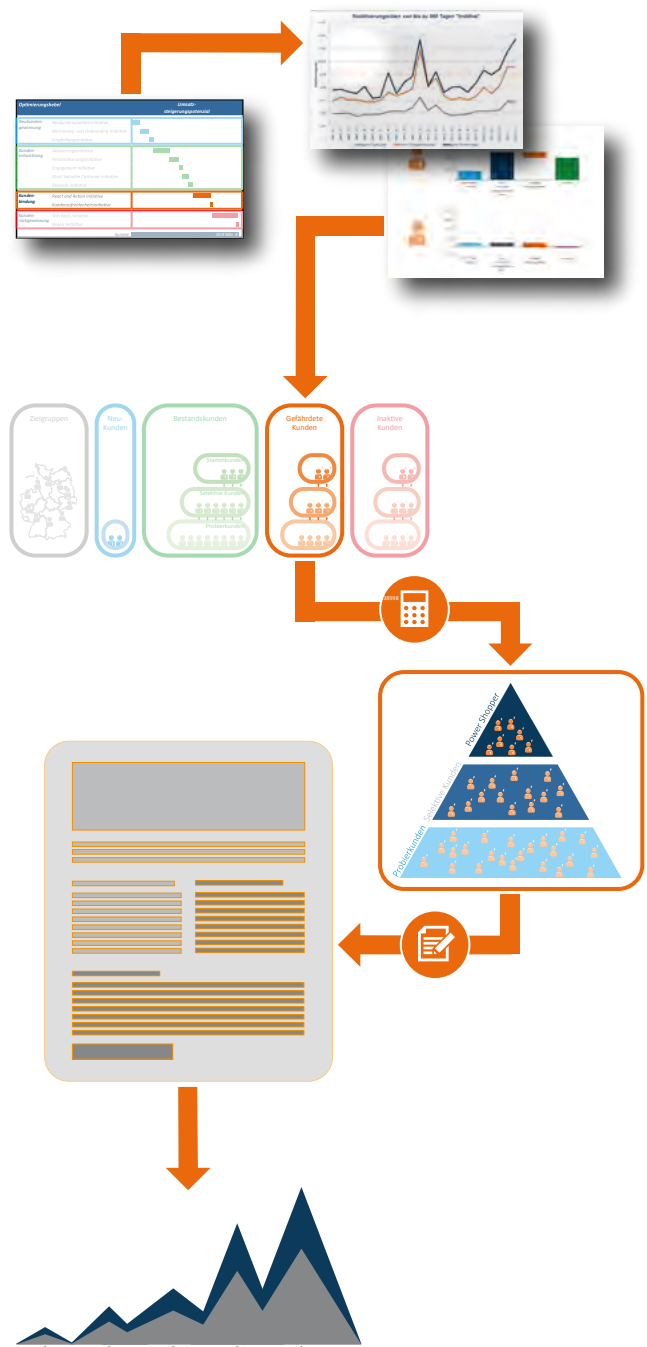
- Stammkunde: 40€ bei Mindesteinkaufswert 120€
- Selektivkunde: 20€ bei Mindesteinkaufswert 80€
- Probierkunde: 10€ bei Mindesteinkaufswert 50€

Kunden Feedback

Beiliegender Fragebogen (allgemeine Kundenzufriedenheit/Anmerkungen); Ziel ist es, in den Bereichen Qualität, effiziente Durchführung, fachmännische Betreuung, Zufriedenheit der Kunden und qualifizierte Beratung Hinweise zur Verbesserung zu sammeln.

Auswertung

Zur Bestimmung der Effektivität der Initiative wurden diejenigen Umsätze bestimmt, die die angeschriebenen Kunden gegenüber einer Kontrollgruppe (nicht angeschrieben) im Aktionszeitraum zusätzlich erzielten. Auf dieser Grundlage sollte über die Zweckmäßigkeit eines dauerhaften Reaktivierungsprozesses entschieden werden.



React & Retain Initiative

Mehr als 68.000 € Soforteffekt und rd. das 6-fache binnen drei Monaten

- kurzfristig -

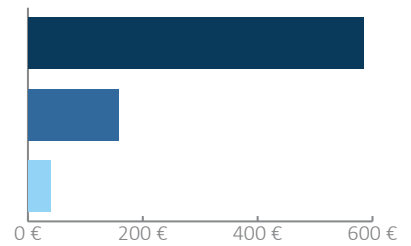
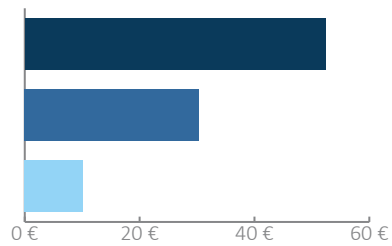
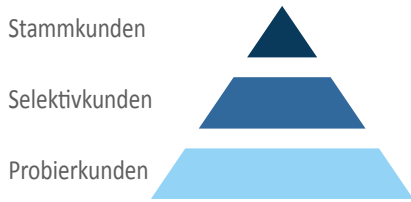
- mittelfristig -

Durchschnittlicher Umsatz
je Kunde innerhalb des Aktions-
zeitraums von vier Wochen

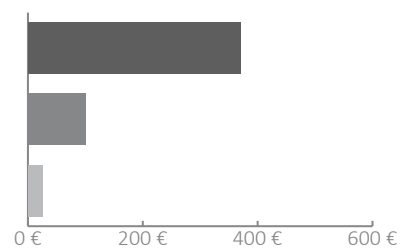
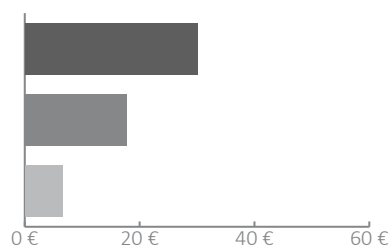
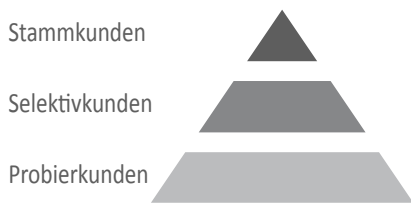
Durchschnittlicher Umsatz
je Kunde innerhalb von drei
Monaten



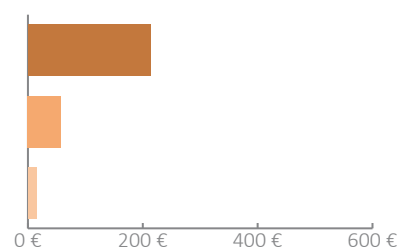
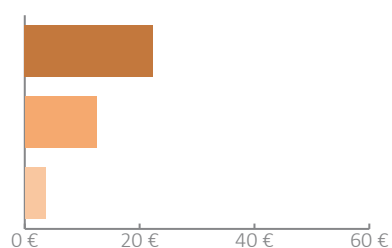
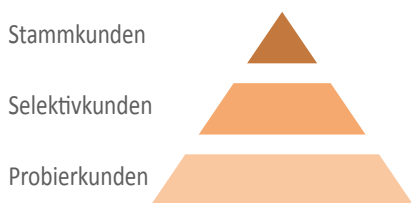
Angeschriebene Kunden



Kontrollgruppe



Umsatzeffekt der React & Retain Initiative



Gesamteffektivität der Initiative

[Gesamt-Umsatzdelta gegenüber Kontrollgruppe]



Fazit

60%

Responserate im Stammkundensegment

„Die Initiative React & Retain war ein unerwartet großer Erfolg. Response Raten im, für uns sehr bedeutenden Stammkundensegment von über 60%, haben uns überrascht“, resümiert der Marketingleiter. Durch die Mindestausgabengrenzen für den Gutschein ist es zudem gelungen, über alle Segmente hinweg die Warenkorbwerte zu steigern, da die Gutscheininvestitionen fein ausgesteuert wurden. Das Kunden Feedback wurde gesammelt und ausgewertet. Die Dialoge mit den Kunden sollen digital weitergeführt werden, um die Zufriedenheit im Bestand kontinuierlich zu erhöhen und somit zusätzliche Kundenbindungseffekte zu erzielen.

365.000€

zusätzlicher Umsatz in den ersten drei Monaten

„Über 77% der Kunden haben nach der Aktion ihre gesteigerte Einkaufsfreude weiter fortgesetzt und uns damit weiteren Umsatz gesichert. Vor diesem Hintergrund haben wir uns zu einer Implementierung eines dauerhaften React & Retain Prozesses entschlossen.“ In Summe wurden im Auswertungszeitraum innerhalb der ersten 3 Monate zusätzlich über 365.000 € Gesamtumsatz gesichert. Dies entspricht einem Jahresumsatzplus von 1,5 Mio. €.

Transform To The Max Kundenpotenzial effektiv ausschöpfen

Um ein Maximum an Umsatz und Deckungsbeitrag aus jeder einzelnen Kundenbeziehung zu holen, muss die Marketingstrategie sämtliche Treiber berücksichtigen, die umgehend möglichst nachhaltige Steigerungen der Customer Equity bewirken. Cloudspace Analytics hilft Unternehmen, ihre aktuelle Performance im Kundenbestand zu bewerten, die Auswirkungen von geeigneten Initiativen vorherzusagen und optimale Verbesserungen schnell und effizient umzusetzen.



Initiativen zur Steigerung der Customer Equity

Customer Acquisition Quality | Welcome and Onboarding | Customer Referral | Activate Initiative | Personalization | Engagement | Most Valuable Customer | Rewards | Incentive Optimization | **React and Retain** | Satisfaction Initiative | Win Back | Repair | Measurement | Campaign Efficiency | Testing | Insights | Location Based | Data Driven | Product Returns

cloudspace
ANALYTICS



www.cloudspace-analytics.com

sales@cloudspace-analytics.com

Bonn

Frankfurt

0228 /9477-7996

06196/9218-096

cloudspace
ANALYTICS

