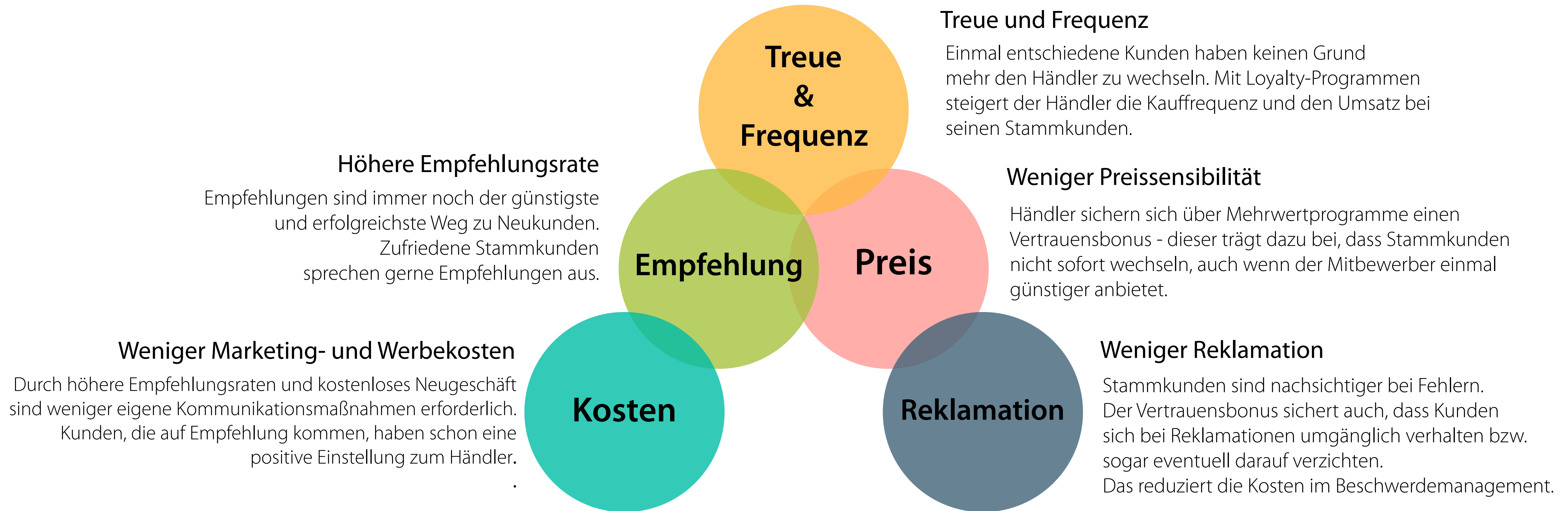




# Warum Kundenbindung?

Intensiver Wettbewerb um den Kunden



Die Gewinnung von Neukunden kostet 5x mehr als die Bindung von Bestandskunden.

Die Rückgewinnung verlorener Kunden ist noch teurer.

5% mehr Kundenbindung kann die Profitabilität bereits um 75% steigern.

# Warum Kundenbindung?



## Intensiver Wettbewerb um den Kunden

01

### **Kunden haben die Wahl und damit Macht**

Durch das Internet sind Konsumenten heute besser informiert und kaufen gezielter ein. Aus dem reinen Verkäufermarkt ist ein transparenter Käufermarkt geworden - mit vielen Möglichkeiten. Der Kunde ist grundsätzlich wechselbereiter. Eine (emotionale Bindung) zu einer Marke oder seinem Händler gibt es immer weniger. Das ist der Ansatz von paycentive. Der Händler, der sich im immer härteren Wettbewerb positionieren möchte, muss gegen diesen Trend angehen und sich die Aufmerksamkeit des Kunden über den Einkauf hinaus sichern.

02

### **Mehrwerte = Identifikation**

Händler, die vielfältigen Service bieten, punkten beim Kunden langfristig. Neben einem guten Produkt und einer persönlichen Beratung gehört auch ein aktiver Kundenmehrwert dazu, der den Einkauf nachhaltig aufwertet. Kunden, die mit dem Produkt zufrieden sind, die individuelle Beratung schätzen und darüber hinaus für den Einkauf mit der girocard über paycentive belohnt werden, sind begeistert und werden dem Händler lange treu bleiben. Stimmt die Wahrnehmung beim Einkauf insgesamt, wird das Vertrauen des Kunden in den Händler und Image nachhaltig gestärkt.

03

### **Stammkunden sind Botschafter**

Zufriedene Kunden kehren für einen Einkauf nicht nur regelmäßig zurück, sie berichten über ihr nachhaltiges Käuferlebnis, gerade auch im Familien- und Freundeskreis, in sozialen Netzwerken und auf Verbraucherportalen. Die glaubwürdigste Empfehlung kommt aus dem persönlichen Umfeld - von Mensch zu Mensch - und ist für den Händler doppelt wertvoll.

# Warum Kartenzahlung?



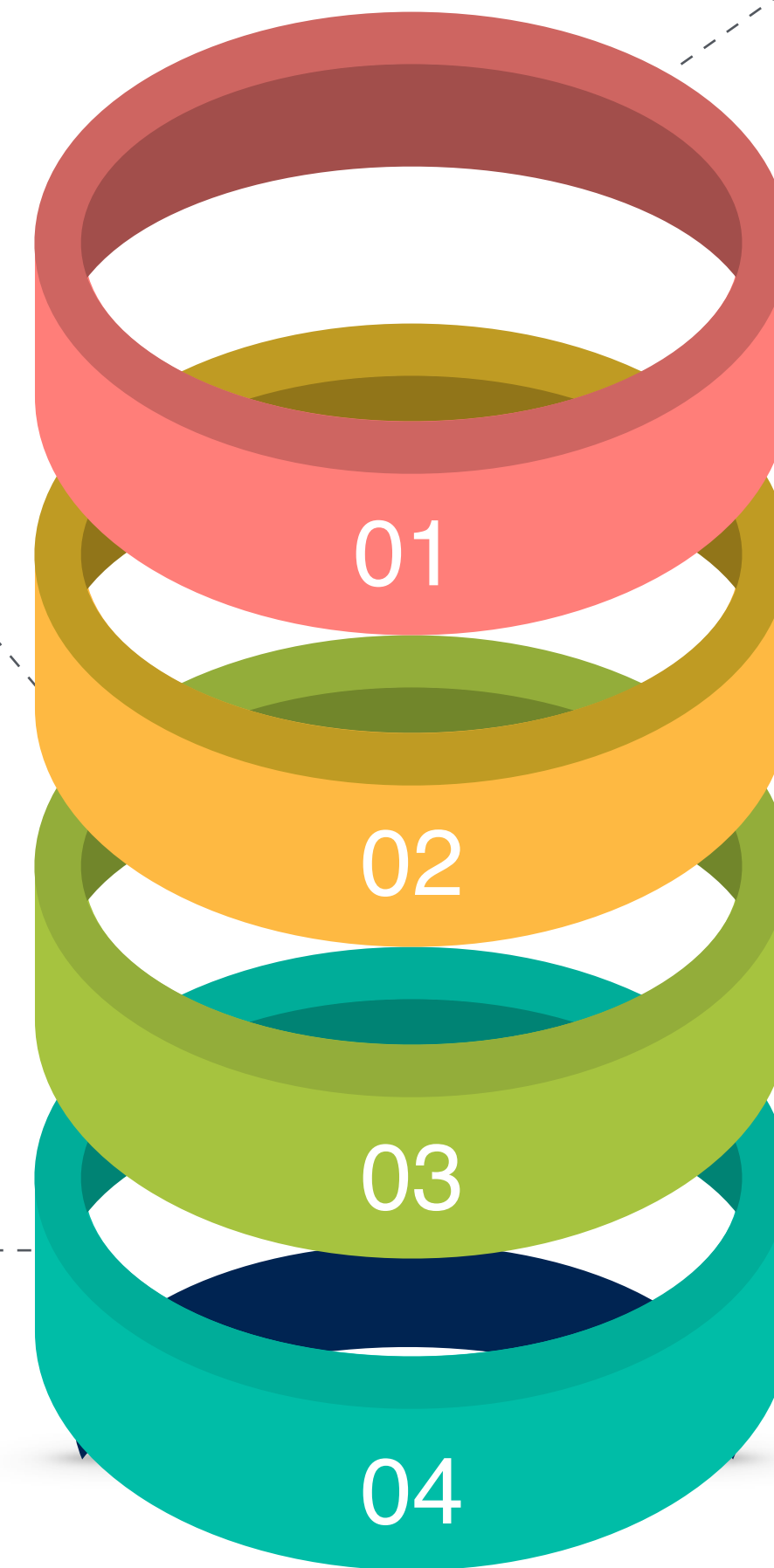
## MehrWerte

### Mehr Kostentransparenz

Die Kosten für die Akzeptanz von Karten sind zu jedem Zeitpunkt überschaubar und im Vergleich zum Handling von Bargeld gering.

### Mehr Kundenservice

Sie bieten größte Flexibilität hinsichtlich der Zahlungsmöglichkeit, wenn Sie die girocard- sowie Kreditkartenzahlung anbieten und werden darüber hinaus attraktiv für Kunden, die nicht mühsam Kleingeld zählen möchten.



### Mehr Umsatz, weniger Kosten

Kartenzahler neigen zu Spontankäufen. Kartenkunden geben mehr Geld mit Ihrer Karte aus, sorgen somit also für mehr Umsatz in Ihrem Unternehmen. Die Kauffrequenz bei Kartennutzern ist höher. Reduzierung von Bargeldbeständen ist effizient.

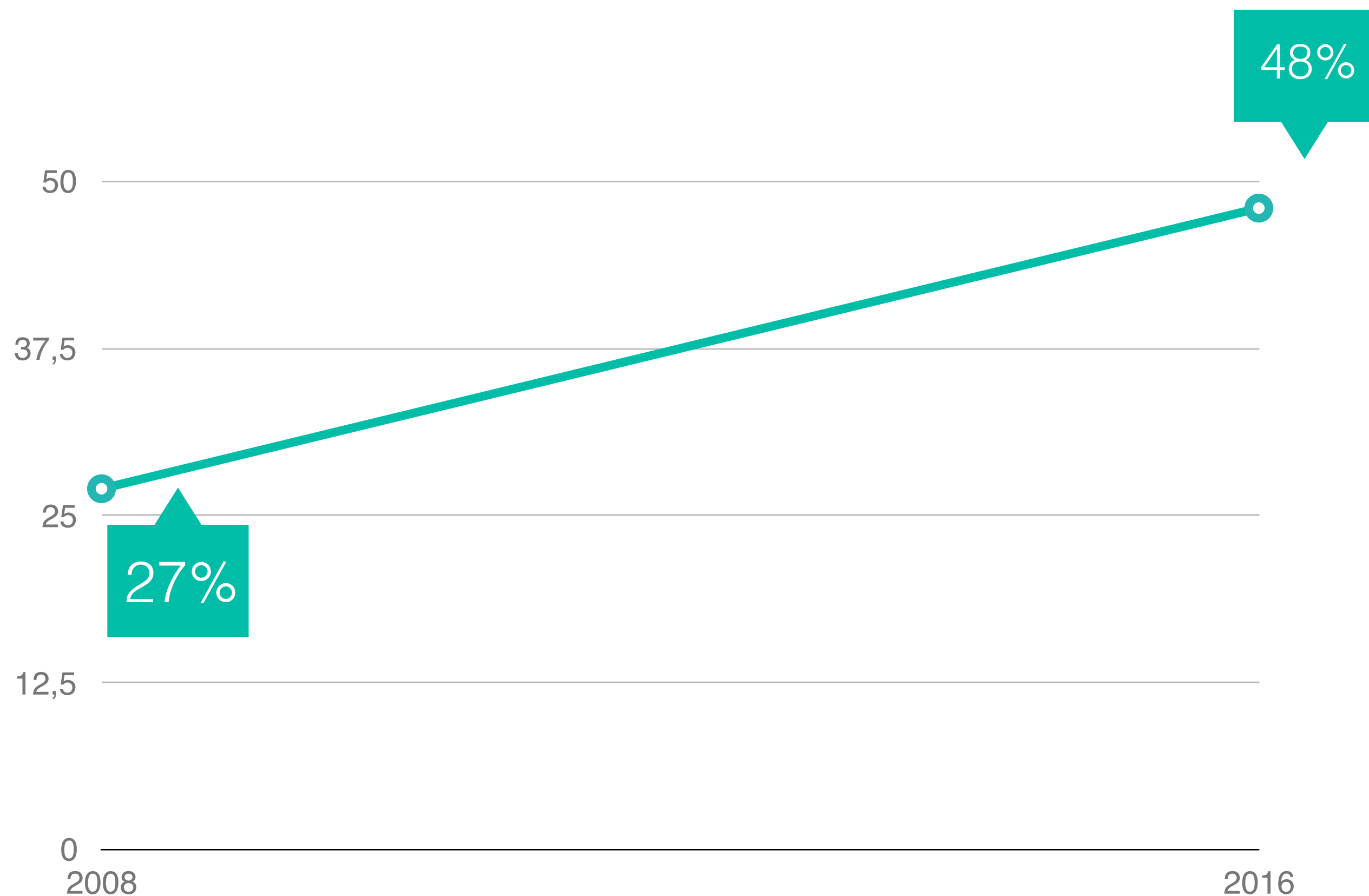
### Mehr Sicherheit

Weniger Bargeld bedeutet für Sie gleichzeitig ein geringeres Diebstahl-, Falschgeld- und Unterschlagungsrisiko.



# Warum Kartenzahlung?

## Kartenzahlung auf dem Vormarsch



● Kartennutzer über 18 Jahre

### Die Zahl der Kartennutzer steigt

Die Zahl der Kartennutzer insgesamt hat sich gegenüber 2008 von 27% auf 48% erhöht bei der Bevölkerung über 18 Jahren.

### Wo wollen die Deutschen künftig noch häufiger elektronisch bezahlen?



Alle Werte geben jeweils der Anteil der Befragten wieder, die heute in den jeweiligen Bereichen elektronisch zahlt bzw. dort in Zukunft elektronisch zahlen möchte.  
 EARSandEYES-Umfrage im Auftrag der EURO Kartensysteme GmbH, August 2014 | Repräsentative Online-Umfrage unter 1.000 Deutschen zwischen 18 und 59 Jahren.