

CUBIC CONSULTING

Online-Kundenbindung – Erfolgsfaktor der Zukunft

Die Internet-Kundenkarte kommt – Studie angekündigt

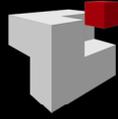
Was tun, um Online-Kunden zu binden? Zahlreiche Untersuchungen haben gezeigt, dass der Preis nicht die entscheidende Rolle spielt. Doch wenn der Preiskampf von vorneherein aussichtslos ist – wie schafft ein Online-Shop dann die notwendige Umwandlung von Erstbestellern in loyale Stammkunden?

In der Offline-Welt ist diese Frage schnell beantwortet: Perfekter Service, überraschende Zusatzleistungen, persönliche Ansprache und „das entscheidende Extra“ – Nicht umsonst fällt hier die Entscheidung oftmals zugunsten der guten, alten Kundenkarte. Treue wird belohnt – und die Beziehung zum Kunden gleichzeitig intensiviert. Ob Payback, IKEA Family oder Lufthansa Miles&More – exzellent geplante und umgesetzte Kundenkarten sind oftmals maßgebliche Treiber des Unternehmenserfolgs.

Online jedoch fehlt ein solches Instrument. Bislang. Und das, obwohl die Vorteile einer solchen „virtuellen“ Kundenkarte auf der Hand liegen: Ähnlich wie eine Kreditkarte wäre sie in der Lage, Kundendaten, die vom Nutzer selbstdefiniert und –bestimmt angelegt werden, mit einem Klick zu übermitteln, dies garantiert einen sicheren Zahlungsverkehr und schützt vor Missbrauch persönlicher Daten. Ein weiterer Vorzug wäre der Wegfall von langen Registrierungsprozessen – und sogar ein Bonussystem lässt sich leicht realisieren.

Der unangefochtene Marktführer bei Betriebssystemen und Internet-Browsern, die Firma Microsoft, hat als „first mover“ unter der Bezeichnung Windows CardSpace™ eine Identitätsverwaltungstechnologie auf den Markt gebracht, die auf Basis des Standards der Information Cards die Entwicklung marktgerechter Lösungen möglich gemacht hat.

Die Cubic Consulting, spezialisiert auf Kundenbindung und Online Marketing, sieht in dem von fun communications entwickelten Portal WebCard Loyalty (www.webcard-loyalty.com) eine Lösung, die diese Anforderung in idealer Weise erfüllt. Im Rahmen einer Kooperation wird die Erfahrung beider Häuser nun gemeinsam genutzt. Die fun communications ist als langjähriger Spezialist für Identitätsmanagement im Internet bekannt und bietet mit der Online Kundenkarte eine Schnittstelle für User und Online-Shops. Über die WebCard Loyalty können künftig alle kaufentscheidenden Daten des Anwenders selbstbestimmt mit einem Knopfdruck dem Online Shop zur Verfügung gestellt werden – bei gleichzeitiger Offenheit für Bonus- und Rabattprogramme jeglicher Art.



CUBIC CONSULTING

Ist die Online-Kundenkarte also der Königsweg für Kundenbindung im e-Commerce und der digitalen Shopping-Welt? Dies will die Cubic Consulting in den kommenden Wochen mit einer breit angelegten Studie untersuchen. Neben Beispielen aus der Praxis wird ein Fokus der Untersuchung dabei auf den Meinungen und Anforderungen von Online-Marketing-Experten und Anwendern liegen. Noch werden Teilnehmer für die Studie gesucht – sollten Sie also mit dem Thema „Kundenbindung in e-Commerce und Online-Marketing“ zu tun haben oder an den Studienergebnissen interessiert sein, setzen Sie sich mit der Cubic Consulting in Verbindung.

Ansprechpartner: Herr Kevin Kutani Telefon: +49 (40) 88 17 85-14, Fax: +49 (40) 35 70 13-03, E-Mail kevin.kutani@cubic-consulting.de

Über Cubic Consulting GmbH: Die Cubic Consulting GmbH berät Unternehmen in Fragen der Kundenbindung und des Online-Marketing auf analytischer, strategischer, konzeptioneller und operativer Ebene. Zu den von Cubic Consulting betreuten Mandanten gehören unter anderem Unternehmen wie Tchibo, Hamburg-Mannheimer, Budnikowsky und MediaMarkt/Saturn. Geleitet wird die Cubic Consulting GmbH von den Kundenbindungsexperten und mehrfachen Buchautoren Dirk Ploss und Sebastian Dierks.