



PRESSEINFORMATION

Abokarten auf dem Vormarsch – Verlage betreiben aktiv Kundenbindung

Kundenbindung ist auch für die Verlagsbranche mittlerweile ein besonders wichtiger strategischer Faktor. Sinkende Abonnentenzahlen und der Rückgang im Anzeigengeschäft veranlassen Verlage dazu, immer mehr kundenbindende Maßnahmen zu ergreifen. Es reicht heute nicht mehr aus, nur eine gute Zeitung zu liefern und somit dem Grundnutzen –der Informationsvermittlung– treu zu bleiben. Die Bedürfnisse der Zeitungsabonnenten haben sich im Laufe der Zeit differenziert und auch die Leser haben sich gewandelt. Die Wettbewerbssituation hat sich in der Zeitungs- und Verlagsbranche verschärft und entscheidende Maßnahmen müssen ergriffen werden, um die Abonnenten als Kunden langfristig zu behalten.

Kundenbindung mit Hilfe von effektiven Maßnahmen wird in vielen Unternehmen sehr groß geschrieben. Jedes Unternehmen muss darum kämpfen, seine Kunden bei der Stange zu halten und Angebote attraktiv zu gestalten.

Eine Branche auf die das besonders zutrifft, ist die Zeitungs- und Verlagsbranche. Zusatzleistungen zur Printausgabe einer Zeitung oder Zeitschrift erhöhen die Attraktivität des jeweiligen Titels und helfen zusätzlich die Auflagenhöhe zu stabilisieren. Der Markt ist beachtlich, denn Zeitungsleser haben ein großes Interesse an zahlreichen und abwechslungsreichen Zusatzleistungen und Vergünstigungen. Die Kundenkarte bietet hier eine interessante Möglichkeit diese zusätzlich „geforderten“ Leistungen zu erbringen.

Die Kundenkarte ist die Nummer eins unter den Lesern, die eine Tages- oder Wochenzeitung beziehen, wie auch eine TNS Emnid-Untersuchung (TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH) zum Leseverhalten bestätigt. Über die Hälfte der Leserinnen und Leser haben ein sehr hohes Interesse an zusätzlichen Leistungen und Vergünstigungen, die sie mit einer Kundenkarte erlangen können. Hier bietet sich vor allem die Chance, auch jüngere Leser für sich zu gewinnen.

Syrcan Marketing Services bietet unter anderem auch für die Verlagsbranche interessante und vor allem effektive Möglichkeiten im Bereich der Kundenbindung an.

Mit gutem Beispiel gehen hier die Verlagsgruppe Rhein Main, der Neusser Zeitungsverlag und der Verlag Lensing-Wolff voran. Diese drei Verlage haben die AboCard bereits als Mehrwert für sich und für ihre Kunden entdeckt. Zahlreiche Partner aus dem Einzelhandel, wie zum Beispiel Bäckereien, Metzgereien, Floristen oder auch Restaurants haben sich dazu entschlossen, das Kundenbindungssystem der Verlage zu unterstützen.





Abonnenten der Zeitungen haben mit ihrer AboCard die Möglichkeit, je nach Einkaufsbetrag, Rabatte in den Filialen der angeschlossenen Partnerunternehmen zu sammeln. Diese Rabatte werden vierteljährlich auf das Kunden-Konto gut geschrieben. Somit erschließt sich ein absoluter Mehrwert für die Kunden, denn diese können nicht nur vom hohen Informationsgehalt ihrer Zeitung, sondern auch von vielen Vergünstigungen aus verschiedenen Bereichen des Einzelhandels profitieren – solange sie Abonnent der Zeitung bleiben.

Auch den angeschlossenen Partnerunternehmen bieten sich wichtige Vorteile, wie zum Beispiel durch die Erhöhung der Kundenfrequenz eine Erhöhung des Umsatzes und zusätzliche Aufmerksamkeit durch die AboCard-Werbung, welche die Verlage regelmässig in ihren Zeitungen schalten.



Somit bietet die AboCard nicht nur für die Abonnenten einer Zeitung einen signifikanten Vorteil. Auch die Verlage selbst können einen großen Nutzen aus den Plastikkarten ziehen. Die Erhebung von qualifizierten Kundendaten wird hierbei um ein erhebliches Maß erleichtert und die Erforschung des Marktes vereinfacht. Mit gezielten Aktionen können die Verlage so explizit auf Kundenwünsche eingehen. Ferner sind beispielsweise Gewinnspiele auf Basis der Kartenummer für Abonnenten eine willkommene Abwechslung zum normalen Aboalltag.

Des Weiteren wird die Beziehung zwischen Anzeigenkunden und dem Verlag durch ein ausgebautes Kundenkartensystem beeinflusst und intensiviert, denn auch die Anzeigenkunden profitieren von der AboCard als Kundenkarte durch mehr Umsatz und höheren Gewinn.

Weitere Information zum Thema Kundenbindung mit Kundenkarten der Syrcon Marketing Services GmbH werden auf den Webseiten unter www.syrcon.com ausführlich dargestellt.

Kontakt:

Syrcon Marketing Services GmbH
Marketing
Michaela Piesker
Torstraße 35
10119 Berlin
Tel.: (030) 700 142 - 200
Fax: (030) 700 142 - 209
eMail: info@syrcon.com
Web: www.syrcon.com

Berlin, 29. Oktober 2008