



Referenz

## BioFrischeMarkt Kundenkarte

**syrcon**  
Marketing Services GmbH

### Kurze Projektbeschreibung

**Emittent:** BioFrischeMarkt Unbekannt und Buschek KG

**Web:** [www.viv-biofrischemarkt.de](http://www.viv-biofrischemarkt.de)

**Projektstart:** November 2002

#### **Strategisches Ziele des Projekts:**

- Generierung einer signifikanten Kundenbindung
- Artikelgenaue Erhebung der Konsumdaten
- Warenkorbspezifische Segmentierung der Stammkunden
- Gezieltes, nachgelagertes Couponmarketing

**Prozessbeschreibung:** Die Privathaushalte erhalten auf Antrag von dem BioFrischeMarkt eine kostenlose Kundenkarte wahlweise mit zugehöriger Partnerkarte. Auf der Rückseite dieser Karte befindet sich ein Barcode (Code 128) zur Identifizierung des Kunden im Kassensystem (vernetztes Vectron-POS-System mit Vectron Commander und BioWin) und zur artikelgenauen Umsatzerfassung. Am Monatsende erhält Syrcon die Transaktionsdaten aus dem Kassensystem als Exportdatei. Es erfolgt eine gestaffelte Rückvergütung, die sich auf den Monatsumsatz bezieht (je nach Höhe zwischen 2 und 10 Prozent). Syrcon sendet den Kunden dann einen Gutschein als Postkarte zu, auf dem sich ebenfalls der Barcode für die Kundennummer befindet. Über diesen Gutschein erfolgt dann die Verrechnung der Rückvergütung mit dem nächsten Einkauf des Kunden über das Kassensystem. Auf der Rückseite des Coupons hat der BioFrischeMarkt die Möglichkeit, segmentspezifische Werbung zu platzieren.

Alle Kundendaten können über eine Webanwendung der SQL-Datenbank online verwaltet werden.

**Akzeptanzstellen:** 15

**Emittierte Kundenkarten:** ca 55.000

**Distribution der Karte:** Kostenlose Ausgabe an die Kunden (gegen Antrag)

**Funktion der Karte:** Artikelgenaue Umsatzerfassung und Kontozuordnung



Kartenvorderseite



Kartenrückseite