

## Mobile Kommunikation

# Apps – Instrumentarium für nachhaltige Kundenbindung

Im Reigen der Marketinginstrumente nehmen Apps eine besondere Stellung ein. Ein eigenes App entwickeln zu lassen, hat sich als wirkungsvolle Kundenbindungsmassnahme bewiesen. Dass sie auch anspruchsvolle Anforderungen bedienen können, zeigt zum Beispiel die Hotellerie- und Gastronomiebranche.



Raoul Corciulo

Ende 2011 existierten bereits mehr als 800 000 Apps, welche rund 18 Milliarden Mal heruntergeladen wurden und jeden Tag kommen neue dazu. Aber was sind Apps eigentlich? Apps im engeren Sinn zeichnen sich dadurch aus, dass sie speziell an die Zielplattform angepasst und sehr leicht über ein herstellerspezifisches Online-Portal bezogen und installiert werden können. Eine App ist nichts anderes als ein Anwendungsprogramm für das entsprechende iPhone, Android-Telefon oder weitere Smartphone.

## Mit Einfachheit zum Erfolg

Die Bandbreite der Anwendungen ist sehr hoch. Sie reicht von einfachsten Werkzeugen und Spassanwendungen mit nur einer Funktion bis hin zu Programmpaketen mit umfangreicher Funktionalität. Dazu gehören einfache Inhalte, aktuelle Nachrichten, Zeitungsartikel und Datenbanken genauso wie reine Benutzerschnittstellen, die die effiziente Nutzung von bestimmten Webanwendungen auf einem Smartphone ermöglichen. Durch die verschiedenen Software-Plattformen ist es allerdings nicht möglich, etwa eine Android-App auf einem iPhone aufzuspielen oder umgekehrt. So

mit muss eine Firma die Anwendung für jedes mobile Endgerät einzeln entwickeln oder anpassen. Auch wenn der Beschrieb für eine App für viele schon zu technisch und komplex tönen mag, ist es doch gerade die einfache Installation, welche eine App so erfolgreich macht. Aber wie bei allen modernen Möglichkeiten ist es immer noch wie beim Bauern im Stall. Es nützen die schönsten und besten Kühe nichts, wenn sie nichts zu fressen kriegen. Das bedeutet nichts anderes, als es für ein Unternehmen wichtig ist, welches sich eine eigene App zu kreieren entscheidet, sich zu überlegen, was mit dieser erreicht werden soll. Jede Unternehmung wird hier eine andere Antwort geben, aber in der Wirkung werden sich die Ergebnisse alle gleichen. Es geht darum, den Kunden an das Unternehmen zu binden, das Unternehmen im Gespräch zu halten, ein App als echtes und nützliches Marketinginstrument anzuerkennen und entsprechend zu nutzen.

## Zielgruppenspezifisch

Je nach Unternehmen ist die entsprechende Zielgruppe zu beachten beziehungsweise sind die Inhalte, welche über ein solches App angeboten werden, anzupassen. Ist das Publikum etwas älter, kann es nicht darum gehen, ihnen täglich Neuigkeiten zu bieten und mit

unangepassten Informationen viel Zeit zu nehmen, was dazu führen kann, dass die App schneller gelöscht ist, als dem Unternehmen lieb ist. Eine grosse Herausforderung ist der grundsätzliche Entscheid über die Inhalte. Was ist wirklich wichtig, was benötigt der Kunde über meine Unternehmung und was für spezielle Angebote oder Kundenbindungsinstrumente sollen angeboten werden? Diese Fragen gilt es zuerst zu beantworten, bevor eine App überhaupt in Betracht gezogen wird. Denn eine App aufschalten ist heute rasch und je nach Firma, welche das App entwickelt, für relativ wenig oder aber für sehr viel Geld zu haben. Wenn jedoch die Pflege vernachlässigt wird, so wird dies rasch zu einem sehr kostspieligen Abenteuer werden, welches sogar kontraproduktiv wirken kann.

## Anspruchsvolle Kunden

Wenn es eine Branche gibt, für welche solche Apps hohe Ansprüche voraussetzen, sind es die Tausenden von Hotellerie- und Gastronomiebetrieben. Gerade hier wird die Pflege der Kunden grossgeschrieben, sind doch auch die Ansprüche der Kunden sehr hoch, und die Betriebe erhalten relativ rasch ein ehrliches, hartes oder aber positives schwärmerisches Feedback. Selbstverständlich macht es nicht für

alle Betriebe Sinn, das moderne Marketinginstrument zu nutzen. Denn von einem solchen Betrieb wird heute Innovation erwartet. Jeder Gast ist Spezialist für alle Bereiche dieser Branche, jeder von uns hat eine grosse Erfahrung beim Schlafen im Bett, ist ein Fachmann im Kochen, kennt Massagen, weiss, was es heisst, verwöhnt zu werden und bekommt von allen möglichen Zeitschriften dauernd Vorteilsangebote per Mail oder Post und seit Neustem eben auch via App. Dies setzt den Level sehr hoch. Doch wie so oft im Leben geht es meist um die einfachen Dinge, sobald es zu kompliziert wird. Wir suchen eine Telefonnummer, wissen nicht mehr, was ein Zimmer kostet oder ob das Restaurant heute nun offen oder einen Ruhetag hat. Gibt es die neue Frühlingkarte schon und wie hiess der Chef nun schon wieder? Dann hätten Sie gerne Ihrer Freundin oder den Kollegen gezeigt wie toll das Spa eingerichtet war und wie modern das Ambiente des Restaurants war.

## Dabei sein

In diesen Fällen nun zuerst eine Webseite anzuklicken beziehungsweise zu suchen, entweder via Google, wenn die genaue Adresse nicht bekannt ist, oder dann mittels Direkt eingabe, ist viel zu mühsam und zeitraubend. Eine App kann hier rasch und zuverlässig Abhilfe schaffen und Eindruck vermitteln. Darum ist es für ein Unternehmen aus der Hotellerie oder Gastronomie entscheidend, möglichst rasch und kompetent hier vertreten zu sein. Jeder Kunde kann dann beim Einchecken oder beim Besuch des Restaurants, beim Bezahlen der Rechnung mittels Kundenkarte Mailing auf das App aufmerksam gemacht werden. So werden nach und nach Dutzende, und wenn die Applikation gut und nützlich, informativ und aktuell ist, bald Hunderte diese App ebenfalls haben wollen, weil die beste Empfehlung immer noch die Mund-zu-Mund-Werbung ist.

## Starke Kundenbindung

Gerade in der heutigen Zeit ist es wichtig, sich von anderen Mitbewerbern abzuheben und Präsenz zu markieren, Kreativität, Ideenreichtum, Qualität, Servicebereitschaft und Zuver-

lässigkeit zu zeigen. Mit einem App können zum Beispiel Zimmer reserviert werden, bestimmte Tische via einem speziellen Reservierungssystem mit dem Namen Bookatable, welches über eine Liveschnittstelle verfügt, so dass die aktuelle Situation immer präsent ist, gebucht werden und vieles mehr.

Auch wenn sicher die Hotellerie und Gastronomie viele Vorteile für eine solche Applikation aufweisen, so hat sich doch gezeigt, dass auch andere Unternehmen aus der Autobranche, Beauty und Wellness wie auch seit Neustem Rechtsanwälte usw. eine wichtige und mobile, aber vor allem moderne Kundschaft haben, welche offen ist und mit vielen Möglichkeiten überrascht und verwöhnt werden möchte.

Je früher ein Unternehmen eine solche App einsetzt, desto grösser ist die Chance, dass diese App auch einen prominenten Platz auf dem Smartphone findet und nicht in einer endlosen Liste den Platz mit der Nummer 345 fristen muss. Ein Kunde wird kaum mehrere Dutzend Apps von Restaurants und Hotels auf seinem Kommunikationsgerät abspeichern. Nur die besten und innovativsten werden einen Platz finden, welcher aber anschliessend immer wieder bestätigt werden muss.

## Aufwand lohnt sich

Den grössten Aufwand für eine solche App bilden sicher die Überlegungen, was genau nun angeboten werden soll. Wichtig ist, dass diese zu Beginn nicht überladen werden sollte mit Inhalten, welche angeschaut werden können. Entscheidend ist auch, sich den einen oder anderen Kundenvorteil zu Beginn zu überlegen und diese dann monatlich oder je nach personellen Möglichkeiten öfters zu streuen. Wichtig sind auch immer Bilder, da der Mensch bei jeder noch so guten Schlagzeile immer zuerst das Bild wahrnimmt, weil wir mit Bildern und nicht mit Texten gross werden und unsere ersten Erfahrungen im Leben via Bilder wahrnehmen.

Eine kundenspezifische App kostet schnell mal ab 15 000 Franken aufwärts, was für viele Betriebe weder erschwinglich noch nütz-

lich ist. Die Firma Vendomat bietet daher eine Alternative, sozusagen eine KMU-App. Diese App ist für einen Preis, in welchem die Einrichtung und Schulung inbegriffen ist, für 980 Franken erhältlich, zusätzlich einer monatlichen Support- und Updategebühr von 99 Franken. Auch wenn es sich in diesem Fall um eine Grundkonstruktion handelt, kann diese einfach und moderat den jeweiligen Bedürfnissen angepasst werden. Somit erlaubt diese den nötigen Freiraum, um den individuellen Touch der entsprechenden Unternehmung einzubringen.

Was nützt der schönste Betrieb, den Sie wiederholt besuchen und Sie trotzdem nicht als Stammgast begrüsst werden. Das ist eine verpasste Chance und zeigt, dass es mit Freundlichkeit und guten Preisen alleine nicht gemacht ist. Dies funktioniert einmal, zweimal oder dreimal. Spätestens dann wird sich der Gast fragen, ob er hier überhaupt als individueller Gast wahrgenommen oder einfach als Geldschein mit zwei Füßen und Schuhen seinen Zweck erfüllt. Ein betriebspezifisches App ist ein anspruchsvolles, aber unglaublich wirkungsvolles Marketinginstrument. Richtig eingesetzt, erreicht ein Unternehmen damit viele neue Kunden und bindet die bestehenden stärker und intensiver an sich. ■

## Kontakt



Raoul Corciulo

Geschäftsführer

Vendomat AG

Zentrumsplatz 1, 3322 Schönbühl

Tel. 031 925 99 99

r.corciulo@vendomat.ch

www.vendomat.ch

www.vendoapp.ch

