

Der Kaffee Rucksack

Die erste Strategie, die wir lieben, ist das Angebot eines Belohnungsprogramms oder von Kundenkarten. Ein Belohnungsprogramm kann ein elektronisches der Einkäufe jedes Kunden sein oder es könnte sich um Lochkarten handeln. Nach einer bestimmten Anzahl von Besuchen oder Einkäufen erhalten Stammkunden einen kostenlosen Kaffee oder ein anderes Getränk. Ein Belohnungsprogramm oder eine Kundenkarte gibt den Kunden das Gefühl, geschätzt zu werden und bringt Menschen für zukünftige Besuche in das Café. Diese kaffee rucksack Strategie kann auch einen einmaligen Besucher in einen konsistenten Kunden verwandeln, was das ideale Ergebnis jeder Promotion ist. Ein gut laufendes Prämienprogramm kann Kunden dazu verleiten, den Shop regelmäßig zu besuchen, vielleicht jeden Morgen!



Was zu vermeiden ist: Ein Belohnungsprogramm sollte die Markentreue fördern, ohne das Ergebnis eines Cafés zu beeinträchtigen. Der Schlüssel zu einem erfolgreichen Belohnungsprogramm oder Kundenkartenprogramm besteht darin, eine Belohnung anzubieten, die das Interesse der Kunden weckt und regelmäßig verdient wird, ohne die Bank zu brechen. Daher sollten Sie Lebensmittel und Menüelemente mit höherer Marge nicht in das Belohnungsprogramm aufnehmen. Ein kostenloses Getränk ist oft die perfekte Belohnungsoption. CoffeeShop sollte jedoch eine gewisse Flexibilität bei der Art des als Belohnung angebotenen Getränks ermöglichen. Beschränken Sie zum Beispiel die Belohnung nicht auf einen kleinen, schwarzen Kaffee, da anspruchsvolle Kaffeekonsumenten und Teeliebhaber nicht daran interessiert sind, die für das Erreichen des Belohnungsziels notwendigen Vollwertgetränke zu kaufen.

Machen Sie es zu einem Erfolg: Es ist wichtig, den Sweet Spot in Bezug auf die Frequenz zu finden. Viele Cafés verlangen den Kauf von 7 bis 10 Kaffees oder Tees, bevor ein kostenloses Getränk

verdient wird. Dadurch kommen die meisten Kunden innerhalb von zwei Wochen oder länger in den Laden, um ein Freigetränk zu erhalten. Die Bereitstellung einer Treue- oder Lochkarte kann auch den zusätzlichen Vorteil haben, ein großartiges Marketinginstrument zu sein. Entwerfen Sie eine Lochkarte, die das Umfeld Ihres Cafés widerspiegelt und mit Ihren anderen Marketingmaterialien (wie Flyern und Beschilderungen) übereinstimmt. Ihre Stammkunden tragen die Lochkarte täglich, und Sie wissen nie, welcher Neukunde sie sehen wird! Wenn die kaffee rucksack Technologie möglich oder wirtschaftlich vertretbar ist, haben ein elektronisches System und entsprechende Kundenkarten für die Schlüsselanhänger der Kunden noch mehr Transparenz.



2. Regelmäßige Promotionen

Diese Promotion ist eine großartige Möglichkeit, die Markentreue zu erhöhen. Ihre Kunden haben Erwartungen an die Servicequalität in Ihrem Café, den Geschmack Ihres Kaffees und die Atmosphäre Ihres Raumes - und sie können auch Erwartungen an Ihre Werbeaktionen haben. Eine regelmäßige Promotion kann monatlich, saisonal oder jährlich stattfinden, und verschiedene Arten von Promotionen können in unterschiedlichen Zeitabständen stattfinden. Eine regelmäßige Promotion gibt den Kunden das Gefühl, dass sie sich durch den Besitz und die Verwaltung Ihres Cafés geschätzt fühlen. Dies wiederum schafft Loyalität zu Ihrem Kaffee und Ihrem kaffee rucksack Geschäft.

Was zu vermeiden ist: Eine Promotion, die regelmäßig, saisonal oder jährlich stattfindet, ist eine gute Möglichkeit, die Erwartung der Kunden über Rabatte und Einsparungen zu steigern. Damit eine regelmäßige Promotion erfolgreich sein kann, muss sie daher ihrem Namen gerecht werden und auf der erwarteten Basis erfolgen. Eine Promotion, die als monatlich beworben wird, aber nicht jeden Monat angeboten wird, schadet dem Zweck. Deshalb, sobald Sie sich zu einer regelmäßigen Promotion verpflichten, sollten Sie diese durchführen.



Machen Sie es zu einem Erfolg: CoffeeShop sollte den Hype um diese Promotion aufbauen. Eine regelmäßig angebotene Promotion ist eine großartige Gelegenheit, Aufregung über Ihre Kaffeeprodukte und Ihre Marke zu erzeugen, und sie weckt Vorfreude bei Ihrem Kundenstamm, was hoffentlich zu Nachrichten über die Verbreitung der Promotion bei brandneuen Kunden führt. Die große jährliche Werbeaktion eines Cafés kann eine Feier für seine Kunden, Mitarbeiter und das gesamte Unternehmen auslösen. CoffeeShop kann auch einen Tag der Kundenwertschätzung schaffen, an dem ein erstes Getränk für jeden Kunden kostenlos ist, oder sie können etwas Besonderes tun, wie z.B. einen Kostümwettbewerb zu Halloween, bei dem jeder Kunde im Kostüm ein kostenloses Dessert erhält. Die Erstellung einer jährlichen Promotion, die auch ein Event ist, trägt dazu bei, die Promotion über Ihre bestehenden Kunden hinaus bekannt zu machen.