

MARKETING

Effektiv werben per Kunden-App

Mobiles Marketing wird auch für Bäckereien wichtiger. Denn immer mehr Kunden informieren sich per Smartphone über das Sortiment sowie spezielle Angebote von Unternehmen und nehmen herkömmliche Werbemittel wie Zeitungsbeilagen, Flyer und Aufsteller nur noch bedingt wahr. Dabei ist es wichtig, Kunden stets aufs Neue zu begeistern und mit besonderen Aktionen ihr Interesse zu wecken. Individuelle Kunden-Apps können hier die Lösung sein.

Im Gegensatz zu den bisherigen Werbemaßnahmen erreicht eine App die Kunden sehr viel einfacher und direkt – egal, wann und wo. Erst recht, wenn Werbung zu speziellen Angeboten und saisonalen Aktionen per Push-Nachricht an diese ausgespielt wird. Push-Nachrichten erhält jeder Kunde auf sein Smartphone-Display, der besagte App im Google Play- oder Apple Store heruntergeladen hat. Egal, ob er die App gerade geöffnet hat oder nicht. Im Idealfall steigert das die Kundenbindung und den Umsatz.

Allerdings schrecken kleine Betriebe in puncto eigener App immer noch häufig vor dem technischen und zeitlichen Aufwand sowie den hohen Kosten zurück. Doch all das ist nicht zwangsläufig gegeben, denn es gibt Alternativen. Zielführend ist hier die Lösung von **meiapp**, die der eine oder andere noch unter dem Namen Mein-Bäcker kennt. Das Unternehmen aus Hamburg erstellt unter anderem für Bäckereien, Konditoreien und Eiscafés individuelle Kunden-Apps und bin-

det dabei selbstverständlich das Corporate Design des jeweiligen Unternehmens mit ein – inklusive eines eigenen App-Icons, über das die App später, nachdem sie im Google Play- oder Apple-Store heruntergeladen wurde, auf dem Smartphone gestartet werden kann. Die Kosten für Bäckereien und Co. betragen pro Filiale 14,90 Euro im Monat. Für die komplette Gestaltung der App muss ein einmaliger Betrag von 169 Euro gezahlt werden – unabhängig von der Anzahl der Standorte. Für die monatliche Inhaltspflege werden zwei Content-Pakete angeboten: S für 19,90 Euro und L für 34,90 Euro. Hierin enthalten sind das Aktualisieren von diversen Inhalten inklusive der damit verbundenen Grafikarbeiten und mehrere Push-Aktionen nach den Wünschen und Vorgaben der Bäckerei. Da es sich um eine weitgehend standardisierte Lösung handelt, kann die eigene App innerhalb von sechs bis acht Wochen einsatzbereit sein.

Die App bietet dann zum Beispiel wichtige Funktionen wie einen News-Ticker, einen Menuplan, einen Filialfinder und eine digitale Stempelkarte. Letztgenannte kann über mehrere Möglichkeiten zum Einsatz kommen: Zum einen in Form einer integrierten digitalen Stempelkarte. Diese scannt Sammelcodes und informiert den Besitzer automatisch, wenn die Karte gefüllt ist. Sollte bereits ein Kundenkarten-System im Einsatz sein (zum Beispiel über den Kassenanbieter), lässt sich diese ohne Mehrkosten in die App integrieren. Mit diversen Kassensherstellern gibt es dazu Kooperationen.

Unter <https://www.meiapp.de/demo-app-baecker/> steht eine Test-Version der App inklusive der Kundenkartenfunktion zur Verfügung. Mehr unter www.meiapp.de.

Janina Ohrtmann



Mobile Kundenbindung: Eine eigene App muss nicht teuer sowie technisch und zeitlich aufwendig sein.