

Der Wettbewerb auf dem deutschen Energiemarkt und steigende Preise zeigen Wirkung. So zieht rund jeder dritte Kunde ernsthaft in Erwägung, seinen Stromanbieter zu wechseln. Im internationalen Vergleich ist die Wechselbereitschaft in Deutschland damit am höchsten. Umso wichtiger ist es, sein Service- und Dienstleistungsangebot richtig zu kommunizieren und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Wie das geht, haben die Städtischen Werke Magdeburg mit Kundenkarten und Lettershopleistungen von PAV vorgemacht.

Kundenkarte stärkt Kundenbindung in Magdeburg



PAV setzte nach den Vorgaben der Städtischen Werke Magdeburg GmbH ein Kundenbindungsprogramm in Form einer Kundenkarte um. So können ausgewählte Kunden gezielt für spezielle Events eingeladen oder spezifische Anlässe, wie beispielsweise Konzerte oder Theateraufführungen organisiert werden.

Die SWM-Card wird gut angenommen. Viele Kunden setzen sie regelmäßig für Vorteilsaktionen, wie zum Beispiel Mobilfunkguthaben oder Freizeitangebote ein.

Die Beliebtheit der Kundenkarte macht sich bei der Kundenzufriedenheit bemerkbar. Durch das Zusatzangebot konnte diese gesteigert und die Wechselquote deutlich gesenkt werden.

Mit der Einführung der SWM-Card haben wir unsere Kundenbindung deutlich gesteigert.

Thomon von Diemar, stellvertretender Leiter Marketing, Städtische Werke Magdeburg GmbH

