

KUNDEN EINBINDEN

7-eleven: Qualitätskontrolle durch Kunden



Christian Warning, tankstelle-Kolumnist

Kontakt:
warning@trm-hamburg.de

Was für ein Gefühl haben Sie bei dem Gedanken, dass Ihre Kunden die Qualität Ihres Kaffees oder – schlimmer noch – sogar die Qualität anderer Shop-Produkte aus Ihrer Theke bewertet? Undenkbar? – Nein! 7-eleven, weltweit größter C-Store-Betreiber, tut genau das.

Kundenbindungsmaßnahmen über eine smarte App boomen im Convenience-Sektor im Ausland. Waren es anfänglich die Abbildung der Kaffee-Stempelkarten in einer App und Punkte-Sammelsysteme, so entwickeln die führenden C-Store Einzelhändler insbesondere an Tankstellen ihre Kommunikation mit ihren Kunden über Smartphone Apps immer weiter. Dem großen Erfolg von Starbucks folgend, bei denen in den USA mittlerweile fast 30 Prozent aller Bestell- und Bezahlvorgänge per App erfolgen, setzen immer mehr US C-Store Ketten auf mobile ordering per App. Dass es auch mit einfacheren App-basierten Lösungen großen Erfolg geben kann, beweist 7-eleven in Skandinavien.

Wie ist die tatsächliche Kundenerfahrung mit Kaffee und Baguettes?

Wir alle wissen um die operativen Herausforderungen in unserem Geschäft, tagtäglich zu jeder Uhrzeit eine verlässlich gleiche Qualität im Kaffee- und Foodservice-Geschäft abzuliefern. 7-eleven hat zusammen mit Liquid Barcode eine umfassende App entwickelt, die all das abbilden kann, was der mobile Konsument heute in seinem digitalen Lifestyle erwartet. Über die smarte Idee, den Spieltrieb des Konsumenten auszunutzen, werden Kunden bei 7-eleven sofort vor Ort honoriert, wenn diese eine Bewertung abgeben. Nach dem erfolgreichen Einsatz der Bewertungs-idee für den Kaffee, indem die teilnehmenden 7-eleven Kunden zu „Kaffee-Kontrolleuren“ wurden, wurde die Idee nun auch noch auf das Baguette Ge-



7-eleven App von Liquid Barcodes in Skandinavien. Die App beinhaltet Store-Finder, News und weitere Funktionen.

schäft ausgeweitet. Die erste Bewertung (einfach per klick 1 bis 5 Sterne vergeben) wird sofort vor Ort im Geschäft mit einem kostenlosen Zusatzgetränk bonifiziert. Wer viermal innerhalb von zwei Stunden eines Baguettekaufes die Bewertung vollzieht, der bekommt das fünfte Baguette umsonst. Die Bewertungsergebnisse werden sofort aggregiert und für jeden 7-eleven C-Store auf der Website und in der App publi-

ziert. Sowohl die Kaffee- als auch die Baguette-Aktion sind ein voller Erfolg. Die Einbindung der Kunden als „Kontrolleure“ haben zu einer deutlichen Qualitätsverbesserung beigetragen und zu wesentlich schnelleren Reaktionszeiten zur Nachsteuerung, falls die Verkaufsfähigkeit vor Ort einmal nicht in bester Qualität gewährleistet war.

Wir wollen ja auch, sind aber nicht 7-eleven ...

Mein Appell an Sie lautet: Übernehmen Sie schamlos die besten Praktiken der führenden Convenience-Händler. Sie müssen und können das Rad nicht neu erfinden! Voraussetzung für mobile Anwendungen am PoS ist eine verlässliche Verbindung mit dem Internet. 7-eleven setzt hierbei ebenso wie Subway, Burger King oder viele weitere marktführende Unternehmen auf Wi-Fi von The Cloud (www.thecloud.eu), dem europäischen Marktführer für einen rechtssicheren, plattformneutralen Internetzugang für ihre Kunden. Kontaktieren Sie mich gerne, wenn auch Sie eine Empfehlung benötigen, wie Sie schnell und einfach und mit überschaubaren Kosten dem digitalen Lifestyle Ihrer Kunden per App-Lösungen und WiFi gerecht werden wollen!

7-eleven betreibt weltweit rund 58000 C-Stores in 17 Ländern. Die norwegische Familie Reitan besitzt die 7-eleven-Lizenz in Skandinavien und betreibt über 250 7-eleven-Stores an Shell-Tankstellen in Nordeuropa.

Ihr Christian Warning

