

„Das Stichwort lautet: Kundenbindung“

Klein, aber fein ist der Shop von Stephan Dörfler im Sperrengeschoss der U-Bahn-Station Bonner Platz in München. Hier kommen sie alle vorbei: Pendler, Studenten, Rentner und vor allem die Stammkunden. Mithilfe des Webshops von Lekkerland liest Stephan Dörfler seinen Kunden jeden Wunsch von den Augen ab.



Fotos: dpa/Andreas Gebert

Stephan Dörflers U-Bahnkiosk ist Treffpunkt, Versorgungsstelle und Stammtisch in einem. Die Kunden schätzen die familiäre Atmosphäre und auch, dass der Shopbetreiber ihnen Extra-Wünsche erfüllt.

Herr Dörfler, Sie nutzen für Ihren Shop den Lekkerland Webshop. Welche Funktionen sind für Sie die wichtigsten?

Stephan Dörfler: Meine Frau und ich nutzen den Webshop seit zwei Jahren. Sie übernimmt allerdings immer häufiger den Bestellvorgang. Wir benutzen den Scanner für die Schnellerfassung, die das Bestellen leichter gestaltet. Das spart Zeit, was bei einem kleinen Shop mit „Rund um die Uhr“-Betrieb wichtig ist.

Welche Produkte bestellen Sie am häufigsten über den Webshop?

figsten über den Webshop?

Ganz klassisch sind das die Produkte, die den ganzen Tag über nachgefragt werden und die die Kunden spontan dazu kaufen. Das sind am häufigsten Tabakwaren, Getränke und Süßwaren.

Bestellen Sie auch Artikel extra für Ihre Kunden, die Sie sonst nicht im Shop vorrätig haben?

Ja, sogar fast immer. Wir haben eine Menge Stammkunden, aber auch für „Neulinge“ machen wir das. Denn das Stichwort lautet hier ganz

klar: Kundenbindung. Mit dem Webshop klappt das gut. So macht man seine Kunden glücklich und gewinnt Stammkunden.

Was ist für Sie beim Bestellvorgang besonders wichtig oder angenehm?

Mit dem Scanner bin ich zeitlich unabhängig: Ich kann bequem in ruhigeren Phasen alle Artikel mit dem Scanner aufnehmen und meine Bestellung am PC fertig machen, wenn ich auch wirklich Zeit dafür habe. So brauche ich mich nicht nach den Servicezeiten des Callcenters zu richten. 