

Kundendaten effektiv nutzen

Das Chicorée VIP-Treueprogramm

Wie kaufen Kundinnen ein?

CLV Modell

Das Chicorée VIP-Treueprogramm

Das Unternehmen Chicorée

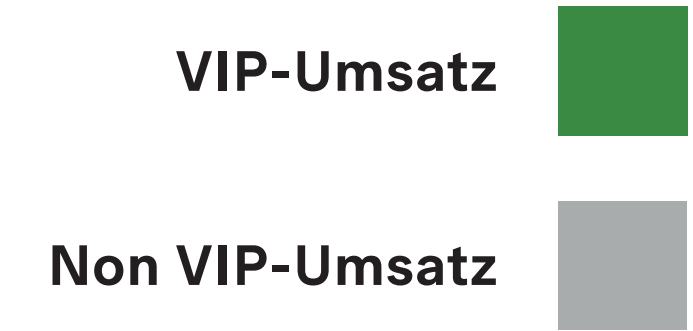


- Schweizer Familienunternehmen
- Gegründet 1982 durch Jörg Weber
- Zentrale Dietikon / Logistikcenter Brunegg
- 180 Filialen / 900 Mitarbeiter / 189 Mio. Umsatz 2023

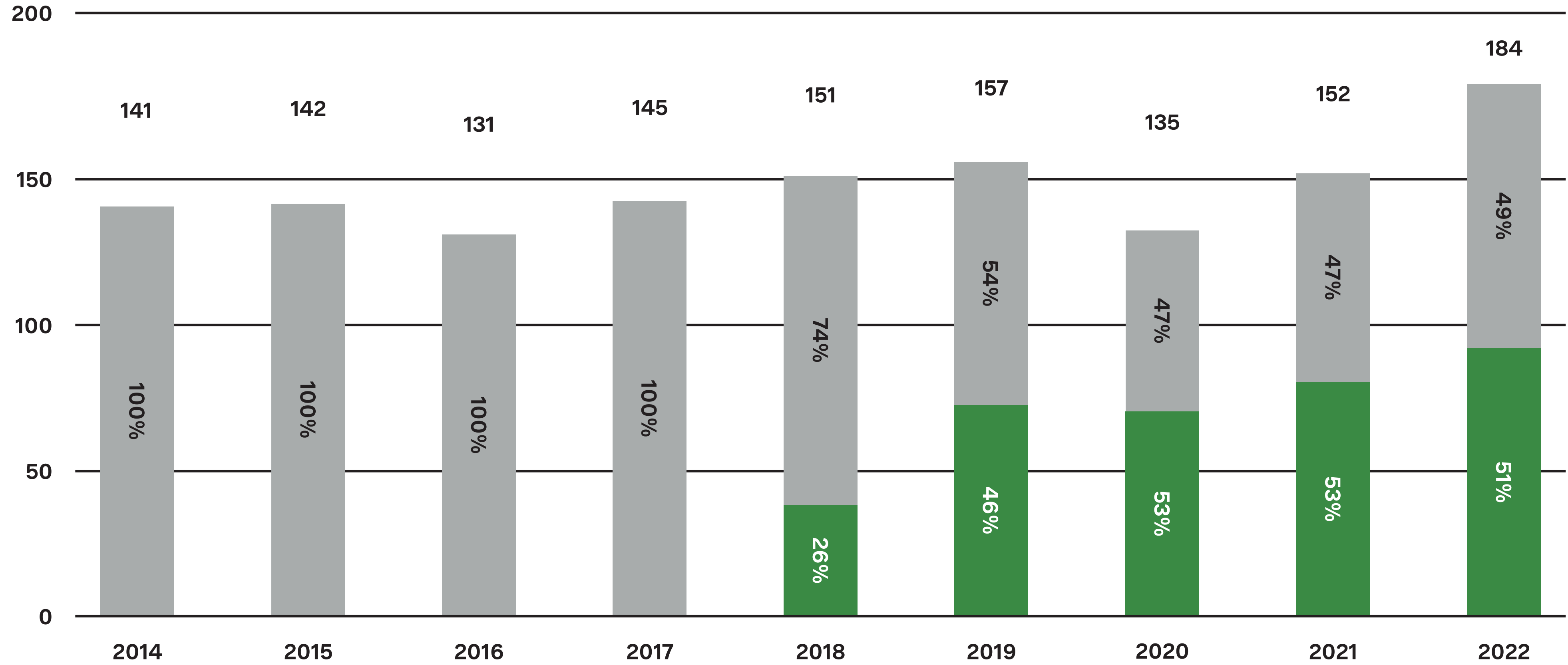
- Günstige Damenmode, Fokus Basics / Trends / Accessoires
- Frauen jeden Alters
- 1.2 Mio. kaufende Kundinnen pro Jahr
- Chicorée ist die Nummer 1. der Schweizer Modehändler



Umsatzentwicklung



Umsatz in Mio.

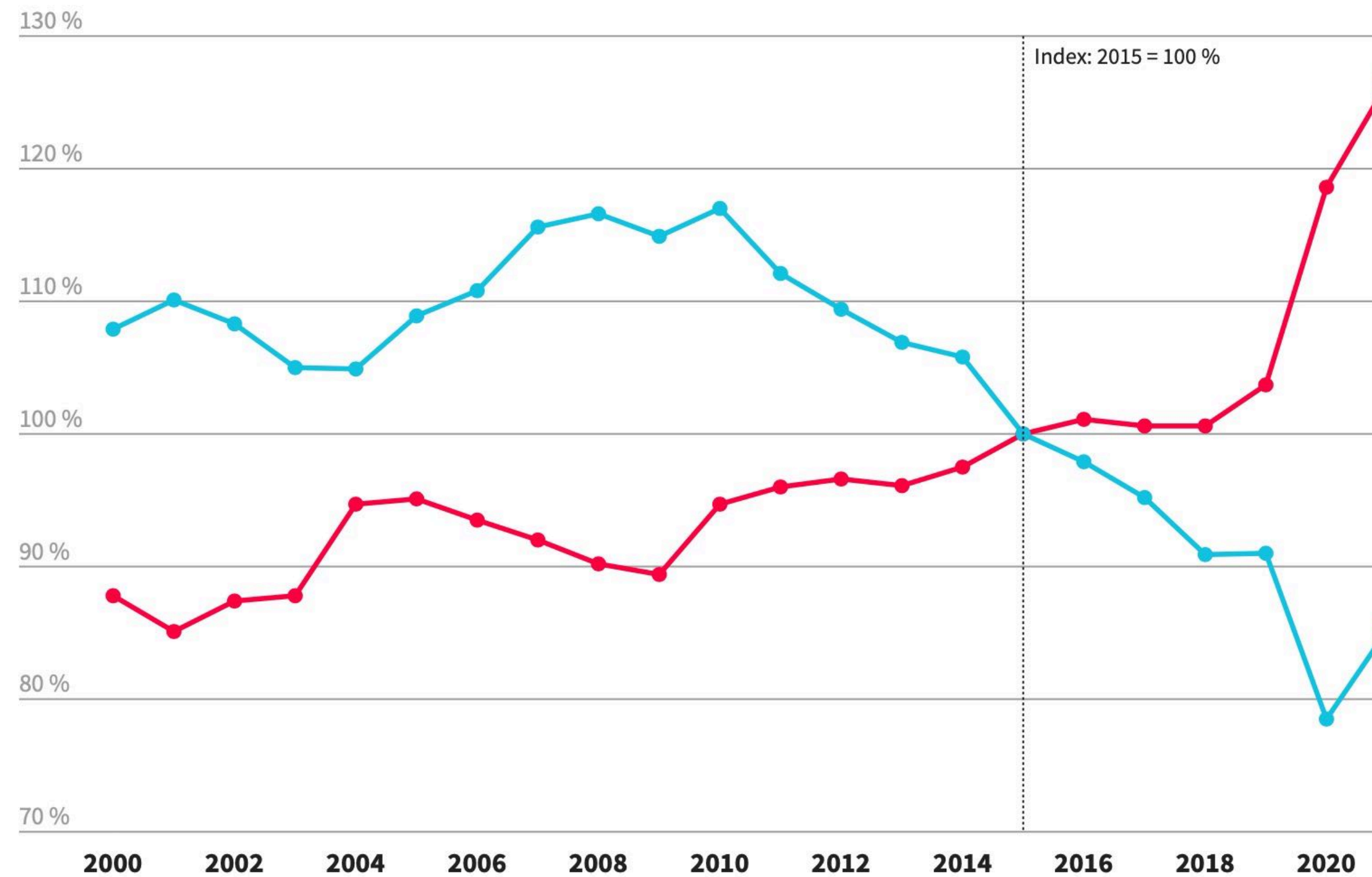


2023:
189 Mio.

Ein erfreuliches Resultat, wenn man so schaut wie die Branche sich entwickelt:

Umsatzentwicklung im Schweizer Detailhandel

- Versand- und Internetdetailhandel sowie Verkaufsstände und Märkte
- Bekleidungs- und Schuhdetailhandel



Quellen: Bundesamt für Statistik (Bfs), Detailhandelsumsatzstatistik (DHU), jährliche Zeitreihe, indizierte Werte (2015=100%), nominale Entwicklung.

VIP-TREUEPROGRAMM

Facts Chicorée VIP-Programm

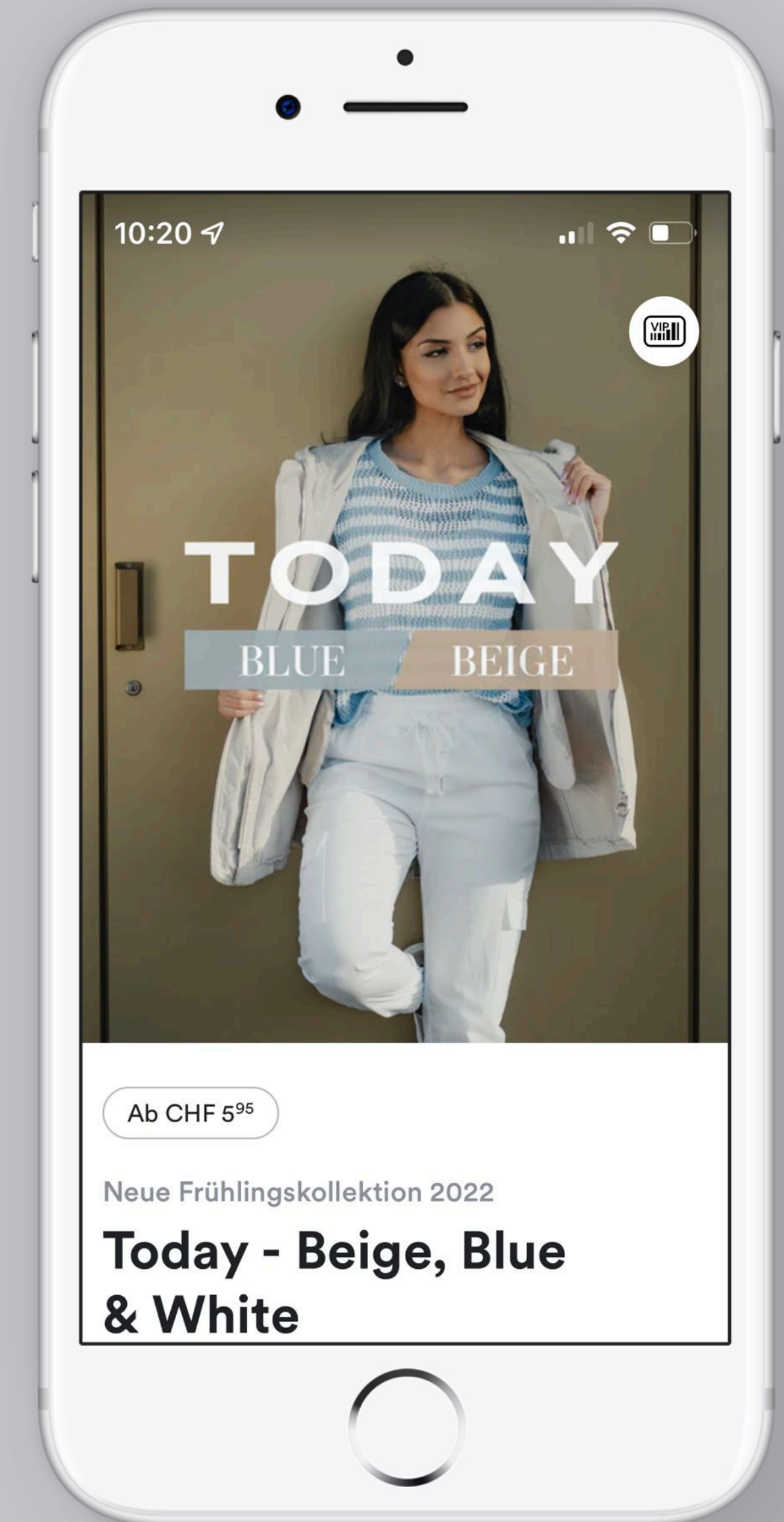
Hybrides Kundentreueprogramm mit physischer Kundenkarte und vollintegrierter App

ÜBERBLICK

- Start April 2018
- 700'000 Registrationen
- 55% des Umsatzes identifiziert
- 410'000 Kunden Einkäufe 2023

ERREICHBARKEIT

- 400'000 aktive E-Mail Adressen
- 210'000 Push via APP
- 420'000 SMS
- 500'000 Postadressen



VIP-TREUEPROGRAMM

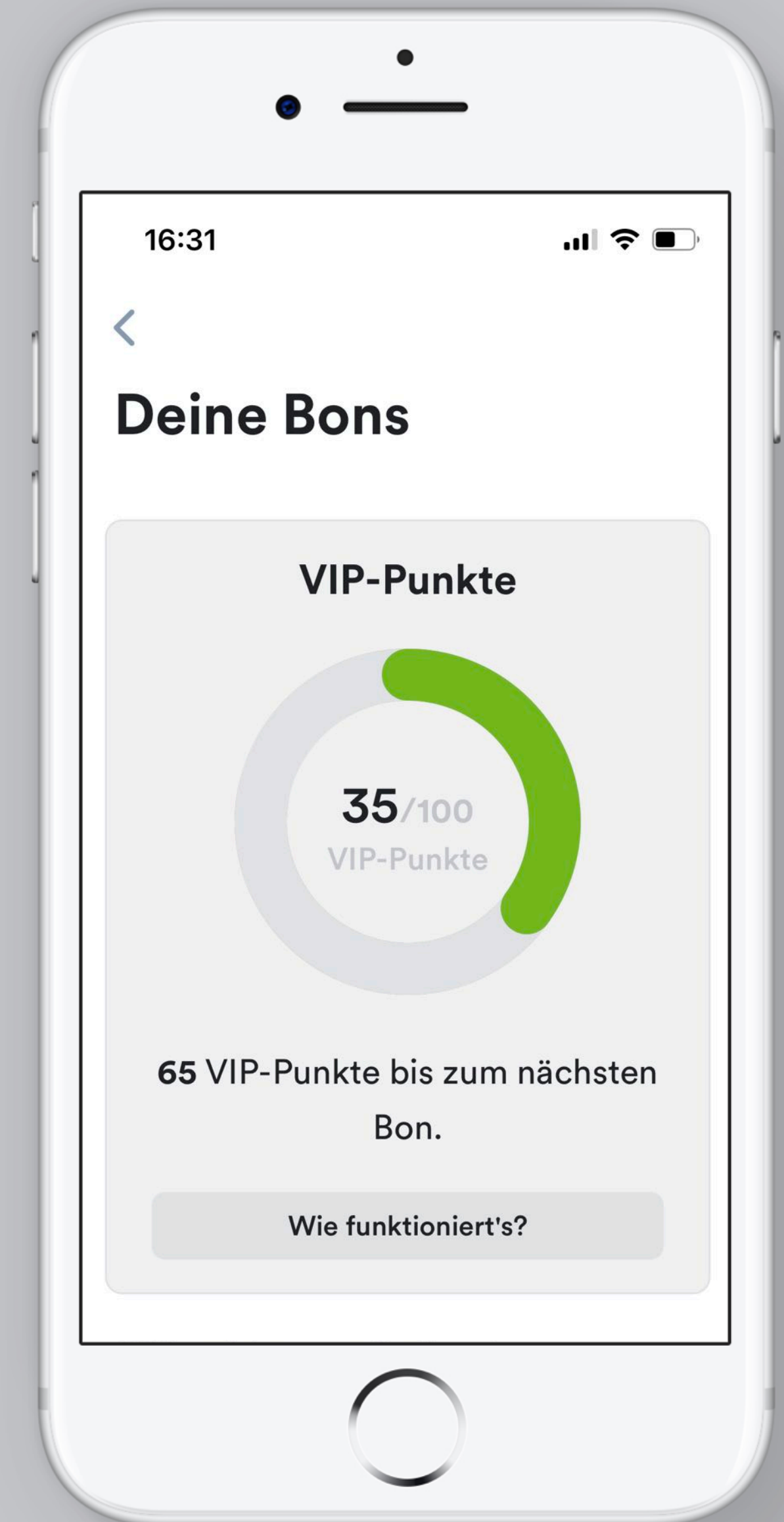
Chicorée VIP-Programm: Vorteile für Kundinnen

VIP-PROGRAMM

- Kunden sammeln VIP-Punkte mit Einkäufen und Spielen
- Pro 100 VIP-Punkte gibt es einen CHF 5 Gutschein -> 5% Bonifikation

WEITERE VORTEILE

- Glücksrad in App
- VIP-Geschenke
- VIP-Promotionen
- VIP-Shopping Days



VIP-TREUEPROGRAMM

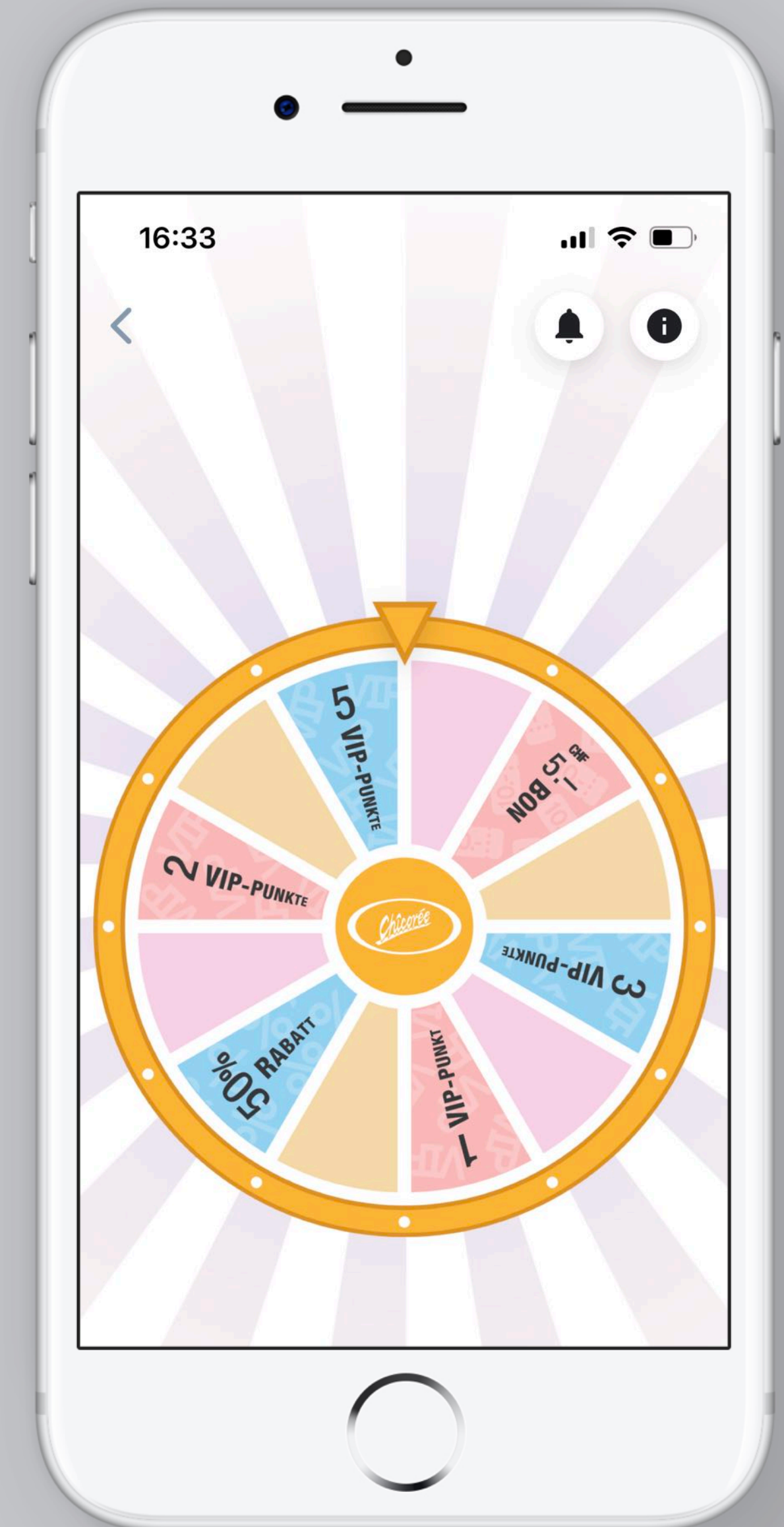
Chicorée App

CHICORÉE APP

- Native iOS und Android Mobile App
- Kundenprogramm komplett in App integriert
- Laufen Informationen zu Aktionen, neue Kollektionen

GLÜCKSRAD

- 60'000 tägliche Spiele
- 190'000 monatliche App User
- Täglicher Kontakt mit Chicorée

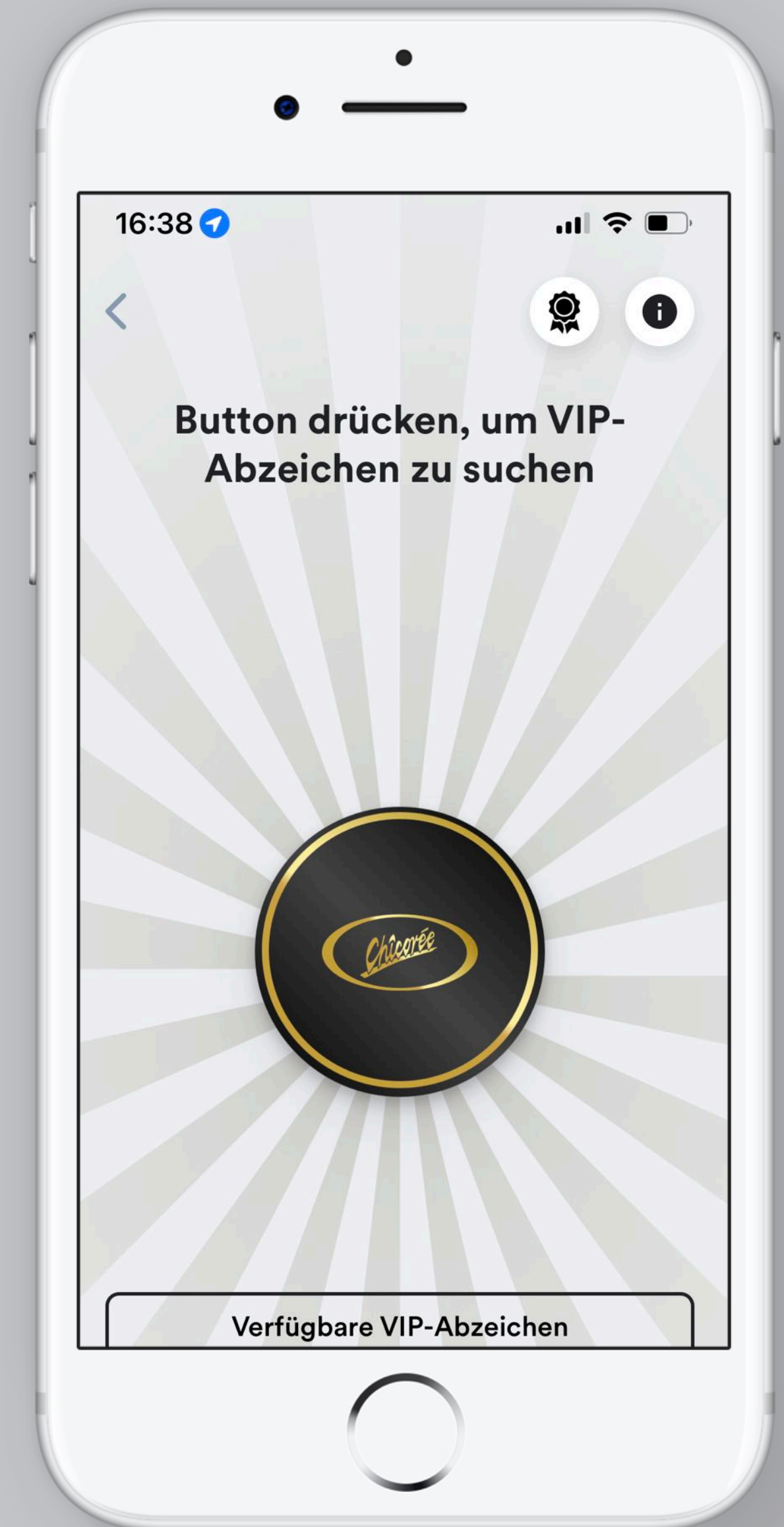


VIP-TREUEPROGRAMM

Chicorée App

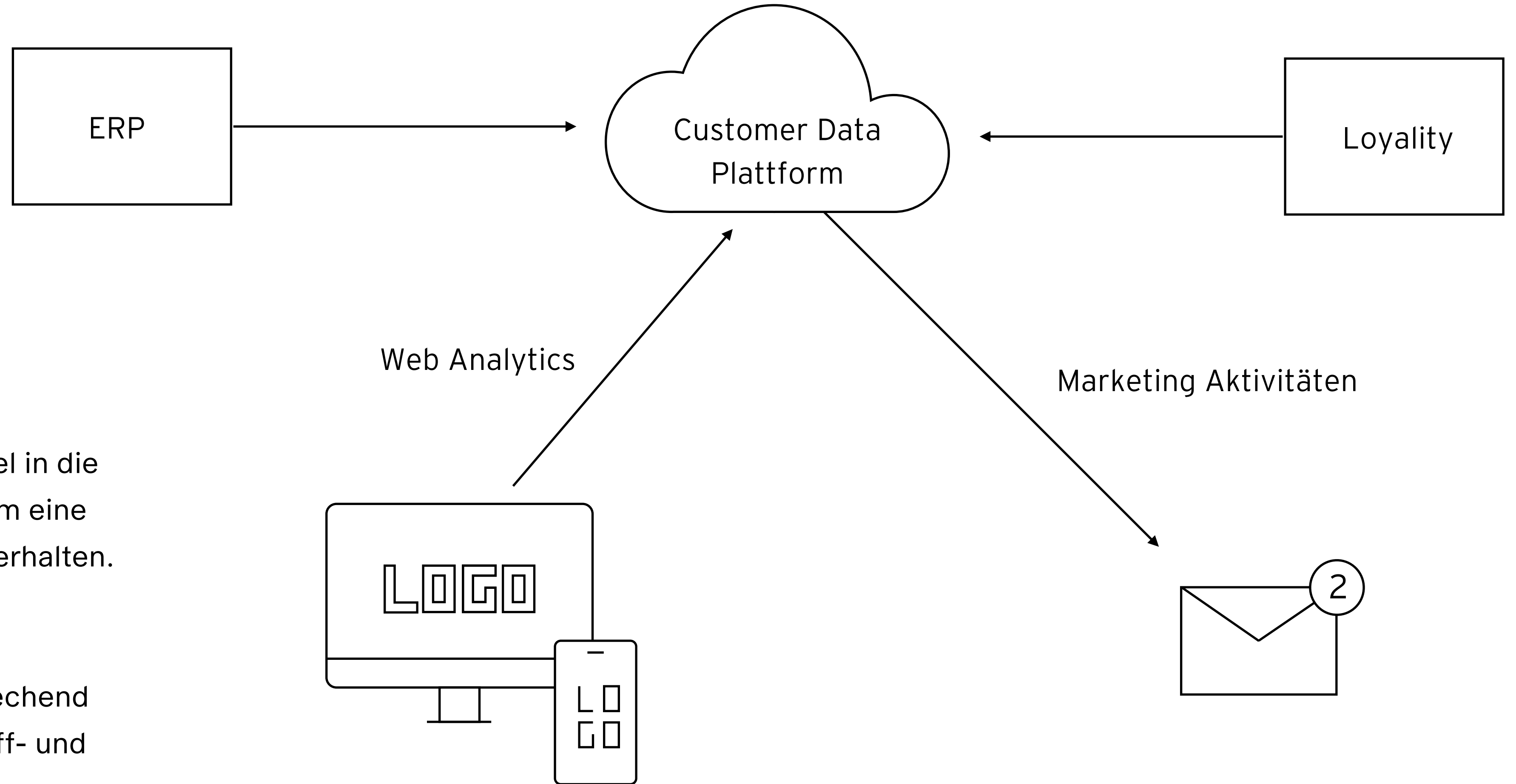
VIP-ABZEICHEN

- Teilnahme nur in den 180 Filialen möglich
- 3'000 tägliche Spiele
- Motiviert zum Ladenbesuch



VIP-Treueprogramm

Infrastruktur



Chicorée hat in den letzten Jahren viel in die technische Infrastruktur investiert, um eine einheitliche Sicht auf die Kunden zu erhalten.

An diesem Punkt beissen sich viele Unternehmen die Zähne aus, entsprechend können sie Aktivitäten der Kunden Off- und Online nicht verbinden.

Wie kaufen Kunden ein?

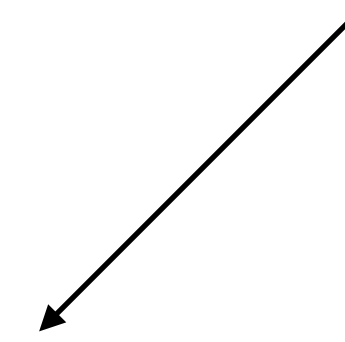
«Im Durchschnitt gibt ein Kunde bei uns
220 CHF im Jahr aus»

Wie kaufen Kunden ein?

Im Schnitt besitzt jeder dieser Personen 21 Milliarden USD



Er besitzt 151 Milliarden



Wie kaufen Kunden ein?

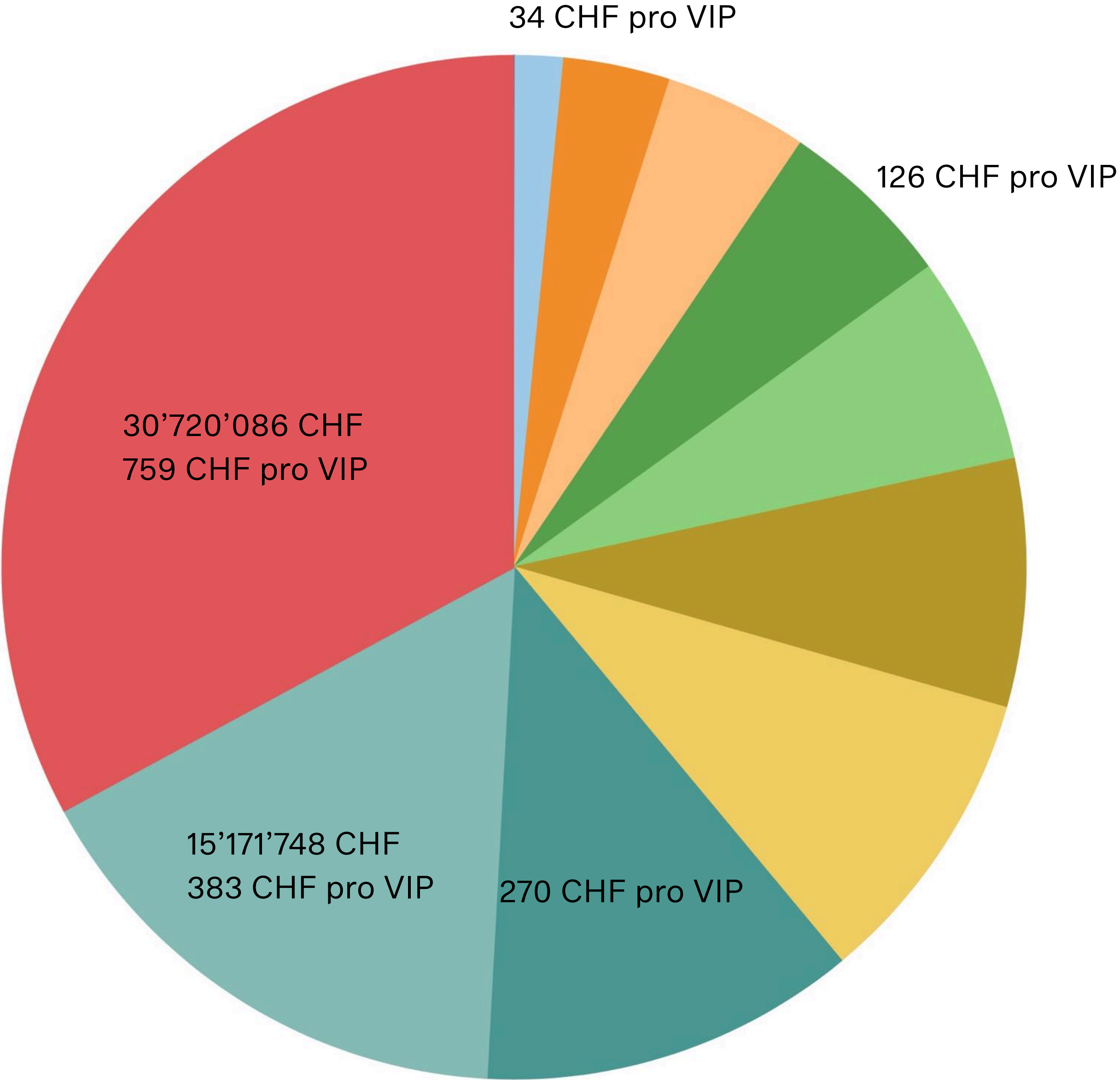
Schauen wir die Verteilung an

Dezentilreport

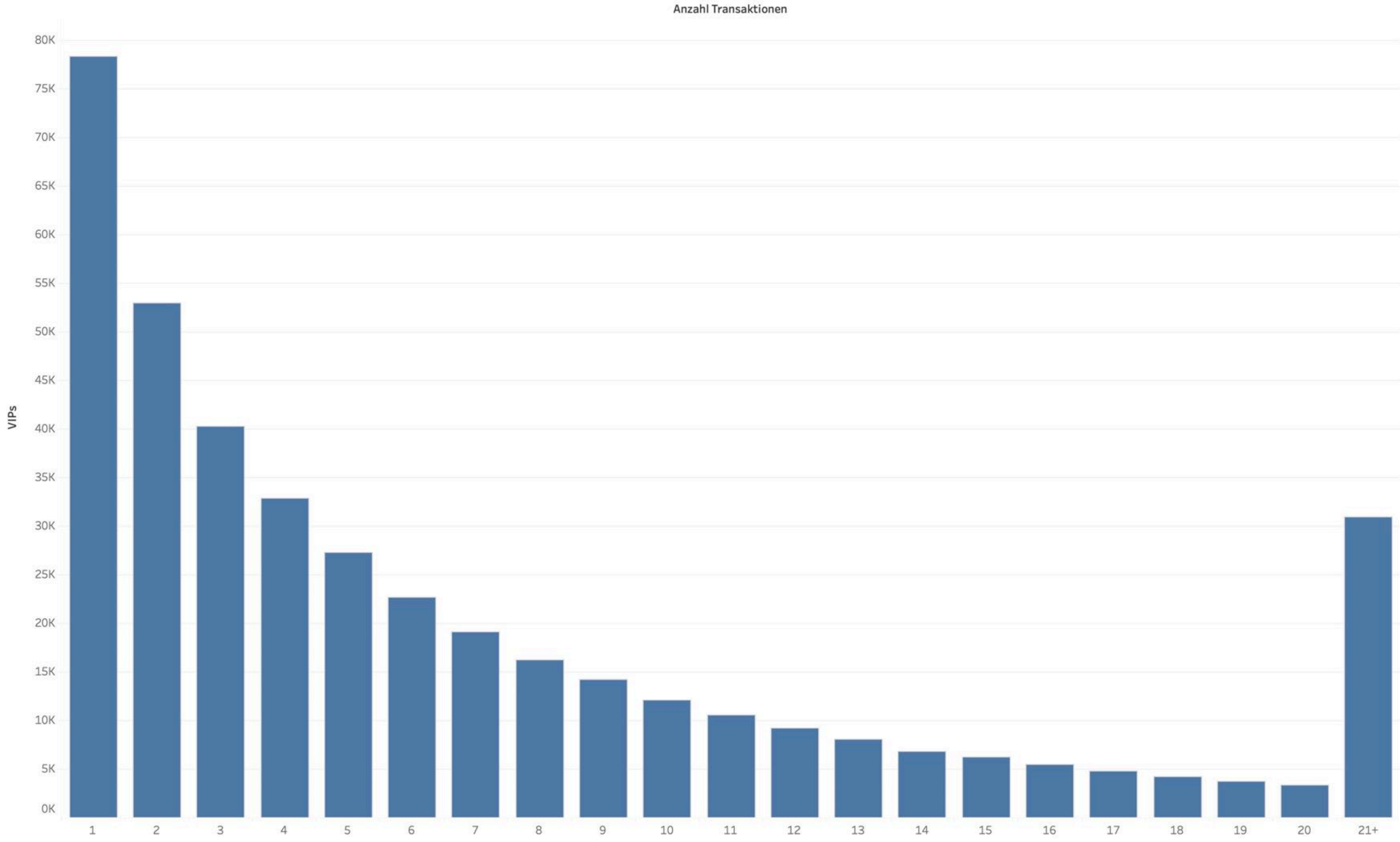
Jedes Segment repräsentiert den Umsatz von 41k VIPs die im letzten Jahr eingekauft haben.

Die besten 10% der Kundinnen geben 22 Mal mehr aus als die schlechtesten 10% der Kundinnen.

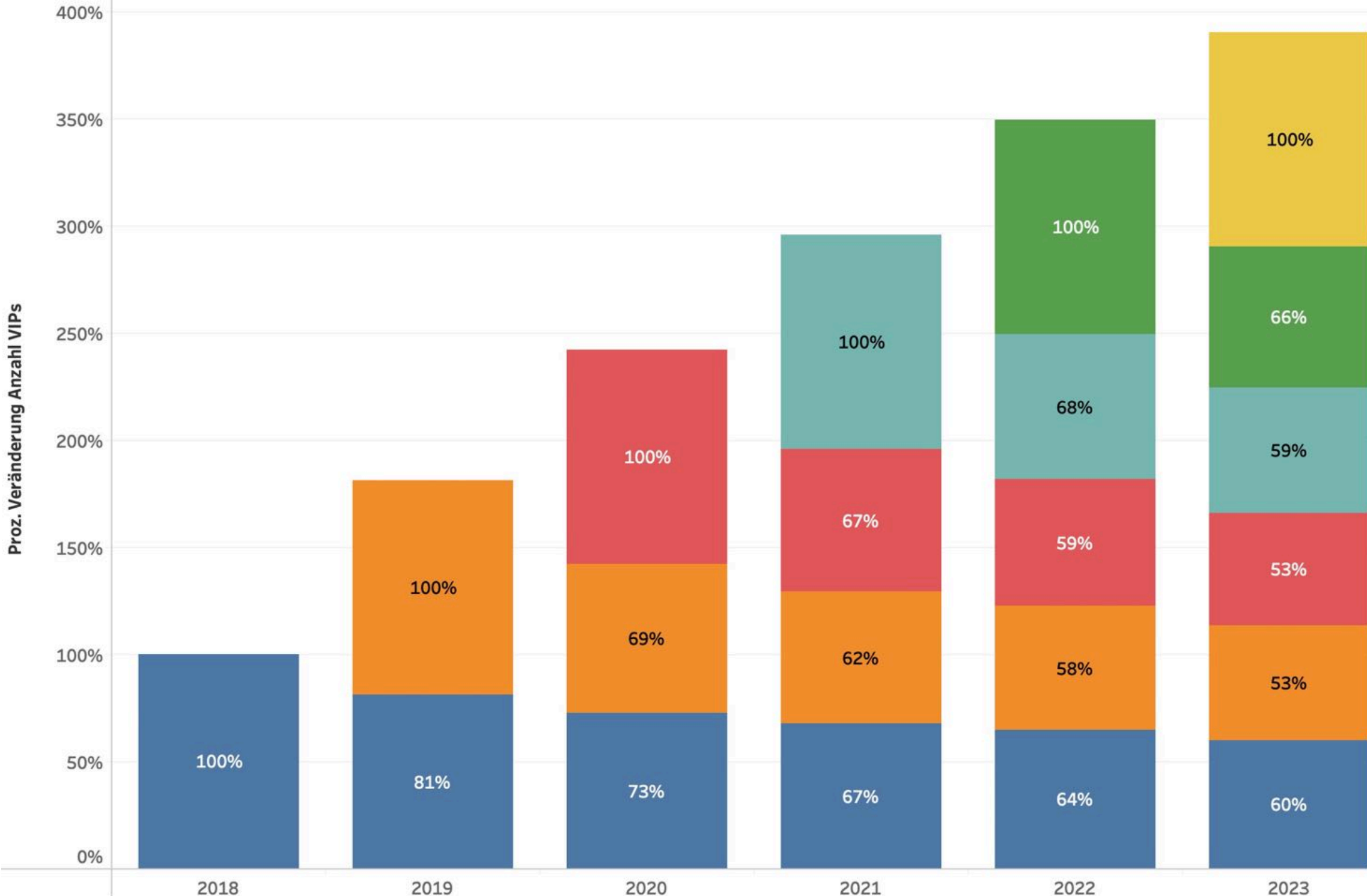
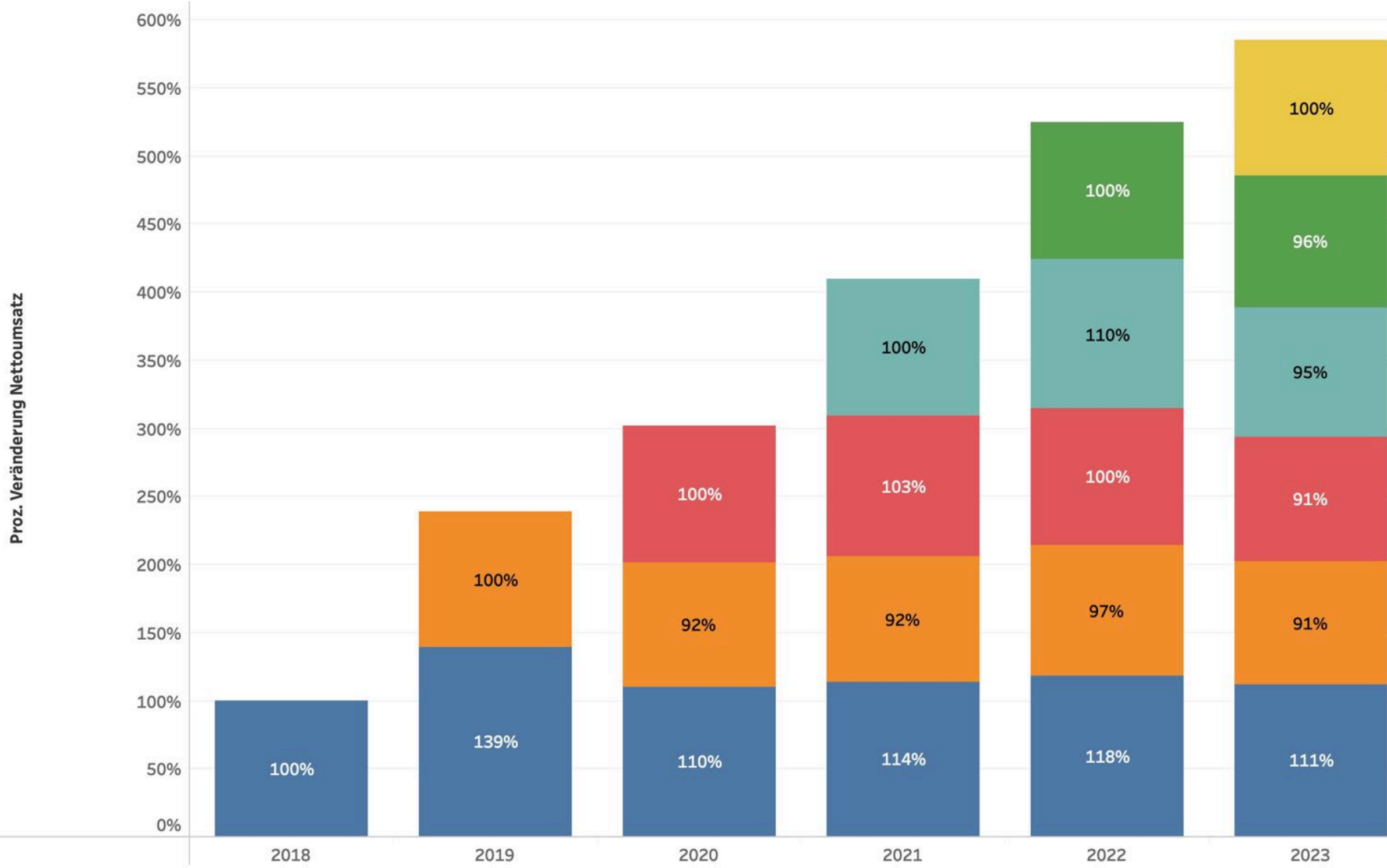
Nur etwa 10% der Kundinnen sind im Schnitt der 220 CHF pro Jahr.



Verteilung der Einkaufsfrequenz im letzten Jahr



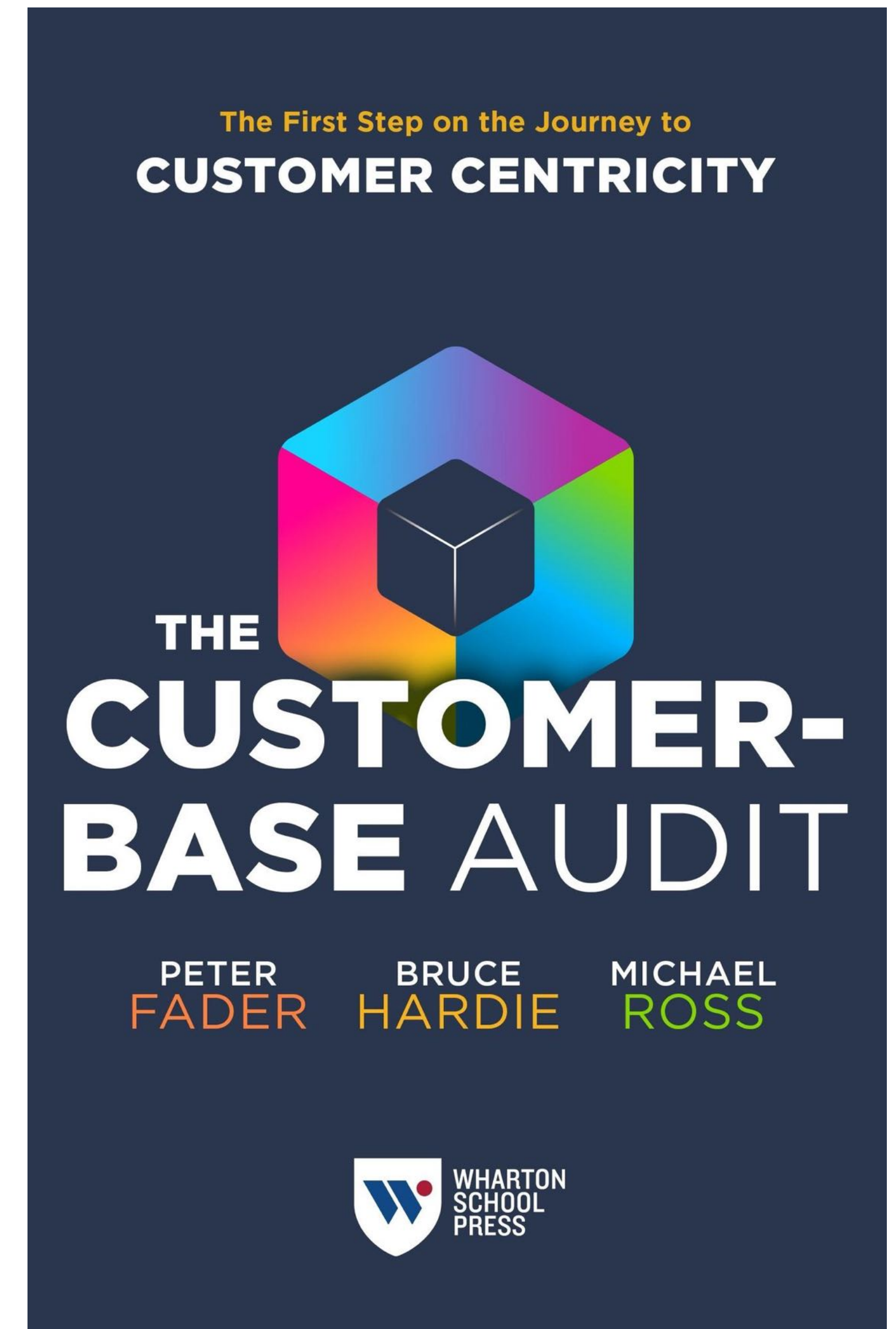
Cohort Chart VIPs vs Umsatz



Wie kaufen Kunden ein?

Buchtipp: Customer Base Audit

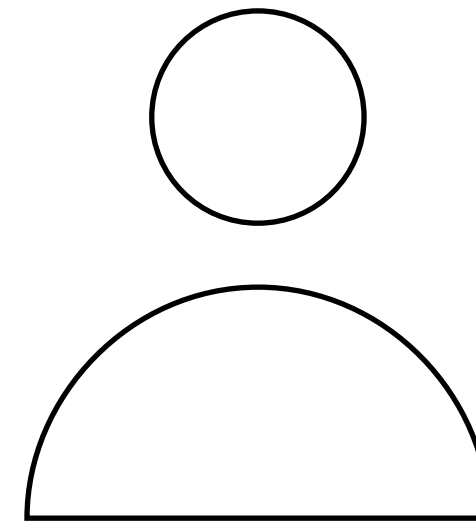
Das Buch hat viele handfeste Beispiele, wie man beginnen kann seinen Kundenbestand zu analysieren.



CLV Modell

Was kann das Modell vorhersagen?

Wie viel Geld wird er in den nächsten x Tagen ausgeben?



Wie viele Einkäufe wird der Kunde machen in den nächsten x Tagen?

Wie hoch ist seine Abwanderungswahrscheinlichkeit?

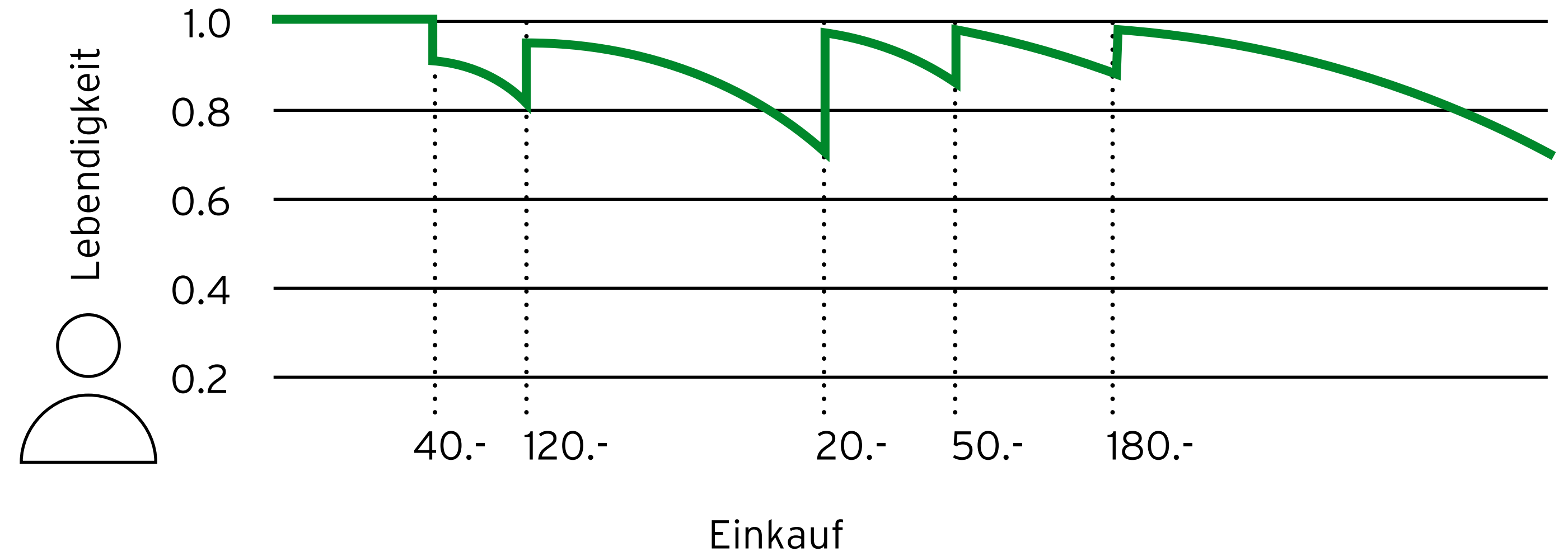
- Ein statistisches Modell
- Die Grundidee des Modells ist über 30 Jahre alt.
- Brauch nur 3 Parameter: Kundennummer, Einkaufsbetrag und Datum des Einkaufs

Wir nutzen die Umsetzung von PyMC Marketing:

[GitHub Link](#)



Beispiel Churn



Das Modell berechnet jeden Tag wie hoch die individuelle Wahrscheinlichkeit ist, dass ein Kunde abgewandert ist.

Fällt der Wert unter einen bestimmten Schwellwert, kann die Rückgewinnung gestartet werden.

CLV Modell

Beispiel Churn

Je nach Umsatz erhält die Kundin einen CHF 5 oder CHF 10 Bon, oder nur die E-Mail.

Mit A/B Tests haben wir herausgefunden, dass der Gutschein bei der mittleren Gruppe am besten funktioniert.

Denkbar wäre in Zukunft bei ganz guten Kunden eine persönliche Rückgewinnungsmassnahme.



Barbara, besuch uns doch wieder mal

Wir würden uns sehr freuen, wenn Du wieder mal bei uns vorbeischaust.

Als kleines Dankeschön für Deine bisherige Treue haben wir Dir Bons im Wert von CHF 10.– auf Deinem VIP-Konto gutgeschrieben. 🍷🍷

Den Bon kannst Du bei Deinem nächsten Einkauf einlösen. Zeige einfach Deine goldene oder Deine digitale VIP-Karte an der Kasse. Viel Spass beim Shoppen!

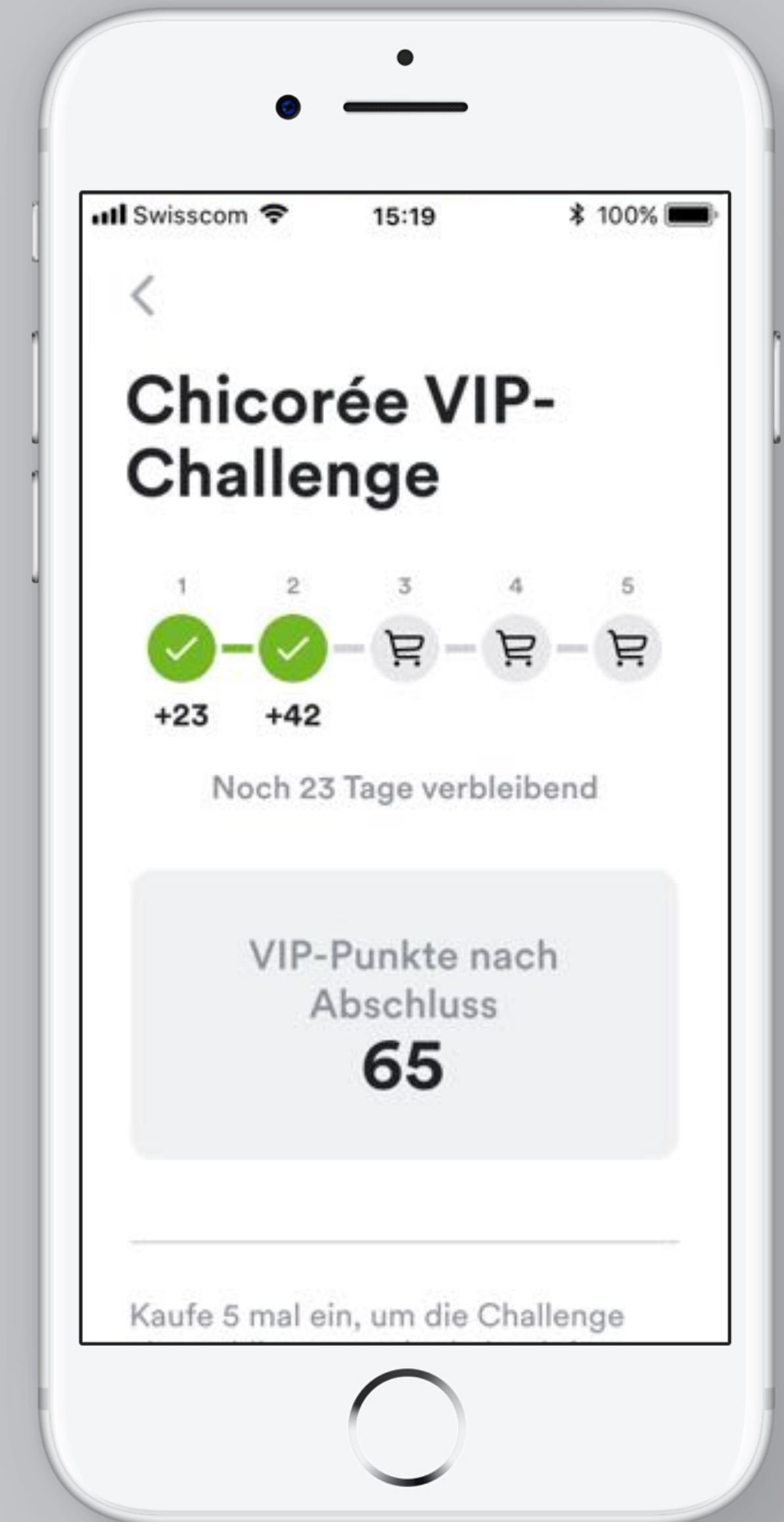


CLV Modell

Beispiel Einkauf Challenge

Wir möchten, die Kundin dazu bringen 1 Mal mehr einzukaufen in den nächsten 60 Tagen.

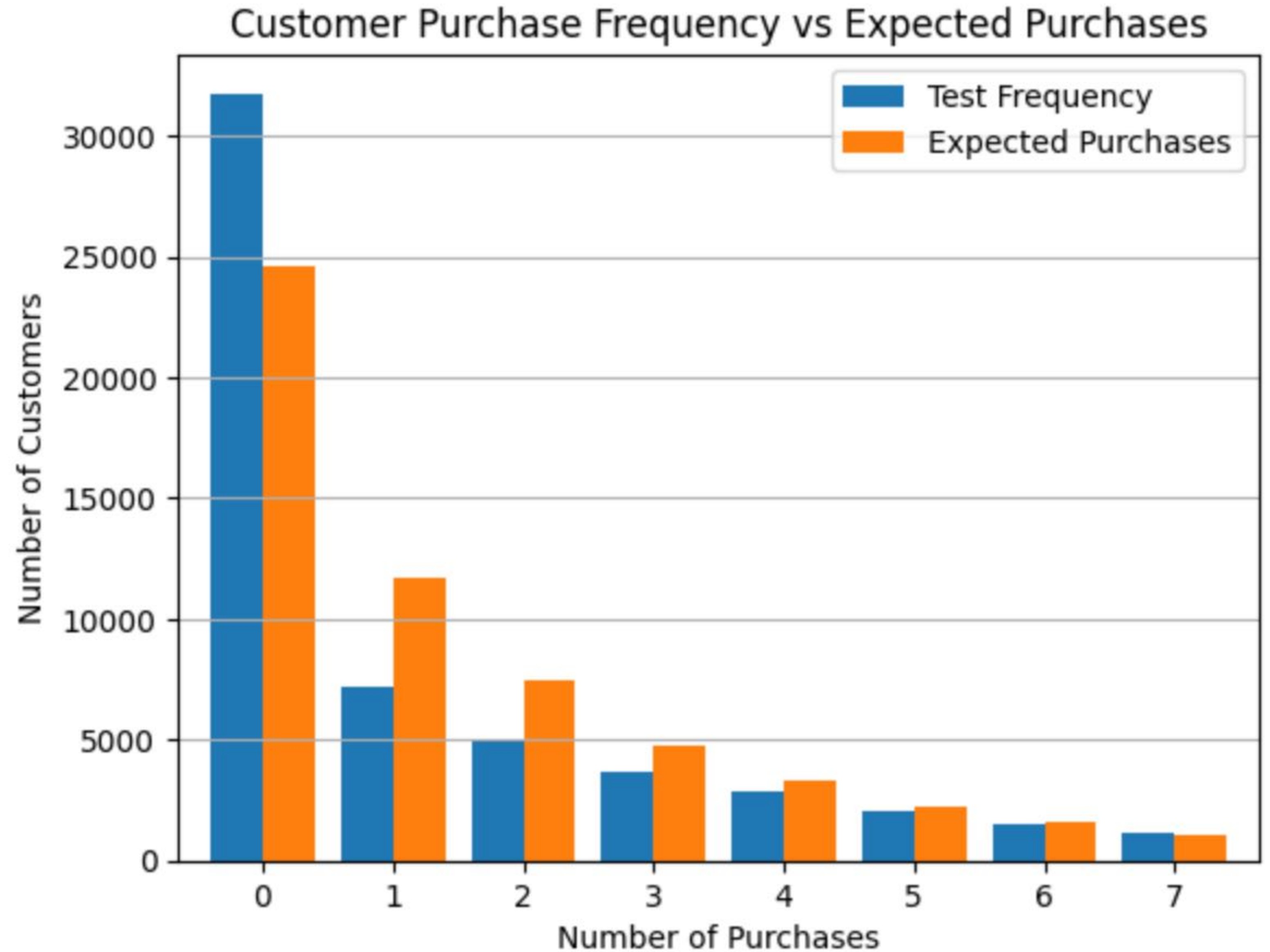
Jede Kundin erhält als Challenge eine realistische Anzahl an Einkäufen die sie erreichen muss.



Herleitung der Anzahl Einkäufe

Schätzung des Modells vs. was effektiv passierte für Einkäufe zwischen April und August. Trainiert mit Daten bis und mit April.

Für die Challenge nehmen wir die Schätzung des CLV Modells und rechnen einen Einkauf dazu.



Herzlichen Dank.