

# Mitarbeiter- und Kundenkarten

## RFID – kontaktlos und effizient

Sie stärken das moderne Image eines jeden Betriebes, erhöhen die Sicherheit und optimieren die Organisationseffizienz. Die Rede ist von Karten mit RFID-Technik, die eine automatische und berührungslose Identifizierung erlauben.

Bei der RFID-Technik werden keine Daten auf der Karte gespeichert, sondern sie schafft nur eine Verknüpfung zur Datenbank. Das stellt einen wichtigen Sicherheitsaspekt dar, sind die Daten doch so nicht von Dritten auslesbar. Der Sicherheit dienen auch ein Kopierschutz sowie die Möglichkeit, die Karte bei Verlust sofort zu sperren.

Innovativ, sicher, perfekt organisiert und hoher Kundennutzen – eine Karte, vier Vorteile!



Das kleine Kartenlesegerät ist frei positionierbar und kann entsprechend dezent platziert werden. Zudem bietet das Lesegerät einen Einschub für Versichertenkarten. Gerade vor dem Hintergrund der wieder steigenden Bedeutung der Krankenkassen ist dies ein wertvoller Effizienzgewinn.



---

Modern, effizient, sicher – Vorteile, die einen Einsatz sowohl als **Mitarbeiterkarte** wie auch als **Kundenkarte** ermöglichen.

### 1. Die Mitarbeiterkarte

Schnelles An- und Ummelden erlaubt die RFID-Karte den Mitarbeitern eines Unternehmens.

Statt umständlich und vor den Augen des Kunden verborgen ein Passwort eingeben zu müssen, reicht es, die Karte über das kleine Lesegerät zu halten. Direkt ist der Mitarbeiter im System angemeldet und verfügt dort über die ihm zugewiesenen Rechte. Das hinterlässt beim Kunden einen professionellen Eindruck und spart ihm unnötige Wartezeit.

### 2. Die Kundenkarte

Die vom Augenoptiker gestaltete Karte im Portemonnaie des Kunden ist nicht nur ein Werbeträger. Sie transportiert auch ein modernes Image und bietet dem Kunden zudem echte Vorteile.

Der Kunde betritt das Geschäft und reicht seine Kundenkarte dem Mitarbeiter. Dieser hält sie einmal kurz über das Lesegerät, schon sind die Kundendaten im System verfügbar. Schnell, up-to-date, serviceorientiert – beeindruckend für den Kunden.

Weiterhin kann die RFID-Kundenkarte zukünftig auch mit individuellen Rabatten verknüpft oder als Family- oder Abocard eingesetzt werden und so zu einer effizienten Kundenbindung beitragen.

