



Research & Consultancy

Loyaliteitsprogramma's

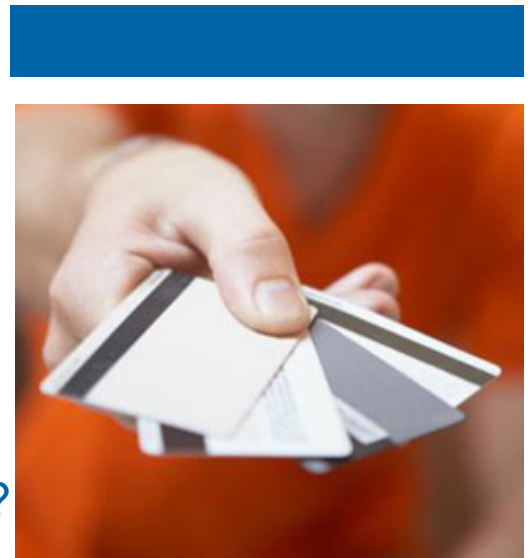
Wat bereik ik ermee en wat levert het op?

Loyaliteitsprogramma's zijn sinds begin jaren negentig niet meer weg te denken uit het retail-landschap. De gangbare gedachte is dat het goedkoper is om een bestaande klant te houden, dan om nieuwe klanten aan te trekken. Daarnaast vindt de Nederlandse consument het leuk om te sparen voor korting en cadeaus. Q&A heeft een onderzoek uitgevoerd naar loyaliteitsprogramma's in de detailhandel.

Loyaliteitsprogramma's

Een loyaliteitsprogramma levert bij de retailer veel vragen op als: Welk loyaliteitsprogramma is het meest effectief? Hoe kan ik met mijn dataset gericht klanten benaderen? Wat bereik ik met gerichte marketingactiviteiten? Welke klanten moet ik op welke manier belonen? Welke gegevens zijn interessant om te verzamelen? Met andere woorden: wat bereik ik ermee en wat levert het op?

Het onderzoek geeft inzicht in het proces van loyaliteitsmanagement en hoe deze tool kan worden ingezet om uw loyaliteitsprogramma's te verbeteren en te optimaliseren. Er wordt onder andere ingegaan op hoe tevreden klanten zijn over hun deelname aan loyaliteitsprogramma's, uiteengezet in variabelen zoals korting, variatie in acties, persoonlijke aanbiedingen, informatievoorziening et cetera. Daarnaast zal er gesproken worden over hoe klanten de loyaliteitsprogramma's georganiseerd willen zien. Willen klanten bijvoorbeeld kort of lang sparen voor hun beloning en in hoeverre willen klanten een actieve rol spelen in het proces om een beloning te krijgen? Tot slot komen de ergernissen met betrekking tot loyaliteitsprogramma's aan bod.



Wat treft u aan in de rapportage?

In de rapportage wordt op markt-, branche- en winkelniveau ingegaan op de aspecten die klanten belangrijk vinden in een loyaliteitsprogramma. U vindt in de rapportage een analyse over de houding en de rol van de klant in het proces en hoe zij tegen verschillende vormen van



loyaliteitsprogramma's aankijken. Verder vindt u op branche- en winkelniveau een overzicht van de beoordelingen van retailers en het belang van de aspecten voor verschillende branches.

De volgende branches komen hierbij aan bod: Supermarkten, Bouwmarkten & Woonwinkels, Mode, Drogisterij & Parfumerie en Warenhuizen. De beoordelingen zijn weergegeven aan de hand van de zogenaamde Importance Performance modellen. Op basis van deze modellen kunt u analyseren waar u uw prestaties dient te verbeteren en waar u ze dient te handhaven. Daarnaast krijgt u inzicht in de prestaties van concurrenten. Kortom: een overzichtelijk en praktisch rapport wat u nieuwe inzichten zal geven voor succesvolle loyaliteitsprogramma's!

**Advies op maat:
Q&A adviseert uw organisatie graag over de
mogelijkheden om uw loyaliteitsprogramma te managen.**

Advies op maat

Q&A adviseert uw organisatie graag over de mogelijkheden om uw loyaliteitsprogramma te managen. U kunt aan de volgende mogelijkheden denken:

CRM Readiness Scan

Is uw bedrijf klaar om het CRM systeem succesvol te laten zijn? Door middel van de CRM Readiness Scan krijgt u inzicht in de huidige situatie van uw CRM systeem. Een inventarisatie op basis van bijvoorbeeld draagvlak, IT systemen en informatiebehoefte maakt eventuele knelpunten zichtbaar. Extra analyses kunnen gericht oplossingen en actiepunten bieden om op deze manier uw systeem te optimaliseren.

Segmentatie

Elke klant is anders en elke klant heeft andere behoeftes/verwachtingen met betrekking tot een loyaliteitsprogramma. Het is in de meeste gevallen -kosten en tijd afwegend- niet efficiënt om iedereen persoonlijk te benaderen. Het is wenselijk om klanten die overeenkomstig gedrag vertonen te clusteren en gezamenlijk te benaderen. Op deze wijze wordt bepaald welk segment een target groep is en welke niet en kunnen marketingactiviteiten dus effectiever zijn.

Dit voorkomt ergernis en levert geld op voor zowel de retailer als voor de klant.

Retail Panel

Met het Retail Panel wordt een klantenpanel opgebouwd die periodiek benaderd kan worden met vragen. Hiermee kunt u uw marketingactiviteiten eenvoudig laten beoordelen zodat u deze verder kunt optimaliseren. Meer informatie hierover kunt u vinden in de brochure over Retail Panel.



Wat zijn de kosten?

De standaard rapportage wordt aangeboden voor € 3250,-* en wordt in PDF-vorm aangeleverd. De prijs voor een CRM Readiness Scan (exclusief extra analyse) is € 2800,-*. De overige prijzen voor "Advies op maat" zijn afhankelijk van uw situatie en informatiebehoefte. U kunt natuurlijk altijd vrijblijvend een offerte aanvragen.

**Kosten zijn exclusief BTW*

Kennis is kracht

Kracht is groeien

In de snel veranderende retailmarkt wilt u weten hoe uw formule of merk is gepositioneerd. Wat uw concurrenten doen. Waarom consumenten kopen wat ze kopen en of uw marketingcampagne een succes is.

Q&A geeft antwoord op die vragen. Ons onderzoeks- en adviesbureau heeft passie voor retail en levert u betrouwbare en praktische informatie en adviezen waarmee u direct aan de slag kunt.

Q & A Research & Consultancy
Bezembinder 2
3861 SL Nijkerk
Nederland

Tel. +31(0)33-2454637
Fax +31(0)33-2457690
E-mail info@q-and-a.nl
KvK nr. 32116007
BTW nr. 8160.23.232.b.01

ABN-Amro 41.22.09.616

