

CUSTOMER LOYALTY

MANAGEMENT conference 2020



Έχει μέλλον το loyalty; Και όμως, έχει μέλλον!

CONSUMER

CUSTOMER

SHOPPER

ΑΞΙΑ

ΑΜΕΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

ΑΜΕΣΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ

ΑΚΡΙΒΑ ΚΑΙ ΕΝΕΧΟΥΝ ΡΙΣΚΟ

	ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ	ΝΕΑ ΤΑΣΗ
Θεμελίωση	Διατύπωση	Σχέση - Εξάρτηση
Εκτίμηση	Διαφάνεια – Εχεμύθεια	Ανακαλύψεις - Διακρίσεις
Χρόνος	Τώρα	Αναγνώριση παρελθόντος
Τρόπος	Points	Σύμβολα εξάρτησης
Αναγνώριση	Πλαστική Κάρτα	Παντού
Οφέλη Πελάτη	Οικονομικά	Ευρύτερα
ΑΙΣΘΗΣΗ	ΤΙΤΛΟΣ	Εκτίμηση

	1980 - 2000	2010 - 2020	ΜΕΛΛΟΝ
Core Position	<ul style="list-style-type: none"> • Πόντοι • Δωροεπιταγές 	<ul style="list-style-type: none"> • Πόντοι • Επιβραβεύσεις - Δωρεάν Καφές - Εκπτώσεις 	<ul style="list-style-type: none"> • Περισσότερο συναίσθημα • Μεγαλύτερη ποικιλία μεθόδων αναγνώρισης
Purpose and Focus	<ul style="list-style-type: none"> • Παρακολούθηση από απόσταση • Συλλογή data και segmentation / clusters • Λίγες ανταλλαγές 	<ul style="list-style-type: none"> • Αντίληψη συμπεριφορών καταναλωτών – πελατών • Κτίσιμο 1:1 σχέσεων • Αρχή two-way contact 	<ul style="list-style-type: none"> • Περισσότερο προσωπική • Ποιο συχνή • Ποιο εξειδικευμένα οφέλη στον ιδιώτη / χρήστη
Ποιος /οι	Λίγοι λιανέμποροι	Πολλοί λιανέμποροι μεγέθους και sectors	ΟΛΟΙ
Συμβολή Πελατών	<ul style="list-style-type: none"> • Χρήση κάρτας στο ταμείο • Αλληλογραφία 	<ul style="list-style-type: none"> • Ποικιλία τρόπων συναλλαγών και συλλογής στοιχείων • Μετακίνηση στην online επικοινωνία (email) 	Παντού – Σε κάθε χρόνο – Σε κάθε πλατφόρμα
Οικοσύστημα	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη κυρίως in house • Αγορά από ράφι λογισμικού loyalty provider 	<ul style="list-style-type: none"> • Καθιερωμένοι providers • Εξειδικευμένοι component providers • Φθηνότερα και γρηγορότερα 	<ul style="list-style-type: none"> • Λιανέμπορος ελέγχει το οικοσύστημα • Εύκαμπτη, συνεχώς ανανεωτική αρχιτεκτονική συστήματος. ΔΥΝΑΜΙΚΗ

- Προσωπική Επιβράβευση
- Διαρκής 24/7
- Αντιληπτό Σχήμα
- Διαφάνεια
- Mobile Επικοινωνία

ΘΕΛΩ

- Επιβραβεύσεις πέρα των αγορών
- Προσφορά σε real time
- Αμφίδρομη επικοινωνία
- Να ελέγχω τα στοιχεία μου

- Σχετικές Ανταμοιβές
- Συσχέτιση πολλαπλών πηγών βασισμένη στη συμπεριφορά και το lifestyle
- Μεταφορά consumer insights από όλα τα κανάλια – μαγαζιά brand – omnichannel approach
- Μεταφορά των επιβραβεύσεων σε ένα φορέα, σε ένα application
- Προϊοντική πληροφόρηση
- Προσθήκη εργαλείων (κουπόνια – χρήματα) κατευθείαν στο device
- Χρησιμοποίηση τεχνολογίας

ΑΝΑΓΚΕΣ

- Μοιράζω την πληροφορία
- Προσφορές βασισμένες σε γεωοικονομική – πελατειακή δραστηριότητα και
- Επιβράβευση διαπροσωπική
- Χρησιμοποίηση φιλικής πλατφόρμας

IGNORE CUSTOMERS NEEDS

ACQUISITION VS RETENTION

EASY 81%

RELEVANT 75%

PERSONALIZATION

PRIORITISE CONVENIENCE TO RETAIN CUSTOMER LOYALTY

ΑΠΛΑ ΚΑΙ ΞΕΚΑΘΑΡΑ

LABOR AND MONEY INTENSIVE

ΑΔΙΑΦΟΡΑ

ΑΧΡΗΣΤΑ

ΜΗ ΚΕΡΔΟΦΟΡΑ

ENTITLEMENT APPRECIATION