

SMART

COMMERCE

CONSULTING

Cél a folyamatos újravásárlás elérése - felelősséggel

Donáth Fruzsina

2020.03.11.

Miért téma a vásárlási gyakoriság?

- **E-ker piaci trendek**
- **Üzleti okok**

Mi egyáltalán a vásárlói lojalitás?

- **Ráció és érzelem**
- **Változatos indokok a visszatérésre**

Optimum

Mi az, és hogyan érjük el?

1. A „fejhez” és a „szívhez” is



2. A funnel minden szeletéhez



3. Ma és holnap is



4. Könnyen érthető használható



<https://sloanreview.mit.edu/article/why-customer-experience-is-key-for-loyalty-programs/>

Stratégiai alapok

ÜZLETI STRATÉGIAI TERV

- Mi a vízióm?
- Ki a célcsoport?
- Milyen szükségletet elégít ki?
- Mi a termék?
- Milyen üzleti célt akarok elérni vele?
- Mi az egyedi értékelőnyöm?
- Milyen eszközök kellenek a megvalósításhoz?



HŰSÉGPROGRAM DESIGN TERV

- Miről szóljon átfogóan a program?
- Hogyan teszek különbséget az elemek között?
- Milyen típusú eszközöket ajánlok?
- Hogyan tervezem meg a különböző értékek közötti egyensúlyt?
- Hogyan különböztetem meg magam a többi programtól?
- Hogyan csinálok buzz-t körülöttem?
- Lehívhatóság kontroll, elemekhez hozzájutás



Az újvásárlás design részletesen

Miről szóljon átfogóan a program?

Design checklist, stratégiai alap

1. Hogyan tesztek különbséget az elemek között?

- Brand- saját termék v. 3-ik feles

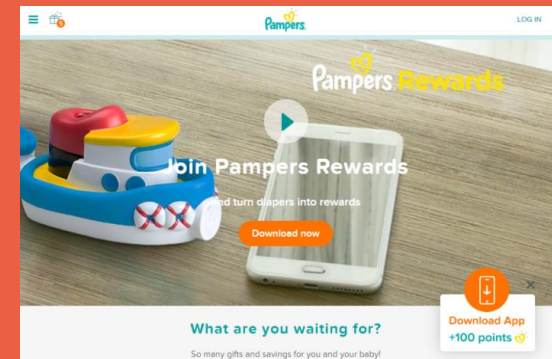
2. Milyen típusú eszközöket ajánlok?

- Árcsökkentéstől a személyre szabottig – közkedelt és/vagy márkához köt

3. Hogyan tervezem meg a különböző értékek közötti egyensúlyt?

- Ingyenestől a drágáig – személyreszabottság, profit

<https://antavo.com/blog/loyalty-program-design>



Az újvásárlás design részletesen

4. Hogyan különböztetem meg magam a többi programtól?

- Meglepetés ereje, havi előfizetés modellek

5. Hogyan csinállok buzz-t körülöttem?

- Kóstolók, valamiért cserébe, ösztönzött reviewk

6. Lehívhatóság kontroll

- Limitek: idő, mennyiség, státusz, költség stb.

7. Elemekhez hozzájutás

- Partner, direkt, online, következő vásárlás



Adatok hatalma – okos hűség



Szemponatok 2020-ban: fenntarthatóság

KÖZÖS FELELŐSSÉG

- **MIT? Fenntartható üzlet**

- skálázható, profitábilis, nem rombol

- **HOGYAN?**

- 1. Stratégiai digitalizációval :** hatékony, gyors, zöld, tervezhető, mérhető, korrigálható
- 2. Zöld elvek mentén :** értéklánc, riport, logisztika, (saját zöld flotta, azonnali kiszállítás, pick pack pont, csomagolás stb.)
- 3. Támogató szervezettel :** vezető fontossága, egyensúlyi agilis

ABOUT YOU[©]

**I was a handwritten
loveletter once***

*I am a compostable cardboard

Összegzés

- Az **üzleti növekedés** egyik kulcsa a vásárlási gyakoriság fokozása, amihez hűséges vásárlókat kell „gyártanunk”.
- Ezt **támogató loyalty rendszerek design alapokon, stratégiára illeszkedve tervezhetőek** úgy, hogy maximálisan figyelembe vesszük a vásárlói elvárásokat és az üzleti célokat.
- A fenntartható üzlet és azokat támogató projektek tervezhetőek, mérhetőek és **figyelembe veszik a jövő generáció érdekeit** is. Ehhez stratégiai alapú mindset és felelősen gondolkodó vezetők kellene, ezt támogató agilis csapatokkal.

"Be agile but start the journey today!"

SMART

COMMERCE

CONSULTING

1074 Budapest, Dohány utca 12.

info@smartcommerce.hu

www.smartcommerce.hu