

Loyalitet & loyalitetskoncepter

HVOR LOYALE ER JERES KUNDER?

Hvad er loyalitet?

At arbejde med loyalitet i en virksomhed er en strategisk beslutning. Loyalitet kan rettes mod personer, virksomheder og produkter.

En definition at loyalitet kunne være:

"... a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behaviour"

Oliver, Richard L., Satisfaction, McGraw-Hill, New York, 1997.

Er dine kunder "sande loyale" eller "falske loyale"?

Gensidig loyalitet opbygger man ikke fra den ene dag til den anden!

Loyalitetsudviklingen gennemgår 3 faser, den kognitive (Know me), den affektive fase (Hear me) og den konative (Grow me).

Der kan her skelnes mellem sand og falsk loyalitet.

Den falske loyalitet indeholder ofte en mangel på alternativer frem for tilfredshed med produkt og relation!

Den sande loyalitet, er der hvor der er flere muligheder for kunden, men hvor kunden igen og igen vælger den samme leverandør baseret på den optimale værdiskabelse, tilfredshed og relation.

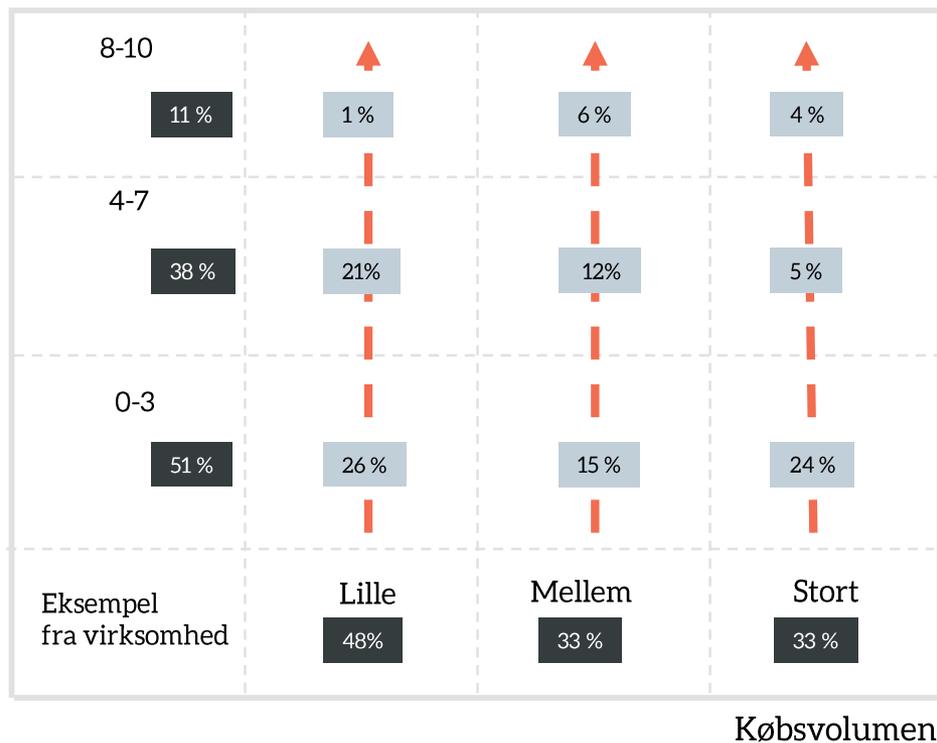
En fælde kan være at sætte tilfredshed lig med loyalitet. Vores erfaring er, at det ikke alene er nok at måle på kundetilfredshed. Men at oplevelse, brand, købsadfærd mv. ligeledes bør indgå i vurderingen.

Loyalitetsgitteret

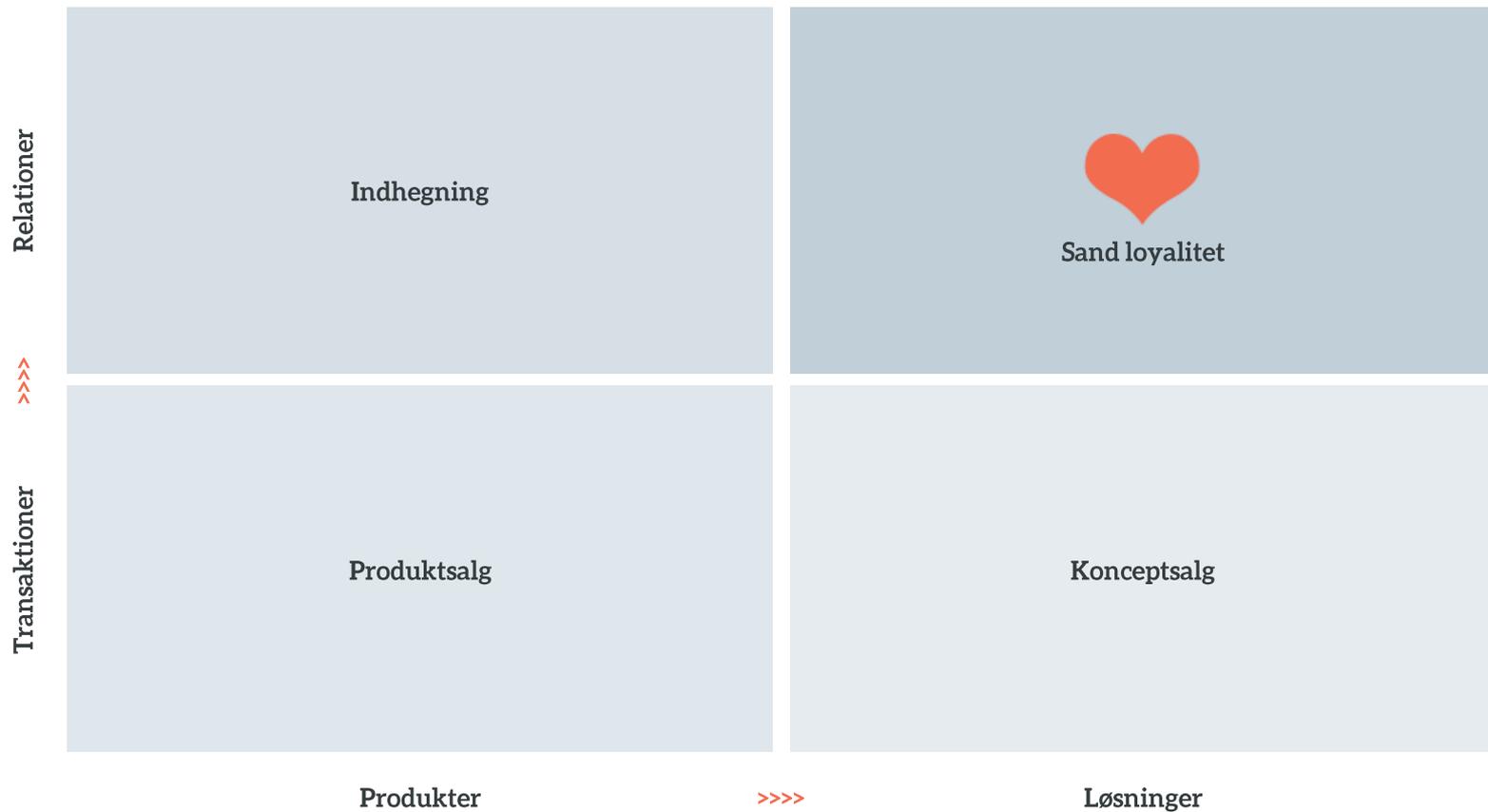
Hvordan skaber vi:

- Øget kundestrøm til butik og web?
- Øget gennemsnitskøb pr. besøg?
- Øget krydssalg?
- Øget loyalitet fra kunde?

Købs frekvens
Hvor mange gange køber kunden ud af 10 mulige



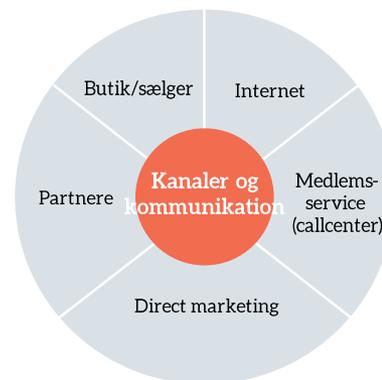
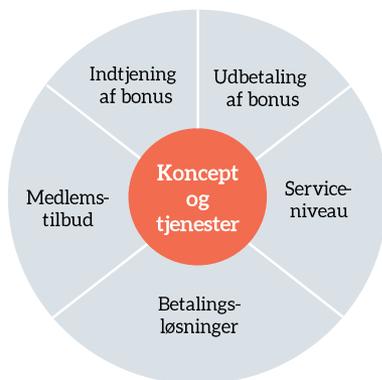
Hvordan arbejder I med loyalitet?



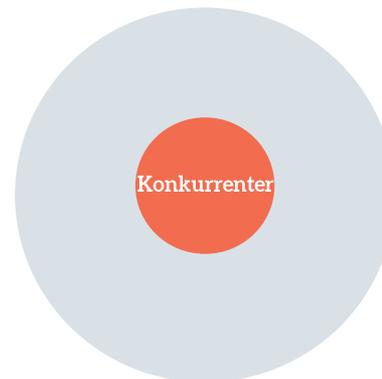
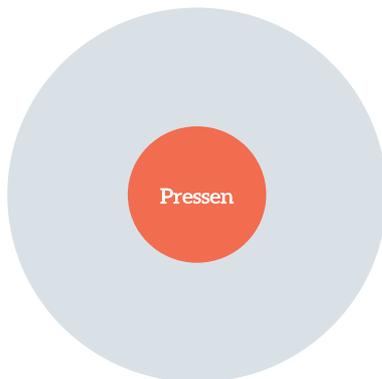
Overvejer I at udvikle et loyalitetskoncept?

Med eller uden loyalitetskort? Det handler om at gøre det rigtige rigtigt!

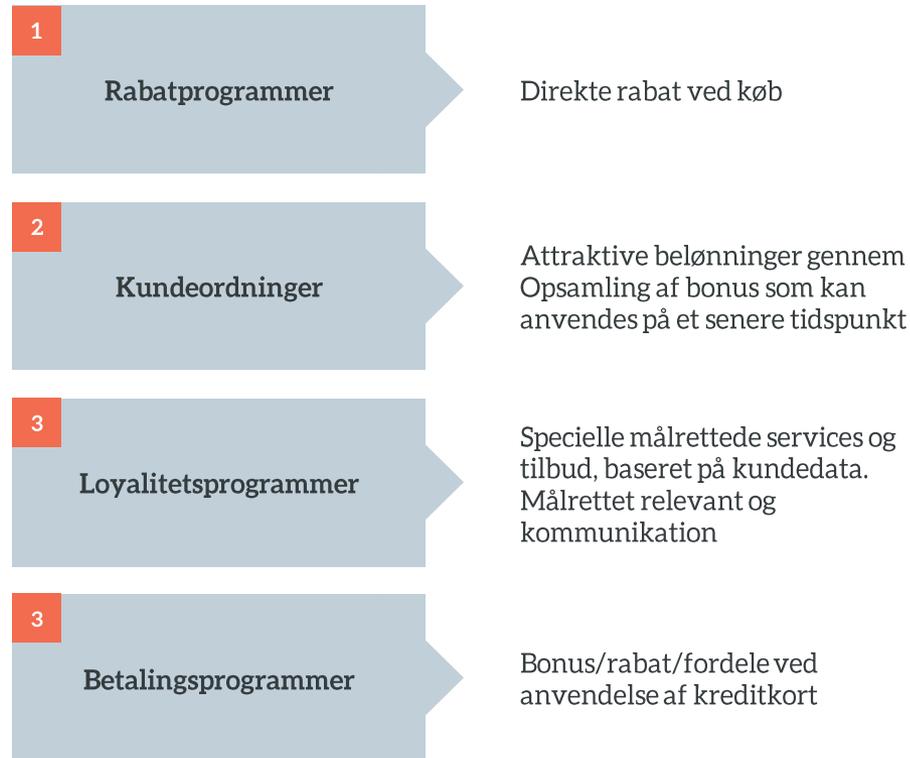
Virksomhedsstyrede elementer



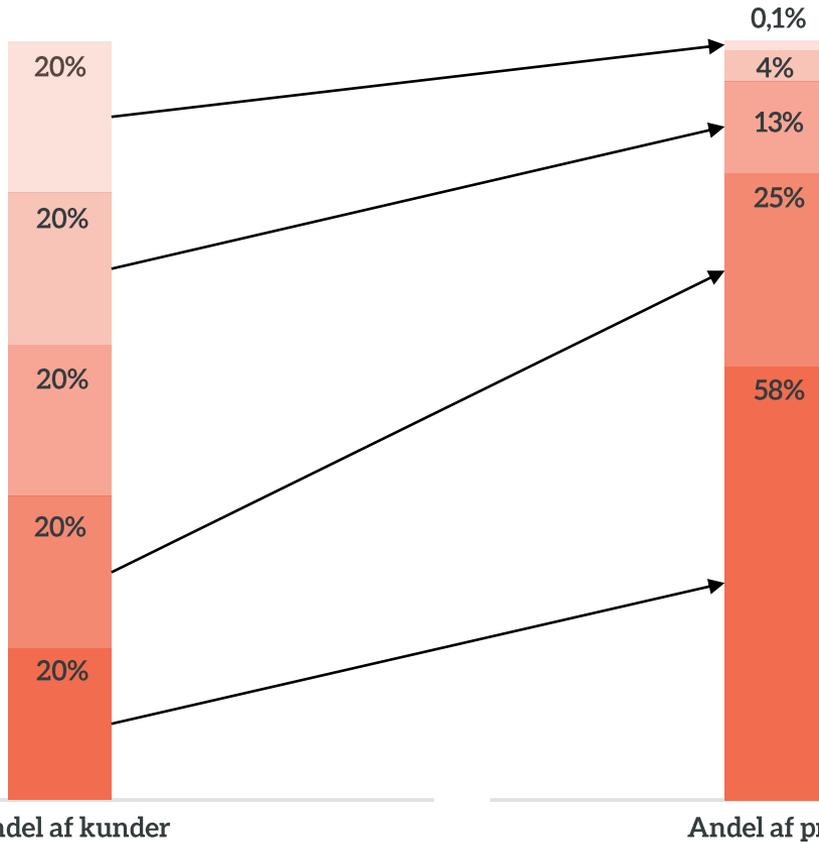
Eksternt styrede elementer



Der findes fire forskellige koncepter Hvilket passer bedst til din forretning?



Profittårnet – stof til eftertanke?



Hvor godt kender du dine kunder?

Hvor mange af de profitable kunder er loyale?

Hvor mange ressourcer anvendes på de loyale kunder i forhold til de ikke loyale?

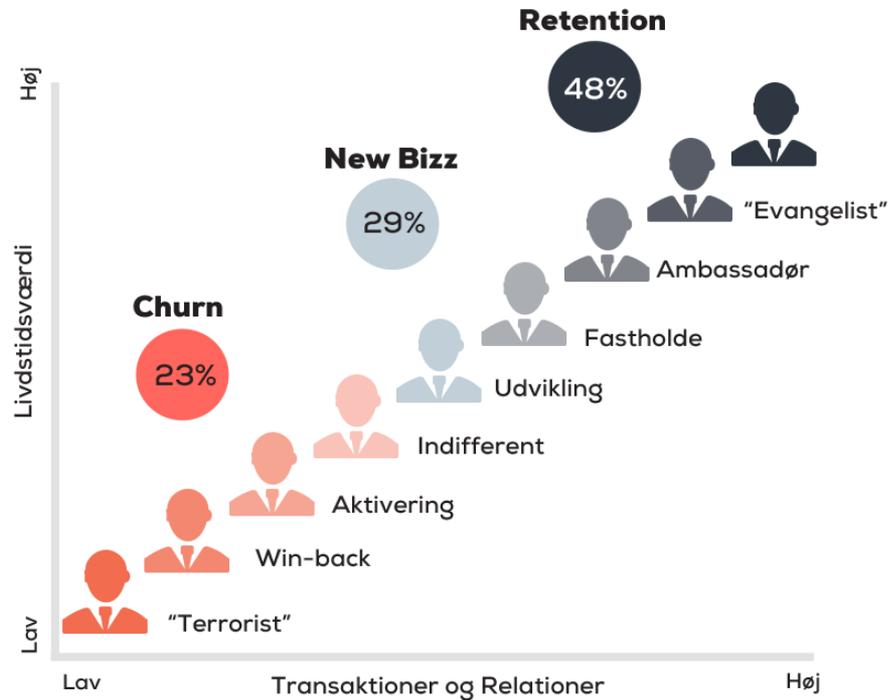
Rabatfælden

Prisen alene er et problematisk redskab til at skabe loyalitet og fastholde kunder.

● Kunde



Hvor er jeres kunder på loyalitetstrappen? Hvor mange ambassadører har i?



Gode råd om loyalitet

- Der skal vælges et koncept. Det hele kan ikke gøres på en gang
- Hvem er din målgruppe? Hvad vil du tilbyde denne og hvordan?
- Hav fokus på målgruppen!
- Implementer værdi skabende faktorer
- At arbejde med loyalitet er en strategiske beslutning og ikke en kampagne!
- Der skal 12 "ambassadører" til at opveje den skade 1 "terrorist" forårsager!

Hvordan kan vi skabe værdi for dig og din virksomhed?

KONTAKT OS FOR EN UFORPLIGTENDE DRØFTELSE AF MULIGHEDERNE

PJA@EFFICIENS.NU
+45 2562 4898