

### Dlaczego wiele firm stawia na program lojalnościowy?

Wraz z narastającą konkurencją i rosnącymi oczekiwaniami utrzymanie klientów staje się coraz trudniejsze, zarówno dla mniejszych i większych przedsiębiorstw. Z tego względu coraz więcej z nich decyduje się na program lojalnościowy. Spartavity to firma oferująca systemy, które pomogą wdrożyć różnego rodzaju programy lojalnościowe. Każde przedsiębiorstwo może boleśnie odczuć odpływ już pozyskanych klientów, dlatego wdrożenie programu może okazać się dla nich nie tylko sposobem na zatrzymanie stałych, ale także na pozyskanie nowych klientów. Chociaż jak wynika z różnych badań, pozyskanie nowych jest dużo droższe od zatrzymania stałych. Przedsiębiorstwa dzięki programowi mogą zatrzymać stałych i tym samym zachęcić ich do częstszych i większych zakupów, generując większe zyski.

Program lojalnościowy - nazwa sklepu	Korzyści	Stały rabat
Decathlon	możliwy zwrot towaru lub wymiana bez ograniczenia czasowego i bez paragonu, po otrzymaniu 1000 punktów klient otrzymuje bon o wartości 20zł	brak
Lavard	Gromadzenie punktów (1zł=1pkt). 2000 punktów można wymienić na kupon rabatowy na 20% rabatu dla wybranego zakupu, nieodpłatne przeróbki krawieckie	10%
Victorinox	Specjalne podczas których można otrzymać wyższy rabat lub większą liczbę punktów za zakupy	15%

### Program lojalnościowy pozwoli uatrakcyjnić zakupy Twoim klientom

Celem każdego programu lojalnościowego jest podtrzymanie pozytywnych relacji z klientami oraz zachęcenie ich do jeszcze częstszych zakupów, co tym samym przełoży się na dodatkowe zyski oraz zadowolenie klienta. W ofercie firm można znaleźć oprogramowanie które znacznie ułatwi obsługę systemu tu przykładem będą [programy lojalnościowe by spartavity](#). Będzie mieć on ogromne znaczenie, jeżeli chcesz korzystać z niego długotrwale i wyróżnić się na tle konkurencji. Dzięki programowi lojalnościowemu będziesz mógł np. zwiększyć sprzedaż jakiegoś produktu lub produktów, nie wydając dużej sumy pieniędzy na inne formy promocji i reklamy. Program lojalnościowy może polegać na premiowaniu każdego zakupu punktami, które następnie można wymieniać na nagrody. Taka forma jest bardzo efektywna.

Program lojalnościowy - nazwa	Wspierana marka	Rodzaj mechaniki	Kategoria
Moja Biedronka	Biedronka	Rabaty, przywileje, nagrody	Supermarket
Tesco Clubcard	Tesco	Rabaty, przywileje, nagrody	Supermarket
Klub Orsay	Orsay	Punkty, rabaty i przywileje	Moda i sklepy odzieżowe
Julaclub	Jula	Punkty i przywileje	Dom i ogród, meble
Clubcard	Tesco	Punkty, rabaty i przywileje	Handel wielkopowierzchniowy
Cinema City Unlimited	Cinema City	Przywileje	Kultura i kina
Ikea Family	Ikea	Rabaty i przywileje	Dom i ogród, meble
H&M Club	H&M	Punkty, rabaty i przywileje	Moda i sklepy odzieżowe

### Program lojalnościowy - co uwzględnić podczas jego planowania?

Jeżeli zdecydowałeś się na wdrożenie gotowego programu lojalnościowego, musisz wiedzieć, że przed jego uruchomieniem należy wziąć pod uwagę wiele czynników. Na pewno musi zostać zbudowany od samego początku, a podczas jego projektowania trzeba uwzględnić cele strategiczne np. osłabienie konkurencji, zwiększenie sprzedaży lub zapobieganie odchodzeniu klientów. W programie lojalnościowym trzeba także określić do kogo go kierujemy oraz co interesującego możemy zaoferować. Wtedy możliwe będzie doprecyzowanie czy decydujemy się aby program lojalnościowy oferował stałe korzyści np. w postaci rabatów czy nagród. Ważny będzie także sposób komunikacji z klientami, informowanie ich o nowych promocjach oraz utworzenie planu budżetowego.

#### Programy lojalnościowe - linie lotnicze:

- Miles & More - powstały w roku 1993, umożliwiają pasażerom gromadzenie mil podczas podróży. Mile można wymieniać na nagrody. Przystąpienie bezpłatne.
- Wizz Discount Club: członkostwo Standard - 139zł/rok, grupowe - 229zł/rok, gwarantuje 45zł zniżki na każdy lot powyżej 99zł i 23zł na każdą sztukę bagażu rejestrowanego, a także dostęp do różnych promocji.
- Flying Blue: program KLM i Air France polega na zbieraniu punktów i wymianie ich na loty. Przystąpienie bezpłatne.

### Zapłać mniej, zyskaj więcej

Odpowiednio dobrana strategia programu lojalnościowego pozwoli zwiększyć sprzedaż produktów przy znacznie mniejszych kosztach oraz mniejszej ilości reklamy. Oprogramowanie lojalnościowe może polegać np. na premiowaniu każdego zakupu punktami, proporcjonalnie do wydanej kwoty. Klient, który zbiera odpowiednią liczbę punktów może je następnie wymienić na nagrody. Przeprowadzone badania potwierdzają, że dobrze zaplanowany program lojalnościowy jest efektywny i ma realny wpływ na zwiększenie sprzedaży. Do programów lojalnościowych można zaliczyć także oferowanie kart stałego klienta, które uprawniają do różnych zniżek. Ogromną zaletą ich wdrażania jest to, że nie trzeba dużo za nie płać. Wystarczy, że kasjer zaproponuje dołączenie klientowi podczas zakupów.

Program lojalnościowy - porównanie na przykładzie supermarketów	
Tesco	Biedronka
Karta - Clubcard	Karta - Moja Biedronka
Możliwość zbierania punktów w każdym sklepie Tesco	Klient otrzymuje naklejki w zależności od wydanej kwoty
Zbrane punkty są przeliczane na bony, którymi można płacić w Tesco	Naklejki wymienia na specjalne nagrody
Dzięki kuponom płaci się za wybrane produkty jeszcze mniej	Po posiadaniu karty otrzymuje dodatkowe rabaty na produkty objęte obecnie promocją

### Jaki cel ma program lojalnościowy?

Jest to skuteczne narzędzie marketingowe stosowane w wielu branżach – także w wielkich sektorach jak np. ubezpieczenia o czym informuje [rzecznik finansowy](#). Tak więc narzędzie to które coraz więcej przedsiębiorstw w celu zbudowania stabilnej relacji z wybraną kategorią klientów. Programami lojalnościowymi można sterować za pomocą systemu oferowanego przez już wspomniane Spartivity To efektywny sposób na promocję produktu albo usługi, a jego podstawowym celem jest wsparcie procesu sprzedaży i wygenerowanie dodatkowych zysków. Program lojalnościowy można nazwać także rodzajem reklamy, ponieważ pozwala nie tylko wypromować nową markę, ale także odświeżyć tę już od dawna istniejącą, nie wydając na to ogromnych nakładów pieniężnych. Programowi lojalnościowemu najczęściej towarzyszy specjalny system punktowy, który polega na nagradzaniu klientów, którzy potem punkty wymieniają na nagrody.

Program lojalnościowy w supermarketach i jego korzyści								
Sklep	Biedronka	Tesco	Carrefour	Lidl	Kaufland	Żabka	Polo Market	Auchan
Karta	tak	tak	tak	nie	nie	tak	tak	tak
Punkty	tak	tak	tak	nie	nie	tak	nie	tak
Naklejki	tak	tak	tak	tak	tak	nie	tak	nie
Rabaty	tak	tak	nie	nie	nie	tak	tak	nie
Nagrody	tal	tak	nie	tak	nie	nie	nie	nie
Aplikacja	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	nie

Biedronka i Tesco to supermarkety, które jako jedyne mają najwięcej propozycji – od karty i punktów, przez naklejki, po różnego rodzaju rabaty i nagrody. Wśród mniejszych sklepów bardzo dobrze prezentuje się Żabka i Polo Market.