

image not found or type unknown



Они помогают повышать прибыль, способствуют повторным обращениям клиентов, увеличению частоты и объема покупок. С их помощью можно привлечь новых клиентов и сделать прежних более лояльными.

В настоящее время существуют программы лояльности нескольких типов, у каждого из которых есть свои достоинства и недостатки, которые мы рассмотрим в сегодняшней статье.

Преимущества программ лояльности

Правильно выстроенная программа лояльности должна работать комплексно, решая одновременно несколько задач. Она ориентирована как на тех, кто уже пользовался услугами компании, так и на потенциальных клиентов, которые еще не совершили свою первую покупку.

Система скидок или бонусов должна тем или иным образом мотивировать клиентов возвращаться повторно. Кроме того, поощрение за рекомендации, репосты или другой обмен информацией о компании помогает найти новых клиентов, которым могут быть интересны ваши предложения.

Для достижения этих целей применяются различные средства:

начисление бонусных баллов;

многоуровневые системы скидок, привязанных к суммарному объему покупок;

кэшбэк, то есть возврат части потраченной суммы;

вознаграждение за покупку определенного количества товаров.

Использование системы UDS позволяет не ограничиваться каким-то одним методом. Вы можете использовать типовые решения, разработанные для разных сфер деятельности, или комбинировать их, используя различные подходы.

В результате вы сможете сформировать программу лояльности, которая будет понятной и простой в использовании для клиента. Если покупатель понимает, как именно и за что он получает баллы, он будет намного охотнее пользоваться

вашиими предложениями.

Проблемы программ лояльности

Важно понимать, что внедрение программы лояльности так или иначе связано с дополнительными расходами. Вы предоставляете какие-то услуги со скидкой или предлагаете клиентам воспользоваться бесплатным предложением. Поэтому необходимо отслеживать эффективность акций, которые вы предлагаете клиентам. Если они действительно способствуют привлечению лояльных клиентов, затраты вскоре окупятся, ведь они будут возвращаться за покупками снова и снова.

У некоторых программ лояльности эффективность снижается из-за того, что пользование ими требует дополнительных усилий.

Например, нужно не забыть взять с собой карту или спланировать покупку заранее, чтобы воспользоваться скидкой. Программы лояльности, работающие через мобильное приложение, такие как UDS, лишены этого недостатка, поскольку для доступа к бонусным предложениям клиенту достаточно иметь с собой смартфон.

Информирование клиентов о новых акциях и предложениях тоже не всегда оказывается эффективным. Рассылки по SMS далеко не всегда учитывают особенности аудитории, и в итоге потенциальные клиенты просто начинают игнорировать сообщения об акциях, которые им малоинтересны.

Ведение клиентской базы в программе UDS позволяет справиться и с этой проблемой. Вы сможете рассылать сведения о бонусных предложениях и акциях с учетом актуальной информации, которую клиенты указали о себе, истории предыдущих покупок и других сведений. В результате вероятность отклика на предложения существенно повысится.

Кроме того, важно понимать, что программа лояльности сама по себе не является единственным средством привлечения клиентов. Она будет работать, только если вы предлагаете качественные товары и услуги, которые получают высокую оценку клиентов.

Поэтому очень важно поддерживать обратную связь, своевременно реагируя на замечания клиентов и, в случае необходимости, корректируя работу компании.

Программа лояльности UDS

Таким образом, программа лояльности UDS - это современный инструмент привлечения и удержания клиентов.

Система лишена многих недостатков, свойственных другим методам реализации программ лояльности. Она помогает создавать положительный образ компании в глазах клиентов, стимулировать повторные покупки и рекомендации, получать обратную связь и проводить эффективные акции.

Такой комплексный подход позволяет довольно быстро окупить затраты на внедрение программы лояльности и в дальнейшем создать сеть постоянных клиентов, которая обеспечит последующий рост доходов.