KUNDEOPLEVELSE · LOYALITET

Fra kunde til fan. Ét trin ad gangen.

MEDIEGURU

Et loyalitetsprogram skal give kunden en grund til at tage det næste trin. Jo højere op, jo mindre handler det om rabat.

TRIN 1

Engangskunde

"Det var fint nok."

DU GØR

Siger tak og giver en grund til at komme igen.

TRIN 2

Fast kunde

"Jeg plejer at handle her."

DU GØR

Belønner de gentagne køb med stempelkort, point eller fast rabat.

TRIN 3

Stamkunde

"Her kender de mig."

DU GØR

Giver anerkendelse og eksklusivitet: en personlig tak, først til nyheder.

TRIN 4 SVARER 9–10 I NPS

Ambassadør

"Du skal altså prøve dem!"

DU GØR

Giver dem noget at dele, et fællesskab at høre til og en belønning, når de tager en ny kunde med.

Økonomiske fordele · rabat, point, stempelkort ⟶ **Følelsesmæssige fordele** · anerkendelse, eksklusivitet, fællesskab

Rabatter får folk til at handle. Oplevelser får folk til at føle noget.

Det sidste holder længst.

EKSEMPEL · CYKELBUTIKKEN

MEDIEGURU

Cykelbutikken. Sådan kan det se ud.

Samme skabelon, udfyldt af en lokal cykelbutik, der vil have pendlerne til at komme igen.

Programmets navn: PedalKlubben

Type: [x] Stempelkort [ ] Point [ ] Niveauer [ ] Medlemskab [ ] Henvisning

1 Mine bedste kunder

Hvem køber oftest, og hvad betyder noget for dem?

Pendlere, der cykler hver dag.

De vil have en cykel, der bare virker.

Kommer til eftersyn 1–2 gange om året.

Mange kom via en vens anbefaling.

2 Belønningen

Gerne én af hver. Rabat får dem til at handle, følelser får dem til at blive.

ØKONOMISK

Hvert 5. eftersyn er gratis.

FØLELSESMÆSSIG

Prøv nye modeller først.

3 Reglen

Sådan optjener man belønningen. Én linje.

Et stempel for hvert eftersyn.

5 stempler = gratis eftersyn.

Kortet bliver i butikken.

4 Sådan bliver man med

Ingen lange formularer. Et telefonnummer eller en mail er nok.

Navn og mobilnummer ved kassen.

Ingen app, ingen formular.

5 Her fortæller jeg om det

[x] Ved kassen [x] Hjemmesiden

[x] Nyhedsbrevet [ ] Sociale medier

ANDET

Skilt ved værkstedsdisken.

6 Sådan måler jeg det

Kommer medlemmerne oftere og køber mere end andre?

FØR

1,5 eftersyn pr. kunde om året.

EFTER

Måler igen om 6 måneder.

SKABELON · LOYALITETSPROGRAM

Byg dit program. På én side.

Start småt. Kan du ikke forklare programmet på én linje, er det for indviklet.

MEDIEGURU

Programmets navn: _____

Type: ☐ Stempelkort ☐ Point ☐ Niveauer ☐ Medlemskab ☐ Henvisning

1 Mine bedste kunder

Hvem køber oftest, og hvad betyder noget for dem?

2 Belønningen

Gerne én af hver. Rabat får dem til at handle, følelser får dem til at blive.

ØKONOMISK

FØLELSESMÆSSIG

3 Reglen

Sådan optjener man belønningen. Én linje.

4 Sådan bliver man med

Ingen lange formularer. Et telefonnummer eller en mail er nok.

5 Her fortæller jeg om det

☐ Ved kassen ☐ Hjemmesiden
☐ Nyhedsbrevet ☐ Sociale medier

ANDET

6 Sådan måler jeg det

Kommer medlemmerne oftere og køber mere end andre?

FØR

EFTER

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

DIT LOGO

Køb 9, få den 10. gratis

1 2 3 4 5
6 7 8 9 **10**

Navn _____

Klip langs de stiplede linjer. Print gerne på tykt papir.

Gratis skabelon fra **medieguru.dk**