



IDentiks kartični sistemi

# Vpeljava programa zvestobe je proces

„»ZVESTOBA KUPCEV ZA PODJETJA NE POMENI LE, DA SE KUPCI REDNO VRAČAJO V VAŠO TRGOVINO – BISTVO UPRAVLJANJA Z ZVESTOBO KUPCEV JE V ODNOSU, KI GA VZPOSTAVIMO Z NJIMI,« PRAVI JURE TRILLER, DIREKTOR PODJETJA IDENTIKS IN STROKOVNJAK ZA ZVESTOBO..



„Zaradi nezaupanja potrošnikov podjetja podatke le težka pridobijo, kadar jih dobijo jih ne znajo uporabljati, ko pa jih uporabljajo to počno nespametno - izrabljajo jih namreč predvsem prodajno,“ trdi Jure Triller.

Jure je že leta 2009 začel razvijati koncept upravljanja z zvestobo CLIP® – Customer Loyalty Integration Process. S to storitvijo želi podjetjem ponuditi enostavno, visoko profesionalno načrtovanje, implementacijo in spremljanje programov zvestobe.

## KAKŠNE NAPAKE OBIČAJNO NAREDILJO PODJETJA, KO SE ODLOČIJO ZA PROGRAM ZVESTOBE?

Večina podjetij si program zvestobe predstavlja kot kartico in programsko orodje, ki beleži točke nakupov. Podjetja na podlagi teh točk naredijo bonitetno lestvico popustov in to je zaključek zgodbe z zvestobo. A nespametno je, da od svojih kupcev na podlagi teh aktivnosti pričakujejo zvestobo. To namreč ni nič drugega kot le pospeševanje prodaje.

## POSPEŠEVANJE PRODAJE NAMESTO SPOZNAVANJA KUPCEV?

Tako je. Pospeševanje prodaje ni gradnja zvestobe. Le spoznavanje kupcev namreč omogoča, na primer, možnost soustvarjanja ponudbe, kar šteje za najvišji nivo upravljanja s kupci. Izziv je predvsem v (iz)rabi podatkov: zaradi nezaupanja potrošnikov podjetja podatke le težka pridobijo, kadar jih dobijo, jih ne znajo uporabljati, ko pa jih uporabljajo, to počno nespametno – izrabljajo jih predvsem prodajno.

## ZAKAJ CLIP®, KAJ PONUJA?

CLIP® je kratica, akronim za program zvestobe, katerega bistvo je, da je vpeljava programa zvestobe proces. Kdor pričakuje rezultate čez noč, se moti. Strank na hitro ni mogoče spoznati, prav tako pa jih na hitro ne moremo niti razumeti, še manj pa z njimi ustvariti odnosa – ker odnos sam po sebi pomeni nekaj dolgoročnega. Bistvo programa zvestobe CLIP® pa je prav podrobno razumevanje potreb strank, uporaba poslovne analitike in sočasna podpora z različnimi programskimi orodji.

## JE V RAZVOJU CLIP-A SODELOVALO KAR PET PODJETIJ?

Od samega začetka v razvoju sodelujemo dve podjetji, ki smo s tem tudi avtorji CLIP-a® – IDentiks in Netica. Nadaljnja partnerstva pa nastajajo predvsem v odvisnosti od strankinih želja. Vsako podjetje, s katerim sodelujemo, je specializirano na svojem področju in zato prispeva vrhunsko znanje. CLIP® je tako resnično plod slovenskega znanja. V najširši obliki sodelovanja lahko istočasno deluje celo deset podjetij.

## KAKŠNA JE IDEALNA POT UVAJANJA PROGRAMA ZVESTOBE CLIP

Vpeljevanje vsebuje pet korakov: od uvodnega sestanka, ko opredelimo problematiko, do poglobljene delavnice z vsemi pomembnimi deležniki podjetja, kar so zagotovo tudi prodajalci v trgovini. Vodstvo se namreč pogosto premalo zaveda, da so prav prodajalci prvi in v večini tudi zadnji predstavniki podjetja, s katerimi kupec komunicira. Če se pojavi potreba, opravimo analizo notranjega in zunanjega okolja, zagotovo pa opravimo osebne intervjuje s pomembnimi deležniki v podjetju. Temu sledi oblikovanje obsega rešitve, kjer skupaj s stranko izberemo pravi pristop k rešitvi – definiramo strategijo upravljanja zvestobe. Določitev programskih orodij in obsega njihove uporabe se definira šele v tej fazi. Po zaključku postavljanja strategije sledi izvedba.

## IN KAKŠEN JE PRIČAKOVAN REZULTAT PROGRAMA ZVESTOBE CLIP®?

Končni pričakovani rezultat je seveda, da podjetje proda več.

Pogovarjala se je mag. Tanja Peršin, Mediade.

(P. R.)



**IDENTIKS 10<sup>LET</sup>**  
kartični sistemi

**IDentiks kartični sistemi d.o.o.**

Koprska ulica 98, 1000 Ljubljana

tel.: 0590 / 90 550, mob.: 040 889 332, fax: 0590 / 90 551

e-naslov: info@identiks.si